





Radio Pasillo: Comunicación interna ineficaz

Sandra Moreno Vera, analista de PeopleMatters

Rumores, rumores, rumores... Por mucho que intentemos gestionarlos siempre estarán presentes en una organización, y más en los tiempos que corren, en los que la inestabilidad económica hace cada vez más frecuente encontrar situaciones en las que la necesidad de reducir costes provoca comentarios sobre la caída del negocio, la falta de liquidez, la posibilidad de despidos, etc. Sin embargo, contar con que siempre vayan a existir este tipo de comentarios en mayor o menor medida no exime de intentar reducirlos lo máximo posible mediante una comunicación interna eficaz y transparente, que pueda incluso dar un giro positivo a los comentarios que puedan existir.

Lo primero que debemos plantearnos es qué es un rumor y por qué se trata de algo perjudicial para la organización.

Todos conocemos los rumores desde nuestra época del colegio, cuando en el recreo alguien te decía que "Fulanito" había dicho algo sobre "Menganito", según pasaban los minutos del descanso, ese comentario se convertía en algo más grande, y terminábamos diciendo que "Fulanito" había pegado a "Menganito". Pues en la empresa nos encontramos con la misma situación. Los rumores se expanden fácilmente, puesto que su contenido suele ser interesante para el receptor, y si además se suman las nuevas versiones, en función de la interpretación que hace cada receptor, el grado en que perjudica a la organización puede ser aún mayor, generando desconfianza, así como la sensación de inestabilidad, de que algo va mal.

Los rumores surgen básicamente por: una comunicación nula, inexistente, porque no se transmite toda la información y ésta llega por otras vías, o porque no se transmite con claridad y los mensajes son vagos, difusos o contradictorios. Todo ello en medio de un "caldo de cultivo" que los hace más o menos fuertes.

Los rumores provocan una situación de inestabilidad, y viceversa, por lo que si a esto le añadimos la situación actual del mercado laboral y financiero, puede afectar considerablemente a la marcha del negocio llegando, incluso, ►

RR.HH. debe facilitar la participación de los mandos en los mecanismos de comunicación y dotarles de las herramientas adecuadas, todo ello en un marco de una comunicación abierta

- ▶ a causar una fuga de talento, además de la desmotivación generalizada y un clima laboral hostil. Imaginemos que en nuestra empresa hay rumores sobre que la empresa no va bien, no está dando los resultados económicos esperados y que están preparando una serie de despidos, en los que cualquiera puede estar incluido. El talento clave de la empresa comenzará su búsqueda activa de empleo, y éste talento, más que nunca necesario para las organizaciones si éstas quieren salir adelante en este momento, puede terminar en otra organización, incluso en la competencia.

Otra situación frecuente que requiere una mención especial (ya que desde el punto de vista de comunicación tiene sus particularidades), es la que se produce en la red comercial, un colectivo crítico, pero que debido a su movilidad son los que menos tiempo pasan dentro de las instalaciones de la organización, y al final, los menos informados del día a día; por tanto, si este colectivo carece de información o tienen una información parcial de lo que está ocurriendo en la empresa, pueden surgir en su ámbito especulaciones, suposiciones o inquietudes de lo que está pasando, que incidan directamente en sus resultados, ya que en este ámbito es más difícil disminuir las barreras de comunicación. Las nuevas tecnologías, como puede ser el uso de Blackberry Messenger o Whatsapp, suplen el contacto físico y pueden reducir la falta de información.

Con los rumores se crea una perturbación en la calidad de la información que puede llegar a traspasar las “puertas” de la organización, afectando a la reputación de la compañía y su imagen como empleador.

Por todo lo anterior, es importante contar con los mecanismos necesarios para que la información llegue a todos los empleados, se transmita con claridad y, sobre todo, a tiempo. Por ello, hay que disponer de un plan de comunicación interna

con medios y canales eficaces, con un objetivo claro de lo que queremos transmitir acorde con nuestras necesidades de negocio, así como identificar las “antenas” de nuestra organización, las personas más escuchadas y con mayor capacidad de influencia sobre el resto... Esta responsabilidad suele recaer, de modo más o menos formal en un área de Comunicación Interna, cuya ubicación en el organigrama varía de una empresa a otra. Asimismo, debemos entender que la comunicación ha de darse en ambos sentidos: de arriba abajo, con mensajes coherentes y alineados con la estrategia; y de abajo a arriba, ofreciendo la oportunidad a los empleados de trasladar sus inquietudes a sus supervisores o responsables, de modo que éstos transmitan los mensajes hacia la Alta Dirección, bien sea a través de los métodos tradicionales o aprovechando las herramientas que nos proporcionan las nuevas tecnologías, es decir, las herramientas 2.0 aplicadas al ámbito interno.

Los mandos intermedios son uno de los canales más efectivos, ya que son ellos quienes están día a día con sus equipos, por lo que las empresas deben saber sacar partido a la comunicación informal que puede surgir entre mandos y empleados. De esta relación podemos conocer de primera mano cuáles son sus inquietudes, qué es lo que necesitan y qué es lo que les preocupa, buscando conocer lo importante y potenciar su rendimiento.

Recursos Humanos debe facilitar la participación por parte de los mandos en los mecanismos de comunicación, así como dotarles de las herramientas adecuadas; todo ello en un marco de una comunicación abierta, donde los empleados se sientan cómodos para expresarse y, en definitiva, escuchados.

Por último, tal y como se ha hecho referencia anteriormente, gracias a las nuevas tecnologías contamos con una serie de mecanismos que aceleran la velocidad de respuesta por parte de las organizaciones, como puede ser la existencia de un portal interno, comunidades, microblogs o, más recientemente, las redes sociales. No hay que tener miedo a las nuevas herramientas, sino saber aprovecharlas. Con estas herramientas podemos ofrecer información de calidad a todos los empleados por igual y al mismo tiempo, se abre la posibilidad implicar a todos y fomentar su participación generando una interacción descentralizada y a todos los niveles, una escucha real de las aportaciones, que propicia la motivación de unos empleados que se sienten escuchados y aumenten su productividad. Las nuevas tecnologías también tienen sus riesgos, pero si van a hablar de nuestras organizaciones, ¿por qué no empezamos nosotros primero?

En resumen, los rumores afloran por la escasez de información o porque la información que existe no es veraz o creíble o no llega a tiempo. Por ello, hemos de contar con buenos mecanismos de comunicación interna, fortaleciendo la comunicación en ambos sentidos y aprovechando los beneficios que nos aportan las nuevas tecnologías. La desinformación se neutraliza con información. Y si no lo contamos nosotros... se lo inventarán. ■

CONVIERTA SU MARCA EN UNA ESTRELLA



NUEVO CENTRIX. INOVACIÓN ALEMANA.

Un bolígrafo que convierte su marca en una estrella. ¿Cómo es posible?
La respuesta es sencilla: Con una calidad superior, con formas modernas y
nuevas y mayores superficies de impresión.

Para más información: www.senatorglobal.com

Distribuido por: *Fournier*

senator®

designed to brand