

"COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA"

La comunicación es inherente a la vida del hombre y su teorización sirve para comprenderla y sucesivamente utilizarla convenientemente cuando su aplicación así lo requiera.

La comunicación institucional es parte del engranaje fundamental de la presencia de la empresa, sea ésta pública o privada. Como hemos visto, los responsables de comunicación de las entidades tienen cargos directivos y toman decisiones a nivel corporativo, que pueden aumentar o disminuir el prestigio y la imagen de la empresa. Ese prestigio implica ventas y supervivencia.

Y es que no sólo de ventas se compone el fin de la comunicación institucional, ya que su función fundamental es la de mantener una conversación con el público, con la prensa y dentro de la misma organización.

Es decir, buena imagen, valor. Para ello se utilizan recursos de distintas disciplinas, como el marketing, el periodismo, las relaciones públicas o la publicidad, en las que los profesionales pueden especializarse y encontrar una salida laboral.

Y la Comunicación Corporativa se ha convertido en uno de los elementos estratégicos más importantes de las organizaciones para lograr los objetivos finales que se han propuesto.

La Filosofía que orienta esta noción de Comunicación Corporativa se podría resumir en la conocida frase proveniente del campo de las Relaciones Públicas: "HACER LAS COSAS BIEN, Y DARLAS A CONOCER".

Esta idea parte de la concepción del Hacer, es decir, de la demostración diaria, por medio de los productos, servicios y actividades cotidianas de la organización, de unas evidencias y un desempeño superior por parte de la compañía, que nos permita tener un sustento real sobre el que se pueda cimentar la Comunicación Corporativa.

Entonces, podemos decir que la comunicación Institucional o Corporativa es el conjunto de operaciones de comunicación llevadas a cabo por instituciones, como empresas, asociaciones, administraciones públicas, etc. Con el propósito de hacerse conocer o de mejorar su imagen.

Para mi punto de vista, estas dos comunicaciones tienen un punto en común, es decir, la Comunicación Institucional o Corporativa hace posible que las organizaciones puedan afirmar y comunicar su Identidad.