

Los errores en la comunicación interna.

CULTURA CORPORATIVA:

Subraya la importancia de los **valores y creencias compartidos y su efecto sobre el comportamiento.**

La cultura es el pegamento social o normativo que mantiene unida a una organización.

Expresa los valores o ideales sociales y creencias que los miembros de la organización llegan a compartir, manifestados en elementos simbólicos, como mitos, rituales, historias, leyendas y un lenguaje especializado.

LA CULTURA CORPORATIVA :

- ✓ DEFINE UN MODELO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
- ✓ MEJORA EL SENTIDO DE PERTENENCIA, LA INTEGRACION
- ✓ FAVORECE EL CLIMA INTERNO
- ✓ PERMITE GENERAR MECANISMOS DE ADAPTACION AL ENTORNO
- ✓ ES UN FACTOR COMPETITIVO

Área de RRPP→ comunicación institucional—> interna y externa] PUBLICOS

Ley de la igualdad→ SER = HACER= IMAGEN POSITIVA APRECIATIVA

Comunicación Interna:

“Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación, que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”.

La comunicación interna es la circulación de información ascendente, descendente y lateral, mediante reuniones presenciales o el uso de soportes analógicos y digitales, dirigida a los componentes de una organización. Su objetivo último es integrar, comprometer y movilizar a las personas con los objetivos de una empresa o institución.

Comunicación Interna:

- Cada empleado necesita la información operacional de su tarea y la institucional para participar en los objetivos de la empresa.
- Cualquier acción de comunicación externa debe ser comunicada a los públicos internos.
- Información = Poder → empleado poderoso mejora productividad.
- Empleado puede ser: accionista, cliente y el mejor publicista de la compañía. Son el reflejo de la imagen corporativa.

La empresa posee una ventaja al poseer un estructura limitada permite que los flujos de información sean mas dinámicos, directos y continuos → mayor eficacia en las comunicaciones.

Comunicación Interna - Funciones:

- ✓ La implicación del personal (motivación- pertenencia).
- ✓ La armonía de las acciones de la empresa.
- ✓ El cambio de actitudes.
- ✓ La mejora de la productividad.
- ✓ Humanizar a la dirección acercándola a “la base”.
- ✓ Adaptar a la organización a los cambios.
- ✓ Preparar a los empleados para determinadas crisis.
- ✓ Mejora de la imagen de la organización entre los empleados.
- ✓ El conocimiento de la realidad empresarial (nadie ama lo que no conoce).
- ✓ La amortiguación de la rumorología.
- ✓ Libertad de expresión de los empleados.

Errores más comunes en la comunicación interna:

- ✓ Los directores ejecutivos no siguen sus propias normas.

- ✓ los empleados reciben la información importante de la **prensa**.
- ✓ los empleados no están siendo involucrados en los procesos de cambio sustanciales.
- ✓ los procesos de toma de decisiones no se comunican eficazmente.
- ✓ Los líderes prefieren la comunicación del correo electrónico en vez de la presencia personal y la comunicación.
- ✓ La comunicación interna es unilateral.
- ✓ los directores subestiman los rumores y las sensaciones.
- ✓ los empleados y sus contribuciones no son valorados suficientemente.
- ✓ las decisiones no son justas.
- ✓ no promover el feedback y el sentido de pertenencia.
- ✓ derivar toda la comunicación interna al departamento de RRHH o a personal poco capacitado.
- ✓ Desarrollar un plan de comunicación interna por moda y no por concientizar sus alcances para la organización.
- ✓ Falta de credibilidad de la dirección.

Estudio de Casos: Molinos Río de la Plata:

CULTURA Molinos Rio de la Plata:

Principios:

- 1 - Ética y credibilidad en las relaciones y conducción de negocios.
- 2 - Transparencia en las comunicaciones.
- 3 - Desarrollo personal y profesional de nuestra gente en un ámbito de motivación e innovación.
- 4 - Protección del medio ambiente.
- 5 - Seguridad y salud de nuestra gente.
- 6 - Mejora continua en la calidad de gestión.
- 7 - Trabajo en equipo.
- 8 - Aprendizaje de nuestros errores.
- 9 - Liderazgo desde el conocimiento y a través del ejemplo.
- 10 - Actitud ganadora sin soberbia.

Estudio de Casos: Molinos Río de la Plata:

Nuestro Objetivo:

Molinos entiende que las acciones de Recursos Humanos deben impactar directa y positivamente en los resultados de la Compañía.

Esto se logra a través de estrategias, políticas, procesos y planes para abastecer a la organización de personal en cantidad y calidad necesaria, dentro de un adecuado clima laboral.

Nuestros Pilares:

Generar una cultura focalizada en el crecimiento sostenido a través de la innovación, calidad y excelencia en la ejecución.

- Atraer, detectar, desarrollar y fidelizar talento.
- Asegurar la estructura y competencias que contribuyan al desarrollo del negocio.
- Ser el mejor lugar para trabajar.

CANALES Y TIPOS DE COMUNICACIÓN

LA COMUNICACIÓN VERTICAL DESCENDENTE

- NIVEL SUPERIOR HACIA NIVELES INFERIORES: MEJOR DESARROLLO SI EL EMPLEADO CONOCE SUS RESPONSABILIDADES, SUS POSIBILIDADES Y SUS PRIVILEGIOS.

SE DESARROLLA A TRAVES DE POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS:

- INFO RELACIONADA CON SU RELACION LABORAL: SALARIO, HORARIOS, VACACIONES, HS EXTRAS, TURNOS, CONDICIONES Y BENEFICIOS .
- INFO RELACIONADA DE CÓMO HACER SU TRABAJO.
- INFO SOBRE LA CULTURA Y FILOSOFÍA DE LA EMPRESA.
- INFO DE LA REALIDAD DE LA EMPRESA, HISTORIA, ACTIVIDAD, ACTUALIDAD Y FUTURO.
- INFO ACERCA DE LOS COMPROMISOS SOCIALES Y ETICOS DE LA EMPRESA.

CANALES Y/O HERRAMIENTAS

- Notas informativas digitales.
- House organ.
- Carta al personal.
- Jornada de puertas abiertas.
- Reuniones de información.
- Entrevista individual.
- Circulares.
- Carteleras.
- Entrevistas de evaluación de desempeño.
- Folleto institucional.
- Concursos internos.

LA COMUNICACIÓN VERTICAL ASCENDENTE

- NIVELES INFERIORES HACIA NIVELES SUPERIORES.
 - EL PERSONAL EXPRESA SENTIMIENTOS, OPINIONES, APRECIACIONES, PROBLEMAS VARIOS
- RESPUESTA DE LOS EMPLEADOS A UNA DEMANDA DE INFO POR PARTE DE SUS JEFES.
- INICIATIVA DEL PERSONAL PARA PROPONER O INFORMAR A SUS SUPERIORES

LA COMUNICACIÓN HORIZONTAL

- ENTRE EMPLEADOS DEL MISMO NIVEL JERÁRQUICO
- DESCONFIANZA Y POSIBLE RIVALIDAD.
- SEPARACION O EXCESO DE PROXIMIDAD FISICA EN EL PUESTO DE TRABAJO CON OTROS EMPLEADOS.
- COMPETENCIA CAMBIANDO EL CONCEPTO DE COMPAÑERO POR COMPETIDOR.
- PARA MEJORES RESULTADOS.
- PROMULGAR HOMOGENEIDAD DE CAPACITACION Y ACTITUDES.

DENTRO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA SE ESTABLECEN DOS FORMAS:

- ✓ **COMUNICACIÓN FORMAL:** DESARROLLADA POR LA ESTRUCTURA JERÁRQUICA LA CUAL DEBE SER PLANIFICADA , CON HERRAMIENTAS PARA EL DESEMPEÑO DE LAS TAREAS Y ACTIVIDADES DEL TRABAJO.
- ✓ **COMUNICACIÓN INFORMAL:** SE DEFINE DENTRO DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES. ES DE DIFÍCIL CONTROL Y ES MUY DINÁMICA. A MAYOR DESARROLLO DE LOS INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN FORMALS MENOS LUGAR TENDRÁN LOS INFORMALES. (RUMOR).

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

HOUSE ORGAN INTERNO:

- Desarrollar el mismo fomentando el feedback y la integración.
- No colocar temas que produzcan conflicto de intereses.
- Evitar el “archivo circular” que sea una herramienta que el empleado comparta con su familia.

CIRCULARES:

- se desarrollan para que quede constancia escrita y exista Gral. Conocimiento. sobre un tema. Proviene de niveles jerárquicos y se dirigen a todo el personal.
- Es información instantánea, que es siempre recibida y leída.
- Posee producción sencilla y distribución fácil.
- Al no respetar jerarquías los niveles superiores pierden privilegios informativos.
- No puede personalizarse y puede producir ruidos por diferentes decodificaciones.

BUZON DE SUGERENCIAS:

- Supone la posibilidad de establecer mejoras en los procesos productivos, organizativos y de gestión por iniciativa del personal.
- Debe responderse siempre a los participantes en un corto plazo.
- Su mantenimiento y promoción debe ser permanente para que sea eficaz.
- Debe formar parte de un plan general de aportación de ideas y debe ser premiado.

CARTELERAS:

- Posee bajo costo

- Alcanza a todos los niveles de la organización
- Es inmediato en su transmisión de mensajes
- La información tiene permanencia y puede releerse
- Es vulnerable a fáciles sabotajes
- Necesidad de atención para mantenerlo y actualizarlo
- El personal debe poseer predisposición para leer la información como hábito

CARTELERAS – Sugerencias

- ❖ Debe poseer fecha de colocación y caducidad
- ❖ Para su colocación debe haber un responsable fijo (remunerada sería ideal)
- ❖ Debe poseer diferentes informaciones no solo de índole laboral (Ej. compra y venta de segunda mano)
- ❖ Puede dedicarse una parte a aspectos sociales: fotos, artículos de interés, etc.
- ❖ Las informaciones no deben ser extensas
- ❖ La cartelera debe ser ubicada en un lugar de paso obligado

INTRANET:

- Permite ahorrar.
- Determina eficacia organizativa y funcional.
- Canalización de las comunicaciones de RRPP internas (circulares, boletines, cumpleaños, eventos, prensa).
- Se puede acceder de manera remota o local.
- Permite capacitar al personal a través de cursos on line.
- Difusión de informaciones de otros sectores (RRHH, finanzas, marketing, etc.).
- Es fundamental renovar la información.
- No sobresaturar y saber diagramar la información para evitar pérdida de tiempo.

EL RUMOR CORPORATIVO

Un rumor → afirmación general que se comparte de persona a persona → información no verificable → parte de la incertidumbre → gran porcentaje es verdadero.

El rumor aparece cuando los canales de comunicación formal no proporcionan la suficiente información sobre el funcionamiento y desarrollo de la organización y, los miembros de la misma, pretenden buscarla a través de canales informales.

Cómo se deforma un incidente y se transforma en un rumor:

- EN ORGANIZACIONES QUE POSEEN INFORMACION POCO CLARA Y TRANSPARENTE
- EN EMPRESAS EN EPOCAS DE CAMBIOS/ FUSIONES/ PROBLEMAS CON EL PERSONAL
- EN EMPRESAS CON FALTA DE DIRECCIÓN Y JERARQUIAS

COMO COMBATIR EL RUMOR

- ✓ No alimentando el rumor, será fugaz y desaparecerá a través del tiempo
- ✓ A través de nuevos acontecimientos que distraigan el rumoreo
- ✓ Aportando información en canales formales
- ✓ Aportando decisiones desde la dirección (comunicación vertical)
- ✓ Erradicar las causas que le dieron origen
- ✓ Bajar el nivel de incertidumbre con información verosímil y clara.
- ✓ Intensificar comunicación cara a cara.

COMO SE PREVIENE UN RUMOR



TIPOS DE RUMORES

Rumor ilusión → son los más positivos, y sirven para fomentar creatividad.

Ejemplo: *Si realizamos bien este trabajo, podríamos tener el día viernes libre.*

Si mi evaluación de desempeño es buena, podría tener la posibilidad de solicitar un aumento de sueldo.

Rumor malintencionado → es negativo, se basa en especulaciones no confirmadas y tratan de condicionar el comportamiento de los demás.

Ejemplo: *Creo que la secretaria está saliendo con el gerente, los vi en una actitud extraña en la oficina. Parece que van a despedir a alguien, creo que están en reunión para definir a las personas.*

Rumor cizañero → es el más agresivo y perjudicial ya que divide a los grupos y acaban con cualquier sentimiento de lealtad.

Ejemplo: *No sé porque nombraron a Mario jefe del área, si tú sabes mucho más. Creo que fue por porque es hombre y no confiaron en tu capacidad.*