INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional se ha convertido en un área importante de las ciencias de la comunicación, pues el comunicarnos es vital dentro de cualquier momento de nuestras vidas y el estudiar estos procesos resulta de suma importancia para poder entender la relación que la misma puede tener con algunos fenómenos. En el caso de la comunicación organizacional, el fenómeno a tratar, es cómo se dan estos procesos dentro de las organizaciones, cómo se desarrollan los mismos y cómo a través de ella podemos llegar a tener una mayor productividad y un mejor ambiente de trabajo en las organizaciones.

Indudablemente en la actualidad, una de las principales preocupaciones en las empresas, son los estudios organizacionales, para saber y diagnosticar los problemas internos de su empresa. Estos suelen ser diversos como: baja productividad, insatisfacción en el trabajo, alto índice de rotación en su personal y ausentismo entre otros.

Toda persona que haya desempeñado una labor ha de saber que si sus relaciones con sus compañeros de trabajo, así como con su jefe no son buenas, el empleo será insatisfactorio. El individuo más rudo, agresivo e independiente, no se encontrará satisfecho en su puesto si no se entiende bien con el grupo de trabajo. Además, el ajuste a las personas del exterior afecta la estabilidad de una persona en su trabajo. Un empleado, por ejemplo, que no se entienda bien con su pareja, tendrá posibilidades de encontrar en el trabajo algún motivo de insatisfacción que no existía después de la etapa de reconciliación.

Uno de los síntomas más confiables del deterioro de las condiciones de una organización es la escala de satisfacción en el empleo. Sus formas más graves se manifiestan en paros, reducciones en el desempeño del trabajo, ausentismo y excesiva rotación de personal. Los problemas de disciplina y otras dificultades suelen ser también parte del malestar que experimentan los empleados.

Por lo anteriormente señalado y las investigaciones que se han realizado, se ha observado la importancia de la satisfacción en el trabajo en toda organización. Las empresas automotrices, como en este caso "Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.", tienen por un lado la obligación de satisfacer las necesidades de sus clientes y por otro, la responsabilidad de contribuir al desarrollo de su personal y la comunidad en general.

Un estudio de clima laboral nos da cuenta de lo que las personas que integran la organización perciben y no de lo que en realidad se está haciendo; sin embargo, el tener conocimiento de estos datos nos dan la idea de qué hacer para que los esfuerzos de la empresa sean reconocidos por los trabajadores, se sientan satisfechos y como acción de agradecimiento presenten una actitud más positiva.

El objetivo principal del presente trabajo es la presentación de un análisis del clima laboral en la distribuidora "Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V." (Ford), en el que se miden seis variables: *satisfacción, comunicación, liderazgo, retroalimentación, motivación y trabajo en equipo,* todo esto para conocer el grado de satisfacción global en la empresa.

La comunicación organizacional es una herramienta de ayuda en las empresas en general y no debe ser vista como el antídoto a todos los problemas, ya que el comunicador se puede comparar a un médico, que cuando realiza un chequeo a su paciente, si el paciente se resiste a aceptar la veracidad de su diagnóstico, y los resultados de la evaluación, estará dejando la posibilidad de sanar.

En el capítulo I, se estudiaron diferentes definiciones de comunicación organizacional que nos llevan a explicar algunos conceptos básicos usados en la misma, como lo es la comunicación descendente, ascendente, horizontal, informal, la comunicación interna y externa. Para poder entender mejor lo que es un clima laboral estudiaremos las principales teorías de la comunicación organizacional y trataremos de explicar cuáles son sus principales aplicaciones.

El siguiente paso en el estudio, el capítulo II es un análisis de la cultura organizacional que rige en general a las empresas y como ha ido evolucionando con el paso del tiempo, también como complemento analizaremos la cultura laboral en México.

Después, en el capítulo III adquirimos información de la compañía para poder contextualizarnos y tener el conocimiento necesario de la empresa, para contar con las bases necesarias para realizar el diseño metodológico.

El paso siguiente en el estudio, que se presenta en el capítulo IV fue la operacionalización de las variables y creación del instrumento de medición, para después aplicarlo y comenzar con el análisis de la satisfacción, comunicación, liderazgo,

retroalimentación, motivación y trabajo en equipo, para poder hacer un análisis profundo, saber con claridad qué es lo que esta pasando dentro de la empresa y cumplir con los objetivos de la misma.

En el capítulo V se analizan los resultados de la investigación, separándolos por variables y en base a esto se proponen soluciones concretas para mejorar en todos los sentidos que se midieron.

Por último, el capítulo VI se ofrece la conclusión general de este trabajo.