

E L V A L O R D E L A C O M U N I C A C I Ó N

En el artículo de la Revista Imagen y Comunicación del Doctor José Carlos Losada se destacan los siguientes puntos:

-Una organización o empresa necesita de la comunicación manejada por un profesional en ella para hacerla mucho más efectiva.

-La comunicación es una herramienta de suma importancia en la empresa inclusive en tiempo de crisis es una de las áreas más indispensables.

-La comunicación no se puede dejar al sentido común pues como proceso complejo que es, requiere de un profesional que construya estrategias.

-Aunque el objetivo de la empresa es el beneficio en las ventas y en el resultado materializado, la comunicación no va de la mano con esto ya que con ella se forman resultados intangibles pero que se ven reflejados en los números como es el caso de la comunicación interna o la comunicación de crisis.

-La comunicación da resultados a largo plazo, modifica lo que se siente en una organización y sobre todo no cambia realidades sino que trabaja con ellas, es decir las moldea a su beneficio.

-La comunicación tiene que ir un nivel jerárquico cercano a la dirección de una empresa y así poder generar estrategias mejores.

-La comunicación estratégica no debe excluir a ningún público, especialmente a los públicos internos, quienes son los que traerán más beneficios a mediano y largo plazo. Además se tiene que tener la capacidad de ser reflexibles y adaptarse a los diferentes contextos sociales escuchando lo que los públicos tienen que decir.

CONCLUSIÓN: Con el paso de los años, las organizaciones, sistemas o empresas se han dado cuenta de que un área de comunicación es imprescindible, puesto ahora ya es una necesidad porque el buen manejo de este proceso tan complicado y complejo va a crear ciertos beneficios que se verán reflejados en la calidad del ambiente laboral y de ventas, sin contar con que esta comunicación puede crear una mejor producción y calidad de la misma gracias a la incorporación de todos los subsistemas que conforman a la organización, a su vez, se verá reflejado en lo que el cliente percibe.