

Capital Humano

- Crecimiento profesional

Responsable de Comunicación Interna: habilidades y conocimientos más demandados

Cid, Flor

Capital Humano, N° 349, Sección Crecimiento profesional / Tribuna, Enero 2020, Wolters Kluwer



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion



Dentro de la estrategia de comunicación de las empresas, la comunicación interna está adquiriendo un valor estratégico creciente. Orientada principalmente a los empleados, su objetivo prioritario es la transmisión de los valores corporativos que correspondan en cada caso, de modo que estos puedan asumirlos como propios y actuar en consecuencia. De hecho, alcanzar el éxito en la estrategia de comunicación interna pasa por obtener una conexión real, correcta y eficaz entre los distintos

departamentos y los empleados. Ahora bien, ¿cómo debe enfocarse la cultura empresarial para alcanzar el verdadero compromiso de los trabajadores con la compañía? En un contexto caracterizado por el uso y desarrollo creciente de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ofrecer una respuesta acertada pasa por analizar qué habilidades y conocimientos son los más demandados por las empresas a la hora de incorporar el perfil del responsable de comunicación interna en la organización.

En términos generales, reportando a la dirección de Recursos Humanos, el responsable de Comunicación Interna será el responsable de la definición de la política y la estrategia de la Comunicación Interna de la empresa, con el foco puesto en garantizar la correcta transmisión de los mensajes a través de los canales más efectivos. De este modo, será el encargado de diseñar y desarrollar el Plan de Comunicación Interna, con sus diversas etapas y en sintonía con el resto del equipo (tanto con su Departamento, como en línea con el resto de áreas de la empresa). Las personas que alcanzan estas posiciones suelen ser profesionales de las comunicaciones especializados en los aspectos internos de una organización, si bien es cierto que hoy en día, ante todo, han de contemplar la innovación y la revolución digital como dos áreas prioritarias a las que adaptarse a la hora de idear e implementar las distintas fases de su estrategia.

Una misión fundamental, que requiere el desarrollo de una habilidad en la misma medida, es la de ser capaz de alinear el trabajo de comunicación interna con el del resto de los líderes de la organización. Precisamente para alcanzar este objetivo es para lo que el responsable de esta área suele trabajar codo con codo, junto a su equipo, y con la dirección de Recursos Humanos.

LA SALUD ORGANIZACIONAL

Un aspecto esencial que han de conocer los verdaderos líderes de la comunicación interna empresarial es la salud de la organización, un concepto ampliamente estudiado y medible a través de diversas variables.

Si bien hay una máxima bastante generalizada que sostiene que la comunicación interna es salud para toda la empresa, no deja de ser cierto que el máximo responsable de esta área ha de saber detectar cuáles son los principales indicadores que determinan el bienestar de la organización en todas sus variables. Al igual que sucede con la salud de las personas, la salud de las organizaciones se ve influenciada por elementos tales como el **clima** y la **cultura** laboral, la **motivación** o la **satisfacción** de los empleados. En este punto, la interrelación existente entre el personal y la empresa va a resultar clave a la hora de determinar su estado y nivel de salud, y va a afectar directamente al nivel de satisfacción de los trabajadores, en un camino de doble dirección.

FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN

Conocer cuáles son las últimas tendencias en comunicación interna, en base a un trabajo de formación continua y de investigación, es otro de los requisitos que se convierten en fundamentales a la hora de asumir la responsabilidad de la comunicación interna en una compañía. El contexto actual, basado en la innovación y el desarrollo tecnológico, facilita, por un lado, el acceso a una enorme cantidad de información y herramientas útiles para el desempeño diario; y, por el otro, convierte en un imperativo el hecho de

estar constantemente actualizado y a la vanguardia de las novedades más importantes que atañen a la comunicación interna.

