

REFACCIONES

ELECTRICOS MIGUEL

ÁNGEL RAMÍREZ

HERRERA

MANUAL DE

COMUNICACIÓN

INTERNA

POR:

RAMÍREZ GALLEGOS DULCE LETICIA

TORRES VALENCIA TANIA ANDREA

ÍNDICE

1. Introducción
2. Comunicación interna en las empresas
3. Desarrollo organizacional de la empresa
4. Emprender la comunicación

Introducción:

Es unánime la evidente importancia que tiene la comunicación en todas las facetas de la vida personal, laboral, familiar y social.

Esto lo afirmamos todos, pero pocos son los que tienen la verdadera intención de diseñar el mejor sistema integral de comunicación que convenga a cualquiera de los fines de interés. Igualmente en el caso del ámbito de las instituciones y empresas la función de comunicación tradicionalmente ha sido vista, en la mayoría de los casos, como un área que promueve los medios o propuestas espectaculares, bien respetada si proviene del área de mercadotecnia y tomada en cuenta si se origina en Recursos Humanos, especialmente del área de Comunicación Organizacional. Pero aterrizando un poco más y dando continuación a los orígenes y la situación actual de la Comunicación dentro de las empresas en México, así como en los instrumentos con los que cuenta para su desarrollo en el futuro próximo, hoy en día, la Comunicación Organizacional lucha por ser reconocida como piedra angular de toda organización determinada a cumplir sus objetivos de manera efectiva y desempeña un papel de primordial importancia en la creación, mantenimiento y cambio en la Cultura e Identidad Corporativa de las organizaciones líderes en sus respectivos ramos. Para que esta necesidad sea satisfecha cabalmente, el profesionista de la Comunicación debe mantenerse al día en las tendencias que marcan el desarrollo Organizacional de la época y debe actualizarse constantemente.

Las empresas grandes son una minoría en comparación con la cantidad de micros, pequeñas y medianas compañías que hay en México y que no cuentan en su gran mayoría con personal dedicado especialmente a mejorar tanto su comunicación interna como externa.

Los comunicadores debemos ejercer toda nuestra creatividad y capacidad didáctica para convencer y entusiasmar a todos los niveles en la corresponsabilidad para comunicarse con efectividad.

Así también debemos reconocer el papel fundamental de las nuevas tecnologías en la práctica de nuestra profesión. En un mundo tan cambiante como el nuestro, es necesario conocer y tener al alcance todas las herramientas disponibles para eficientar los procesos de información en las diversas organizaciones.

Al mejorar el proceso de comunicación dentro de una organización, todo fluirá mejor: las decisiones que permiten la mejora constante en la realización de las tareas, la innovación y creatividad de productos o servicios, la actitud de servicio, entre otros. Todo esto traerá como consecuencia un incremento de la productividad de los miembros de la empresa y de la empresa en sí.

El futuro de la Comunicación Organizacional está lleno de expectativas, es más, el verdadero desarrollo de nuestra disciplina en el país está por verse, pues falta poder ingresar en lo que son las medianas y pequeñas empresas que aún no conocen la

importancia de esta profesión.

La Comunicación en las Organizaciones:

Vivimos en una época en la que la velocidad de los cambios sociales tecnológicos y económicos ha tenido tanto auge que las grandes empresas de éxito han apostado por nuevos modelos en los que han incluido a todos los miembros de la organización bajo un denominador común, la comunicación, en ella han encontrado una de sus mejores prácticas.

La comunicación siempre ha estado presente en cualquiera de sus formas y eso ha sido precisamente por el conocimiento que se tiene del impacto que produce sobre dichos desarrollos.

Las necesidades que existen dentro de una organización, el apoyo y la manera en que se debe conseguir lo que se quiere alcanzar puede solucionarse al poner en marcha un Programa de Comunicación Interna, donde lo primero que debe hacerse es observar el entorno que rodea al posible ámbito de aplicación de dicho programa, y así poder en una fase última ejecutarlo y hacer un seguimiento del mismo, en todo este estudio está presente siempre la cultura, dicho análisis necesita de un estudio previo de la comunicación entre las parte

La necesidad de comunicación, el alcance y la importancia de ven reflejadas en los siguientes puntos:

1. Participa en la comunicación interna de la "visión estratégica" de la organización (desarrolla y comunica la nueva situación estratégica).
2. Ayuda a que se implanten los cambios organizacionales existentes, consecuencia de la adopción de posicionamientos estratégicos, comunicando los objetivos, motivos y derivaciones del nuevo modelo organizacional.
3. Sirve de vínculo de unión entre las comunicaciones existentes en la organización, es decir, entre la comunicación interna y la comunicación externa, la comunicación se realiza a los dos niveles: clientes (externos) y personal de la organización (internos).
4. Ayuda a la puesta en marcha de programas de Calidad Total, ya que un programa de este tipo necesita para su implantación y posterior seguimiento cada vez un mayor alto grado de participación por parte de sus beneficiarios.
5. Es un elemento de marketing interno fundamental para la organización, en el sentido de que permite a las personas que participan en su gestión conocer los aspectos más significativos que de ella se derivan, en una palabra permite que los empleados conozcan más la organización

Una buena comunicación puede promover o ser un instrumento para la mejora del rendimiento al considerar los siguientes elementos: la interactividad que se produce en la interpretación del proceso comunicativo, la negociación entre los participantes en la situación de comunicación y el impacto de los factores sociales y el entorno, lo cual podría tener como consecuencias por ejemplo la promoción de prácticas entre los empleados o sistemas de formación que las promuevan ayudado el propio programa de comunicación interna por el diseño del trabajo y los sistemas de evaluación del desempeño.

Comunicación en nuestra organización:

En la empresa REFACCIONES ELÉCTRICOS MIGUEL ÁNGEL RAMÍREZ HERRERA por beneficio y acciones adecuadas de la empresa, creemos que la comunicación interna es lo más importante para llevar a cabo el desarrollo del negocio, identidad, publicidad y giro de la organización.

Fomentar el liderazgo, la creatividad y la retroalimentación son aspectos que tampoco pueden pasar desapercibidos si se quiere contar con un equipo motivado, decidido y preparado, que luche por alcanzar los objetivos y la misión de la compañía y que se sienta identificado con la filosofía, valores y visión de la misma.

Visión

Nos vemos como una empresa renovada con el tiempo, actualizada según los cambios del mercado, posicionados en el primer lugar de servicio que nuestra empresa se reconozca por los siguientes aspectos:

Reconocido por el desempeño de clase mundial en sus operaciones con clientes y proveedores.

El mejor lugar para trabajar: atrae, conserva y desarrolla al mejor talento

Es líder indiscutible en cada uno de los mercados en los que participa.

Innova y crece de manera eficiente y rentable.

Es reconocido por su firme compromiso con el Medio Ambiente y la Sociedad.

Además de posicionarnos como el primer lugar mundial en ventas, y prestigio manteniendo las estrategias internas y generando mayor crecimiento del mercado, con aportación económica, de trabajo, servicio, colaboración y permear nuestra marca en todo el mundo, además de globalizar nuestra cultura organizacional como imagen madre de otras empresas, pues estamos interesados también en el crecimiento de otras empresas del campo y el desarrollo mexicano.

Misión

Nuestra misión es identificar, diseñar, fabricar, distribuir a nivel mundial, y apoyar a los vehículos comerciales e industriales que cumplan o superen las expectativas del cliente, además de implementar los vehículos eléctricos para la mejora del ambiente, siendo la única empresa mexicana que lograra que nuestros vehículos estándar y personalizados portadores de la carga, transporte de personal, stockchasers, carros eléctricos, tractores de remolque y más han sido la solución

líder para los clientes en una amplia gama de mercados industriales, comerciales y de apoyo en tierra . Nuestro principio guía es proporcionar soluciones específicas de la aplicación , que son fiables , eficiente y económico.

Valores

la comunicación y colaboración además del respeto, el trabajo y la tolerancia son puntos claves de la estrategia que fomenta el liderazgo, creatividad, y ambiente de nuestra organización que recae en procesos de cultura organizacional, en los cuales nos basamos para continuar cada día la producción de los productos, la atención al cliente y el mantenimiento de procesos de comunicación en el que circulan las bases de las estrategias internas.

Por nuestras razones de ser y la cultura empresarial que desarrollamos para nuestros públicos tanto internos como externos, entendemos que la comunicación es el primer proceso para desarrollar estrategias, permear en la producción y dar continuidad a las técnicas organizacionales.

Generar soluciones integrales efectivas para que nuestros clientes, en cada uno de los mercados que atendemos, hagan su negocio más rentable, es una labor que sabemos es responsabilidad de la creación de medios y mensajes específicos, de canales efectivos para lograr penetrar barreras, nos permite también verificar que estos mismos sepan quien realmente somos y que realmente es la meta y objetivos que se tienen. Además los valores no pueden ser dejados de lado en nuestra empresa pues son la base del proceso de producción del fruto final de la empresa que es el producto y para lograr que penetre y trascienda siempre, que sea reconocido, que nos vean, conozcan y sean partícipes los públicos de las marcas entendemos que es necesario conservar el ambiente de colaboración respeto y confianza, el trabajo en equipo, la comunicación adecuada en todos los niveles, aprovechando de estos los conocimientos y experiencias para crear sinergia con un liderazgo y mensajes certeros veraces y eficaces que creen un compromiso de todos por alcanzar los objetivos.

Creemos que para lograr el posicionamiento real de refacciones eléctricos Miguel Ángel Ramírez Herrera es necesaria la honestidad, la cual se crea solamente haciendo saber quiénes somos, que realmente queremos y para que estamos aquí Actuando con total integridad con nuestros clientes, empleados, proveedores, acreedores y la sociedad, Adoptando prácticas y procedimientos de control ambiental

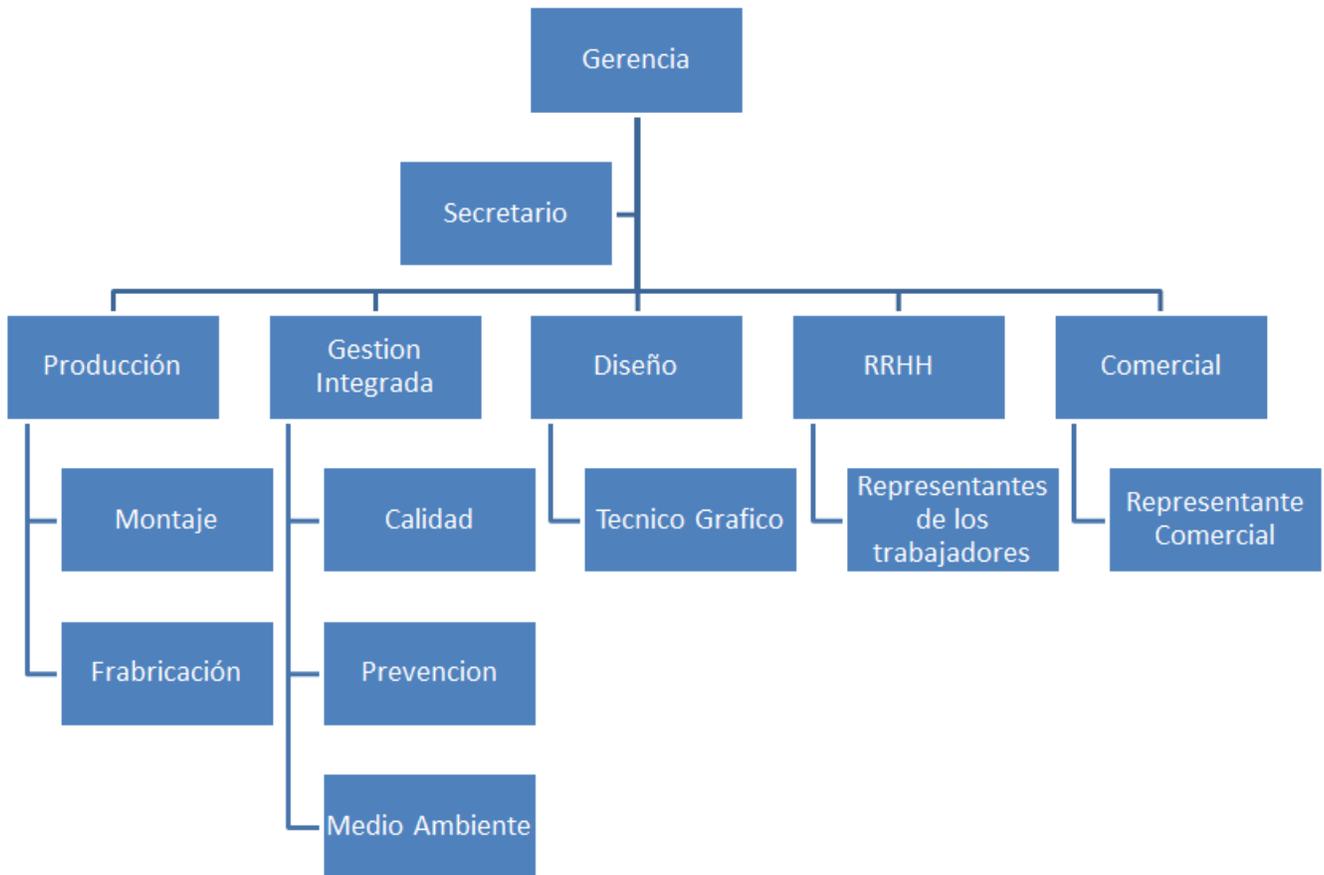
Buscando en nuestras actividades el óptimo consumo de energía y recursos, con la seguridad de todos nuestros empleados, con el desarrollo de la comunidad.

Pensamos que para lograr también cambios internos y externos de la organización la comunicación nos apoya a lograr hacer un cambio para mejoras objetivas Incorporando procesos y nuevas tecnologías que nos ayuden a controlar nuestro negocio disciplinadamente, estableciendo indicadores de desempeño y reconociendo el rendimiento extraordinario Fomentando la creatividad y nuevas

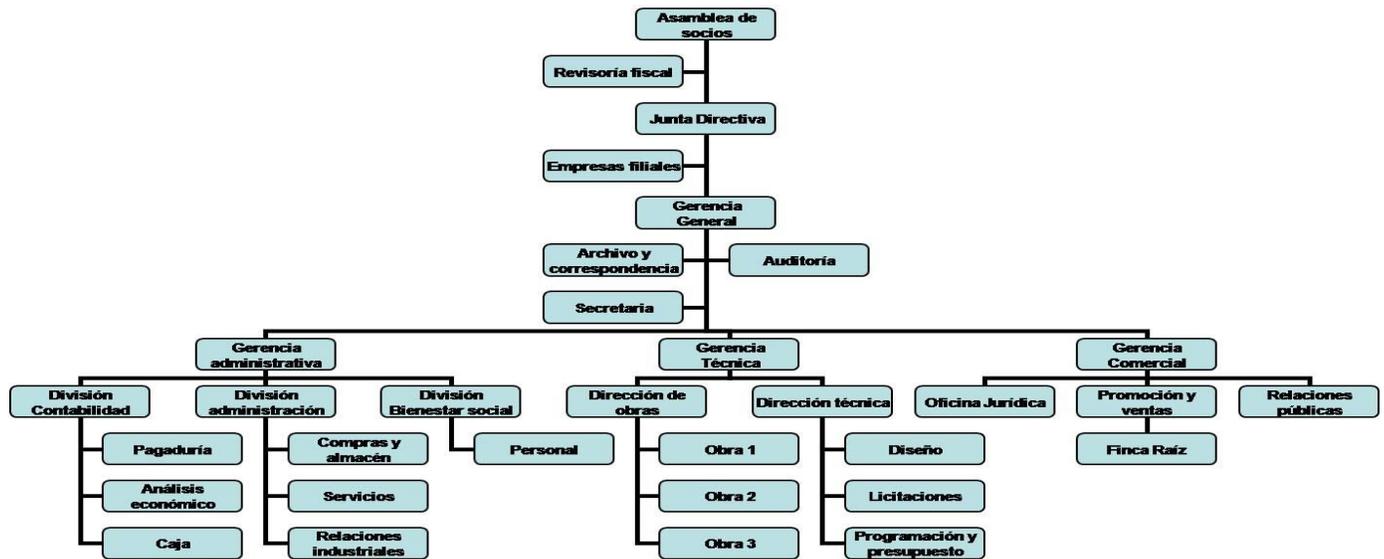
ideas para asegurar el crecimiento del grupo Facilitando el aprendizaje y entrenamiento del ambiente, del mercado y los retos y barreras que hay que superar durante el tiempo y conforme al crecimiento de la organización.

Emprender la comunicación

Fue para nosotros desarrollar la estrategia formal, mensajes adecuados y técnicas eficientes entre los canales, fuentes y receptores de la comunicación en la empresa desarrollando un método de comunicación cruzada en la organización con los públicos internos.



Desarrollo de actividades:



Y de esta manera concretas el valor de la comunicación persiguiendo ciclos, desarrollando, gestionando departamentos, intensificando la producción, reduciendo problemas que atacan a la organización y permitiendonos desarrollar armas para estar fuertes frente a los cambios del mercado, de los públicos, ambientales y organizacionales operativos necesario para el buen funcionamiento de nuestra empresa REFACCIONES ELÉCTRICOS MIGUEL ÁNGEL RAMÍREZ HERRERA.