

MANUAL DE COMUNICACIÓN INTERNA

GRUPO SERVI HIELO



Mariana Escamilla Espinoza
Araceli Arias Macías
UNIVERSIDAD LAMAR
7º LCC



Índice

GRUPO SERVI HIELO

1.- Introducción	3
2.- La comunicación en las empresas	4
3.- La comunicación en Grupo Serví Hielo	5
4.- Bibliografía	7

Introducción

La comunicación se ha convertido en una parte fundamental dentro de las empresas, garantizándoles que de aplicar las estrategias correctas tendrán un futuro exitoso.

Hoy en día el mercado suele ser abarrotado por empresas del mismo giro que de igual manera buscan la proyección en ventas de su producto o servicio. Tomando esto en cuenta es necesario buscar un distintivo para que la empresa se destaque entre todas y puede ser líder en el mercado.

“En la actualidad, más del 95% del total de la industria mexicana esta conformada por pequeñas y medianas empresas” (Davila, 2010)¹

En 1916 y debido a Henry Fayol, quien es considerado el verdadero padre de la administración, en colaboración con otros autores surgió la teoría clásica la cual se basaba en los principios generales de la administración los cuales son: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. (Fayol)² Esto posicionaba a las empresas dentro de una organización formal, en la cual la jerarquía era muy importante y los empleados no tenían ni voz, ni voto.

Con el paso del tiempo ha surgido la necesidad de crear nuevos enfoques teóricos para que las empresas puedan adoptarlos y así poder innovar en un mercado en donde solo hay 2 opciones: Renovarse o morir.

Ana Eloísa Álvarez, cita en su manual de comunicación organizacional a Marta Lucía Buenaventura, Doctora en Comunicación Organizacional por la Universidad Autónoma de Barcelona la cual menciona que: “la visión empresarial ya no solo debe estar sustentada en el paradigma de economía, producción y administración que ha marcado el accionar de la empresa desde el siglo XIX, sino que debe incluirse a la comunicación, la cultura y la identidad como nuevos ejes de la acción empresarial, ya que estos tres aspectos constituyen el sistema nervioso central de todos los procesos de la dinámica integral de una organización” (Covarrubias, 2014)³

Hoy en día esta comprobado que una organización que tiene un departamento de comunicación interna el cual se encarga de estar en contacto con los trabajadores para que estos puedan opinar acerca de diversas problemáticas de la empresa, así como para que estos mismos estén informados sobre los movimientos importantes que la misma genere, será una empresa exitosa pues se estará garantizando el interés de cada uno de los elementos que la conformen para así, crear un éxito en conjunto.

¹ Davila, A.C. Junio 2010 La micro y pequeña empresa mexicana

² Fayol, H. Teoría clásica de la administración

³ Covarrubias, A.E. 2014 Manual Comunicación Organizacional 1

La comunicación en la empresas

"Si yo no comunico, otros ocuparán mi espacio; si no hablo de mi mismo, otros lo harán por mí, lo harán menos bien que yo, y, si no quiero estar en situación de desmentir, hace falta que tome la iniciativa" (Narbone, 1990)⁴

La comunicación en las empresas surge de la necesidad de apoyar las estrategias establecidas por está, con el propósito de integrar los objetivos, planes y acciones de la dirección así como la correcta difusión de imagen y la gestión de información.

Cuando hablamos de comunicación empresarial se debe considerar que:

1. La función de comunicación es intangible, compleja y heterogénea; la clave de su éxito consiste en gestionarla mediante un departamento de comunicación.
2. El entorno de la empresa, ha cambiado; no sólo abarca a los empleados, clientes, etc. sino que actualmente ha ampliado su campo de influencia a los ciudadanos, vecinos, consumidores, ecologistas, instituciones educativas, administración local, etc., los cuales opinan, reclaman y exigen que las empresas se impliquen en la mejora social.
3. Entre los ciudadanos y las empresas se ha establecido una relación de requerimiento que implica una participación activa en los problemas y actividades de nuestra sociedad actual. (Saló, 2005)⁵

Debido a la complejidad que afecta a nuestra sociedad hoy en día es necesario que dentro de la empresa la comunicación sea multidireccional, fomente la participación de los empleados, se establezcan objetivos, se incorporen elementos innovadores y creativos, así como también la correcta aplicación de nuevas tecnologías.

Es importante tomar en cuenta estos elementos para poder establecer una correcta comunicación interna en la empresa para el desarrollo de actividades y proyectos. Si esta no es efectiva y no cuenta con los métodos correctos se corre el riesgo de llegar a puntos críticos como: malos entendidos, notificación inadecuada de las prioridades y así generar un clima organizacional tenso y poco productivo.

"La comunicación en una empresa debe basarse en un lenguaje claro, simple y comprensible para el receptor. Debe ser oportuna, el mensaje debe llegar al receptor en el momento indicado. Y debe ser precisa, no debe utilizar adornos lingüísticos ni información innecesaria." (Elias, 2012)⁶

⁴ Narbone, A. 1990

⁵ Saló, N. 2005 Aprender a comunicarse en las organizaciones

⁶ Elias, A. 2012 La comunicación en una empresa

La comunicación en Grupo Serví Hielo

Grupo serví hielo es una empresa distribuidora de hielo y derivados fundada en 1998, se especializa en el abastecimiento de agua y hielo para empresas del ramo restaurantero, salones de eventos y al público en general.

Está conformada por diez distribuidores, un jefe y un supervisor. El supervisor de la empresa Gustavo Iñiguez comenta: "Para grupo serví hielo la comunicación es un elemento básico dentro de la empresa, pues esta conformada por un grupo de gente multidisciplinaria y es esencial entablar un canal de comunicación para poder tener una óptima distribución de actividades."⁷

Al inicio de cada jornada de trabajo, los diez distribuidores, el jefe y el supervisor dan lectura a la bitácora de actividades diarias y de esta forma delegan tareas.

Al final del día los distribuidores se reúnen con el supervisor para dar el reporte de las tareas cumplidas; así también cuentan con una junta general cada viernes en donde los empleados son libres de dar su punto de vista de acuerdo a las problemáticas que se presentaron durante la semana y contribuyen con estrategias para solucionar las mismas.

"Apostamos por ser incluyentes, escuchamos opiniones y se ejecutan de ser necesarias"
Rogelio Iñiguez, Jefe Grupo Serví Hielo⁸

En Grupo Serví hielo consideran importante escuchar el punto de vista de todos lo que lo conforman, contribuyendo los logros empresariales a la comunicación interna que deriva en un trabajo armónico y ordenado dando como resultado el cumplimiento de metas.

Sin duda alguna uno de los logros empresariales más importantes ha sido la creación de una imagen positiva en el mercado que se ha logrado a través del cumplimiento y reporte de tareas asignadas, pues ayuda al control interno de la empresa y da una mejor impresión de la misma.

Sin embargo, en algunas ocasiones el exceso de comunicación se ha tornado informal y aunque se considere importante tener un acercamiento con los trabajadores confiesan que ha contribuido a la creación de rumores que en pocos casos han afectado el desempeño dentro de la organización, no obstante se han solucionado de manera efectiva por medio del dialogo que establece el jefe con los empleados.

⁷ Iñiguez, G. 2014 Supervisor Grupo Serví Hielo

⁸ Iñiguez, R. 2014 Jefe Grupo Serví Hielo

Una de las problemáticas que hace algunos años fue muy frecuente entre los empleados, fue su higiene personal. En ocasiones llegaban desalineados y no existía un uniforme, por lo que su vestimenta comunicaba una imagen negativa de la empresa.

Cuando el supervisor se dio cuenta que esta situación estaba afectando las ventas, le sugirió al jefe la creación de un código de vestimenta para los empleados. Una vez que fue aprobado optaron por persuadir a los empleados por medio de incentivos para que se apegaran a los lineamientos de higiene que recientemente habían establecido, así como también les dieron a cada uno un par de uniformes; desde ese día la problemática desapareció e incluso los trabajadores adoptaron estas nuevas reglas de manera muy positiva.

El Jefe de grupo Serví hielo, el Sr. Rogelio Iñiguez es el encargado de estar en contacto con la cartera de clientes, generalmente la comunicación era a través de llamadas telefónicas, pero con la llegada de las nuevas tecnologías se vio en la necesidad de utilizar nuevas estrategias que le dieran una mayor proyección a la empresa. El uso de las redes sociales y una pagina web incremento las ventas en aproximadamente un 30%, la estrategia que se implemento en estos medios era la misma con la que habían trabajado desde un inicio: el trato amable y un servicio eficaz.

Parte del éxito de Grupo serví hielo se debe a la experiencia, esfuerzo constante, innovación, calidad en los productos y el servicio que ofrecen los 365 días del año, pero sin duda alguna la comunicación interna que se maneja dentro de la empresa es parte fundamental de esté mismo pues el trabajo se facilita cuando se ejecuta en un ambiente saludable, honesto y organizado.

Bibliografía

Covarrubias, A. E. (2014). Manual Comunicación Organizacional 1. *Presentación* . (M. L. Buenaventura, Ed.) Guadalajara, Jalisco, México: Lamar.

Saló, N. (2005). *La comunicación en la empresa*. Recuperado el 15 de agosto de 2014, de Aprender a comunicarse en las organizaciones:

<http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/221-la-comunicacion-en-la-empresa.html>

(1990).

Davila, A. C. (Junio de 2010). *La micro y pequeña empresa mexicana*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de Eumed.net:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2005/afcd-mpymem.htm>

Elias, A. (2012). *La comunicación en una empresa*. Recuperado el 15 de agosto de 2014, de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/la-comunicacion-en-una-empresa/>

Fayol, H. (s.f.). *UNAM*. Recuperado el 15 de agosto de 2014, de Teoria clasica de la administración: <http://fcaenlinea.unam.mx/2006/1130/docs/unidad4.pdf>