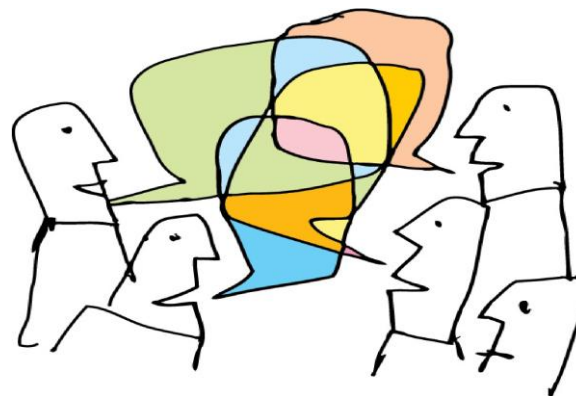


LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO PARTE DE LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA EN HERMOSILLO, MÉXICO



AUTORES:

Sanzarric-Aguilar Conrado

Pedroza-Montero Francisca

Sánchez-Fuentes Silvia Leticia

Universidad de Sonora y Universidad Tecnológica de Hermosillo, Sonora

Monografía en Acceso Abierto. Libre disponibilidad en Internet, permitiendo a cualquier usuario su lectura, descarga, copia, impresión, distribución o cualquier otro uso legal de la misma, sin ninguna barrera financiera, técnica o de otro tipo.


La comunicación organizacional como parte de la competitividad productiva en
Hermosillo, México

Colección Ruta Directa a la Innovación Docente nº 74

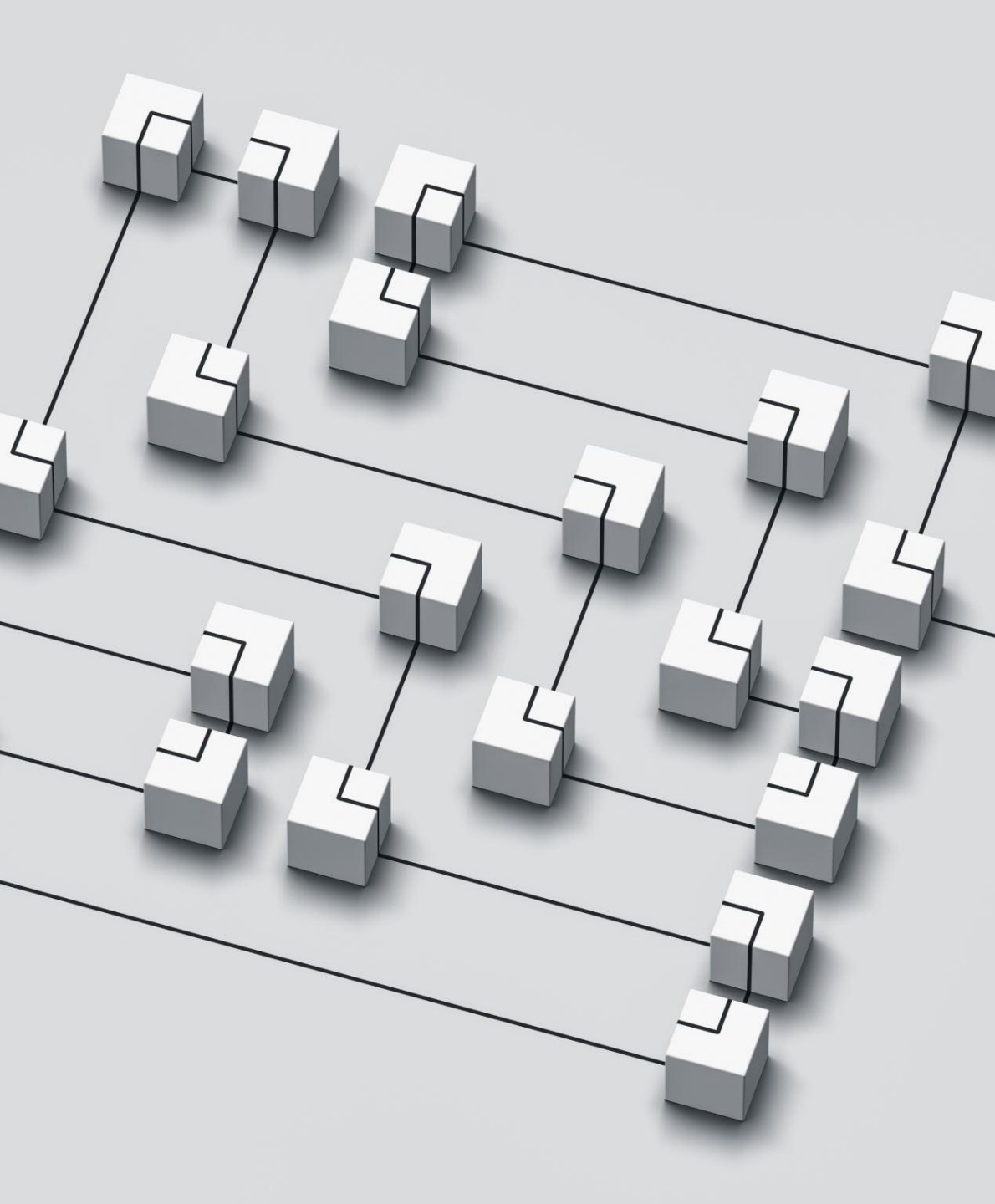
2025 AMEC Ediciones Calle Emma Penella 6. 28055. Madrid. España.

ISBN: 978-84-10426-74-0

<https://doi.org/10.63083/lamec.2025.90.spsf>

Este documento está bajo licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0 

Esta licencia permite a los reutilizadores copiar y distribuir el material en cualquier medio o formato, únicamente sin adaptaciones, con fines no comerciales y siempre que se cite al creador.



INTRODUCCIÓN

La comunicación es un factor clave para el funcionamiento y la competitividad de las empresas.

Puede analizarse de manera vertical (de arriba hacia abajo en la estructura organizacional) u horizontal (entre áreas o departamentos), e incluye tanto procesos internos como externos.

Este estudio analiza cómo se comporta la comunicación en empresas del sector productivo en el noroeste de México, mediante entrevistas y observaciones directas en diversas áreas organizacionales.

METODOLOGÍA

SE EMPLEÓ UNA METODOLOGÍA MIXTA:

Cuantitativa: El instrumento de diagnóstico organizacional evalúa áreas y sub áreas críticas, asignando puntajes del 1 al 5 según el grado de cumplimiento de buenas prácticas.

Cualitativa: Se realizaron entrevistas y observaciones directas en 12 áreas clave, como dirección estratégica, liderazgo, mercadeo, operaciones, recursos humanos, gestión de información, calidad e innovación tecnológica, entre otras.

EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El análisis se realizó en 7 empresas de distintos sectores (producción de cemento, transporte, fabricación, mantenimiento industrial, entre otros), de las cuales 5 son grandes y 2 medianas.

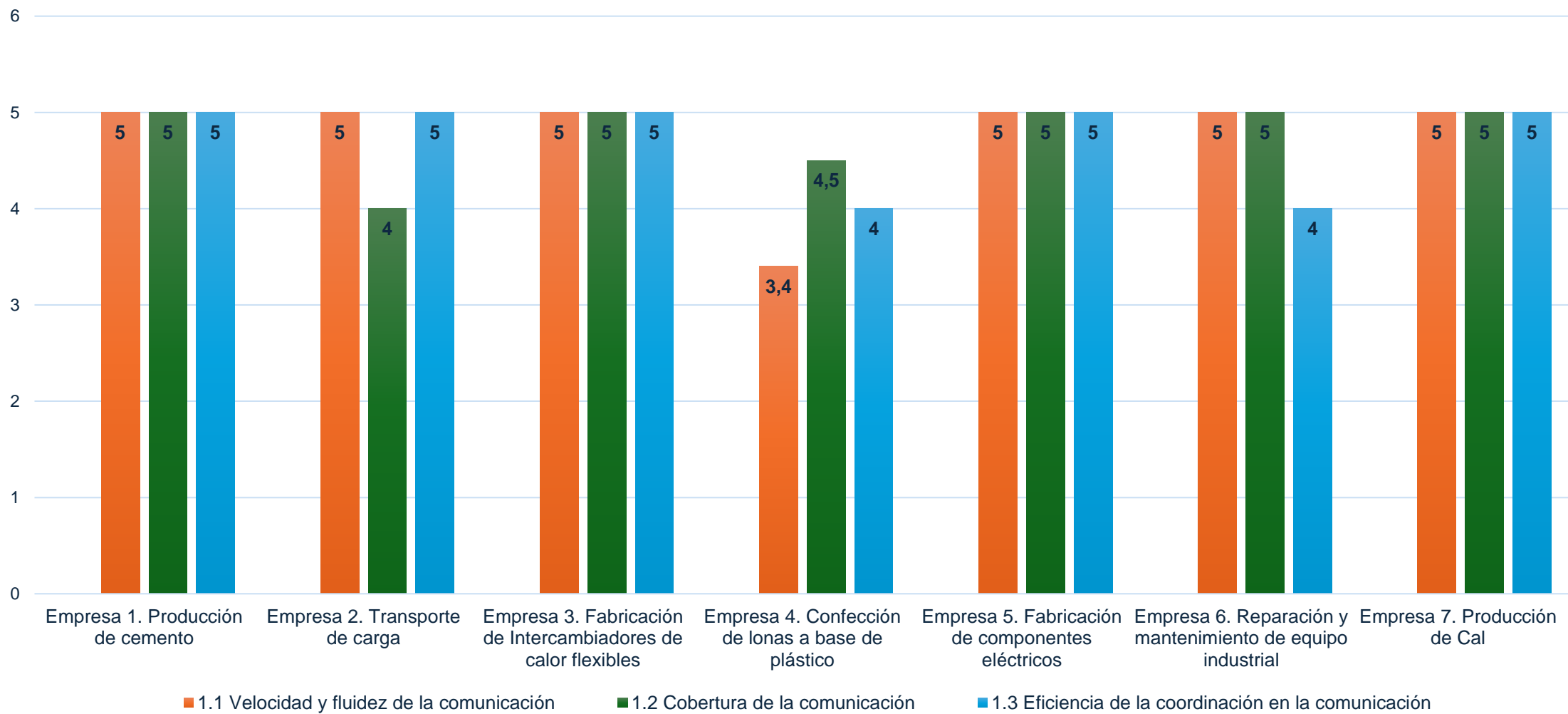
Se evaluó la comunicación en tres aspectos principales:

- **Velocidad y fluidez:** ¿La información circula rápidamente?
- **Cobertura:** ¿Llega la información a todo el personal?
- **Eficiencia de la coordinación:** ¿Se coordinan bien las acciones a través de la comunicación?

Las empresas grandes destacan por tener mecanismos formales y eficientes de comunicación interna, mientras que las medianas presentan áreas de oportunidad para mejorar sus procesos.



GRÁFICA 1: COMUNICACIÓN. RESULTADOS POR SUB-ÁREA Y EMPRESA.



Fuente: Elaboración propia



GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

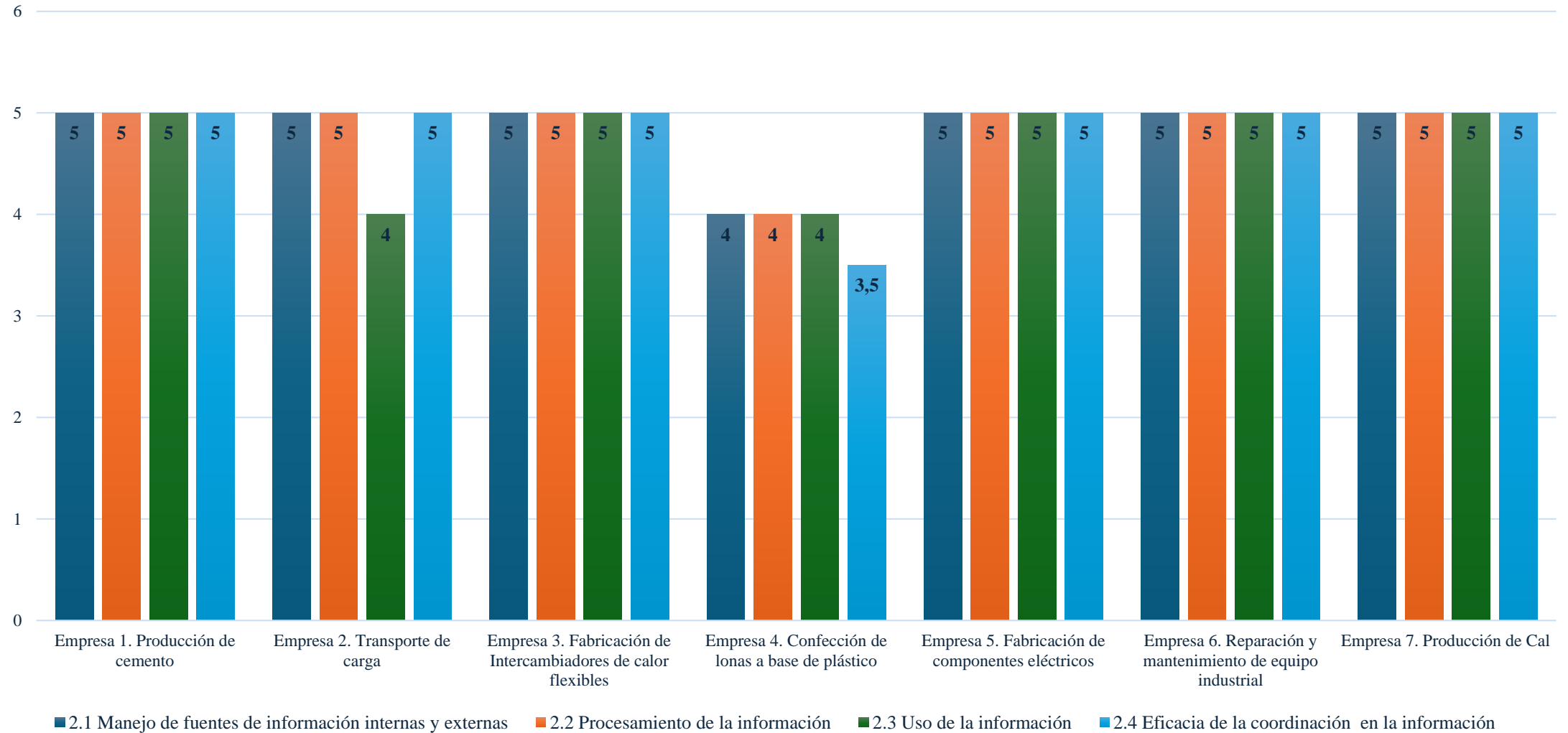
En la subárea de información se evaluó la existencia de procesos formales para definir requerimientos, fuentes relevantes y transmisión continua de información.

Se analizaron aspectos como:

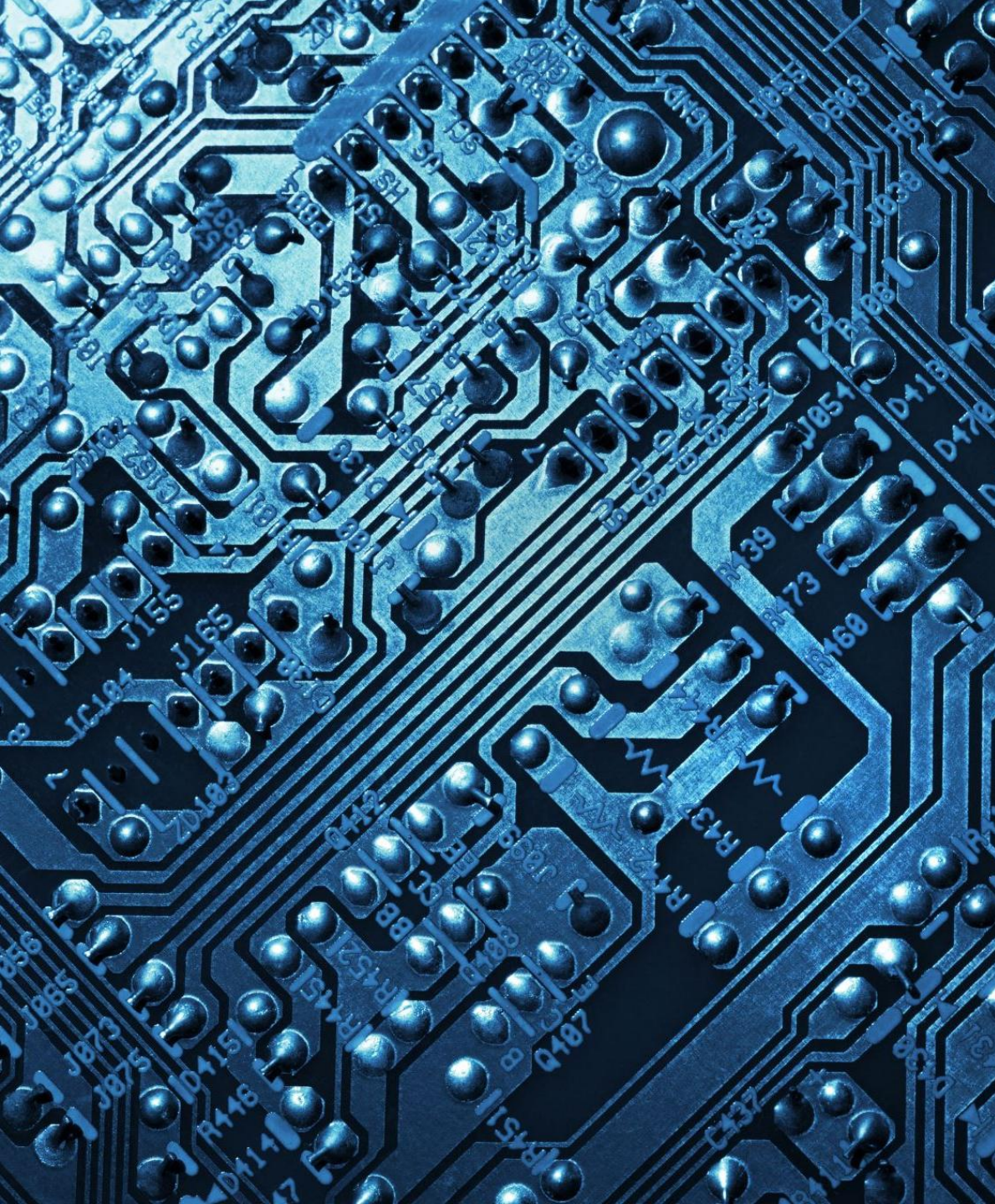
- Procesamiento y uso de la información
- Eficacia de la información
- Manejo de fuentes internas y externas

La mayoría de las empresas presentan altos índices de desarrollo, aunque una de ellas muestra un área de oportunidad en la coordinación de la información.

GRÁFICA 2: INFORMACIÓN. RESULTADOS POR SUB-ÁREA Y EMPRESA.



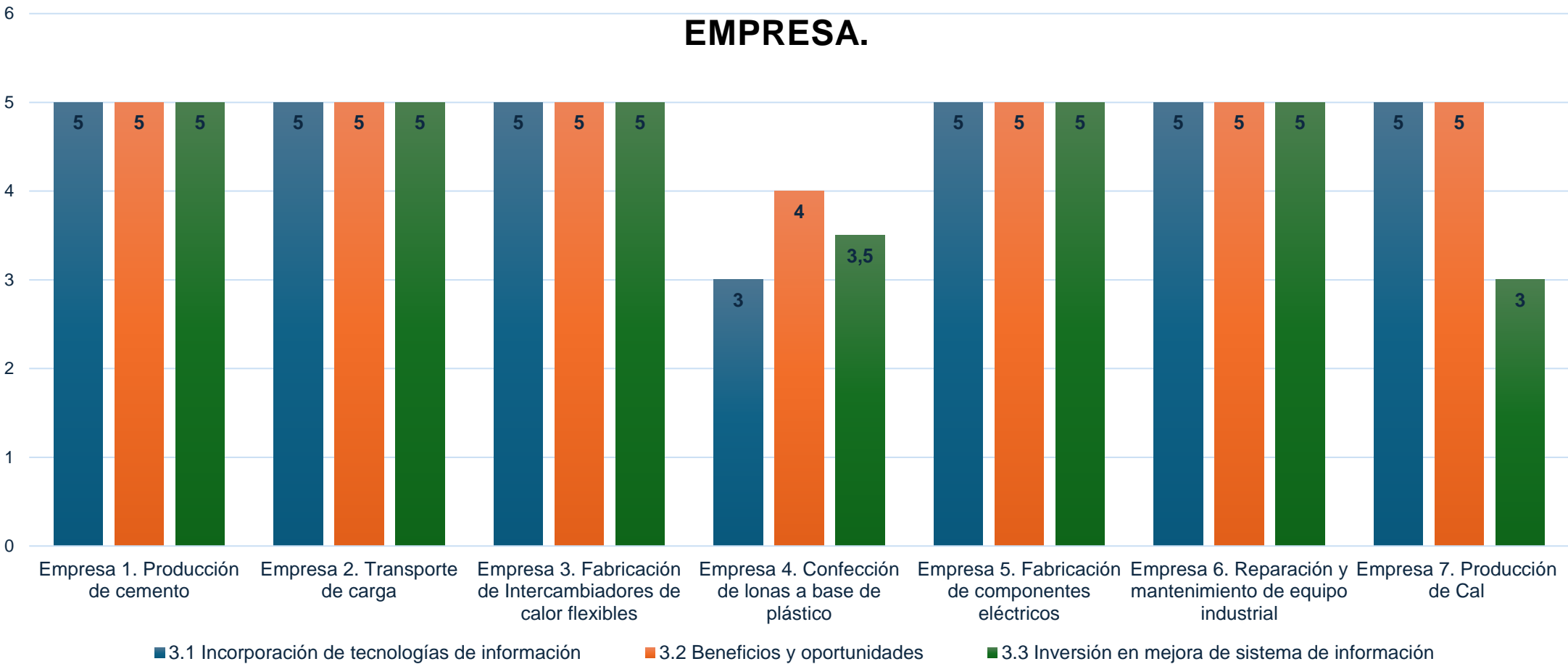
Fuente: Elaboración propia



TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

- Se consideraron buenas prácticas como el uso de herramientas de gestión, infraestructura informática, equipamiento computacional y software especializado.
La actualización tecnológica es clave, recomendándose renovaciones de hardware y software al menos cada 18 meses.
- Todas las empresas incorporan tecnologías de información, generando beneficios y oportunidades. Sin embargo, la inversión en mejora y actualización de sistemas sigue siendo un área de oportunidad para aumentar la competitividad.

GRÁFICA 3: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN. RESULTADOS POR SUB-ÁREA Y



Fuente: Elaboración propia

COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL EN LA COMUNICACIÓN

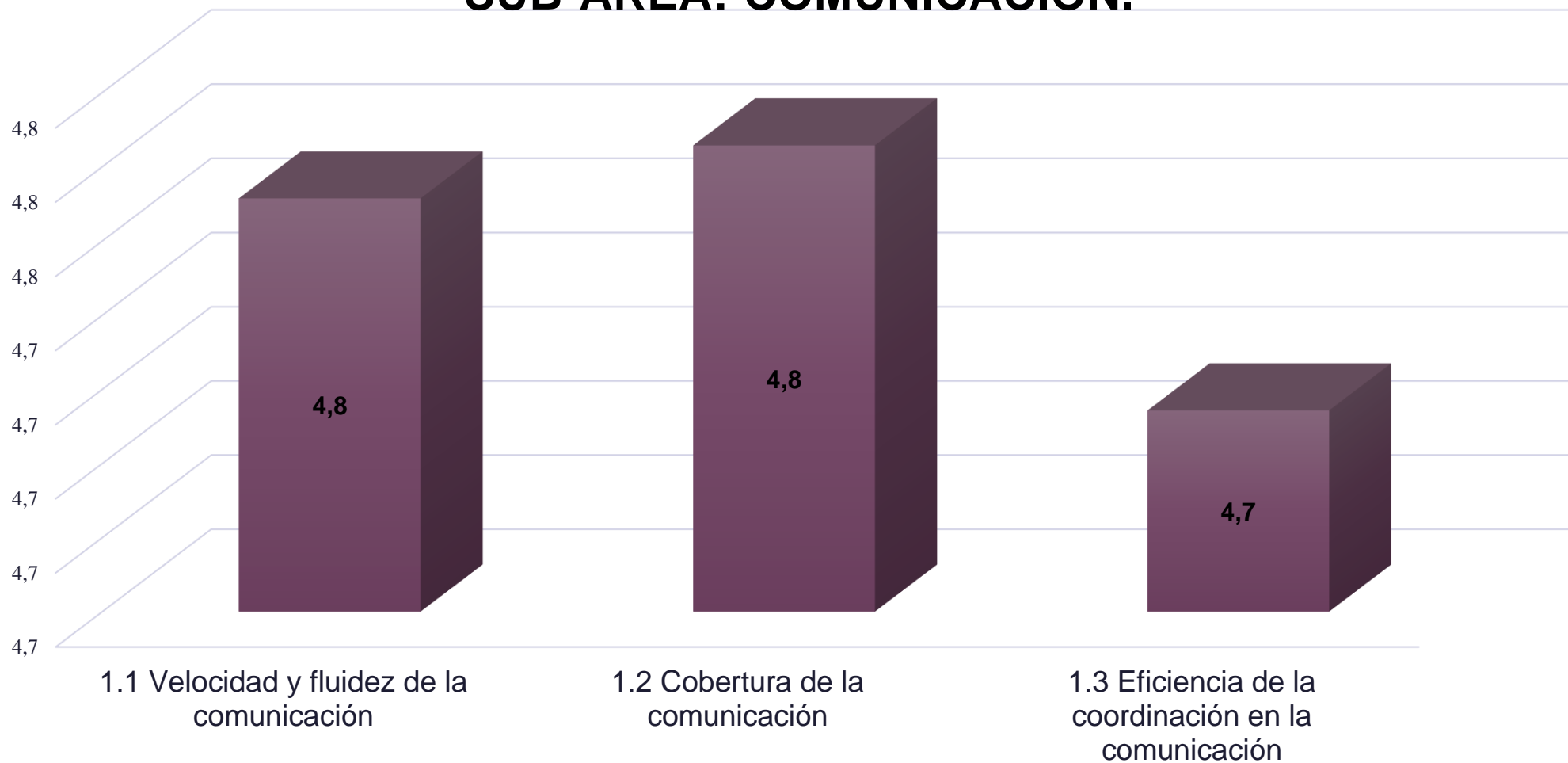


El análisis muestra que la velocidad, fluidez y cobertura de la comunicación obtienen calificaciones promedio muy altas (9.6).



No obstante, la eficiencia en la coordinación de la comunicación, aunque positiva, presenta un área de oportunidad (0.6 puntos por debajo del ideal).

GRÁFICA 4: COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL. SUB-ÁREA: COMUNICACIÓN.



Fuente: Elaboración propia

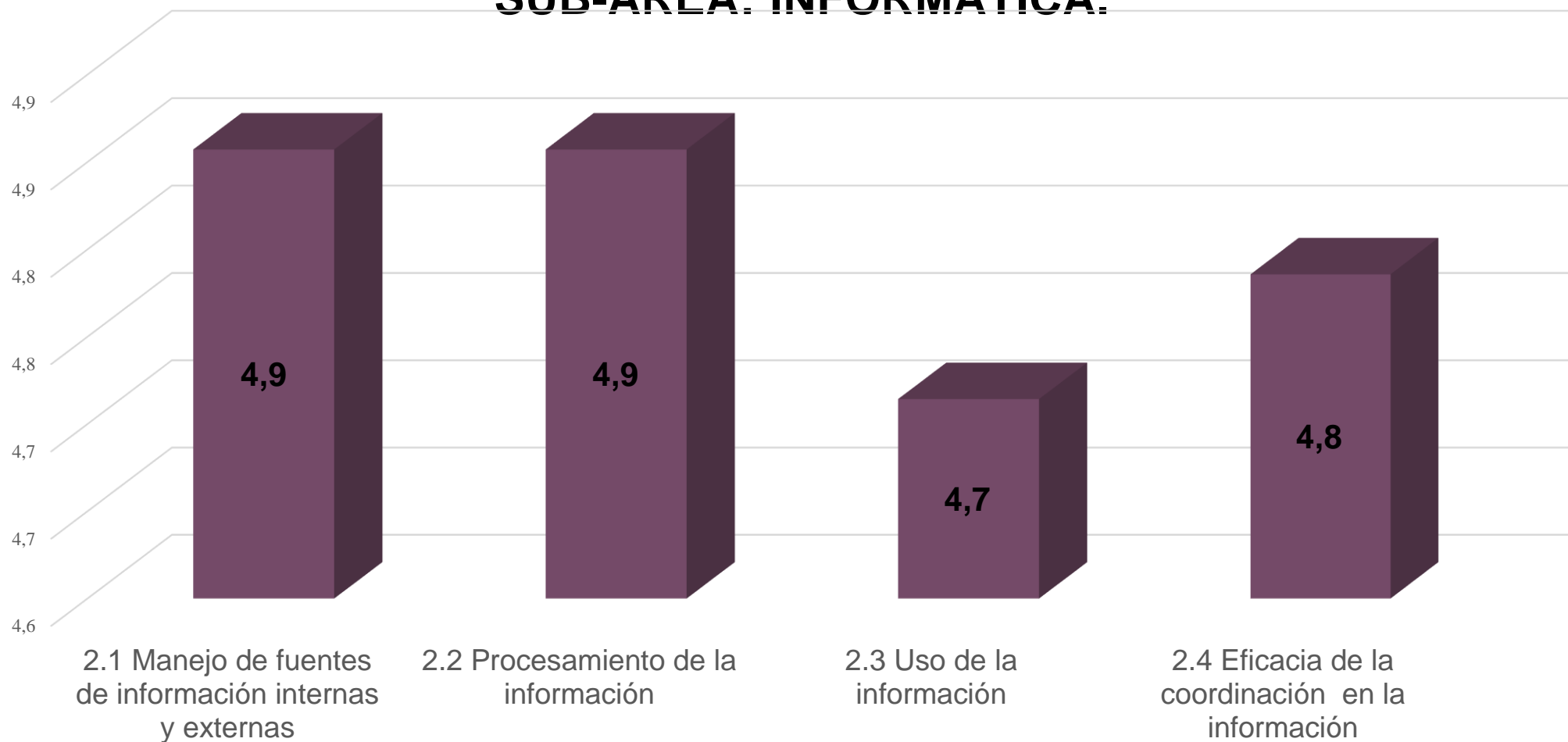
COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL EN INFORMÁTICA

Las empresas
muestran
excelentes
resultados en:

- Manejo de fuentes de información (9.8)
 - Procesamiento de información (9.8)
 - Eficiencia de la coordinación (9.6)
 - Uso de la información (9.4)
-

Estos valores son considerados positivos según buenas prácticas internacionales.

GRÁFICA 5: COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL. SUB-ÁREA: INFORMÁTICA.



Fuente: Elaboración propia



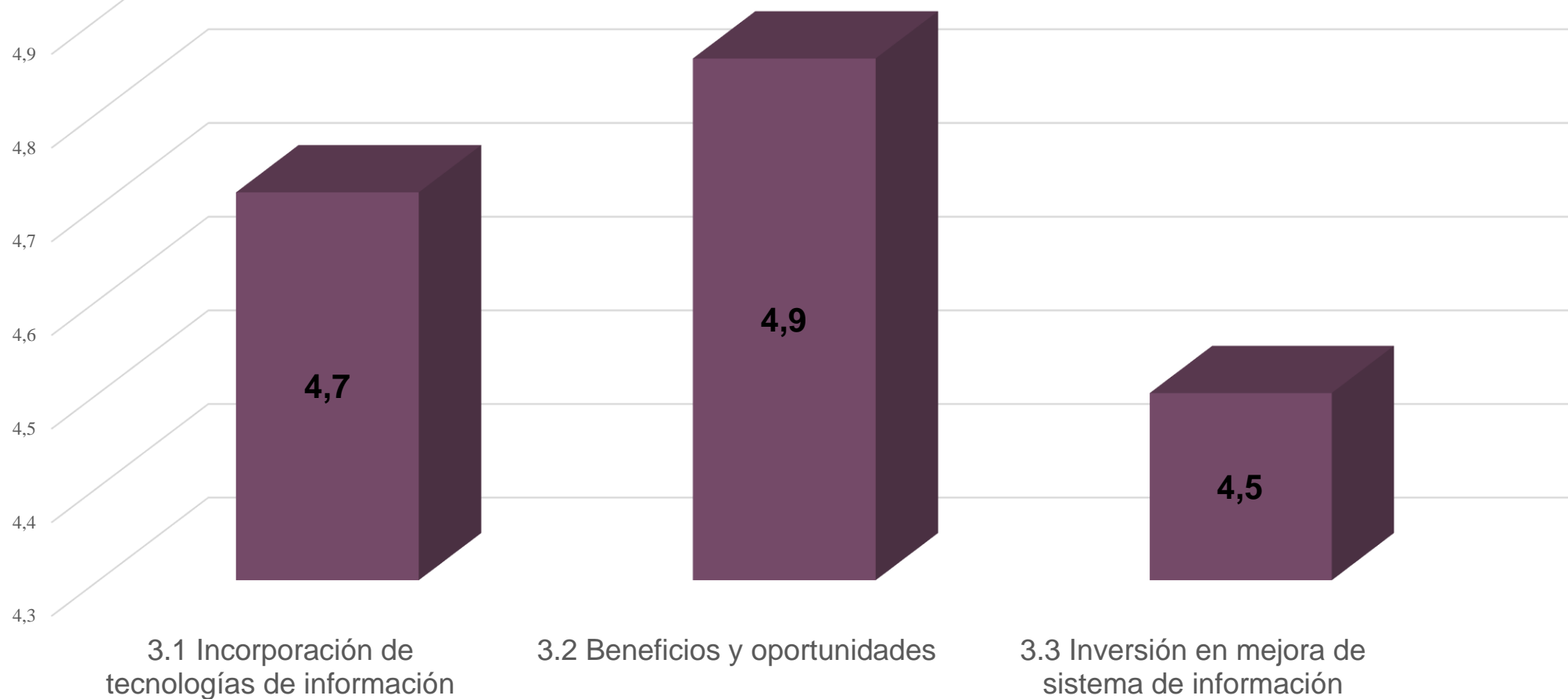
COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

En cuanto a tecnologías de la información:

- Beneficios y oportunidades: 9.8
- Incorporación de tecnologías: 9.4
- Inversión en mejora de sistemas: 9.0 (principal área de oportunidad)

Se recomienda actualizar hardware y software para mantener la competitividad.

GRÁFICA 6: COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL. SUB-ÁREA: TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN.



Fuente: Elaboración propia

REFLEXIONES FINALES



La comunicación organizacional es fundamental para la interacción y el cumplimiento de objetivos en todas las áreas de la empresa.



Las empresas grandes muestran mayores índices de competitividad en comunicación, información y sistemas informáticos.



Las empresas medianas deben fortalecer sus procesos internos para mejorar su productividad y competitividad.
La correcta transmisión de información, el manejo eficiente de datos y la actualización tecnológica son claves para el éxito organizacional en el entorno actual.

REFERENCIAS

- Brandolini, Alejandra et al. (2009). Comunicación interna: Claves para una gestión exitosa. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de la Plata, Argentina.
 - Drucker, P. (2001). La práctica de la dirección de empresas. Editorial McGraw-Hill.
 - Enrique Jiménez Ana María & Morales Serrano Francisco (2015). Somos estrategas. Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional. Gedisa Editorial, México.
 - Fayol, H. (1949). Administración industrial y general. Editorial El Ateneo.
 - Koontz, Harold et. al. (2012). Administración. Una perspectiva global y empresarial. Decimocuarta edición. McGraw Hill, México.
 - Rodríguez M. Darío (2015). Diagnóstico Organizacional. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Católica de Chile, Octava Edición. Ediciones Universidad Católica de Chile.
-

