

ACTIVIDAD 4. LA COMUNICACIÓN INTERNA

La COMUNICACIÓN INTERNA es la comunicación dirigida al cliente interno, esto es, al trabajador. Aumenta la satisfacción entre el personal y por tanto la rentabilidad final.

Es decir, en su término más simple, la comunicación interna es la comunicación dentro de una organización. Abarca tanto la comunicación “oficial” -- memorándums, normas, políticas y procedimientos, etc. – como la no oficial, la cual ocurre entre los miembros de toda la organización – el intercambio de ideas y opiniones, el desarrollo de relaciones y la conversación personal.

Ocurre en todas direcciones entre el personal de primera línea (aquellos que hacen el trabajo específico de la organización y trabajan directamente con la población blanco), administradores, supervisores y personal de apoyo, voluntarios y, tal vez, incluso la junta directiva.

La comunicación interna es mucho más que un montón de gente hablando entre sí. Es la vida de cualquier organización, la manera en como cualquiera obtiene la información que necesita. Significa que cualquier persona puede obtener fácilmente una respuesta, y que nadie quede fuera cuando haya una celebración de cumpleaños.

Existen tres asuntos interrelacionados que una organización necesita lograr para promover la comunicación interna. El primero trata sobre el ambiente organizativo y la cultura. La organización tiene que ser un lugar donde la comunicación abierta sea aceptada y promovida.

El segundo se encarga de establecer definiciones claras sobre qué tiene que ser comunicado y por quién. Si se asume que todos siempre necesitan saber absolutamente todo, el personal pasará todo su tiempo meramente recibiendo y pasando información. Necesitan existir pautas sobre cómo y qué información se necesita pasar. El último asunto es sobre el sistema que la organización crea para realizar el trabajo y para permitir la comunicación interna.

La Comunicación Interna concierne a todos los componentes de la empresa desde la dirección general, pasando por los cuadros, directivos y empleados. Persigue: contar a sus públicos internos lo que la propia organización hace; lograr un clima de implicación e integración de las personas en sus respectivas empresas; incrementar la motivación y la productividad.

Pero bueno, pienso que es importante tener en cuenta que para llevar a cabo la implantación de esta herramienta, hay que tomar como punto de partida el diagnóstico del estado de la comunicación que es distinto en cada empresa, elaborar unas conclusiones sobre su eficacia y presentar unas propuestas de mejora.