

## COMUNICAR LA POLÍTICA Y ALGO MÁS

JOSÉ LUIS ESTRADA



## Comunicación y cultura organizacional

Las organizaciones tienen un metas y objetivos. Dentro de estos logros está cumplir con su productividad, generar productos, cumplir a sus clientes y por supuesto generar utilidades que les permitan sobrevivir. En este punto, la comunicación es factor importante que promueve también la ventaja competitiva en las organizaciones empresariales, en los partidos políticos y en todo tipo de integración social.

La productividad no sólo requiere de técnica y tecnología, sino también de una cultura que se construye al interior de los grupos de trabajo. Es preciso por tanto, saber comunicar los objetivos a los integrantes de la organización, motivar a los empleados para que logren sus metas y por supuesto participen en los logros de la empresa. El psicólogo Elton Mayo, produjo en sus investigaciones el "efecto péndulo", como una aportación para comprender que los individuos tienen sentimientos, buscan sentirse útiles y deben considerarse motivados para actuar adecuadamente.

Por ello, el éxito de las organizaciones está en construir un esquema de comunicación integral, un ambiente de paz y tranquilidad que sea garantizado por una planeación efectiva, con valores y criterios éticos. La cultura al final de todo el proceso es los que se comunica, los elementos que están de manera intangibles dentro de las empresas. La puntualidad, por ejemplo es un valor que indica que las cosas van bien, la importancia del tiempo está en la materialización de los procesos basados en el principio de "Just on time".

Este método japonés, también llamado "método Toyota", se basa en establecer una planeación efectiva, garantizar que los insumos estén en su lu-

gar y se logre una sinergia entre los trabajadores y las metas. También parte del principio de que no es necesario almacenar para garantizar insumos, todo puede resultar si los trabajadores hacen su parte. Es un sistema de responsabilidad compartida, donde la comunicación es efectiva y permanente. Es imposible que un eslabón en la cadena trabaje, porque todo se comunica.

Asimismo, el "método Toyota", rompe con el esquema rígido de los trabajadores, porque instrumenta valores de cooperación y participación no sólo en los quehaceres que le corresponden, sino en toda la cadena de la producción. Se busca empleados creativos, felices y colaboradores, que puedan realizar cualquier actividad. Ahí está el secreto de las empresas más eficientes y productivas.

Pero también depende el éxito en las organizaciones de técnicas como el "método Gemba", que evoca una palabra japonesa que puede traducirse a: "el verdadero lugar", eso significa que cuando estudiamos, aprendemos la teoría o la técnica, pero es preciso entender la organización. Saber qué hacer, qué es lo que está obstruyendo la productividad. Pueden ser los empleados que llegan tarde, que pierden el tiempo en el almuerzo o que atienden mal a los clientes. Eso está disminuyendo la productividad de la empresa.

Por tanto, para garantizar una empresa exitosa, es necesario conocerla, escrudiñarla, contar con profesionales de la comunicación que logren integrar y alinear todos los elementos. Desde la infraestructura, la iluminación y todos los factores que comunicación a los empleados, a los clientes y a los proveedores. La confianza está basada en lo que se comunica. Por tanto, la percepción de una oficina limpia, organizada y cuidada, dará por tanto confianza a los clientes.

En el "método Gemba", tienes que ver cómo lo hacen, porque lo hacen así los empleados, cómo se sienten los clientes y todos los que forman parte del proceso. Sólo así se podrán transformar los elementos que obstaculizan la productividad, tal vez dar a conocer las minutas, los acuerdos, explicar bien los objetivos; eso servirá para garantizar productividad. Comunicar bien, es la clave. Producir más depende de la comunicación asertiva. Insertemos estos consejos en la organización y veamos su crecimiento. ■

## EXPRESIONES UD LAP

JULIÁN SANMARTÍN



## Si no apareces en los tres primeros resultados de Google, nadie te conoce

De verdad Google no posiciona en primer lugar, lo mejor o más importante? ¿Cuántos tweets/post tengo que publicar al día para conseguir más seguidores? ¿Qué es eso del SEO/SEM? ¿Si mi web tiene un buen diseño, por qué nadie la visita? ¿Tráfico orgánico, eso qué es? ¿Qué es eso de la reputación online?

Estas, y otras muchas, son las preguntas más frecuentes que me realizan cuando me enfrento a una consultoría empresarial o un curso académico de comunicación digital. La llegada del internet revolucionó la situación de una sociedad acostumbrada a la realidad cotidiana de lo off line. Sí, es verdad que a principios del 2000 la llamada crisis de las "punto.com" fue un momento de duda e incertidumbre, pero con los años, internet y el negocio online se ha acabado imponiendo.

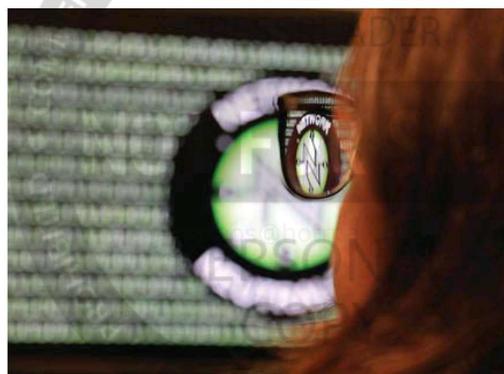
Son muchas las instituciones, empresas y particulares que tratan de conseguir un rédito de su presencia digital. Con más de veinte años de experiencia en SEO, Marketing Digital y Branding me encuentro habitualmente con las preguntas anteriores. ¿Por qué? Porque debemos entender que en internet, lo mejor o lo más importante, o lo que primero aparece, no es siempre lo mejor, es lo que mejor optimizado está. Dicho de otra manera: lo que mejor comunicado está. Incluso en la presencia pagada.

Son muchas y complejas las acciones comunicativas que una empresa o institución debe realizar para poder posicionarse digitalmente. O tienes una potente marca

o tendrás que "luchar en la selva de Google".

¿Qué hacemos prácticamente todos cuando viajamos? Utilizamos Internet (Google, redes sociales, Tripadvisor, etc.) para informarnos sobre lugares a visitar y restaurantes o bares a los que ir para comer o beber alguna cerveza. ¿Me equivoco? Bien. Viajamos y nos guardamos los primeros nombres que aparecen cuando tecleamos, por ejemplo, "mejor bar tapas Madrid". Lo hacemos pensando que son efectivamente los mejores bares. Y, desgraciadamente, no lo son. Son los que mejor comunican en digital.

Aporto un último dato. Cuando, por ejemplo, hacemos una búsqueda en Google, se nos ofrecen varios cientos de resultados. ¿Pero sabías que más del 93 por ciento de los usuarios únicamente consultan los tres primeros de la primera página? Dicho de otra manera, aunque tengas una web nueva y con un buen diseño, si no empleas acciones correctas de comunicación digital nadie, absolutamente, nadie te conocerá o visitará. Y lo mismo sucede con Facebook, Twitter, Youtube, e Instagram, entre otros. ■



Emitieron postura ante neutralidad de la red. ANDRÉS LOBATO

## Activistas piden que se democratice internet

## Derechos digitales.

Ante el incumplimiento del IFT a regular la red, se lanzó un anteproyecto que estará en consulta

RAFAEL GONZÁLEZ PUEBLA

Para fijar su postura ante el anteproyecto que presentó en diciembre de 2019 el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para delinear y regular la neutralidad de la red de internet, se llevó a cabo la conferencia "Salvemos Internet, ¿Qué es la neutralidad de la red y por qué importa?", donde participaron José Flores, Cuauhtémoc Cruz, Claudia Muñoz y Lizeth Mejorada.

Fue el integrante de la Red de Defensa de los Derechos Digitales, José Flores, quien explicó que con la Reforma en 2014 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiocomunicación se creó el IFT, el cual dentro de sus lineamientos y

funciones estaba la creación de un reglamento para el libre tránsito, no discriminación, privacidad y transparencia en el intercambio de datos en internet, que se llama el principio de neutralidad de la red, el cual establece que las empresas que prestan este servicio no pueden discriminar por origen, tipo o contenido el tráfico de las aplicaciones, servicios y contenidos en Internet.

Indicó que eso significa que sin importar lo que uno esté viendo, el prestador del servicio no puede decidir que un contenido vaya más rápido que otro, lo que se incumplió.

Mencionó que derivado del incumplimiento por parte del IFT a regular la neutralidad en la red por parte de los prestadores del servicio de Internet y su postergación para definir sus lineamientos, en diciembre de 2019 se lanzó el anteproyecto, el cual va a estar en consulta durante 45 días, plazo que vence el próximo 6 de marzo. ■

Son muchas las empresas que tratan de conseguir un rédito de su presencia digital