

EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Cuando hablamos de la comunicación corporativa hablamos de que esta representa una área profesional, pero para esto tienen que ser profesionales preparados para la creación, gestión y evaluación de mensajes internos y externos de las organizaciones, pero aquí nos enfrentamos aun problema muy grande en las organizaciones ¿Cuál es este problema? El problema es que hay una escasa cultura, en la importancia que se le da a este tipo de profesionales, ya que se explica que el problema en muchas de la empresas en México es que le dan mayor importancia a la solución de los problemas que se presentan de manera externa para las empresas y así dejan a un lado, que muchas de las soluciones que se necesitan pueden ser internar, que aunque pueden ser menos inmediata pero estas pueden se puede decir que son mas solidos, que las soluciones que se dan de manera externa.

Si hablamos de la comunicaron de empresas, podemos decir que tuvo una mayor expansión en regiones mucho mas desarrollas que México, como por ejemplo: Estados Unidos y Europa, ya que desde hace mucho tiempo la comunicación había sido vista como la forma de alcanzar las metas y los objetivos que se fijaban en las empresas, pero que también se dieron cuenta de que no solo era útil para el logro de objetivos de mercado, sino que también para alcanzar metas fijas.

Llego el momento en el que las empresas Mexicanas no tomaban en cuenta o no le daban la importancia a incluir a departamentos que podían cumplir con esta función, pero se explica que esta manera de pensar ha cambiado e incluso algunas instituciones gubernamentales, ya implementan este método aunque sigue sin notarse el verdadero valor de esta comunicación. Para esto podemos entender.

Salvador Sánchez, Profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, deja muy claro un punto, esta claro que las empresas buscan un bienestar externos y hacer que las personas vena de una manera mejor a la empresa, pero que paso cuando hablamos de la relación interna de las empresas. Se piensa que comunicar solo es través de los medios y estas están dejando a un lado una de las formas más importantes de comunicación que es el cara-cara.

En investigación que se han realizado, se demuestra que a pesar de que muchas empresas buscan la manera en la que los empleados convivan de una mejor manera y estén en mayor contacto de manera interna, pero la mayoría de las veces y si no es que la mayoría de las empresas no utilizan métodos por los cuales los empleados se puedan sentir mas incentivados para una mejor comunicación. De hecho en la actualidad en general los medios son cada día menos capaces de despertar interés entre su publico-objetivo y retener la atención el tiempo suficiente como para que los mensajes se procesen adecuadamente.

Héctor Abraham Morales Barajas
Comunicación Organizacional
Universidad Guadalajara Lamar

Es muy importante dejar claro que la comunicación organizacional es una secuencia de actividades encausadas a facilitar la creación y difusión de los mensajes adecuados de una organización para con sus públicos internos, mixtos y externos con el propósito de lograr que dicha organización se adapte de mejor manera a su entorno y con esto consiga el cumplimiento de sus metas y objetivos. Al igual que dejar claro que la comunicación según Abeg, tiene cuatro funciones: que es regular, persuadir, informar e integrar. Para después poder hacer una planeación de la estructura interna, para dar paso a la creación y difusión de los flujos externos de comunicación y aquí es cuando se comete un error en las empresas ya que muchas prefieren trabajar con el método de trabajo denominado como miedo al riesgo, lo que orilla a las empresas a solo dedicarse a la creación de elementos tangibles, y no dedicar tiempo a lo que corresponde a la comunicación organizacional.

Me parece que muchas empresas comenten muchos errores, en pensar que la manera en la manera en la que trabajan o solo por parecer que todo laboralmente va bien y no hacer nada al respecto por mejorar el desempeño de los trabajadores. Es importante que no se pierda la comunicación cara-a-cara ya que como se explica en los estudios que realizó Salvador Sánchez, muchos de los problemas los empleados los prefieren resolver de manera directa, y aunque se implemente medidas en las que por medio de una computadora se tenga la comunicación, no se siente o no es la misma función. Es vital que las empresas busquen una manera de mejorar su funcionamiento interno, para así lograr mayores beneficios internos, que pueden a lo largo de un tiempo, mostrar los frutos de la comunicación organizacional.