

TAREA 5 "CASO NOVARTIS"

Novartis es un grupo suizo, presente en más de 140 países, que dedica su actividad al cuidado de la salud y la mejora de la calidad de vida de las personas mediante la investigación, el desarrollo, la producción y la comercialización de productos y servicios innovadores de alto valor añadido. En España la compañía farmacéutica tiene su sede social en Barcelona y cuenta con tres centros de producción. M^a Luisa Benlloch, responsable de Comunicación Interna del Grupo Novartis en España y miembro del Consejo Asesor del Observatorio, fue la encargada de exponer la experiencia de su empresa. La ponente profundizó en las distintas acciones e iniciativas en materia de Comunicación Interna de la compañía.

Toda esta estrategia de integración de herramientas y apuesta por la comunicación interna ha influido positivamente en la motivación del personal y satisfacción de la plantilla. La compañía ha sido reconocida con distintos premios que refuerzan la imagen y el liderazgo de Novartis en aspectos como la marca interna y el orgullo de pertenencia. En 2006 quedó clasificada en la quinta posición del ranking que elabora el Great Place To Work Institute.

Sin duda, la motivación y la satisfacción de los empleados son fundamentales para cualquier organización y en Novartis lo saben. En esta línea se enmarca el "Proyecto Trébol" cuyas acciones se centran en cuatro objetivos fundamentales:

- Aumentar la eficiencia y eliminar la burocracia a través de la optimización del tiempo y la eliminación de tareas de bajo valor añadido.
- Fomentar la mentalidad positiva y equilibrada.

Para ello capacitan al personal e impulsan el cambio de hábitos de trabajo a través de formación line o presencial.

- Mejorar el entorno laboral facilitando un entorno flexible que posibilite la conciliación de la vida laboral y familiar a través de acciones como la limitación del horario de reuniones, la posibilidad de teletrabajo, etc.
- Facilitar recursos que apoyan la conciliación de la vida laboral y personal permitiendo elegir un coche familiar para aquellos comerciales que lo requieran, clases de yoga, masajes, etc.

Tomando como referencias todos estos descubrimientos, la comunicación interna resulta mas importante de lo que parece. Si todo en el interior funciona de maravilla, por consecuencia en su exterior también, por lo que sus empleados, clientes y todo lo que tenga que ver con la empresa u organización estará en un equilibrio y tendrá una cultura organizacional sin fallas.