INTRODUCCIÓN

Cualquier organización, por pequeña que sea, posee una estructura organizacional, la cuál está constituida por "los patrones de relaciones y obligaciones formales, por la descripción de puestos, las reglas formales, las políticas de operación, los procedimientos de trabajo, etc." (Nosnik 2001:11). La manera más común de representar dicha estructura es a través de los organigramas. El análisis de estos esquemas nos permite observar cuáles son los patrones formales esperados de comunicación dentro de la organización.

Lo anterior nos lleva a ver que la comunicación es uno de los elementos y ámbitos importantes para toda organización, ya que ayuda a mantenerla unida, pues proporciona medios para transmitir información necesaria para la realización de actividades y la obtención de metas y objetivos organizacionales.

Toda persona que labora en una dependencia gubernamental, como la Secretaría de Turismo del Estado de Puebla, que conforme mayor sea la responsabilidad (gerencial o directiva), más tiempo se dedica a la comunicación y al manejo de información como parte medular del quehacer diario. El gerente y el directivo dedican más del 70% de sus actividades diarias a la comunicación: leer y redactar memorandos, circulares, cartas, documentos; hacer y recibir llamadas a superiores, pares, subordinados, agente dentro y fuera de la institución; tener reuniones, juntas y asistir a comités; hacer y recibir visitas donde, formal o informalmente, se tratan aspectos del trabajo.

Los diagnósticos de comunicación han venido a confirmar los hallazgos de estudios similares en el extranjero, que identifican a la comunicación como uno de los elementos que impactan de manera más relevante este trabajo. En dichos estudios figuran el contexto más adecuado para mejorar la productividad y el desempeño sobre bases más sólidas y permanentes. Los acuerdos necesarios sobre metas, sistemas y procedimientos, normas, y la comprensión de lo que implica se facilitaran y optimizaran cuando se haga lo propio con la comunicación.

El Gobierno del Estado a través de la Secretaría de Turismo (SECTUREP), tiene entre sus propósitos que la sociedad conozca la historia, cultura y geografía del Estado, los recursos naturales y la riqueza gastronómica, así como los valores que identifican la región. Sin dejar a un lado la promoción nacional e internacional del estado de Puebla, como destino turístico, de negocios, cultural, de recreación y aventura. Cabe señalar que por medio de esta se mantienen o dan origen a la creación de nuevas fuentes de empleo de forma importante para la entidad.

Por la importancia que representa una dependencia de esta magnitud para la entidad, es necesario contar con un medio de comunicación organizacional eficiente que permita una comunicación interna dinámica, que al mismo tiempo se ajuste a las necesidades tanto de los empleados como de la organización. La presente tesis tiene como objetivo hacer una evaluación de la satisfacción que poseen tanto autoridades como administrativos con respecto a la calidad y la frecuencia de la información, así mismo, cómo lo anterior puede perjudicar la pro-actividad de los miembros de esta dependencia (tomando como base su estructura orgánica).

Es importante señalar que la SECTUREP, nunca había sido objeto de estudio de ningún tipo de investigación organizacional. Debido a lo anterior y para sustentar nuestro diagnóstico se elaboró un marco teórico basado en los estudios realizados en comunicación organizacional.

Una observación bastante significativa, que dirigió y hasta detuvo en ciertos momentos el rumbo de esta investigación, fue el siguiente: el sistema administrativo dentro de los organismos gubernamentales no es del todo accesible, los resultados que arroja este diagnóstico apoya la idea de que la población pierda la credibilidad en los organismos públicos, volviéndose "el cambio y la ley de transparencia dentro de la administración pública" sólo una promesa constante en cada temporada electoral o hasta una falsedad por parte del mismo órgano presidencial.

Los resultados del diagnóstico demostraron que la Secretaría de Turismo no tiene graves fallas en su forma de comunicarse y resultan eficientes. Sin embargo, no hay que olvidar que todavía sigue la incertidumbre sobre los resultados obtenidos en este diagnóstico por los factores señalados en los capítulos contenidos dentro de esta tesis. Es por eso que se decidió realizar un video de resultados para esta dependencia buscando reforzar y apoyar al personal a seguir adelante con ese tipo de administración que hasta el momento han desarrollado.

Con respecto a la estructura del documento, en la primera parte (Capítulo 1) se pone una breve descripción de la cultura organizacional de la dependencia, así mismo, se señala parte de sus estatutos orgánicos y estructura organizacional; factores que permitieron reconocer el contexto en el que se efectuó esta investigación.

En el segundo apartado (Capítulo 2) se definen todos los conceptos que dan sustento a la presente tesis, dividiéndose en tres partes, las cuales abarcan los rubros de comunicación, comunicación organizacional y finalmente lo que es el diagnóstico.

En la tercera sección (Capítulo 3) se aborda tanto la metodología como el procedimiento que se siguió al momento de elaborar esta tesis. Dividiéndose en dos partes: la primera con los fundamentos metodológicos como lo son encuesta y cuestionario. La segunda parte muestra el procedimiento empleado para la aplicación de los instrumentos de medición en la población total. Así mismo, se define la pre-producción y el objetivo del material audiovisual que se presentará como apoyo de este documento.

En la cuarta parte (Capítulo 4) se procede al análisis y confrontación de datos obtenidos después de haber aplicado la evaluación, al mismo tiempo, se presentan las gráficas para apoyar estos resultados. Además de presentar el guión final para la producción del video de resultados para la dependencia.

Finalmente en el quinto apartado (Capítulo 5) se hace una descripción global de los hallazgos encontrados y se procede a señalar los puntos de oportunidad que auxilien a un mejor desempeño del rubro estudiado.

Los anexos que se ubican al final del presente documento corresponden a lo siguiente: al organigrama de la SECTUREP, un ejemplar tanto de la encuesta como del cuestionario y un compendio con todas las gráficas arrojadas al momento de analizar los resultados del estudio.