



La Gerencia y la Ética en los Procesos de Comunicación que se Generan en la Empresa: Gerencia MW

Marielba Colmenares L., Mailyn Medina

Resumen

En el presente trabajo de investigación se tuvo como objetivo conocer como se lleva a cabo la Gerencia y la Ética en los Procesos de Comunicación Caso: Empresa Gerencia MW, C.A., para ello se realizó un diagnóstico de la situación de los procesos Gerenciales, Éticos y Comunicacionales, donde se evidenció la carencia de elementos y condiciones necesaria para comunicarse de manera efectiva. El diseño de esta investigación fue de tipo descriptivo, porque se reconocen características de los elementos que identifican el problema y su naturaleza, se ubicó en la modalidad de un estudio de campo, puesto que los datos fueron recolectados directamente de la realidad, mediante encuestas aplicadas a una muestra de 20 trabajadores, conformada con preguntas dicotómicas y estructuradas. Los datos obtenidos se tabularon basándose en los objetivos del estudio, analizándose las respuestas dadas y así poder concluir con recomendaciones para el problema planteado. En consecuencia se recomendó en cuanto a la utilización de los recursos de los procesos de planeamiento, organización, dirección y control, diseñar programas para incentivar el trabajo en equipo e impulsar la comunicación efectiva, a través de reuniones, charlas, talleres, dinámicas, seminarios, conferencias, foros, concursos, reconocimientos, elaborar un código de ética que ajustado a las necesidades y requerimientos del personal y de la institución. Implementar un modelo de comunicación escrita a través de formatos preestablecidos, que permitan mejorar el proceso de comunicación de acuerdo a los objetivos propuestos.

Palabra clave: Comunicación, Ética: Corrección de un acto o comportamiento.

Management and Ethics in Communication Processes that are Generated in the Company: Management MW

Abstract

In this research work is aimed to see how they are carried out by the Management and ethics in the communication process Case: MW Management Company, Cadiz, for it was made a diagnosis of the situation of Managerial processes, ethics and Communicational, where there was lack of elements and conditions needed to communicate effectively.

The design of this research was descriptive, because they recognize characteristics of the elements that identify the problem and its nature, was located in the form of a field study, since the data were collected directly from reality, through surveys applied to a sample of 20 workers, with questions dichotomous formed and structured. The data obtained are tabulated based on the objectives of the study analyzed the responses so we can conclude with recommendations for the problem.

Consequently it was recommended on the utilization of resources of the processes of planning, organization, direction and control, designing programs to encourage teamwork and foster effective communication, through meetings, lectures, workshops, dynamic, seminars, Lectures, forums, contests, surveys, develop a code of ethics tailored to the needs and requirements of staff and the institution. Implement a model of written communication across preset formats, to improve the communication process according to the proposed objectives.

Key words: Communication, ethics: Correction of an act or behaviour.

Introducción

La gerencia y la ética en los procesos de comunicación se encuentran estrechamente relacionadas y a través de los cambios que constantemente se vienen desarrollando, gracias a la entrada de la globalización, es importante para un gerente, el manejo efectivo o correcto de la ética en los procesos de comunicación, ya que sin ellos, el desarrollo de la organización y sus integrantes no permitiría el alcance y logro de los objetivos de los mismos.

Es importante identificar que el gerente de una empresa, tiene una gran responsabilidad, ya que debe conocer y manejar todos los procesos de la misma, y a su vez, es importante el desarrollo que tiene de representar a la sociedad. Según Francés (2006:) Define al Gerente tanto del sector privado como del sector público como: un importante agente de cambio, por su responsabilidad en las decisiones y en la administración de recursos. A su vez, está condicionado por su entorno. El éxito del gerente esta en función de su capacidad para manejarse en

el ambiente laboral. Este aspecto es usualmente dejado del lado gerencial en la bibliografía sobre liderazgo, que se centra en cualidades personales (como carisma y compromiso) y en las relaciones dentro de la empresa, que incluyen la comunicación en el trabajo en equipo.

En tal sentido, debemos entender que los procesos de comunicación están íntimamente ligados a la actividad gerencial y ética ya que la comunicación es un instrumento que por ser tan rutinario y constante, pareciera perder su importancia, siendo fundamental en la relación entre hombre-comunidad, no importando cual sea el medio usado para hacerla efectiva. Una de las necesidades del hombre es convivir con los demás individuos para conseguir los fines propuestos.

En tal sentido se desea analizar la gerencia y la ética en los procesos de comunicación que se generan en la empresa Gerencia MW, ya que en la misma, las autoras en sus labores como personal administrativo, han observado que existe una gran burocratización en las solicitudes y trámites que se generan en la referida



empresa, lo que produce incertidumbre e incomodidad entre los trabajadores y clientes.

Referente Teórico

Gerencia

La gerencia se puede definir como la capacidad estratégica para desarrollar actividades que sistemáticamente atiendan determinados objetivos propuestos.

Las funciones de la gerencia son: planeamiento, organización, dirección y control. La planeación, los medios necesarios para lograr los objetivos son presentados como planes. Los planes de una organización determinan su curso y proveen una base para estimar el grado de éxito probable en el cumplimiento de sus objetivos. Organización, para poder llevar a la práctica y ejecutar los planes, una vez que estos han sido preparados, es necesario crear una organización. Es función de la gerencia determinar el tipo de organización requerido para llevar adelante la realización de los planes que se hayan elaborado. Dirección, envuelve los conceptos de motivación, liderazgo, guía, estímulo y actuación. A pesar de que cada uno de estos términos tiene una connotación diferente, todos ellos indican claramente que esta función gerencial tiene que ver con los factores humanos de una organización. Control, su propósito, inmediato es medir, cualitativamente y cuantitativamente, la ejecución en relación con los patrones de actuación y, como resultado de esta comparación, determinar si es necesario tomar acción correctiva o remediar que encauce la ejecución en línea con las normas establecidas.

Ética

Según Cortina (1986) y Aranguren (1958). Definen la ética: (del latín *ethicus* y este del griego clásico *ēthikós*, «moral, relativo al carácter») es una de las grandes ramas de la filosofía y tiene como objeto de estudio la moral y la acción humana.

Conviene diferenciar, no obstante, entre los términos ética y moral: aunque en el habla común suelen ser tomados como sinónimos, se prefiere el empleo del vocablo moral para designar el conjunto de valores, normas y costumbres de un individuo o grupo humano determinado. Se reserva la palabra ética, en cambio, para aludir al intento racional (vale decir, filosófico) de fundamentar la moral entendida en cuanto fenómeno de la moralidad o *ethos* («carácter, manera de ser»).

Según Víctor Guedez (2006) dice que: la ética va más allá de las necesidades, expectativas y capacidades, porque asoma la responsabilidad de conjugar en el marco de las decisiones y acciones concretas que se plantean en la realidad.

Ahora bien, un término relacionado con la ética, son los valores, son cualidades que se pueden encontrar en la cotidianidad. En un paisaje, por ejemplo (un paisaje hermoso) en un persona (una persona solidaria) en una

sociedad (una sociedad tolerante) o también en un sistema político (un sistema político justo). Cuando un individuo se siente valorado, despierta una suerte de atracción, rompe la indiferencia, moviliza los sentimientos más íntimos, favoreciendo los procesos donde se encuentre inmerso. Se puede decir entonces, que los valores son puntos de referencia que da sentido a las acciones e impulsan el deseo de actuar de una determinada manera donde la orientación, el sentido y la valoración del mundo permiten la construcción de una identidad.

Dentro de las organizaciones es relevante considerar la ética para el buen desarrollo de sus actividades, es por ello que se toman en cuenta los procesos éticos dentro de la empresa. Al respecto Pérez (2005), plantea ciertos rasgos éticos que deben estar presente dentro cultura empresarial:

1. Empresarios participativos: Construcción de proyectos de empresa, en los que la cultura se sustituye a la racionalidad tecnocrática, al diseño cualitativo, a la eficacia inmediata, la adhesión a la coerción, y la dinámica común y la movilización individual dependen de la participación de todos en el proyecto de la empresa y del esclarecimiento de los valores comunes.
2. Empresa de excelencia: proceso en el que se reemplaza la coerción burocrática por los ideales compartidos. No bastan las transformaciones técnicas, ni las promociones internas, sino que implica un cambio de las mentalidades, modificar la relación del individuo consigo mismo y con el grupo, producir asalariados creativos, capaces de adaptarse y comunicarse.
3. Capacidad comunicativa: toda organización precisa una legitimación social, que se “se vende” comunicativamente. El respeto a las normas morales es también un imperativo de relación pública, ya que es preciso crear un entorno afectivo.
4. Inserción de los individuos en grupo y desarrollo del sentido de pertenencia.
5. Cultura de la comunicación: la moral impulsa la creatividad de los especialistas de la comunicación y funciona como un útil de diferenciación y personalización de la empresa.

Dada las definiciones anteriores, se puede afirmar que es imposible eludir las cuestiones éticas de los negocios, como tampoco es posible eludir las en otros aspectos de la existencia.

Comunicación

La comunicación es el acto mediante el cual, dos o más personas transmiten y reciben diversos mensajes que poseen contenidos que avalan la información. Como lo afirma De Risi y otros (1989:38), “La comunicación humana se basa primordialmente en dos actividades: hablar y escuchar”.



La comunicación también sirve para crear interdependencia entre las distintas partes de la organización, y reforzarlas, tal como lo menciona Gordon (1997:260), la comunicación: “como mecanismo vinculante de diversos subsistemas de la organización, es una característica central de la estructura de los grupos y de las organizaciones.

Proceso de Comunicación

Ivancevich y otros (1996, 507) señalan: “El proceso de comunicación implica compartir un significado común. Tal como lo señalan, la comunicación puede describirse como un proceso mediante el cual se codifica y se transmite un mensaje a través de algún medio o un receptor que decodifica el mensaje y transmite después algún tipo de respuesta al emisor”.

La comunicación se inicia con un emisor, este trasmite un mensaje o idea, para ello ha de codificarse convirtiendo el mensaje en símbolos y utilizando un medio para transferir este mensaje. El receptor del mensaje decodifica el mensaje, es decir interpreta los símbolos, convirtiéndolos en conceptos e ideas. Y por último existe la retroalimentación que es la respuesta del receptor al mensaje del emisor

Ahora, como están relacionados los términos mencionados anteriormente, la Gerencia y la ética en los procesos de comunicación, aseguran que los sectores, unidades o áreas específicas de la organización no sigan caminos contradictorios y actúen con políticas y criterios coherentes y compartidos. La dirección de una organización encuentra en la comunicación un instrumento vital en un ambiente complejo en situaciones inciertas y cambiantes, para lograr que se consiga el efecto sinergia, es decir, que la suma de las partes obtenga un resultado superior que trabajando por separado. Es por ello que la gerencia y la ética en los procesos de comunicación, constituyen elementos esenciales para el desarrollo de cualquier actividad, puesto que la labor va dirigida a las interrelaciones continuas con las demás personas en el ámbito laboral y humano. Y dependiendo del uso que se le dé a la comunicación se pueden obtener resultados favorables o no. Es de resaltar que una efectiva comunicación se logra cuando se recibe la retroalimentación sobre aquello que se ha comunicado. Ahora bien, cómo se benefician las organizaciones de la ética, la comunicación y la gerencia eficiente, tiende a alentar un mejor desempeño y promueve la satisfacción en el trabajo, expresándose éstos en una mayor productividad, altos niveles de calidad y rentabilidad, todo esto en medio de un clima gerencial, cómodo, agradable, amigable y armonioso.

Se evidencia que la gerencia y la ética no pueden subsistir sin los procesos comunicacionales, por lo tanto, todo acto comunicativo influye de alguna manera, en las organizaciones y si no se lleva a cabo en forma eficaz, sobrevendrán los conflictos dentro de la organización.

De existir “barreras comunicacionales” podría generarse un gran ambiente de incertidumbre e ineficiencia.

Metodología

Para la realización de la investigación se utilizó el método deductivo, el cual, de acuerdo a Hurtado y Toro (1994:56) dicen: “Es un proceso mental o de razonamiento que va de lo universal o general a lo particular”.

En cuanto al Diseño de la investigación, la misma, es descriptiva, de acuerdo a Sabino (1994:15) establece que: “Las investigaciones descriptivas se proponen conocer grupos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento”.

Para conocer las características de la muestra se elaboró como instrumento una encuesta aplicada a los empleados de la empresa en estudio, al gerente y al personal administrativo.

Resultados

Con esta investigación se pudo evidenciar que en la empresa gerencias MW, existe una serie de debilidades en cuanto a los procesos de comunicación, más sin embargo, se resalta como relevante la ética de Participación entre los miembros de esta organización. Este ítem se evidencia en el gráfico 1. en el cual se observa que el rasgo ético que está presente en mayor porcentaje en esta organización es la Participación, por lo que se ajusta a la nueva cultura empresarial.

En un intento de determinar cuáles son los mayores obstáculos a la comunicación, se indagó al respecto, obteniendo como resultado lo reflejado en el gráfico 2, a saber:

Se aprecia que del total de los trabajadores encuestados, un mayor porcentaje opinó que existen diferentes factores que dificultan la comunicación en la empresa: concentrándose las mayores dificultades en las Barreras Personales.

Ahora bien, se consideró oportuno conocer cuáles son los tipos de comunicación que fomenta la dirección de la empresa en estudio, esta interrogante se plantea con la intención de conocer además de cuáles son, determinar el porcentaje en que se llevan a cabo. Las respuestas se muestran en la tabla 1. la cual evidencia que el total de los trabajadores encuestados opinaron que los tipos de comunicación que fomenta la Dirección de la empresa son deficientes.

Es importante destacar, que por ser un resumen lo que se está presentando, consideramos que éstos son los gráficos de mayor relevancia, en el trabajo de investigación.

Discusión

Se pudo apreciar que la Gerencia que se desarrolla en la Empresa Gerencia MW, utiliza los recursos y



Gráfico 1. ¿En la Gerencia de las diferentes áreas de la Empresa Gerencia MW, se desarrollan los siguientes rasgos éticos de:

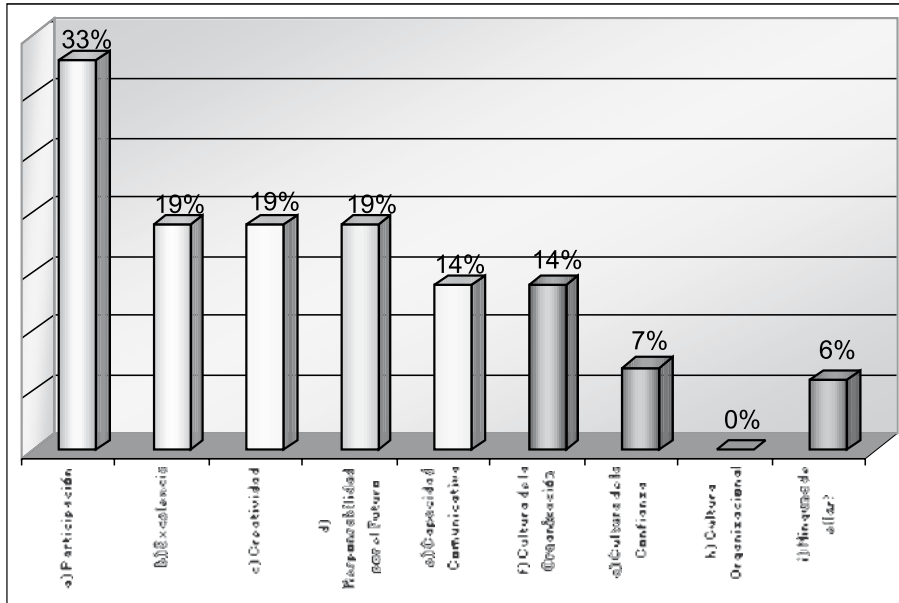


Gráfico 2. ¿En su Área de trabajo existen factores que dificultan la comunicación, de ser positivos indique en los ítems que se detallan a continuación, si son algunos de ellos:

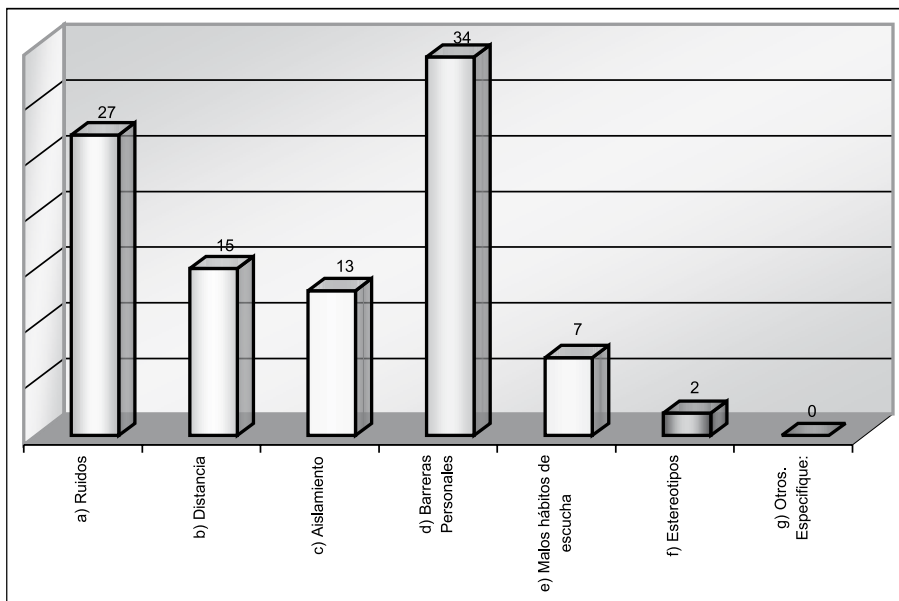


Tabla 1.

1	Los tipos de comunicación que fomenta la Empresa Gerencia MW.:	EFFECTIVA %	OPORTUNA %	SUFICIENTE %	DEFICIENTE %
1 ^a	Ascendente	40	22	24	60
1 ^b	Descendente	10	10	24	56
1 ^c	Horizontal	15	21	26	62
1 ^d	Formal	10	18	24	60
1 ^e	Informal	13	19	23	70
1 ^f	No verbal	9	5	8	78
1 ^g	Electrónica	8	12	23	57



procesos de planeamiento, organización, dirección y control conjuntamente con sus trabajadores; sin embargo se observa una tendencia a que no se desarrolla el trabajo en equipo, además se aprecia que de los tipos de Gerencia que se aplica predomina la Gerencia por Objetivos.

En cuanto a los aspectos éticos se observa que no está establecido un modelo de conducta humana desarrollado por la Gerencia de la Empresa Gerencia MW, con sus trabajadores y clientes, además la Empresa, no ha desarrollado un código de ética para ser utilizado internamente. Esta situación que caracteriza a esta empresa es un punto de debilidad, así lo evidencia Pérez (op. cit) al referirse a los rasgos éticos que deben estar presente en la cultura empresarial

Se observa también, que los agentes que intervienen en el proceso de comunicación (emisor, receptos, mensaje, canal y retroalimentación) presentan debilidades en cuanto a los lineamientos de la Gerencia y la Ética hacia dentro de la organización. Y que los tipos de comunicación (formal, informal y no verbal) que se desarrollan sobre los deberes y responsabilidades de las unidades que integran la empresa, presentan altos porcentajes de deficiencias.

Conclusiones

Un recurso de gran importancia dentro de la organización es sin dudas el Recurso Humano, es el factor productivo por excelencia, además hacia él están dirigidos todos los esfuerzo de la actividad económica, en función de satisfacer sus necesidades.

La gerencia debe coordinar un gran porcentaje de sus esfuerzos para que este recurso humano esté motivado, que además de aportar el esfuerzo físico también hace el aporte intelectual; llevando a la empresa a pasearse por los senderos del éxito. Es por ellos todos los esfuerzos de los estudios gerenciales en función de considerar este factor productivo.

Deming, estudioso de la calidad total, dentro de sus catorces punto recomendados a la gerencia, establece que el trabajo debe realizarse en un ambiente cómodo y seguro, y que el jefe debe ser justo y comprensivo. Esto es muy importante para Deming, quien también afirma que cuanto mejor se sienta el trabajador mayor será su rendimiento. En este punto está claramente establecida la importancia de rasgos éticos en la organización.

Asimismo, este autor plantea que se debe Estimular la comunicación eficaz, esto permitirá eliminar los temores en toda la organización y ayudar a las personas a trabajar juntas para servir los propósitos del sistema.

Otro de los catorce puntos del autor relacionado con la gerencia, la ética y los procesos de comunicación es romper las barreras existentes entre los departamentos de la empresa estimulando trabajos en equipo. Y como último punto el compromiso permanente de la alta gerencia de implementar todos estos principios.

Es evidente en estas recomendaciones que plantea Deming, la eficiencia de parte de la empresa donde tienen que estar presentes la ética empresarial y como punto de interrelación la comunicación efectiva, recordemos que las dos primeras se le dificultan lograr sus objetivos sin una comunicación adecuada, debe estar presente todos los elementos del proceso de comunicación.

En cuanto a la empresa Gerencias MW, se le recomienda que la gerencia debe estar atenta a como los procesos de comunicación va llevándose a cabo en los diferentes departamentos y procesos de la organización, y el gerente debe funcionar como guía y así atender las dudas de los empleados y fomentar la comunicación de estos con los jefes quienes serán de gran ayuda para la gerencia. Y tener presente que El principal objetivo de una mejora en la comunicación es romper con las barreras inter departamentales logrando un aceleramiento en la misma para poder cumplir con los objetivos de la empresa con mayor rapidez, sin tener problemas durante el proceso. Una forma de alcanzar estos objetivos es fomentar el trabajo, tanto en grupo como en equipo. Esta es una forma de motivar al personal a que se sienta más apoyado por sus compañeros, y por lo tanto mejor consigo mismo.

Referencias

- De Risi y Otros (1989). Castellano y Literatura. Noveno Grado. Caracas. Ediciones CO-BO.
- Frances, A. (2006). La Gerencia del Siglo XXI, Revista Debates IESA Volumen XI – Número 1. Pag. 13.
- Guedez, V. (2006) Ética y práctica de la responsabilidad Social Empresarial. El aporte de la Empresa al Capital Humano. Caracas. Venezuela: Editorial Planet Venezolana S.A.
- Gordon, J. (1997). Comportamiento Organizacional. 5ta. Edición. México: Editorial Prentice Hall, Hispanoamericana,
- Hernández y Otros. (1999). Metodología de la Investigación. Segunda Edición. México: Mc, Graw Hill Interamericana..
- Hurtado I..(1994). Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambios. Universidad de Carabobo. Valencia. Venezuela
- Ivancevich, y Otros (1996). Gestión de Calidad y Competitividad. 1era. Edición. España: Editorial Diorki, Servicios Integrales de Edición.
- Msc. Pérez I. (2005). Rasgos Éticos de la nueva Cultura Empresarial. (Página en línea) www.monografias.com/trabajos/12
- Sabino, C. (1994). Cómo hacer una Tesis y Elaborar todo Tipo de Escritos. 3era. Caracas – Venezuela: Editorial Panapo de Venezuela C.A.