

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

La comunicación empresarial es el conjunto de procesos mediante los cuales una organización intercambia información entre sus miembros y con los diferentes grupos de interés relacionados con la empresa como clientes, proveedores, inversionistas y la sociedad en general. Su propósito es garantizar que la información fluya de manera clara, oportuna y eficiente para favorecer el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Una comunicación empresarial efectiva permite coordinar actividades, fortalecer las relaciones laborales, mejorar la toma de decisiones y proyectar una imagen positiva de la organización ante su entorno.

La **comunicación interna** se desarrolla dentro de la organización y tiene como finalidad facilitar el intercambio de información entre directivos, empleados y departamentos. Este tipo de comunicación contribuye a la coordinación de actividades, al fortalecimiento del clima laboral y al logro de las metas institucionales.

Algunos ejemplos de comunicación interna son:

- Reuniones de trabajo.
- Correos electrónicos institucionales.
- Manuales de procedimientos.
- Circulares y comunicados internos.
- Capacitaciones y sesiones informativas.

Este tipo de comunicación:

- Favorece el trabajo en equipo.
- Incrementa la productividad.
- Reduce conflictos y malentendidos.
- Fortalece la cultura organizacional.
- Mejora la motivación de los colaboradores.

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

La **comunicación externa** se dirige a personas o grupos que no forman parte de la organización. Su objetivo es establecer relaciones positivas con clientes, proveedores, medios de comunicación y la sociedad en general.

A través de la comunicación externa, las empresas dan a conocer sus productos, servicios, valores y actividades, fortaleciendo su reputación e imagen institucional.

La comunicación externa la podemos ver en:

- Publicidad en medios tradicionales y digitales.
- Redes sociales corporativas.
- Atención y servicio al cliente.
- Comunicados de prensa.
- Sitios web institucionales.
- Campañas de relaciones públicas.

La comunicación externa tiene beneficios como:

- Fortalecer la imagen corporativa.
- Incrementar la confianza de los clientes.
- Facilitar la promoción de productos y servicios.
- Mejorar la relación con proveedores y socios estratégicos.
- Favorecer la competitividad de la organización.

La comunicación empresarial constituye un elemento estratégico dentro de las organizaciones, ya que facilita la coordinación de actividades, promueve la colaboración entre los integrantes y contribuye a la construcción de una identidad corporativa sólida. Una adecuada gestión de la comunicación permite mejorar el desempeño organizacional, fortalecer las relaciones con los diferentes públicos y alcanzar los objetivos institucionales de manera más eficiente.

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Ejemplo práctico

Una empresa que lanza un nuevo producto debe comunicar internamente los objetivos, funciones y procedimientos a sus empleados para garantizar una correcta ejecución. Al mismo tiempo, debe desarrollar estrategias de comunicación externa para informar a los clientes sobre las características y beneficios del producto mediante publicidad, redes sociales y campañas de promoción.

Referencia:

Fernández Collado, C. (2009). La comunicación en las organizaciones (2.ª ed.). Trillas.