

## La Comunicación Corporativa y la Comunicación Intangible, reinventar la comunicación empresarial

La comunicación corporativa, es el proceso de mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización. La comunicación corporativa trasciende los mensajes y abarca el comportamiento de la empresa la que consciente o inconscientemente transmite información sobre toda ella identidad, misión, clientes etc.

La identidad se proyecta de cuatro maneras diferentes:

Quién eres

Qué haces

Cómo lo haces

A dónde quieres llegar

La comunicación corporativa actúa como intermediario entre la realidad corporativa y la imagen corporativa, la comunicación es un proceso dinámico que se adapta a la organización por tanto, la identidad corporativa se proyecta hacia los públicos interno y externo a través de la comunicación corporativa, este tipo de comunicación transmite información e implica la interacción entre personas que modifica actitudes o comportamientos. Cada organización cuenta con su propio proceso comunicacional parte de su identidad y por tanto de la imagen que proyecta.

El cambio en la comunicación empresarial es consecuencia de una concepción de la empresa que se caracteriza por una nueva racionalidad empresarial con lógicas diversas que, sin alejarse de la lógica de la maximización del beneficio y del retorno económico para los inversores tienen en cuenta las expectativas de otros grupos de interés como los empleados, clientes o los propios ciudadanos de la comunidad en la que la empresa se desenvuelve

Esta nueva racionalidad empresarial, que constituye la razón profunda que permite entender el cambio de paradigma en la comunicación empresarial ocurrido en los primeros años del actual milenio, se concreta en dos ideas básicas ética y sostenibilidad que explican el nuevo rol que la empresa juega en la actualidad en nuestra sociedad.

La nueva comunicación pone el énfasis en la gestión de los recursos intangibles de las empresas y el desiderátum de esta gestión lo constituye la reputación corporativa, porque este intangible armoniza los activos duros y blandos más decisivos en la creación de valor para las compañías.

Los intangibles son los bienes inmateriales, es decir, los activos en una empresa que no tienen un cuerpo palpable. Debido a esto no pueden ser realmente vistos, pero son claves para determinar la eficacia y los resultados de una empresa. Además, se caracterizan por que son el resultado de un proceso dentro de la organización.

Marcela Yoselin Andrade Loera