

# COMUNICAR SIN INFORMAR



*Todas las empresas tienen algún tipo de comunicación con sus colaboradores, no es necesario formalizar una metodología o manual para esto, de la misma manera en que una persona nos puede decir mucho de por medio de su comunicación corporal, las empresas pueden decir mucho por medio de las decisiones que toma por muy simples que sean.*

## **¿Cómo puedo informar sin compartir información?**

En todas las organizaciones se deben tomar un sinnúmero de decisiones a diario, muchas de ellas sin consultar a los trabajadores (tampoco tiene por qué hacerlo), pero de lo que sí puede estar segura es que, aunque no informe sobre la decisión que se tome, todos los trabajadores recibirán un mensaje directo de parte de aquellos que toman las decisiones. ¿Y cómo es esto? Imagine que la empresa ha decidido crear un departamento de Seguridad y Salud en el Trabajo que la organización no tenía, realiza las contrataciones necesarias, habilita el espacio adecuado, y sin informar a los trabajadores, estos notan muchas mejoras en temas de seguridad laboral. Sin haber emitido un comunicado al respecto, el mensaje que reciben los trabajadores es de satisfacción al ver que la empresa en donde trabajan se preocupa por ellos,

incluso aunque la intención real sea ahorrar costos producto de los accidentes laborales. Por otro lado, una organización que realice constantes inversiones de equipos, ampliación de planta, renovación de flota, etc. pero que no contemple mejoras salariales, de bienestar o beneficios para los trabajadores, envía un mensaje de poco interés hacia sus trabajadores.

Parece irónico que muchas empresas gastan millones en llegar con mensajes correctos a sus consumidores, pero dejan a un lado los procesos de comunicación interna. Sin importar el tamaño de la empresa, la comunicación organizacional resulta ser un factor determinante que puede ayudarle a mantener un clima de paz y armonía si es bien llevado. No basta con murales informativos, correos electrónicos o mensajes de texto motivadores, lo más importante es siempre dar la cara. Las reuniones en grupo con los líderes de la organización es algo que valoran enormemente los trabajadores, esto da credibilidad a la gestión de la empresa. Comunicar no depende solo de los medios sino del tipo de mensaje que usted entregue, pues si el mensaje que usted envía es negativo, no hay medio de comunicación que lo haga ver positivo.

Si dentro de una empresa existen malas prácticas laborales (no vamos a detallar hoy), el mensaje que envía es de ser una empresa abusiva con sus trabajadores y no hay plan de comunicación que pueda cambiar eso, tal vez logre maquillar la situación, pero solo los cambios reales logran cambiar la percepción. No debemos olvidar que en estos tiempos en los que la comunicación tiende a ser inmediata y circula por muchos medios, la imagen de las organizaciones no llega solo hasta los trabajadores, también se extiende hasta todo aquel que tenga redes sociales. ¿Recuerda usted (en Colombia) el incidente de la empresaria que se negó a compartir “un pedazo de pizza”?, una situación que puede parecer insignificante y que inicio en las redes sociales, termino en el noticiero estelar de todo un país. Pero más allá de todo el escándalo desmedido, una pequeña decisión envió un mensaje que logró la indignación de un trabajador que termino en una mala percepción del público en general.

El principal promotor de las empresas son sus trabajadores, por eso es muy importante que estos estén bien informados sobre lo que ocurre en su empresa, no se trata de entregar información confidencial, sino de mostrar que sus líderes actúan de forma justa y no solo viendo por los intereses de unos pocos. No hay empresa perfecta, pero si manejos y procesos de comunicación correctos. La próxima vez que usted piense en tomar una decisión sobre la organización, recuerde que toda acción, aunque no la comunique, envía siempre un mensaje de como esta liderando usted a su gente.

Síguenos además en: Instagram **@Loquecallaungerente**

