

Estrategias de inclusión digital, una mirada desde la Intranet Corporativa

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora y Periodista

Valeria Díaz Areiza

Asesor

Tatiana Betancur Jaramillo

Comunicadora y Relacionista Corporativa

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales

Comunicación y Periodismo

Caldas – Antioquia

2016

Tabla de contenido

Resumen.....	4
Introducción.....	6
Justificación.....	7
Impacto científico y tecnológico:	8
Impacto social y económico:.....	8
Objetivos	9
Objetivo general.....	9
Objetivos específicos	9
Marco teórico	10
Comunicación interna	11
Intranet	16
Web 2.0	18
Metodología	24
Tipo de investigación	24
Población y muestra	24
Instrumentos de recolección de información	25
Resultados	26
Conclusiones.....	28
Sugerencias	29
Referencias.....	30
Apéndices	31

Lista de apéndices

Apéndice A: e-card enviada vía correo electrónico	31
Apéndice B: cubo entregado el “día i”	32
Apéndice C: pantallazo espacio de noticias dentro de la intranet	33
Apéndice D: pantallazo espacio foro dentro de la intranet	34
Apéndice E: pantallazo imagen de la semana dentro de la intranet.....	35
Apéndice F: análisis arrojado por Google Analytics	36
Apéndice G: análisis arrojado por Google Analytics	37

Resumen

Orbis es un grupo empresarial multinegocio (pinturas, aguas, comercio y químicos), de origen colombiano, con alcance multinacional, presente en 14 países de América Latina; el cual busca generar soluciones innovadoras y sostenibles, con base en su portafolio de negocios para el mejoramiento del hábitat de millones de personas.

Con el proyecto “Estrategias de inclusión digital, una mirada desde la intranet corporativa” se busca generar acercamiento del público interno del grupo Orbis con los medios digitales, por medio de los cuales se promulga información de interés sobre la compañía.

La actualización de la Intranet Corporativa a las nuevas tendencias que exige la era web 2.0 permite que todos los empleados de la región se enteren con mayor rapidez de la actualidad de Orbis, sus negocios y la estrategia de la organización. Dentro de este cambio se implementó una plataforma SharePoint 2013 en la web 2.0 , la cual permite mayor interactividad, participación, movilidad y rapidez de interacción de doble vía, es decir, un medio en el cual puede participar en tiempo real tanto empleador como empleado.

Dicho proyecto se realizó, con la necesidad que carecía de flexibilidad en la forma de comunicarse internamente en el grupo Orbis, la anterior plataforma contenía un diseño poco amigable e interactivo y no contaba con la opción de habilitar los contenidos en dispositivos móviles que permite estar a la vanguardia en tiempo real de lo que se publica en la Intranet, con posibilidad de compartirla con mayor facilidad además de esto se buscó generar participación de las audiencias y creación de contenidos dinámicos para así despertar interés del público al cual se dirigía.

PALABRAS CLAVE: medios digitales, web 2.0, participación, sostenibilidad, interactividad, intranet, multinacional, Grupo Orbis.

Introducción

El presente trabajo tiene como fin analizar la nueva intranet corporativa del grupo Orbis, para así analizar el uso que los empleados de la compañía le dan a ella.

En él se tendrán en cuenta los factores que intervienen en la creación de contenidos, actualización e interés por los mismos, implementación de herramientas que permitan mayor interacción dentro de la intranet, efectividad, rapidez e inmediatez de la misma.

Dentro del proyecto “Estrategias de inclusión digital, una mirada desde la intranet corporativa”, se tendrá en cuenta como técnica la observación, el trabajo de campo, la inmersión y la herramienta Google Analytics, para así condensar toda la información recolectada durante el tiempo en el cual se llevó a cabo el proyecto.

Justificación

Cabe resaltar que en la mayoría de países del mundo, la era digital ha absorbido la mayoría de la población, por ello, hay que tener en cuenta estrategias de inclusión digital en las empresas, para así generar interactividad y conectividad con los empleados; por medio de una intranet corporativa adecuada, esto podría llevarse a cabo, teniendo en cuenta las necesidades de la población laboral.

Orbis es un grupo empresarial multinegocio, que opera como una corporación de alcance multinacional y con foco en América Latina; en el 2015 cuenta con 4 negocios: pinturas, aguas, químicos y comercio, con operaciones en 14 países de Centroamérica.

Al ser una empresa tan grande y con alto alcance laboral, se consideró la opción de avanzar a la web 2.0, ya que, se vieron varias necesidades de conectividad dentro de la anterior plataforma.

Por lo anterior, con el proyecto “Estrategias de inclusión digital, una mirada desde la intranet corporativa”, se pasará de utilizar una intranet de SharePoint 2010 a una plataforma 2.0 en SharePoint 2013, lo cual permitirá que sea una intranet amigable, ágil y que permita feedback de la información, para que así los empleados puedan hacer parte de los contenidos, propongan y ellos mismos construyan una parte de la intranet.

Por lo anterior se crearán espacios de foros, imágenes de la semana, etc., para que los empleados se animen a participar.

Desde: “Estrategias de inclusión digital, una mirada desde la intranet corporativa”, se buscará incluir, interactuar y conectar, a los diferentes públicos de la empresa Orbis,

sobre los momentos, acontecimientos, eventos y demás información referente a la entidad.

Desde allí se brindarán oportunidades de inclusión a aquellos que se sienten marginados por la era digital dentro del ámbito profesional.

Impacto científico y tecnológico:

Mediante el ofrecimiento de una herramienta digital que sea de utilidad para la empresa Orbis, se buscará generar interacción con los empleados, para que así den a conocer sus necesidades por medio de la web 2.0

Impacto social y económico:

Se generará inclusión social, cultural y corporativa, para los empleados de Orbis, por medio de una herramienta digital para los empleados del grupo Orbis este proyecto facilitara la búsqueda de información sobre la compañía, es decir, no dependerán de sus jefes para estar al tanto de las noticias o información de interés. De igual manera los directivos empresariales tendrán la oportunidad de estar enterados de lo que está pasando en cada negocio.

Se tendrá la posibilidad de ver el formato de la intranet en dispositivos móviles, lo cual generará tener acceso inmediato información; además de eso se reducirá el uso del papel, ya que allí se podrán montar boletines, foros, etc., que normalmente deberían ser impresos y así se reducirían los costos y gastos de la empresa.

Objetivos

Objetivo general

Actualizar la intranet corporativa de Orbis (región Centroamérica, Colombia y Brasil) a las nuevas tendencias que exige la era web 2.0, con el fin de generar una comunicación de doble vía entre todos los empleados del país y la intranet de Orbis.

Objetivos específicos

- Implementar la web 2.0 en la intranet corporativa.
- Crear una campaña de expectativa para el lanzamiento de la intranet corporativa, teniendo en cuenta las necesidades y gustos de los empleados.
- Generar feedback en la información empresa-empleado, empleado-empresa y así tener un mejoramiento continuo dentro de Orbis.
- Generar sostenimiento en la intranet corporativa, para que sea un proyecto de uso a largo plazo y se sostenga a través del tiempo.
- Indagar el material bibliográfico de lo anteriormente realizado en Orbis, para así tener respaldo en la información y bases teóricas para la realización de este trabajo.

Marco teórico

La incursión de la sociedad en el entorno digital propone nuevos modelos de interacción, que para el caso de la comunicación y el periodismo, demandan la comprensión de la cultura digital desde sus características: la democratización del conocimiento, el trabajo en red y la interactividad.

Con la comprensión de estas dinámicas y tecnologías, la comunicación se constituye en un elemento medular para la solución de problemáticas sociales. La apropiación de los conocimientos en el entorno permite la creación de estrategias de comunicación soportadas en herramientas digitales para aplicar con responsabilidad y criterio.

La información es hoy un recurso determinante de la competitividad organizacional y sustento de la toma de decisiones, un factor crucial para el progreso social y económico; el único elemento capaz de crear conocimiento y satisfacer las necesidades de quienes trabajan en las organizaciones. Es por eso que, actualmente, no basta con poseer información, sino que esta debe ser de calidad y actualizada, pero sobre todo pertinente a los objetivos de la entidad. Además, como complemento, es necesario poder procesarla, difundirla tan rápido como sea posible y utilizarla como el recurso estratégico que es. En esto, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) aplicadas al ámbito interno de la organización tienen un lugar fundamental (Rodríguez, 2007)

Comunicación interna

Según Pizzolante (2004), la comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global. Es un hecho constatado que la reunión de personas en torno a un objetivo común genera unas necesidades de relaciones tanto internas como externas. Éstas tienen como base la transmisión de información y, hoy en día, la posesión de información es el motor de funcionamiento de cualquier empresa.

Es una de las ramas de la comunicación y se enfoca en la comunicación que se lleva en el interior de las empresas y está dirigida al cliente interno es decir el trabajador, con el fin de motivar a los colaboradores para obtener mejores resultados en sus actividades, también que éstos tengan un vínculo directo con la empresa, con lo que sucede en ésta y en sus diferentes dependencias.

La comunicación interna se ha convertido en un reto para todas las empresas en la actualidad ya que por medio de esta comunicación se pueden encaminar a todos los trabajadores en la misma dirección para llevar a cabo los cambios que se proponen para lograr los objetivos corporativos y estratégicos de la compañía con el fin de mejorar sus resultados.

Esta es una de las herramientas que pueden utilizar las empresas para asumir los retos a los que se enfrentan ya que por medio de ésta se pueden motivar a todos los trabajadores, mantener a los que mejor se desempeñan en sus puestos de trabajo e inculcarles lealtad hacia la

empresa por medio de la promoción de la cultura corporativa y crear una adecuada identidad empresarial (Muñiz)

Con el fin de que la eficacia del recurso humano se mantenga dentro de las organizaciones es necesario que los colaboradores sientan que sus necesidades estén satisfechas dentro de la empresa por medio de que tengan acceso a información corporativa como son la misión, visión, estrategias, objetivos para que se incremente su sentido de pertenencia y den su mayor esfuerzo para conseguir los objetivos propuestos por la empresa.

La comunicación interna también ayuda a la reducción de un tema que hace mucho daño dentro de las compañías como lo es la incertidumbre y los rumores que se generan debido a la falta de comunicación entre los diferentes niveles jerárquicos que se dan al interior de las empresas, éste tema se puede eliminar por medio de la adecuada comunicación entre los colaboradores de las diferentes áreas de la compañía.

Los tipos de comunicación interna son dos: ascendente ya que se realiza de forma vertical desde los niveles jerárquicos de abajo hacia los niveles superiores y el tipo de comunicación descendente que se da en sentido contrario desde arriba hacia abajo y esta se debe realizar en estas dos formas para que el diálogo dentro de las empresas sea eficaz y no se incurra en errores que lleven a mensajes erróneos debido a barreras de comunicación o falta de ésta para integrar todos los niveles de la empresa; ya que en varias empresas se da la comunicación interna solo de forma horizontal entre las dependencias del mismo nivel jerárquico evitando relacionarse y comunicarse con los otros niveles los cuales son indispensables para el correcto

funcionamiento de la compañía ya que todos deben trabajar unidos y sin comunicación efectiva se llevan a cometer errores que afectan los resultados de la empresa y a todos los que hacen parte de ella.

Otro punto importante en la comunicación es que el diálogo entre los directivos y los trabajadores debe ser constante y con feedback o retroalimentación continua para garantizar que los mensajes se hayan entendido de forma correcta y conocer la respuesta por parte de los otros niveles de la empresa con el fin conocer las opiniones o nuevas ideas para el mejoramiento continuo de la organización. De esta forma se da importancia a la opinión de todos los colaboradores y se genera sentimiento de pertenencia y lealtad hacia la empresa.

Algunas de las herramientas que se pueden utilizar para garantizar una buena comunicación interna son:

- Manuales corporativos.
- Convenciones anuales.
- Revistas internas.
- Nuevas tecnologías.
- Intranet.
- Reuniones aleatorias.
- Jornadas de puertas abiertas.
- Tablón de anuncios.
- Reuniones con la dirección.

- Buzón de sugerencias.

Un aspecto significativo es la auditoría en la comunicación interna, la cual permite corregir los contenidos que se publican teniendo en cuenta el impacto que pueden tener en los trabajadores ya sea informativo, persuasivo o motivacional, ya que de este depende la actitud se tome frente a la compañía y así mismo los resultados que se obtengan en las actividades diarias dentro de la empresa.

También se puede evaluar la eficacia del medio de comunicación que se utiliza y si su alcance llega a todos los trabajadores de la organización ya que todos deben tener acceso a ella para que los objetivos de la compañía se puedan cumplir satisfactoriamente y tengan los efectos esperados en el clima laboral mejorando la actitud de las personas y que realicen a gusto sus labores por su incremento en el sentido de pertenencia hacia la organización y el adecuado trabajo en equipo.

La comunicación interna sirve para:

- Saber cómo se está realizando la comunicación.
- La forma adecuada de comunicar.
- Revisar las prácticas de comunicación interna.
- Detectar problemas de comunicación entre los colaboradores.
- Manifestar las necesidades informativas.
- Proponer procedimientos más eficientes.
- Mejorar los mensajes para una óptima comunicación.

Los beneficios de la comunicación interna son:

- Es un elemento importante dentro de las estrategias organizacionales.
- Tiene efectos en los resultados de la empresa.
- Mejora el clima laboral.
- Optimiza los procesos internos.
- Difunde la política e identidad de la compañía.
- Aumenta la motivación del personal.
- Incrementa el compromiso y el sentido de pertenencia hacia la empresa.
- Informa de los cambios importantes a los colaboradores.
- Mejora la comunicación entre dependencias.

Alguna de la información que la comunicación interna ayuda a promover dentro de la organización es:

- Los objetivos de la empresa.
- Manuales de procesos de trabajo.
- Políticas de la compañía.
- Cambios organizacionales de la compañía.
- Motivos de la rotación del personal.
- Todos los departamentos que componen la empresa, sus funciones y los servicios que prestan a los colaboradores.

- Fechas de las reuniones laborales.
- Resultados de la empresa.
- Planes de carrera y desarrollo profesional.
- Información de las tendencias del mercado.

Intranet

La intranet es una de las tecnologías más poderosas que pueden utilizarse en una organización, si se aplica de forma adecuada. Su diseño e implementación, en función de los objetivos organizacionales, provee a la institución de una herramienta fundamental para la gestión de la información que tributa a la gestión del conocimiento, y para la comunicación interna, que permite mejorar y agilizar la dinámica organizacional. Sin embargo, esto sólo es posible cuando los empleados participan activamente en su mantenimiento y actualización. Se realiza un acercamiento a esta tecnología, a partir de su definición conceptual y su caracterización en el contexto de las organizaciones. Se analiza su visión como herramienta para la gestión de la información y como medio de comunicación (Rodríguez, 2007).

Es una de las herramientas más importantes en la comunicación interna y consiste en un sitio web privado para uso exclusivo al interior de la compañía, su objetivo principal es brindar información útil para los colaboradores que genere sentido de pertenencia hacia la empresa.

Debido a que los trabajadores en las empresas necesitan tener a la mano diversa información para ejecutar sus funciones adecuadamente como memorandos, reportes, información de productos, análisis de mercados, contratos, formatos de reunión, manuales y procedimientos la intranet es un buen lugar para tener de forma ordenada estos documentos y evitar pérdida de tiempo por falta de organización de la información necesaria para llevar a cabo las labores dentro de la empresa.

La intranet brinda confianza a los directivos y colaboradores dentro de la empresa ya que se maneja bajo estrictas normas de seguridad y control de acceso por medio de unos permisos especiales asegurando que cada persona solo tenga acceso a la información que necesita de acuerdo a su perfil y a las funciones que tiene dentro de la compañía.

Esta herramienta presta grandes beneficios a la compañía ya que está disponible para su uso las 24 horas del día todos los días del año brindando facilidades a los trabajadores ya que no tienen restricciones de tiempo para llevar a cabo sus labores y pueden consultar la información que necesiten en cualquier momento (Gretter)

La intranet también facilita documentos electrónicos así como información importante en la toma de decisiones ya que los proyectos o maquetas se pueden compartir en línea y así realizar juntas virtuales con personas desde cualquier parte del mundo, también generando ventajas para la empresa como la disminución de gastos en transportes y reuniones en cualquier momento y sin interrumpir las actividades que se estén realizando en las diferentes ciudades, ya que no se necesita el desplazamiento a una sola ciudad por parte de todas las personas que se encuentran

involucradas en los temas de las diferentes reuniones que se requieren para la supervisión y ejecución de los proyectos durante todo el año para llevar a cabo los objetivos de la empresa.

Otra de las ventajas que brinda la intranet es que las capacitaciones se pueden realizar en línea y al mismo tiempo para los trabajadores que se encuentren en diferentes sitios de trabajo o ciudades, llevando a que todos tengan la información necesaria para ejecutar sus actividades de forma oportuna y evitando costos para la empresa como son los gastos en traslado de trabajadores y de capacitadores.

Por otra parte los beneficios de la intranet también se observan en la rentabilidad financiera ya que el 98% de las empresas que cuentan con intranet tienen ROI Retorno sobre la Inversión favorable.

Con la globalización estas prácticas organizacionales como la implementación de la intranet se han vuelto imprescindibles en todas las empresas con el fin de ser más eficaces y competitivas en el ámbito laboral para no quedarse rezagados y perder frente al mercado internacional.

Web 2.0

Hace algunos años lo que para algunos era inimaginable hoy es logable: “Hoy son parte del recuerdo el otrora buscador Altavista, el navegador Netscape o la revolucionaria Google Video y, actualmente, caminan en esa dirección redes sociales como SecondLife, o incluso la que un día fuera una de las más exitosas, MySpace” (Sánchez, 2012)

Web 2.0 es una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la

organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar (de la Torre, 2006)

Es un fenómeno social que se dio por el desarrollo de las aplicaciones en internet aproximadamente en el año 2003 cuando la información empezó a generar interacción con los usuarios por medio de la aparición de los blogs y las redes sociales que han tenido tanta importancia que son de gran relevancia actualmente en la vida diaria de las personas.

La web 2.0 está conformada por plataformas de publicación de contenidos como son los blogs y las redes sociales, también otros servicios de información llamados wiki dentro del cual el más representativo es Wikipedia una fuente de consulta de diversos temas en los que encontramos información ampliada aportada por los internautas y otras aplicaciones para guardar, modificar y/o compartir con otros usuarios archivos fotos, audio y videos como son las reconocidas youtube e instagram.

La generación 1.0 está conformada por las páginas web que solo muestran información y no necesitan de actualizaciones la mayoría son páginas creadas hace varios años aunque actualmente también encontramos algunas de estas páginas mientras que las páginas que permiten interacción y son actualizadas por los mismos usuarios se denominan web 2.0.

Con la web 2.0 se dio un cambio en la relación que se tiene con la información ya que hizo a las personas parte de ella, las introdujo en ese mundo y cambio la forma de medir los acontecimientos que se publican en las redes sociales, ya que entre más personas hayan comentado o visto una noticia ésta adquiere más valor y se mide por este hecho, además de que las personas pueden enriquecer estas publicaciones por medio de sus opiniones frente al tema expuesto.

Debido a este cambio en la comunicación debido a los avances tecnológicos se ha dado el surgimiento de periódicos y revistas independientes que han tenido reconocimiento y éxito a nivel mundial que se contraponen a la decadencia de algunos periódicos impresos que habían tenido gran reconocimiento en años anteriores. Así vemos los cambios que se han dado por la generación de nuevas tecnologías que hacen que el mundo cambie y la percepción de las personas acerca de los acontecimientos que deben ser observados y necesitan de una crítica por parte de las personas.

Con toda esta información se puede deducir que la comunicación ha tenido grandes cambios en las últimas décadas que han ido de la mano con la evolución tecnológica que se ha dado en el mundo y que ha llevado a grandes cambios en la forma de comunicarnos con las otras personas.

La comunicación ha tenido cambios en los diferentes campos en que se desenvuelven las personas desde el personal al hablar con los familiares y amigos, hasta el ámbito laboral al realizar la comunicación interna ya que se han dado más medios de comunicación que facilitan llevar los mensajes a todos los colaboradores de la empresa.

Estas herramientas tecnológicas pueden aportar mucho a las empresas si se saben utilizar y se integran con las estrategias empresariales para lograr los objetivos propuestos dentro de las compañías.

Teniendo como base la información expuesta anteriormente desde la importancia y las implicaciones que tiene la comunicación interna dentro las organizaciones, pasando por los beneficios que ésta trae se puede decir que es vital dentro de las empresas con el fin de lograr los objetivos propuestos tanto a nivel financiero como con el capital humano y el crecimiento de la empresa.

Esto debido a que al tener una buena comunicación interna el clima laboral va a ser mejor, lo cual representa que los colaboradores se sienten bien desarrollando sus actividades y que tienen alto sentido de pertenencia hacia la empresa lo cual los lleva a dar lo mejor de sí y obtener los mejores resultados en su trabajo.

Estos buenos resultados deben ser celebrados y agradecidos por parte de sus jefes y de la empresa a nivel general por medio de reconocimientos públicos en carteleras o como el popular empleado del mes, reconocimientos financieros con comisiones, bonificaciones y aumentos de salario, reconocimientos laborales como ascensos y reconocimientos profesionales como cursos y apoyo para estudiar carreras profesionales, especializaciones y maestrías, otros reconocimientos que se pueden dar a los trabajadores en las empresas son las integraciones que se realizan con sus familias en fechas especiales como son la fiesta de los niños en octubre, la fiesta de fin de año, la celebración y detalle el día del cumpleaños y muy importante el reconocimiento al tiempo vinculado con la empresa.

Estos reconocimientos generan que los empleados se sientan motivados a dar lo mejor de sí y a sentir que están siendo valorados, lo cual los lleva a trabajar con agrado, a mejorar el trabajo en equipo, a tener una comunicación efectiva con los otros trabajadores, estos factores producen buenos resultados a nivel general en la parte financiera y el clima laboral de la empresa.

Los cambios que se han dado a nivel mundial en el campo de la tecnología y que han llevado a que sea considerada como una herramienta fundamental en diversos ámbitos como el laboral para facilitar la ejecución de todas las actividades dentro de las empresas con maquinaria que tiene tecnología de punta hasta herramientas para ayudar en las actividades administrativas dentro de la web 2.0 cuya principal finalidad es que se genera la interacción entre las personas y se ajusta a la necesidad de comunicación efectiva dentro de la organización.

Dentro de la parte administrativa y teniendo en cuenta la importancia de la comunicación interna también se han generado herramientas que facilitan las tareas y que son un excelente medio de comunicación como las revistas digitales, aplicaciones sociales por medio de las cuales se pueden comunicar los colaboradores y la que se quiere destacar conocida como intranet.

La intranet es una herramienta de comunicación dentro de las empresas que promueve la información empresarial entre todos los colaboradores que tiene diversas finalidades desde contener los formatos de documentos que se necesitan a diario hasta informar a las empresas acerca de las políticas de la empresa, objetivos, manuales de procesos y motivar a los colaboradores para incrementar el sentido de pertenencia.

Herramienta que con una adecuada utilización puede ayudar a mejorar los resultados dentro de la empresa.

La digitalización y difusión de información y conocimiento, centrada en la red, tienen implicaciones de gran alcance... Como la nueva economía es una economía del conocimiento, el aprendizaje forma parte de la actividad económica cotidiana y de la vida, y tanto las empresas como los individuos han descubierto que tienen que asumir la responsabilidad de aprender, simplemente si quieren funcionar (Cebrian, 1998).

Metodología

Existen varios métodos de investigación los cuales se utilizan de acuerdo con los requerimientos del área respectiva. Además los procedimientos de la ciencia cambian, porque tanto los problemas de investigación como los instrumentos no son siempre los mismos. (Estupiñan, 2006, 40)

Dentro del proyecto “Estrategias de inclusión digital, una mirada desde la intranet corporativa”, se trabajará con un método de investigación cualitativo, ya que en este primará el interés por la interpretación de las percepciones de los empleados de Orbis frente a la nueva intranet corporativa.

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se aplica es cualitativa, pues se busca analizar a profundidad, una muestra de la población, para así identificar los factores que llevan a los empleados de Orbis a usar o no la intranet corporativa.

Además de lo anterior, la investigación es descriptiva, pues busca la descripción de los fenómenos a analizar, es decir, empleados de Orbis, intranet, interactividad, web 2.0.

Población y muestra

Teniendo en cuenta que la población, se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones de la investigación, ésta será: público interno del grupo Orbis, el cual comprende un estimado aproximado de 5.000 empleados, en los 14 países donde se encuentra presente la compañía.

Instrumentos de recolección de información

El principal instrumento que se usará para esta investigación será: Google Analytics, el cual analiza la participación de los empleados que ingresan a la intranet corporativa en tiempo real.

Dentro del proyecto se tuvo en cuenta la observación, con la cual se analizó en que momentos ingresaban los empleados a la intranet corporativa dentro del horario laboral.

Además de lo anterior el trabajo de campo y la inmersión fueron instrumentos determinantes para la recolección de información durante el tiempo en el cual se llevó a cabo el proyecto.

Para finalizar, se contará con un sondeo de satisfacción en la cual se analizará la pertinencia del cambio de la intranet y mejora con SharePoint 2013 para así continuar con la implementación de los mismos.

Resultados

En el grupo Orbis se encontró la necesidad de un cambio de plataforma para la intranet corporativa, ya que no había interés de los empleados de la compañía por ingresar a la misma; por lo anterior se buscó una plataforma actual y moderna en la cual se contara con interactividad para que así quienes ingresaran a ella fueran los protagonistas, proponiendo contenidos dinámicos para ser publicados y así generar más espacios de información con feedback y que se enteren con mayor rapidez de la actualidad de Orbis, sus negocios y la estrategia de la organización.

Para dar a conocer el cambio de plataforma de la intranet corporativa, se generó una campaña de expectativa, la cual incluyó diferentes piezas gráficas y audiovisuales, por medio de las cuales se hizo un acercamiento entre los empleados de Orbis y la web 2.0. Allí se incluyeron: e-card enviadas a través del correo electrónico, haciendo un conteo regresivo de que se acercaba el “día i” (denominado así el día en el cual se lanzaría la nueva intranet). (Ver apéndice A)

El “día i”, estuvo acompañado de una pieza gráfica, en la cual se informó a los empleados acerca de la nueva intranet, en este, se dio a conocer el link para ingresar a esta nueva página y los nuevos componentes que traería este cambio. (Ver apéndice B)

Dentro del proyecto “Estrategias de inclusión digital, una mirada desde la intranet corporativa”, se realizó un seguimiento y observación constante al uso que los empleados le daban a la misma, la cantidad de me gusta que daban a las publicaciones y los comentarios que dejaban en las mismas.

Para generar un impacto de interés del público objetivo sobre el proyecto de la nueva intranet corporativa, se utilizó un lenguaje fresco, moderno y cercano; de esta

manera se buscó comunicar la estrategia de la organización y temas organizacionales que sea de conocimiento y entendimiento para todos los empleados, desde la junta directiva hasta todo tipo de empleado que hace parte de la organización.

La nueva intranet corporativa adquirió un diseño moderno y despejado, el cual permite tener una mayor visibilidad de los contenidos al momento de su búsqueda.

Su opción de portabilidad le permite a los empleados interactuar con mayor facilidad con los contenidos publicados, tener la posibilidad de sugerir que se quiere ver en la web y el voz a voz de lo que está pasando en la empresa.

Dentro de la intranet se cuenta con los espacios: para noticias del grupo Orbis, para campañas que se lideran a través de la web, foro en el cual la gente habla abiertamente sobre una pregunta general, imagen de la semana (subida por los empleados), área multimedia (para proyección de videos de la compañía), avisos clasificados y calendario (para información a nivel regional). (Ver apéndices C, D y E)

Para analizar la pertinencia de los contenidos y la percepción de los empleados respecto a la nueva intranet se realizó un sondeo a 2 empleados seleccionados al azar, del cual se inferir que se sentían conformes con la nueva intranet corporativa ya que era un plataforma amable e interactiva.

Además de lo anterior la herramienta google Analytics, permitió analizar los comentarios e interactividad de los empleados con la nueva intranet, de manera inmediata, para así tener en cuenta sus comentarios para seguir implementando las diferentes herramientas que ofrece la nueva intranet. (Ver apéndices F y G)

Conclusiones

- Al estar sumergidos en una era digital, empresas como Orbis deben estar a la vanguardia de las herramientas que ofrece la web 2.0 para así generar comunicación constante con sus empleados con base en inmediatez e interactividad.
- Pese a que en un comienzo los empleados de Orbis mostraban un rechazo hacía la intranet antigua, se ven avances con la actividad que en la actualidad observamos en la nueva plataforma.
- La nueva intranet de Orbis se ha convertido en un eje transversal de conectividad, comunicación e inmediatez en la compañía, por su constancia en publicaciones e interacción con los empleados.
- Es necesario continuar con los espacios y proyectos de interacción que propicien la participación de los empleados en la nueva intranet corporativa, para así despertar el interés de ellos en esta.

Sugerencias

- Para continuar con una adecuada propuesta digital desde la intranet corporativa de Orbis, es necesario que dentro de ella se continúe con campañas enfatizadas en la comunicación digital y la inmediatez que esta genera.

No obstante, se debe despertar el interés de los empleados por la intranet y el adecuado uso de esta.

Por lo anterior, se debe generar constancia en las publicaciones que dentro de ella se realizan, además que estas sean de interés general y recordar a los empleados constantemente el uso de ella y la importancia del mismo.

- Además de lo anterior se considera pertinente que se realicen encuestas de intereses y satisfacción respecto a la intranet corporativa, para así generar filtros referentes a los gustos en cuanto a esta se refiere.

Referencias

- Cebrian, J. L. (1998). *La red*. España: Grupo Santillana de ediciones S.A
- Cebrián, J. L. (1998). *La Red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- De la Torre, A. (2006). *Tendencias de web 2.0 aplicadas a la educación en línea*. Recuperado de: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/web20.htm>
- Gretter, G. (s.f). *Que es una Intranet*. Recuperado de: <http://www.innovaportal.com/innovaportal/v/75/1/innova.front/que-es-una-intranet>
- Muñiz, R. (s.f.). *La comunicación interna*. Recuperado de: <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- Pizzolante, I. (2004). *Comunicación interna*. Recuperado de: <https://psicologiayempresas.wordpress.com/tag/comunicacion-interna/>
- Rodriguez, A. (2007). *Intranets: las tecnologías de información y comunicación en función de la organización*. Recuperado de: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_4_07/aci041007.html
- Sanchez, A. (2012) *El futuro de internet*. Recuperado de: <http://revistareplicante.com/el-futuro-de-internet-2/>

Apéndices

Apéndice A: e-card enviada vía correo electrónico



Ver capítulo análisis de resultado página 25.

Apéndice B: cubo entregado el “día i”



Ver capítulo análisis de resultado página 25.

Apéndice C: pantallazo espacio de noticias dentro de la intranet

SharePoint Newsfeed SkyDrive Sites Chris Clark ⚙️ ?

Orbis OPCION 1 OPCION 2 OPCION 3 OPCION 4 Buscar... 🔍

ESPAÑOL / PORTUGUES

El Grupo Mundial ahora se llama Orbis

La decisión fue anunciada en Medellín por el presidente de la compañía Santiago Piedrahita Montoya, al explicar que será la marca sombrilla de sus empresas

👍 360 🗳️ 457

Sugerido por Lina Marcela Lenis -Negocio - Pais

📅 Ver histórico de noticias 📌 Sugiere una noticia

El Grupo Mundial ahora se llama Orbis

👍 360 🗳️ 457

El Grupo Mundial ahora se llama Orbis

👍 360 🗳️ 457

Alianzas con fundaciones, empresas privadas

Ver capítulo análisis de resultado página 26.

Apéndice D: pantallazo espacio foro dentro de la intranet

Al día

Titulo del tema propuesto para esta sección.

Entidad sin ánimo de lucro, articulador de las iniciativas de sostenibilidad del Grupo Orbis. Diseñamos, planeamos los programas de inversión social de sus empresas..

+



Luisa Alexandra Benites Ramirez

Suspendisse sopien libero, scelerisque vel eros ut, blandit mollies sopien Nullo mattis adipiscing iaculis.

Ayer a las 3:40 PM [me gusta](#) [Responder](#) ...



Hugo Hernando Torres Castellanos

Suspendisse sopien libero, scelerisque vel eros ut, blandit mollies sopien Nullo mattis adipiscing iaculis.

Ayer a las 3:40 PM [me gusta](#) [Responder](#) ...

Ver capítulo análisis de resultado página 26.

Apéndice E: pantallazo imagen de la semana dentro de la intranet

Ver histórico de noticias  Sugiere una noticia 

Imagen de la semana

Titulo imagen

Por: Lina Marcela Lenis
País: Colombia
Negocio: Pinturas



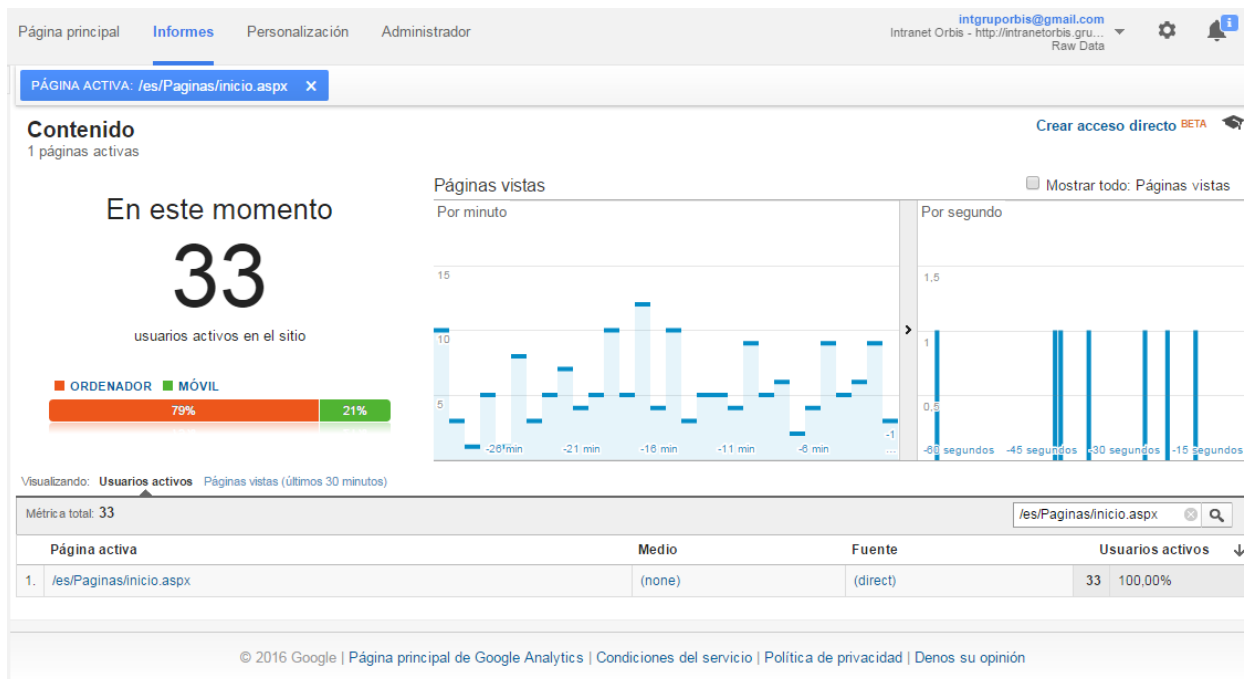
Nulla vitae finibus nisi. Fusce luctus sem a elit tincidunt, nec fringilla ante luctus. Proin lacus nisi, molestie non mi semper, congue aliquam lectus. Proin sed diam orci. Cras egestas gravida pharetra. Integer sed urna nunc. Proin mattis posuere metus.

 360

Sube tu foto  Ver fotos de esta semana  Ver historico 

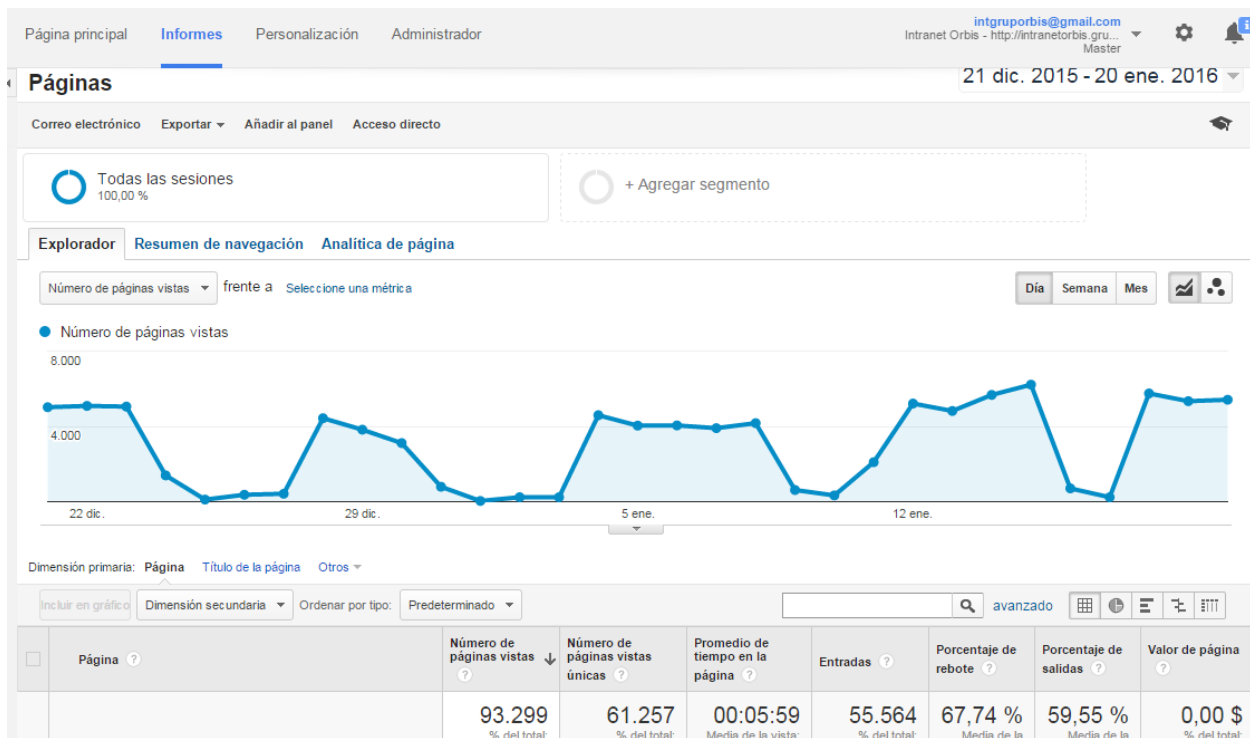
Ver capítulo análisis de resultado página 26.

Apéndice F: análisis arrojado por Google Analytics



Ver capítulo análisis de resultado página 26.

Apéndice G: análisis arrojado por Google Analytics



Ver capítulo análisis de resultado página 26.