

UNIVERSIDAD LAMAR

NOMBRE DEL PROYECTO
CONEXIÓN ORGANIZACIONAL

EMPRESA
QUÉ PUES! RESTAURANTE-BAR

EQUIPO
Pedro Pablo Castro Orellana
Brandon Arturo Orozco Contreras

MATERIA
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

MAESTRA
Ana Eloísa Álvarez Covarrubias

Grado
7mo de Ciencias de la Comunicación

ÍNDICE

1. Introducción: Describir la situación actual de las empresas del giro de la organización, los cambios del mercado, la competitividad etc. (½ cuartilla mínimo) 3 Citas. 2
2. La Comunicación en las Empresas: Describir la necesidad de la comunicación en las empresas, alcance de la comunicación, importancia (½ cuartilla mínimo) 3 Citas. 3
3. La Comunicación en "Nombre de la Empresa: describa que significa la comunicación para la empresa "x" , como la define, que valor da la comunicación a lo que hacen y a sus logros empresariales, beneficios, además de creencias relacionadas a la comunicación (creemos que la comunicación , pensamos, entendemos, valoramos, rescatamos. . . también describir aspectos como la comunicación formal, el combate a la falta de información y rumor, la importancia de conductas comunicativas adecuadas, la comunicación no verbal, como favorece la empresa la realización de las funciones de la comunicación y comunicación interpersonal. (2 cuartillas aprox.)
Crear un sentido lógico del texto, de forma que en su contenido muestre la perspectiva y filosofía de la comunicación de la Empresa) ponle numeración 4

INTRODUCCIÓN

La empresa que tratamos en este escrito tiene fines lucrativos y por ende, su fin principal es generar capital, como todos los restaurant-bar. La competencia directa de "Qué Pues!" es bastante amplia, ya que los espacios donde se puede ofrecer estos servicios se ha ampliado bastante en los últimos 10 años.

Uno de los factores para un buen funcionamiento interno dice Taylor "Debe haber una cooperación muy cercana entre los que planean y los que ejecutan" que por el personal reducido y eficiente de la empresa, está muy ligado cada trabajo.

Los atributos que han caracterizado al bar durante sus 23 años que tienen de atención al cliente es, el servicio personalizado a cada uno de los clientes que llegan al establecimiento; Weber menciona en uno de sus principios que se deben "desarrollar normas, reglas y estándares de operación", esto incluye el buen trato. La música es un factor que fortalece el concepto, por su renovación y buen gusto para las personas que concurren.

La comunicación interna de la competencia no tiende hacia las mismas áreas que esta empresa, ellos se fijan en la construcción de mensajes persuasivos para un público en general (ya sea en redes sociales o con cartelones dentro y fuera del local. Claro, Andrade nos dice que la "totalidad de mensajes que se intercambian entre los miembros de una organización y entre esta y su entorno" y lo que buscamos es eso, un conjunto de ambas partes para una correcta difusión de mensajes.

La Comunicación en las Empresas

Dentro de una organización se necesita el constante uso de la comunicación, ya que la comunicación propicia la coordinación de actividades entre individuos que participan dentro de la misma: "Nos comunicamos para trabajar en equipo, enseñar a otros, dirigir, negociar, trabajar, atender a los clientes, entrevistar, escuchar, encabezar juntas de trabajo, resolver conflictos, etc." (Adler y Jeanne, 1983).

Un adecuado flujo de comunicación en una organización, tanto para sus públicos internos como externos, facilita que los objetivos para los que fue creada se cumplan; además de promover actitudes favorables de los públicos a la organización, las cuales son indispensables para que ésta subsista y se desarrolle. Una de las bases fundamentales es la comunicación interpersonal pero, hay que tener cuidado con las barreras que se presentan como distorsión semántica, distorsión serial, sobrecarga de información, Escasez de información (Fernandez Collado, 1997)

Gran parte de los problemas de efectividad, tanto dentro de las organizaciones como en la vida personal, está relacionado con incompetencias que presentamos en la forma de conversar y relacionarnos con otros. Para evitar este tipo de problemas es mejor utilizar redes formales de comunicación que son los caminos oficiales dictados por la jerarquía y especificados en el organigrama de la organización. Son generalmente verticales, siguiendo la cadena de autoridad y limitadas con las comunicaciones con las tareas empresariales. (Almenara, Romeo, & Roca)

La Comunicación en Qué Pues!

La comunicación es un instrumento de la empresa que cumple con funciones primarias para el desempeño de procesos internos, hacer patente el uso de un vocabulario en común nos resulta de bastante ayuda ya que nos evitamos puntos ciegos en la emisión y recepción del mensaje.

Tiene que quedar claro que la comunicación interna de la empresa tiende de arriba hacia abajo y viceversa, esto quiere decir que hay normas, reglas y ordenes como sugerencias, consultas, quejas y recomendaciones, esto con el propósito de que el cliente tenga el servicio más eficiente y una estancia armoniosa en el restaurant bar.

Nuestra identidad corporativa es nuestra distinción por un cordial saludo y un servicio alegre, que no tengas molestias y la despedida es la última impresión que causas en el cliente, por lo tanto, es un elemento clave para que este volteé con una sonrisa y regrese por la calidad de los artículos dando una sensación de satisfacción la cual nos beneficia de manera monetaria.

Nosotros creemos que la comunicación es un pilar dentro del ¡Que Pues! Esta permite que cada persona que integra este equipo de trabajo entienda de manera clara su rol dentro de la empresa dando un mejor resultado en el rendimiento de sus labores.

Dentro del ¡Que pues! La comunicación formal es indispensable ya que tenemos la firme creencia de que todo movimiento gestionado de la manera correcta y mediante los canales adecuados garantiza los procesos de comunicación, dando una formalidad que demuestra la seriedad y compromiso de esta empresa haciendo los mensajes y la comunicación dentro de ella más efectiva y eficiente evitándonos problemas en el momento de decodificar un mensaje.

La comunicación informal es un problema que tratamos de erradicar día con día con el propósito de evitar una transmisión errónea de los mensajes, lamentablemente es casi imposible eliminar este tipo de comunicación debido a que se genera en lugares poco ortodoxos para la emisión y recepción de mensajes lugares como; Baños, pasillos e incluso en la cocina de la empresa.

Cualquier información manejada de una manera equivocada en el interior de la empresa un "Rumor" representa un serio problema dentro de las actividades que realiza todo nuestro equipo de trabajo, ya que puede afectar la productividad y efectividad de sus labores, de tal manera que se trata la forma para que el flujo de información relacionado con las actividades cotidianas del "Que pues" se han tratadas con toda la formalidad posible con los conductos necesarios para el progreso en general de la empresa.

Dentro de nuestra empresa es de vital importancia la evaluación de la comunicación no verbal, debido a que somos un establecimiento donde el trato personal con el cliente es elemental para nosotros, gestos, emociones, un simple sonido es fundamental para un trato amable y así evitar malentendidos con nuestros consumidores.

En el ¡Que pues! Estamos obligados a que todo el equipo laboral se sienta parte fundamental de la empresa, estamos empeñados en mantener una palestra de comunicación en todos los niveles, que cada trabajador conozca las funciones de cada una de las personas que lo rodean de tal manera que no exista ningún punto ciego dentro de la empresa.

Con esta información nuestra meta es crear un ambiente de trabajo agradable donde todos y cada una de las personas que integran esta empresa se conozcan y tengan en claro las funciones de todos para lograr así las metas establecidas por el "Que pues" de manera eficaz sin perder los valores que nos identifican.