



La Prensa Austral

Punta Arenas, Miercoles 05 de Octubre del 2016



TARIFADO **TARIFADO**

Propaganda Electoral **Propaganda Electoral**

PRENSA **RADIOEMISORA**

CRÓNICA	EDITORIAL	ESPECTACULOS & CULTURA	PA' CALLAO	VIDA SOCIAL	NACIONAL	INTERNACIONAL	JOYSTICK	TENDENCIAS	DEPORTES	NECROLÓGICAS
DEPORTES	GANAS	FUEGUINAS	EL NATALINO	LA LLEVA	PANORAMA	GENTE	PULSO	EL SOFÁ	CIENCIAS	

“Los trabajadores felices pueden llegar a producir hasta un 80% más que aquéllos con actitud negativa”

Por La Prensa Austral

Lunes 15 de agosto del 2016

Compartir esta noticia

Twitter

Compartir 27

Compartir 0

189 VISITAS

Generalmente la eficiencia de las empresas es medida de acuerdo a su productividad, un concepto que engloba elementos que van más allá de los números, las ventas y los recursos económicos, porque considera además al capital humano que la integra. Un elemento clave que puede definir el éxito de la organización y donde el papel que cumple la comunicación interna para su satisfacción es clave.

“Una institución inteligente es consciente de que debe cuidar a sus colaboradores (empleados), tanto o más que a sus usuarios o clientes. Al usuario hay que mantenerlo contento y atendido para que dé buenas referencias de la institución. Al colaborador se le debe conocer y cuidar por medio del área de Recursos Humanos y generando un plan de comunicación interna”, comenta el especialista argentino en Comunicación Institucional, Flavio Diez, quien expuso en el II Foro Latinoamericano de Comunicación Interna que se realizó en la Universidad del Pacífico (Chile) el 11 y 12 de agosto.

En este contexto, el experto y Director de Quintina RRPP, Consultora en Comunicación y Relaciones Públicas de Buenos Aires, plantea la necesidad de desarrollar una comunicación en 360°, usando las herramientas que brinda Internet y las nuevas tecnologías. “La tecnología nos permite un sinnúmero de posibilidades para establecer nuevos canales, ya sea con las Redes Sociales existentes, pero utilizadas para fines empresariales, como grupos cerrados en Facebook, LinkedIn o Xing, que pueden ser voz

NOTICIAS MÁS VISITADAS



4.808 vistas

Conocido profesor de atletismo Miguel Sánchez sufre infarto en pleno programa radial y es ingresado a la Uci



3.604 vistas

Mimica denunció que dos familiares de funcionaria municipal fueron trasladadas a Punta Arenas usando fondos públicos



2.935 vistas

Salud prohíbe funcionamiento de tres campamentos de montaña en Torres del Paine



2.306 vistas

Mujer deberá pagar pensión alimenticia a su ex pareja de \$150 mil, pero ella gana \$180 mil

institucional en la que involucrar a los empleados. O bien las novedosas herramientas que nos facilitan la labor de compartir ideas y fomentan la cultura de equipo”, agrega el experto.

A las anteriores plataformas, el profesional indica que también se puede incursionar dentro de la amplia oferta de nuevas redes sociales empresariales, como son Zyncro, Jive, Yammer y Zimbra, entre otras. “Además de probar nuevas plataformas de mensajería, como podría ser Noysi, una nueva herramienta española que algunos la denominan ya el ‘whatsapp de las empresas’, ya que permite chatear entre equipos, entre otras muchas funciones”, agrega.

Flavio Diez señala que hoy las instituciones necesitan dar permanente feedback a su personal y recibir sus opiniones y puntos de vista, para conversar, compartir, opinar, co-crear e innovar. “La co-creación se ha consolidado como una práctica aplicable a diversos escenarios y que, dentro de un entorno institucional, puede ser definida como el ejercicio colaborativo a través del cual las organizaciones trabajan de la mano de sus colaboradores con diferentes propósitos, desde estrategias de comunicación y mercadeo, hasta llevar a cabo proyectos de impacto social, diseñar nuevos productos o crear experiencias de marca, entre otras. Un ejercicio que genera una colaboración mutua entre las dos partes para lograr un resultado final y provechoso para todos”, explica.

Y es que la retroalimentación se ha instalado como clave en las instituciones que buscan mejores prácticas en su manejo de personal y en materia de comunicaciones internas. “Se asume que una conversación entre los líderes de la organización y sus equipos de trabajo redundará en empleados más comprometidos y productivos. Pero esa retroalimentación debe ser de calidad, un feedback claro, oportuno, específico y objetivo, que resalte los aspectos positivos y busque mejorar los negativos, por medio de una perspectiva constructiva. Se busca analizar el comportamiento del profesional y no del individuo”, afirma el conferencista del II Foro Latinoamericano de Comunicación Interna que se desarrollará en la U. del Pacífico (Chile).

El especialista en comunicación agrega que si el feedback es bueno, orienta el quehacer de una organización y a los directivos para guiar su propio trabajo respecto de las necesidades del colaborador. “Esto implica un proceso reflexivo a los colaboradores, un feedback que logra acelerar el aprendizaje y mejorar el rendimiento. Para ello se pueden usar una serie de preguntas: ¿cuál es el objetivo principal de tu tarea?, ¿cómo lo puedes hacer para sentirte más satisfecho?, ¿qué podrías mejorar? ¿qué necesitas de la organización? ¿qué soluciones alternativas has ideado?, entre otras. El nivel y calidad de las preguntas determinará a futuro la calidad de la planificación”, asegura.

Si la comunicación interna consigue ser efectiva y eficaz, los colaboradores estarán implicados en el proyecto organizacional y serán motores de los objetivos institucionales. “Si no lo consigue, la organización fracasará”, advierte el experto.

Así, un feedback de calidad puede generar varios beneficios. “Eleva la motivación de los empleados, brindar sensación de equidad, dar percepción de trato justo, aumentar el desempeño, etc. Son actividades de muy bajo costo y solo se debe brindar de modo adecuado. Para ello se necesita tiempo para poder desarrollar y preparar el mismo”, dice Diez, quien añade que lograr una comunicación eficaz necesita de mucha dedicación. “Hay que elaborar una estrategia, planificar y actuar. También medir y corregir. Además, rodearse de buenos profesionales que conozcan el mundo de la comunicación corporativa, ayudará a conseguir las metas”, precisa.



Colaboradores satisfechos = mayor productividad

Flavio Diez, quien expondrá acerca de la “Comunicación ‘i’ en Instituciones públicas u ONGs” durante el II Foro Latinoamericano de Comunicación Interna que se desarrollará en la U. del Pacífico (Chile), señala que en la medida que la organización vele por cuidar a sus colaboradores, tendrá mayores probabilidades de ver frutos positivos en cuanto a su productividad.

“Un colaborador contento es más productivo porque está integrado y comprometido (educación, salud, mutuales, etc.). Y al estar satisfecho, brinda su mejor aporte a nivel laboral y además se convierte en un embajador de la misma en la comunidad (amigos, familiares, etc.)”, expone.

Tanto es así, que un empleado satisfecho generalmente convierte a la institución en una organización más productiva. “Crear un ambiente de trabajo en el que los colaboradores se sientan alegres y optimistas, puede generarle mayores beneficios a la empresa. Los trabajadores felices pueden llegar a producir hasta un 80% más que aquellos con actitud negativa”, asevera el experto.

Como ejemplo de lo anterior, Flavio Diez comenta un estudio que encuestó a más de 1.500 profesionales de México y que detalla los siguientes beneficios dentro de las organizaciones que cuentan con trabajadores que se sienten bien:

- * Hasta un 33% más de energía y dinamismo, lo que conlleva mayor eficiencia y productividad en las organizaciones.
- * Reducción de hasta un 300% en el riesgo de tener accidentes laborales.
- * Visión positiva que permite resolver problemas.
- * Mejor adaptación a los cambios.

“Los participantes del estudio describieron que la felicidad laboral está directamente relacionada con disfrutar el trabajo que haces, sentirte orgulloso de la Institución y trabajar con gente con la que exista una buena relación. Así que la institución inteligente se construye sólidamente manteniendo satisfechos a sus colaboradores y a sus clientes externos (consumidores). De esta manera es percibida por ambos de forma positiva, consolidándose la misma como sinónimo de prestigio, seguridad y calidad”, finaliza.

75€ de crédit publicit *[▶]

Avec Google soyez présent quand vos clients vous cherchent. Ir a google.fr



IR ARRIBA ↑

Empresa de Publicaciones
La Prensa Austral

Waldo Seguel 636, Punta Arenas, Chile
Tel. +56.61 220 40 00
© 2000-2016

CATEGORÍAS

Crónica
Editorial
Espectaculos
Cultura
Vida Social
Deportes
Necrol gicas

CORPORATIVO

Nuestra Empresa
La Prensa Austral Impresos
Suscripciones
Contáctenos

SOCIAL

Twitter
Facebook
Google+
RSS