

Comunicaciones Internas ¿para qué sirven?

Conceptos básicos sobre la noción de Comunicación Interna en las organizaciones.

LosRecursosHumanos.com con información del Dossier Benchmarking Comunicaciones Internas (2005) - 06/03/2008

Las comunicaciones internas tienen como objetivo principal: 1. transmitir la información institucional específica de una organización a sus empleados 2. fomentar los valores culturales de la organización 3. motivar y conocer la opinión de sus empleados en algunos aspectos Estas tres funciones más importantes de las comunicaciones internas se realizan a través de herramientas que los departamentos de recursos humanos evalúan y luego diseñan acordes a sus necesidades. Entre ellas se encuentran: ◊ revista interna ◊ boletines electrónicos ◊ carteleras ◊ Intranet ◊ folletos e informaciones junto con los recibos de sueldo ◊ organización de actividades para empleados y sus familias Transmitir la información institucional específica de una organización a sus empleados Una organización no funciona sin que sus empleados sepan lo que tiene que hacer y cumplir ciertas normas éticas. Si bien la mayoría de las empresas forman a su personal, se hace necesario informar permanentemente sobre el negocio, para que la gente pueda contar dentro de su especialidad, con una visión global y actualizada. Para ello las empresas líderes, informan a sus empleados sobre: a) el trabajo de las otras áreas de la organización b) nuevos desafíos de la empresa, productos, servicios, datos del negocio, información relevante sobre la competencia, información operativa: cómo funciona una máquina (si es una fábrica) o como se está llevando a cabo la implementación de un nuevo sistema (SAP) c) brindar información sobre otros empleados; nuevos ingresantes, equipos de trabajo de las áreas, nacimientos, matrimonios, clasificados (compra venta de autos, permutas, etc.) Fomentar los valores culturales de la organización La misión, la visión y los valores de la organización deben ser conocidos, apoyados y puestos en práctica por todos, sino ¿qué valor tiene redactarlos? La mejor manera de inculcar estos valores en los empleados es transmitirlos en el día a día, a través de la información corporativa. La misión, afirma el sentido de la empresa, el porqué de su existencia. La visión (a veces llamada Objetivos) tiene que ver con qué es lo que la organización quiere lograr, de qué manera, los dos ó tres objetivos fundamentales. Mientras que los valores, detallan los valores morales a los cuales circunscribe la organización y que se cree, va a lograr sus objetivos mediante estos valores. Un ejemplo de la redacción de la misión, visión y valores de una organización, puede ser la Fundación Fundamid (www.fundamid.org.ar) MISIÓN FUNDAMIND es una organización de bien público sin fines de lucro, fundada en 1990 por Gerardo Mitre (p), con la misión de trabajar solidariamente para reducir las situaciones de pobreza y Sida en niños, jóvenes y sus familias, liderando programas participativos de Prevención, Educación y Salud, que desarrollen una manera de vivir más humana y digna. Desde entonces, al fundador se unieron otros empresarios, profesionales, artistas y personas motivadas de la comunidad, que actualmente constituyen el valor diferencial de FUNDAMIND, haciendo suyo el compromiso de transformar la vulnerabilidad y dar sentido a las poblaciones más necesitadas. VISIÓN Liderar a nivel Nacional e Internacional, con estatuto consultivo ante las Naciones Unidas y participación en la planificación y desarrollo de políticas que permitan que más niños, jóvenes y sus familias se desarrollen con educación y salud y puedan expresarse y trabajar libremente, ejerciendo plenamente sus derechos humanos, dentro de una sociedad más compasiva, humana y unida. VALORES RESPETO POR LA VIDA SOLIDARIDAD CONOCIMIENTO ESFUERZO SALUD EDUCACIÓN HUMILDAD AMOR CREATIVIDAD FORTALEZA No es necesario que se detallen a modo de lista, también puede redactar qué es para la empresa, cada uno de los valores; por ejemplo: "Respeto por la vida: ante nada priorizamos el respeto por la vida humana, por ello..." Estas tres dimensiones esbozan los primeros lineamientos de la cultura organizacional, y una escasa definición de estas, interferiría con el compromiso de los empleados a alinearse con una cultura determinada, entonces cada uno seguiría sus propias normas. La cultura organizacional tiene que estar clara, desde la alta dirección hasta el personal de limpieza. Y debe ser redefinida cuando sea necesario. Motivar y conocer la opinión de sus empleados en algunos aspectos El trabajo duro y el tiempo que pasan las personas en sus lugares de trabajo por tantas horas, requiere que las empresas motiven permanentemente a sus empleados más allá del dinero. Entonces los responsables de comunicaciones internas organizan desayunos de trabajo donde se habla sobre temas del trabajo, y visitas regulares de familiares a las oficinas o fábricas. Pero la transmisión de información no es comunicación, sino información bidireccional. Las organizaciones que apuestan a entablar verdaderas redes de comunicación con sus miembros, generan una cultura de puertas abiertas, donde cualquier persona puede hablar con los Directores, Gerentes y su propio Jefe cuando lo desee, sin pedir permiso. Estas organizaciones culturalmente comunicativas, promueven el mejoramiento de las relaciones interpersonales, fomentan el trabajo en equipo y promueven la generación de sugerencias y hasta el voluntariado solidario, con organizaciones sin fines de lucro.