

Capital Humano

- Tendencias

Regreso a la oficina tras la vacunación COVID-19: el papel de la Comunicación Interna

Cid, Flor

Capital Humano, N° 365, Sección Tendencias / Tribuna, Junio 2021, **Wolters Kluwer**



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion



En la actualidad, el ritmo creciente de vacunación frente a la COVID-19 está provocando que, de manera generalizada, se hable en firme de la reincorporación de muchos trabajadores a sus puestos presenciales en varias empresas de diferentes sectores. Sin lugar a duda, toda la labor que han llevado a cabo los departamentos de Recursos Humanos ha resultado esencial (y continuará siéndolo), para propiciar un ritmo laboral adecuado y adaptado a las particulares circunstancias causadas por la pandemia sanitaria. Éstos, coordinados con el resto de departamentos de las compañías, y de modo especial con la Dirección, emprenden ahora una nueva etapa que, en muchos casos, se presenta marcada por una presión más elevada de lo común en la toma de decisiones. Y es aquí donde la Comunicación Interna sigue afianzando su papel central a la hora de gestionar y hacer llegar del modo más adecuado los mensajes precisos para un retorno seguro al trabajo presencial dentro de las oficinas.

Además, las tendencias apuntan a nuevos modelos de trabajo híbridos en los cuales se combinará la presencialidad con el desempeño en remoto, algo que algunas organizaciones ya venían practicando antes de la época COVID, pero que ahora pasará a ser una nueva realidad laboral, reforzada por el creciente y acelerado desarrollo tecnológico. Ante este panorama, son ya muchos los expertos que afirman que las organizaciones tienen ante sí el enorme reto de construir una nueva relación con sus empleados.

VUELTA AL TRABAJO CON UNA PERSPECTIVA RENOVADA

Antes del desarrollo creciente de la actual campaña de vacunación, ya al finalizar el verano pasado, leí un artículo de opinión en *El Economista* firmado por María Cobos, directora de Comunicación corporativa y comunicación para el cambio en Burson Cohn&Wolfe. Escribiendo mi colaboración para este mes creo que viene muy al caso hacer mención alguna de sus reflexiones para clarificar el contexto en el que ahora nos encontramos. Según Cobos, las empresas tienen ante sí la oportunidad de posicionarse como transformadoras, no sólo de su negocio, sino también del entorno de sus empleados y del modelo que deseamos como sociedad. Para ella (y no puedo estar más de acuerdo con su afirmación), la comunicación interna es un valor al alza que juega un rol determinante. Ella sugiere la opción de animar a los empleados a realizar sus propias propuestas, basándose en toda la experiencia que han adquirido a lo largo de este tiempo. Para que las compañías puedan actuar como una de las necesarias palancas de transformación social, Cobos asevera que la clave reside en la comunicación con su gente.

En definitiva, la experta viene a reforzar la idea de lo necesario que es para las empresas la implementación de una estrategia de comunicación interna con sus empleados, máxime ante la pandemia que atravesamos, desarrollando un discurso adecuado en materia de seguridad, y que perdure en el tiempo. En este sentido, cada compañía tiene la misión de personalizar sus comunicaciones en función de sus particulares circunstancias, pero apostando siempre por la claridad, la transparencia y por una gran capacidad de escucha.

Termino la colaboración con esta interesante reflexión de Cobos: «Las compañías que entiendan que la vuelta al lugar de trabajo no puede realizarse sin una perspectiva de comunicación interna renovada, se verán en una posición mucho más sólida para crear

una nueva relación con sus empleados que será, sin duda, clave para afrontar los nuevos desafíos que vendrán. Que ya tenemos aquí».

