

## La Comunicación Interpersonal como transmisoras de los valores corporativos

El objetivo de la Comunicación Interpersonal como transmisora de los valores corporativos es llegar a las personas meta y más allá, para así sacar el máximo provecho de los beneficios a largo plazo que la iniciativa aporta a su comunidad. Si se crea algo valioso, será deseable no sólo que la comunidad lo reconozca, sino que lo aproveche. La comunicación es una actividad básica y continua para cualquier organización que sirve a la comunidad, depende de ella o está conectada con ella de alguna manera. El objetivo, el público, el mensaje y los canales pueden cambiar, pero la necesidad de mantener relación con los medios de comunicación y con las personas clave en la comunidad se mantiene. Para mi punto de vista, una buena comunicación es aquella en la que se escucha activa, es asertiva y proactiva. No hay que olvidar que lo más importante en un proceso de comunicación no es lo que se quiere decir.

Opino, que en toda institución es importante la comunicación interpersonal, ésta se refiere a la relación personal existente entre los miembros de una organización, y está estrechamente ligada al grado de motivación de los empleados e indica aquellos aspectos de la organización que desencadenan diversos tipos de motivación entre sus miembros. El mantenimiento de una comunicación interpersonal constante dentro de una organización es de suma relevancia, ya que permite el desarrollo de un sistema comunicativo confiable para compartir los planes, los problemas y los logros de la organización. Una estrategia de comunicación que además de fortalecer las relaciones entre cada uno de los miembros de una institución, posibilitaría a sus trabajadores orientarse hacia lo que sucede en momentos en que los cambios pueden parecer arbitrarios o violentos; también es importante que éstos puedan cuestionar lo que sucede y se sientan escuchados en un ambiente democrático interno.

La comunicación interpersonal dentro de las organizaciones es una estrategia de comunicación interna que busca dar solución a los problemas relacionados con la falta de comunicación fluida dentro de la misma. Para lograr un buen éxito empresarial, las organizaciones deben centrar sus esfuerzos en sus clientes y en la mejora de canales de comunicación interna. En muchas empresas se observa falta de comunicación entre el líder y sus empleados, algo tan sencillo y a la vez tan importante como es una buena comunicación. Pero para terminar, solo me queda decir que para obtener los mejores resultados y ser una empresa superlativa, aparte de sentarse en aspectos tan cotidianos como son los proyectos o los clientes, también es fundamental encontrarse cerca de los trabajadores, tener un contacto permanente, tener conversaciones tanto formales como informales, escuchar sus problemas, sus expectativas, sus pretensiones, para que los trabajadores se encuentren muy unidos a la empresa y puedan sentirse importantes.

Iván Adrian De la Torre Castillo