

Capital Humano

- Crecimiento profesional

Comunicación Interna y Experiencia del Empleado

Cid, Flor

Capital Humano, N° 374, Sección Crecimiento profesional / Tribuna, Abril 2022,
Wolters Kluwer

Algunas empresas, a pesar de tener a su disposición todo tipo de herramientas de Comunicación Interna no emplean las estrategias más adecuadas para fomentarla y reforzar, de ese modo, la satisfacción del empleado.



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion y de www.muysegura.com



La nueva normalidad que se abre ante los ojos de las empresas, derivada de las distintas fases que atraviesa la actual pandemia sanitaria, ha propiciado el desarrollo de

escenarios muy basados en la flexibilidad y la incertidumbre. La capacidad de adaptación y de reacción ante los cambios de distinta índole que acontecen en los entornos de las compañías, se ha convertido en un «*must*» para el capital humano de las organizaciones. Pero, en sentido inverso, los responsables del diseño y desarrollo de las políticas de Recursos Humanos han de agudizar su ingenio más que nunca para poner el foco en la tan nombrada (y a veces poco considerada en la práctica) [experiencia del empleado](#).

Varios artículos que se centran en dar a conocer en qué consiste la experiencia del empleado definen a ésta como «*la suma de las percepciones que el trabajador posee de cada una de las interacciones que mantiene con la compañía en la que realiza su desempeño, así como del resto de sus compañeros*». También es definida como «*el impacto acumulativo de las interacciones de los trabajadores con la organización a lo largo de todo su recorrido profesional*» (desde la incorporación hasta la capacitación, la consecución de promociones e incluso, por supuesto, la exclusión).

Se trata, en definitiva, de una experiencia «integral» que, como decía al comienzo, no siempre es tenida en cuenta en el terreno práctico de una forma tan clara e intensa como suele ponerse el foco en la también conocida experiencia del cliente. En mi opinión, siguiendo la de muchos expertos, el empleado es el primer cliente de las empresas, e invertir en él conlleva, de modo especial en el medio y largo plazo, una clara mejora en los resultados de negocio, sobre la base de su cuidado y fidelización.

Llegados a este punto, sin duda alguna, la Comunicación Interna constituye la herramienta perfecta para mejorar la experiencia de los empleados, así como la pieza fundamental cuando el objetivo que se persigue es éste. En el contexto que vivimos, muy marcado por la transformación digital, las compañías están incorporando de manera clara y proactiva las nuevas tecnologías y las distintas herramientas de comunicación empresarial que éstas ponen a su alcance, tanto para la motivación y retención de los empleados, como para alcanzar los retos marcados para el negocio desde las áreas de Recursos Humanos.

Hoy se estudia y analiza intensamente el también llamado «*employee experience*», con criterios de mejora de aspectos clave como la productividad de las organizaciones. Varios expertos en la materia coinciden en argumentar que algunas empresas, a pesar de tener a su disposición todo tipo de herramientas de Comunicación Interna (tanto humanas, analógicas, como tecnológicas e híbridas), no emplean las estrategias más adecuadas para fomentarla y reforzar, de ese modo, la satisfacción del empleado. Es primordial conocer cómo deben ser utilizadas, ya que el objetivo último de la Comunicación Interna es mejorar la calidad de vida en el entorno laboral.

No deseo finalizar esta breve colaboración sin hacer mención a dos aspectos que he leído recientemente en un artículo y que me parecen francamente enriquecedores, en lo que respecta a la necesidad de adaptación al cambio constante al que se enfrentan las organizaciones. Por un lado, la **formación**: «*definido el rumbo, debemos adaptar las habilidades individuales y de los equipos para acercar sus capacidades a los nuevos requisitos*». Por el otro, la **comunicación** y, más concretamente, la Comunicación Interna. Y de ella continuaremos hablando y profundizando en nuevas colaboraciones. No cabe duda de que esta última es una pieza fundamental en su vínculo con la mejora evidente de la experiencia del empleado o «*employee experience*».

Comunicación Interna y Experiencia del Empleado
(«Employee Experience»)



- 👤 Escenario empresarial basado en la flexibilidad y la incertidumbre
- 👤 Se requiere capacidad de adaptación y de reacción
- 👤 La experiencia del empleado es una experiencia «integral» sobre la que las compañías deben poner el foco
- 👤 La Comunicación Interna es una herramienta perfecta para mejorar la experiencia de los empleados