

Caso Novartis

En este trabajo se repasaran algunas de las estrategias de comunicación interna que le han servido para la gestión empresarial al grupo Novartis, empresa que se dedica al cuidado de la salud y tiene presencia en alrededor de 140 países. En España la responsable de Comunicación Interna del Grupo Novartis diseño un plan de comunicación interna a medida el cual lleva a cabo las siguientes medidas.

La identificación de los tipos de información que requieren los integrantes de la plantilla como: la información relacionada con el trabajo (sueldo, condiciones y términos laborales) la información específica de su labor (lo que tienen que hacer y la forma de hacerlo la información relacionada con la cultura corporativa (misión, visión, objetivos, etc.).

Teniendo en cuenta estas necesidades, se pasa a gestionar la comunicación interna buscando que todos sean participes y conozcan hacia donde se dirige la organización, coordinando todos los esfuerzos con metas en común, en un clima favorable y capaz de adaptarse al cambio.

Para superar los problemas de comunicación interna que una empresa puede tener Novartis definió diversos objetivos de comunicación como: El ser claros y transparentes con el proyecto empresarial, fomentar la participación a diario de la empresa, involucrar a las personas en un objetivo y meta común. Además de lo mencionado Novartis creó una marca interna que unificaba la acción comunicativa de la organización y su propio observatorio de comunicación, así como su propia intranet y revista desde donde los diversos responsables de distintas áreas promueven e implementan el intercambio de información, así como la unificación de los canales de comunicación. Sumado a esto realizan reuniones, desayunos y conferencias con la información más relevante de la organización para que los empleados este motivados y satisfechos con su labor. Un ejemplo práctico que realiza Novartis es el proyecto trébol con el cual busca; aumentar la eficiencia de la organización eliminando ciertos aspectos burocráticos, crear una mentalidad positiva capacitando al personal, un mejor ambiente laboral que una los ámbitos profesionales y familiares.

Todas estas estrategias, herramientas y ejemplos prácticos llevados a cabo por la empresa Novartis, reflejan la importancia de tener motivados y satisfechos a los empleados, mejorando su entorno y clima organizacional y unificando los canales de información, ayudando a crear una empresa capaz de adaptarse y motivarse a sí misma, y todo con la ayuda de una buena planificación de comunicación interna.