

Hoy, vamos a analizar hoy una variable que se ve muy afectada con el paso del trabajo presencial al trabajo remoto, esta variable es la comunicación. Vamos a pensar todas las modificaciones que tiene la comunicación al pasar de un trabajo en el que nosotros interactuamos de manera física y presencial, a un trabajo donde la interacción entre los miembros de trabajo se realiza puramente de forma remota, mediante en los digitales. Entonces, tenemos que pensar, nos tiene a analizar, bueno, sí o sí esta variable de la comunicación, para poder gestionarla de manera efectiva entre los miembros de un equipo de trabajo y entre los equipos de trabajo de una organización.

Entonces vamos a evaluar ciertos aspectos la comunicación dentro de una organización y uno de ellos, es la comunicación entre la empresa y el colaborador. Vamos a pensar que en un trabajo presencial, mucha parte de la comunicación era realizada de manera física, presencial, por ejemplo, mediante reuniones corporativas, una reunión donde un gerente general, por ejemplo, se reunía con los gerentes de cada área, o encuentros físicos donde se brindaba y se hacía pública cierta información a los colaboradores de la empresa.

Tenemos que pensar que a raíz del paso del trabajo presencial y físico, al trabajo remoto o teletrabajo, esta comunicación entre la empresa y sus colaboraciones va a sufrir ciertas modificaciones o va a tener que innovar en cuanto a qué métodos y qué herramientas utilizar al momento de comunicarse y de intentar ser efectivos.

Entonces, vamos a pensar que la empresa va a tener que implementar ciertas herramientas digitales, ¿sí?, a la hora de comunicarse para con su personal, pero que las herramientas en sí, estas herramientas por más efectivos que sean, no garantizan la participación y el compromiso por sí solas. Tenemos que pensar entonces el momento de evaluar la comunicación entre la empresa y sus colaboraciones, no sólo qué herramientas digitales estamos utilizando, ¿sí? Por ejemplo, si nosotros disponemos de una intranet, si no disponemos de una intranet, si disponemos de mails corporativos, si no disponemos de mails corporativos, no sólo vamos a tener que evaluar este aspecto que es importantísimo, claro está, pero que por sí sólo no alcanza.

Como empresa, lo que nos tenemos que plantear es que la comunicación se adapte a las necesidades de sus colaboraciones y de sus equipos de trabajo, que sea una comunicación relevante para esos sus colaboraciones y esos equipos de trabajo.

Si nosotros tenemos, por ejemplo, una empresa conformada por una generación Millennial o una generación que ahora empiezan a ser, bueno, Centennials, o generación de personas son entre 20 y 30 años, 35 años, lo que tenemos que pensar es que la comunicación a nivel empresarial, tiene que estar dirigida a ese público, tiene que estar alineada a sus valores, ¿no? Y tiene que intentar llegar a ese público, para ser efectiva, tocar esas necesidades que tengan como colaboraciones de esa empresa, porque no podemos pensar una comunicación pensada o dirigida a un público abstracto.

Nosotros, al momento de diseñar un plan de comunicación, tenemos que estar pensando en qué público estamos pensando. Entonces, al momento de pensar en el cambio de