

LA COMUNICACIÓN INTERNA, ALIADA ESTRATÉGICA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE NOVARTIS

RESUMEN Y ESTRATEGIAS PRÁCTICAS

En este texto, se cuenta el caso de éxito que el grupo suizo dedicado a la actividad del cuidado de la salud y la mejora de la calidad de vida de personas mediante investigación, desarrollo, producción y comercialización de productos y servicios innovadores, también destacó por el tipo de índole de la comunicación interna.

La responsable de comunicación interna del Grupo en España fue la encargada de monitorear y canalizar las necesidades que tenía la empresa por el elevado número de colabores con los que se labora. Para gestionar planes estratégicos se tomó en cuenta los menesteres que los colabores tenían respecto a sus actividades como las condiciones laborales, lo que hacen y aspectos relacionados con la cultura corporativa.

La gestión del plan para lograr una correcta coordinación interna, necesitó los esfuerzos de todos. Al mismo tiempo se buscó derribar las barreras de comunicación que pudieran existir para la formalización de los procesos de comunicación para eficazmente definir los objetivos de la organización y tener la clave del éxito al conjuntar los elementos con los que se cuenta.

Con la creación de un departamento de Comunicación interna y una marca propia de la misma, se logró aunar este tipo de comunicación y además se agregó, gracias a la cultura organizacional que esta posee, un intercambio de conocimiento para los colabores quienes tuvieron un sentido de pertenencia hacia la organización.

La sistematización y la promoción de herramientas de comunicación de la organización, fue un punto clave para el refuerzo de la comunicación interna, al mismo tiempo que la revista trimestral de la compañía, boletines electrónicos, información de benchmarking, sesiones informativas anuales, videoconferencias trimestrales y desayunos, son algunas de las estrategias que influyeron positivamente en la motivación del personal, dando como resultado una excelente comunicación interna.

Por su parte, el "Proyecto trébol" es un ejemplo práctico de la motivación y satisfacción de los empleados, el cual se encarga de eficiencia, optimización, positivismo y equilibrio en los hábitos de trabajo del personal, así como también en un mejor entorno laboral.

El caso Novartis es un claro ejemplo de que cuando el personal se encuentra en un ambiente sano y es tomado en cuenta de una manera positiva, rinde mejor y siente una pertenencia a la empresa, lo cual es logrado con una buena comunicación interna.

