



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO CAMPUS PACHUCA



DEPARTAMENTO ACADEMICO DE CIENCIAS ECONOMICO
ADMINISTRATIVO

CARRERA: Ingeniería en Gestión Empresarial

ASIGNATURA: Dinámica Social

PRESENTA:

Hernández Primitivo Leydi

DOCENTE:

Moreno Tapia Ángel Jesús

2er semestre, Grupo B

“Importancia de la comunicación organizacional como factor de efectividad organizacional: el caso comparativo de tres organizaciones no gubernamentales en jalisco”

Aimée Pérez Esparza y Rigoberto Soria Romo

La comunicación en las organizaciones es un tema de creciente importancia tanto práctica como académica

Dentro de la organización existen una gran cantidad de áreas de estudio, desde cultura, clima, comportamiento, comunicación organizacional entre otros. Para este estudio se tomará en cuenta a la comunicación organizacional ya que desde nuestro punto de vista es uno de los factores organizacionales más importantes.

Como mencionan Soria y Alvarado (2010), “la comunicación es un fenómeno que ha estado presente desde el origen de la humanidad, en diversas manifestaciones: oral, escrita, pictográfica, kinésica, paralenguaje, proxémica, entre otras. Siendo ésta misma la amalgama entre el ser humano y las relaciones entre ellos “. Por lo anterior, el estudio de la comunicación se vuelve de vital importancia, ya que, si se cuenta con una estrategia de comunicación adecuada dentro de la organización, la empresa logrará ser más efectiva y productiva.

Así mismo, se afirma que la comunicación organizacional permite gestionar la información ampliando el conocimiento de procesos y genera confianza entre las personas, favoreciendo el cumplimiento de propósitos comunes, mejorando la interrelación entre los diferentes grupos de interés en los sectores productivos y potencializando el trabajo en equipo, lo cual facilita la planeación y gestión en la organización.

De esta manera comunicación organizacional favorece la gestión empresarial a través de la generación de estrategias y canales de comunicación efectivos que propician, a nivel interno, una mayor productividad, calidad, integración del colectivo y mejores resultados; y, a nivel externo, se genera un mayor impacto. Además, la comunicación organizacional facilita la interacción, agiliza los flujos de información, propende por un óptimo clima organizacional que se refleja en el reconocimiento y posicionamiento en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales

Los estudios organizacionales en la actualidad han tenido un gran impulso dada la necesidad del empresario por obtener mejores estrategias que le permitan contar con una organización efectiva, por lo cual investigadores de todo el mundo se han dado a la tarea de localizar aquellas áreas organizacionales que tienen una relación importante con la empresa y su efectividad.

La comunicación organizacional es un elemento que garantiza la promoción, el desarrollo y posicionamiento de las organizaciones. En muchos casos, las instituciones educativas públicas, por ser entidades sin fines de lucro, tienden a aplicar menos estrategias y programas de gestión de comunicación que permitan impulsarlas y posicionarlas en la comunidad

La principal finalidad de la comunicación organizacional es primordial para cumplir con los objetivos institucionales; elementos que en conjunto dan paso al desarrollo de las empresas y de sus empleados para que se vayan preparando para alcanzar su mejor desempeño en los mercados.

Los estudios organizacionales se han vuelto de un interés especial por aquellos que pretenden entender el interior de las empresas, la cual requiere de un conjunto de factores que le permiten a la misma el éxito, dentro de estos factores de interés se encuentra la comunicación organizacional, ya que mediante ésta se genera un sistema por el cual se hará llegar la información a los miembros de la empresa. Los estudios organizacionales que consideran a la comunicación, han investigado aspectos específicos de comunicación como los medios, las tecnologías, se han enfocado a relaciones entre comportamiento y comunicación, así como a las características de la organización y han explorado la naturaleza simbólica y política de la comunicación en procesos organizacionales

En la sociedad del conocimiento, la acumulación de información reviste suma importancia, pero esta información pierde valor si no se transmite de forma adecuada. Por tanto, reiterando nuestra afirmación inicial, no nos cabe ninguna duda de que el fenómeno comunicativo puede calificarse como el sistema nervioso de la organización. La comunicación es un factor de poder en las organizaciones por que hace posible la cohesión e identidad de sus miembros, constituye a su vez, la identificación, selección y combinación de los medios eficaces para el logro de los objetivos que se propone, genera la coordinación de las acciones que se requieren para la realización de estos objetivos.

Permite que los miembros sientan que participan en la empresa y aumentan la motivación para tener un buen desempeño. Aumenta el compromiso con la

organización. Logra mejores relaciones y entendimientos entre colegas, jefes y subordinados, así como las personas dentro y fuera de la empresa.

La comunicación es un elemento de gran relevancia en las relaciones humanas. Una persona, por naturaleza, requiere relacionarse con otros individuos para poder satisfacer sus necesidades de afecto y socialización.

En el caso de las empresas, la comunicación es la base estructural de cualquier organización. La transmisión de información es una actividad diaria y de gran importancia. Las empresas necesitan mantenerse actualizadas, estar al tanto de las nuevas tendencias e innovar en productos y servicios, lo cual permite su permanencia en el mundo de los negocios y estar dentro de las empresas altamente efectivas. Para eso es necesario que se comprometan a nivel corporativo a darle el valor que realmente se le debe dar a los procesos vitales de comunicación interna y que le permitan alcanzar los objetivos institucionales y ser competitivas en relación a las demás organizaciones.

La comunicación organizacional es una herramienta fundamental en las relaciones laborales hoy en día, ya que da lugar a la transmisión de la información dentro de las organizaciones para identificar los requerimientos y logros de las mismas y de sus colaboradores. La comunicación organizacional permite el conocimiento de los recursos humanos, su desarrollo en la empresa, así como la productividad que generan. La comunicación interna, es el conjunto de todas las actividades realizadas por una empresa para crear y mantener las relaciones entre sus miembros, a través del buen uso de los diferentes medios de comunicación existentes en la organización.

La comunicación en las organizaciones es un tema de creciente importancia tanto práctica como académica. En primera instancia se expone un marco teórico relacionado con la comunicación organizacional y la importancia de la misma en relación al buen desempeño de la organización, para el logro de sus objetivos y metas. Por otra parte, se hace un rápido recorrido por algunas escuelas de pensamiento sobre administración y organizaciones y su tratamiento de la comunicación. Sin embargo, se encuentra una limitación en la teoría, ya que ha sido desarrollada, cuando menos en nuestro país, en base a la observación de las empresas, un solo tipo de organización, por lo que no necesariamente se aplica a todo tipo de organización.

Se complementa el trabajo con el estudio de los procesos comunicativos de tres organizaciones no gubernamentales, tanto al interior de las mismas como con sus públicos externos.

La idea de que podemos reflexionar de forma inteligente sobre la naturaleza de los seres humanos, sus relaciones entre ellos y con las fuerzas espirituales y las estructuras sociales que han creado, y dentro de las cuales viven, es por lo menos tan antigua como la historia registrada (Wallerstein, 2007).

Fuentes Navarro (2008), afirma que las teorías de la comunicación, elaboradas en los campos del conocimiento filosófico, de las ciencias naturales o formales, de las humanidades o de las ciencias sociales, son construcciones alternativas para interpretar sistemáticamente y comunicar a otros o con otros, la forma en que se relacionan en lo práctico concreta las dimensiones constitutivas e instrumentales de la comunicación.

La importancia que la comunicación tiene dentro de las organizaciones para el cumplimiento de objetivos y metas es decir mantener una efectividad organizacional, en los tres casos expuestos se logra percibir que, si bien son organizaciones no gubernamentales, el mantener un adecuado sistema de comunicación les ha permitido contar con un buen desempeño dentro del mercado. Sin embargo, también se observa una limitación teórica, ya que la comunicación organizacional, al menos como se ha desarrollado en México, se ha basado en empresas, es decir organizaciones económicas, cuya comunicación externa es corporativa o mercadológica. Sin embargo, falta desarrollar una categoría para estudiar y analizar la comunicación externa de otro tipo de organizaciones que no son empresariales, como es el caso de las organizaciones no gubernamentales.

Navarro.R.(2008). *La comunicación desde una perspectiva sociocultural: Acercamientos y provocaciones 1997-2007*. ITESO: Guadalajara.

Soria R. Rigoberto y Aida Alvarado Borrego. (2010). *Comunicación organizacional en tres organizaciones no gubernamentales en Jalisco: un análisis comparativo*, Ponencia presentada en el XXII Encuentro Nacional AMIC, Universidad Iberoamericana, México, D.F., Junio de 2010.