Importancia de la comunicación en las organizaciones (Monserrat Viridiana Mendoza Cisneros, 25 de abril de 2024).

En la dinámica competitiva del mundo empresarial actual, la comunicación emerge como el motor que impulsa el éxito de las organizaciones. Más que simplemente transmitir información, la comunicación estratégica conecta a todos los actores de una organización, desde la alta dirección hasta los empleados de base, desde los clientes hasta los socios comerciales.

Existen dos tipos de comunicación, la interna y la externa. En las organizaciones se utilizan ambas. La comunicación no solo es vital para la coordinación interna, sino que también desempeña un papel fundamental en la construcción de relaciones sólidas con clientes, proveedores y otras partes interesadas. Desde la primera interacción hasta la postventa, cada punto de contacto con el exterior representa una oportunidad para transmitir los valores y la visión de la empresa de manera clara y coherente.

En un panorama empresarial cada vez más interconectado y competitivo, la comunicación se erige como el diferenciador definitivo entre el éxito y el estancamiento, generando ventajas competitivas. Aquellas organizaciones que invierten en cultivar una cultura de comunicación estratégica cosechan no solo resultados tangibles en términos de eficiencia y rentabilidad, sino también relaciones duraderas y significativas con sus stakeholders.

En este sentido, la comunicación es indispensable para el correcto funcionamiento de una organización. No se trata de comunicar por comunicar, la comunicación debe ser estratégica para llegar a la audiencia indicada. La esencia de una organización radica en su capacidad para coordinar esfuerzos, alinear objetivos y adaptarse a un entorno en constante cambio

El que una empresa tenga una buena comunicación interna puede influir en la imagen corporativa de la misma, lo cual, por consecuencia impacta en la comunicación externa, generando así en los clientes cierta confianza y ayuda al posicionamiento de la organización. Por ello se mencionan tres beneficios directos de la efectiva comunicación organizacional:

Coordinación: La comunicación asegura que todos los miembros de la organización estén en la misma página. Ya sea para trabajar en proyectos conjuntos, cumplir con los objetivos estratégicos o simplemente entender la misión y visión de la empresa, una comunicación clara y regular es fundamental para mantener la cohesión y la coordinación.

Toma de decisiones informada: Una buena comunicación proporciona la información necesaria para tomar decisiones informadas y oportunas. Esto se aplica tanto a las decisiones estratégicas de la alta dirección como a las decisiones operativas cotidianas de los empleados. Sin una comunicación adecuada, las decisiones pueden basarse en información incompleta o incorrecta.

Resolución de conflictos: Los conflictos inevitablemente surgirán en cualquier organización. Sin embargo, una comunicación abierta y efectiva puede ayudar a

abordar estos conflictos de manera constructiva. Al facilitar el diálogo entre las partes involucradas, se pueden encontrar soluciones que beneficien a todos y eviten que los conflictos se intensifiquen.

Cultura organizacional: La forma en que una organización se comunica afecta directamente su cultura. Una comunicación transparente y honesta fomenta la confianza y la colaboración entre los empleados, mientras que una comunicación deficiente puede dar lugar a una cultura de desconfianza y silos departamentales.

Innovación y creatividad: La comunicación efectiva fomenta un ambiente en el que se valoran las ideas y se alienta la colaboración. Esto puede conducir a la generación de nuevas ideas, la innovación y la resolución creativa de problemas.

La comunicación es la génesis misma de cualquier organización, sus beneficios van desde facilitar la coordinación y la toma de decisiones hasta promover una cultura de confianza y colaboración, su importancia no puede subestimarse. Sin una comunicación efectiva, una organización corre el riesgo de volverse desorganizada, ineficiente y desconectada de sus objetivos y de las necesidades de sus miembros.

Coordinadora de Relaciones Públicas y Comunicación del CONLA Jalisco. Texto publicado el 25 de abril de 2024.