

# **“EL ÉXITO DE UNA EMPRESA Y LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”**

## **INTRODUCCION:**

De forma gradual los directores y gerentes se han dado cuenta de que el éxito, buen funcionamiento y logro de objetivos no solo se basa en la calidad del servicio o producto sino también del buen funcionamiento interno y la buena comunicación. No obstante, no solo es importante la buena comunicación interno si no también la comunicación externa con el entorno que los rodea, clientes, proveedores, socios, etc.

La comunicación organizacional no es solo una moda pasajera, ya es una necesidad actual comprobada.

## **DEFINICION DE COMUNICACIÓN:**

“Proceso mediante el cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje y espera que esta última de una respuesta, sea una opinión, actitud o conducta” (APACHE SOFTWARE FOUNDATION, 2016)

## **ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN:**

- Emisor: una o varias personas con ideas, información y un propósito para comunicar.
- En codificación: traducir la idea a comunicar en un código. Puede ser mediante palabras orales, escritas u otros símbolos que tengan un significado. Por lo tanto, pone la idea en el lenguaje indicado tanto para el que transmite como para el que recibe.
- Mensaje: es la idea estructurada sobre lo que el emisor quiere que el receptor reciba.
- Canal: es el medio por el cual viaja el mensaje del emisor al receptor.

- Decodificación: es cuando se traduce el código a la idea propia que el emisor quiso transmitir.
- Receptor: es quien o quienes reciben el mensaje enviado por el emisor.
- Retroalimentación: es la respuesta que el receptor da al emisor

### **EFFECTOS DE LA COMUNICACIÓN:**

Cuando transmitimos un mensaje esperamos una reacción, es decir, causar un efecto sobre otro. Estos efectos básicamente son cambios de comportamiento, actitudes y/o ideas del receptor como respuesta del mensaje que recibió. Estos cambios dependen no solo del mensaje en sí, sino también de la habilidad de comunicación que tenga el emisor, del conocimiento del tema y las actitudes que tenga al respecto de esta otra persona.

Estos cambios se pueden dividir en tres tipos:

- 1) Cambios en los conocimientos
- 2) Cambios en la actitud y opinión
- 3) Cambios en la conducta aparente

### **DEFINICION DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:**

“Es el proceso mediante el cual un individuo o una de las subpartes de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra subparte” (APACHE SOFTWARE FOUNDATION, 2016)

“La comunicación organizacional es un grupo u organización es parte del fortalecimiento y desarrollo institucional y se concreta principalmente en las acciones comunicativas que parten de los vínculos y articulaciones en y de la organización y se proyectan potenciando la práctica y visibilidad de la institución y su tarea.” (FAVARO)

“La comunicación organizacional es el entramado de mensajes formados por símbolos verbales y signos no verbales que se transmiten diádicamente y de manera seriada dentro del marco de la organización.” (ANSEDE ESPÍNEIRA, 2010)

### **CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:**

- Ocurre en un sistema complejo y abierto que es influenciado e influencia al medio ambiente
- Implica mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y el medio empleado
- Implica personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y habilidades.

### **PLAN ESTRATEGICO DE LA COMUNICACIÓN**

#### 1. Análisis Diagnostico

- Investigación de público objetivo y potencial
- Investigación interna, por medio de análisis de clima laboral y evaluación del plan de comunicación interna.
- Investigación externa, evaluación de la imagen externa de la empresa.
- Investigación de la competencia, para saber que debemos ofrecer, cambiar o explotar.

#### 2. Comité de comunicación

- Formar un grupo de especialistas en comunicación que evalúen el plan continuamente, e implementen otras estrategias para llevar a cabo dicho plan de mejor manera.

### 3. Objetivos de comunicación

- Determinar que metas se buscan alcanzar con el plan

### 4. Estrategias

- A partir de los resultados obtenidos y los objetivos propuestos, establecer estrategias para el logro de estos.

### 5. Establecimiento de acciones concretas

- Determinar qué es lo que se quiere hacer, como, cuando, donde, porque, a través de que, etc.

### 6. Calendario y presupuesto

- Fijar fechas para las acciones a realizar al igual que fijar un costo.

### 7. Herramientas de control

- Implementar mecanismos de evaluación y control de resultados después de un determinado tiempo.

## **TIPOS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

### **A. Comunicación interna:**

Es aquella que busca el logro de objetivos organizacionales a través de mensajes que fluyan de manera eficiente en el interior, las relaciones satisfactorias entre sus miembros, un ambiente de trabajo agradable, etc.

#### **Responsabilidades de la comunicación interna:**

- Establecer los elementos de la comunicación
- Establecer los objetivos
- Establecer estrategias comunicativas
- Establecer un sistema de acceso a la información
- Establecer prioridades comunicativas

#### **Objetivos de la comunicación interna:**

- Se debe implicar a todos los miembros de la organización en la visión y misión de la organización, inculcando confianza y lealtad
- Consolidar un estilo de dirección
- Equilibrar la información ascendente, descendente, horizontal y transversal
- Proyectar una imagen positiva de la empresa
- Favorecer la adecuación a los cambios internos y externos

#### **Funciones de la comunicación interna:**

- Investigar
- Orientar
- Informar
- Animar

- Coordinar
- Organizar campañas
- Formar

Redes de comunicación en las organizaciones:

- Redes formales  
Estas se utilizan cuando los mensajes fluyen por caminos oficiales dictados por la jerarquía. Dentro de las redes formales los mensajes pueden circular de manera descendente, ascendente y horizontal. La comunicación descendente es aquella que se produce de un alto mando a un subordinado con un puesto menor, la comunicación ascendente es la que se da de subordinados a superiores y la comunicación horizontal es la que se da entre personas de mismo nivel jerárquico.
- Redes informales: son aquellas en donde los mensajes no fluyen siguiendo los canales formales e la comunicación. Esta tipo de comunicación informal se lleva acabo básicamente como conversaciones que tienen los empleados sobre algún tema ya sea referente al trabajo o no. Este tipo de comunicación surge por la necesidad de las personas de relacionarse con otras y mantener contacto con ellas.

## B. Comunicación Externa

“Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales medios de comunicación, etc.), encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios.” (GUZMAN PAZ, 2012)

## Tipos de comunicación externa

- Relaciones públicas: El fin de estas es crear una imagen favorable de la empresa entre sus propios productos, empleados, accionistas y el público en general. No obstante, estas relaciones deben ser humanas, Cordiales, Profesionales y permanentes.
- Publicidad: la publicidad es una forma de comunicación pagada e impersonal sobre la organización, sus productos, o ambos que se transmite a una audiencia mediante un medio masivo.
- Publicidad institucional: Es un tipo de publicidad del producto e institucional y se dirige a promover la imagen de la organización su reputación o ideas.

## **IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**

“Los procesos comunicacionales se vuelven parte fundamental del éxito de una empresa, si se cuenta con un sistema de comunicación que genere confianza, baja incertidumbre, participación, así como una serie de sentimientos positivos, los empleados trabajaran en armonía.” (SORIA ROMO & PÉREZ ESPARZA)

Algunos aspectos a resaltar son los siguientes:

- Conduce a una mayor efectividad
- Aumenta el compromiso con la organización
- Ayuda a los empleados a entender la necesidad de cambios
- Ayuda a que las personas sean tomadas en cuenta
- Ayuda a los empleados a manejar los cambios

- Permite que los miembros sientan que tienen participación activa en la empresa
- Ayuda a reducir la resistencia al cambio
- Aumenta la motivación de los empleados para tener un mejor desempeño
- Logra mejores relaciones y entendimientos entre jefes, colegas y subordinados

### **BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:**

- Deficiente selección de los canales de comunicación
- Los efectos de la condición que se producen debido al nivel jerárquico
- Falta de retroalimentación
- Las distorsiones perceptivas debido a un concepto pobre de sí mismo
- Las distracciones físicas hacen mucho ruido
- Las diferencias culturales
- Los problemas semánticos cuando se utilizan las mismas palabras de distintos modos

## **CONCLUSION:**

Hoy en día la comunicación organización es un factor sumamente importante ya que toda empresa está inmersa en un ambiente de competencia, apertura, complejidad, en donde la modernidad comunicacional avanza a paso agigantados y por ello debe tomar parte de ella para sobrevivir.

Con ayuda de una buena comunicación organizacional la empresa puede alcanzar sus metas, obtener múltiples beneficios, mejorar la coordinación en el trabajo, logra compromiso por parte de los trabajadores, incrementa relaciones externas, entre muchos otros beneficios.

Es importante mantener una buena comunicación dentro de la organización no solo de jefes a subordinados sino también de colaborador a colaborados, de subordinados a jefes, de proveedores y clientes hacia la empresa y viceversa todo para lograr mejores beneficios para ambas partes.

## **AGRADECIMIENTOS:**

Le agradezco a mi alma mater el Instituto Tecnológico de Orizaba, al profesor Fernando Aguirre y Hernández quien imparte la materia de Fundamentos de la Ingeniería Administrativa por demostrarnos que somos capaces de escribir artículos de diversos temas, por fomentarnos el habito de la lectura y sobre todo por ayudarnos a darnos cuenta de lo que somos capaces de lograr.

## BIBLIOGRAFÍA

ANSEDE ESPÍÑEIRA, P. (2010). *LA COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO*. Coruña: ESCUELA UNIVERSITARIA DE RELACIONES LABORALES DE A CORUÑA.

APACHE SOFTWARE FOUNDATION. (2016). *APACHE SOFTWARE FOUNDATION*.  
Obtenido de COMUNICACION ORGANIZACIONAL:  
[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/sandoval\\_t\\_mj/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf)

FAVARO, D. (s.f.). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. ARGENTINA : CREAS.

GUZMAN PAZ, V. (2012). *COMUNICACION ORGANIZACIONAL*. MEXICO: RED TERCER MILENIO.

SORIA ROMO , R., & PÉREZ ESPARZA, A. (s.f.). IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO FACTOR DE EFECTIVIDAD ORGANIZACIONA: EL CASO COMPARATIVO DE TRES ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EN JALISCO.  
*IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO FACTOR DE EFECTIVIDAD ORGANIZACIONA: EL CASO COMPARATIVO DE TRES ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EN JALISCO* (págs. 5-13).  
JALISCO : CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURIA, ADMINISTRACION E INFORMATICA.