

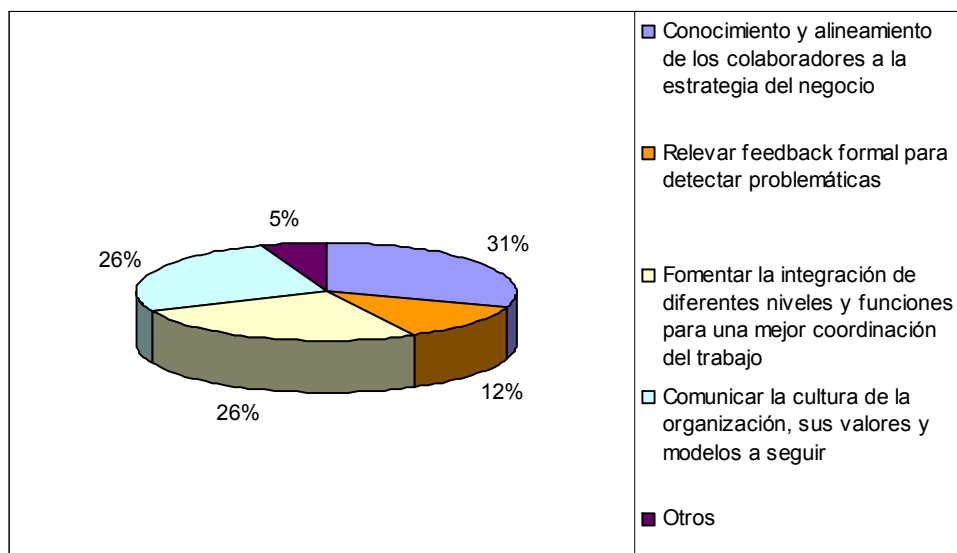
## Tendencias de Comunicación Interna en Perú

El presente informe se basa en las encuestas completadas por más de cien empresarios de Perú entre septiembre de 2008 y junio de 2009, todos ellos profesionales del área de la comunicación. La tendencia indica que el principal aporte que realiza la Comunicación Interna a las organizaciones es el de dar a conocer y alinear a los colaboradores con la estrategia del negocio. Sin embargo, la falta de compromiso de los líderes es un importante obstáculo a sortear. Las mejoras propuestas apuntan principalmente al desarrollo de actividades, mediciones y planificación estratégica anual de los mensajes y acciones. En su totalidad, los resultados auguran un futuro sumamente favorable para el crecimiento de la Comunicación Interna en los próximos diez años.

*“Será un eje para el desarrollo de la organización, y la herramienta principal para el desarrollo humano”.*

### Detalle

#### 1. ¿Cuál es el aporte de la comunicación interna a la organización?



- *El 31% de los participantes consideró que el conocimiento y el alineamiento de los colaboradores a la estrategia del negocio es el aporte más importante que hace la Comunicación Interna a las organizaciones.*

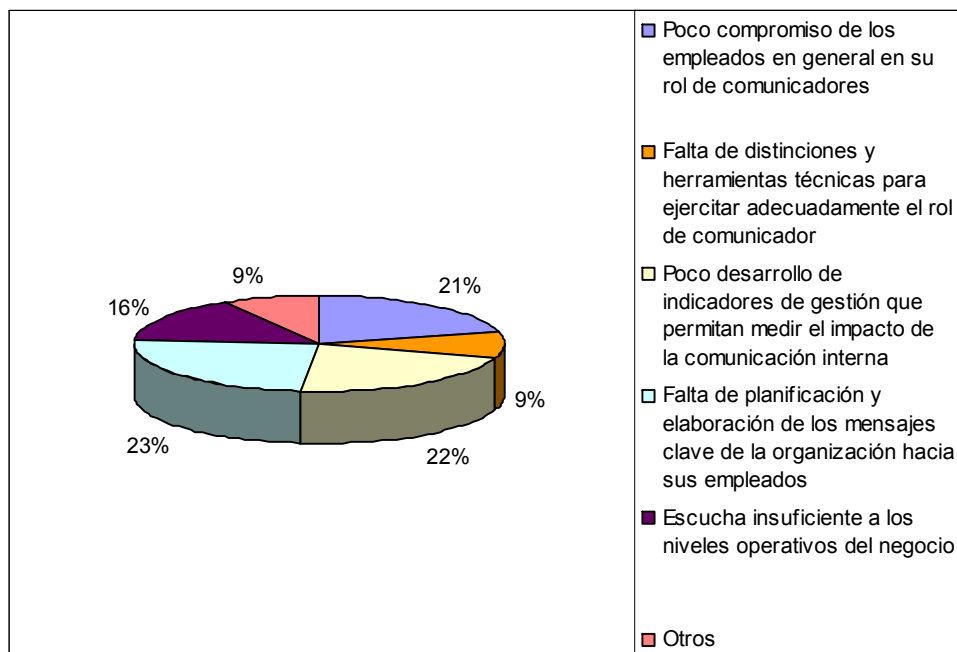
Por otra parte, se le otorga una pareja importancia al rol de comunicar la cultura organizacional, y fomentar la integración de los distintos niveles y funciones (26 %).

En última instancia, el relevar feedback formal para detectar problemáticas fue considerada por los participantes como la función menos relevante de la comunicación interna entre las opciones enumeradas (14%).

Entre las respuestas que surgieron de los encuestados, resaltan los siguientes comentarios:

- “Acercar a los colaboradores a la empresa y buscar alinear los objetivos de la empresa con los objetivos personales”.
- “Contribuir al logro de los objetivos del negocio y en la mejora del clima laboral”.

## ***2. ¿Cuáles son los obstáculos que dificultan una adecuada comunicación interna?***



- *En un 23%, los encuestados opinan que el obstáculo más importante a sortear para facilitar una adecuada Comunicación Interna es la falta de indicadores que permitan la medición del impacto de la CI.*

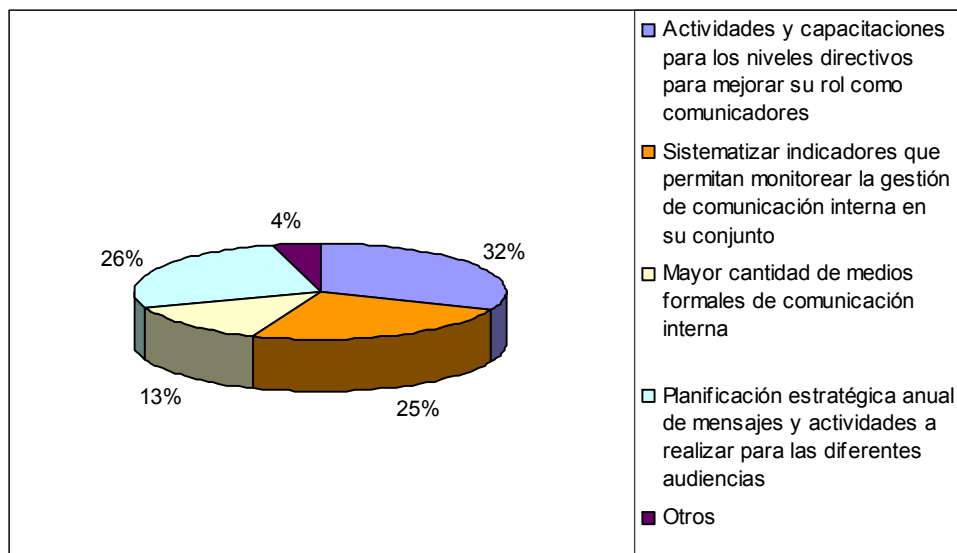
El público peruano consideró asimismo impedimentos muy cercanos a estos valores el poco desarrollo de indicadores de gestión (22%) y el insuficiente compromiso de los empleados en su rol de comunicadores (21%).

Estos tres primeros obstáculos están seguidos en importancia por la escucha insuficiente a los niveles operativos del negocio como factor que obstaculiza la eficaz Comunicación Interna (en un 16%).

Finalmente, la falta de distinciones y herramientas técnicas para ejecutar el rol de comunicador adecuadamente no fue considerada como un gran obstáculo, habiendo sido esta opción elegida por tan solo un 9% de los participantes.

Es interesante subrayar que una amplia franja de encuestados aportó sus propios comentarios sobre cuáles considera obstáculos considerables. En un 77%, estas respuestas coincidieron en resaltar la falta de compromiso e involucramiento de los niveles directivos para con la Comunicación Interna.

### 3. ¿Cuáles son las acciones que generan una mejor comunicación interna?



□ **El 32% de los encuestados expresa que las acciones que generan una mejor Comunicación Interna son las actividades y capacitaciones para los niveles directivos con el objeto de mejorar su rol como comunicadores.**

La planificación estratégica anual de los mensajes y actividades a realizar para las diferentes audiencias también fue considerada una acción importante en pos de la mejora de la Comunicación Interna (26%), así como la sistematización de indicadores que permitan monitorear la gestión de la CI en su conjunto (25%).



Estas acciones son seguidas de lejos por la mayor cantidad de medios formales de Comunicación Interna (13%).

También ante esta pregunta surgieron observaciones espontáneas que es interesante recalcar:

- “Una combinación de todas, no puede existir una sin la otra”.
- “Involucrar a todas las áreas sobre cómo comunicar”.
- “La comunicación interpersonal, cara a cara”.

#### ***4. ¿Cómo visualiza la comunicación interna en los próximos diez años?***

**□ El total de los participantes encuestados está de acuerdo en que la Comunicación Interna mejorará en los años venideros. Algunos comentarios representativos:**

- “En diez años las empresas estarán mejor comunicadas que hoy, cuando sus líderes evolucionen y entiendan que da mejores resultados”.
- “La visualizo mucho más desarrollada (tanto en términos de tecnología como de instrumentos de medición) y con mayor protagonismo. A la vez, mucho más integrada dentro de los procesos de RRHH, pero teniendo mejor definidas sus funciones específicas”.
- “Creo que tiene mucho por desarrollar. Debemos comprometer a jefes e incluir a colaboradores para que la comunicación logre identificar y traer resultados de productividad en el negocio”.
- “Será un área fundamental, que acompañará a la dirección en todos sus procesos y que se convertirá en un socio estratégico del negocio”.
- “Más comprometida a todo nivel en las organizaciones. Todos se identificarán como comunicadores”.

Agradecemos a los participantes de los seminarios “Innovación en Comunicación Interna” y “Gestión de la Comunicación Interna en tiempos de crisis”, así como a MD Seminarios y a la Universidad San Martín de Porres por su colaboración.