

INFORMACION Y COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA: ASPECTO FORMALES E INFORMALES

Antes de realizar cualquier acción dentro de una empresa es necesario recabar información sobre lo que se hará, y el éxito de esto dependerá de la calidad de la información obtenida.

"La palabra es el nombre de las cosas y las ideas, y la información es el nombre de las situaciones". Entonces, el conocimiento, para ser transformado en información debe ser transmisible; esto se logra a través de la codificación de los mensajes de tal manera que todos lo entiendan, al ser entendido se transforma en signo. El conocimiento en si, puede ser considerado como una acumulación ordenada de signos.

En todo sistema podemos hallar: 1) un emisor del mensaje; 2) el mensaje que se envía; 3) el receptor (decodifica el mensaje); 4) y la retroalimentación de la información (feedback).

La buena comunicación es buen negocio, ya que requiere, un cuidadoso estudio y programación, ajustados a la empresa. Drucker define las comunicaciones como "la capacidad de los diversos grupos funcionales existentes dentro de la empresa para comprenderse entre si, y para comprender las funciones y ocupaciones de los demás".

Si aceptamos la división de los integrantes de la empresa en dos grupos, ubicando en uno de ellos a los que ejecutan el trabajo, y en el otro a quienes lo dirigen y supervisan. su misión es la de hacer trabajar a los demás con el máximo de eficacia y satisfacción.

Si hacemos una analogía con el cuerpo humano, los individuos serían células, las cuales en conjunto forman órganos, que a su vez integran sistemas, los cuales se unen para constituir el organismo como unidad funcional. La anatomía de esta analogía sería la estructura de la empresa, la cual se representa a través de la pirámide de jerarquías, y de esta manera obtenemos el organigrama.

El sistema nervioso de ese organismo estaría representado por el sistema de comunicaciones de la empresa, mediante la cual las órdenes descienden y la información general asciende y es analizada en los estratos superiores ("cerebro"), generando nuevas órdenes.

Sin embargo esta estructura no es completamente rígida; posee características que le dan estabilidad y le permiten resistir el cambio, sin alterar los patrones básicos:

1) De autoridad (organización lineal o militar)

2) De función (organización funcional o de personal; corresponde a la especialización de funciones)

Basándonos en estos criterios, cualquier miembro del personal es ubicable en el organigrama, y existen diferentes tipos de estos:

Organización líneal

- 1) Sistema de cuerpos en línea.
- 2) Sistema funcional (o de centralización especializada)
- 3) Sistema combinado, o funcional por cuerpos en línea

Al igual que los tipos de organigramas de una empresa, existen diversos medios para hacer llegar la información:

1) AUDITIVOS

- a) Cara a cara: conversaciones, entrevistas, reuniones, debates, etc.
- b) Intermedios: teléfono, radio, intercomunicadores, altoparlantes.
- c) Simbólicos: timbres, campanas, otras

2) VISUALES:

- a) Escritos: cartas, circulares, boletines, expedientes, manuales, etc.
- b) Pictóricos: pinturas, diagramas, fotografías, mapas.
- c) Simbólicos: luces, insignias, etc.
- d) Escrito-simbólicos: carteles, afiches, películas mudas.

3) AUDIOVISUALES: Películas sonoras, televisión, representaciones, conferencias con pizarrón o diapositivas, etc.

Los cuales son utilizados también estratégicamente según el impacto que se quiere dar a los empleados.

Y al igual que en el organigrama, las vías de comunicación se clasifican según su dirección.

1) VERTICALES ASCENDENTES: nivel superior a inferior (órdenes).

2) VERTICALES DESCENDENTES: nivel inferior a superior (información para control, sugerencias y quejas).

3) HORIZONTALES: en el mismo nivel. Su necesidad aparece y crece con la especialización y creciente división de las tareas.

4) TRANSVERSALES: son variantes combinadas de las tres formas mencionadas.

Con el conocimiento previo del esquema estructural de la organización, para iniciar, podremos asegurar la buena comunicación dentro de la empresa. Es como una cadena, una cosa te llevará a otra, y si se aplican de manera adecuada, se asegura la buena comunicación.