## **Comunicaciones internas que sí importan: nuevas reglas para la cultura corporativa híbrida**

En un entorno donde las oficinas dejaron de ser el único centro de cultura y los equipos trabajan desde múltiples ubicaciones, la comunicación interna se vuelve el nuevo cemento organizacional. No se trata solo de transmitir información: se trata de c**onstruir sentido, cohesión y confianza**.

De acuerdo con el reporte[***State of the Global Workplace 2025***](https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx), apenas el 21 % de los empleados a nivel global se declara comprometido con su trabajo, y la desconexión emocional está creciendo, incluso sin rotación. Esta cifra revela una urgencia clara: las organizaciones ya no pueden limitarse a informar. **Deben conectar con su talento**, o perderán lo más importante de la organización; sus colaboradores valiosos.

En esta nueva cultura híbrida, donde conviven lo presencial y lo remoto, la comunicación interna ya no es operativa: es estratégica. Es por lo que **Carla Mucharraz**, **Directora de Talento Humano en another para México, Latam y EUA**, nos comparte cinco acciones clave para que las empresas se adapten a esta nueva realidad:

**1. De informar a inspirar: comunicación con propósito**

La comunicación interna no puede seguir siendo unidireccional, fría o meramente informativa. Hoy, cada mensaje construye (o erosiona) cultura. En contextos cambiantes, el contenido que conecta emocionalmente es el que sostiene la **pertenencia y el compromiso**.

[***SHRM (2024)***](https://www.shrm.org/about/press-room/employees-with-a-positive-employee-experience-are-68--less-likel) revela que solo el 9 % de los empleados que viven una **cultura positiva** considera dejar su trabajo, frente al 42 % que lo hace cuando percibe una cultura negativa. La experiencia del empleado comienza con la experiencia comunicacional: cómo se dice, qué se dice y con qué intención.

**2. Una sola cultura, en todos los formatos**

Las empresas híbridas enfrentan un reto clave: garantizar coherencia cultural sin importar el canal. No se trata de replicar formatos físicos en digital, sino de adaptar la experiencia cultural a todos los puntos de contacto internos.

Según [***Gallup (2024)***](https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx), el [70 %](https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx) del compromiso de un equipo depende directamente del manager, y muchos líderes hoy reportan estar desbordados por la reconfiguración de equipos y tareas. En este escenario, una comunicación interna bien diseñada puede ser su mejor aliada para sostener alineación y claridad en entornos descentralizados.

**3. Escuchar también es comunicar**

Hablar no basta. Una cultura sólida se construye también desde la escucha activa, con mecanismos que detecten tensiones antes de que se conviertan en crisis silenciosas: *townhalls*, encuestas, espacios de diálogo abiertos.

La publicación especializada [***The Great Detachment: Why Employees Feel Stuck***](https://www.gallup.com/workplace/653711/great-detachment-why-employees-feel-stuck.aspx)advierte que mejorar la claridad de expectativas puede aumentar un 9 % la rentabilidad y un 11 % la calidad del trabajo. Y eso comienza con una comunicación clara, empática y que devuelva sentido al rol individual dentro del propósito colectivo.

**4. El liderazgo también comunica (aunque no hable)**

En tiempos de incertidumbre, el liderazgo es más observado que nunca. No basta con tener buenos mensajes: hay que tener líderes que los encarnen. “*La transformación digital no se logra con herramientas: se logra con personas alineadas.* *Y eso exige una comunicación interna clara, emocional y estratégica*”, señala la experta en Talento Humano de la agencia regional another.

[***LinkedIn Global Talent Trends 2024***](https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-acquisition/global-talent-trends-2024)señala que la movilidad interna ha crecido 6 % año tras año, como respuesta al deseo de crecer y encontrar sentido sin cambiar de empresa. Pero esto solo es posible si los líderes se convierten en traductores de propósito, inspiración y oportunidades internas. La comunicación interna debe empoderarlos con contenidos, herramientas y visión.

**5. Del *engagement* al sentido de pertenencia**

No basta con mantener el “clima laboral”. Lo que buscan los equipos hoy es propósito, comunidad, pertenencia. Quieren saber que lo que hacen importa, y que trabajan en un lugar que también les importa.

[***Gallup (2024)***](https://www.gallup.com/workplace/653711/great-detachment-why-employees-feel-stuck.aspx)también muestra que conectar el trabajo individual con la misión de la organización puede reducir la rotación 32 % y aumentar la productividad 15 %. Es aquí donde la comunicación interna se convierte en una herramienta clave de ***employee experience****:* activar valores, celebrar logros y generar orgullo compartido.

“*Hoy, la reputación de una empresa comienza puertas adentro. Las marcas que cuidan a sus equipos,* ***comunican con empatía*** *y escuchan con intención, no solo retienen talento: lo convierten en embajadores culturales*”, finaliza Carla Mucharraz, especialista en reputación interna y cultura en another, agencia estratégica de comunicación con importante presencia en América Latina.

-o0o-

**Sobre another**

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, another es una agencia líder en comunicación estrat que ofrece servicios de relaciones públicas, comunicación digital, marketing de influencia, redes sociales, branding, marketing de contenidos, creatividad y diseño, y experiencias de marca. Galardonada con múltiples premios SABRE y Latin American Excellence Awards, another establece estándares de excelencia al ofrecer estrategias innovadoras y orientadas a resultados que resuenan culturalmente y fortalecen las marcas.

Con oficinas en México, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Estados Unidos, Panamá y Perú, y con un alcance que se extiende por toda América Latina, Canadá y Europa, another se integró a la familia SEC Newgate en 2022. Esta asociación amplió las capacidades de another para incluir relaciones institucionales, gubernamentales y asuntos públicos, lo que le permite ofrecer soluciones completas de comunicación en toda la región.

Para mayor información vista[**another.co**](https://another.co/).

**Contacto de Prensa**

Adán Ramírez

Sr. PR Expert & Consulting en another

E-Mail: [adan.ramirez@another.co](mailto:adan.ramirez@another.co)