

Capital Humano

- Tendencias

La importancia y el valor de la Intranet como herramienta de comunicación interna

Cid, Flor

Capital Humano, N° 375, Sección Tendencias / Tribuna, Mayo 2022, Wolters Kluwer



Flor Cid

Directora de FlorCidComunicacion y de www.muysegura.com



Desde hace mucho tiempo, la intranet se utiliza dentro de las organizaciones como herramienta destacada de comunicación interna. La evolución que han experimentado es creciente en los últimos años, fruto del avance de la digitalización y de la evolución de las estrategias de comunicación, que persiguen ser más eficaces y apostar por el trabajo en equipo. A nivel general, los expertos coinciden en señalar que su principal valor reside en la mejora de la dinámica empresarial; de hecho, las intranets ya son calificadas por muchas compañías como elementos esenciales para compartir información entre los empleados y propiciar un ambiente colaborativo que desemboque en mejores resultados en términos de productividad.

Uno de los cambios más destacados que ha experimentado esta herramienta de un tiempo a esta parte es que ha pasado de emitir un flujo de comunicación unidireccional, a posicionarse como un punto de encuentro y diálogo a través del cual los trabajadores pueden integrarse en los proyectos y retroalimentarlos con sus propias reflexiones y aportaciones. En este caso nos referimos a las conocidas como intranets sociales que, como algunos expertos sostienen, facilitan tanto las relaciones profesionales puramente dichas, como las privadas, al utilizarse como espacios donde compartir experiencias y vivencias de los empleados.

El uso de intranets posee varios beneficios, tanto tangibles como intangibles. Entre sus principales bondades destacan su capacidad de favorecer el trabajo en equipo. Además, propician el desarrollo de una cultura corporativa fundamentada en la colaboración, hecho que a su vez hace posible el aumento de la creatividad y el aprendizaje efectivo de información. También conocidas como portales del empleado, las intranets facilitan el vínculo con los valores organizacionales sin que exista «ruido externo».

Cabe señalar que, al ser herramientas diseñadas y gestionadas a la medida de los objetivos de las distintas empresas, también es posible desarrollar diversos «módulos» en base a ellas, que se acoplen sencillamente con las necesidades de cada uno de los departamentos, desde RR.HH. (que generalmente coordina el desarrollo y gestión de la intranet corporativa, codo con codo con Comunicación), hasta Financiero, Marketing, etc. (en función de las situaciones y circunstancias).

Para terminar, mención especial merece una vez más el escenario atravesado por las organizaciones fruto de la pandemia y de las nuevas necesidades surgidas dentro de los entornos laborales para gestionar los negocios de manera eficaz, rentable y conforme a las distintas directrices sanitarias. En un contexto en el que el objetivo es el regreso al escenario prepandémico, ya es una realidad irrefutable que la situación no volverá a ser la misma, sino que las compañías se desenvolverán dentro de la nueva normalidad. Esto está implicando escenarios híbridos que combinan la presencialidad con el teletrabajo y la apuesta por la conciliación. Un marco organizacional como éste pone el foco más que nunca en el valor e importancia de la comunicación interna, para la cual resultará muy útil contar con intranets bien desarrolladas y enfocadas en el negocio y en las particulares necesidades y objetivos en los que involucrar a las plantillas activamente.



