

Comunicación en el establecimiento sanitario de óptica. Una herramienta más para mejorar los ingresos

Contar con una adecuada estrategia de comunicación interna y canales de correspondencia mejorará el ambiente laboral y aumentará la productividad en nuestra óptica.

En los tiempos que corren, parece más que evidente que la comunicación es una herramienta imprescindible para mejorar los resultados empresariales. Y eso implica mejorar la comunicación tanto dentro como fuera de la óptica, ya que lograr un equipo que esté ensamblado y, a la vez, que genere excelentes resultados, resulta muy importante. Para ello, la comunicación empresarial resulta primordial en cualquier tipo de organización, pues se trata del proceso mediante el cual transmiten información, tanto interna como externamente y con el que se logra consolidar un buen equipo profesional, que esté cómodo y, por tanto, mejor preparado para atender al usuario final.

En ese sentido, una comunicación efectiva mejora la coordinación, la toma de decisiones y la relación con clientes y empleados. En el caso de la óptica, un pilar fundamental para lograrlo es la comunicación interna, la cual, cuando se gestiona de manera efectiva, puede transformar la operatividad y el ambiente



laboral, evitando malentendidos y fomentando un ambiente laboral productivo.

¿Qué es la comunicación empresarial?

La comunicación interna se define como el proceso estratégico de compartir información, ideas y emociones dentro de una compañía, abarcando todos sus niveles, desde la dirección hasta los empleados. Su propósito es asegurar una comprensión unificada, promover la cohesión con los objetivos y valores empresariales, y estimular la colaboración y el compromiso entre el personal. En el caso de la óptica,

una estrategia comunicativa bien estructurada resulta fundamental para prosperar y mejorar el servicio al paciente final.

En concreto, las empresas utilizan varios tipos de comunicación para asegurar un flujo eficiente de información:

- **Comunicación interna:** enfocada dentro de la organización, incluye comunicados, reuniones,

CONSEJOS IMPRESCINDIBLES PARA REALIZAR UNA BUENA COMUNICACIÓN INTERNA

- Entre los distintos consejos esenciales para gestionar una buena comunicación interna en el establecimiento sanitario de óptica hay que tener en cuenta que es fundamental aportar información clara.
- En este sentido, los mensajes que se transmiten a los profesionales de la óptica deben ser simples, claros y concisos, evitando malentendidos y errores.
- Es muy importante tener en cuenta con qué sistemas de transmisión vamos a comunicarnos para hacerlo más eficaz.
- Resulta muy adecuado crear un listado de reglas y normas generales, ya que eso hace que todos y cada uno de los profesionales se adapten al funcionamiento establecido.
- Lo ideal es que los mensajes no sean ambiguos, que no traten de incomodar y que puedan ser entendibles.
- De igual forma, mientras más concisos sean, mejor, ya que evita confusiones y distracciones.
- Es fundamental que exista diálogo e intercambio de ideas. Cuando la comunicación resulta efectiva, esto se logra naturalmente y permite que haya retroalimentación, tanto de manera interna como con el público externo.
- Por último, se debe utilizar la escucha activa. Esto incluye prestar atención, tratar de comprender y dar respuesta durante el diálogo que se ha impulsado. No solo se trata de oír a los demás, sino de participar e implicarse con el mensaje y su emisor.



correos electrónicos y plataformas internas de comunicación.

- **Comunicación externa:** dirigida hacia fuera del establecimiento sanitario de óptica, incluye relaciones públicas, marketing, comunicados de prensa y atención al cliente.
- **Comunicación ascendente:** de empleados a directivos, permite compartir *feedback*, ideas y preocupaciones propias de la plantilla de una manera confidencial y transparente.
- **Comunicación descendente:** de directivos a empleados, incluye políticas, procedimientos y anuncios.
- **Comunicación horizontal:** entre empleados del mismo nivel, facilita la colaboración y el trabajo en equipo, fomentando nuevas ideas e iniciativas que mejoran el trabajo común.

En este sentido, sea cual sea el tipo de comunicación por el que se opte, esta siempre debe cumplir algunos requisitos: por un lado, debe ser clara y concisa para evitar malentendidos y asegurar que el mensaje sea entendido por todos los empleados, ya tengan más o menos responsabilidad. Además, la comunicación debe ser consistente, es decir, debe mantener un mensaje uniforme y homogéneo en todas las comunicaciones, siendo coherente y representativo de la filosofía de la óptica.

Si hay algo fundamental en la comunicación de una compañía, sea cual sea su tamaño, es que esta siempre debe ser bidireccional. Esto se traduce en la necesidad de fomentar el intercambio de ideas y las respuestas entre todos los niveles de la compañía. Y esa comunicación debe ser, además, inclusiva, es decir, debe incluir a todos los miembros relevantes en el proceso de comunicación.

Por último, una de las reglas fundamentales que tiene que cumplir la comunicación empresarial para que sea efectiva y relevante es que sea oportuna.

Cómo mejorar la comunicación interna

Ser conscientes de la necesidad de tener una buena comunicación interna es el primer paso para lograr éxito en este campo. Y para ello hace falta diseñar una estrategia que vaya acorde a la filosofía de la óptica y al estilo de liderazgo que realicen sus gestores. En este ámbito hace falta implementar estrategias de comunicación organizacional efectivas que aspiren a optimizar su funcionamiento interno. Algunas de estas estrategias incluyen:

- Canales de comunicación adecuados, ya que identificar y utilizar los canales de comunicación más efectivos es crucial. En este caso resulta muy adecuado optar por herramientas de mensajería instantánea, plataformas de gestión de proyectos y reuniones regulares, tanto presenciales como virtuales, para que la comunicación fluya de forma natural y con transparencia.
- Fomentar la retroalimentación: crear un ambiente en el que los empleados se sientan cómodos compartiendo sus ideas y retroalimentación resulta vital. Esto no solo mejora la comunicación, sino que también incentiva la innovación y el compromiso de todos los trabajadores, independientemente del puesto que ocupen.
- Contar con capacitaciones en comunicación se traduce en ofrecer formación sobre habilidades comunicativas y eso puede marcar una gran diferencia en cómo se transmiten y reciben los mensajes dentro de la empresa. En este caso esa formación debe fomentar la confianza entre los iguales, pero también entre mandos intermedios y superiores.

En este sentido, resulta crucial proporcionar una guía clara sobre cómo las ópticas pueden comenzar a mejorar su comunicación interna. Algunos pasos a seguir incluyen:

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la comunicación interna de la compañía. ↪

EN EL CASO DE LA ÓPTICA, UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA BIEN ESTRUCTURADA RESULTA FUNDAMENTAL PARA PROSPERAR Y MEJORAR EL SERVICIO CON EL PACIENTE FINAL



- ↳ • Establecer objetivos claros para dicha comunicación interna.
- Seleccionar y adaptar las estrategias de comunicación a las necesidades específicas de la óptica.
- Capacitar a los empleados en habilidades comunicativas.
- Medir y ajustar las estrategias de comunicación basándose en los resultados obtenidos.

Ventajas de la comunicación externa e interna

Si la estrategia de comunicación interna es buena, también resulta fundamental contar con una buena comunicación externa, ya que de ella dependerá la relación con los clientes, pero también con el público o con los proveedores. Con esto se logra que la óptica transmita una buena imagen logrando transparencia y confianza de cara al exterior.

En el ámbito de la comunicación externa hay que saber distinguir entre una comunicación estratégica, es decir, la que espera encontrar datos relevantes de la competencia; comunicación operativa, es decir, la que se ejecuta en relación con las operaciones de la óptica; y la comunicación de notoriedad, enfocada a proyectar la marca de la óptica, tanto de manera general como con un producto o servicio específico.

Contar con una buena estrategia de comunicación interna implica numerosas ventajas para la organización del trabajo en la óptica. Sea cual sea el número de empleados o el tipo de óptica de la que se trate, la comunicación interna permite reducir los conflictos internos entre los empleados, pero también las posibles discrepancias entre trabajadores y responsables. Además, permite aumentar la satisfacción del empleado al hacerle partícipe de algunas cuestiones internas, pero también al poder expresar sus opiniones con confianza y naturalidad. Gracias a ese buen clima está demostrado que mejora la eficiencia en los procesos internos de la óptica.

¿Cómo crear un equipo de trabajo de éxito?

Resulta fundamental aclarar los roles de cada integrante y para eso es clave tener una buena comunicación interna que permita conocer las características personales de cada profesional.

Para evitar malos entendidos en el futuro y que cada persona en la óptica sepa lo que tiene que hacer, es importante conocer a cada uno de los miembros del equipo laboral y asignarle responsabilidades conforme a sus habilidades y capacidades concretas. Esto, además, permitirá incrementar notablemente la experiencia, la confianza en uno mismo y mejorar la satisfacción personal y profesional.

En este escenario, uno de los mejores consejos que se pueden aplicar es el de fomentar la innovación y la creatividad. Como responsable de la gestión de una óptica es importante escuchar todas las ideas y puntos de vista que puedan ofrecer todos los empleados, ya que así se logra que se involucren más en cada proyecto, además de sentirse más y mejor valorados. Todo ello ayuda a motivar el crecimiento personal y laboral de los profesionales. De hecho, resulta muy valioso tener en cuenta el reconocimiento de todo tipo a los miembros del equipo, tanto verbal como económicamente. Y es que, cuando un equipo de trabajo se siente en un ambiente laboral justo, flexible y con oportunidad de crecimiento, suele mostrar más interés y tener más iniciativa en el día a día, lo que se traduce en un mejor resultado en el trato al usuario final. Además, aumenta el deseo de éxito laboral, se incrementa la fidelización con la óptica y aumenta el compromiso con la empresa.

Para alcanzar esta situación resulta fundamental exponer los objetivos de forma clara. Y para ello la comunicación interna es fundamental. Como responsable de la gestión de la óptica resulta esencial saber comunicar las estrategias y los objetivos de la compañía al equipo. Mantener reuniones periódicas, realizar comunicados internos o usar los canales de comunicación estipulados para ello ayudará a tener a todos los miembros informados e involucrados en cada proyecto y objetivo propuesto.

Además, ayuda enormemente determinar reglas y normas del equipo de trabajo. En este caso, el equipo profesional de la óptica puede estar formado por un conjunto de personas totalmente diferentes, con caracteres muy diversos y con puntos de vista distintos. Por ello, resulta muy adecuado crear un listado de reglas y normas generales, ya que eso hace que todos y cada uno de los profesionales se adapten al funcionamiento establecido y que sus diferencias personales no interfieran en la dinámica del grupo general.

Por último, resulta determinante aprender a delegar el liderazgo, es decir, que no sea necesario estar siempre al 100% supervisando cada proyecto o área de trabajo de la óptica.

