

Instituto Tecnológico Nacional de México

Maestría en Ingeniería Administrativa



COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Fundamentos de Ingeniería Administrativa



Por: Sánchez Ávila María Fernanda

2016

Índice

Introducción.....	1
Palabras clave:	2
Generalidades	3
El proceso de comunicación	3
Definición	4
Elementos de la comunicación.....	4
Comunicación organizacional	6
Tipos de comunicación organizacional.....	7
Comunicación interna	7
Comunicación descendente	7
Comunicación ascendente	7
Comunicación horizontal	7
Comunicación externa.....	8
Relaciones públicas	8
Publicidad.....	8
Publicidad institucional	8
Conclusión	10

Propuesta de tema de tesis.....	11
Objetivo General	11
Agradecimientos	11
Referencias	12

Índice de figuras

Ilustración 1 Proceso de comunicación (Shannon & Weaver, 1948).....	5
---	---

Introducción

La comunicación es un elemento importante en cualquier relación humana, ya que de manera natural nos permite estar en contacto con otras personas y poder transmitir pensamiento, ideas o sentimientos.

En las organizaciones, de igual manera es muy importante mantenerse comunicados y sobre todo, establecer una correcta comunicación para que los empleados sean capaces de trabajar en armonía con los objetivos y metas de las empresas.

En este presente trabajo, se aprenderá qué es la comunicación organizacional y cuáles son los tipos que existen para hacer comprender los mensajes dentro de las organizaciones de manera eficiente y efectiva.

Palabras clave:

- Comunicación organizacional
- Comunicación interna
- Comunicación externa
- Descendente
- Ascendente

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Generalidades

La comunicación organizacional también es conocida como comunicación corporativa cuando es que se trata de una empresa, o en su caso, comunicación institucional cuando es acerca de una institución pública, y consiste en el proceso de emisión y recepción de los mensajes dentro de una organización que sea compleja.

Este proceso podría ser interno, basado en las relaciones existentes dentro de la organización, o externo. Si esta es una empresa, la comunicación puede darse en tres sistemas:

- Operaciones (tareas u operaciones)
- Reglamentarias (órdenes o instrucciones)
- Mantenimiento (relaciones públicas, publicidad y captación).

La comunicación organizacional, también puede ser comprendida como un proceso de producción, circulación y el consumo de significados entre el público y la organización.

(Wikipedia, s.f.)

El proceso de comunicación

Antes de entrar al campo de comunicación organizacional, es necesario definir en primera instancia qué es comunicación.

Definición

Martínez y Nosnik definen al proceso de la comunicación como «Un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje y espera que esta última dé una respuesta, ya sea un actitud, conducta u opinión». (Martínez & Nosnik, 1988)

Elementos de la comunicación

La comunicación es un proceso en el que participan algunos elementos que son indispensables para que éste se pueda llevar a cabo con cierta eficiencia. A continuación se describen de manera detallada:

- **Emisor/fuente:** Es una o varias personas que poseen ideas, información y un propósito para comunicar, es decir; quienes buscan comunicarse con uno u otros y es de quienes inicia la transmisión de los mensajes.
- **Encodificación:** Es traducir la idea a comunicar en un código, sin importar que sean palabras orales o escritas o incluso otros símbolos que tengan un significado fácil de entender para la otra persona. Es decir, poner una idea en un lenguaje que sea entendible tanto para la persona que envía como para quien recibe.
- **Mensaje:** Es la forma que se le otorga a una idea o algún pensamiento que el comunicador desea transmitirle al receptor, en otras palabras, es la idea sobre lo que el emisor quiere que en sí el receptor reciba.
- **Medio o canal:** Es el vehículo a través del cual viaja el mensaje del emisor al receptor.
- **Decodificación:** En este caso, contrario a la encodificación, es cuando se traduce el código a la idea propia que el emisor quiso transmitir, y en este

elemento es donde se puede saber si la retroalimentación es eficaz o errónea.

- **Receptor:** Es la persona o personas que reciben el mensaje, y responderán a éste de acuerdo a lo adecuado que hayan sido los elementos anteriores.
- **Retroalimentación:** Respuesta que el receptor da al emisor acerca de si recibió o no el mensaje y si lo ha interpretado de una manera adecuada.

(Martínez & Nosnik, 1988)

Por otro lado, Shannon y Weaver presentan a la comunicación como un proceso en el que participan la persona que emite el mensaje, el código en que se puede traducir para el receptor, el mensaje, canal o medio y finalmente la respuesta que otorga el receptor para el emisor.

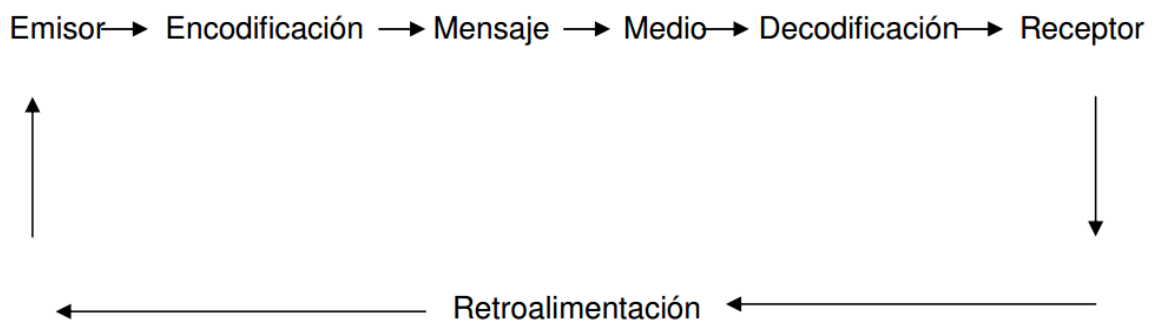


Ilustración 1 Proceso de comunicación (Shannon & Weaver, 1948)

Comunicación organizacional

Las organizaciones de éxito son aquellas en las que se les da verdadera importancia a la comunicación e información, ya que han comprendido que éstas contribuyen a mejorar el ambiente comunicativo y el clima laboral; es decir es dinamizador y animador de acciones individuales y colectivas procurando la integración de esfuerzos y el fortalecimiento de una institución.

Por esto, los miembros pueden garantizar su conocimiento e identificación con la organización y empresa, debido a que ellos se sienten tenidos en cuenta para el desarrollo de las metas de la organización.

Según Abraham Nosnik, para que la comunicación logre ser efectiva dentro de las organizaciones debe de ser:

- Abierta
- Evolutiva
- Flexible
- Multidireccional
- Instrumentada

(Torrijos, 2009)

De acuerdo al autor Lucas Marín, el interés sobre el estudio de la comunicación surge en necesidades teóricas y prácticas en las empresas, encaminadas a mejorar las habilidades de quienes intervienen en proceso económico y en la evolución de las teorías enfocadas cada vez más a la cultura organizacional. (Lucas Marín, 1997)

El mismo autor, afirma que la comunicación es el medio que permite orientar conductas individuales para establecer relaciones interpersonales que ayuden a trabajar juntos para alcanzar una meta.

Tipos de comunicación organizacional

Comunicación interna

«Conjunto de acciones que engloban los procesos comunicativos que se establecen entre la empresa y empleados, y el resto del público interno de la institución». (De Marchis, 2003)

Comunicación descendente

Este tipo de comunicación no debe de entenderse solo como aquella que surge en la gerencia y se dirige a empleados, sino también aquella que surge en altos mandos y de ahí se dirige hacia la gerencia, ya que en cierto modo, ambas tienen sentido. (Martínez & Nosnik, 1988)

Comunicación ascendente

Este tipo se da de subordinados a superiores, Goldhaber la define como «aquellos mensajes que fluyen de empleados a superiores, con el propósito de formular preguntas, proporcionar retroalimentación y hacer sugerencias»

(Goldhaber, 1984)

Comunicación horizontal

Esta comunicación se da entre las personas que se encuentran en un mismo nivel de autoridad dentro de la misma organización. (Goldhaber, 1984)

La comunicación horizontal puede darse entre:

- Miembros de distintos o mismos grupos
- Miembros de diferentes departamentos
- Entre la línea y el staff

Comunicación externa

Todo aquel tipo de comunicación que se realiza dentro de una organización y que están dirigidas a públicos externos, con el único fin de mantener o de perfeccionar relaciones públicas logrando proyectar una mejor imagen corporativa.

Relaciones públicas

Diferentes actividades y/o programas de comunicación que son creados para mantener las relaciones con diferentes públicos que forman la organización.

Publicidad

Distintos mensajes enviados a través de medios masivos y evocan una imagen favorable para la institución.

Publicidad institucional

Es considerada una herramienta de relación pública, tienen como objetivo incrementar la venta de productos o servicios de la empresa.

(Torrijos, 2009)

Conclusión

La comunicación organizacional es un factor primordial para la gestión de las empresas, el buen manejo de esta puede hacer que la organización sea exitosa y permanezca mucho más tiempo en el mercado.

A pesar de que existen diversos tipos de comunicación, siempre va a estar formada por los mismos elementos, los cuales le facilitan a las empresas seguir transmitiendo aquella información importante para todos los empleados sin importar el nivel jerárquico que poseen.

Unos mensajes expresados de manera correcta en un ambiente y con un canal adecuados, se podrán convertir en una acción positiva por parte del receptor y de forma contraria, un mensaje no transmitido de forma adecuada, causará ambigüedad y problemas dentro de la organización.

Propuesta de tema de tesis

La comunicación organizacional como un elemento de fortalecimiento para el crecimiento de las PyMES.

Objetivo General

Identificar los enfoques y las estrategias de la comunicación que aporten al fortalecimiento de una organización, partiendo de las áreas de Administración y Gerencias.

Agradecimientos

Al Tecnológico Nacional de México por ser mi alma máter y al Dr. Fernando Aguirre y Hernández por su apoyo y motivación para realizar estos artículos en la materia de Fundamentos de Ingeniería Administrativa.

Referencias

De Marchis, G. (2003). Organización y dirección del Gabinete de comunicación. *Facultad de Ciencias de la Comunicación*.

Goldhaber, G. M. (1984). *Comunicación organizacional*. México: Editorial Diana.

Lucas Marín, A. (1997). *La Comunicación en las empresas y en las organizaciones*. Barcelona.: Colección Bosch Comunicación.

Martínez, d. V., & Nosnik, A. (1988). *Comunicación organizacional práctica*. México: Trillas.

Shannon, & Weaver. (1948). *The Mathematical Theory of communication*.

Torrijos, B. (2009). *Insofol*. Recuperado el Mayo de 2016, de http://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/La-Comunicacion-Organizacional.html#.VyfEd_nhDIV

Wikipedia. (s.f.). Recuperado el Mayo de 2016, de https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_organizacional