CAPITULO I

INTRODUCCION

1.1"El Saber Comunicar: Garantía de éxito en la organización"

La presente investigación es un diagnóstico sobre los canales de comunicación interna utilizados actualmente por los empleados en sus distintos niveles jerárquicos de la empresa Televisa Veracruz.

Dicha investigación parte de un estudio exploratorio de los diversos elementos que componen el sistema de comunicación interna de la empresa y de un análisis a fondo de los canales de comunicación organizacional interna con los que cuentan los trabajadores de dicha empresa para interactuar con los demás integrantes de la organización y para transmitir a los demás sus ideas e información en general.

En dicho análisis también buscamos conocer cuáles son las necesidades y expectativas por parte de los empleados de la empresa hacia los canales de comunicación interna con los que cuentan en la empresa, es decir su grado de satisfacción, y la efectividad de los canales en cuanto a si cumplen o no con su función.

Con base en este análisis se hará una propuesta donde se sugerirán posibles canales de comunicación interna que sustituyan o complementen a los ya existentes para que sus funcionamiento y las expectativas por parte de los empleados hacia dichos canales sean satisfactorias.

1.2 El porqué de la investigación - Justificación

Como ya es sabido, la comunicación es un elemento primordial para el desarrollo de cualquier empresa. Es por ello que al estar frente a una empresa dedicada a la comunicación masiva tan importante como lo es Televisa Veracruz, no podemos hacer a un lado su base, es decir la manera en que la comunicación fluye dentro de la estructura interna de la empresa.

Este proceso es muy importante para la televisora y para cualquier empresa en general, ya que allí es en donde se da el intercambio de información, ideas y que permite a los empleados en sus distintos niveles o puestos que ocupen dentro de la empresa, interactuar con los demás, mantenerse informados con respecto a lo que sucede en el interior de la organización, dar a conocer sus opiniones, puntos de vista y decisiones, es decir a través de la comunicación interna el empleado nunca perderá el contacto con la empresa y con cada una de las partes que las componen.

En esta investigación consideramos que analizar los canales ("en qué medio", siguiendo el paradigma de Lasswell) que se emplean en la comunicación organizacional interna en Televisa – Veracruz es muy importante ya que en este punto la información al ser transmitida (Emisor a Receptor) dentro de las distintas redes de comunicación se puede distorsionar, nulificar o llevar hacia otros receptores dentro de la organización, ocasionando así un desajuste, desorden o caos en el desarrollo de la organización.

1.3 OBJETIVOS

Dentro de esta investigación se han delimitado de la siguiente manera los objetivos o pasos a cumplir durante este proceso:

Objetivo General:

El objetivo principal de este estudio es realizar un diagnóstico que permita conocer la efectividad de la comunicación organizacional interna de la empresa Televisa-Veracruz, mediante un análisis de los canales que utilizan los empleados en sus distintos niveles para interactuar con los demás miembros dentro de la institución.

Para lograr dicho objetivo partimos de la delimitación de objetivos o pasos específicos a cumplir durante la investigación:

Objetivos Específicos:

• Revisar las diversas concepciones teóricas que existen sobre comunicación organizacional, así como los distintos tipos y funciones de los canales de comunicación interna en las instituciones. Esto nos permitirá conocer en sí lo que es el flujo comunicativo en la organización y reconocer la importancia de este proceso en la empresa. Clasificar los tipos y funciones de los canales de comunicación interna en las instituciones nos ayudará a reconocer la importancia de estos como elemento clave para que se logre la transmisión de información. Conocer la diversidad de ellos

nos permite diagnosticar cuál es el canal idóneo para cumplir determinada función en la empresa que estudiamos.

- Identificar la estructura organizacional (organigrama) dentro de la televisora Televisa- Veracruz. Esto nos ayudará a entender cómo está integrada la organización y a identificar qué posición y qué función ocupan y cumplen los empleados que laboran en ella. Además nos servirá para esclarecer el motivo por el cual utilizan determinado sistema de comunicación interna en cierto nivel de la empresa, así como para diagnosticar, al igual que en el objetivo anterior, cuál canal es el ideal para facilitar la comunicación dentro de la empresa.
- Describir las líneas o redes formales de comunicación en las que se transmite la información en forma ascendente, descendente y horizontal. Esto nos servirá para ver de qué manera fluyen los distintos tipos de comunicación en la empresa y así diagnosticar cuáles son los más efectivos para el logro de los objetivos que se plantean.
- Identificar los canales o medios de comunicación interna que utilizan los empleados de Televisa- Veracruz en sus distintos niveles jerárquicos y las funciones que cumplen dichos canales, para conocer así qué tan efectivos resultan. A partir de esto podremos sugerir cambios o ajustes que permitan que los canales cumplan mejor con su función.

- Conocer en qué medida se satisfacen las necesidades y expectativas de los empleados de la televisora en cuanto a los canales de comunicación interna, para así poder conocer el grado de satisfacción que hay en ellos.
- Plantear una serie de sugerencias estratégicas enfocadas a hacer más efectiva la comunicación en esta organización. El diagnóstico que se realice permitirá evaluar la efectividad de las actuales redes de información al interior de la empresa y con base en él será posible proponer mejorías y ajustes a los canales y las prácticas comunicativas existentes.

Este trabajo de investigación está conformado por diferentes fases revisadas en cada capítulo. En forma sintética la estructura y el contenido de esta tesis se expone a continuación:

Como primer paso y dentro del Capítulo 2, se presenta una revisión y una semblanza de la empresa Televisa–Veracruz, partiendo de sus antecedentes históricos y describiendo su estructura organizacional, redes y canales de comunicación interna.

En el capítulo 3, se elabora un marco teórico dividido en tres partes: La primera se enfoca en la comunicación, con el fin de conocer diferentes perspectivas de este proceso esencial para las organizaciones, partimos de una revisión bibliográfica de los conceptos básicos de la comunicación en general, desde la visión teórica clásica hasta autores contemporáneos. Y se hablará de

los distintos niveles en que se da la comunicación. Así, se explicarán los niveles intrapersonal, interpersonal, grupal, organizacional y social o masivo.

Aún en el desarrollo del marco teórico, una segunda parte se enfocará en la conceptualización de la organización. Por lo que a ella se refiere, se mencionarán algunas de sus definiciones, se clasificarán los tipos de organización que hay, se discutirá conceptualmente la idea de cambio organizacional; y se revisarán algunas teorías de la organización y la teoría de sistemas. Este capítulo finaliza considerando la importancia de la comunicación al interior de las organizaciones.

Para complementar el marco teórico en la tercera y última parte se define de manera conceptual lo que es la Comunicación Organizacional desde diferentes enfoques y a través de distintos modelos y niveles. Definiremos también lo que son las redes, los flujos de comunicación y los canales de comunicación interna, distinguiendo algunos ejemplos de estos canales.

Se revisarán también las barreras que impiden un flujo de comunicación eficaz y las formas de obstáculos que podemos encontrar en la transmisión de información dentro de la organización. Por último, este capítulo abordará el concepto de satisfacción enfocado específicamente a la comunicación dentro de la organización. Esto se debe a que el estudio de caso que aquí se presenta incluye medir el nivel de satisfacción que los

empleados de la empresa Televisa Veracruz poseen respecto de los canales de comunicación interna y su efectividad.

De esta manera, la revisión conceptual ayuda a crear una base que explica y respalda de manera teórica cada uno elementos necesarios para realizar el análisis.

En el Capítulo 4 se explican cada uno de los pasos que comprenden el proceso metodológico que se utilizó durante la investigación. Asimismo, se especifican y definen los instrumentos de medición de acuerdo con la técnica utilizada: cualitativa o cuantitativa. Esta investigación hizo uso de ambas técnicas. Las técnicas cualitativas que se utilizaron fueron la entrevista para los directivos de la empresa y la técnica cuantitativa fue el sondeo para los empleados. En este capítulo se detalla cómo se elaboraron los instrumentos y la función específica que cumplieron cada una de ellos.

En seguida se presentan, en el Capítulo 5, los análisis de los resultados de las diferentes técnicas cuantitativas y cualitativas aplicadas, tanto de las entrevistas que se aplicaron como de las encuestas.

En el capítulo 6 se describirán las sugerencias estratégicas que se derivan del estudio realizado. De esta forma se proponen ajustes y cambios pertinentes a los canales de comunicación interna que resulten idóneos para la empresa.

Por último, el capítulo final se expone las conclusiones y reflexiones generales que se obtuvieron con esta tesis.