

Urkund Analysis Result

Analysed Document: PACHECO SANTILLAN PATRICIA PAOLA • PALMA NAVARRETE
STEFANI ALEXANDRA.docx (D38238151)
Submitted: 5/3/2018 3:07:00 AM
Submitted By: jmendozac4@unemi.edu.ec
Significance: 1 %

Sources included in the report:

<http://www.monografias.com/trabajos98/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion.shtml>
<http://www.monografias.com/trabajos96/comunicacion-gestion-gerencial/comunicacion-gestion-gerencial2.shtml>
<http://www.redalyc.org/html/782/78212103/index.html>

Instances where selected sources appear:

3

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un proceso cognitivo superior utilizado para transmitir información de una persona a otra, conocidas como emisor y receptor. Dentro de las organizaciones es indispensable la comunicación, puesto que permite realizar tareas con mayor probabilidad de éxito. La cantidad de información manejada en una empresa es abundante debido a la constante interacción que se tiene entre empleados, proveedores y clientes, por lo tanto, es fundamental mantener una comunicación clara y concreta. La comunicación en las organizaciones es muy importante pues incrementa la productividad al compartir información con todos los colaboradores acerca de la organización, misma que ayuda a que el personal esté relacionado con todo lo que se propone en la empresa.

En la actualidad se ha generado una explotación de los recursos tecnológicos a nivel mundial, haciendo que las empresas utilicen medios de comunicación más avanzados, destacándose el correo electrónico, llamadas telefónicas, redes sociales entre otros. CITATION Rom18 \l 12298 (Romero, 2011) Menciona que la comunicación organizacional es compleja; la responsabilidad social corporativa en el marco de las empresas ciudadanas, contribuyen al fortalecimiento de modelos gerenciales adecuados a las nuevas estructuras organizacionales, que integran las comunidades u organizaciones colaborativas, cuya particularidad se visualiza como política de ventaja competitiva e innovación empresarial.

En las organizaciones los integrantes o colaboradores crean y establecen comunicación gracias a las relaciones que establecen unos con otros, por medio de la comunicación se determina funciones que debe cumplir cada colaborador y se establecen responsabilidades, a su vez permite determinar la razón de ser dentro de la empresa. Para explicar, analizar y deducir comportamientos, es necesario determinar y programar tácticas que lleven al cambio y a plantear metas tanto individuales como grupales. Si se logra hacerlo en conjunto se obtendrá un benéfico mutuo y común para todos los integrantes para esto es muy importante tener comunicación motivada, clara y eficaz.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento De Problema El presente trabajo es acerca de la comunicación organizacional para mejora de la productividad. La comunicación es un componente principal en todo ámbito, en esta ocasión nos enfocaremos en las organizaciones, de no existir una buena comunicación y relación de trabajo entre los colaboradores, no se podrá ejecutar tareas o actividades, esto podría afectar a los integrantes de la organización y podría haber serios problemas dentro de la empresa. La comunicación dentro de las organizaciones puede no ser transmitida de forma eficaz debido a limitaciones en lenguaje, falta de medios de divulgación, dificultad para administrar la información, carencia de habilidades interpersonales, incomprensión del mensaje, mal manejo del personal por parte de los jefes, desconocimiento de la cultura organizacional y la falta de compromiso de los trabajadores. Las organizaciones

pueden tener dificultad si la comunicación es mala, pues eso podría crear malentendidos entre los colaboradores y afectaría el desempeño tanto individual como grupal. Por eso la comunicación es

fundamental e importante y ayudan a establecer, mantener y fomentar las relaciones que se dan en las organizaciones. En las organizaciones crean tácticas de comunicación para que ayuden a incrementar audiencia con el público y clientes externos, no solo se enfocan en que obtengan

0: <http://www.redalyc.org/html/782/78212103/index.html>

68%

información sino que plantean visiones y actividades que beneficien a que la empresa cumpla con sus

metas planteadas.

La incorrecta gestión de la información puede generar como consecuencia, dificultad para desenvolverse de modo competitivo, incomprensión del mensaje, desinformación del personal, incumplimiento de los objetivos organizacionales, mala toma de decisiones, disminución de la productividad, desmotivación de los empleados. Se debe tener cuidado de que no se filtren o alteren información falsa, esto generaría una cadena de rumores y afectara a la organización y colaboradores. En base a estudios afirman que la comunicación dentro de las organizaciones es fundamental para la mejora de la productividad. Por ello se ha decidido realizar el presente estudio donde se indague a profundidad las causas y consecuencias anteriormente mencionadas, de igual manera se plantearan posibles soluciones a la problemática. Dentro de los factores que intervienen directamente en los procesos de comunicación esta la cultura organizacional. "Este es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones .En este conjunto de conceptos están representadas las normas informales y no escritas que orientan el comportamiento cotidiano de los miembros de la organización, comportamientos que pueden o no estar alineados con los objetivos de la organización" CITATION Gro08 \l 12298 (Gross, 2008)

¿La Comunicación En Las Organizaciones Para La Mejora De La Productividad? • Variable Independiente: La variable independiente también conocida como variable determinante, en este caso es la comunicación organizacional que se supone que es la causa para mejora de productividad • Variable Dependiente: Las variables dependientes son producidas por la variable independiente, en este caso es la mejora de la productividad.

Objetivo General Realizar un estudio y análisis de comunicación organizacional tanto interna como externa para la mejora de la productividad.

Objetivos Específicos • Demostrar que la comunicación contribuye al logro de los resultados. • Sugerir pautas para mejorar la comunicación. • Explicar los tipos de comunicación organizacional. • Demostrar la importancia de las relaciones interpersonales para la mejora de la comunicación.

Justificación

El presente trabajo de investigación pretende realizar un estudio y análisis de la comunicación organizacional tanto interna como externa para la mejora de la productividad, permitiendo detectar las falencias de comunicación existentes y sugiriendo pautas para fortalecer el trabajo en equipo. Utilizando los conocimientos adquiridos durante la formación profesional de Psicología General en la Universidad Estatal de Milagro. El tema "La comunicación organizacional para la mejora de la productividad" fue elegido por la relevancia que tiene en la actualidad, mediante investigaciones se ha logrado comprobar que la buena comunicación mejora la eficacia con la que se elaboran los procedimientos y tareas diarias, además de incrementar los lazos afectivos entre el equipo de trabajo.

Actualmente el país posee un alto índice de desempleo, puesto que las empresas han quebrado debido al mal liderazgo del capital humano. La falta de conocimiento acerca del manejo del personal por parte de los jefes genera molestia en los trabajadores, haciendo que su rendimiento disminuya. Por otro lado, el no saber cómo corresponder a las demandas de los empleados genera desmotivación al ejecutar sus actividades diarias. La comunicación es fundamental en todas las organizaciones, pues una excelente comunicación ayudará al logro de los resultados, es decir, al crecimiento de la empresa otorgándole mayor competitividad. El permanente desarrollo del mercado genera necesidad de actualizar conocimientos, capacitar al personal, mejorar las estructuras físicas para que los empleados realicen sus actividades de forma satisfactoria, incrementando la lealtad hacia la empresa.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

En países del continente africano la comunicación empresarial es definida como la recopilación de procedimientos, el mensaje y las herramientas empleadas en la emisión de la información; es decir, se toman en consideración los diversos factores que intervienen en el proceso de comunicar como la postura que adquieren las organizaciones al momento de dar a conocer su misión, designar responsabilidades y su actitud frente a los clientes. En los últimos años los estudios acerca de la comunicación organizacional se han incrementado comprobando su importancia para el funcionamiento normal de las empresas, ayuda a transmitir la información por todas las áreas de la empresa. Para que el intercambio de mensajes sea efectivo cada miembro de la organización desempeña un rol comunicativo. La comunicación organizacional es considerada una herramienta estratégica que favorece el logro de resultados organizacionales, además de fortalecer la unión de los trabajadores e incrementar la fidelidad de los colaboradores hacia la empresa proporcionando una buena imagen para las personas que se encuentran dentro de la empresa y de igual manera para los clientes. La comunicación organizacional se divide en dos clases: • Comunicación interna, es aquella que se realiza por parte de los trabajadores dentro de la empresa y trata de crear pensamientos positivos del empleador para que los trabajadores se sientan en plena libertad de dar a conocer sus opiniones y necesidades a los directivos. • Comunicación externa, es aquella generada dentro de la organización y que se encuentra dirigida hacia personas ajenas

a la empresa sean estos proveedores, medios de comunicación o el público en general con la finalidad de promocionar los servicios que ofrece.

CITATION Fer10 \ 12298 (Fernández C. , 2010) "La interna que se refieren a los programas internas de reuniones, diálogos, capacitación, conciencias y motivación para con el personal; y, la externa que se dirige a grupos de interés externos, como clientes, proveedores, accionistas, Estado y público en general". En un nivel más específico, las funciones de la comunicación se examinan dentro de un contexto diádico (relación superior-subordinado). Las funciones específicas de la comunicación son: instrucciones de trabajo, razones fundamentales del trabajo, procedimientos organizacionales e información de carácter ideológico para inculcar un sentido de misión CITATION Fer02 \ 12298 (Fernández, 2002)

Para

CITATION Bra09 \ 12298 (Brandolini, Gonzales, & Hopkins, Comunicación Organizacional, 2009) las organizaciones comunican en todo momento, desde cuando emiten mensajes hasta cuando callan. Los procesos comunicacionales son los que sostienen a las organizaciones como una red tergiversada de relaciones, donde intervienen diferentes actores. Es por ello que dentro de una organización se pueden identificar dos tipos de formas de comunicación según a quien esté destinada, la comunicación externa y comunicación interna. CITATION Chi05 \ 12298 (Chiavenato I. , Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones, 2005) Es un sistema racional de cooperación puesto que las personas que la constituyen están dispuestas a cooperar entre sí de manera racional e intencional para alcanzar los objetivos planteados en conjunto, mismos que no podrían ser alcanzados de forma individual.

CITATION

Bra091 \ 12298 (Brandolini, Hopkins, & Gonzales, Comunicación Organizacional, 2009) Definen a la comunicación en dos grupos: • La comunicación formal: Es una forma de comunicación que aborda temas laborales principalmente. Es planificada, sistemática y delineada por la organización. Por lo general, utiliza la escritura como medio de expresión y canales oficialmente instituidos. Suele ser más lenta que la informal ya que requiere del cumplimiento de las normas y tiempos institucionales. • La comunicación informal: Es una forma de comunicación en la que se abordan aspectos laborales, que no circula por los canales formales. Utiliza canales no oficiales (conversaciones entre compañeros de trabajo, encuentros en los pasillos, baño, cafetería, ascensor, entre otros). La comunicación informal no debe confundirse con el canal informal. Por ejemplo, un desayuno de trabajo es una reunión informal ya que proviene de un responsable de la empresa quien está comunicando formalmente algún tema. CITATION Chi09 \ 12298 (Chiavenato I. , Gestión del talento humano, 2009) Asegura que una organización no debe cimentarse únicamente sobre una jerarquía de autoridad, sino sobre una base sólida de comunicación e información. Todos los colaboradores de una organización deben asumir sus responsabilidades de acuerdo a la información difundida. CITATION Bra092 \ 12298 (Brandolini, González, & Hopkins, Comunicación Organizacional, 2009) Afirman que todo comunicador dedicado a la comunicación interna de la empresa, tiene como objetivo desarrollar estrategias integrales y

detectar problemas en la comunicación entre los miembros de una organización, las áreas y entre los diferentes niveles de mando. CITATION Koo12 \l 12298 (Koontz H. , Administracion, una perspectiva global y empresarial, 2012) Indica que el objetivo de la comunicación en una empresa es disponer de información para facilitar los procesos de cambio dentro de la misma, es decir, influir en la acción de los miembros para lograr el bienestar de la empresa. Chiavenato (2009) sostiene también que la administración de recursos humanos necesita procesar mucha información sobre las personas para que los gerentes de área tomen decisiones eficientes y adecuadas en el tiempo correcto. CITATION New11 \l 12298 (Newstrom, 2011) Indica que en el proceso de comunicación, existen interferencias que pueden limitar la comprensión de un mensaje, a pesar de que el receptor se esfuerce por decodificarlo. Estos obstáculos operan como ruido o barreras en la comunicación, pueden surgir en el entorno físico, en forma de sonidos distractores o en las emociones de un individuo, como la distracción. El ruido puede entorpecer la comunicación, eliminar parte de ella o darle un significado incorrecto a los mensajes emitidos. Dentro de los tipos de barreras se encuentran las personales, físicas y semánticas. CITATION Koo121 \l 12298 (Koontz H. , Administracion, una perspectiva global y empresarial, 2012) Refiere que dentro de las organizaciones existen barreras o interrupciones. El autor sostiene que la mayor parte del tiempo los problemas de comunicación son síntomas de problemas más específicos dentro de la empresa, como una mala planeación o una estructura organizacional mal diseñada. Las barreras pueden estar tanto en el emisor, como en la transmisión del mensaje, en el receptor o en la retroalimentación. CITATION Koo122 \l 12298 (Koontz, 2012) Habla acerca de las Pautas para mejorar la comunicación y refiere que la comunicación efectiva es responsabilidad de todas las personas de la organización; gerentes, jefaturas y operativos. Las siguientes pautas favorecen las barreras de la comunicación:

- Aclarar el objetivo del mensaje. El emisor del mensaje debe tener claro qué es lo que desea transmitir y deben realizar un plan para lograr su objetivo.
- Utilizar un código claro. La comunicación efectiva requiere que la codificación y decodificación del mensaje sean con símbolos que el emisor y el receptor conozcan; como el idioma que se vaya a utilizar.
- Consultar los puntos de vista de los demás miembros de la empresa. La planeación de la comunicación debe consultarse a otras personas, motivándolas a participar en el proceso para recopilar datos, analizar el mensaje y seleccionar los medios apropiados para transmitirlo.
- Considerar las necesidades del receptor. Es importante transmitir mensajes que le sean útiles al colaborador y que sean necesarios tanto en su desarrollo personal como profesional.
- Utilizar el tono y lenguaje apropiados para asegurar la credibilidad del mensaje. En la comunicación, el tono, la elección del lenguaje y la congruencia entre lo que se transmite y de qué forma se realiza, influyen en la reacción del receptor del mensaje.
- Recibir retroalimentación. Generalmente la comunicación se transmite sin comunicar, esta solo se completa cuando el receptor comprende el mensaje. Únicamente si hay retroalimentación en el proceso comunicacional, el emisor sabrá si se comprendió el mensaje. Lo anterior se logra a través de realizar preguntas, solicitar respuestas y animar a los receptores a presentar sus reacciones al mensaje emitido.
- Considerar las emociones y motivaciones del receptor. La función de la comunicación también trata con emociones del colaborador, las cuales son muy importantes en las relaciones interpersonales entre superiores, subordinados y colegas de una empresa. De igual forma, la comunicación es vital para crear un ambiente laboral positivo, donde los colaboradores se

sientan motivados a trabajar hacia las metas de la empresa, al mismo tiempo que conseguir sus objetivos personales. • Escuchar. La comunicación eficaz y positiva es responsabilidad no solo del emisor, sino también del receptor de la información, por lo tanto, escuchar es la clave para comprender los mensajes que se emitan y reciban. CITATION Pal12 \l 12298 (Palomo, 2012) Afirma que para que la comunicación sea eficaz son necesarias las siguientes características: • Comunicación adaptada. La comunicación tendrá en cuenta las expectativas, necesidades e intereses del receptor; necesita también ser adecuada a las características de los colaboradores a quienes va dirigida la información. Debe ser oportuna y coherente con la cultura organizacional y valores de la empresa y del equipo de trabajo. • Interés. Supone tener el deseo y la voluntad de fomentar la comunicación en el equipo de trabajo. Si realmente se desea proporcionar información efectiva y favorecer la participación activa de los colaboradores, las primeras acciones las realizará la dirección, de esta forma muestra voluntad e interés real. • Transparencia. Se tendrá que comunicar con todas las consecuencias que este proceso conlleva. La información se brindará con calidad, precisión y claridad, de esta forma aumentará tanto la comunicación descendente como la ascendente. • Simplicidad. El emisor necesita tener claro qué desea transmitir y a quién, y en función de estas variables, determinar que canales serán los más adecuados para enviar la información. El mensaje tendrá que ser simple y concreto para que disminuya la probabilidad de deformación en la comunicación. • Variedad de medios. Para asegurarse que la información llega en condiciones óptimas, es necesario pensar en la utilización simultánea de varios canales comunicaciones, como correo electrónico, reuniones, entrevistas y demás. La comunicación se la puede definir como “un fenómeno social de intercambio de mensajes, o bien, un proceso de transmisión de mensajes con vistas a lograr una respuesta a un cambio de actitudes”. CITATION Tor98 \l 12298 (Torre, 1998) La posibilidad que el mensaje

que se transmitió fue entendido como el que lo emite desea es un gran logro, debido a que en alguna parte del proceso pudo presentarse interferencias y limita la comprensión del mensaje, también denominado como barrera de comunicación. Hay que tener en cuenta que para alcanzar una comunicación clara efectiva y eficaz se necesita definir qué es lo que se desea comunicar y a quien se va a comunicar, cual es el medio más eficaz y finalmente al receptor. “

El aspecto más importante en el ámbito interno de una organización, es la consideración de la comunicación interna como una dinámica creadora de flujos informativos y también de lugares de encuentro entre las diferentes áreas de trabajo, secciones de la empresa o niveles jerárquicos con el motivo de mejorar el análisis y la solución de problemas”. CITATION Mar \l 12298 (Deschamps & Gabriel)

La mayoría de las organizaciones olvidan incentivar continuamente al recurso humano, generando a futuro que los trabajadores busquen mejores oportunidades laborales en la competencia, por lo tanto, es primordial que las empresas hagan lo posible por conservar a sus mejores empleados. Para ello es necesario infundir una cultura organizacional que cree en los coladores un sentimiento de pertinencia, donde la comunicación será un instrumento que ayude a responder a las necesidades del empleado y de igual manera del empleador. La comunicación organizacional favorece el surgimiento de afinidad entre los individuos del

equipo de trabajo. De igual manera se ve involucrada en la designación de tareas y en la instauración de responsabilidades.

CITATION Cue09 \1 12298 (Cuevas, 2009) "Para comprender la comunicación organizacional, se debe reconocer que esta se encuentra siempre unida a los propósitos, la misión y la visión de la misma, es por esto, que se deben definir las directrices que le ayudarán a comprender el papel de cada uno de los elementos de la comunicación, planteando estrategias que puedan mejorar el intercambio de informaciones, con el fin de cumplir a cabalidad con los objetivos planteados por la institución, sea pública o privada. Es por este motivo, que la autora plantea la identificación de los modelos de comunicación promuevan la comprensión del proceso humano de la comunicación, en diversos contextos, especialmente en el ámbito organizacional; en procura el beneficio de todos sus actores". Según CITATION Dub02 \1 12298 (Dubrin, 2002) "En las empresas y organizaciones es muy importante que trabajen personas que tengan conocimiento en relaciones humanas, igualmente es primordial que se establezcan grupos que incentiven el trabajo en conjunto, esto contribuye a que la empresa avance y que existan relaciones laborales adecuadas, dentro y fuera de la empresa, ya que si no es así la comunicación se verá muy afectada y no se puede trabajar efectivamente con productividad".

Dentro de las organizaciones cualquier que esta sea no importa el tipo o tamaño la comunicación organizacional son flujos que se manejan y se dan dentro de las empresas, entre los flujos tenemos que son ascendentes, descendentes y horizontales, esto ayuda a establecer relaciones entre los colaboradores, cuando la comunicación es interna las relaciones en el trabajo se vuelve un ambiente tranquilo, también es considerada como el intercambio de información que consigue el desarrollo para todos, esto se da gracias a la integración de las nuevas tecnologías, que es la nueva metodología utilizada en la sociedad actual.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

El presente trabajo se realizó mediante la revisión de fuentes de información, en esta investigación se utilizaron dos tipos de fuentes que son la fuente primaria y la fuente secundaria. A continuación, se detallarán las bases/fuentes de información que se utilizaron en este trabajo: Redalyc, Scielo, Diane, Google Académico, Libros, Artículos Científicos, Revistas Científicas, Tesis Doctorales, Tesis Nacionales e Internacionales, Bibliografías, Repertorios de la Unemi, donde se pudo encontrar temas relacionados con la comunicación organizacional. Los métodos y técnicas utilizados en esta investigación fueron la observación documental, análisis y síntesis. Con los resultados de la investigación se determinó que la comunicación es fundamental e importante para mejorar las relaciones interpersonales y trabajo en equipo y esto conlleva a la mejora de la productividad. La información fue extraída en un 100% mediante el uso de la investigación documental, utilizando como primer paso la recolección de artículos científicos, posteriormente analizar la información obtenida. Se eligió los documentos más inclinados hacia la temática y se procedió a descargarlos para formar una base de datos. Por último, se realizó el presente documento mediante la lectura de cada

artículo, iniciando por la introducción, el planteamiento de objetivos, marco teórico, desarrollo del tema y conclusiones fue la etapa final, aquí surgieron las ideas principales que aportan a la investigación realizada. Esta investigación es no experimental ya que no se manipulará de forma directa las variables, es decir se observará la problemática en su estado natural, sin generar cambios en la misma. La investigación documental permite describir, analizar, explicar y elaborar conclusiones a partir de artículos con relevancia científica. El tutor fue el encargado de realizar el acompañamiento para la realización de esta investigación documental, nos guio y explico cómo debemos elaborar y el orden a seguir también las fuentes que debemos revisar, mismas que fueron mencionadas con anterioridad para iniciar.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

Actualmente en las empresas sean estas pequeñas, medianas o grandes, tienen la necesidad de crear y comunicar medios que ayuden al crecimiento de la empresa, es decir a metas y objetivos planteados. La comunicación es una interacción social que se dan dentro de las organizaciones y está ligada a la motivación de los colaboradores, si existe una buena comunicación entre ellos se lograra mejorar la productividad. A su vez existen diferentes tipos de comunicación, las cuales en ocasiones crear confusión o mal entendido al momento de intercambiar información, esto se debe a como cada colaborador (individuo) interpreta la información dada, sea esta una tarea o actividad a ejecutar, lo que provoca desacuerdos a la hora emitir ordenes que se deben realizar. Por eso debe sugerir pautas para mejor la comunicación organizacional con el fin de alcanzar metas planteados y a su vez esto ayudara a mejorar relaciones interpersonales entre los colaboradores.

Dentro de las organizaciones la poca participación de los colaboradores en el momento de la retroalimentación de los procesos ocasiona problemas de comunicación sean esta falta de información o información mal interpretada.

De

acuerdo a CITATION Chi98 \1 12298 (Chiavenato I. , 2007) Comunicación proviene del latín Comunicativo y significa hacer común. Hace referencia al intercambio de información a través de caracteres o símbolos familiares a la persona, sean estos verbales, o no verbales. Según CITATION Cas13 \1 12298 (Castillo, 2013) "La comunicación empresarial facilita al administrador el cumplimiento de los objetivos, determinando acertadamente a dónde se quiere llegar". CITATION Als12 \1 12298 (Alsina, 2012) Considera que "La comunicación es el mecanismo mediante el cual se transmite información, cuya asimilación del mensaje depende de la existencia de un método para la retroalimentación del mismo."

La comunicación dentro de las empresas en la actualidad pretende obtener métodos y técnicas que ofrezcan mayor facilidad para transmitir información. Al mismo tiempo se busca hacer partícipes a los colaboradores para que contribuyan con ideas innovadoras que favorezcan el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

CITATION Bra093 \1 12298 (Brandolini, Hopkins, & Gonzales, Comunicación Organizacional., 2009) Afirman que la comunicación interna es una herramienta indispensable para lograr mayor compromiso y competitividad dentro de la estructura organizacional. La comunicación en el aspecto empresarial se la define como “el flujo de mensajes dentro una red de relaciones interdependientes”. CITATION Gol841 \1 12298 (Goldhaber, 1984)

La comunicación Organizacional es un proceso necesario para cumplir con las metas empresariales. Los miembros del equipo de trabajo lo realizan de manera voluntaria e intencional, cabe recalcar que el mensaje mientras es transmitido puede variar su contenido debido a la mala interpretación. Existen dos tipos de comunicación: • La comunicación formal, es aquella realizada sistemáticamente, puede ser de forma oral (órdenes de superiores a subordinados) o escrita (oficios, reglamentos, boletines, entre otros), misma que tiene como función informar con exactitud temas relevantes para la organización obteniendo un margen de error mínimo. • La comunicación informal es aquella generada por los compañeros de trabajo que tiene lazos de amistad o pertenecen a un mismo grupo, es utilizado para transmitir información no oficial que entretiene a quienes escuchan, se producen en reuniones entre compañeros, encuentros en cafetería, horas de descanso, entre otros. Al no tener una fuente verídica de información es llevada de una persona a otra variando su contenido.

Es importante que las empresas ejecuten programas para detectar y prevenir falencias comunicacionales donde participen todos los colaboradores. Al reforzar la cooperación de las áreas de la empresa se logrará tomar decisiones eficaces que facilitaran el logro de resultados organizacionales. De la misma manera, ofrece otros beneficios como aumentar el sentido de pertinencia hacia la empresa, aumentar la motivación y productividad de los trabajadores. Existen dificultades al decodificar el mensaje entre las principales se destacan: las barreras semánticas, generadas a partir de la incorrecta interpretación del mensaje, puesto que el receptor puede entenderlas de forma diferente (Por ejemplo, diferentes idiomas). Las barreras físicas, son aquellas que surgen del ambiente y ocasionan interferencia (Por ejemplo, ruidos). Por último, las barreras psicológicas originadas por los estados emocionales, valores o diferente cultura (Por ejemplo, estereotipos).

Actualmente las empresas han comprendido la importancia de cuidar al capital humano desde una perspectiva integral, teniendo en consideración la salud mental y física. Para ello se han creado varios programas que cuentan con el respaldo del ministerio de trabajo. De la misma manera se ha desarrollado estrategias para la mejora de la comunicación entre las principales se destacan: • Comunicación adaptada, es decir se acopla a las necesidades del emisor y receptor, favoreciendo el intercambio ágil de mensajes; respetando los valores y la cultura de la empresa. • Interés, se refiere a la intención de comunicar, cuando un individuo del equipo impulsa la participación existen grandes posibilidades que el resto del grupo siga sus pasos. • Transparencia, la información que se suministre en la empresa debe ser auténtica, sin importar las consecuencias que se deriven de la misma. • Simplicidad, el mensaje tiene que ser simple y concreto, por el contrario, se puede limitar la comprensión del mensaje. • Variedad de medios, para transmitir la información de forma eficiente mediante el uso de herramientas tecnológicas, como por ejemplo el correo electrónico, llamadas telefónicas, fax, entre otros.

La cultura corporativa creada por los dueños de la empresa es una buena estrategia creada para además de crear sentido de pertinencia, los colaboradores sean más competitivos. Es decir, al mostrar los objetivos organizacionales, misión, visión, políticas, rol que cumplen, ayuda a entender las metas que ellos deben cumplir de forma individual para beneficio de la empresa.

0: <http://www.monografias.com/trabajos96/comunicacion-gestion-gerencial/comunicacion-gestion-gerencial2.shtml> 42%

1: <http://www.monografias.com/trabajos98/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion.shtml> 40%

La comunicación se comprende como un fenómeno, disciplina, técnicas y actividades orientadas a favorecer el flujo de información que se dan los con integrantes de la organización y su

objetivo primordial es cumplir con las metas planteadas.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

- La presente investigación ayudo a comprender la importancia de una comunicación bidireccional, donde el empleado ya no es visto como alguien que solo ejecuta ordenes de superiores, sino como la persona que aporta ideas a la empresa. Por lo tanto, es fundamental que se permita el desarrollo de las habilidades y destrezas de los colaboradores.
- La comunicación dentro de la organización aparte de mejorar la productividad brinda otros beneficios dentro de los principales destacan el cumplimiento de los objetivos organizacionales, aumentar el sentido de pertinencia, enriquecer los lazos de amistad de los colaboradores, toma de decisiones eficaz, incrementa la competitividad, entre otros.
- La comunicación Organizacional es fundamental en el funcionamiento de cualquier empresa, es útil y primordial todo esto al intercambio de información por parte de los colaboradores según la posición de cada uno.
- La planificación y desarrollo de estrategias a favor de la comunicación organizacional permite una mayor comprensión del mensaje destruyendo las barreras del lenguaje que interfieren con la transmisión correcta de los objetivos organizacionales.
- La comunicación organizacional es esencial y muy importante en toda organización y su objetivo primordial es lograr resultados, a su vez ayuda en la relación de entre colaboradores logrando así integrarlos lo que permite dar una imagen favorable a la organización. También tiene como objetivo erradicar barreras de comunicación a través de diferentes metodologías como es la evaluación de desempeño, entre los tipos de comunicación puede ser ascendentes, descendentes, entre otras y de las diferentes formas que se puede comunicar hoy en día gracias a las tecnologías.
- La comunicación organizacional puede ser tanto interna como externa, la interna se relaciona con todos los que trabajan en la organización mientras que la externa tiene que ver con personal fuera de la organización entre caso el cliente o público.

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

Instances from: <http://www.monografias.com/trabajos98/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion.shtml>

1: <http://www.monografias.com/trabajos98/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion.shtml> 40%

La comunicación se comprende como un fenómeno, disciplina, técnicas y actividades orientadas a favorecer el flujo de información que se dan los con integrantes de la organización y su

1: <http://www.monografias.com/trabajos98/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion.shtml> 40%

La Comunicación Organizacional se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su

Instances from: <http://www.monografias.com/trabajos96/comunicacion-gestion-gerencial/comunicacion-gestion-gerencial2.shtml>

2: <http://www.monografias.com/trabajos96/comunicacion-gestion-gerencial/comunicacion-gestion-gerencial2.shtml> 42%

La comunicación se comprende como un fenómeno, disciplina, técnicas y actividades orientadas a favorecer el flujo de información que se dan los con integrantes de la organización y su

2: <http://www.monografias.com/trabajos96/comunicacion-gestion-gerencial/comunicacion-gestion-gerencial2.shtml> 42%

la comunicación organizacional se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su

Instances from: <http://www.redalyc.org/html/782/78212103/index.html>

0: <http://www.redalyc.org/html/782/78212103/index.html> 68%

información sino que plantean visiones y actividades que
beneficien a que la empresa cumpla con sus

0: <http://www.redalyc.org/html/782/78212103/index.html> 68%

información sino que genere igualmente visiones y actividades,
que favorezcan a que la organización cumpla con sus
