

En la primera lectura planteada podemos encontrar las opiniones y tal vez, como una manera de decirlo, las inquietudes de Genaro Ahumada García al respecto de que México se está quedando atrás en cuestiones de comunicación corporativa en las empresas, en comparación con sus similares de las potencias mundiales.

Ahumada menciona enfáticamente que las organizaciones mexicanas cuentan con una escasa cultura respecto al valor que tiene la comunicación dentro de las empresas mexicanas, además de mencionar algo que siendo estudiantes de Ciencias de la Comunicación hemos visto mucho, las empresas y/u organizaciones se preocupan más por limpiar su imagen externa y descuidaban la interna así como también los procesos de comunicación interna.

En Europa y en Estados Unidos la comunicación dentro de las empresas es tomada como una herramienta fundamental para el mejoramiento y la obtención de metas, tanto a largo como a corto plazo, y después del análisis de ese éxito se comprendió que puede utilizarse no sólo en grandes empresas sino en prácticamente todos los tipos como son empresas grandes o pequeñas, instituciones, asociaciones civiles, etc.

Gracias a la implementación de estos sistemas dentro de las empresas transnacionales localizadas en nuestro país, las empresas nacionales se dan a la tarea de implementarlo pero no de manera correcta, ya que en el país no existían profesionales que dominaran los conocimientos de la comunicación organizacional y se debían traer expertos del extranjero para realizar esa clase de trabajos. Por lo anterior se crearon sistemas de estudios al respecto en las universidades con mayor nivel del país, aunque para mala suerte del mexicano, su resistencia al cambio es notoria y hasta la fecha no se le da, dentro de las empresas nacionales, la el valor que se le necesita a la comunicación organizacional.

Un dato bastante importante del por qué las organizaciones y/o empresas mexicanas no le dan la debida importancia a la comunicación organizacional es que muchas de éstas están condicionadas al trabajo mediante "miedo", son empresas que fueron creadas mediante un préstamo gubernamental y son presionadas para obtener resultados inmediatos para seguir siendo beneficiarias de dichos préstamos.

Otra inconsistencia que se maneja en las empresas mexicanas es que se dejan llevar por el ruido externo; en pocas palabras por lo que sus clientes dicen y no por lo que su personal podría aportar ocasionando una mala administración dentro de la organización.

En cambio en Europa (siempre ha sido ejemplo de desarrollo y constante modernidad) se destacan las buenas organizaciones con nuevas formas de alcanzar sus metas, lo que quiere

UNIVERSIDAD GUADALAJARA LAMAR

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 2

ACTIVIDAD I: LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

INTEGRANTES: HENRY MIKE HENRY GONZÁLEZ GONZÁLEZ & STEPHANY ESTRADA DOMÍNGUEZ

decir que a los empleados les dan más importancia sin descuidar a su cliente. Esto ayuda a que la comunicación organizacional sea del agrado tanto del departamento directivo como de los partícipes en la organización.

Lo que una empresa (mexicana o no) debe de aprender es que se necesita un equilibrio de los factores internos y externos, aquellos que hacen la armonía del todo.

Primera conclusión, las lecturas hablan del significado del progreso en equipo, de la máquina que sin un engrane falla y de que no hay que ser individualistas, ya que donde pierde uno, pierden todos.

Siempre habrá pros y contras dentro de un grupo, pero debemos de aprender a limar asperezas y darle paso a aquello que es primordial dentro de una organización: la comunicación. Ese es el paso que muchas empresas ignoran y por eso el progreso se les hace muy difícil, cuando es lo más sencillo del mundo si uno aprende a trabajar en equipo.

En conclusión, ambas lecturas hablan primordialmente de que la comunicación dentro de las empresas y en cualquier ámbito, no ha cambiado de manera considerable y que aún se conserva la comunicación frente a frente a pesar de los adelantos en las tecnologías. Lo importante es saber transformar esos medios de comunicación existentes para que pueda haber un mejor aprovechamiento y una mejora en las cuestiones internas de las organizaciones.

UNIVERSIDAD GUADALAJARA LAMAR

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 2

ACTIVIDAD I: LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

INTEGRANTES: HENRY MIKE HENRY GONZÁLEZ GONZÁLEZ & STEPHANY ESTRADA DOMÍNGUEZ