

## El papel de la comunicación corporativa en las estrategias empresariales

Genaro Ahumada García en su ensayo *Comunicación corporativa: Replantear para avanzar* y Salvador Sánchez en el artículo *Relaciones interpersonales en la comunicación corporativa* reflexionan sobre el papel que actualmente representa la comunicación corporativa para las empresas, concuerdan ambos autores en que el uso eficaz de esta herramienta ayuda a la gestión empresarial. Este trabajo abordara y rescatara las ideas principales de estos dos escritos con el objetivo de conocer el alcance de una Comunicación Corporativa eficaz en las empresas, y la importancia de integrar la comunicación a las estrategias empresariales.

Ahumada García reflexiona sobre la forma en que en México se le da prioridad a la resolución de problemas de comunicación externa y se deja en segundo plano la utilización de la comunicación interna, misma que resulta fundamental en la creación de mecanismos de organización y en la gestión de los recursos dentro de las organizaciones. Mientras en Europa y Estados Unidos se veía a la comunicación como el vehículo para el logro de objetivos y metas dentro de las empresas, en los países en desarrollo esta conceptualización no había tenido lugar y ello provocó que las organizaciones mexicanas no le dieran importancia. A pesar de que en la actualidad ese pensamiento se ha modificado y el estudio de la comunicación organizacional se ha integrado a los planes de estudio de las principales universidades, en la práctica las empresas siguen sin ver el valor agregado que proporciona una comunicación corporativa eficaz.

Comunicación organizacional es sinónimo de comunicación corporativa para el autor, misma que reúne todas las actividades dedicadas a la creación y difusión de mensajes de una organización para con todos sus públicos, esto con el fin de que la organización sea capaz de adaptarse de la mejor manera a su entorno y con esto cumplir las metas y objetivos. La comunicación tiene cuatro funciones de acuerdo al autor Abeg, las cuales son: regular, persuadir, informar e integrar. Es decir que el uso de la comunicación conlleva la creación y el desarrollo de una estructura comunicativa que parte del interior hacia el exterior, ya que una buena comunicación interna mejorara la percepción que se tenga de la organización hacia fuera. Sin embargo no todo lo dicho con anterioridad, las empresas dependen de la producción inmediata de bienes y servicios debido a la gran demanda social, por lo que dedican sus esfuerzos en sus elementos tangibles como la productividad y la publicidad. Por lo anterior la comunicación corporativa es rechazada o adaptada a medias.

En su ensayo explica las tres responsabilidades principales de la Comunicación Corporativa, las cuales son: En primer lugar, desarrollar iniciativas que estrechen los vínculos entre la imagen deseada y la imagen real, en segunda instancia establecer los puntos de partida comunes, y por último la organización de la comunicación, el desarrollo, control y regulación de todo proceso comunicativo organizacional. Todo lo anterior busca aportar al problema interno más exigente de cualquier empresa, la identidad, ya que esta impide que las empresas se confundan con otra, y por lo tanto sean únicas y útiles para la sociedad.

Salvador Sánchez nos dice como en las organizaciones la comunicación es entendida como sinónimo de medios y no se preocupan por el contenido. Sin embargo los medios son cada vez menos capaces de despertar el interés entre sus públicos meta y retener la atención de los mismos. Es por esta razón que investigadores y expertos en la materia han señalado que la comunicación interpersonal es el mejor vehículo para el intercambio de mensajes cuya recepción y comprensión son indispensables para la buena marcha de las organizaciones. Ya que como dice el autor, aquello que no se resuelve en el plano persona a persona en relaciones cara a cara difícilmente se resolverá de otro modo. Para ello *El cascadeo* que consiste en una comunicación en cascada, que se lleva a cabo en forma descendente a través de los distintos niveles de la estructura organizacional, este tipo de proceso sin ningún costo para la organización resulta muy efectivo y permite la retroalimentación y la implementación rápida y eficaz a los cambios, sin olvidar que permite la retroalimentación inmediata, favorece la participación y contribuye a reforzar las posiciones de liderazgo del personal con mando. Este proceso inicia en la cabeza de la organización, en todos los casos la información se transmite a través de algún medio, para asegurar que llegue igual a todo el personal.

Con estos dos trabajos podemos llegar a la conclusión de que la comunicación corporativa en la actualidad resulta una de las mejores herramientas dentro de las organizaciones, para integrar a todo el personal, unificar todos los mensajes que se dan dentro y fuera de la empresa hacia con todos sus públicos, y con esto permitir una mejor adaptación al entorno, así como destacar y distinguirse de la competencia, aportando una identidad, imagen que sean congruentes entre sí.

Como podemos observar la utilización apropiada de los canales de comunicación conlleva una buena imagen desde sus empleados hasta el público que está en contacto con la empresa, creando un estilo y una marca que las diferencia del resto resaltando los valores y aportes que se tienen de la misma

La comunicación es muy importante dentro de cualquier empresa ya que sin importar el nivel jerárquico todos los integrantes de la misma tienen que estar en la misma sintonía, compartir y conseguir los ideales que sean propuestos una vez siendo participes de la empresa ya que sin esto se fomenta la falta de confianza, la rutina y se pierde la participación por parte del personal.