

Stephany Estrada Domínguez

Comunicación Organizacional I

LCC1957

“La labor del DirCom en la Organización”

El Dircom estadísticamente no es alguien que haya estudiado comunicación como carrera base, sino que puede ser periodista, economistas, licenciados en derecho, personas empresariales o con cualquier otra capacidad que pueda gestionar un buen modelo de comunicación dentro de una organización.

Es vital para un Director de Comunicación, el tener una entrega y compromiso por la cultura organizacional y por querer influir dentro de ella, siendo así, un buen camino para ascender a mejores puestos. Una fuerte coordinación y un buen trabajo en equipo hacen la labor del DirCom, más íntegra y ayuda a que los objetivos de la empresa se cumplan.

Los recursos de investigación cuantitativa, como lo son las encuestas, ayudan a que los directivos se den cuenta qué anda mal y cómo poder solucionar o prevenirlo por medio de un canal comunicativo, ayudando a generar resultados pronto ante una estrategia corporativa. La mejor recompensa es ver que los empleados estén satisfechos y motivados de saber que su trabajo está siendo tomado en cuenta.

Siempre hay que tomar en cuenta que la acción principal del DirCom no es resolver problemas, sino hacer que la empresa tenga una imagen positiva y que sus clientes mantengan su fidelidad ante la organización.

Un extra sería el recurso que utilizan para poder llevar a cabo sus acciones internas, un buen ambiente grupal ayuda a que las metas se cumplan. Una buena estrategia de Relaciones Públicas ayuda a que la persona tenga un buen efecto dentro de los empleados y la empresa. Un buen Community Manager, le ayuda a que se esté en contacto con los clientes y que no pierdan de vista las acciones ya previamente planeadas por medio de las estrategias adecuadas. El Community Manager es aquél que debe de estar totalmente sincronizado y atento a lo que respecta la empresa, en si es aquél que cuida los intereses virtuales y sociales de la organización.

En conclusión, un DirCom no solo ayuda a que la empresa sea buena o mala, sino que hace un papel que no cualquiera dentro de una organización puede lograr. Se necesitan habilidades estratégicas que lo ayuden a posicionarse dentro de un ambiente en donde no queden cabos sueltos, pues una mala acción de su parte puede traer abajo todo lo que la organización ha construido con crecer.