

- Tendencias

## Cómo puede la comunicación interna beneficiarse de la Inteligencia Artificial

Cid, Flor

**Capital Humano**, N° 358, Sección Tendencias / Tribuna, Noviembre 2020, **Wolters Kluwer**



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion



En los últimos años, a nadie le sorprende oír hablar de los beneficios que puede implicar para la comunicación interna el hacer uso de la Inteligencia Artificial. De hecho, las «máquinas» ganan terreno día a día, tanto en nuestro entorno más cotidiano y cercano, como en el contexto de los grandes negocios. No obstante, sigue predominando una reflexión que, sin duda, considero marcará tendencia, y es que este campo científico de la Informática, encaminado a la creación de programas y mecanismos que pueden mostrar comportamientos considerados inteligentes (como se define en varios medios), solo tendrá sentido con la necesaria e insustituible complementariedad del factor humano.

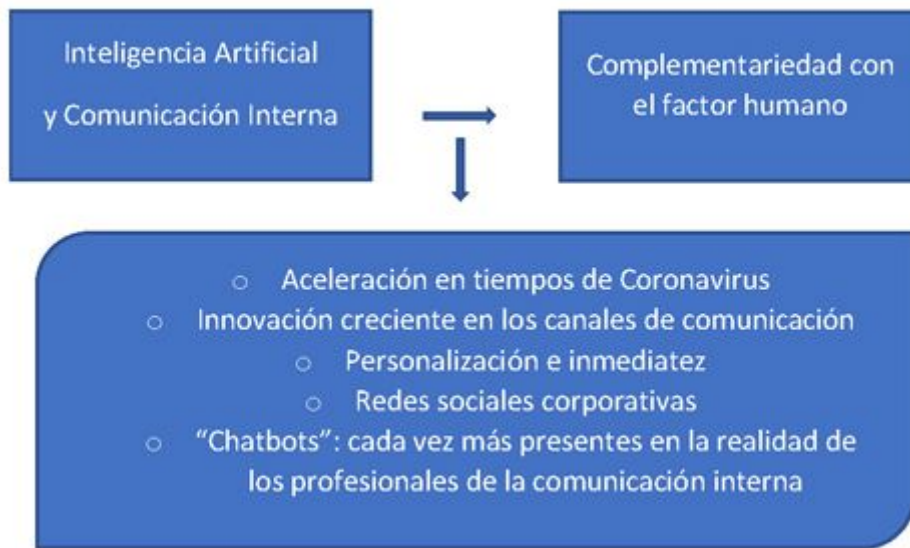
En el caso concreto de la comunicación interna, tanto el análisis de datos como la aplicación de la innovación en el diseño de nuevas plataformas, son dos factores fundamentales para el desarrollo e implementación de las estrategias más adecuadas. Ya en 2018, un artículo de BeFun Agency (Agencia Creativa), sostenía que el poder del Big Data y la Inteligencia Artificial pueden y deben de ser empleados por las compañías que deseen entrar en contacto de forma natural con sus colaboradores, adaptándose a los nuevos tiempos. La clave reside, fundamentalmente, en ser capaces de innovar en los canales de comunicación empleados para esta finalidad.

En este sentido, la [evolución de la comunicación interna](#) es una realidad imparables, donde puede observarse cómo los métodos tradicionales han dado paso al empleo de las nuevas tecnologías de la información. En la actual realidad post-COVID (que yo prefiero llamar «crisis sostenida del Coronavirus»), este proceso se está acelerando a pasos agigantados. Lo que antes era una opción para aquellas empresas que deseaban seguir creciendo y fidelizando a sus plantillas, ahora se ha convertido en un «*must*», sin el cual la supervivencia de las compañías está abocada al fracaso.

Las nuevas herramientas de comunicación basadas en la Inteligencia Artificial suponen una revolución radical para los departamentos de comunicación interna y se caracterizan, ante todo, por la personalización e inmediatez a la hora de proporcionar la información precisa a los empleados.

Siguiendo con las reflexiones de BeFun Agency, el nuevo desafío para las compañías es ser capaces de integrar nuevas plataformas de comunicación organizacional que resulten ser tanto más accesibles como más intuitivas. Muchos expertos ya establecen una clara similitud entre las herramientas que los trabajadores emplean fuera de su horario laboral, y aquellas con las que las entidades se comunican con ellos: las redes sociales corporativas; de hecho, el objetivo es conseguir esa similitud de uso y manejo para que el empleado acceda a las comunicaciones de manera cómoda, sencilla y efectiva. Ello repercutirá, a su vez, en la creación de comunidades dentro del ámbito laboral donde poder compartir conocimientos, impresiones y puntos de vista de forma transversal. En este sentido, no es nada nuevo oír hablar de los «[influencers](#) internos», cada vez más valorados a la hora de transmitir y consolidar los valores organizacionales.

En este punto, cabe mencionar también el valor de los «[chatbots](#)» (asistentes virtuales), que gracias a la Inteligencia Artificial simplifican, a la par que agilizan, el proceso de la comunicación interna. Y así lo explica Patricia Durán, Head of Communication de Planeta Chatbots, quien sostiene que los «chatbots» está formando parte cada vez más de la realidad de los profesionales de la comunicación, a pesar de que están presentes desde hace cinco décadas. Para esta destacada experta, la lógica invita a que los «bots» estén presentes en las aplicaciones de mensajería instantánea, de uso creciente por los usuarios digitales. Ante todo, su invitación es a que los dircom aprovechen sus bondades en todos los ámbitos de la comunicación, en este caso de la comunicación interna.



[Opinar \(0\)](#)

Queremos saber tu opiniónNombre