

NOTICIAS

Comunicación interna, estrategia de negocio

Integrar y motivar a los empleados redundará en mejores ventas y en el desarrollo de las compañías

Fabiola Quinto Benítez

La falta de comunicación e integración de los empleados son factores que afectan las ventas y logros de las empresas, por ello, sin importar su tamaño, deben aplicar un programa de comunicación interna para motivar a sus integrantes, aseguran especialistas.

Jorge Delgado, director de JD Consultores, manifestó que se necesita un cambio de actitud en el empresario para que deje de pensar que una gran inversión es la solución al problema, cuando tiempo e interés son la clave.

“A partir de ello, la pequeña y mediana empresa (Pyme) puede iniciar la comunicación interna entre sus colaboradores y darse a la tarea de integrarlos a todos”, dijo.

Se pueden utilizar los correos electrónicos personalizados y cartas membretadas con un agradecimiento a cada uno de los empleados, incluso anunciando un producto a lanzarse próximamente, ya que existen personas que laboran para una gran empresa pero no saben cuántas áreas existen y mucho menos en qué consisten.

“Las empresas que lo hacen han logrado éxitos día a día porque motivan e incluyen a los empleados dentro de la firma”, recordó Juan Ibarrola, director de Lobbying Solutions, firma especializada en consultoría.

Sin embargo, en México la mayoría de las empresas que apli-

can estas estrategias son internacionales y basados en otro tipo de cultura.

“La mayoría de las veces los directores de compañías olvidan que el público más importante para hacer crecer su negocio son los empleados, porque de ellos mismos pueden surgir los procesos de comunicación interna”, afirmó Ibarrola.

Los especialistas coincidieron en que los tableros informativos y correos electrónicos masivos han perdido efectividad, por lo que se debe ser creativo, incluso con mínimas inversiones.

Para estos expertos, cuando un empleado se siente incluido en los procesos de la empresa y participa en todas las actividades, como las revistas internas, se siente motivado para *ponerse la camiseta*, obteniendo así un mejor desempeño laboral.

En cuanto a las estrategias de comunicación interna, de acuerdo a cada presupuesto, se puede implementar desde una estación de radio o estudio de televisión con información oportuna, hasta un pizarrón para anunciar cumpleaños de los compañeros u otros eventos.

“Las empresas exitosas toman en cuenta a los empleados y sus familias como objetivo principal, en México lo practican Bayer, Dupont, Ford y Coca-Cola, entre otros”, aseguró Ibarrola.

De no haber dinero, la mensajería instantánea electrónica podría ser un medio económico para dar información constante y seria, o bien integrar a los empleados en las campañas de lanzamiento de productos que los hagan sentirse parte de la compañía.

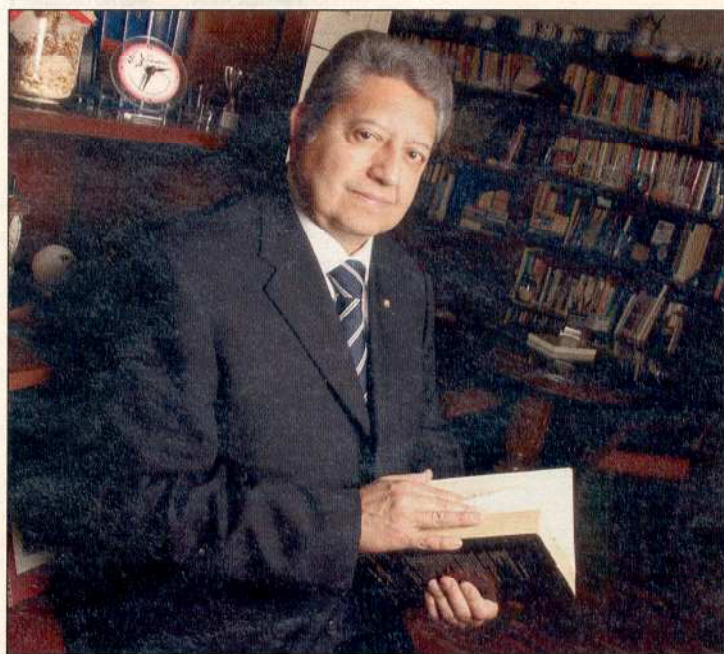
Para el directivo de JD Consultores, uno de los mejores ejemplos para promover el ambiente laboral y la integración a través de la comunicación interna es UPS de México, que desde hace 13 años utilizan esta estrategia como herramienta de crecimiento empresarial.

“La fuerza laboral es el activo

más valioso, nos preocupamos por formar profesional y humanamente a nuestra gente, lo que implica que existan herramientas de comunicación y capacitación que nos permitan crecer el negocio”, explica Gabriel Obregón, director de recursos humanos en UPS México.

Además, tienen la política de *puertas abiertas* donde los empleados tienen la facilidad de acceder a todos los niveles jerárquicos dentro de la organización para la solución de problemas, inquietudes y sugerencias con el fin de mejorar el ambiente de trabajo y fomentar la lealtad hacia la compañía.

Comenta que las habilidades hacia la gente significa motivar y desarrollar, a cada uno de los empleados de manera constante y dirigir al capital humano para obtener cada vez mayores y mejores resultados. ■



Ramón Sánchez Belmont

CAMBIO DE MENTALIDAD: en vez de invertir grandes cantidades de dinero, las empresas necesitan ser más creativas para integrar a sus empleados, dice Jorge Delgado.

Enero 17-23 del 2005

Caja de herramientas

JD Consultores

Jorge Delgado,
director general
Glorieta Parque San Andrés 10
Parque San Andrés, 04040
www.jdconsultores@prodigy.net.mx