



COMUNICACIÓN INTERNA

**A****DEFINICIÓN
DE AUSENCIAS**

Hacer saber a toda la organización que entendemos por absentismo o ausencias.

Transmitir la dimensión real del problema de forma entendible.

Uso de indicadores como:

- Equivalencia en número de personas ausentes.
- Equivalencia en días de cierre.
- Nº personas que se han ausentado más de 5 veces en un año.

B**DIMENSIÓN
DEL PROBLEMA
DE AUSENCIAS****C****SENTIDO
DE URGENCIA**

Explicar el porqué del cambio y el porqué ahora.
Valorar el argumento del "coste del absentismo".



Posibles efectos nulos o incluso negativos.

Comunicar a toda la empresa los objetivos fijados.

Combinar objetivos de:

- Resultado directo (ej. índice de incidencia)
- Indicadores de actividad (ej. Nº de entrevistas de retorno realizadas)

D**COMUNICACIÓN
DE OBJETIVOS****E****COMUNICACIÓN
DE HITOS**

Programar un cronograma de comunicación con el que acompañar el proceso de cambio.

Revisar la utilización de los canales comunicativos para cubrir la totalidad de las ausencias.

F**MARCA
PROGRAMA**

Agrupar la comunicación bajo una consigna común.
Usar "claims" vinculados al absentismo.

