

UNA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EFICAZ

Arcelia Sánchez De la Torre

Karen Siordia Díaz

En el ensayo de Gerardo Ahumada rescata la idea de que la comunicación corporativa es rechazada tanto en pequeñas como medianas empresas, o solo se adapta a medias, pero nunca se logra una cobertura tan amplia como se gustaría que se manejara la comunicación corporativa dentro de una organización.

Por lo tanto esto nos lleva al problema interno más común dentro de una organización es la identidad. Sin una identidad bien definida las organizaciones se van extinguiendo ya que la identidad es la base de todo proceso de comunicación efectiva.

Según Ahumada, el comunicador tiene que emplear dentro de la empresa la persuasión con los clientes para que note que es un trabajo útil el que desempeña.

Del artículo de Relaciones personales en la Comunicación Corporativa podemos rescatar que las organizaciones están dejando a un lado la comunicación cara a cara y que este tipo de comunicación es muy importante dentro de las organizaciones, ya que este tipo de relacionamiento resulta efectivo para hacer llegar información relevante entre los colaboradores, sin dejar a un lado como se transmite el mensaje para que llegue oportuno y con precisión.

Como conclusión, creo que es necesario tanto la comunicación corporativa como la comunicación interpersonal dentro de las organizaciones, además de crear la identidad de la organización para que el trabajo pueda fluir de mejor manera.