

# Tenemos algo para decirte



**En estos tiempos mucho se habla de engagement o nivel de compromiso hacia las metas de una organización. Incluso, a veces se lo emplea como sinónimo de comunicación. La clave es que la comunicación es un inductor del compromiso.**

## 2010 un año de transformación y cambio

Más competencia, presupuestos ajustados, presiones económicas, ruptura de las estructuras tradicionales, acceso libre a la información y mayor velocidad dificultan que los colaboradores puedan atender y asimilar nuestros mensajes... **Ya no podemos controlar toda la información, y a la vez, necesitamos gente comprometida y determinada, más flexible y unida.**

## No sólo la tierra se está moviendo..también nuestra forma de trabajar

Por supuesto, que una parte del trabajo consiste en que las personas puedan acceder a contenidos relevantes con mayor rapidez y facilidad. Pero la clave hoy es pensar la comunicación como un soporte del negocio. Sólo si la gente cuenta con un adecuado nivel de conocimiento y comprensión podrán participar de los desafíos que plantea el negocio, con confianza en el futuro de la organización y en su propio futuro.

## La comunicación es fundamental para crear las condiciones que conducen al compromiso. Los sí:

- **El fin de la comunicación unilateral** entendida como transmisión de información o “bajada de línea”. La información circula en todas las direcciones entre todas las personas, sectores y niveles.
- **Foco en las relaciones, la interacción y la comunidad.** Diálogo, diálogo y diálogo...honesto.
- **Los líderes inciden en el clima y son fundamentales para impulsar la estrategia.** Están involucrando y comprometiendo a sus equipos ¿Estamos invirtiendo en mejorar la comunicación del líder?
- **...Y hay algún asunto más importante que reconocer.**

**Ya contás con todos los datos. Podés usarlos para liderar y ser un agente de cambio**

## El dato:

En la última Cumbre de Comunicación Interna de la SCM en los Estados Unidos se reveló que el promedio de inversión por empleado – incluyendo salarios era del orden de los

# U\$ 65.-

En definitiva, ¿cuánto vale que las personas sientan orgullo de ser parte de la organización, que la recomienden, y estén dispuestos a dar un esfuerzo extra para contribuir al logro de las metas?

**B&A ESTUDIO BARRESI & ASOCIADOS** Desde 1994 brindamos **comunicación estratégica** asesoramiento en planeamiento, ejecución y control de estrategias de comunicación orientadas al desarrollo de los negocios.

Nuestros tres ejes de trabajo son **Research & Auditorías** para medir la efectividad de la comunicación; **Liderazgo & Comunicación** para que quienes ocupan roles de conducción puedan liderar a partir de la comunicación; y **Producción de Contenidos Editoriales** dirigidos a segmentos diversos y en multiformatos.

En nuestro enfoque converge el pesamiento estratégico, la búsqueda de inteligencia y la creatividad. Buscamos mover la aguja a través de la comunicación consistente, persistente y diferenciadora. Todo esto para **generar una experiencia positiva en el trabajo donde las personas se sienten valoradas y pueden agregar valor.**

**Mariana Barresi**, es M.A. de Boston University y doctoranda de la Universidad Austral. Se dedica a la consultoría, la docencia y la investigación. Publica artículos y dicta conferencias en ámbitos empresariales y académicos.

Contáctese con nosotros

+54 11 48 13-60 06 | Cel. 15 49 27-65 78 ✉ estudio@barresi.com.ar | contacto@barresi.com.ar