

# **CAPÍTULO I.**

## **OBJETO DE ESTUDIO**

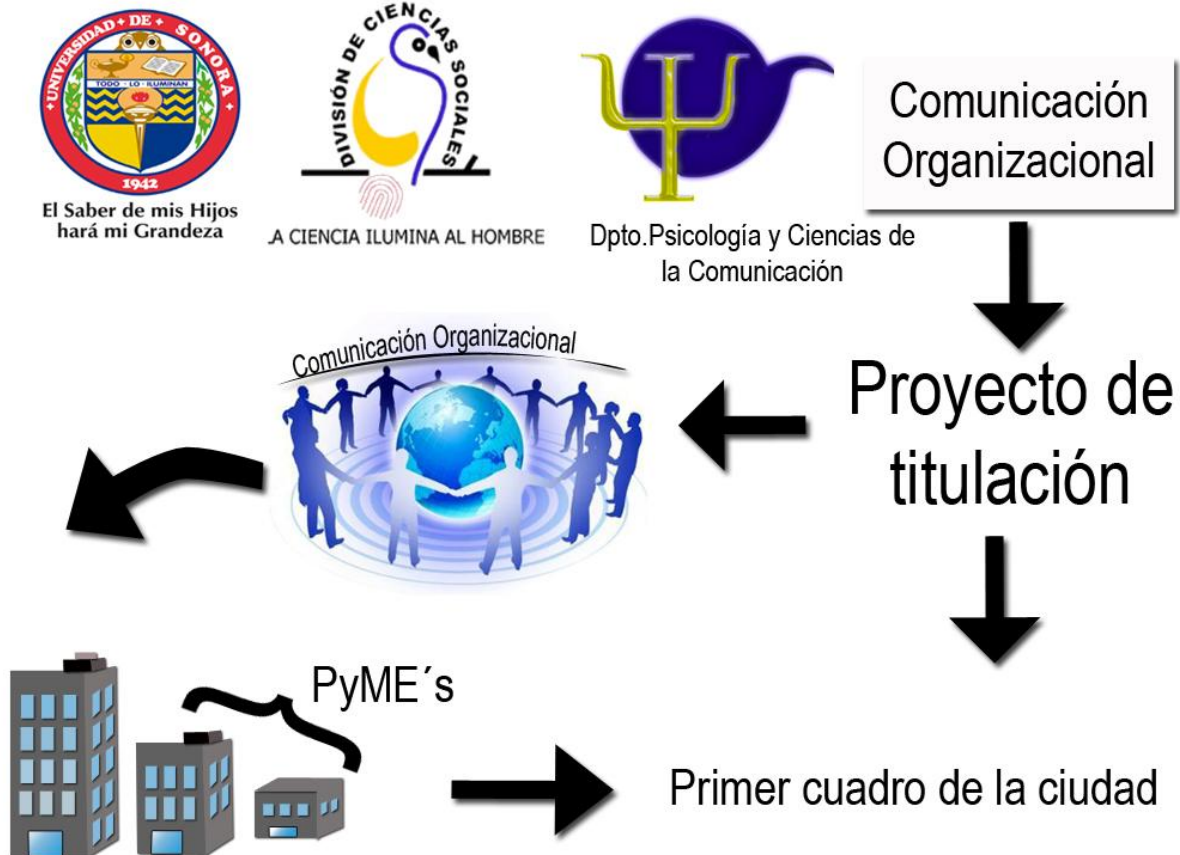
## **1.1. CONTEXTUALIZACIÓN**

En un mundo cada vez más cambiante, extremo y menos sustentable, los humanos se han vuelto seres cada vez más egoístas, los cuales han concentrado gran parte de sus energías en buscar una forma digna de sobrevivir ante la latente y palpable situación al enfrentar un problema como la falta de empleo, así como la deficiente forma de dirigir de los gobernantes. Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) han cobrado una fuerza avasalladora en el último siglo, logrando en el caso de México representar el 52% del producto interno bruto y ofrecer empleo al 71% de la población económicamente activa (Orozco & Fleitas; Sin año). No es fortuito que ante un intento por elevar la economía del país, el gobierno haya implementado desde principios de los años 80's diversos programas para impulsar la creación de PyMEs. Sin embargo es innegable que su incremento desmedido sea resultado de una crisis mundial.

Hoy en día, los pequeños empresarios van en búsqueda del sueño de tener contar con una empresa propia y no depender de un sueño. Mejor dicho, se juegan el todo por el todo para construir su fuente de sobrevivencia. Los apoyos que ha generado el gobierno mexicano para impulsar la PyME y las ahora nuevas MiPyME (Micro, Pequeñas y Medianas empresas) han sido enormes, tanto ha sido su impacto que en fechas recientes se ha creado una Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, la cual tiene como vital actividad apoyar, desarrollar y orientar a los nuevos empresarios.

No obstante las estadísticas no mienten, datos de la Comisión Intersecretarial de Política Industrial (CiPi) afirman que “el 65 % de las PyMEs en México, desaparecen antes de 2 años de vida” (CiPi). Lo cual es una clara muestra de que las cosas no se están realizando del todo bien y uno de los factores podría ser la falta de comunicación de las empresas, al interior y exterior de las mismas. Ya que no es suficiente la renta de un local comercial para el arranque exitoso de la empresa y su funcionamiento; la competencia es enorme y la diferencia entre morir o vivir depende en gran medida del nivel de conocimiento que se tenga de la empresa.

1.2. ESQUEMA DEL OBJETO DE ESTUDIO PARA EL PROYECTO COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN PYMES. UN ANÁLISIS DEL FENÓMENO COMUNICACIONAL EN EL PRIMER CUADRO DE LA CIUDAD DE HERMOSILLO, SONORA (MÉXICO).



Fuente: Elaboración propia.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El propósito de esta investigación es diagnosticar la comunicación organizacional en PyMEs, a partir de la perspectiva de directivos y personal operativo, tomando como foco central el primer cuadro de la ciudad de Hermosillo, Sonora (México).

Este diagnóstico permite desarrollar un panorama general de la comunicación organizacional en PyMEs, mostrando así diferentes aspectos que coadyuvan a su crecimiento y permitiendo crear valiosas aportaciones para posteriormente mejorarla.

La comunicación es un acto que se realiza de forma imperceptible para el ojo inexperto, sin embargo para el especialista en comunicación, ésta se ve inmersa en cada uno de los aspectos de la vida y por ende jugando un papel de vital trascendencia. En el caso de la organización su focalización e importancia son puntuales para la supervivencia de la misma.

Desde la visión de la comunicación organizacional, este tipo de diagnósticos tiene un impacto tangible, al determinar por ejemplo como un simple envío de información (asignación de tarea) en un tono desagradable por parte de un directivo al personal operativo influye directamente en la manera en la que éste la recibirá, interpretará y actuará posteriormente.

Se considera que este trabajo es pertinente, al proveer de material para conocer la forma en la cual las PyMEs desarrollan su comunicación, independientemente si ésta es percibida como tal o es desarrollada naturalmente sin percibir sus cualidades. Por tal razón su diagnóstico aportará claves para detectar necesidades desde a comunicación organizacional y diseñar propuestas de intervención para la solución de los problemas identificador.

Por tal razón su evaluación es invaluable, al ser ésta la clave para determinar su condición y posteriormente diseñar estrategias que mejoren los resultados obtenidos del estudio. Tal es el caso de cientos de organizaciones de carácter transnacional se han preocupado y le han apostado a la comunicación,

viendo como ésta ha arrojado resultados satisfactorios, en beneficio del capital humano, público externo, imagen institucional etc.

Otro de los motivos por el cual es pertinente el presente estudio es debido a la falta de investigaciones en el campo de la comunicación organizacional en PyMEs en Sonora. Los primeros estudios de este tipo fueron desarrollados en Europa no hace mucho tiempo, sin embargo en la localidad no existe documento alguno que aborde este tópico.

La vitalidad de evocar esfuerzos y recursos en comunicación hoy en día es una realidad. Al ser las PyMEs organizaciones con un nivel de competencia muy alto. Estudios de este tipo, pueden ayudar al pequeño y mediano empresario al determinar cuáles son sus áreas de oportunidad y comenzar a construir estrategias comunicativas pertinente, las cuales guiadas de asesoría constante logren los mejores resultados, siempre en beneficio de la organización.

#### **1.4. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un diagnóstico de la situación actual de la comunicación organizacional en pequeñas y medianas empresas (PyMEs) que permita evaluar las estrategias de comunicación implementadas por las mismas a partir de la perspectiva de directivos y personal operativo, caso Hermosillo, Sonora (México).

#### **1.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Desarrollar un breve análisis contextual de la comunicación organizacional de las PyMEs en Sonora.
- Evaluar en PyMEs del primer cuadro de la ciudad de Hermosillo, Sonora, la comunicación organizacional y las estrategias de comunicación a partir de la perspectiva de directivos y personal operativo.
- Identificar la valoración del directivo sobre los procesos de organización y capital humano en PyMEs.

## **1.6. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

- ¿Cuál es la perspectiva de la comunicación organizacional en el primer cuadro de la ciudad, según los directivos y personal operativo?
- ¿Qué estrategias de comunicación utilizan las PyMEs para desarrollar la comunicación organizacional?
- ¿Cómo valora el directivo los procesos de organización y su relación directa con el desarrollo humano?

## **1.7. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

La comunicación organizacional es inexistente en PyMEs de la ciudad de Hermosillo, Sonora (México), debido a que las acciones comunicativas desarrolladas empíricamente carecen de un estudio preliminar y estratégico.

## **1.8. METODOLOGÍA**

El diseño metodológico es la estrategia que se emplea para cumplir con los objetivos de la investigación, para llevar a cabo la presente se toma como eje central el objeto de estudio y de manera particular, las variables que llevan a la construcción del mismo.

La presente tesis se fundamenta metodológicamente desde una perspectiva cualitativo-cuantitativo o mixta. Incluye metodología cuantitativa y cualitativa, al brindar ésta una perspectiva más amplia del fenómeno.

1.8.1. ESQUEMA METODOLÓGICO PARA EL PROYECTO COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN PYMES. UN ANÁLISIS DEL FENÓMENO COMUNICACIONAL EN EL PRIMER CUADRO DE LA CIUDAD DE HERMOSILLO, SONORA (MÉXICO).



Fuente: Elaboración propia.

## **1.8.2. METODOLOGÍA CUANTITATIVA**

Para la elaboración de la presente investigación, fue esencial que el instrumento utilizado para el estudio estuviera en consonancia con las metas, los objetivos de la investigación y la creación de las variables que se mantuvieran dentro del rango de lo medible y cuantificable.

Para dicho fin se utilizó metodología cuantitativa para medir gráficamente las variables bajo estudio. Una vez identificado el universo, se procedió a la verificación de la existencia de las mismas, logrando con ello descartar a más de 56 organizaciones de 115, reduciendo la muestra a 33.

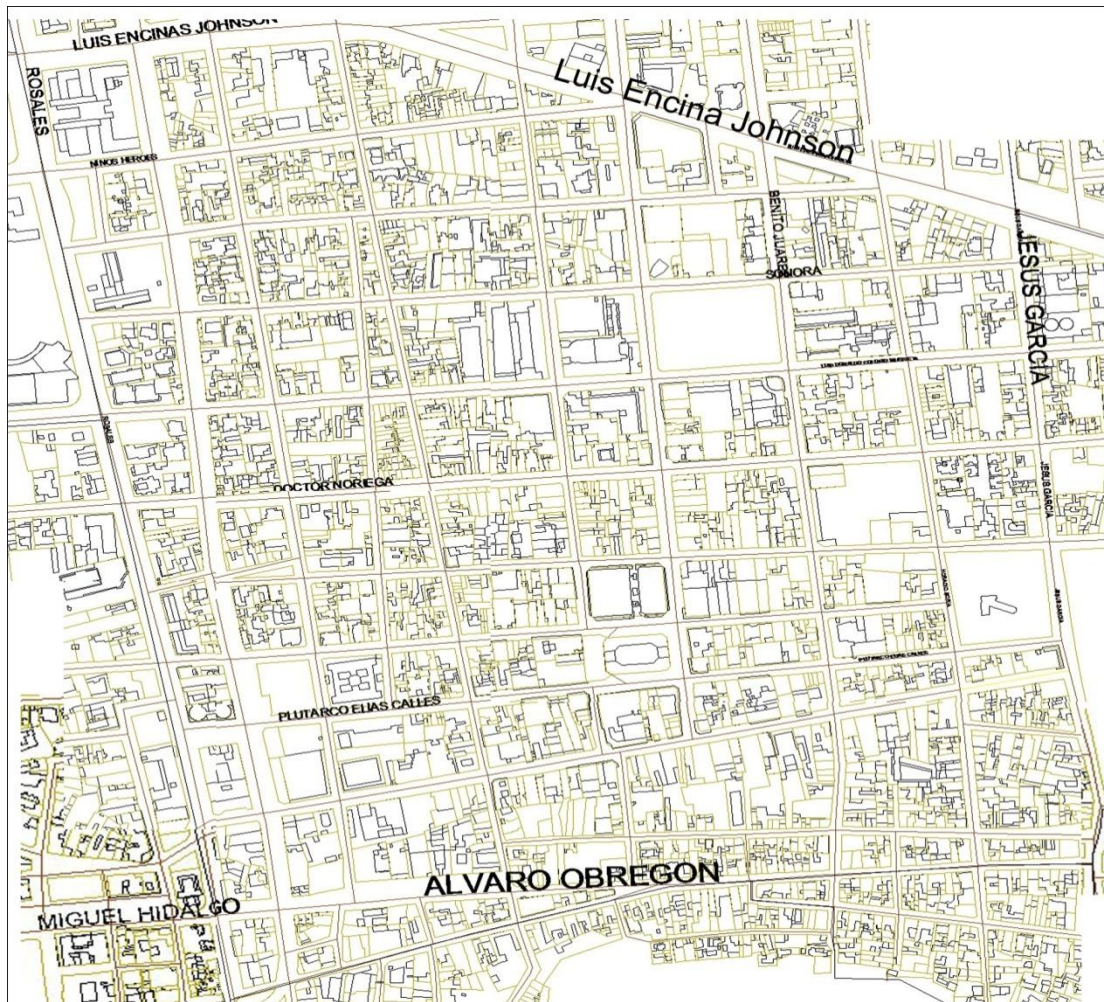
La selección del personal para responder el cuestionario fue elegido al azar, tomando como única referencia que el puesto ocupado en la empresa fuera de nivel operativo. La edad y sexo del encuestado, no fueron referencia para la aplicación del cuestionario.

La encuesta fue aplicada en 33 organizaciones de diverso giro empresarial en el primer cuadro de la ciudad.

El primer cuadro de la ciudad, también denominado casco urbano se encuentra ubicado gráficamente en el perímetro que forma el Blvd. Luis Encinas Johnson, Blvd. Rosales, Calle. Álvaro Obregón y Calle Jesús García.



## Mapa Casco Urbano- Hermosillo, Sonora



Fuente: Mapas Desarrollo Urbano y Ecología, Ayuntamiento Hermosillo.

### 1.8.2.1. CONSTRUCCIÓN DE INSTRUMENTO CUANTITATIVO

Para la elaboración del cuestionario aplicado, se tomó como base la importancia de las estrategias de comunicación que llevan a cabo las empresas para procurar el desarrollo de los empleados, el ambiente interno favorable, las herramientas de trabajo ofrecidas por la organización, entre otros.

Arrojando como resultado, un instrumento cuantitativo de 41 reactivos y un apartado de siete preguntas más en las cuales se permite evaluar de manera general a la organización; para finalizar se dejó un espacio en blanco donde el encuestado tenía la libertad para exteriorizar sus pensamientos.

Los primeros seis reactivos no tienen relación directa con el objetivo de estudio, sin embargo proporcionan valiosa información general de la condición de los empleados que influyen básicamente en el análisis del perfil de las PyMEs.

Los reactivos del 7 al 41, son los que tienen una gran influencia para el cumplimiento de los objetivos de la investigación. Las escalas de respuestas a lo largo del cuestionario variaron, no obstante, las opciones de mayor prevalencia fueron:

- a) Siempre    b) Casi siempre    c) Algunas veces    d) Casi nunca    e) Nunca  
a) Mucho    b) Bastante    c) Regular    d) Casi nada    e) Nada

Como se observó, los parámetros de respuesta fueron diversos. En todo caso lo que se buscó fue ofrecer distintas opciones para la elección de cada uno de los reactivos que confirman el cuestionario.

Posteriormente en el apartado de evaluación general de la empresa, las opciones de respuesta fueron: Bueno, Regular, Malo

### **1.8.3. METODOLOGÍA CUALITATIVA**

La herramienta cualitativa utilizada fue, entrevista semi-estructurada, la cual tuvo como objetivo: Identificar y analizar las estrategias de comunicación implementadas por PyMEs en la ciudad de Hermosillo y determinar si son producto de un diagnóstico de comunicación interna y con base en ello conocer cuan receptivos se encuentran los empresarios para implementar cambios en la organización que representan.

La entrevista fue aplicada a cinco personas con puestos directivos en la organización (Gerente general o Propietario). Los cuales fueron seleccionadas aleatoriamente, procurando tomando en cuenta el tamaño de la organización, su giro comercial y disponibilidad para colaborar con el proyecto.

### **1.8.3.1. CONSTRUCCIÓN DE INSTRUMENTO CUALITATIVO**

Para la elaboración de la entrevista, se tomaron como base cuatro variables clave; 1. Filosofía Organizacional; 2. Estrategias de comunicación; 3. Importancia del personal; 4. Áreas de oportunidad y crecimiento. Ver anexo No. 2

Arrojando como resultado, un instrumento cualitativo de 22 reactivos, los cuales aumentaron o disminuyeron dependiendo de la organización. La realización de la entrevista tuvo como objetivo obtener suficiente información sobre la percepción que tienen los directivos con relación a la organización y sus empleados, así como la importancia adjudicada a ellos y a la comunicación organizacional como herramienta clave para su desempeño.

Dentro de la variable No.1 se abordaron cuestiones meramente de la organización y su estructura. En el No.2 se cuestionó sobre aquellas estrategias de comunicación aplicadas en la organización, sus medios y frecuencia de uso. En la No.3, el capital humano fue el centro de atención, al englobar preguntar que dejaran entre ver la importancia de los mismos y las acciones encaminadas a generar su desarrollo. Para finalizar la variable No. 4 se enfocó en identificar al personal responsable del diseño de las estrategias y conocer la postura de los empleadores respecto a la contratación de servicio de comunicación externos o bien la creación del área de comunicación en la organización.

### **1.9. UNIVERSO DE MUESTREO**

El universo del muestreo fueron todas las pequeñas y medianas empresas ubicadas en el primer cuadro de la ciudad de Hermosillo, Sonora. Para su delimitación fue necesario recurrir al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), descargando una base de datos con todas las empresas a nivel estatal y posteriormente segmentarla por municipios, colonias y finalmente el espacio geográfico requerido.

El perfil que se buscó retratar fue el del empleado promedio, es decir personal operativo. Con relación a la entrevista, el perfil buscado fue del personal directivo.

**1.10. CUADRO VARIABLE- INDICADOR**

<b>Dimensión</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicador</b>	<b>Pregunta</b>
Comunicación Organizacional	Datos generales	-Edad -Sexo -Estado civil -Escolaridad -Ingreso mensual -Antigüedad	-Edad -Sexo -Estado civil -Nivel educativo -Ingreso mensual -Antigüedad en la organización
	Comunicación Interna	-Filosofía organizacional  -Organigrama  -Relación Empleado y Empleador  -Flujos de mensaje	-¿Conoces la estructura organizacional (organigrama)? -¿La organización cuenta filosofía organizacional (misión, objetivo, visión y valores)? -¿Conoces la filosofía organizacional? -¿Tienes alguna relación familiar con tu empleador? -¿Se te dio curso(s) de inducción al momento de ingresar a laborar?
	Estrategia de comunicación	-Canales de comunicación  -Estrategias	-¿Qué medios utiliza la empresa para hacerte llegar información? -¿Sobre qué temas la organización te hace llegar información? -¿Con qué frecuencia utilizan dichos medios de comunicación para informarte asuntos relacionados con la organización? -¿Consideras que los medios de comunicación empleados por la organización son adecuados? -¿Consideras que la empresa realiza estrategias de comunicación debidamente planificadas?
	Clima organizacional	-Capacitación  - Motivación  - Satisfacción Laboral  -Incentivos	-¿Existe una buena relación con tu jefe? -¿Consideras que entre tú y tus compañeros existe un ambiente de compañerismo? -¿Consideras necesario mejorar la comunicación entre los empleados? -¿Existen conflicto en la organización? -¿Cuál es el motivo más frecuente de los conflictos? -¿Qué tan satisfecho estas con las herramientas que te brinda la organización? -¿Estás satisfecho con la seguridad en tu área de trabajo? ¿Estás satisfecho con la seguridad en

			<p>tu área de trabajo?                  ¿Se te reconoce tu trabajo?                  ¿Cómo se te reconoce tu trabajo?</p>
	Área de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Características del puesto actual</li> <li>- Participación del empleado en la empresa</li> <li>- Herramientas de trabajo</li> <li>- Seguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Tienes bien definidas las funciones y responsabilidades de tu puesto?</li> <li>- ¿Consideras que debería de haber mayor claridad en las funciones de tu puesto?</li> <li>- ¿Apoyas en la construcción de las metas de la organización?</li> <li>- ¿Existe sobrecarga en las funciones que realizas en tu puesto?</li> <li>- ¿Has llegado a realizar funciones que no corresponden a tu puesto?</li> <li>- ¿Consideras que las herramientas que te brinda la organización te sirven para realizar tu trabajo?</li> <li>- ¿La organización te brinda de todas las herramientas que necesitas para trabajar?</li> </ul>
	Cultura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertenencia</li> <li>- Asistencia</li> <li>- Actividades realizadas para motivar</li> <li>- Crecimiento laboral</li> <li>- Compromiso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Te gusta hablar de tu trabajo con familiares y amigos?</li> <li>- ¿Asistes a trabajar con ánimo?</li> <li>- ¿Te fijas metas en las actividades que realizas en tu puesto?</li> <li>- ¿Con que frecuencia has logrado estas metas?</li> <li>- ¿Sientes que cumples con tus objetivos personales al trabajar en la organización?</li> <li>- ¿Consideras que tus habilidades están relacionadas con tu puesto de trabajo?</li> <li>- ¿Sientes que eres importante para la organización?</li> <li>- ¿Consideras que puedes aspirar a un mejor puesto?</li> <li>- ¿De quien depende que pueda alcanzar un mejor puesto?</li> </ul>