

“COMUNICACIÓN CORPORATIVA, REPLANTEAR PARA AVANZAR” DE AHUMADA

LAS RELACIONES INTERPERSONALES SON UN CONJUNTO DE REGLAS Y NORMAS PARA UN BUEN DESENVOLVIMIENTO DE LAS PERSONAS EN LAS EMPRESAS. DE ESTA FORMA INDIVIDUOS PUEDEN TRABAJAR EFICAZMENTE, EN GRUPOS CON EL PROPÓSITO DE SATISFACER LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN Y LAS NECESIDADES PERSONALES.

LAS EMPRESAS ESTÁN DEJANDO DE LADO UNA DE LAS FORMAS MÁS IMPORTANTES Y MÁS TRADICIONALES QUE SON LAS RELACIONES INTERPERSONALES ENTRE LOS BENEFICIOS DE ESTE CANAL DE COMUNICACIÓN ESTÁ EL SENTIDO DE LA PARTICIPACIÓN Y EL REFUERZO EN LA POSICIONES DE LIDERAZGO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN. ADEMÁS, ESTE TIPO DE RELACIONAMIENTO RESULTA EFECTIVO PARA HACER LLEGAR INFORMACIÓN RELEVANTE Y SENSIBLE A TODOS LOS COLABORADORES, SIN EMBARGO HAY QUE TENER CUIDADO EN EL CÓMO SE TRANSMITE EL MENSAJE PARA QUE SEA OPORTUNO Y FLUYA CON PRECISIÓN.

SU PRINCIPAL VENTAJA SE DERIVA DE LOS ALCANCES DE LA COMUNICACIÓN CARA A CARA, QUE PERMITE LA RETROALIMENTACIÓN INMEDIATA, FAVORECE EL SENTIDO DE PARTICIPACIÓN Y, EN MUCHOS CASOS, CONTRIBUYE A REFORZAR LAS POSICIONES DE LIDERAZGO DEL PERSONAL CON MANDO EN LA ORGANIZACIÓN.

CASI INVARIABLEMENTE, PARA CUESTIONES IMPORTANTES LAS PERSONAS NECESITAMOS DEL CONTACTO INTERPERSONAL, DE LA INTERACCIÓN CARA A CARA EN UN MISMO TIEMPO Y ESPACIO Y ASÍ LLEGAR A UN FIN EN COMÚN.

LA IMPORTANCIA QUE UN REPRESENTANTE DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA TIENE EN UNA ORGANIZACIÓN ESTÁ SUMAMENTE LIGADA AL CONTROL Y PLANEACIÓN QUE SE REQUIERE PARA QUE LOGRAR UN MEJOR NIVEL INTERNA Y EXTERNAMENTE, LA ESCASA CULTURA DE ESTO HA TENIDO CONSECUENCIAS EN EL VALOR QUE REALMENTE SE NECESITA PARA LOGRAR LA MEJORÍA EN TODA EMPRESA DE NUESTRO PAÍS.

EXISTEN MUCHOS FACTORES DE RIESGO CUANDO SE QUIERE HACER UNA MEJORÍA, EL CATÁLOGO DE PROBLEMÁTICAS INMEDIATAS Y A LARGO PLAZO NO ESTÁN MUY AL EXTREMO EN ESTAS SITUACIONES, EN MÉXICO TIENDEN A RESOLVER EN PRIMERA INSTANCIA LOS PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA, HACIENDO A UN LADO LOS MECANISMOS INTERNOS, A ESTO LLEVA LA CONSECUENCIA DE VER COMO UN RESULTADO INTERNO ES DE FACTOR SÓLIDO E INDISPENSABLE, PARA QUE UNA ORGANIZACIÓN TRANSCIENDA Y SE VEA FUERTE DESDE UN NÚCLEO, SI LA EMPRESA ESTÁ MUY BIEN ESTRUCTURADA DESDE SU COMUNICACIÓN INTERNA, SIMPLEMENTE SE REFLEJARA EL RESULTADO EXTERNAMENTE. “ES EL PANORAMA QUE VIVEN MILES DE MICRO Y MEDIANAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES CIVILES, CUYO FINANCIAMIENTO ESTÁ CONDICIONADO A LA OBTENCIÓN DE RESULTADOS INMEDIATOS PARA SEGUIR RECIBIENDO APOYO. LO MISMO SUCEDE CON NEGOCIOS

FAMILIARES, QUIENES ANTES DE PENSAR EN "CREAR UNA CULTURA COMUNICATIVA INTERNA", REQUIEREN LA PRONTA SATISFACCIÓN DE SUS PÚBLICOS EXTERNOS".

COMO DICE EL ARTÍCULO "SEGÚN ABEG, LA COMUNICACIÓN TIENE CUATRO FUNCIONES DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN: REGULAR, PERSUADIR, INFORMAR E INTEGRAR". POR TANTO, EL USO DE ESTA HERRAMIENTA PARA LAS ORGANIZACIONES CONLLEVA LA PLANEACIÓN DE LA ESTRUCTURA COMUNICATIVA INTERNA, PARA DAR PASO A LA CREACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS FLUJOS EXTERNOS DE COMUNICACIÓN. ESTO, SIN DUDA, EN EL PLANO IDEAL., ASÍ, SE TORNA IMPERANTE CUBRIR LAS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN DE ADENTRO HACIA AFUERA, YA QUE LA BUENA O MALA PERCEPCIÓN QUE SE TENGA DE ÉSTA AFUERA, DEPENDERÁ DE LO BIEN O MAL QUE SE DEN LOS FLUJOS INTERNOS DE COMUNICACIÓN. "

EL RIESGO ES UN FACTOR COMÚN EN MUCHAS COSAS Y DENTRO DE UNA ORGANIZACIÓN PUEDE SER PORQUE QUE LA INSEGURIDAD DE DAR UNA INVERSIÓN RADICAL A LO QUE UNA MONEDA EN EL AIRE DA RESPUESTA, ES UNA LÍNEA DELGADA A LO QUE ES EL SEGUIR HACER O DEJAR DE HACER, ME REFIERO A QUE SI EL CAMBIO EN LA EMPRESA FUE FAVORABLE SE CONTINUARA REALIZANDO Y SI PASA LO CONTRARIO ARREPENTIRSE DE LA INVERSIÓN QUE SE HIZO, PERO BIEN DICEN POR AHÍ EL QUE NO ARRIESGA, NO GANA.

ESTE FACTOR CONSISTE EN QUE LOS ESQUEMAS ACTUALES DE DEMANDA DEL MERCADO EXISTENTE, YA SEA PARA UN BIEN O UN SERVICIO, O LA ATENCIÓN DE UNA DEMANDA SOCIAL, OBLIGAN A LAS ORGANIZACIONES A OCUPARSE EN LA CREACIÓN DE LOS ELEMENTOS TANGIBLES QUE BUSCA GENERAR. LO "TANGIBLE" SE REFIERE A LOS RESULTADOS INMEDIATOS DE LA PRODUCCIÓN DEL BIEN O SERVICIO QUE BUSCABA INICIALMENTE LA ORGANIZACIÓN.

LA IDENTIDAD. SIN UNA IDENTIDAD BIEN DEFINIDA, LA EMPRESA CARECE DE SEGURIDAD Y CONFIANZA CON EL CLIENTE, LAS ORGANIZACIONES ESTÁN DESTINADAS A SU EXTINCIÓN, YA QUE ES LA BASE DE TODO PROCESO DE COMUNICACIÓN EFECTIVO. LA IDENTIDAD IMPIDE QUE UNA EMPRESA SE CONFUNDA CON OTRA, Y POR LO TANTO SEA ÚNICA Y ÚTIL PARA LA SOCIEDAD. "UNA IDENTIDAD COMPLETA DEBE CUBRIR TODOS LOS ASPECTOS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL, ESCRITA Y HABLADA, DE ESTA MANERA LOGRAR UN POSICIONAMIENTO Y PRESTIGIO ES MÁS INMEDIATO Y GARANTIZADO.