



Universidad Guadalajara Lamar
Lic. Ciencias de la Comunicación
Comunicación Organizacional
Araceli Arias Macías

En este artículo Joan Costa apuesta por la figura del DirCom, profesional de las comunicaciones, estratega, ejecutivo que al estar presente en la plana directiva de una organización hace visible una comunicación integral que comprende todos los procesos, requiere de los especialistas de las diferentes áreas y logra alinear las acciones de comunicación con la estrategia de la empresa. En esta revista de imagen y comunicación No. 25 nos platica acerca la transformación en la estructura empresarial, esto a su vez nos habla de un cambio en las formas de comunicación, por otro lado tenemos otro tema que es endomarketing esto es conocer la marca desde adentro en toda la extensión y de ahí se enraíza con el desarrollo de la minería como valor compartido este nos da un enfoque desde la comunicación efectiva.

Para esto es importante empezar por el lado de la transformación en las estructuras empresariales que esto a su vez nos habla de que hoy en día las empresas se rigen por un estado cada vez más globalizado en que las nuevas tecnologías han transformado la manera de hacer negocios y de comunicación, y es precisamente en este punto que las organizaciones tienen la enorme responsabilidad de innovar y reinventarse, estar a la par de lo que exige el mercado esto es para no caer en el fracaso por eso es que las empresas están más que despiertas para las nuevas transformaciones tecnológicas con el fin de no tener pérdidas irreparables.

“El mundo cambia y las empresas se transforman y adaptan sus estructuras y funcionamiento a esta nueva realidad. La internacionalización de sus productos y servicios, y el conocimiento de la realidad multicultural y de un entorno cada vez más complejo, implican cambios organizativos y de recursos humanos y económicos de primer orden”. Con esto nos podemos dar cuenta de que día a día sale algo nuevo y tenemos que estar preparados como empresa a todo este tipo de nuevas tecnologías.

Joan Costa es el primer comunicólogo español, diseñador, sociólogo, investigador, metodólogo y consultor que hace más de 35 años creó el concepto integral de la comunicación corporativa. Este gran comunicólogo nos habla más allá de saber mucho sobre finanzas, marketing, nuevas tecnologías o cualquier especialidad, lo que de verdad diferencia al DirCom es que está preparado para tomar decisiones estratégicas y liderar los grandes temas corporativos con una actitud integradora.

Por otro lado tenemos el endomarketing o marketing interno viene a ser el conjunto de técnicas aplicadas al interior de la empresa destinada a impulsar los objetivos, valores y cultura de la organización a un mercado constituido por los colaboradores. Hoy en día los ejecutivos se están dando cuenta que no es posible brindar un buen servicio al cliente si antes no se atiende de manera integral al primer público de la organización su personal.

Las organizaciones cada vez son más conscientes que el repensar la empresa implica incursionar en nuevas formas de comunicar en la que no existen fronteras con la presencia de las nuevas tecnologías, ello significa tener en cuenta la escucha de los públicos y el desarrollo de habilidades de comunicación que les permita construir una imagen positiva en la mente de los diversos públicos cada vez más participativos y exigentes. Esto es algo así como el video de los pingüinos si tu como empresa u organización no estás al parejo del mercado que esta no vas a funcionar como tal y no vas a obtener beneficios por eso como nos dice la revista es importante tener una estructura un de desarrollo de la comunicación y un marketing que te ayude a mantenerte en la línea.