

El valor de la comunicación

La comunicación en las organizaciones: es considerado como un elemento estratégico e imprescindible en la dinámica de las empresas, que forma parte de un proceso que empieza por el compromiso y convencimiento de la alta dirección.

A esta actividad se le atribuye un valor estratégico, el cual se desglosa a continuación:

- No existe organización que no requiera de la presencia profesional de la comunicación, sea cual sea su naturaleza, estructura, tamaño o sector. Ya que la comunicación provee de las herramientas necesarias para posicionarse en el exterior, ser reconocido, etc. Si quieres que se conozca tu organización, definitivamente necesitarás de un experto en comunicación.
- Tener una comunicación profesionalizada hará que la organización consiga lograr sus objetivos, ya que estos crearán una estrategia enfocada a lo que necesita la organización, analizando sus necesidades.
- La comunicación en las empresas no se enfoca meramente en lo comercial para eso existen departamentos especializados en eso como marketing por ejemplo, la comunicación va más enfocada a la comunicación interna, la comunicación de crisis, la RSC, la gestión de la marca, entre otras.
- Hay que tener los objetivos siempre enfocados y saber lo que significa comunicación estratégica dentro de una organización y la actividad que esta debe desempeñar: tratar de modificar o consolidar las percepciones que los diferentes públicos tienen sobre nuestra compañía.
- Para que la comunicación sea estratégica debe estar íntimamente ligada en el ámbito de las altas decisiones de la organización, implica el conocimiento y aprobación de la dirección de la empresa de todas aquellas estrategias diseñadas por el DirCom.
- Comunicación estratégica toma en cuenta a todos los públicos, ya que cree que pueden ser relevantes para la organización y pudiesen aportarle algo.
- Ser estrategia significa también ser capaz de adaptarse al nuevo tipo de sociedad, a los nuevos públicos, a las nuevas rutinas y formas de relación que establecen las personas. Es necesario reciclarse, adaptarse e innovar. Todo esto sin olvidarse de escuchar al público simpatizante con la organización ya que muy probablemente pueden aportar cosas importantes que nos interesan conocer como organización.

Con estos puntos que nos exponen nos podemos dar cuenta de que la comunicación abarca una gran área dentro de las organizaciones y que sin lugar a dudas es importante crear una buena estrategia interna y externa de transmisión de información para lograr los objetivos que como organización se tienen.

Karen Nohemí Siordia Díaz.

LCC1976