CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIÓN GENERAL

6.1 Conclusión general

Al haber analizado varias definiciones pudimos llegamos a la conclusión de que la comunicación organizacional es el flujo de información que se da en una organización, tanto en su estructura interna como externa, pues dentro de la misma se enfocan diferentes conceptos y usos que nos ayudan a entender las principales teorías de la comunicación organizacional.

Las teorías que analizamos durante esta investigación se dan en diferentes épocas, por lo que nos dan a conocer el desarrollo que ha tenido la comunicación dentro de las empresas desde que surgió. Sin embargo, esto no quiere decir que por haber pasado la época en la que surgieron, sean obsoletas, pues cada una de ellas puede ser aplicada dependiendo del giro de la empresa de la que estemos hablando, además, los modelos que manejan las teorías no son excluyentes, es decir, puede haber una combinación de ellas.

Se ha demostrado que el tener una óptima comunicación es la clave tanto para el desempeño y valor agregado de los empleados, como para la competitividad de la empresa, ya que la comunicación abarca áreas como la satisfacción, motivación, liderazgo, retroalimentación, entre otras ya mencionadas.

Se logró identificar los principales problemas que existen en la distribuidora de autos “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.”, conocimos el grado de satisfacción, motivación, comunicación, liderazgo, retroalimentación y trabajo en equipo, y en base a esto se hicieron las propuestas ya mencionadas en el capítulo anterior.

Como se presentó en el capítulo 4, se realizaron 39 preguntas, las cuales fueron aplicadas en forma de cuestionario a los empleados que laboran en la misma, con el fin de conocer la problemática de comunicación interna que existe. Y se llegó a la conclusión de que “Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V.” es una empresa poco competitiva y las áreas que hay que atacar urgentemente son la retroalimentación y comunicación, ya que no les dan respuesta inmediata a sus problemas, y la retroalimentación que hay entre los diferentes departamentos se da de manera muy vaga y para ellos es muy importante que se haga de mejor manera, por otro lado, sienten que no existe una comunicación efectiva tanto ascendente, descendente y horizontal, la comunicación que se da dentro de la empresa es meramente informal, aunado a esto, la incongruencia demostrada en ocasiones por los gerentes entre otras cosas afecta de manera significativa este proceso y esto al final se ve reflejado en la satisfacción global de la empresa. También, la motivación que hay en la empresa es regular ya que no se sienten motivados como ellos quisieran a pesar de contar con buenos cursos de capacitación. Por último encontramos una falta de liderazgo por parte de los gerentes, la mayoría de los empleados mencionó estar en desacuerdo en que sus jefes tuvieran el perfil de un líder y que sus acciones sean congruentes. En lo que se refiere al trabajo en equipo, los empleados están totalmente convencidos de que el trabajo en equipo es necesario y los resultados serán mejores y que beneficiarán tanto a la empresa como a

ellos, en este sentido no se encontraron mayores problemas, solo la poca interacción entre los diferentes departamentos.

Podemos decir que la comunicación organizacional resulta de gran importancia para el desarrollo de una organización, ya que si existe una comunicación óptima entre los integrantes de la empresa, el resultado se verá reflejado a nivel de productividad.

La evaluación por parte de los empleados que laboran para la distribuidora, demostró las carencias y limitaciones que se tienen en la misma. Y gracias a estos resultados tuvimos la oportunidad de elaborar el diagnóstico de las variables propuestas para este estudio.

La comunicación organizacional, en un panorama general, es un tema nuevo para muchas empresas en etapa de crecimiento en nuestro país. Este concepto no es bien entendido por muchos de los empresarios ya que la idea que se tiene normalmente es producir y obtener mayores ganancias lo cual es correcto pero dejan a un lado los problemas internos de las empresas, y al omitir estos problemas las pérdidas pueden ser mayores que las ganancias ya que si el personal no está a gusto con su trabajo, no tiene "bien puesta la camiseta", no se siente motivado, no está a gusto con el ambiente que lo rodea, etc., caerán en la mediocridad y el rendimiento productivo será mucho menor. Por lo tanto, mientras más atendido se sienta el personal mejores resultados se obtendrán, y como vimos en las propuestas presentadas en el capítulo anterior las motivaciones no sólo pueden ser económicas, sino que existen muchas maneras de motivar al personal aparte de una remuneración económica.

Cabe señalar que este trabajo es tan sólo una propuesta para que la agencia "Vehículos de Teziutlán S.A. de C.V." mejore su comunicación organizacional interna y que implemente las recomendaciones dadas anteriormente, ya que se considera que la agencia tiene todos los medios para realizarlas.

Finalmente, este trabajo pretende ser una muestra de lo importante que es la comunicación organizacional para cualquier empresa que se interese en mejorar la comunicación de manera formal y efectiva, y obtener los resultados necesarios para poder competir dentro del ramo necesario.