



Comunicación interna

Cuando tratamos de comunicación interna, ¿de qué estamos hablando? Y sobre todo, ¿para qué sirve? Posiblemente, entendamos qué es la comunicación externa en una *start up* o en una institución pública o privada, pero cuando hablamos de comunicación interna, el concepto quizás sea algo menos definido, más difuso. Según marketing-xxi.com, "la comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador".

Podemos comprobar su importancia en la existencia de los premios a las mejores prácticas en comunicación interna convocados cada año por el Observatorio de Comunicación Interna.

Esta herramienta debe ser transversal para que sea efectiva; tanto para una empresa de cincuenta trabajadores como para grandes multinacionales.

Y ¿quién debe gestionar la comunicación interna en la empresa?: ¿un técnico de comunicación o un técnico en recursos humanos? Más que una titulación, lo que debe prevalecer son las aptitudes del responsable de esta área: humildad, discreción y, sobre todo,

empatía con cualquier miembro de la compañía, virtud que requiere mucha paciencia y psicología.

Pero, ¿para qué le puede servir un responsable o un departamento de comunicación interna a una compañía o a un empresario? Sin ir más lejos, para mejorar el funcionamiento interno y el clima de trabajo con diferentes acciones como encuestas internas a los trabajadores de la empresa sobre el grado satisfacción en su puesto de trabajo, acciones para evitar la rumorología, es decir, aquella información *no oficial* que circula entre los empleados (y que en muchos casos es *tóxica*), con la redacción y el envío a toda la plantilla de comunicados o avisos oficiales de forma periódica, y estableciendo sinergias y puentes de comunicación entre los distintos departamentos o áreas de la empresa.

Y, ¿cómo utilizamos esta herramienta? Trazando un plan interno de comunicación: con una justificación, unos objetivos, una serie de acciones y un calendario, detectando de esta manera las debilidades y las fortalezas de la entidad. Así, evitamos duplicaciones del trabajo entre distintos departamentos y la dirección de la empresa se ahorra tiempo y dinero. Pero, sobre todo, repercute en una mayor implicación del trabajador dentro de la compañía y mejora notablemente el ambiente laboral.

Más que una titulación, lo que debe prevalecer son las aptitudes del responsable