

Políticas empresariales y comunicación externa

Breve descripción:

El componente formativo aborda la importancia de las políticas empresariales y su comunicación dentro y fuera de la organización. Destaca la necesidad de liderazgo y participación para alcanzar metas institucionales, y describe los tipos de liderazgo, la metodología para crear políticas, y las herramientas de comunicación externa. Además, incluye un glosario y una bibliografía relevante sobre el tema.

Octubre 2024

Tabla de contenido

Introducción	4
1. Política empresarial	5
1.1. Características esenciales de una política empresarial	6
Tipos de políticas empresariales	8
Tips sobre política empresarial	11
2. Las políticas y la comunicación	13
La comunicación en las empresas.....	13
3. La comunicación externa	17
Funciones de la comunicación externa	18
Herramientas de la comunicación externa.....	19
4. Liderazgo y participación	21
Participación.....	23
Tipos de liderazgo.....	23
Características de un buen líder.....	25
Síntesis	26
Material complementario.....	27
Glosario	28
Referencias bibliográficas	29



Créditos	31
----------------	----

Introducción

Para que una empresa se consolide en el mercado, necesita diversos elementos que le ayuden a establecer una base sólida. Entre estos elementos, las políticas empresariales son fundamentales, ya que constituyen las directrices que indican la ruta a seguir y cómo actuar en diferentes situaciones. Una política empresarial efectiva debe reflejar la visión y la proyección de la empresa.

Estas políticas carecen de relevancia si no se difunden adecuadamente. Aquí es donde la comunicación se convierte en una herramienta clave para divulgar las políticas empresariales, tanto dentro como fuera de la organización. Cuando se busca proyectar una imagen positiva de la empresa hacia el exterior, es imprescindible recurrir a la comunicación externa.

En este proceso, el trabajador desempeña un papel crucial, ya que es quien debe conocer, apropiarse y aplicar las políticas empresariales. Además, el trabajador puede contribuir a su difusión tanto dentro como fuera de la empresa.

Actualmente, las organizaciones son más conscientes de la importancia de los miembros de la empresa en este contexto. Por ello, se esfuerzan no solo en que los empleados reconozcan las políticas empresariales, sino también en fomentar cualidades de liderazgo y participación, de manera que se conviertan en actores activos en el proceso de alcanzar las metas institucionales.

1. Política empresarial

Una empresa es una organización compuesta por personas que realizan una labor determinada, pero para que toda organización funcione respondiendo a las exigencias del entorno, las empresas definen su política empresarial de la manera más conveniente para que así esta se convierta en el norte. Las políticas empresariales se convierten en ese derrotero que permite que la organización tenga claridad en las acciones y las estrategias que llevará a cabo, por eso son tan importantes.

A continuación, se explican qué son las políticas empresariales:

Las políticas empresariales

Las políticas empresariales son las directrices que orientan a una organización en la consecución de sus objetivos. Establecidas por los niveles jerárquicos más altos, definen las normas y responsabilidades de cada área, asegurando que las acciones de la empresa estén alineadas con su estrategia general.

Estas políticas no solo guían la toma de decisiones, sino que también establecen los principios fundamentales que la empresa se compromete a seguir. Desde el cumplimiento de la legislación hasta la creación de un ambiente laboral positivo y la gestión eficiente de los recursos, las políticas empresariales son la columna vertebral de la coherencia organizacional.

Una política bien definida no solo refleja la filosofía de la empresa, sino que también se convierte en un marco esencial para todos los demás documentos y procedimientos de la organización. Deben ser incluidas en el Manual de Calidad o de Gestión Integral, y es crucial que todos los empleados las conozcan e implementen en su día a día.

Además, exploraremos cómo las políticas empresariales no solo guían la acción, sino que también aseguran que cada decisión tomada esté alineada con los objetivos de la empresa.

Es importante aclarar que las normas son reglas específicas que deben seguirse o adaptarse a las conductas, tareas o actividades dentro de una organización para asegurar el cumplimiento de una política organizacional. Por lo tanto, forman parte esencial de las políticas empresariales.

1.1. Características esenciales de una política empresarial

Dada la importancia de las políticas empresariales en una organización, es fundamental que, al momento de formularlas, se consideren ciertas características básicas que permitan su efectividad.

- Deben guiar las acciones de la empresa, basándose en sus valores y ajustándose tanto a su realidad organizacional como a las expectativas de sus clientes.
- Se fundamentan en la definición de la institución, su filosofía y cultura empresarial, así como en su estrategia, para establecer los criterios de gestión empresarial.
- Cuando están bien elaboradas, permiten definir los criterios para la asignación de recursos en las diferentes funciones y áreas de la institución.
- Deben definir los objetivos que la organización desea alcanzar.
- Es esencial que incluyan un componente ético-social, garantizando la aplicación de valores éticos y sus correspondientes normas para lograr la responsabilidad social.

- Deben ser comunicadas a todos los miembros de la organización, incluyendo no solo a los trabajadores, sino también a clientes, proveedores y otros actores que interactúan con la empresa.
- Deben actualizarse conforme a los contextos y realidades de la empresa, para mantener su relevancia.
- Deben orientar claramente las decisiones y actuaciones en respuesta a situaciones específicas.
- Deben encaminar de manera efectiva las decisiones y acciones de la empresa.

La importancia de las políticas empresariales:

- Motivan las normas generales de actuación de la empresa, determinando así los valores que posee la misma.
- Orientan la dirección a tomar en caso de que exista cualquier tipo de conflicto.
- Permiten crear una imagen empresarial y un fortalecimiento alrededor de esta.
- Definen los objetivos acerca de qué tipo de empresa se quiere llegar a ser.
- Al seguirse a cabalidad, permiten generar un clima de cordialidad y una imagen positiva.
- Permiten la creación de manuales que orienten la labor diaria en las dependencias de la empresa.

Tipos de políticas empresariales

Las políticas empresariales se pueden clasificar en varios tipos, entre los cuales destacan:

- **Generales**

Estas políticas aplican a todos los niveles de la organización y son de alto impacto o criticidad. Deben ser conocidas por todos y alinearse con la estrategia de la empresa, sirviendo como guía general.

- **Específicas**

Dirigidas a determinados procesos y delimitadas por su alcance, como políticas de ventas, compras, seguridad informática, inventario, entre otras.

- **Integradas**

En organizaciones con un Sistema de Gestión Integrado, estas políticas globales abarcan aspectos como calidad, medio ambiente y prevención de riesgos laborales en un solo documento.

También se encuentran las políticas a corto plazo y a largo plazo. Lo más importante es que las políticas empresariales que se definan sean cumplibles. Para ello, al establecer las políticas, es necesario identificar y analizar los factores internos y externos que afectan su cumplimiento.

El entorno rápidamente cambiante en el que se desenvuelve la empresa obliga a revisar y actualizar constantemente las políticas, sin importar su tipo.

Los factores son:

a) Factores internos

- La cultura de la empresa.

- Los recursos disponibles.
- Otras debilidades y fortalezas de la empresa.

b) Factores externos

- Económico
- Sociales
- Tecnológicas
- Político-legales
- La competencia

El entorno rápidamente cambiante en el cual la empresa se desenvuelve obliga a revisar y actualizar constantemente las políticas, sin importar de qué tipo sea.

En el momento de establecer los objetivos es fundamental definir:

- Responsable del cumplimiento.
- Alcance del objetivo.
- Plazo de cumplimiento.
- Variable a medir.
- Método y frecuencia de medición.

En todos los casos el área de dirección de la empresa debe, además de suministrar los recursos necesarios, nombrar al responsable del cumplimiento de esa política. Para que las políticas sean factibles, viables y, sobre todo, de calidad, se deben seguir una serie de pasos, y la adecuada aplicación de los requisitos correspondientes.

Para que las políticas tengan los resultados deseados deben cumplir con los siguientes requisitos:

- **Estabilidad**

Evitar cambios frecuentes de criterio, manteniendo una orientación clara.

- **Adaptabilidad**

Ajustarse a las necesidades que el entorno demande.

- **Inteligibilidad**

Ser clara para evitar malas interpretaciones.

- **Factibilidad**

La política debe poder realizarse tal y como está presentada.

- **Efectividad**

Debe ser posible cumplirla y llevarla a cabo de manera eficiente.

- **Participación**

Involucrar a todos los miembros de la empresa en su creación y aplicación.

Cuando no se cumplen los objetivos y metas es necesario incorporar actividades de análisis de causa para encontrar la causa real del incumplimiento y, una vez determinada, eliminarla. Para que las políticas empresariales logren los resultados deseados, deben cumplir con ciertos requisitos:

- **Diseño y desarrollo de la política**

Incluye desde la identificación de la necesidad hasta la redacción de la política.

- **Validación y aprobación**

Se realizan revisiones y ajustes antes de la aprobación final por parte de los involucrados.

- **Divulgación**

Formalizar la vigencia y aplicación de la política en todos los niveles de la organización.

- **Mantenimiento**

Realizar ajustes o actualizaciones necesarios; se recomienda revisar o actualizar al menos una vez al año.

La redacción de las políticas debe ser clara, concreta y precisa, evitando cualquier ambigüedad. Además, deben estar claramente definidas, ser aplicables, cumplibles y actualizables.

Los beneficios de la aplicación de las políticas son:

- Aseguran un trato equitativo para todos los empleados.
- Generan seguridad de comunicación interna en todos los niveles.
- Es fuente de conocimiento inicial, rápido y claro, para ubicar en su puesto a nuevos empleados.
- Facilita una comunicación abierta y promueve la honestidad.
- Desarrolla la autoridad, poder y liderazgo.
- Son indispensables para una adecuada delegación de autoridad.
- Asegura la confianza, transparencia, objetividad y aprendizaje.

Tips sobre política empresarial

Algunos consejos sobre la política empresarial son:

- Las políticas deben generar confianza como primer producto.

- Una buena política empresarial se enfoca en pocos objetivos grandes y sigue un solo camino, el correcto, hasta alcanzarlos.
- Las políticas deben ser revisadas y actualizadas periódicamente.
- Las políticas son indispensables para una adecuada delegación de autoridad.
- Las políticas deben coincidir con el estilo general de la empresa.
- Las políticas deben ser comprendidas por todos los miembros de la empresa.
- Las políticas formuladas y “guardadas” no pueden cumplir su misión.
- Las políticas empresariales no tienen el mismo impacto si los miembros de la empresa las desconocen.
- Las políticas se aplican en todo nivel empresarial.

2. Las políticas y la comunicación

Las políticas empresariales no tienen el mismo impacto si los miembros de la empresa las desconocen. No basta con que sepan dónde encontrarlas; también es necesario que las comprendan. Es decir, cada empleado debe ser capaz de describir, con sus propias palabras, cómo su labor contribuye al cumplimiento de las políticas de la empresa.

Esto implica que el personal debe incorporar estas políticas en su trabajo diario. Para lograrlo, es fundamental socializarlas con todos los miembros de la empresa, lo cual hace indispensable una comunicación efectiva dentro de la organización.

La comunicación en las empresas

Descubran la importancia de la comunicación en las empresas y cómo puede marcar la diferencia. Los invitamos a revisar este video:

Video 1. La comunicación en las empresas



[Enlace de reproducción del video](#)

Síntesis del video: La comunicación en las empresas

La comunicación es una herramienta fundamental para el correcto funcionamiento de una empresa. No se trata solo de transmitir lo que la empresa hace para captar clientes y ser rentable, sino de garantizar que todos los miembros de la organización comprendan su propósito y trabajen juntos hacia las metas establecidas.

Para lograr esto, las empresas deben contar con sistemas de comunicación claros, tanto interna como externamente. Estas dos formas de comunicación son interdependientes y requieren una gestión coordinada.

La comunicación interna es crucial para la eficiencia operativa y la gestión efectiva del talento humano. Por otro lado, la comunicación externa es esencial para proyectar una imagen positiva al público, además de promocionar productos o servicios.

Un ejemplo de la importancia de la comunicación externa es el caso de una empresa de tecnología que lanza un nuevo producto al mercado.

A través de campañas en medios de comunicación y redes sociales, la empresa no solo da a conocer las características del producto, sino que también construye una imagen innovadora que atrae a clientes potenciales y refuerza la confianza en su marca.

En cuanto a la comunicación interna, podemos considerar una situación en la que la empresa decide implementar un nuevo software para mejorar la gestión de proyectos.

Para que este cambio sea exitoso, es necesario comunicar de manera clara y oportuna a todos los empleados cómo utilizar la nueva herramienta y cómo este cambio beneficiará su trabajo diario. Sin esta comunicación efectiva, la adopción del software podría ser caótica, afectando la productividad y generando confusión.

Ambos sistemas de comunicación, tanto el interno como el externo, son interdependientes y deben gestionarse de manera conjunta para que la empresa pueda alcanzar sus objetivos de manera eficaz.

Las estrategias de innovación en las empresas suelen recaer preferentemente en la comunicación externa, antes que en la interna.

3. La comunicación externa

La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales, entre otros.

La comunicación externa de una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía y promover actividades, productos y servicios.

La comunicación externa con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y sociedad en general es esencial para el éxito empresarial.

La comunicación con el público en general es tan vital para la organización como la comunicación interna. Entre ambas debe existir una alta integración. Aunque la comunicación externa suele estar vinculada a departamentos como relaciones públicas, prensa, marketing, investigación de mercados, y comunicación corporativa, todos los miembros de la organización pueden desempeñar funciones de comunicación externa y contribuir a la difusión de la imagen de la organización.

Cuando aumenta el sentimiento de pertenencia y las personas se sienten identificadas con la organización, las relaciones laborales mejoran, lo que a su vez transmite una imagen positiva hacia el exterior.

Funciones de la comunicación externa

Las empresas están inmersas en un contexto social, por lo que deben mantener un canal de comunicación abierto con sus usuarios o clientes, quienes son su razón de existir. Por esta razón, la comunicación externa adquiere un papel crucial, ya que, al ser efectiva y alineada con los objetivos empresariales, no solo ayuda a una organización a definir su estrategia y políticas, sino que también contribuye a proyectar una imagen positiva que inspire confianza en los clientes y potenciales clientes.

Entre las funciones más relevantes de la comunicación externa se encuentran:

- Crear un puente entre la empresa y sus clientes, intermediarios, proveedores, competidores, medios de comunicación y el público en general.
- Proyectar una imagen favorable de la empresa al público, además de promover productos o servicios.
- Generar mensajes enfocados en crear, mantener o fortalecer la relación de la empresa con sus diferentes clientes.
- Favorecer la retroalimentación entre los actores externos (clientes, proveedores, entre otros) y la empresa.
- Comunicar la identidad y filosofía corporativa.
- Difundir noticias, eventos, informaciones y promociones sobre la empresa.

Los tipos de comunicación externa son:

- **Comunicación externa estratégica**

Consiste en recopilar datos sobre la competencia, variables económicas, evolución, y cambios en la legislación laboral para alcanzar una posición competitiva en el mercado.

- **Comunicación externa operativa**

Se utiliza en el desarrollo diario de la actividad de la empresa y abarca todas las comunicaciones públicas externas, incluyendo relaciones con proveedores, clientes, y administraciones.

- **Comunicación externa de notoriedad**

Se encarga de dar a conocer la empresa, mejorar su imagen y promover sus productos a través de promoción, marketing, publicidad, patrocinios y otras actividades que aumenten su visibilidad.

Todas estas formas de comunicación externa persiguen un mismo objetivo:

velar por el bienestar común de todo lo que compone la empresa, dándola a conocer y promocionándola de manera que se proyecte la imagen externa deseada. Aunque no todas las acciones de comunicación externa se realicen simultáneamente, es fundamental no descuidar ningún ámbito de actuación y, sobre todo, mantener una comunicación constante.

Herramientas de la comunicación externa

Para que una comunicación externa sea efectiva, es necesario que cuente con herramientas que la respalden. Cabe aclarar que el departamento o área encargada de

generar las estrategias de comunicación externa es, por lo general, marketing, publicidad, relaciones públicas, protocolo y ventas.

A continuación, se mencionarán algunas de las herramientas:

- Acciones y soportes promocionales, cupones y muestras gratis.
- Atención telefónica gratuita, servicios de atención al cliente y fidelización.
- Folletos, boletines informativos, anuncios en prensa.
- Actividades publicitarias de promoción, patrocinios, ferias y seminarios.
- Patrocinio de eventos.
- Ruedas y conferencias de prensa.
- La web, páginas propias, anuncios, redes sociales.

Al considerar las características de la comunidad, se pueden crear contenidos que impacten de forma eficiente. Es decir, si se utilizan estas herramientas, debe haber claridad en el público objetivo del mensaje, para garantizar que se cause el impacto deseado. No es lo mismo un anuncio de prensa para una persona de 65 años que para una de 16 años.

4. Liderazgo y participación

Para algunos, el liderazgo es motivación; para otros, es sinónimo de resultados o inspiración. El liderazgo es un conjunto de habilidades que tiene una persona para guiar a otras e influenciarlas, motivándolas a trabajar con entusiasmo y logrando así sus objetivos.

Existen 10 maneras de definir el arte de liderar:

- **Visión**

Liderar implica tener una visión clara y compartirla con los demás. Al inspirar a otros, se logra compartir una meta común que dirige los esfuerzos y la dedicación de todo el equipo.

- **Motivación**

El líder sabe motivar a su equipo, canalizando la energía y el potencial profesional de sus compañeros para alcanzar los objetivos.

- **Servir**

Un liderazgo efectivo se caracteriza por servir al equipo, brindando apoyo, herramientas necesarias, reconocimiento y corrección de malos hábitos.

- **Empatía**

La inteligencia emocional es clave para un líder, permitiéndole comprender las preocupaciones de los demás y ofrecer soluciones adecuadas.

- **Creatividad**

Los líderes fomentan un entorno que anima a los miembros del equipo a desarrollar su creatividad y habilidades, contribuyendo al proyecto común con su sello personal.

- **Exigencia**

Un líder exigente busca grandes resultados y sabe escuchar para entender las necesidades del equipo, proporcionándoles recursos y tiempo para cumplir con lo que se les pide.

- **Dirigir**

El líder guía a su equipo para alcanzar los objetivos, pero también sabe cuándo dar un paso atrás para permitir que el equipo tome la iniciativa y se desarrolle personal y profesionalmente.

- **Hacer equipo**

El liderazgo verdadero se enfoca en trabajar en equipo para alcanzar un objetivo común, asumiendo responsabilidades cuando algo no va bien y recompensando al grupo por el trabajo bien hecho.

- **Asumir riesgos**

El líder asume riesgos que otros no están dispuestos a tomar, adelantándose a su tiempo y viendo oportunidades donde otros no las ven, contagiando su entusiasmo por su visión.

- **Mejorar**

Los líderes buscan la mejora continua, ayudando a los miembros de su equipo a desarrollar nuevas habilidades y capacidades, influyendo positivamente en su crecimiento personal y profesional.

El liderazgo no tiene que ver con la jerarquía ni con la posición de nadie en la empresa, ni con imponer opiniones, sino con escuchar a los que saben. El liderazgo es la actitud que asumen aquellas personas que buscan algo diferente, que están

comprometidas a lograr un objetivo y cuya convicción logran transmitir a los demás a través de la ilusión y el optimismo, para alcanzar un objetivo común.

Participación

La participación se define como la acción y efecto de tomar parte en algo, compartir o informar a otros sobre algún asunto. Este término puede aplicarse en diferentes ámbitos, como el ciudadano, político y social, pero también en el laboral. Una persona vinculada a una empresa no puede ser ajena a los procesos que ocurren dentro de ella, por lo que es importante que se convierta en un miembro activo, ya sea liderando labores encomendadas o participando en ellas.

Tipos de liderazgo

Existen diferentes tipos de liderazgo en el entorno laboral, cada uno con sus ventajas y desventajas. La cultura de la empresa, los objetivos perseguidos y la personalidad de los empleados, entre otros factores, determinan qué estilo de liderazgo encaja mejor con la compañía. En algunas organizaciones, incluso coexisten diferentes estilos de liderazgo según las tareas o los objetivos a cumplir.

a) Liderazgo autocrático

El líder concentra todo el poder y nadie desafía sus decisiones. Es un liderazgo unidireccional en el que los subordinados solo obedecen las directrices del líder.

- **Ventajas:** efectivo en entornos donde las decisiones deben tomarse rápidamente o con empleados que requieren una supervisión estricta.

- **Desventajas:** no toma en cuenta la opinión de los trabajadores, lo que puede hacer que se sientan infravalorados y muestren poco compromiso hacia la compañía.

b) Liderazgo laissez-faire

También conocido como liderazgo delegativo, es un estilo de no intervención y falta de feedback regular. El líder interviene solo cuando es necesario y con el menor control posible.

- **Ventajas:** la autonomía puede ser liberadora para algunos empleados, mejorando la creatividad y la satisfacción laboral.
- **Desventajas:** no es apropiado para empleados que no poseen las competencias necesarias, lo que puede llevar al incumplimiento de proyectos o fechas de entrega.

c) Liderazgo democrático

El líder promueve el diálogo entre sus seguidores para considerar las opiniones del grupo, aunque la decisión final la toma el superior.

- **Ventajas:** fomenta la participación y el compromiso de los empleados, mejorando su afiliación y productividad.
- **Desventajas:** los desacuerdos pueden ralentizar la toma de decisiones, lo que requiere del líder una gran habilidad para mantener la motivación y colaboración.

d) Liderazgo transaccional

Se basa en intercambios entre líderes y seguidores, donde los seguidores reciben recompensas por su desempeño y el líder se beneficia del cumplimiento de las tareas.

- **Ventajas:** es orientado a los objetivos y motiva a los seguidores con recompensas claras.
- **Desventajas:** se centra en el presente y se enfoca en la eficiencia operativa, sin fomentar el desarrollo a largo plazo.

e) Liderazgo transformacional

Los líderes transformacionales utilizan altos niveles de comunicación para lograr los objetivos y transmitir una visión de cambio.

- **Ventajas:** motiva y aumenta la productividad, liderando el cambio dentro de la organización y ganándose la confianza y respeto del equipo.
- **Desventajas:** se concentra en cualidades intangibles como la visión y los valores, lo que puede ser menos tangible en términos de control y supervisión.

Características de un buen líder

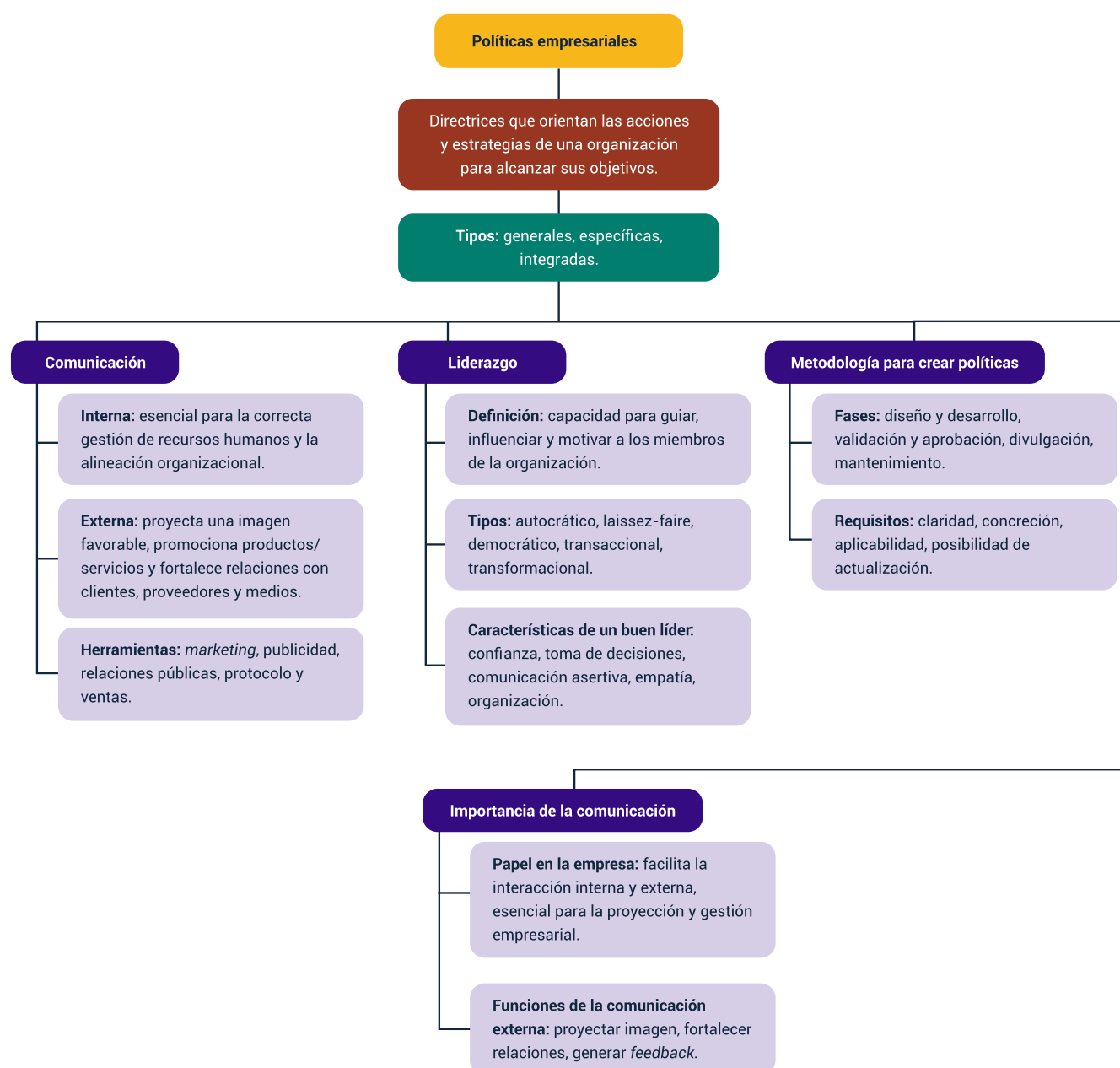
¿El buen líder nace o se hace?

Algunos creen que el liderazgo es innato, pero lo cierto es que si un individuo se propone trabajar en los aspectos relevantes de un líder, es posible que lo logre. Entre las características de un buen líder se encuentran: la confianza en sí mismo, la capacidad de tomar decisiones, la comunicación asertiva, el control de las emociones, el ser un ejemplo a seguir, la organización, la paciencia, la empatía, la justicia, la capacidad de escuchar, la responsabilidad y la habilidad para motivar a su equipo.

Un buen líder en una empresa debe ser un profesional en constante crecimiento, perfeccionamiento y formación, alguien proactivo y, sobre todo, adaptable y capaz de trabajar en equipo sin problemas.

Síntesis

A continuación, se muestra un mapa conceptual con los elementos más importantes desarrollados en este componente.



Material complementario

Tema	Referencia APA del Material	Tipo de material (Video, capítulo de libro, artículo, otro)	Enlace del recurso o Archivo del documento o material
Política empresarial	Softgrade. (2019). ¿Qué son las políticas y reglas de una empresa?. [Archivo de video] Youtube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=PvOl6ldTCUk
Características esenciales de una política empresarial	Casanovas, A. (2013). Gestión de políticas de empresa. KPMG.	Artículo	https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/es/pdf/2016/12/Cuadernos Legales N5.pdf
Requisitos de una política empresarial	Illera, L, Illera, J. (2015). Política empresarial: Línea de dirección y estrategias 2da edición. Colombia: Editorial CESA.	Libro	https://www.google.com.co/books/edition/Pol%C3%ADtica empresarial/J4F-DwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
Las políticas y la comunicación	TEDx Talks (2019). Comunicación para el trabajo en equipo Alejandro Sierralta TEDxUniNacionalIngeniería. [Archivo de video] Youtube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=7uygpZkVHH0
La comunicación externa	Grupo Esneca TV (2021). Cómo conseguir una comunicación externa eficaz - Grupo Esneca TV [Archivo de video] Youtube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=lpbbRpPmJCs
Liderazgo y participación	TEDx Talks (2016). Mettaliderazgo, creando líderes de alto desempeño Roberto Mourey TEDxBarriodelEncino [Archivo de video] Youtube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=PZuSrV0hsnA

Glosario

Calidad: superioridad o excelencia de algo o de alguien.

Comunicación efectiva: llevar el mensaje correcto a la audiencia adecuada en el momento oportuno.

Comunicación externa: es esencial para promocionar, dar a conocer y resolver incidencias en la empresa.

Comunicación interna: clave para el buen funcionamiento de la empresa y la correcta gestión de los recursos humanos.

Derrotero: camino o medio que se sigue para alcanzar un fin determinado.

Directriz: norma o conjunto de normas e instrucciones que se establecen o tienen en cuenta al proyectar una acción o un plan.

Empresa: entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

Entorno: conjunto de circunstancias o factores sociales, culturales, morales, económicos, profesionales, etc., que rodean una cosa o a una persona y que influyen en su estado o desarrollo.

Estrategia: serie de acciones meditadas y encaminadas hacia un fin determinado.

Innato: que no es aprendido y pertenece a la naturaleza de un ser desde su origen o nacimiento.

Referencias bibliográficas

Arias, G. y Heredia, V. (2000). Administración de Recursos humanos para el alto desempeño. Octava edición. Editorial Trillas, México.

Céspedes, J. (2008). Tips sobre política empresarial.

<http://gerencia.blogia.com/2008/021501-la-politica-empresarial.php>

Comunicación empresarial (2014). Comunicación Interna y Externa. Dos Sistemas Interdependientes.

<http://comunicacionempresarial214.blogspot.com.co/2014/08/comunicacion-interna-y-externa-dos.html>

Fabra, A. (2016).Cuál es la importancia de las políticas de una empresa.

<https://negocios.uncomo.com/articulo/cual-es-la-importancia-de-las-politicas-de-una-empresa-26555.html>

Gamelearn. (2016). ¿Qué es liderazgo? 10 maneras de definirlo.

<https://www.game-learn.com/que-es-liderazgo-maneras-definirlo>

García-Allen, J. (s. f.). Tipos de Liderazgo: Las 5 clases de líder más habituales.

<https://psicologiaymente.net/coach/tipos-de-liderazgo>

Medina, M. (2012). Política organizacional. Concepto y esquema en la empresa.

<https://www.gestiopolis.com/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la-empresa/>

Monterola, H. (2012). Políticas Empresariales.

<https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Politicas-Empresariales/333946.html>

Morales, A. (2009). Comunicación externa y sus funciones.

<http://anamoralesrosas.blogspot.com.co/2009/09/comunicacion-externa-y-sus-funciones.html>

Nieves, F. (2006). Políticas de la empresa. [https://www.gestiopolis.com/politicas-](https://www.gestiopolis.com/politicas-de-la-empresa/)

[de-la-empresa/](https://www.gestiopolis.com/politicas-de-la-empresa/)

Política Empresarial (2009). Administración de empresas.

<http://admindeempresas.blogspot.com.co/2009/11/politica-empresarial.html>

Créditos

Nombre	Cargo	Centro de Formación y Regional
Milady Tatiana Villamil Castellanos	Responsable del ecosistema	Dirección General
Olga Constanza Bermúdez Jaimes	Responsable de línea de producción	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Salomé Ortiz Moreno	Experta temática	Centro de Desarrollo Agropecuario y Agroindustrial CEDEAGRO - Regional Boyacá
Paola Alexandra Moya Peralta	Evaluadora instruccional	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Blanca Flor Tinoco Torres	Diseñador de contenidos digitales	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Luis Jesús Pérez Madariaga	Desarrollador full stack	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Cristhian Giovanni Gordillo Segura	Intérprete lenguaje de señas	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Laura Gisselle Murcia Pardo	Animador y productor multimedia	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Daniela Muñoz Bedoya	Animador y productor multimedia	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Andrés Felipe Guevara Ariza	Locución	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Jaime Hernán Tejada Llano	Validador de recursos educativos digitales	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Margarita Marcela Medrano Gómez	Evaluador de contenidos inclusivos y accesibles	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia

Nombre	Cargo	Centro de Formación y Regional
Daniel Ricardo Mutis Gómez	Evaluador de contenidos inclusivos y accesibles	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia