

### Siempre lo mismo... le impide CRECER

Si, de acuerdo con una encuesta de Gallup, el 71% de los empleados a nivel global no se sienten motivados a realizar su trabajo, ¿cómo piensa alcanzar sus metas de negocio para este año? Tan pronto comienza el año nos enfocamos en poner en vigor las mismas estrategias de siempre para:

- **Elevar la productividad con nuevos procesos.**
- **Mejorar la experiencia del cliente con seminarios tipo "cookie cutter" o genéricos.**
- **Aumentar las ventas brindando las consabidas técnicas de cierres de ventas.**
- **Agilizar los procesos con nueva tecnología.**

En fin...lo mismo de siempre.

¿Se ha percatado que todas estas estrategias necesitan a la comunicación para ejecutarse? Al final del día, la comunicación es el reto #1 que tienen que enfrentar las empresas para crecer. Cuando todos los empleados -incluyendo los directivos- se comunican efectivamente, aumentan los niveles de productividad y ventas, y la experiencia del cliente se realiza.

¿Qué va a hacer entonces para que su empresa crezca? ¿Lo mismo de siempre? ¿O va a intentar una estrategia nueva y más acertada que convierta a todos los empleados en comunicadores de influencia, sin importar su nivel?

### El reto de la comunicación en dólares y centavos

Muchos empresarios ven el tema de la comunicación como un lujo y no como una barrera que les cuesta miles o millones de dólares, proporcionalmente a la cantidad de empleados que tengan. Veamos cuánto le cuestan al sector privado los errores en la comunicación según un estudio de SIS International Research, Inc.:

- **70% de las pymes identifican como problema primario la falta de comunicación efectiva.**

- **Una empresa con 100 empleados o menos pierde 17 horas a la semana clarificando temas discutidos.**
- **Esto equivale a una pérdida anual de US\$528,443.00.**
- **En empresas con más de 100,000 empleados el costo por errores en la comunicación se estima en US\$26,041.00 por persona por año. (David Grossman de The Grossman Group)**

### El impacto de la comunicación en el día a día: ¿Cómo le afecta?

Cada vez que realizo un taller ejecutivo de "trabajo en equipo" salen a relucir los mismos desafíos, que valido a través de encuestas entre empleados.

Evalúe cuales también afectan su empresa:

- **Errores costosos en la compra y venta de productos y servicios.**
- **Mal uso de recursos: repetición de trabajos y varios recursos haciendo lo mismo.**
- **Pérdida de más de 12 horas en el desarrollo de presentaciones por falta de objetivos claros.**
- **Falta de comunicadores de influencia que cuenten con las destrezas de hablar en público, de persuadir y de inspirar acciones a públicos externos, como asociaciones y clientes.**
- **Baja motivación y aumento de frustración.**
- **Supervisores sin credibilidad.**
- **Inhabilidad de terminar proyectos a tiempo.**
- **Clientes molestos porque sienten que no les escuchan, ni agradecen su patrocinio.**
- **Malos entendidos que afectan su reputación entre clientes internos y externos.**
- **Pérdida de oportunidades de negocios por no entender al prospecto o cliente y solo enfocarse en servicios... y no en beneficios.**

Por lo regular, cuando mis clientes traducen estas oportunidades en dinero se percatan que la pérdida equivale aproximadamente al 20% de su ingreso bruto.

# COMUNICACIÓN: FACTOR CLAVE PARA TENER EXITO



## La comunicación a todo nivel de la empresa

Cuando en las empresas hay problemas de comunicación comenzamos a ver todos los síntomas antes mencionados, entre ellos la baja en motivación y compromiso, como indica Gallup en su estudio. Para afinar la comunicación en nuestras empresas es vital que entendamos que todos los empleados -todos- tienen un papel protagónico en el crecimiento de la empresa.

La alta gerencia es la que comunica cuál es la meta y los empleados son los que realmente se encargan de su ejecución. Pero para alcanzar la meta, resulta vital transformar a todos los empleados en comunicadores de influencia, sin importar su nivel en la empresa. Para que su empresa crezca es crucial que se enfoque en afinar la comunicación en cascada, comenzando por la cúpula.

## 1er paso ALTA GERENCIA

El 56% de la fuerza laboral de empresas en general a nivel mundial expresó que no se sienten orgullosos de sus líderes, según un estudio de Harvard. Ese dato resulta llamativo en un momento en el que urge que los ejecutivos inspiren confianza y acciones con el fin de elevar el nivel de compromiso de los empleados.

Para crecer entonces resulta crítico que nuestros directivos dominen técnicas para:

- **Comunicar la meta de forma clara y concisa.**
- **Realizar presentaciones que, como siempre digo, "peguen, motiven y produzcan resultados™".**

En la vieja escuela empresarial solo se requería que los ejecutivos dominaran sus labores, sus temas, que consiguieran los resultados a toda costa. Sin embargo, hoy día se les exige que sean percibidos como comunicadores de influencia, que tengan la habilidad de hablar en público e inspirar acciones entre empleados y clientes. De hecho, en muchas empresas se incluye en el plan de desarrollo de los ejecutivos programas para transformarlos en comunicadores de influencia.

## 2do paso EMPLEADOS

Como parte del efecto cascada, debemos brindar las mismas herramientas de comunicación a nuestros empleados, quienes son nuestros embajadores ante los clientes. La pregunta que nos debemos hacer es sencilla: ¿Nuestros empleados se hablan o se comunican?

"Trabajo en equipo" no se refiere a cómo nuestros empleados trabajan juntos, sino a cómo se comunican efectivamente entre ellos para que las metas de grupo se logren y la empresa crezca. Recuerde que son realmente nuestros empleados los que día a día tienen que:

- **Persuadir a otros compañeros para trabajar en equipo.**
- **Conocer, entender y satisfacer las necesidades de los clientes.**
- **Producir los resultados.**

Y tenemos que darles las herramientas y conocimientos para que lo puedan lograr exitosamente.

## Capacitación y su Retorno sobre la Inversión

De mis años como alta ejecutiva de empresas Fortune 500 en Puerto Rico y Estados Unidos recuerdo haber asistido a demasiados seminarios cuyo contenido era muy técnico, nada aplicable y sencillamente aburrido. Su retorno a la inversión era casi nulo.

Si la capacitación es clave para afinar la comunicación de mi empresa, ¿cómo aseguramos su retorno sobre la inversión? Uno de los grandes desafíos que experimentan las empresas y sus departamentos de recursos humanos es identificar y brindar programas que:

- **Apelen e impacten a todos los empleados de forma uniforme.**
- **Sean fáciles de poner en práctica de inmediato.**
- **Sean interesantes y entretenidos.**

Para impactar equitativamente a todos es crucial desarrollar los programas de capacitación con las necesidades de las diferentes audiencias en mente:

- **Las generaciones o edades.**
- **Los géneros.**
- **Los niveles de educación.**
- **Las posiciones en la empresa.**

Pero, también, es importante diseñarlos a la medida de las empresas. Solo a través de una buena capacitación y del compromiso de todos en la empresa -sobre todo de la alta gerencia- se logrará fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa, y, por ende, crecer. Esto se refleja claramente en mi lema: "Motivar. Inspirar Acción. ¡Conseguir resultados!™". Y es lo que usted, como líder que busca ser influyente, debe hacer.

**Frances Ríos** es una oradora profesional, autora y consultora experta en comunicaciones. Por casi una década ha fungido como portavoz de empresas del Fortune 200 en Puerto Rico y Estados Unidos, así como estratega para los clientes de su firma. Frances fue aceptada por su trayectoria en el National Speakers Association.