



LA VALIOSA COMUNICACION INTERNA EN LAS EMPRESAS

La comunicación interna incluye todo lo que se dice y comparte dentro de una organización.

LA COMUNICACIÓN INTERNA DE UNA EMPRESA

La comunicación interna puede definirse como el uso planeado de acciones de comunicación para influenciar sistemáticamente el conocimiento, las actitudes y los comportamientos de los empleados actuales, fomentando su participación y ayudando a generar cambios.

Es un aspecto fundamental para que una empresa funcione a la perfección. De hecho, las grandes compañías y organizaciones han sabido siempre que el primer público en el que hay que pensar para lograr metas es el equipo humano que sustenta su negocio.

En un principio, la comunicación interna se focalizó en difundir de forma vertical información de tres tipos: *laboral, operativa y organizacional*; es decir, información sobre condiciones de trabajo, salarios, normativa, etc. De esta manera, se consiguió establecer una relación fluida entre todos los trabajadores de la empresa.

A mediados de los años 90, la comunicación interna se independiza de los recursos humanos y pasa a integrar, junto con la comunicación externa, la estrategia de comunicación corporativa. Desde entonces hasta hoy en día, las organizaciones han puesto especial énfasis en la bidireccionalidad de la comunicación, es decir, en establecer un feedback activo con sus empleados, para motivar y dinamizar su labor diaria.

La comunicación interna eficaz puede ser una herramienta muy poderosa, como prueban los siguientes datos de Staffbase (Base Personal):

- *Conduce a un aumento del 40 % en la satisfacción del cliente.*
- *Puede llevar a un incremento del 30 % en la rentabilidad.*
- *Es parte activa en un aumento del 36 % en el rendimiento general de una empresa.*

Hablar con los empleados ya no juega un segundo papel en las comunicaciones de la compañía y, de hecho, hoy día, la comunicación interna se considera una función de negocio clave que inspira y alinea a toda la organización.

¿QUÉ ES UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA?

Un plan de comunicación interna es una hoja de ruta de comunicaciones que proporciona una guía clara para la comunicación con los empleados. Sus objetivos son:

1. *Informar a los empleados acerca de los objetivos de su organización o una iniciativa específica.*
2. *Permitirles tomar medidas acordes a las circunstancias, la realidad o los cambios.*
3. *Darles toda la información que les ayudará a alcanzar esos objetivos.*

El plan de comunicación interna mantiene al equipo de comunicaciones interno enfocado y guía sus esfuerzos para que ellos dediquen su tiempo a las actividades adecuadas, las que son más importantes para la empresa y sus objetivos. Además de impulsar la eficacia y eficiencia en los procesos, el plan de comunicación interna permite alcanzar un compromiso con líderes empresariales y socios sobre las estrategias de comunicación interna que pueden encajar mejor con las necesidades y oportunidades de negocio más importantes.

¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN INTERNA DE UNA EMPRESA?

La comunicación que se produce entre las organizaciones se llama comunicación externa. Se requiere que cada organización mantenga una relación con otras organizaciones o personas con miras a lograr los objetivos.

Los objetivos de la comunicación externa son facilitar la cooperación con grupos tales como proveedores, inversionistas y accionistas y presentar una imagen favorable de una organización y sus productos o servicios a clientes potenciales y reales y a la sociedad en general.

¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN DESCENDENTE?

La comunicación empresarial es una parte integral del éxito general de la compañía. La comunicación descendente hace hincapié en la jerarquía gerencial y la transferencia metódica de información desde los niveles más altos de la organización al personal de la empresa.

Uno de los beneficios de la comunicación interna descendente es que el liderazgo puede usarlo para evaluar el uso que hacen los empleados de la información que la compañía les brinda.

Sin embargo, la comunicación ascendente también es necesaria para poder aportar ideas nuevas y para permitir a la gerencia obtener un feedback que enriquezca la toma de decisiones.

EVOLUCIÓN DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA A LO LARGO DEL SIGLO XX



La comunicación interna es un aspecto fundamental para que una empresa funcione a la perfección. De hecho, las grandes compañías y organizaciones han sabido siempre que el primer público en el que hay que pensar para lograr metas es el equipo humano que sustenta su negocio.

Las políticas de comunicación interna comienzan a integrarse en los organigramas de las empresas en los años 70, tanto en Estados Unidos como en Europa. Siempre asociadas a las estrategias de recursos humanos, las políticas de comunicación interna no respondieron a una nueva tendencia empresarial, sino que fueron una respuesta real a la creciente complejidad organizacional que poco a poco fueron adquiriendo.

En un principio, la comunicación interna se focalizó en difundir de forma vertical información de tres tipos: laboral, operativa y organizacional, es decir, información sobre condiciones de trabajo, salarios, normativa, etc. De esta manera, se consiguió establecer una relación fluida entre todos los trabajadores de la empresa.

A mediados de los años 90, la comunicación interna se independiza de los recursos humanos y pasa a integrar, junto con la comunicación externa, la estrategia de comunicación corporativa. Desde entonces hasta hoy en día, las organizaciones

han puesto especial énfasis en la bidireccionalidad de la comunicación, es decir, en establecer un feedback activo con sus empleados, para motivar y dinamizar su labor diaria.

¿QUÉ PUEDE HACER LA COMUNICACIÓN INTERNA POR TU EMPRESA?

Entre otras muchas cosas, las políticas de comunicación interna favorecen los siguientes aspectos de tu organización

- Mejora de la efectividad de la empresa: cuanta más información tengan tus trabajadores, mejorará su trabajo en equipo y su trabajo individual. Los empleados se sentirán integrados plenamente en la organización y, por tanto, se comprometerán con ella.
- Mantiene a los trabajadores enterados de todo lo que sucede en la empresa: nadie recibe sorpresas y todos conocen los cambios (positivos y negativos) que tienen lugar en su entorno.
- Permite que la resolución de problemas sea más sencilla: si se pide opinión a los trabajadores sobre un determinado tema, es probable que la resolución de un conflicto sea más fácil porque se aportarán más ideas.
- Permite a la organización responder más rápido ante cambios.
- Promueve la confianza y las buenas relaciones entre trabajadores: ya que se evitan problemas de territorialidad. Cuando un trabajador se siente inseguro, puede volverse receloso de sus compañeros y guardar información.
- Da sentido de pertenencia a la organización: se genera un sentimiento de unidad, de que las ideas y opiniones de los trabajadores son escuchadas y valoradas, de que todos trabajan juntos para llegar a la misma meta.

¿CÓMO PUEDO IMPLEMENTAR UNA BUENA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA?

La clave del éxito de una política de comunicación interna reside en tener una buena planificación estratégica comunicacional vehiculada a través de diversas herramientas, como pueden ser medios digitales (intranet corporativa, newsletter, blogs, canales de televisión internos, revistas impresas y digitales, etc); acciones grupales (desayunos y reuniones estratégicas, encuentros de comunicación, visitas a gerentes); capacitaciones a gerentes y jefes (programas de coaching, seminarios, cursos, etc); y mediciones generales y específicas (encuestas, diagnósticos...).

En definitiva, la comunicación interna seguirá siendo una parte vital de las estrategias de las empresariales a las que hay que dedicar especial atención para alcanzar los objetivos y conseguir que la organización sea rentable y altamente competitiva.

¿CÓMO DEBES GESTIONAR A DÍA DE HOY LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA?

Las empresas que implementan y gestionan procesos de comunicación interna cuentan con la ventaja de manejar una de las herramientas más interesantes para la gestión de los recursos humanos.

La comunicación interna, igual que el marketing o la responsabilidad social, es una filosofía de orientación empresarial que debe ser compartida por todo el cuadro directivo y que debe ser asumida por un responsable.

Frecuentemente encontramos la comunicación interna de las empresas integrada dentro del departamento de recursos humanos. En estos casos, se confunde comunicación interna con el traslado de información relevante de los empleados en su relación contractual y, por lo tanto, se limita a cuestiones que tienen que ver con jornadas laborales, fechas de vacaciones o modificación de sus condiciones laborales.

Gestionar los procesos de comunicación interna proporciona la ventaja de manejar una de las herramientas más interesantes para la gestión empresarial, en la que tiene efecto en componentes importantes que existen en la relación entre la empresa y el trabajador:

- **La relación empresarial:**

Desde el punto de vista de gestión de los procesos de trabajo. La comunicación interna debe ayudar a que todos y cada uno de los empleados sepan cuál es su cometido, qué función cumplen en el contexto global de la empresa, cuáles son los procedimientos que deben seguir y qué funciones y tareas realizan las otras personas de la organización.

- **Cultural:**

Se trata de trasladar la cultura organizativa a los empleados con el objetivo de que éstos se sientan parte de la organización.

- **Social:**

Unido a la anterior, la comunicación interna debe ayudar a trasladar la identidad corporativa. Los empleados deben compartir esta identidad, cuestión que es fundamental ya que es algo que trasladarán al exterior de la empresa en todas y cada una de las relaciones y contactos que establezcan.

- **Humanista:**

Desde el punto de vista de la motivación de las personas en la empresa. La comunicación interna debe ayudar a los empleados a sentir que se les tiene en cuenta y que son importantes.

- **Institucional:**

Más allá del personal, la empresa establece relaciones con otras instituciones, con las que se establece una comunicación que ni es interna ni es externa, sino que queda a mitad de ambas y que debe ayudar a consolidar la relación.

Una buena comunicación nunca debe ser sólo unidireccional, ya que perderías uno de los beneficios más importantes del proceso: la respuesta y la interacción.

PODRÍAMOS CLASIFICAR TRES TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN UNA COMPAÑÍA:

- *Comunicación descendente:* es la comunicación formal básica e históricamente más utilizada. Surge desde los directivos de la empresa y desciende a los distintos niveles de la pirámide jerárquica. Su finalidad es informar instrucciones, objetivos o políticas de la empresa.

Lo que más se utiliza es:

1. Manual del empleado
2. Publicación institucional (revista, periódico, newsletter)
3. Carta al personal
4. Reuniones informativas
5. Entrevista
6. Cartelera
7. Circulares y correos electrónicos grupales.

- *Comunicación ascendente:* son los mensajes que circulan de abajo hacia arriba en la empresa; nacen en la base de la organización y llegan a la alta dirección. Permite a los empleados plantear ideas y sugerencias, así como dar retroalimentación a la comunicación descendente.

Lo más frecuente es:

1. Buzón de sugerencias.
2. Entrevista.
3. Intranet.
4. Correo electrónico.
5. Reuniones periódicas.

- *Comunicación horizontal:* Es la que existe entre personas o áreas de la empresa que se encuentran en el mismo nivel jerárquico; básicamente se da entre pares. En esta categoría gran parte de la comunicación suele ser informal, a través relaciones de amistad y compañerismo.

Suele utilizarse:

1. Reuniones por departamentos.
2. Sesiones informativas.
3. Correo electrónico.
4. Redes sociales.

“Una comunicación interna eficaz ayuda a que la organización funcione como un todo cohesionado, empujando todos en la misma dirección y con la máxima fuerza posible”