



Artículo | HERRAMIENTAS

De la intranet al portal del empleado

Yolanda Domingo, consultora senior del Área de Comunicación Interna de Grupo Inforpress.



Si en nuestra vida cotidiana y laboral impera la consigna de "renovarse o morir", en materia de comunicación ésta debe ser el lema imprescindible en cualquier acción o iniciativa. La comunicación interna en las empresas ha evolucionado notablemente en los últimos años y, cada vez más, es uno de los pilares fundamentales de los planes estratégicos y de negocio de las grandes organizaciones. Así sucede en el caso de Repsol YPF o Telefónica, las dos compañías españolas más importantes por facturación. Desde el punto de vista de las herramientas, sin

duda el mayor avance se centra en el portal del empleado, que marca un antes y un después en las empresas. No sólo porque permite al empleado tener un acceso cómodo y rápido a la información más estratégica y operativa para el desarrollo de sus funciones, sino porque este soporte on line se integra en el nuevo modelo de gestión y dirección del capital humano que se está implantando en las organizaciones.

En este nuevo paradigma, el empleado es una persona autónoma e independiente, que se desarrolla personal y pro-



fesionalmente dentro de una compañía, que se integra con los objetivos de negocio y aporta activamente su creatividad y talento a la consecución de un proyecto común. Pero para que este modelo de gestión de personas funcione es imprescindible un ingrediente esencial: la información. Y cuanto más actualizada, integral y global, mejor.

DE OPERATIVO A CONSTRUCTIVO

Desde el punto de vista operativo, el Portal del Empleado cumple eficazmente con estos objetivos. Gracias a este soporte interno, basado en un lenguaje y diseño html, el usuario puede acceder a directorios (de empleados, clientes, partners, potenciales...), biblioteca (informes, documentos técnicos, artículos útiles, estadísticas...), aplicaciones y herramientas, manuales, catálogos, etc. Las primeras herramientas se basaban en este concepto: un mero repositorio de documentos y archivos que se podían consultar eficazmente con una simple conexión a la red. Eran las llamadas intranets.

Pero poco queda de estas plataformas iniciales. Así, de un compendio de documentos hemos pasado a una indudable herramienta de comunicación interna, interactiva y "a medida" de las necesidades y responsabilidades de cada empleado. El cliente interno puede encontrar todo lo necesario para su día a día (información operativa), puede conocer la actualidad corporativa de su empresa y del grupo (información corporativa), profundizar en la actividad y realidad de otros equipos y centros (facilitando la comunicación transversal), fomentar la gestión del conocimiento, y –quizá lo más importante– puede participar activamente a través de elementos de feedback directo (encuestas, buzón de sugerencias, foros, chats...) e indirecto (estadísticas de uso del portal del empleado: páginas más vistas, tiempo de

permanencia, horas de acceso, etc.). Por ello, como herramienta de comunicación interna, el Portal del Empleado posee grandes ventajas y posibilidades de desarrollo y proyección. Además de cumplir con las funciones de informar, también contribuye activamente a la integración del cliente interno (estrechando los vínculos y potenciando el orgullo de pertenencia hacia la empresa) y a la motivación (facilitando recursos y valorando su esfuerzo en el día a día).

Pero, el Portal del Empleado debe ir más allá, abarcando no sólo contenidos corporativos y operativos, sino también

renovación de contenidos. Un empleado sólo se siente motivado para entrar en un portal si sabe que va a encontrar contenidos nuevos y/o de interés. Y si al navegar encuentra información desfasada y anticuada, las probabilidades de que integre la herramienta entre sus hábitos diarios se reducen drásticamente.

La formación de un equipo multidisciplinar, que represente a cada una de las áreas y divisiones de la compañía, es la mejor opción para definir los procesos y protocolos de autorización y publicación de contenidos. Lo más adecuado

"Cada vez más los portales del empleado están integrando secciones de ocio y tiempo libre, así como otros destinados a la familia o a acciones de voluntariado".

emocionales. En este sentido, cada vez más los portales del empleado están integrando secciones de ocio y tiempo libre, así como otros destinados a la familia o a las acciones de voluntariado y responsabilidad social corporativa. Así sucede con Iberia, DKV Seguros y el portal de Caja Madrid, "e-personas", que fue pionero al integrar contenidos específicos para los hijos de los empleados.

CLAVES DE ÉXITO

Pero, ¿cuáles son las claves de éxito? Las últimas tendencias en el Portal del Empleado, recogidas en los Premios al Mejor Portal del Empleado que cada año convoca el Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, se centran en una actualización constante, un diseño intuitivo y la posibilidad de personalizar. Uno de los grandes escollos de los Portales del Empleado es la actualización y

es permitir que todos los empleados puedan editar y publicar en el portal, estableciendo un sistema de workflow de contenidos lo más automático posible, que potencie la autorización por defecto y no tanto expresa.

Otra clave se centra en la estructura y diseño, que debe ser lo más intuitivo y simple posible, facilitando la navegación y la búsqueda rápida de la información. La inclusión de un buscador potente [y efectivo] es un recurso sencillo que puede ayudar al usuario.

PERSONALIZACIÓN

Un portal a medida es éxito seguro, si bien no es tan fácil. Además de las dificultades técnicas de la aplicación informática –que permitan el acceso a la información adecuada para cada usuario–, hay que superar otras barreras más difíciles: la resistencia de ciertas personas >



Artículo | HERRAMIENTAS

¿PARA QUÉ SIRVE UN PORTAL?

- Mejora el conocimiento que el empleado tiene acerca de la organización, de los valores corporativos, de los resultados...
- Favorece una cultura común y sensación de comunidad.
- Se agiliza el método de trabajo y reduce el tiempo dedicado a tareas administrativas y burocracia interna. Mejora el servicio y tiempo de respuesta, reduce los costes operativos.
- Mejora las relaciones empresa-empleado.
- Mayor eficacia organizacional y productividad.
- Mejora de la comunicación interna. Comunicaciones más efectivas.
- Mayor disponibilidad informativa y colaboración interdepartamental.
- Información actualizada de manera rápida.
- Favorece la toma de decisiones.
- Fomenta la dedicación de los profesionales de RR.HH. a las tareas de valor añadido.
- Una labor más personal y especializada.
- Permite gestionar el talento.
- Implica a los empleados en la empresa.
- Mejora en el acceso a la información y en la toma de decisiones.
- La información es la misma a lo largo y ancho de la empresa, concibiendo el trabajo de forma homogénea.
- Consistencia/uniformidad.
- Formato electrónico.
- Ahorro de tiempo y costes.
- Agiliza la gestión y administración.
- Ahorro.
- Acceso a una tecnología fundamental para la supervivencia en un mercado cada vez más competitivo y dinámico.

> a guardar información y no compartir conocimientos con los demás.

El Portal del Empleado implica una nueva manera de trabajar, de relacionarse con los demás y, por lo tanto, de gestionar la información. Lo más adecuado es segmentar a los diferentes públicos de una compañía y organización, según su nivel y responsabilidad, pero también según su departamento y centro de trabajo. Así, esa personalización no sólo se centrará en que el empleado reciba la información más adecuada según su perfil, sino también en la manera y forma de presentar esta información.

Por ejemplo, un empleado contable de una oficina de una compañía en Albacete deberá tener acceso a la información financiera propia de su departamento (con sus respectivas aplicaciones contables), de su nivel profesional (como jefe de equipo) y de su centro de trabajo. Pero este contenido variará si el usuario trabaja en la oficina de Barcelona en el mismo puesto. Al poseer un perfil diferente, el empleado accederá al portal en idioma catalán, podrá profundizar en la actualidad de su oficina y consultará las

aplicaciones y secciones propias de su departamento. Lo importante de optar por esta segmentación de contenidos es ser cuidadosos en la clasificación de la información y definición de perfiles. Además, para no suscitar desconfian-

“El Portal del Empleado implica una nueva manera de trabajar, de relacionarse con los demás y, por lo tanto, de gestionar la información”.

zas, lo más adecuado es que el usuario sólo vea en la pantalla los contenidos y secciones a los que tiene acceso. Este contenido específico no elimina los contenidos imprescindibles que debe tener esta herramienta de interés general y global, como la información corporativa, actualidad del grupo y de la filial, principales proyectos de los distintos departamentos y centros... así como contenidos operativos: directorios, manuales, catálogos, normas internas... Igualmente, tampoco hay que olvidarse de los contenidos emocionales.

Una vez superado este aspecto, muchas compañías van más allá permitiendo la personalización del diseño, que no sólo se centra en la elección de colores o imágenes, sino también en la configuración de la página central o home.

VALOR AÑADIDO

Hay elementos que aportan valor añadido a esta herramienta on line y favorecen su integración en el día a día del empleado. Uno de ellos es la realización de campañas de marketing interno para el lanzamiento –o relanzamiento– del Portal del Empleado. Para vender una idea o proyecto hay que comunicar e informar. Pero también hay que recordar que lo que se comunica mal, no se puede vender nunca más.

Así pues, es importante cuidar este aspecto, ya que la primera aceptación será esencial para que el portal se implante con éxito y sea aceptado por los empleados, que reconocerán sus posibilidades y

ventajas y contribuirán activamente a su actualización y renovación constante.

Otros aspectos a cuidar será la inclusión de elementos de marketing interno –banners, pop ups, microsites...–, la publicación de espacios de servicio al empleado –administrador y visor de nóminas, gestor de desempeño, vacaciones y días pendientes, e-learning...–, ocio y tiempo libre, responsabilidad social, otros servicios –callejero, diccionarios, conversor de divisas...–, y aplicaciones de navegación común.