CAPITULO VI

Conclusiones

La importancia de haber tomado como tema de tesis el realizar un análisis cualitativo de la comunicación interpersonal entre los individuos involucrados en la planeación y realización de una campaña publicitaria basándose en una Teoría de Comunicación Interpersonal, la cual es la del Análisis Transaccional, radica en que es un tema que tiene mucho que dar y en donde se pueden aportar ideas nuevas en base al estudio realizado.

Una comunicación mal aplicada dentro de una empresa, repercute en todos los sentidos dentro de la misma. En el caso de Idea Visual, se pudo ver que la comunicación interna repercutía en el tiempo de entrega de los proyectos y en la claridad que se tenía en cuanto a lo que los diseñadores tenían que entregar a cuentas, sin embargo a través de la observación no participativa y a las entrevistas a profundidad, se pudo concluir que la falta de orden en cuanto al seguimiento de un mismo proceso de comunicación para todas las campañas publicitarias y el saber trabajar en equipo haciendo uso de

todos los involucrados dentro de las campañas, afectaba a los proyectos que se tenían en la agencia.

Al haber analizado los conceptos presentados en esta tesis, así como el haber realizado una investigación cualitativa dentro de Idea Visual podemos concluir que la comunicación interpersonal que existe entre los empleados de una empresa, en este caso Idea Visual, es básica para el buen funcionamiento de la misma.

Podemos dar por sentado, que un buen flujo de comunicación guiado por diversas redes, puede detectar problemas que muchas veces no son vistos inmediatamente. Sin embargo, a través de las entrevistas aplicadas durante la investigación pudimos darnos cuenta que a pesar de que supuestamente cada uno de ellos tiene bien definido lo que tiene que hacer, aún existen dudas y contradicciones entre lo que le corresponde a cada uno.

Así mismo podemos darnos cuenta de que el trabajo que se hace bajo un orden y un mismo lineamiento, no deja espacio para grandes equivocaciones, puesto que hay un mismo proceso que seguir.

Por otro lado y habiendo platicado con los colaboradores de la agencia, existe la disposición por parte de todos los involucrados para mejorar dicha comunicación y así poder cumplir con las metas que se tienen dentro de Idea

Visual y poder seguir creciendo como empresa y como profesionistas dentro de su ramo.

Por todo lo anterior, se sugiere una futura investigación a fondo acerca de nuevos métodos de comunicación que puedan seguir para la mejora continua en Idea Visual. Así como la aplicación del proceso de comunicación sugerido en el capítulo anterior y posteriormente analizar los resultados de la misma teniendo en cuenta la disposición que existe por parte de los empleados de la empresa para el buen desarrollo de la misma.