



## MARTES DE TIPS

# COMUNICACIÓN EN LAS INSTITUCIONES

COMUNICACIÓN



Desde que estamos muy pequeños, lo primero que se nos enseña es a comunicarnos a través de las palabras, para poder así interrelacionarnos con nuestro entorno social.

En la sociedad actual las personas intervienen en múltiples ámbitos de relación: la familia, las instituciones educativas, organizaciones sociales, el mundo laboral, comercial, etc. Esta compleja red de intercambios exige una competencia comunicativa que debe ser desarrollada y enriquecida, por las escuelas, hospitales y todas las instituciones.

**Hoy en día, la comunicación es una herramienta estratégica fundamental dentro de cualquier organización. Por eso, para gestionarla correctamente y de forma eficaz, es indispensable la creación del área de Comunicación.**

De hecho, el porcentaje de Instituciones de Asistencia Privada que cuentan con un departamento de comunicación ha crecido de manera paulatina y de este modo incorporando en sus estrategias este elemento, el cual les ofrece, entre otras cosas, los recursos necesarios para proyectar una buena imagen como institución y al mismo tiempo con todo su equipo de trabajo.

### ¿QUÉ SENTIDO TIENE EL ÁREA DE COMUNICACIÓN?

Toda organización necesita comunicarse y expresarse. La información es fundamental para que las instituciones den una buena imagen exterior y un funcionamiento interno eficaz.

Para lograr que todos los trabajadores se comprometan con la Institución, deben tener un nivel de motivación alto para cumplir las metas y objetivos establecidos. Por este motivo surge el área de comunicación, que es la pieza que se encarga de **gestionar de manera eficaz y positiva la información** a través de los canales más adecuados para cada circunstancia.

Sin embargo, esta área no sólo se encarga de gestionar la información relativa a una empresa. Al ser un elemento estratégico de cualquier organización, del mismo modo que otros como los Recursos Humanos o la gestión financiera, también se le relaciona con aportes de otro tipo como por ejemplo:

- **Maneja la información y la transforma en mensajes claros y directos.** Para ello, no sólo gestiona todos los temas vinculados a la comunicación, sino que además crea las mejores estrategias en ese sentido. Eso quiere decir que no sólo vale con identificar la información que circunda la labor de una empresa; es necesario acotarla, definirla, transformarla y usarla para alcanzar objetivos o metas específicas. He ahí su gran valor como departamento.



- **Protege, maneja y gestiona la identidad de la Institución.** Será el área encargada de transmitir todos los mensajes que se emitan a nombre de la IAP y, por tanto, debe hacerlo en función de los valores corporativos, la misión y la visión, el público objetivo y la necesidad que cada contexto amerite.
- **Estandariza todos los procesos comunicativos que se generan al interior de la Institución.** Por ejemplo, establece canales y procedimientos para que la información fluya de forma uniforme y eficaz en cada contexto y evita, de esta manera, que la comunicación no oficial se apropie de espacios o zonas vacías.

#### DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN: GESTIÓN INTERNA Y EXTERNA

Los líderes del departamento de comunicación deben generar un tipo de comunicación capaz de transmitir en todos los niveles una **visión compartida y la misión, los valores y los objetivos principales** de la empresa. Ese es su principal compromiso.

A partir de esta estrategia, la idea es identificar las necesidades del personal, así como las de los clientes, proveedores, distribuidores o terceros agentes que de alguna u otra manera guarden relación con la organización. Un correcto funcionamiento de esta área supondrá una importante función interna y externa. Veamos de qué forma:

- a) **A nivel interno:** existe una mayor identificación de los trabajadores con la Institución y una cohesión de los valores que forman parte de la cultura de la empresa. Aumentan el compromiso el sentido de pertenencia y el rendimiento.
- b) **A nivel externo:** se comunica de forma clara a los clientes potenciales qué es lo que la empresa ofrece, aportando credibilidad y positividad.

Para las pequeñas y medianas instituciones que son conscientes de que la comunicación ha de ser contemplada como una herramienta de gestión, la creación de un departamento de comunicación supone un paso importante para garantizar la eficiencia global de la IAP y un síntoma claro de sostenibilidad..

#### ESTE DOCUMENTO FUE ELABORADO POR:

Roberto Carlos Aguirre Cruz, Auxiliar en el Departamento de Difusión y Relaciones Públicas  
Tel. 5279-7270 ext. 7336 • raguirre@jap.org.mx

#### CONTACTO MARTES DE TIPS:

Katya Butrón Yáñez  
Tel. 5658 5897 ext. 8014 • kbutron@jap.org.mx