

*Manual de estrategias de
comunicación para pymes*



DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado a nuestras familias, por acompañarnos en este proceso académico; a nuestros padres quienes con su mayor esfuerzo económico permitieron que ingresáramos a esta universidad para cumplir nuestro sueño de estudiar lo que nos apasiona, Comunicación social, a nuestras madres porque gracias a ellas nos levantamos todas las mañana con energía para empezar cada día y no desfallecer ante los obstáculos que encontramos, a nuestras hermanas, hermanos, sobrinos; a nuestras compañeras de clase con las que compartimos muchos momentos de alegrías y esfuerzos durante estos cinco años de estudio. A todas estas personas que estuvieron con nosotras, les dedicamos este gran logro.

AGRADECIMIENTOS

Ante todo le agradecemos a Dios, a nuestros padres, a nuestras familias por acompañarnos siempre; a nuestros profesores por hacernos crecer intelectualmente cada día, inculcándonos la responsabilidad que tenemos de desempeñarnos en el mundo laboral de la mejor forma posible y a nuestra asesora Lina González que nos enseñó a exigirnos como estudiantes y profesionales, para obtener buenos resultados.

PRESENTACIÓN

La idea de crear un manual de comunicación para pymes, surge de la necesidad de aprovechar los beneficios de tener una comunicación interna-externa eficaz y efectiva dentro de las organizaciones medianas y pequeñas.

La globalización, la expansión, modernización, innovación tecnológica y la adaptabilidad a los cambios de mercado y de relaciones sociales, exigen implementar nuevas alternativas que suplan las expectativas de los empleados y la comunidad, frente a la mejora de los servicios o productos que se ofrecen.

Por esta razón, para las empresas es importante tener clara la estructura de administración de la comunicación empresarial, con el fin de enfocarse en un grupo de interés bien definido, que le permita obtener la eficiencia, eficacia, efectividad y la calidad para la consecución de sus objetivos y el cumplimiento de la misión institucional, en el cual la comunicación organizacional juega un papel imprescindible.

A través de este manual una pyme podrá encontrar estrategias fáciles, prácticas y que

no requieren de mucho presupuesto, para mejorar la comunicación con los empleados y la comunidad, además, busca resaltar que analizar los diferentes aspectos de la comunicación, no solo es importante dentro de las grandes organizaciones sino también en las pequeñas y medianas empresas.

Si una empresa u organización tiene bien definidas sus estrategias de comunicación, tendrá la posibilidad de tener mejores ambientes laborales y buena reputación en sus clientes, lo que le permitirá avanzar hacia otros mercados y aumentar producciones. Esto contribuye a la gestión empresarial, mejorando la labor desempeñada y los procesos de calidad institucional.

INTRODUCCIÓN

El manual de estrategias de comunicación para pymes es una herramienta de gestión administrativa con la cual se pretende contribuir a la mejora de los procesos comunicativos dentro de las pequeñas y medianas empresas, mediante explicaciones claras, concisas y fáciles de aplicar, que permitan la organización y el desarrollo de la información y comunicación en este tipo de empresas.

Por lo tanto este manual está dirigido no solo a profesionales en comunicación, sino a todas las personas que, sin tener conocimientos previos en la materia, quieran incorporar las herramientas que aquí se ofrecen, para que faciliten los procesos de comunicación dentro de las empresas en las que trabajan. Además este manual también puede ser de ayuda para los estudiantes y practicantes que busquen alternativas sobre los diferentes aspectos de la comunicación.

Con este manual se espera resaltar la importancia de la Comunicación en los planes corporativos de las Pymes; puesto que la información permanente entre las personas que integran el personal de una empresa es básica para el éxito de ésta.

OBJETIVOS

- Brindar una herramienta que permita que las pequeñas y medianas empresas, mejoren la comunicación interna y externa de manera fácil y práctica.
- Proponer estrategias de comunicación fáciles de implementar dentro de una empresa pyme, para mejorar sus procesos de comunicación.
- Proporcionar herramientas que permitan identificar en las pymes, señales de alerta ante conflictos, con el fin de solucionarlos fácil y rápidamente.
- Fomentar la vinculación y participación de practicantes en el área de comunicación dentro de las pymes.
- Ofrecer algunas herramientas de planificación estratégica y de técnicas de comunicación para identificar las necesidades de comunicación y resolverlas, mediante la definición de objetivos estratégicos.

COMUNICACIÓN

La palabra Comunicación proviene del latín *communis* que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el especial significado de un término griego (el de *Koinoonia*) que significa a la vez comunicación y comunidad.

La comunicación es el principio de la sociabilidad humana y su expresión cultural, es la ciencia que estudia la interacción que tenemos las personas para interactuar con los demás para transmitir mensajes, intercambiar ideas y emitir información.

Comunicar es un proceso de enviar y recibir mensajes dentro de una cadena abierta y en la cual el mensaje es uno de los factores más importantes, ya que comunica cada elemento de ella; el mensaje puede ser modificado dependiendo del concepto y el conocimiento que se genere a partir de él.

COMUNICACIÓN INTERNA

Es aquella comunicación que se crea para el personal interno de una empresa que permite construir una identidad corporativa, buenas relaciones con empleados y todos los

miembros de la organización, a través de los diferentes medios de comunicación para que los mantenga informados y motivados en sus labores.

COMUNICACIÓN EXTERNA

Es aquella comunicación que realiza una empresa con sus clientes y su público externo, para mantener el mercadeo de sus productos y mejorar su imagen externa.

ELEMENTOS IMPORTANTES DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

La comunicación juega un papel trascendental dentro de las organizaciones, por lo cual, la forma en que se lleve a cabo dentro de estas es decisiva en el logro de los objetivos empresariales. Hablamos del proceso de comunicación cuando un mensaje circula desde el origen hasta el destino, partiendo desde una persona llamada emisor, quien envía un mensaje (información, opinión, pensamiento o dato) a un receptor, a través de un medio o un canal, empleando un código o lenguaje común y procurando lograr el entendimiento de su significado.

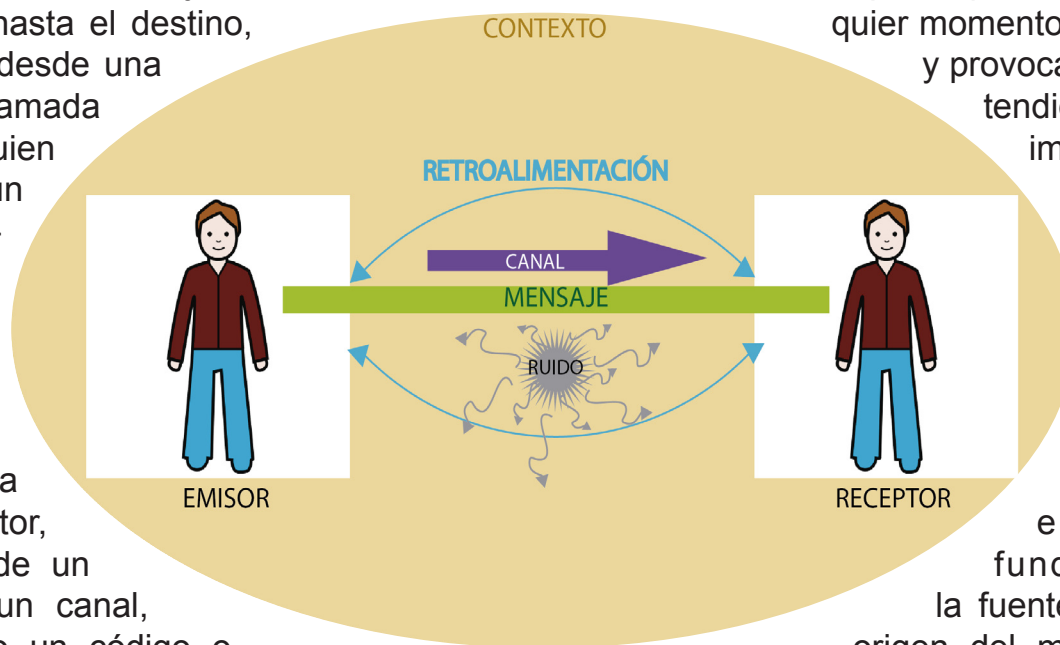
Estaríamos hablando de siete elementos fundamentales dentro del proceso comunicativo; el emisor, es la persona que emite o envía el mensaje, el receptor, es la persona o grupo de personas a quien(es) se dirige el mensaje, el mensaje, es toda la información que se transmite, es el contenido, el ca-

nal, es el medio a través del cual se envía el mensaje, la retroalimentación, es el elemento que indica si hubo éxito o no en el proceso, ya que tanto el emisor como el receptor, se aseguran de que el mensaje fue recibido y compartido y el ruido, son todas las barreras u obstáculos que se presentan en cualquier momento del proceso

y provocan malos entendidos, incluso impiden que el mensaje llegue a su destino.

Existen autores, que agregan a estos elementos fundamentales la fuente, que es el origen del mensaje y el

contexto, se refiere al ambiente físico, la situación social y el estado psicológico en que se encuentran emisor y receptor en el momento de la comunicación.



COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Es el proceso por el cual una empresa se comunica con su público interno (empleados) y externo (clientes), que busca una imagen y un clima organizacional para todos los integrantes de una empresa, establece relaciones entre la institución y los públicos con quienes se relaciona.

filosofías, metas y estrategias

Profundo: pensar, sentir y actuar de los miembros de una empresa y la convivencia entre ellos.

CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional es el conjunto de normas, hábitos y valores, que practican los integrantes de una empresa, es aquella que la identifica, la caracteriza, la diferencia y le da imagen.

La cultura organizacional está conformada por su misión, visión, valores corporativos, responsabilidad social y puede ser estudiada en tres niveles.

Explícito: se pueden observar las manifestaciones visibles: la tecnología, los comportamientos, las formas de expresión, los equipos e instrumentos de trabajo, espacio físico y personas

Intermedio: comportamiento de empleados,

BENEFICIOS DE UNA EMPRESA CON COMUNICACIÓN EFECTIVA

Tener una comunicación efectiva dentro de una empresa permite obtener múltiples beneficios. Saber comunicarnos bien es la clave principal para el entendimiento entre personas o grupos, además permite mantener informados a todos los trabajadores, acerca de ciertos temas que también les interesan.

BENEFICIOS

- Generar en los empleados un sentido de pertenencia, motivación y colaboración que repercutirá en múltiples beneficios para trabajadores y organización.
- La información que se desee transmitir llega a su destinatario de la manera más rápida y clara posible. Cuando los empleados obtienen buena información, logran comprender su papel dentro de la organización y se motivará para realizar mejor su trabajo para beneficio propio y de la empresa en general.
- Organización en los procesos empresariales.
- Alcanzar las metas, logros y objetivos planteados por la empresa, ya que los empleados

se identifican con las ideas y objetivos de la compañía y lucharán porque su esfuerzo colabore con el éxito de la misma.

- Se genera un buen clima de trabajo dentro de la organización, lo que permitirá un mejor desempeño de los empleados y un mejor servicio al cliente.
- Se evitan los ruidos, los cuales provocan desorientación en el personal e informaciones erróneas.
- Mejora la imagen corporativa
- Incremento de la influencia de la empresa en la comunidad.
- Acceso a los líderes de opinión.

IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN UNA PYME

La comunicación organizacional es una herramienta de mucho aporte en la actualidad para una empresa ya que permite el conocimiento de la información entre los departamentos de trabajo.

Para una pymes es importante la comunicación organizacional, pues aunque sea pequeña y mediana empresa con pocos trabajadores, necesitan estar enterados de lo que sucede con su empresa, tanto empleados como clientes; con empleados, es necesario crearle un sentido de pertinencia con la empresa, mejorar el ambiente laboral, motivarlos a seguir trabajando para continuar con su producción y con los clientes para estudiarlos, informarlos y mejorar su imagen, estudiar el mercadeo alcanzar sus metas y dar a conocer sus productos su ventas e incrementar sus ventas.

POR QUÉ INVERTIR ES UNA BUENA OPCIÓN

Las pymes son pequeñas y medianas empresas que están comenzando con un negocio y tiene una idea de llegar a un mercado masivo.

Según el sujeto

- Públicas
- Privadas

Estas empresas poseen un valor importante, buenas ideas de mercado, pero a su vez poseen el miedo de invertir sus ahorros en campañas o productos por miedo a la inestabilidad del mercado. Invertir es una buena opción para una pyme.

Cada vez que se tenga una idea de producción innovadora, se debe estudiar dicho mercado, hacer sus presupuestos e invertir para que esta idea funcione y hacerla llegar al resto del mercado. Invertir incrementa la abundancia de dinero, de producción y de reconocimiento.

Invertir es emplear un capital monetario en algún tipo de actividad con el objetivo de incrementarlo.

Existen diferentes tipos de inversión:

Según el objeto:

- Equipo industrial
- Materia prima
- Transporte
- Acciones

Por función de una empresa

- Renovación
- Modernización

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Una herramienta es un objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una tarea. En comunicación existen varias herramientas para facilitar dicho proceso.

REUNIONES EN GRUPO:



Es convocada para comunicar, es un foro abierto siempre a la información, al debate y a la exposición de las opiniones de los asistentes.

¿Para qué sirve?

- Sirve para exponer mensaje
- Evaluar el grado de aceptación y reacción de los asistentes
- Aclara información transmitida Recibe comentarios, sugerencias y opiniones de los asistentes

¿Cada cuánto se debe realizar?

Las reuniones de grupo se deben realizar cada ocho días, para allí plantear la evaluación semanal del estado financiero de la empresa, el rendimiento de los empleados, el análisis y estrategias de mercadeo y producción.

PUBLICACIONES INTERNAS:

BOLETÍN INTERNO:

Está escrito y se puede releer, se informa, este contiene las noticias destacadas de la empresa.

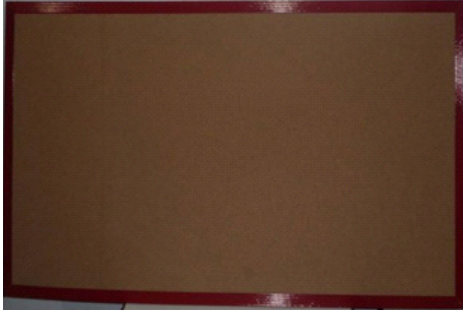
¿Qué tiene?

- Contiene fotografías, gráficos
 - Corre el riesgo de no ser leída
 - Su información es única e igual para todos
 - Se distribuye a toda la organización
- Puede ser electrónico

¿Cada cuánto se debe realizar?

- Dependiendo de su información puede ser publicado cada ocho días, cada quince incluso cada mes.

TABLA DE ANUNCIOS, CARTELERAS:



Es colocada en lugares estratégicos para ser leída por todos los integrantes de la empresa, es un medio de comunicación económico, en él se coloca:

Información interna de la empresa: valores, cumpleaños, logros, etc.

Información externa: logros, prensa, etc.

¿Para qué sirve?

- Sirve para informar al personal de la empresa

¿Cada cuánto se debe realizar?

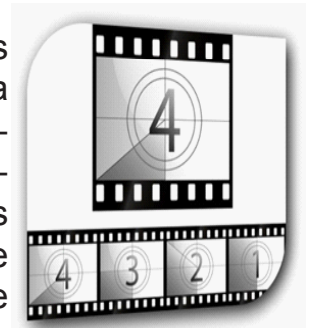
- Estas carteleras se deben actualizar mínimo cada ocho días

VIDEOS:

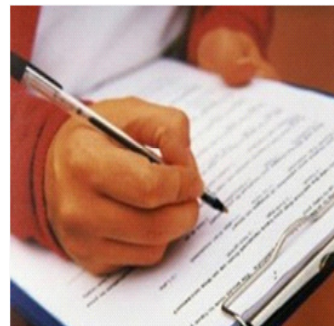
Son producciones audiovisuales desarrolladas por la empresa para transmitir información, pueden ser generales sobre la empresa, sus productos, servicios.

¿Para qué sirve?

Sirve para informar a los empleados de un tema específico, o de la organización en donde trabaja. Pueden ser videos institucionales o sobre manejos y funciones de equipos.



ENCUESTA A EMPLEADOS:



Es una manera de obtener información que permite cuantificar respuestas, hacer seguimientos y comparaciones,

¿Para qué sirve?

- Sirve para encontrar falencias o reconoci-

2 Imagen tomada de: <http://maracaibo.olx.com.ve/hermosas-carteleras-de-corcho-y-pizarras-acrilicas-iiid-211193390>

3 Imagen tomada de: <http://www.google.com.co/imgres?q=videos&um=1&hl=es&biw=1163&bih=839&tbn=isch&tbnid=>

4 Imagen tomada de: <http://www.google.com.co/imgres?q=encuestas+a+empleados&hl=es&gbv=2&biw=1163&bih=839&tbn=isch&tbnid=k8kSQ8d9kPFxAM:>

mientos según los empleados.

- Indaga estadísticas negativa o positiva de empresa.

¿Cada cuánto se debe realizar?

- Las encuestas se deben realizar mínimo cada seis meses

BUZÓN DE SUGERENCIAS:



Es un medio de comunicación en el que los empleados escriben recibir opiniones y sugerencias

¿Para qué sirve?

- El buzón de sugerencias sirve para encontrar aspectos a mejorar que según los empleados creen necesarias. También se pueden encontrar inquietudes, propuestas, inconformidades

¿Cada cuánto se debe realizar?

- El buzón de sugerencias debe estar ubicado de tiempo permanente y abierto mínimo cada ocho días para leer dicho buzón y dar respuesta a las solicitudes a los empleados lo más pronto posible.

VIDEOCONFERENCIA:

Permite que varios asistentes puedan conectarse por video y sonido para conversar y escucharse entre sí en tiempo real.

¿Para qué sirve?

- La videoconferencia sirve para entretener e informar, son utilizados como fines educativos y empresariales.



¿Cada cuánto se debe realizar?

- Su realización se hace cada que la empresa lo crea conveniente

5. Imagen tomada de: <http://www.google.com.co/imgres?q=buzon+de+sugerencias&hl>

6. Imagen tomada de: <http://3.bp.blogspot.com/-i9jpQESAdfc/TaKUJPEX37I/AAAAAAAAACY/3PGej9Q0g2k/s1600/pantallazo+video+conferencia%255B1%255D.jpg>

CORREO ELECTRÓNICO:

Es un buen medio de comunicación entre empleados, su uso se extiende para foros, debates, opiniones, información de empresa, promociones etc.

PÁGINA WEB/ INTRANET:

Puede ser utilizada para la comunicación interna en la empresa con contenidos informativos acerca de la empresa, su gestión, resultados, productos, actividades, promociones, etc.

¿Para qué sirve?

- Permite combinar contenidos escritos o de texto, con gráficos y fotografías.
- Si no se actualiza los contenidos informativos pueden perder vigencia y hacerse antiguos. No se puede asegurar que todo el personal deseado accede o lee y visualiza la información.

¿Cada cuánto se debe realizar?

- Su uso es diario y frecuente



IDEAS PRÁCTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN LAS PYMES

A continuación presentamos algunas ideas que usted puede implementar dentro de su organización para mejorar el uso de las herramientas de comunicación.

REUNIONES EN GRUPO

Las reuniones en grupo son muy importantes para todo tipo de organización puesto que son espacios propicios para brindarles a los empleados la información de primera mano, resolver inquietudes y prevenir o desmentir rumores.

Trate de que estos momentos no sean tediosos para los empleados, invítelos a participar, hágalos sentir que para la empresa es importante su labor y su opinión. Escuche sus sugerencias y resuelva sus dudas al respecto.

Tenga en cuenta que para que una información sea confiable y creíble, debe ser proporcionada a los empleados por las personas directamente implicadas o un delegado autorizado para dar ese tipo de información.

Usted puede aprovechar este espacio para

hacer reconocimientos públicos a algunos empleados que se hayan destacado por alguna labor en especial, esto permite motivarlos para ser mejores en sus labores y les da a conocer que la empresa les agradece su trabajo y los tiene en cuenta.

PUBLICACIONES INTERNAS

BOLETIN INTERNO:

El boletín interno trae muchos beneficios para las empresas, es una forma más gráfica de entregar la información oficial a los empleados. Esta herramienta de comunicación se puede utilizar de manera práctica y económica si no se tienen los recursos necesarios para la elaboración e impresión del boletín.

El boletín puede ser elaborado por las personas que se encuentran en los cargos administrativos que necesiten transmitir alguna información a los empleados, y los costos de la impresión pueden ser evitados si estos se envían a través de los correos electrónicos de los empleados.

Aproveche este espacio para brindarles a los empleado una información clara y con-

cisa, si utiliza mucho texto, seguramente los empleados optarán por no leerlo completo o ignorarlo, puede ayudarse de imágenes, gráficas, tablas, que ayuden a entender la información que se está proporcionando.

TABLAS DE ANUNCIOS Y CARTELERAS:

Si no existe un personal encargado del manejo de la información dentro de la organización, existen varias estrategias que usted puede utilizar para que las carteleras se conviertan en un espacio de motivación e inclusión para sus empleados.

Dentro del personal existen personas que pueden destacarse por su creatividad y habilidades para las manualidades o decoración. Si usted invita a estas personas a participar de la elaboración de las carteleras, ellos se sentirán incluidos y sus habilidades serán reconocidas por la empresa.

Otra idea práctica puede ser de gran ayuda como motivación e integración de los empleados. Conforme varios grupos de empleados y asigne a cada grupo la elaboración de la cartelera por fechas, invítelos a ser creativos y dé un reconocimiento especial o un premio a la mejor cartelera. Para hacer esto, usted debe tener en cuenta que debe hablarles sobre qué información se ubicará en la cartelera y permítale el acceso a ella.

VIDEO-CONFERENCIAS:

Los videos son una herramienta útil no solo para que los empleados conozcan la empresa, sino para dirigirse al público, existen videos institucionales que logran eficazmente una sensibilización en el público o una mejor explicación de los objetivos y metas de la empresa.

Sin embargo existen también las videoconferencias que permiten enviar y recibir información a distancia, esta es una buena alternativa para la capacitación de empleados y el contacto con personas especializadas en ciertos temas. Ahorran tiempo y desplazamiento, al igual que costos.

Las recomendaciones básicas en su utilización es contar con los equipos básicos y necesarios para realizar la video conferencia, esto implica tener una cámara, un sonido, un computador y acceso a la red.

Si es utilizado en capacitaciones y/o conferencias asegúrese antes de iniciar que el sonido llegue hasta el lugar donde estarán los espectadores, que la velocidad de la conexión esté apta para realizar el encuentro y no se haga lenta, poco entendible o poco amena la reunión.

ENCUESTAS:

Las encuestas son una herramienta que le permite a la empresa conocer qué piensan los empleados respecto a un tema determinado, esta es una buena opción de investigación, para reconocer las falencias de la empresa y la actitud frente al cambio.

Quizás sea más fácil que los empleados le manifiesten sus inquietudes y pensamientos sobre cualquier aspecto, por medio de una encuesta, que participando ante un grupo o dirigiéndose ante un superior.

Redacte las preguntas lo más claro posible, para evitar confusiones en las respuestas, si éstas son de selección múltiple, ubique un espacio en blanco en las preguntas para recibir ampliación de la respuesta y así usted pueda obtener nuevos datos. Tenga en cuenta que las encuestas no deben ser muy extensas, para que los empleados se tomen el tiempo adecuado en responder las preguntas a conciencia.

Informe a los empleados con que fines se realiza la encuesta. Haga el respectivo análisis y si es posible publique el resultado de

éste o las decisiones y cambios que se generen a partir de ellos.

BUZÓN DE SUGERENCIAS:

Esta herramienta si se utiliza de manera adecuada puede ser muy efectiva para la comunicación de los empleados con sus superiores, ya que es un espacio donde pueden enviar sus dudas, inquietudes y sugerencias de manera más personal.

Para que un buzón de sugerencias sea efectivo, necesita estar ubicado en un lugar visible y accesible, evite ponerlo en cafeterías o baños, ya que seguramente las personas tomen este espacio para hablar sobre las inconformidades sobre estos servicios.

Mantenga siempre disponible lapicero y papel al lado del buzón y revise constantemente las inquietudes que allí se presentan.

Resuelva a tiempo cada comentario, en caso de que éste sea anónimo, analice la importancia del contenido, puede que otros empleados puedan tener la misma inconformidad o duda y se convierta en rumor; no descalifique ni menosprecie ninguna opinión.

En caso de ser necesario, utilice otras herramientas de comunicación ya mencionadas para publicar la aclaración o información de un tema específico.

CORREO ELECTRÓNICO:

Los correos electrónicos son una manera de ahorrar gastos en el envío de la información, pero hay que tener en cuenta que esta es una herramienta que puede ser utilizada de manera ineficaz. Nadie nos asegura que la red funcione en todo momento, ni que los empleados estén pendientes de sus correos institucionales o personales sino están acostumbrados a recibir constantemente información institucional, además no todos los empleados de las diferentes áreas de la empresa tienen acceso a un computador es horas laborales.

Por esto, evite enviar a última hora, información que los empleados necesiten saber con urgencia o citaciones a reuniones extraordinarias. Utilice esta herramienta para enviar información importante pero no prioritaria, asegúrese de recordar o reenviar los correos y de que los empleados que no trabajan en ordenadores, también tengan acceso a esta información por otro medio.

Además del envío de información a los em-

pleados, este medio también se puede utilizar para resolver dudas o sugerencias, procure responder éstas a tiempo con información clara y precisa.

También puede ser una forma eficaz de comunicarse con los clientes, miles de personas tienen hoy acceso a la red, por lo que la información que se quiere dar a conocer al público llegaría a mayor número de personas en menor tiempo.

PÁGINA WEB/ INTRANET:

Hoy muchas empresas cuentan con Intranet y/o página web propia, estas herramientas son muy útiles a la hora de comunicarse con los empleados y con el público.

Las páginas web implican un costo que muchas empresas no tienen cómo pagar, sin embargo existen otras alternativas con blogs y redes sociales como Facebook y twitter, que le permitirán que la información de su empresa llegue a muchas personas sin costo.

Es importante resaltar que estas herramientas deben ser actualizadas constantemente, la información que allí se publique debe ser clara y actual, es recomendable que exista un espacio de contacto para que el público pueda acercarse a la empresa.

INCORPORACIÓN DE PRACTICANTES ¡UNA BUENA OPCIÓN!

En la búsqueda de opciones que permitan mejorar los procesos comunicativos dentro de las pequeñas y medianas empresas, nos encontramos con esta idea fácil, económica y de mucho beneficio para este tipo de organizaciones.

Las Pymes pueden incorporar personas que tengan conocimiento en los aspectos de comunicación corporativa y contribuir en un aprendizaje mutuo.

Las diferentes universidades realizan convenios de aprendizaje con diferentes empresas para que los estudiantes tengan la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en las aulas de clase. Existen casos donde esta prestación de servicios o estos convenios interinstitucionales no tienen una obligación económica establecida.

Para las empresas que aún están iniciando y no tienen recursos con los cuales sostener un gasto adicional, cabe la posibilidad de que algunos estudiantes decidan hacer sus prácticas profesionales sin recibir alguna remuneración económica a cambio de la experiencia laboral. Sin embargo, conocemos

que existen gastos que los estudiantes no son capaces de sostener, por eso en el caso de que la empresa pueda designar algún recurso monetario para el estudiante, puede brindarle un auxilio de transporte o un salario según la capacidad de la compañía.

BENEFICIOS:

- Los practicantes, tienen ideas y conocimientos actualizados para el desarrollo de proyectos que se reflejen en beneficios para la empresa.
- Tienen capacidad de análisis y generan nuevas propuestas para la renovación empresarial.
- Se podría aprovechar la inquietud, motivación, conocimientos técnicos y la creatividad.
- Gran capacidad de aprendizaje y adaptación.
- Permite detectar los aspectos en los que la empresa tiene algunas falencias para mejorarlos.

INCORPORACIÓN DE PRACTICANTES ¡UNA BUENA OPCIÓN!

- Permite la captación de futuros empleados.
- Orientación de la misión y cumplimiento de los objetivos propuestos de la empresa.
- Permite mejorar el ambiente laborar de la organización.

CONCLUSIONES

No porque una empresa sea pequeña y tenga pocos empleados, quiere decir que no necesite de un adecuado manejo y control de los procesos comunicativos que se desarrollan en ella. Es importante que tanto los directivos como los empleados, comprendan la importancia de implementar herramientas que contribuyan al logro de los objetivos propuestos por la empresa.

Cuando una empresa se caracteriza por su sentido de pertenencia, productividad, cultura, cambio, solución de conflictos, relaciones, bonificaciones, servicios a empleados, intereses de los empleados, etc., Obtiene muchos beneficios tanto para los empleados como para la organización.

Definir que herramientas desea utilizar, su periodicidad y responsables permite recoger y producir la información de manera más organizada y clara. Recuerde que existen muchas herramientas como reuniones en grupo, boletines internos, tablas de anuncios o carteleras, videoconferencias, encuestas, buzón de sugerencias, correo electrónico y página web o intranet; que usadas de la manera correcta permiten que dentro de la empresa exista un mejor flujo de la comunicación.

Es necesario evaluar el funcionamiento de estas herramientas como el sitio de ubicación, el manejo de la información, con el fin de que los indicadores muestren avances de acuerdo a los objetivos planteados.

Los objetivos empresariales deben promover la participación en aras de la productividad y de la innovación, pero también el respeto por los trabajadores, la inclusión y la participación en la toma de decisiones para mejorar la organización.

Existen muchas alternativas para implementar las recomendaciones que aquí se han ofrecido, sin necesidad de que esto implique un alto costo para la organización. La integración de practicantes es una excelente opción cuando no se cuenta con los suficientes recursos para incorporar un personal profesional permanente.

Son innegables los beneficios que trae el manejo de la comunicación y la información dentro de la empresa, por esto la creación de este manual pretende ayudar a todas las organizaciones que desconocen las diferentes opciones que tienen y contiene prácticas soluciones para mejorar su empresa.

Todos los derechos Reservados © 2012
:: Elaborado por:: Vanesa Alzate Castrillón- Carolina Alzate Alzate
Fundación Universitaria Luis Amigó
Medellín, Antioquia