

El valor de la comunicación

José Carlos Losada, consultor en comunicación corporativa, establece en este artículo varios postulados acerca de este tema de acuerdo a su experiencia en comunicación interna, branding, comunicación de crisis, relaciones informativas, etc.

- La comunicación es un elemento estratégico e imprescindible en la empresa. Toda empresa requiere de la presencia profesional de la comunicación como parte de su naturaleza, desarrollo y trabajo.
- En tiempos de crisis, a diferencia de lo que se podría pensar, es cuando más necesitamos apostar por la comunicación. No se debe entender a esta como un elemento de adorno o solamente de imagen en la empresa.
- No es posible que una organización consiga sus objetivos estratégicos sin contar con una comunicación profesionalizada. Se debe entender que las relaciones con los diferentes públicos de la empresa no deben estar determinadas al azar, sino deben ejercerse a través de planes estratégicos.
- No debe orientarse la comunicación de la empresa nada más a aumentar las ventas de los productos, pues si bien esto es importante, existen otras áreas o puntos de interés importantes, como lo son la comunicación interna, la comunicación de crisis, la RSC, la gestión de la marca, entre otras.
- La comunicación estratégica de las organizaciones consiste en tratar de modificar o consolidar las percepciones que los diferentes públicos tienen sobre nuestra compañía, por lo que necesitamos tiempo para desarrollarla, se tiene que llevar a cabo de forma racional y emocional, e importante entender que la comunicación no cambia la realidad de la empresa, sino que trabaja con ella y la gestiona de la forma más adecuada para sus intereses.
- La comunicación debe integrarse en el ámbito de las más altas decisiones de la organización, por lo que no es posible delegarla a mandos medios o bajos de la empresa.
- La Comunicación estratégica nos dice que debemos valorar por igual, y en su justa medida, al conjunto de públicos con los que nuestra organización tiene o desea tener algún tipo de relación. No se debe restar importancia a ninguno, sobre todo a los internos. También quiere decir que la empresa debe adaptarse a los diferentes cambios de la sociedad y de los públicos.

La importancia de la comunicación en las empresas hoy en día es indiscutible. Aunque en la actualidad en nuestro país aún quede mucho que avanzar en esta visión y se tome a la comunicación en su mayoría como un departamento prescindible, cada vez nos damos cuenta de que las relaciones estratégicas con los diferentes públicos de la empresa nos aseguran la estabilidad y perduración de la organización.