

MANUEL TESSI, ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN INTERNA

# Escuchar, principio del trabajo colaborativo

¿Qué hacen las organizaciones que se destacan en comunicación interna?

El consultor de negocios explica en siete pasos las claves para llevar al éxito a tu equipo

Zyanya López  
EL ECONOMISTA

HASTA HACE dos décadas el intercambio de información al interior de las empresas se lograba mediante la elaboración de boletines, revistas y comunicados. La aparición de las nuevas tecnologías transformó la manera de comunicarse. Sin embargo, su uso indiscriminado ha dado como resultado una saturación de información, provocando —paradójicamente— escasez de comunicación entre los miembros de la organización.

Éste es el tema que desarrolla Manuel Tessi en su libro *Comunicación interna en la práctica. Siete premisas para la comunicación en el trabajo*.

Una investigación realizada en el 2010 por el Centro de Estudios Financieros de Madrid reveló que la principal enfermedad laboral de los trabajadores hispanoamericanos es la comunicación interna. El problema que aqueja a un gran número de organizaciones involucra, principalmente, a sus líderes, quienes presentan problemas de conducción.

Se ha comprobado que las deficiencias devienen de la poca información que los empleados reciben de sus jefes; por lo tanto, es necesario que las estrategias que se implementen estén dirigidas a estos líderes.

En entrevista telefónica, Manuel Tessi plantea que la eliminación de los problemas de conducción (que se presenta desde los ámbitos directivos hasta la última línea de supervisión), utilizando herramientas de comunicación interna, permite la reducción de conflictos entre los empleados, mejora el clima laboral y aumenta la motivación, además de lograr una mayor adhesión de los trabajadores con las metas fijadas por la empresa.

Todo esto redundará en una mejoría significativa, que se puede observar en el cuadro financiero de la organización, aseguró el pionero en el estudio de la comunicación interna.



## LAS SIETE PREMISAS DE TESSI

Tessi plantea —como resultado de 25 años de experiencia— siete premisas que “funcionan como una guía sólida para cualquier compañía” y que permiten a los empresarios resolver las dificultades de comunicación interna.

Escuchar es la principal, “cuando las organizaciones piensan en comunicar, piensan en emitir, sin embargo, cada vez que lo hacen saturan a los trabajadores con una gran cantidad de información”. Por eso es importante escuchar primero; cada vez que un empleado recibe infor-

mación éste espera tener un espacio para poder expresarse. El autor recomienda el uso de la comunicación oral, pues los trabajadores exteriorizan sus inquietudes con mayor libertad de esta manera. “Cuando el empleado puede hablar, se siente aliviado”, aseguró.

La segunda premisa está enfocada a capitalizar las quejas, “si en la respuesta de los empleados no hay quejas, hay que revisar las preguntas”, pues éstas son el motor de la estrategia de comunicación, de esta manera los líderes pueden conocer las inquietudes de sus trabajadores y

lo que les afecta.

Por lo que al aplicar la tercera premisa, que es ordenar la emisión, “los líderes deben saber cuándo tener una entrevista personal con un colaborador, cuándo hacer una reunión con el equipo, cuándo levantar el teléfono para hablar con ellos y cuándo enviar un correo electrónico”.

Pero comunicar no consiste sólo en transmitir información, también hay que saber hacerlo. En el punto cuatro (narrar con significado) es importante que se le relaten historias a los colaboradores, no sólo darles las razones para trabajar o cumplir con los objetivos impuestos. “Las razones no mueven a los empleados, son los motivos”, aseveró Manuel.

Comunicar va más allá de que el trabajador sepa cuál es el esfuerzo que debe hacer para mejorar.

Para ofrecer la palabra (su quinta premisa), el autor expuso que no siempre los trabajadores escuchan lo que el líder les está tratando de comunicar, por lo que es indispensable que se genere un diálogo en el que se pueda ajustar el discurso para que todos sepan, a ciencia cierta, de lo que se está hablando.

La sexta premisa se enfoca en medir los logros cualitativos que se alcanzan gracias a las estrategias de comunicación implementadas en la organización. “Después de que el empresario aplique las premisas anteriores, notará mejoras significativas en el equipo de trabajo”, reveló el experto.

Por último, la pregunta que debe hacerse cualquier director: ¿y el cuadro de resultados? Es aquí cuando se trabaja en la comunicación interna y se encuentra una solución adecuada que permita reparar la problemática; los resultados positivos se verán reflejados en el cuadro de resultados.

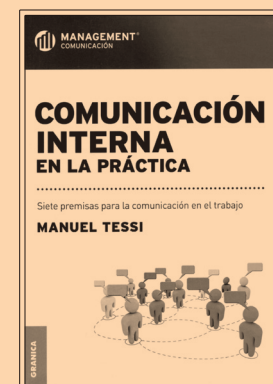
“Aquí se buscan resultados cuantitativos, que impacten en el cuadro financiero”, finalizó el también consultor de negocios.

contacto@elempresario.com.mx

“ Si en la respuesta de los empleados no hay quejas, hay que revisar las preguntas”.

“ Las razones no mueven a los empleados, son los motivos”.

“ Si la empresa quiere generar motivación, es necesario que cuente historias”.



Sé uno de los tres ganadores de un ejemplar de *Comunicación interna en la práctica. Siete premisas para la comunicación en el trabajo*. Participa en la trivía que publicaremos en:

[elempresario.mx](http://elempresario.mx)

LOS  
TIPS

Cuando la comunicación interna está bien gestionada en las empresas, se logra el sueño de todo empresario: que todos y cada uno de los trabajadores sepan hacia dónde quiere ir la compañía, que se esfuercen para conseguirlo y se sientan parte de ella. Esto se logrará sólo con una alineación integrada, que se traduce en conocimiento, compromiso y comportamiento.