

“La Comunicación Interpersonal como transmisoras de los valores corporativos” de Masías

Propuesta de cambio:

La importancia es básica para la comunicación de los valores y principios de la organización. Podemos constatar como la mayor parte de las empresas de éxito son aquellas que han basado su posición en una clara orientación hacia la conducta corporativa apoyada de forma eficaz en la comunicación. La comunicación interpersonal se ha convertido en el elemento clave de la gestión organizacional, ya que es uno de los factores determinantes de la comunicación corporativa que se formara en la organización y se verá reflejada.

Todo está desde una comunicación interpersonal entre el personal de una organización es muy útil para el mejor desempeño puesto que ahí se verán plasmados los valores que poseen en conjunto para así establecer estrategias a través de los valores en la acción, que ha cubierto adecuadamente las expectativas y las necesidades de los mismos, proponiendo continuamente nuevas alternativas y nuevas acciones que manifiestan su conducta y su posición corporativa. Ello se ha traducido, también, en una comunicación boca-oreja (interpersonal) muy positiva, que ha servido como refuerzo y como confirmación de la acción cotidiana de la compañía.

Así, los aspectos comunicativos de la Conducta Corporativa de la organización otorgan a la Planificación de la Comunicación Corporativa una complejidad muy alta, que van más allá de los tradicionales planes de comunicación. La determinación, adecuada y minuciosa, de las formas de expresión interpersonal entre los trabajadores y su ambiente por medio de las cuales se "expresa" la organización, es una de las tareas importantes a realizar por parte de los responsables de comunicación. En la gestión de los aspectos comunicativos de la Conducta Corporativa, se deberá determinar, De esta manera, así como los responsables de comunicación de una compañía buscan planificar de forma metódica los programas de comunicación propiamente dichos, también deberían plantearse sistemas de análisis de los mensajes que se comunican por medio de la conducta cotidiana de la organización y su correspondiente planificación y cuidado, para que exista una coherencia comunicativa entre lo que hace y lo que dice que hace la compañía, que se genere una sinergia positiva entre ambas para contribuir al logro de los objetivos de la organización. Con ello, se podrá lograr una mejor y más eficaz movilización y unificación en trabajo en equipo en una organización porque su ambiente tiene valores en común a realizar, lo que permitirá una mayor coherencia y una fuerte sinergia de todos los aspectos comunicativos de la organización.

LCC1962