



¿Comunicar el panorama general a los empleados?

Por **Claudia Loaiza**

Presidenta de LC Loaiza Comunicaciones

■ Absolutamente! No solo es posible, sino necesario.

▲ Uno de los errores más grandes en los negocios y en la vida es suponer que las personas comprenden todo y están completamente informadas. Sin embargo, somos individuos con diferentes perspectivas, formas de pensar y niveles de comprensión.

¿Cuántas veces se ha encontrado en la situación de tener que reformular algo en una conversación que pensaba sería sencilla, simplemente porque la otra persona no comprendía? Seguramente más de una vez. Por eso, es esencial comprender y hablar el mismo idioma que la otra persona, lo cual implica entender sus motivaciones, cómo maneja el estrés, qué tipo de lenguaje (verbal y no verbal) le resulta más efectivo y cómo toma decisiones. Al conocer estos aspectos, cualquier líder puede utilizar el enfoque lingüístico adecuado para generar confianza, establecer una relación sólida y facilitar una comunicación positiva y efectiva.

En una organización la comunicación interna es esencial para mantener a los empleados informados y comprometidos. En este sentido, el CEO desempeña

un papel fundamental al transmitir el panorama de la empresa a los empleados, con el objetivo de alinearlos hacia metas comunes. Esta alineación puede aumentar su disposición a comprometerse con el trabajo y, como resultado, alcanzar metas más ambiciosas.

De acuerdo con estudios, hasta el 45% de los resultados de una empresa pueden atribuirse a la gestión del CEO. Este líder establece la visión estratégica de la empresa y se asegura de que se alcancen los objetivos establecidos. Desde la toma de decisiones estratégicas hasta la gestión de recursos y la representación ante inversionistas y socios clave, el CEO desempeña un papel fundamental en todas estas áreas.

Una encuesta realizada a más de 500 empleados estadounidenses de varias industrias y liderada por el Dr. Yufan Sunny Qin, investigó cómo la comunicación de la visión del CEO puede influir en el compromiso de los empleados y, a su vez, aumentar su disposición para ayudar a alcanzar los objetivos de la organización. Los resultados de la investigación revelaron:

1. La comunicación de la visión del CEO influyó positivamente en el compromiso de los empleados

y mejoró las percepciones de la importancia y la identificación del trabajo dentro de la organización.

2. Los directores ejecutivos que lograron que los empleados se sintieran parte del logro de la visión al comunicar claramente la visión organizacional, les proporcionaron un mayor sentido de significado detrás de sus esfuerzos. Como resultado, los empleados expresaron sentirse más motivados para llevar a cabo sus tareas diarias.
3. Los empleados que recibieron comunicación sobre la visión de su director ejecutivo, dijeron que experimentaron una sensación de vínculo emocional

con la organización ya que la comunicación del CEO se alineaba con sus valores.

Por lo tanto, la comunicación directa puede incrementar la satisfacción de los empleados, así como la rentabilidad y la productividad de la empresa. Un CEO exitoso debe ser un comunicador eficaz, capaz de transmitir claramente la visión y los objetivos de la empresa a empleados, socios y clientes. Además, como mencionamos al principio del artículo, también es crucial que comprenda a cada uno de sus colaboradores para emplear las mejores estrategias de comunicación, tanto a nivel individual como en el conjunto organizacional.

Tipos de comunicación interna



Comunicación directa: Hable con sus empleados: la transparencia fomenta la confianza. Proporcione actualizaciones periódicas sobre la empresa, los logros y desafíos.

Reuniones y sesiones de preguntas y respuestas: Sirven para discutir el panorama general. Permita que hagan preguntas y expresen sus inquietudes.

Comunicados escritos: Use correos electrónicos, boletines o mensajes en la Intranet para compartir actualizaciones importantes con mensajes claros y accesibles.

Redes sociales corporativas: Estas plataformas permiten la comunicación bidireccional. Comparta noticias, logros y objetivos.

Historias y ejemplos: Utilice historias inspiradoras para ilustrar el panorama de la empresa. Los esfuerzos individuales contribuyen al éxito general.

Visualización: Uso de infografías o presentaciones visuales para resumir aspectos claves. Las imágenes pueden ser más efectivas para transmitir información compleja.

Feedback y escucha activa: Anime a los empleados a compartir sus pensamientos y preocupaciones. Escuche sus comentarios y ajuste la comunicación según sea necesario.



LA AUTORA

Claudia Loaiza Guerra es periodista especializada en RR. PP con un máster en Periodismo Digital y Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Con más de veinte años de experiencia, ha trabajado en el campo de las Relaciones Públicas y la prensa. Dirige LC Loaiza Comunicaciones, una Consultora de RR. PP que promueve la comunicación integral en las organizaciones. Es capacitadora en Media Training y docente en Comunicación y Medios.

Redes TW-LI: Claudia Loaiza | Web: www.loaizacomunicaciones.com