

NORMA LORENA VILLANUEVA ROMERO

“Comunicación Interna efectiva”

De manera general, dentro de una compañía nos encontramos con dos tipos de comunicación: la externa y la interna. Hablemos de esta última, que como su nombre lo dice, es aquella que está dirigida al personal que conforma una empresa.

No son pocas las ocasiones, en que en la realidad empresarial se enfocan esfuerzos con mayor intensidad hacia los públicos externos, sin antes atender las necesidades de comunicación de los colaboradores y lograr mantener así la coordinación entre las distintas áreas del negocio.

Ejercer de manera planeada la comunicación permite tener claridad de las audiencias internas, establecer los canales y determinar los mensajes que se permearán. Pero además contribuye a mejorar el clima laboral, aumentar la productividad y la competitividad.

Para ello se debe contar con un plan estratégico que logre, a través de acciones coordinadas y trabajo en equipo, coadyuvar a lograr los objetivos de negocio de la corporación.

La gestión de la comunicación interna busca componer a los colaboradores a que compartan los mismos valores de la organización, a estar alineados con la estrategia del negocio y sentirte comprometidos e identificados hasta hacer suya la marca. En este escenario diversos elementos agregan valor para que se logre un efecto multiplicador que parte desde dentro y se refleja en el actuar con todos los grupos de interés.

La comunicación interna debería ser consustancial a toda organización.

No parece tan difícil. Todos somos empleados y todos sabemos el trato que nos gusta recibir, de nuestros compañeros, de nuestros jefes, de la organización para la que trabajamos.

En conclusión, una efectiva comunicación dentro del sistema empresarial se convierte en un factor que impulsa la integración del equipo, la incorporación de los valores institucionales, la aceptación de iniciativas, el cumplimiento de objetivos generales, la motivación y el desarrollo organizacional.