

Daniel Martínez Guerrero

C.O II

**Comunicación Corporativa: Replantear para avanzar Y Relaciones interpersonales en la Comunicación Corporativa**

La comunicación corporativa se ha vuelto esencial ya que es la rama de todos los departamentos para que una institución funcione mejor, ya que si en algo está mal, el responsable de todo es el encargado de la comunicación corporativa. En comparación con otros países como Estados Unidos y Europa, México no tiene un buen manejo de gestión administrativa por eso no evoluciona de igual manera que otros países, se preocupa más por lo interno, dejando a un lado lo externo que es más importante ya que es como te vez reflejado como empresa.

Durante el paso de los años se han dado cuenta que la comunicación corporativa ya no solo se enfoca en alcanzar metas y objetivos si no que también ayuda a lograr los objetivos que tienen dentro del mercado y esto para tener un mayor éxito, dividiéndose en el "Hacer saber y saber hacer" debido a que sus mensajes pueden llegar a hacer intencionales y no intencionales, los cuales benefician o perjudican a dicha empresa, por el posicionamiento que tiene.

Esto no fue importante para las instituciones y es por eso que necesitan ver sus formas de organización para ganar un rendimiento como empresa y no solo dejarse llevar por el departamento de publicidad, ya que no es el dinero que se invierte en comerciales, espectaculares, folletos si no que la imagen que refleja como equipo con la ayuda de la atención que se brinda, la información que se transmite y esto llevándolo a cabo en una forma de organización que enlace todos los departamentos para que se lleve un funcionamiento exitoso.

Acompañado de esta forma de trabajo para las empresas es muy necesario la relaciones interpersonales ya que además del servicio que brinda cada departamento a sus clientes o empleados, logrando el objetivo de tener una conversación o un trato cara a cara para que llegue con mayor facilidad y eficacia dicho mensaje, esto ayuda a que la empresa tenga un cierto liderazgo dentro del mercado.

Comparando la situación de la farmacia y asimilándolo con la comunicación corporativa tienen todo ya que manejan intranet, folletos, etc. Pero les hace falta lo más esencial la comunicación interpersonal, ya que se pierde la comunicación que ellos tienen entre jefes y empleados. No nada más es el manejo de tener contacto cara a cara con alguien, para medir las dificultades y manejos de productos de la empresa son los climas laborales, auditorias que hacen que se tengan resultados para ver sus fallas o estadísticas y así poder hablar empleados y jefes para el mejoramiento de estas instituciones.

La importancia de cada departamento es la misma ya que una conlleva a la otra como lo mencionan en recursos humanos para la capacitación e información de la distribución que lleva esto es para favorecer una retroalimentación dentro de ella, y tener éxito en el manejo de la misma.

La comunicación corporativa y las relaciones interpersonales van de la mano ya que una ayuda al manejo de cómo se va a ver la imagen de la empresa y la información que se transmite, pero también las relaciones interpersonales refuerzan y retroalimentan para tener un mayor logro y obtener mejores mensajes de manera interna en su ámbito laboral y de manera externa con sus clientes.