



LA COMUNICACIÓN PARA LA ACCIÓN

Por Carlos Alberto Mejía C.
Consultor / Gerente

En la vida empresarial frecuentemente no nos comunicamos, cada quien ejerce su labor sin entender la de los demás, por falta de una estructura formal e informal de relación que nos permita compartir nuestro pensamiento con los otros y recibir el de ellos como un elemento vital de nuestra labor.

Los paradigmas, los prejuicios, la cotidianidad, la independencia, la territorialidad, los celos profesionales, entre otros, son factores que atentan contra la buena comunicación al interior de las empresas.

En muchas ocasiones, se llega a un “diálogo de sordos” donde cada uno quiere defender su punto como sin igual y digno de todo el merecimiento, sin considerar que la experiencia, el criterio y la capacidad de otros también es importante y, como la experiencia lo demuestra, una gran fuente de ideas y soluciones.

Las personas, cuando no se nos escucha, reaccionamos como si el tema fuera de poca importancia y nos alejamos mentalmente de la solución. Así mismo, criticamos con gran severidad el hecho de no ser escuchados, pero a su vez, cuando nos corresponde, tampoco escuchamos con atención a nuestro interlocutor.

La falta de comunicación se traduce en desmotivación, baja relación, ausencia de coordinación y falta de productividad. Caso contrario sucede con las personas que hacen el esfuerzo sincero por escuchar y comunicarse con los demás, su motivación y compromiso con el otro mejora notablemente.

El problema es que no somos concientes siquiera de que no nos estamos comunicando y por lo tanto no reaccionamos con la oportunidad y contundencia requeridas.

Si la ausencia de comunicación se produce entre iguales se genera indiferencia y sensación de rechazo entre ellas, pero si se trata de niveles jerárquicos diferentes, la consecuencia es el aislamiento y la desconfianza del subalterno frente al superior.



La comunicación en las empresas debería ser fluida y transparente, es decir, dándoles la oportunidad a los demás de que expresen sus criterios, reflexiones, experiencias o sugerencias. Cuando obramos de esta manera no sólo les generamos seguridad y confianza a los otros, **sino que descubrimos el poder oculto de la comunicación que es precisamente la acción.**

Las personas para actuar con firmeza necesitan entender con claridad las razones y los porqués, no simplemente las órdenes o conclusiones del otro. Cuando nos comunicamos nos sentimos empoderados para la acción y la construcción de soluciones con el otro. **Hay sinergia y empatía cuando la comunicación fluye.**

Existen algunas recomendaciones que pueden permitir mejorar el nivel de comunicación en la empresa:

1. **Sea conciente de la presencia intelectual del otro**, no sólo de su presencia física. Esto quiere decir que siempre que estemos con el otro hagamos un esfuerzo sincero por escuchar sus reflexiones y permitir que exprese sus opiniones.
2. **Estimule la comunicación formal e informal participativa y respetuosa**, haga que la comunicación sea un valor de su cultura y felicite a sus pares y segundos por desarrollar este buen hábito.
3. **Cree espacios de comunicación** mediante los elementos tradicionales como reuniones y memorandos, pero más importante que eso, genere participación en las acciones y decisiones con muchas personas, tal que se sientan parte de las soluciones, comuniquen sus ideas y se comprometan con ellas.
4. **Examine los casos aislados**, si detecta que alguien de su equipo no participa, está lejano o no quiere opinar, pregúntese el porqué, ya que frecuentemente encontrará un problema de relación y/o un problema de comunicación.
5. **“Premie” la comunicación**, destacando los momentos en los cuales la comunicación fluyó y obró en favor de mejores resultados y compromisos.
6. **Actúe contra la incomunicación**, es decir, promueva los momentos y lugares donde la comunicación se produzca con mayor facilidad. Si experimenta que ciertos ambientes, personas o condiciones inhiben la comunicación, explore el por qué, trate de superarlos o evite repetirlos.

La comunicación es una necesidad humana y profesional de indiscutible valor y significación. Si no nos comunicamos poco o nada actuamos.

En términos estratégicos, la comunicación genera un apalancamiento de la labor de las personas y las organizaciones, multiplicado las posibilidades de realización colectiva de los miembros de una empresa.

Hemos conocido empresas donde existen conductas adversas a la comunicación: todo es privado, sólo los superiores pueden opinar, los jefes no son cercanos a sus colaboradores, los grupos de presión generan desinformación, las personas temen hablar, los “creativos” son vistos como poco pertinentes, etc.

¿Experimenta alguna de estas situaciones en su empresa?

Noviembre 2007

Copyright © Planning S.A. Todos los derechos reservados.

Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.

Servicios

Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los links:

▪ [Consultoría](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Monitor](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Planner](#) ▪ [Otras publicaciones](#)

Recomienda a un amigo

Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.

www.planning.com.co