

COMUNICACION INTERNA Y EXTERNA

COMUNICACION INTERNA

Cuando hablamos de comunicación interna nos referimos a los procesos de comunicación que se llevan a cabo dentro de la organización. Es decir, aquella que busca el logro de los objetivos organizacionales a través de mensajes que fluyan de manera eficiente en el interior de la empresa, de relaciones sanas entre las personas que la conforman, así como un ambiente de trabajo agradable, entre otras cosas. Así, los “subsistemas” (personas que trabajan en la empresa), a través de la comunicación, se sienten identificados y motivados para realizar su labor y de esta manera obtener los resultados que el “sistema” (empresa) requiere.

El autor De Marchis (2003), define a la comunicación interna como *“el conjunto de acciones que engloban todos los procesos comunicativos que se establecen entre la empresa y sus empleados y el resto del público interno de la institución”*. Haciendo énfasis en que cuando nos referimos al público interno hablamos de los empleados, pero también a los propietarios, representantes de trabajadores y familiares de los mismos.

De Marchis (2003), menciona de manera puntual los objetivos, responsabilidades y funciones de la comunicación interna:

Responsabilidades:

- Establecer objetivos y estrategias comunicativas.
- Establecer prioridades comunicativas.
- Establecer un sistema de acceso a la información, determinando los flujos de la comunicación.
- Establecer los elementos de la comunicación, estableciendo cómo funcionará el sistema.

COMUNICACION INTERNA Y EXTERNA

Objetivos:

- Implicar a los miembros de la organización en la visión y misión de la organización, inculcando su confianza y lealtad.
- Proyectar una imagen positiva de la empresa.
- Equilibrar la información ascendente, descendente, horizontal y transversal.
- Implicar al personal en el proyecto de la empresa.
- Consolidar un estilo de dirección.
- Favorecer la adecuación a los cambios del entorno tanto interno como externo, ayudada lógicamente de la comunicación externa de la organización.

Funciones:

- 1) Investigar con la finalidad de elaborar una política de escucha del clima social de la empresa que ayude después a la toma de decisiones apropiadas.
- 2) Orientar, logrando una capacidad de escuchar y sensibilizar sobre los distintos aspectos de la empresa. Aplicándolo en principio a los mandos altos y gerenciales.
- 3) Informar.
- 4) Animar y coordinar; es decir, después de conocer lo que sucede en la empresa y con el fin de que la información fluya de mejor manera, debe crearse una red de corresponsales que informen a los empleados. ¿Cómo?, pues tomando los puntos de referencia en la empresa que pueden distribuir y recoger la información de mejor manera que otros. Logrando con todo ello coordinar los flujos de comunicación e integrar a los empleados en esta red que además les brindará sentido de pertenencia a la misma.
- 5) Organizar campañas como soluciones de los problemas internos a fin de involucrar a los empleados. Estas tienen una visión de corto, mediano o largo plazo, dependiendo de las acciones que quieran realizarse dentro de la empresa.

COMUNICACION INTERNA Y EXTERNA

6) Formar: capacitación determinada de actividades específicas, incluyendo de manera especial la capacitación en comunicación que busca que los empleados sepan cómo utilizar las herramientas que mejoren la comunicación dentro de la organización (De Marchis, 2003).

COMUNICACIÓN EXTERNA

Como hemos visto, la comunicación interna se basa en las redes y mensajes que conviven al interior de la organización y que buscan un cambio en su interior, de esta forma la comunicación externa es aquella en la que estos mismos elementos se dirigen hacia afuera de la organización.

La comunicación externa la podemos definir como aquellos mensajes emitidos por las organizaciones y que van dirigidos a sus diferentes públicos externos, con la intención de conservar y/o mejorar las relaciones entre ambas partes; también se enfoca en proyectar una buena imagen y a su vez promover sus productos o servicios.

La comunicación externa va de la mano con la mercadotecnia al ser esta una parte del "Marketing Mix", ya que es uno de los elementos que conforman la promoción en conjunto con la publicidad y las relaciones públicas. Toda estas enfocándose en transmitir una imagen favorable de la organización.