



Universidad
Tecmilenio®





Módulo 1. Planeación y administración del talento

Tema 5. Comunicación organizacional





Dependiendo del área de estudio y su utilidad, **la comunicación tiene diferentes usos y significados.**

Los elementos que intervienen en el proceso comunicativo son el **emisor, receptor, mensaje, código, canal y retroalimentación.**

En este tema distinguirás los **medios que utiliza la empresa para comunicarse** con los distintos grupos de interés y cómo se establecen las **redes sociales** al interior de la organización para la transmisión de **mensajes emocionales, personales y de trabajo.**

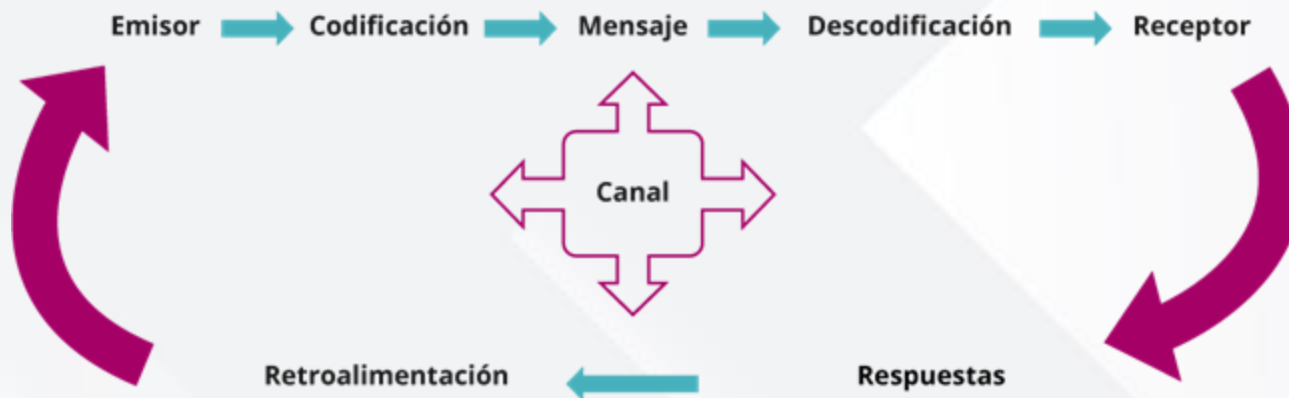


La **comunicación interna** se origina entre los miembros de una organización gracias a la relación que se da durante la jornada de trabajo.

Permite el **involucramiento de las personas** en los distintos **procesos internos y posibilita el mejoramiento** de las relaciones interpersonales hasta lograr la motivación de cada colaborador.

Las empresas necesitan tener sus propias redes de comunicación para dar y recibir información y transmitir datos y noticias a su personal.

El buen manejo de la información en la empresa es prioritario para establecer las bases de lo que implica la comunicación eficaz.





Las **principales fuentes de información** en cualquier tipo de organización son las siguientes:

1. Información del entorno
2. Información interna
3. Información corporativa

De acuerdo con Lindo (2021), la comunicación organizacional requiere de **dos componentes** fundamentales: el primero es el relacionado con la **transferencia** y el segundo es la **compresión**.



La comunicación es muy importante dentro de las organizaciones, ya que **ayuda a transmitir información sobre nuevos proyectos, inversiones y resultados**, así como del producto, el precio, su distribución y promoción. A continuación, se presentan los tipos de comunicación más comunes:

- Comunicación descendente
- Comunicación ascendente
- Comunicación horizontal
- Comunicación verbal
- Comunicación escrita



En la siguiente tabla se describen los medios tradicionales para llevar a cabo el proceso de comunicación interna.

Tabla 1. Medios tradicionales de comunicación.

Reuniones	Eventos de equipos	Eventos formativos
Pueden ser individuales o grupales y sirven para transmitir información o brindar reconocimiento.	<i>Kick Off</i> para reunir colaboradores, clientes o proveedores.	Los seminarios permiten la interacción social y el acercamiento entre los colaboradores.
Se transmite información relevante para la empresa.	<i>Team building</i> para formar equipos de trabajo y motivar al personal.	Las conferencias promueven la participación de personas con un interés común.
Ayudan a dar a conocer la evolución y la visión de la empresa.	Jornada <i>outdoor</i> para implementar actividades grupales.	En los talleres se da un intercambio de ideas o aclaraciones.



En las organizaciones, **según su estructura**, existen diferentes herramientas y canales mediante los cuales la información fluye entre las distintas áreas.

La comunicación descendente se da entre los representantes de cada área, las líneas de mando y el contacto directo entre los colaboradores.

En la comunicación ascendente, las entrevistas personales, las encuestas o sistemas de sugerencias son algunas herramientas que se utilizan para mantenerse en contacto con los niveles jerárquicos inferiores.



Se entienden como **barreras en la comunicación** los inconvenientes que dificultan la efectividad del proceso de transmisión de mensajes.

Es importante tenerlas en cuenta, ya que **generan problemas o malentendidos entre la organización y los miembros** que la conforman, por lo que hay que evitarlas y/o disminuirlas.





Existen tres tipos de comunicación externa (Peiró, 2021):

Operativa: da a conocer el funcionamiento de la empresa.

Estratégica: compara la propia estrategia con la de la competencia para identificar su posicionamiento y realizar ajustes en caso de ser necesario.

De notoriedad: está orientada a brindar información sobre los productos de la marca y realizar patrocinios y relaciones públicas para mejorar la actitud de los consumidores hacia la empresa.



Las **redes sociales**, en conjunto con los dispositivos inteligentes, han permitido la **creación de contextos virtuales** en los que los colaboradores tienen **acceso a toda la información** de la empresa en tiempo real y a distancia.

Compartir información de la empresa, planes de desarrollo y beneficios sociales son hoy una realidad en la que la inmediatez y la ubicuidad son las características principales.





En el **ámbito laboral**, tanto la **comunicación verbal como la no verbal** juegan un papel prioritario en las relaciones interpersonales.

La **comunicación asertiva** no significa estar de acuerdo con lo que otra persona dice, sino en **responder con respeto y con argumentos ante una inconformidad**.

La comunicación asertiva requiere de:

- Escucha activa
- Empatía
- Seguridad y confianza
- Comunicación verbal
- Inteligencia emocional



EX



El periódico

Objetivo: Identificar la importancia de la comunicación organizacional, resaltando sus beneficios y utilidad dentro de las empresas.

Instrucciones:

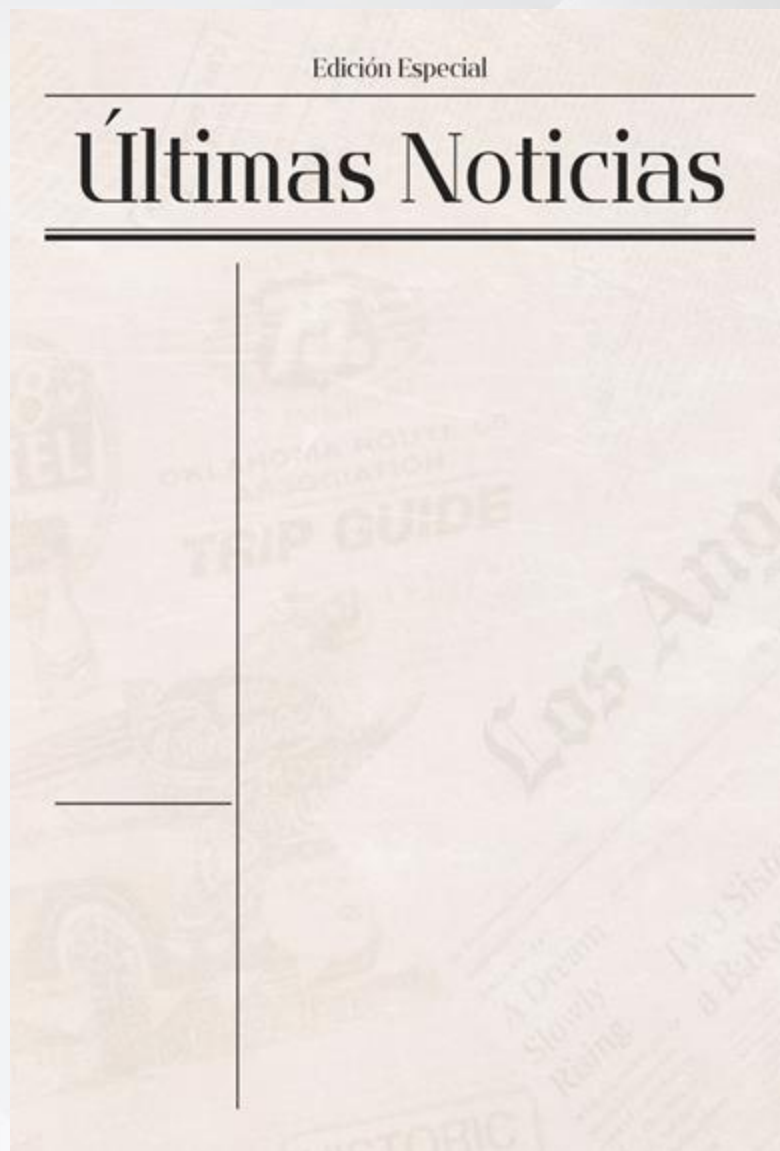
1. Analiza la información revisada en el tema.
2. Elige los conceptos que consideres más importantes y con ellos elabora una nota para el periódico local.
3. Considera que tu noticia deberá ser de un máximo de 200 palabras.
4. Utiliza el formato que encontrarás a continuación y asegúrate de resaltar tu titular y dar el enfoque de noticia al contenido trabajado.





Edición Especial

Últimas Noticias



Actividad



La comunicación organizacional facilita la gestión administrativa, mientras que la cultura de la empresa se refuerza mediante la interacción apropiada de los colaboradores.

Por ello, es importante tener en cuenta **todo el modelo de comunicación y comprender la importancia de cada elemento** que lo conforma. **Adecuar el mensaje** a cada uno de los públicos al que va dirigido garantiza la correcta interpretación de aquello que se quiere transmitir, propiciando un ambiente sano y de cooperación en el entorno empresarial.



Cierre

Interconsulting S.L. (2015). *Psicología empresarial y comunicación*. España: Editorial ICB.

Lindo, R. (2021). *La comunicación organizacional como factor decisivo para el éxito de los equipos de trabajo y de la misma organización* (Tesis de Licenciatura). Universidad Militar Nueva Granada, Colombia. Recuperado de https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/38860/LindoAmarisRayLindinho2021_Ensayo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peiró, R. (2021). *Comunicación externa*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-externa.html>





Módulo 1. Planeación y administración del talento

Tema 6. Felicidad en el trabajo





Las empresas requieren **romper con paradigmas obsoletos** que las limitan.

Hoy en día se considera que es **importante sentir felicidad y bienestar durante el proceso para poder cumplir metas, desarrollar habilidades, dar lo mejor de sí mismo**, encontrar un propósito en el trabajo y, por consiguiente, alcanzar el éxito.

En este tema identificarás los diferentes conceptos y estrategias que la organización puede utilizar para generar un ambiente de bienestar dentro de la organización.





El término de **salario emocional** es relativamente reciente. Surge a principios del año 2000 en virtud de que se empieza a relacionar la **contribución real del colaborador** con la percepción individual de sentir que está siendo retribuido mediante formas adicionales a la económica.

Los empleados también le dan importancia al **reconocimiento**, a los beneficios de **salud, al clima laboral** agradable, a un buen **liderazgo**, al **balance** vida-trabajo y otros aspectos que tienen un enfoque subjetivo, el cual está asociado a la percepción de satisfacción del colaborador.



De acuerdo con el artículo de Rubio et al. (2020), se reconoce que el salario emocional debe considerar la tendencia de la persona trabajadora para reconocer emociones positivas en las experiencias laborales.

Tabla 1. Línea del tiempo del concepto de salario emocional.

Autor	Definición	Año
Luis María Huerte	La capacidad de conseguir que las personas se sientan bien pagadas por su esfuerzo, con algo más que dinero.	2003
Francisco Gay Puyal	Cualquier forma de compensación, retribución, contraprestación. No monetaria, que recibe un empleado a cambio de su aportación laboral.	2006
Inés Temple	Todas aquellas razones no monetarias por las que uno trabaja contento, es clave para que las personas se sientan a gusto, comprometidas y bien alineadas en sus respectivos trabajos.	2007
María Teresa Rocco	Se refiere a factores no relacionados con el sueldo económico, sino con otro tipo de factores que pueden contribuir a aumentar las satisfacción de los empleados y asegurar su permanencia en una organización.	2009
Claudia Gómez R.	Identificado como lo que la organización puede ofrecer a los empleados y que hace la diferencia entre ésta y su competencia.	2011
Rocío Guzmán Lovera	La capacidad del colaborador para elegir de acuerdo con sus requerimientos particulares, resaltando la flexibilidad como eje del mismo.	2018
Michelle Montalvo Poveda	Conjunto de beneficios intangibles que entrega la empresa a sus colaboradores en forma de refuerzo para la remuneración económica, se implementa con el objetivo de complementar el sueldo tradicional a través de compensaciones no económicas, y finalmente para generar en los colaboradores fidelidad y compromiso hacia la organización.	2018
Juan Diego Betancur, Victor Daniel Gil y Luis Fernando Quintero	Debe ser, desde la planeación estratégica de la compañía, un objetivo organizacional que se convierta en política, para que genere en el colaborador motivación y satisfacción al realizar sus actividades con gusto y placer.	2018



Las empresas buscan atraer el talento más apropiado para el logro de los objetivos estratégicos, por lo que es necesario considerar implementar el **salario emocional** involucrando tres aspectos principales:

- Bienestar psicológico
- Conciliación
- Oportunidades de autodesarrollo y mejora



Las organizaciones tienden a ofrecer una gama de alternativas con las características de salario emocional como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2. Ejemplos de estrategias de salario emocional.

Flexibilidad de tiempo	Lugar de trabajo	Conciliación vida/trabajo	Desarrollo profesional	Esparcimiento
<i>Home office</i>	Cafetería	Espacios de relajación	Programas de reconocimiento	Gimnasio
Horario flexible	Salas de descanso	Eventos de bienestar	Programas de <i>coaching</i>	Descuentos en tiendas
Días de permiso para temas personales	Guardería	Día libre por cumpleaños	Planes de carrera	Asesorías financieras, legales, nutriólogo, psicólogo, etc., gratuitas o con costo preferencial
Jornadas reducidas	Viernes de vestimenta casual	Pláticas motivacionales	Becas estudiantiles	Programa de salud



Explicación

Tabla 3. Claves de atracción de talento de acuerdo con la generación.

	Centennials	Millennials	Generación X	Baby Boomers
	Cultura del trabajo	Beneficios monetarios	Beneficios monetarios	Beneficios monetarios
	Equipo de liderazgo	Maximizan el potencial de la gente	Cultura de trabajo	Maximizan el potencial de la gente
	Maximizar el potencial de la gente	Cultura de trabajo	Maximizan el potencial y condiciones de trabajo	Cultura de trabajo

Fuente: PageGroup. (2021). *Estudio de remuneración México y Centroamérica 2021*. Recuperado de <https://www.coursehero.com/file/95862737/estudio-remuneracion-mexico-centroamerica-2021-v10pdf/>



Explicación



El **contrato psicológico** es el término que la psicología da a la parte implícita de una relación.

En el aspecto laboral, este contrato está compuesto por todos aquellos **compromisos implícitos que el trabajador espera de la empresa y viceversa**, además de los compromisos claramente descritos.



El **contrato psicológico** genera **compromiso** no solamente del **colaborador**, sino también por parte de la **organización**. Dicho compromiso se clasifica desde tres perspectivas distintas:

- Intercambio social
- Perspectiva psicológica
- Perspectiva de atribución



Según Maldonado (2017), se entiende como **clima organizacional** “el conjunto de cualidades, **atributos** o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las **personas** que componen la organización empresarial y que influyen sobre su **conducta**”.



Las siguientes características ayudan a definir de forma más clara el concepto de clima organizacional y la manera en que este concepto impacta el funcionamiento de una organización:

- Multidimensional
- Medible
- Durable
- Motivación de los empleados
- Identidad única de la organización
- Grado de compromiso e identificación del personal de la empresa





La ergonomía organizacional se ocupa de la optimización de los sistemas sociotécnicos, tales como la gestión de los **recursos** materiales, las formas de **remuneración** y otras compensaciones, la estructura y la **jerarquía** de los cargos, los niveles de **responsabilidad** y los roles, el diseño de **horarios** de trabajo, las relaciones interpersonales, los estilos de supervisión y las formas de **control**.

Asimismo, busca un buen diseño de sistemas y métodos de trabajo con la finalidad de mejorar la relación entre el trabajador y las condiciones requeridas.





Existen al menos cuatro dimensiones de la ergonomía que ayudan a establecer estándares de trabajo:

Tabla 4. Dimensiones de la ergonomía.

COGNITIVA	AMBIENTAL	FÍSICA	TEMPORAL
<ul style="list-style-type: none">• Estudia las necesidades psicológicas de los trabajadores.• Por ejemplo: la gestión del estrés durante el desempeño de la actividad laboral, la carga de trabajo, el impacto emocional que suponen algunos puestos de trabajo, etc.	<ul style="list-style-type: none">• Se centra en el estudio de las condiciones físicas (el ambiente) del trabajador durante su jornada laboral.• Algunos ejemplos son: el ruido, la iluminación, temperatura, etc.	<ul style="list-style-type: none">• Se centra en el estudio de las características anatómicas, fisiológicas, antropométricas y biomecánicas de las personas, relacionándolas con las actividades que el empleado desarrolla en su puesto de trabajo.• El principal objetivo es encontrar cuáles son las mejores posturas y movimientos para los trabajadores, con el fin de garantizar seguridad y salud física durante las jornadas laborales.	<ul style="list-style-type: none">• Es la encargada de promover el bienestar de los empleados en relación a los tiempos de trabajo.• Por ejemplo: las jornadas laborales, los tiempos de descanso, los ritmos de trabajo, etc.





Algunos de los beneficios de vigilar e implementar estrategias ergonómicas son los siguientes:

- Disminuye los gastos en salud o seguros médicos.
- Aumenta la productividad en el trabajo.
- Mayor calidad en los resultados.
- Incentiva la participación de los colaboradores.
- Crea una cultura de seguridad laboral.





El mural

Objetivo: Elaborar un mural que represente los conceptos primordiales de la felicidad en el trabajo y su relación con la productividad.

Instrucciones:

1. Revisa atentamente los conceptos revisados en el tema.
2. Busca algunas imágenes que representen o sean explicativas de dichos conceptos.
3. Piensa en cómo esos conceptos se aplican en tu trabajo diario.
4. Una vez que tengas la información y las imágenes de los puntos anteriores, elabora el mural de felicidad en el trabajo. Utiliza el formato que se anexa o úsalo como ejemplo para tu entregable.





Como has visto en este tema, **existe una variedad de estrategias** que se pueden implementar en la organización **para asegurar la felicidad del colaborador en el ámbito laboral.**

Ninguna de ellas es excluyente, sino que son complementarias entre sí, ya que cada una **resalta la importancia de valorar al empleado como un gran activo, verlo como persona** y ocuparse por identificar sus necesidades y metas, todo ello con la finalidad de mejorar la productividad y la calidad de vida.

Los **directivos** de las organizaciones deben **ser más conscientes** de esta correlación, observar hacia adentro de la empresa y generar la reestructura operativa necesaria para generar felicidad en los trabajadores, asegurando así la sostenibilidad de su operación comercial.



Cierre

PageGroup. (2021). *Estudio de remuneración México y Centroamérica 2021*. Recuperado de <https://www.coursehero.com/file/95862737/estudio-remuneracion-mexico-centroamerica-2021-v10pdf/>

Rubio, S., Aranda, C., González, R., y Gómez, R. (2020). El concepto de salario emocional. *Retos de la Ciencia*, 4(8). Recuperado de <https://retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/306>



La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.

