



FLASH SHEET N°04

La comunicación interna

Consejos en estado de pandemia: COVID-19

En una situación excepcional, como la que nos encontramos, la comunicación interna es una herramienta fundamental que requiere hoy mayores esfuerzos, y su rol conduce en gran medida cómo se viven las emergencias dentro de las organizaciones.

Incrementar la velocidad para generar contenido, ser fieles en la información para frenar rumores y caos interno, abarcar temáticas que comprendan y empaticen con las emociones de los trabajadores y ser congruentes entre lo que se comunica y las medidas que se practican en las compañías, son hoy fundamentales. Tanto en momentos de - relativa - paz como en crisis, y más aún con una sin precedentes, debemos comenzar el trabajo.

PRECRISIS

Podríamos decir que esta es una **fase de latencia en la realidad chilena**, y evolucionar hacia la crisis es una posibilidad constantemente abierta. Tanto por el estallido social como por el coronavirus, se puede decir que todas las organizaciones, tanto públicas como privadas, están en permanente precrisis, por lo que debemos **monitorear siempre**.

Las primeras noticias sobre el COVID-19 (número de contagiados, síntomas, causas de propagación, víctimas fatales) en diciembre pasado desde China causaron quizás una preocupación, pero vista desde la distancia. Luego, con la llegada del virus a Europa, se iniciaron alguna planificación de medidas. En esta fase es cuando debemos acelerar el *timing* y anticiparnos más, ser más sensibles al entorno emocional de la sociedad y practicar técnicas como el fact checkin de manera más incisiva que lo normal.

CRISIS

La **crisis**, y el propio estallido comunicacional, **comenzó cuando se supo el primer caso de contagio en territorio chileno**.

Aquí la información y las noticias han tenido un tono alarmista y de miedo, y, hasta la fecha, solo a migrado hacia la comunicación de buenas prácticas de higiene personal y social por la campaña de la cuarentena. Esta etapa siempre tiene cruces de información que confunden y son caóticas para la población. Se sabe que algo ha pasado, y de a poco se va conociendo el alcance, la repercusión y las consecuencias a nivel nacional de esta crisis.

Es imprescindible, por lo tanto, mantener las comunicaciones limpias de todo ese caos de información y hacer llegar a la organización solo la que se necesite, en el momento adecuado, e intentar ser la voz oficial para todas las personas de la compañía.

Las organizaciones necesitan hoy más que nunca empleados informados, motivados, implicados y positivos para superar con éxito la crisis provocada por el Covid-19. Por lo tanto, a continuación se presentan una serie de buenas prácticas, recomendaciones y consejos que pretenden ayudar a evitar rumores, desinformación, miedos y la desmotivación que la pandemia está provocando entre los empleados de las organizaciones.

BUENAS PRÁCTICAS

- 1. Mantener una comunicación clara y fluida con los empleados.** La mejor forma de tranquilizar a los empleados es ofrecerles una comunicación clara y fluida. **El silencio no es una opción**, sólo alimenta rumores y falsas noticias. Es importante que los empleados conozcan las medidas adoptadas por su organización de forma clara, transparente y constante -teletrabajo, Smart working, trabajo por turnos, cancelación de viajes de negocios, reuniones virtuales, control de temperatura,

medidas de protección básicas que deben seguir...) -, y que ello se haga de la manera más simple, empática y concisa posible.

- 2. Evitar el exceso de información.** Si bien es importante comunicar, también lo es evitar el exceso de información. Demasiada información puede saturar y producir una infoxicación que genere el efecto contrario al deseado **Empleados informados sí, pero no saturados**.



FLASH SHEET N°04

BUENAS PRÁCTICAS

Es importante recordar que menos es más y que no es necesario enviar comunicados interminables, sino únicamente aquella información necesaria y práctica. La información se puede facilitar de muchas maneras y una de ellas es en forma de cuestionario, respondiendo a todas aquellas preguntas que nos podemos hacer como integrantes de una organización ante la situación vivida.

3. **Una sola fuente informativa.** Es muy relevante y necesario agrupar todos los comunicados de la organización en una sola fuente informativa, para evitar multiplicidad de mensajes y ganar autoridad ante los distintos públicos internos. **Esa fuente puede perfectamente ser** la persona responsable de **Recursos Humanos** porque es quizás quién más agrupa todas las temáticas que afectan la organización **o bien la máxima dirección de la empresa** que de esta manera, aún reforzaría más su liderazgo.
4. **Utilizar sólo fuentes oficiales.** Ante el alud de informaciones generadas alrededor del Covid-19, verdaderas y falsas, **la mejor forma de estar seguros** que estamos ofreciendo una información fiable a nuestros empleados es utilizar solo las fuentes oficiales.
5. **Activar nuevos canales si es necesario.** Si los canales de los que dispone la organización no llegan a toda la plantilla o no son adecuados para gestionar la situación, puede ser necesario activar nuevos para informar de las medidas adoptadas. Existen múltiples opciones: Telegram, WhatsApp, herramientas de trabajo colaborativo como Slack, etc. En estos casos también son muy recomendables las listas de distribución que no permiten la dispersión de comentarios ni el mal uso de la mensajería instantánea.
6. **Concentrar la información.** Para evitar saturar a los empleados es recomendable concentrar la información y emitir el mínimo de comunicados posibles. Un **máximo de un comunicado diario**, debería ser suficiente para informar de la situación del Covid-19, de las medidas adoptadas por la organización y para motivar a los empleados **Esta frecuencia debería**
 7. **disminuir progresivamente** de acuerdo con la evolución del brote. Los comunicados deberían emitirse, a ser posible, siempre a la misma hora para ofrecer seguridad y confianza a los equipos humanos de las organizaciones. En caso de producirse alguna información urgente, puede emitirse un comunicado extraordinario.
 7. **Creación de un canal de resolución de dudas.** Para evitar que la situación actual genere un mayor inquietud y estrés es recomendable valorar la necesidad de crear un canal de comunicación para dar respuesta a las dudas de los empleados.
 8. **Poner en valor a los equipos.** En estos momentos, es más importante que nunca el reconocimiento del capital humano de las organizaciones. Especialmente, de los departamentos más afectados por la situación, como IT, logística, o recursos humanos.
 9. **Medir el estado de ánimo de los empleados.** En una situación compleja, llena de incertidumbre y con muchas medidas excepcionales, medir el estado de ánimo de los empleados puede ayudar a mejorar el pulso global de la organización y contribuir a una mayor positividad y compromiso. Una buena fórmula es el **uso de encuestas para saber como se sienten**, si están a gusto trabajando en casa o qué herramientas necesitan.
 10. **Fomentar las relaciones.** El teletrabajo, para aquellos que no están acostumbrados, puede hacer que los empleados se sientan desconectados de la organización al perderse los momentos compartidos en la oficina. Para evitarlo es importante fomentar las relaciones personales remotas. Un café virtual, una formación sobre teletrabajo, 5 minutos de relajación antes de empezar la jornada laboral, un mensaje motivador...
 11. **Dar visibilidad a los líderes.** En momentos de crisis, los líderes de una organización tienen un papel destacado. Darles visibilidad en comunicados y redes sociales permite a las empresas dar confianza y seguridad a sus empleados.