

El Valor de la Comunicación” de Lozada, de la Revista Imagen y Comunicación, Edición 26

La comunicación en las empresas hoy en día está jugando un papel muy importante, ya que con ella se crean estrategias de marketing y así posicionarse dentro del mercado como una empresa representativa.

Dice Juan Carlos Lozada “No existe organización alguna que no requiera de la presencia profesional de la comunicación “. Esto nos da a entender que no solo es tener comunicación, si no que saberla manejar dentro de una organización. No dejarla en cosa de segunda mano, es darle la importancia necesaria porque ha llegado a ser parte fundamental ya que sin ella, primeramente la organización no funcionaria.

En la creación de un producto se tienen que tener en cuenta diferentes aspectos que no son nada sencillos de analizar, pero gracias a la comunicación esta tarea es más sencilla de hacer ya que se crean estrategias para así analizar el producto a quien va dirigido e incluso la vista de él. Por esos es muy importante analizar, porque no hay vuelta atrás después de que este salga al público.

Innovar no solo es su producto o servicio, innovar tiene que ver más en la organización de la empresa, llevándola a niveles que nunca había podido llegar.

El fin de la empresa es que el cliente reconozca la calidad de su producto o servicio y que este llegue solo a consumirlo. Se escucha muy fácil hacer esto, pero no lo es. Una vez que se analiza al segmento que se desea llegar es necesario saber cómo hacerlo llegar, redes sociales, internet, televisión, radio etc... hacer que el consumidor tenga la seguridad y garantía de que el producto que se consumirá es de calidad.

En conclusión las organizaciones no tienen que dejar a la comunicación interna por un lado, porque sin ella sería muy difícil saber cuáles son los problemas o debilidades internas en las que se tiene que trabajar para mejorar y que su consumidor este satisfecho

Iván Adrián de la Torre Castillo

LCC1965

4 de Marzo del 2014