

CAPÍTULO 5
ALGUNAS CONSIDERACIONES Y
RECOMENDACIONES PARA EL DISEÑO DE UN
MODELO DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA
OCESA ENTRETENIMIENTO

Como todo programa de cambio organizacional, la comunicación corporativa debe considerar diversos factores para que sea exitosa, entre ellos se encuentran como los más significativos tanto la comunicación organizacional interna y externa como la propia imagen corporativa.

Por tal razón, en el presente apartado se dan algunas recomendaciones para que la empresa OCESA Entretenimiento, tome en cuenta al momento de iniciar su proyecto de Diseño de un modelo de Comunicación.

5.1. Comunicación Organizacional Interna

Es importante mencionar que la existencia de los seres humanos sucede en relación a un sinnúmero de organizaciones, ejemplos de ellas serían: educativas, recreativas, políticas, culturales, familiares, religiosas, etc. En estas el hombre interactúa con otros, que posiblemente tengan una misma ideología.

La comunicación como se ha mencionado en otra parte del proyecto es de los factores que de manera fundamental impactan en el funcionamiento de las organizaciones, es un herramienta, elemento que juega un papel primordial para la supervivencia de las mismas. El intercambio de información entre distintos niveles, departamentos, así como la jerarquización es de las principales actividades de la comunicación.

Hoy en día varias organizaciones únicamente se preocupan y ocupan al posicionamiento de su imagen externa, en pocas palabras; cómo los ve la sociedad. Pero existe otra cuestión que es muy importante de analizar, para estar bien por fuera se necesita una buena comunicación por dentro, para ello existe la comunicación organizacional interna; la cual son actividades realizadas al interior de la organización, que llevan la finalidad de mantener una buena relación entre los miembros de la empresa sin importar nivel jerárquico, siendo que esto se puede lograr a través de los diversos medios de comunicación con los que cuente la empresa u organización.

Esto conlleva a que la organización provea de motivación, expresión, comunicación, unión y apoyo entre los miembros de la organización, logrando las metas u objetivos establecidos por la misma.

- Informar de modo a todos los empleados de la empresa sobre las metas, planes y objetivos de la empresa, las actividades que se están llevando a cabo y los temas relevantes de la misma.
- Es importante establecer una periodicidad informativa que no debe ser modificada por ninguna causa.
- Estimular el flujo de comunicación en doble sentido, tanto vertical como horizontal, el cual deberá estar orientado al diálogo siempre que sea posible.
- Comunicar los acontecimientos más importantes tan pronto como sea posible y utilizar para ello vías convenientes, de modo que la información esté adaptada a quien la recibe y se estimule la expresión de ideas y opiniones.
- Si se decide no comunicar sobre ciertos temas, explicar la razón del por qué se mantiene silencio: confidencialidad, espera, secreto empresarial, riesgos de filtraciones a la competencia, etcétera.

El problema de no realizar este tipo de acciones en la organización, traerá como resultado casi seguro:

El que no haya una versión fidedigna de hechos sobre los que existía sensibilización, ni se discutirá oficialmente sobre los temas controvertidos. Esto puede originar la aparición de rumores o de opiniones negativas de la empresa.

Asimismo, los temas parecidos serán enfocados y tratados de manera diferente en las diferentes áreas de la organización; trayendo como consecuencia la ineficacia y una lamentable imagen como empresa, tanto al interior como al exterior de la misma.

¿Cuáles pueden ser los canales o actividades que promueva la Dirección de la empresa para mantener una buena comunicación interna? Habrá tantos como la imaginación de esa Dirección pueda aportar. Pero, se pueden considerar las siguientes:

A) REUNIONES EN GRUPO

Foros abiertos siempre a la información, al debate y a la exposición de las opiniones de los trabajadores que propicien la solución de conflictos y la toma de decisiones efectivas.

B) REUNIONES INDIVIDUALES

Los encuentros o reuniones, formales o informales, entre alguien de la dirección de la empresa con algún empleado, o de mandos intermedios con sus subordinados, pueden generar cauces muy eficaces de comunicación interna.

C) DISEÑO DE ESPACIOS

Estos tendrían como principal objetivo: poder dar la confianza total al trabajador de conversar con otras personas que permanezcan al organismo, y a su vez poder construir conocimiento sobre las áreas que le sean de interés.

D) PUBLICACIONES INTERNAS

Fortalecer la revista interna que existe, a efecto de que pueda aprovecharse como vía de comunicación y en la que puedan participar los propios trabajadores de la Subdirección de Alimentos y Bebidas. Además de que sería muy conveniente que se desarrollen modelos de difusión de la misión, visión y valores con reportajes muy específicos y que motiven a los trabajadores a aprender la filosofía organizacional.

E) CIRCULARES INTERNAS

Cuando no es necesario realizar reuniones de trabajo las circulares internas pueden ser de gran utilidad, sobre todo si se requiere mantener al personal informado tanto de instrucciones y objetivos, como de resultados y expectativas que se tienen de la empresa.

F) PERIÓDICO MURAL

Una gran ventaja de utilizarlos es que estratégicamente colocados con cuadros, gráficos, fotografías, carteles o similares. Permite a los trabajadores mantener una plena transparencia con la alta dirección y viceversa

G) CARTELES

Se trata de elementos gráficos de información de alguna cuestión concreta, más o menos puntual, dotada de un diseño que pretende atraer la atención del personal de la empresa, para que éste capte, en forma de mensaje, dicha información.

En consecuencia, es utilizable para cuestiones muy concretas, de interés general, normalmente del tipo de anuncio de algo o de alguna campaña sobre algún aspecto o cuestión interno o externo a la empresa.

H) VIDEOS

Se trata de producciones audiovisuales desarrolladas por la empresa para transmitir información, aprovechando las posibilidades de estos medios. Estas informaciones pueden ser generales sobre la empresa y sus actividades, productos o servicios o pueden ser formativas. Incluso pueden incluir elementos de la filosofía de la empresa (misión, visión y valores)

Cuando se plantean videos para desarrollar un plan de formación del personal, en cualquiera de las áreas de la empresa, sí cabe incidir en algunos aspectos de la comunicación interna. Se puede transmitir en el programa formativo desarrollado en el video aquella información que la Dirección considere relevante.

I) ENCUESTA A LOS EMPLEADOS

Es un elemento de comunicación interna que permite recabar la opinión de los empleados sobre algún aspecto de la gestión de la empresa o de sus actividades o procesos e, igualmente, recibir sugerencias de éstos. Evaluación de clima organizacional.

J) BUZÓN DE SUGERENCIAS

Este instrumento permitirá a la Alta Dirección de la empresa recabar opiniones y sugerencias de los empleados bajo el anonimato requerido para que se expresen las ideas con libertad y seguridad.

5.2. Comunicación Organizacional Externa

Para poder complementar lo que sería la comunicación organizacional interna, se debe poner especial atención a lo que el público objetivo está recibiendo, percibiendo y, por ende, actuando en relación con la organización. Debido a que en gran porcentaje del éxito de la organización depende de los públicos externos, (clientes, proveedores, acreedores, distribuidores, etc) es de gran importancia su consideración en el diseño de un modelo de comunicación corporativa.

La comunicación externa tiene como finalidad el mantenimiento o si es posible el perfeccionamiento de proyectar la imagen e identidad corporativa de manera favorable en su público externo, así como la mejora en su área de relaciones públicas.

Sería de gran interés para los miembros de SABE, el que se difundan los principales beneficios que aporta la Subdirección, y la organización en su conjunto, al desarrollo de la comunidad, manteniendo un estrecho vínculo de comunicación social.

5.3. Imagen Pública

Es importante mencionar que la comunicación externa e interna van de la mano, y deben ser implementadas de manera coordinada y coherente para evitar mayores problemas o confusiones entre sus propios trabajadores, así como sus públicos externos.

Recordando que la Imagen pública se crea en parte a través de la comunicación, en consecuencia de los estímulos verbales o no verbales que el organismo, individuo u organización mantenga durante su desarrollo en el medio.