

EL VALOR DE LA COMUNICACIÓN

De acuerdo a lo mencionado en el texto "*El valor de la comunicación*", la visión de la comunicación dentro de las organizaciones está avanzando rápidamente logrando posicionarla como un elemento más que necesario dentro de cualquier empresa y/u organización.

Pero todo lo anterior no se dio de la noche a la mañana, sucedió por un largo proceso de pruebas y errores y además de un alto grado de compromiso y un convencimiento hacia la alta dirección dentro de la organización.

Dentro de los puntos más importantes del texto que podemos rescatar se encuentra el hecho de que no existe ninguna organización que no requiera la presencia de la comunicación, tanto interna como externa. Todas estas organizaciones y empresas requieren de un sistema profesional de comunicación dentro de ellas, debido que la comunicación es necesaria para posicionarse con éxito en el exterior y con esto conseguir adeptos hacia la organización.

A pesar de lo mencionado anteriormente, muchas organizaciones no le han dado a la comunicación la importancia que merece y con esto han logrado que se retrasen de manera considerable. Estas empresas y/u organizaciones tienen a la comunicación como un mero adorno, algo que deben tener dentro de ellas pero no indispensable, pero cuando llegan verdaderamente los problemas se dan cuenta de que la comunicación y su trabajo es muy importante.

A las organizaciones que supieron cómo organizar y utilizar la comunicación en la actualidad sus procesos y funcionamiento, tanto interna como externamente, han mejorado bastante, no solo en el aspecto de procesos de la misma organización sino también en los medios del marketing de la empresa y/u organización.

Un punto bastante interesante es que la comunicación no puede entenderse desde un punto de vista meramente comercial. El lado comercial de las empresas funciona principal y casi únicamente para la subsistencia de la empresa y en donde la comunicación participa es en dar a conocer ese producto para que pueda ser consumido por la mayor cantidad posible del mercado y así la organización se pueda posicionar en altos lugares.

Citando textualmente una parte del texto que en esta ocasión toca analizar, menciona como definición la perspectiva de la comunicación estratégicas dentro de las empresas: [...] tratar de modificar o consolidar las percepciones que los diferentes públicos tienen sobre nuestra compañía [...]. Para comprender mejor lo anterior se puede explicar en 3 sencillos puntos: se necesita tiempo, modificar los puntos de vista racional y la comunicación no acepta cambios. En conclusión la comunicación es algo indispensable en cualquier empresa para el mejoramiento sistemático de esta.