

## TAREA 2: "EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES"

La comunicación corporativa anteriormente era un área que no era tomada con la importancia que realmente siempre ha necesitado y ha ganado énfasis en los últimos años dentro de las organizaciones. Se determinó que la comunicación dentro de la empresa resultaba útil no solo para lograr ventas en el mercado, sino para alcanzar las metas que cada organización se fijaba lograr internas y externas.

Dentro de las organizaciones, la comunicación ha resultado la mejor herramienta para desarrollar las mejores estrategias para el cumplimiento de metas dentro y fuera de la empresa, y a los distintos públicos que dicho abarca con gran importancia.

La comunicación corporativa realiza las actividades para facilitar la realización y difusión de los mensajes de una organización para todos los públicos, con el propósito de lograr que la organización tenga un mejor funcionamiento y adaptación para cualquier tipo de labor.

Por lo tanto, el uso de esta herramienta para las organizaciones implica la planeación de la comunicación interna, para seguir con la creación y difusión de la información para llegar a la parte externa de esta.

Además de ser importante la existencia de una buena transmisión de información tanto de forma interna como externa, se debe tomar como punto importante la necesidad que tiene toda la empresa para adaptarse a los cambios que se puedan dar en cuanto a la comunicación, ya que con el avance de las nuevas tecnologías la comunicación tiene sus ventajas y desventajas, como ventajas están claramente la difusión de mensajes en redes sociales, blogs, foros de opinión etc., donde se le permite a los consumidores expresar su opinión libremente y esas pueden ser tanto buenas que ayuden a dar un mejor renombre a la organización, como malas que perjudiquen la imagen de la empresa. Por eso es necesario que los encargados en este ámbito estén completamente al día, conocer y controlar los medios y lo más importante no descuidar ninguno y seguir la misma línea de la imagen que desde un principio se determinó.

Siendo así, se logra cubrir las necesidades de comunicación de una organización de adentro hacia afuera, ya que la percepción que se tenga desde afuera dependerá de lo bien o mal que se dé el proceso de comunicación de las áreas en conjunto dentro de la empresa.

La comunicación corporativa debe mostrar en todo momento coherencia entre la imagen que quieren dar a conocer y la imagen que los públicos perciben de ella.

Sin una identidad bien definida las organizaciones pueden estar destinadas a desaparecer, ya que es la base de todo proceso de comunicación para su función.

La identidad de cada empresa es muy importante ya que impide que una empresa sea confundida con otra, y por esa razón sea única, aceptada y tenga una utilidad para la sociedad.

A la hora que un cliente es persuadido se nota claramente que la comunicación dentro de la empresa por medio de sus procesos y estrategias está logrando sus objetivos

Cuando una empresa está logrando el cumplimiento de los objetivos previamente planeados es señal que la comunicación corporativa tiene el funcionamiento adecuado siguiendo los procesos establecidos y que son planeados específicamente para cada área de la organización.

Los resultados son percibidos no solo en cuanto a las ventas, sino en el gran reconocimiento que la empresa está logrando en los distintos públicos, ya sea los clientes, en otras empresas, en organizaciones de competencia directa e indirecta y todo esto se logra por la comunicación que alcance la empresa, ya que todo comunica y mediante su imagen y procesos corporativos darán el concepto de lo que son, lo que están logrando y lo que a largo plazo quieren seguir alcanzando en el público.

## **CONCLUSION:**

Después de leer este ensayo me queda más claro la importancia que tiene la comunicación en una empresa, pero no solo la comunicación hacia sus clientes o públicos sino deja ver que la comunicación interna es la herramienta básica para poder hacer las bases más sólidas y así obtener mejores resultados.

Además entendí por qué hay que darle la importancia que requiere la comunicación corporativa, ya que antes no era muy mencionada ni expuesta en las universidades en su plan de estudio y últimamente ha tomado gran fuerza ya que tiene un gran campo de trabajo y más oportunidades de trabajo en instituciones que no solamente se dedican a los medios de comunicación, si no a cualquier ámbito.

Me quedo muy claro que para lograr los resultados que todas las organizaciones desde sus inicios se han planteado es indispensable lograr una comunicación eficaz en todos los ámbitos, siempre realizando las estrategias previamente estudiadas para lograr el fin que se está buscando y estar siempre a la vanguardia en todos los cambios y avances de los medios que son utilizados para su comunicación, el mantenimiento y el uso útil que se le dé a estos, hará notar un aprovechamiento mas eficaz.