

LA RED MÁS CERCANA

Las intranets corporativas son herramientas claves de gestión.

Permiten compartir conocimientos y ahorran tiempo de consulta entre departamentos.

MACARENA MUÑOZ

Necesitas hacer una nota de gastos. ¿Dónde encuentras el impreso? Quieres localizar a un colega de tu empresa que trabaja en Singapur. ¿A quién preguntas? Te enteras que el director general de tu empresa ha dimitido. ¿Cómo consigues más información?

Si la respuesta a todas estas preguntas es la intranet corporativa de tu empresa, entonces tu compañía está haciendo una buena labor de comunicación interna. Pero la utilidad de estas redes internas para los empleados han evolucionado y existen un sinfín de posibilidades.

“Con una buena intranet no sólo ahorras tiempo y dinero, sino que también creas espacios que, de otra manera, no podrían existir”, apunta Ariel Gurenzvaig de Multiplica, consultora especializada en la creación de sitios web y que ha colaborado en la creación y mejora de varias intranets corporativas en España.

Los espacios a los que se refiere Gurenzvaig incluyen desde foros para el trabajo en equipo, hasta es-

pacios para la formación online, o televisiones corporativas. Las intranets también permiten compartir conocimientos entre colegas o contactos de clientes a los que tengan acceso todos los empleados de la compañía.

Son útiles para las empresas grandes y medianas y cuestan desde 60.000 euros

Además, las intranets generan sentimiento de pertenencia a la empresa y permiten comunicar los valores y filosofía de la compañía más allá de las reuniones de equipo o de las fiestas navideñas.

Todos estos nuevos servicios han hecho que cada vez más, las empresas están utilizando su intranet como una herramienta fundamental de trabajo, y no sólo como un cajón de sastre donde archivar sin ton ni



MÁXIMO GARCÍA



LA INTRANET IDEAL

- **Sección de noticias:** de la empresa y del sector. Esto ofrece más sensación de pertenencia a un grupo.
- **Directorio actualizado:** de todos los empleados.
- **Competencias:** se debe incluir una herramienta para encontrar colegas con conocimientos específicos.
- **Espacio ocio:** sección para la interactividad y el aspecto social, porque no todo es trabajo en esta vida.
- **Identidad corporativa:** debe mantenerla pero sin ser agobiante. El empleado ya conoce la empresa.
- **Estética agradable:** se trabaja mejor en un ambiente bonito y ocurre lo mismo en los espacio virtuales.
- **Fácil de usar:** muy intuitiva y sin necesitar muchos movimientos de ratón para acceder a la información.
- **Personalizada:** a cada empleado le interesa una información distinta, dependiendo del departamento o el país.

son documentos y números de teléfono y correos electrónicos de la plantilla.

Éste fue el proceso que vivió Adecco. La empresa de recursos humanos tenía una intranet en la que almacenaban los documentos sin orden. Se actualizaba en función de las necesidades puntuales de cada departamento, sin una clara dirección.

“En 2000 nos dimos cuenta de que no funcionaba. Tras hacer una auditoría interna definimos quiénes ...

ojalá todo
en la vida
tuviera
un buen
asesoramiento



... eran los usuarios y la planificamos de manera que fuera usable y muy intuitiva”, explica Yolanda Hernández, directora de Selección y Desarrollo de la compañía. Actualmente, la intranet de Adecco ha pasado a ser una herramienta utilizada casi a diario por sus más de 1.500 empleados. En ella encuentran desde procesos internos (notas de gastos, solicitud de viajes o petición de pedidos a proveedores) hasta documentos específicos según la tarea de cada trabajador.

Precisamente es la personalización de la intranet lo que hace más fácil y atractivo su uso. En la empresa de servicios profesionales Deloitte consideran que el principal objetivo de su red interna es “darle a cada empleado lo que necesita cuando lo necesita”, apunta su director de Comunicación, Luis Gallardo.

Para poder ofrecer este servicio per-

DELOITTE, CON TELEVISIÓN PROPIA

Ver la televisión en el trabajo no está mal visto en la empresa de servicios profesionales Deloitte, siempre y cuando sea el canal propio que la compañía emite a través de su intranet. Un equipo de seis personas, liderado por una antigua productora de la CNN, se encarga de actualizar el canal con contenidos orientados a la estrategia de la firma, noticias de productos, informaciones por países y por sectores. Las emisiones son a diario en inglés, con subtítulos en dis-



tintos idiomas. Permanecen almacenadas para que el usuario elija cuando descargarlas. También tienen canal de radio, abierto en su web.

sonalizado, al incorporarse a la empresa cada trabajador define su perfil (departamento, intereses, zona geográfica...), de manera que cada vez que utilice la intranet recibirá información acorde con esos intere-

ses. Para la empresa, la inversión no suele ser muy elevada. Una intranet con funcionalidades estándar supone una inversión de entre 60.000 y 100.000 euros.

Las empresas que mayor beneficio

BLOGGEAR DESDE LA EMPRESA

Xavier Vergés trabaja en IBM desde hace 15 años y desde hace tres comparte sus conocimientos informáticos con todos sus colegas a través de su blog, *X de Xavier*.

“Un día pasas de la libreta de anotaciones al ordenador... y piensas que tus notas pueden ser útiles a otros compañeros”, asegura este programador y desarrollador de aplicaciones. Actualiza su *blog* según le apetece, sin periodicidad fija, y escribe en inglés, “para llegar a más gente”.

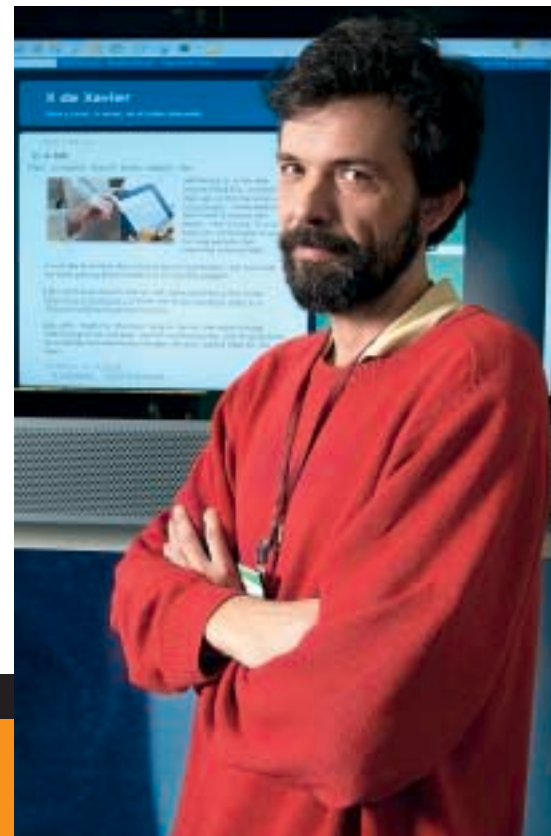
IBM es una de las pocas empresas que han abierto su intranet para que sus empleados mantengan estos diarios online. “Fomentamos el diálogo interno, queremos dejar los máximos niveles de libertad posible para que haya diálogos cruzados entre empleados”, asegura Miguel Ángel Rodríguez Oller, director de Comunicación Interna. Los temas que Vergés trata en su

diario son técnicos, de difusión de la innovación; en definitiva, “información para que IBM sea un sitio mejor para trabajar”.

Asegura que son muchos los colegas extranjeros que dejan comentarios en su *blog*. La mayoría lo utiliza para consultar problemas informáticos que se encuentran en su trabajo diario. Las únicas normas para tener un *blog* en IBM son las de respeto hacia los demás, pero la elección del tema corre por cuenta del empleado. Desde consejos tecnológicos hasta blogs que ayudan a mejorar los conocimientos de idiomas. Todo es posible en la *blogosfera* de IBM.

X de Xavier

Xavier Vergés comparte desde hace tres años todos sus conocimientos informáticos con sus colegas a través de su *blog*, *X de Xavier*



sacan a una intranet corporativa son las de mediano y gran tamaño. “El valor de una intranet está cuando las personas no se pueden comunicar oralmente entre ellas”, apunta Gurenzaig.

Precisamente para evitar que la comunicación oral sea sustituida por un sin fin de emails, la intranet surge como un foro ideal para almacenar datos y documentos.

En Microsoft, por ejemplo, los grupos de trabajo tienen sus espacios reservados en la intranet para poder

trabajar conjuntamente y compartir documentos de trabajo sin necesidad de las idas y venidas de los emails diarios. “Todos los trabajadores, incluidos los directivos, utilizan esta herramienta, lo que evita el envío de muchos emails y de ficheros pesados”, apunta Elena Dinesen, directora de Recursos Humanos.

Comparte tu sabiduría

Estos espacios virtuales comunes también se utilizan en muchas ocasiones para compartir conociemien-

to. Utilizando la intranet se pueden guardar y documentar los conocimientos de cada empleado, de manera que al compartir estas experiencias aumenta la productividad y mejora la competitividad de la empresa. Así, en la compañía de recursos humanos Hudson, a través de foros en la intranet los consultores de distintos países que trabajan en el mismo sector intercambian experiencias.

Otra opción es incluir la formación de los empleados en la intranet, tal



12 €/mes.

Correo en el móvil
y servicio de atención
especializado, el único
certificado por Microsoft.



llame al 1414 orange.es/empresas



Incluye tráfico de correo electrónico limitado y correo de 100 MB/mes para navegación GPS (navegación gratis y Maps). A partir de 100MB/1€MS. Tarificación mínima por sesión: 2,10€. I.V.A. no incluido.



GOOGLE BUSCA EN LA INTRANET DE LA CAIXA

Las intranets cada vez crecen más. Por eso, para hacer accesible la ingente cantidad de información que contienen nada mejor que echar mano de buscadores como Google. Es lo que ha hecho La Caixa, que ha contratado la aplicación para empresas Google Search Appliance para utilizar la tecnología del buscador en su intranet a partir del próximo mes de abril. Meritxell Ripoll, directora de Desarrollo de Negocio de e-laCaixa, asegura que “esta herramienta les va

a facilitar mucho la vida a los 22.000 empleados de La Caixa, ya que no van a tener que memorizar donde está la información de productos o servicios que necesitan. Google la buscará por ellos”.

Ésta no es la primera experiencia de La Caixa con Google, ya que el grupo utiliza desde noviembre de 2006 su tecnología en la web www.lacaixa.es, lo que le ha permitido convertirse en la primera entidad financiera que usa el buscador de Google.

como han hecho en Repsol YPF. A través de la herramienta *Formante* cada empleado sigue su propio ritmo de aprendizaje en función de sus avances académicos y del tiempo libre disponible.

Pero no todo es trabajo en las intranets y la mayoría de las empresas también reserva un espacio para temas de ocio. En Deloitte hacen un regalo a los empleados que colaboran con este espacio de ocio a través de críticas de cine o viajes, mientras que en IBM regalan una PlayStation 3 al trabajador que elabore el mejor vídeo sobre innovación.

✉ macarena.munoz@recoletos.es