

Mejoramiento de la Intranet “Infox” para la oportuna actualización de la información, desde el área de Comunicaciones Internas del Grupo Éxito

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

Laura Gómez Álvarez

Asesora

Ximena González Arango

Magister en Comunicación e Imagen Institucional

Comunicadora y Relacionista Corporativa

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Comunicación y Periodismo

Caldas- Antioquia

2014

Contenido

Lista de imágenes.....	4
Lista de gráficas	5
Lista de tablas.....	6
Lista de apéndices	7
Resumen.....	8
Abstract.....	9
Introducción	10
Objetivos	11
General:.....	11
Específicos:	11
Justificación	12
Impacto científico y tecnológico:.....	12
Impacto social y económico:.....	12
Marco teórico	14
Comunicación Organizacional:.....	14
Comunicación Interna:	15
Comunicación Digital:	17
Intranet como herramienta:	17
Diseño metodológico	21

Encuesta	22
Diagnóstico	23
Plan de gobierno.....	31
Plan de acción	35
Acción 1: capacitación	35
Responsables:	35
Duración:.....	35
Acción 2: entrega del manual de estilo y uso.....	36
Responsables: Comunicaciones Internas	36
Acción 3: encuesta final de satisfacción	36
Responsables: Comunicaciones Internas	36
Recomendaciones.....	37
Referencias	39

Lista de imágenes

Imagen 1. Mapa de gobierno.....	34
---------------------------------	----

Lista de gráficas

Figura 1. Pregunta 1	23
Figura 2. Pregunta 2	26
Figura 3. Pregunta 3	28

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Actividades que realiza la Dirección de Comunicaciones	25
Tabla 2. Plan de gobierno	31

Lista de apéndices

Apéndice A. Manual de uso y estilo para la Intranet Infox

Resumen

Desde la Comunicación Interna y Organizacional, es necesario identificar las actividades de creación de contenido que realiza la Dirección de Comunicaciones dentro de la Intranet del Grupo Éxito. Pues el manejo que se le da a este portal no es el correcto y no hay una óptima asesoría técnica por parte del área de Tecnología e Informática, convirtiéndose entonces en una actividad más para Comunicaciones Internas.

Por ende es necesario diseñar un plan de gobierno que dé una mirada realista y certera a lo que es en sí una herramienta que respalda toda aquella información interna que debe ser conocida por la mayoría de colaboradores de la Compañía. Así mismo, destinar a este espacio como una prioridad que pueda llevar a la satisfacción de la información bien entregada para cada persona.

También es importante identificar responsabilidades de parte de cada área, para contribuir así a una construcción colectiva de contenidos que beneficie al empleador y pueda él recurrir a Infox como la primera fuente validadora de la información ofrecida.

Palabras claves

Intranet, plan de gobierno, comunicación interna, colaboradores, Compañía, responsabilidades, construcción de contenido.

Abstract

From the Internal and Organizational Communication, is necessary to identify the activities of creation of content that performs the Direction of Communication within the Intranet Infox of Grupo Exito. Since the management of the use of this portal is not correct and not there is an optimal technical advice on the part of the area of I.T, it is that when those activites turn in another obligation for Communication Department.

Therefore it is necessary to design a plan of government, that of a realistic look and perceptible to what is in itself a tool that supports all the internal information that should be known by all the partners of the Company. In addition to, destinate this space like a priority for have the satisfaction to do the things in a good way.

Identify responsibilities of each area, for contribute to a collective construction of content for the benefit of the employer and can have recourse to Infox as the first source of information to confirm it that was offered.

Key words

Intranet, government plan, internal communication, workers, Company, responsibilities, construction of content.

Introducción

Disponer de un portal interno en una Compañía comercial, como lo es el Grupo Éxito, con un movimiento tan rápido y ágil diariamente, hace que la Intranet se convierta en una herramienta indispensable para la correcta comunicación entre los mismos colaboradores y así, pueda volverse un legitimador de la información.

Desde la Dirección de Comunicaciones y el área de Comunicaciones Internas, se plantea disponer de Infox (Intranet de la Compañía) para brindar así una mejor atención a todos los usuarios internos que están alrededor del territorio nacional y algunos países aliados en los que la Empresa hace presencia como Uruguay y la Casa Matriz, Francia.

Con la creación de un plan de gobierno en que se identifiquen las responsabilidades de la construcción colectiva del portal y el diseño de un manual de estilo y uso para las áreas usuarias que disponen del espacio, se pretende dar un sentido más claro a esta herramienta comunicacional que facilita muchos procesos internos del Grupo Éxito.

Objetivos

General:

Crear un plan de acción que favorezca la gestión y actualización de la intranet “Infox”, acorde a los procesos y necesidades de información que requieran cada una de las áreas del Grupo Éxito.

Específicos:

- Diseñar un mapa de gobierno con las responsabilidades que le pertenecen a cada área de la Organización dentro de la Intranet “Infox”.
- Plantear estrategias desde la comunicación interna que ayuden a la asignación de tareas en conjunto para la actualización de la Intranet.
- Identificar las responsabilidades a cargo del área de Comunicaciones y el área de Tecnología e Informática.

Justificación

Impacto científico y tecnológico:

A partir de los conocimientos obtenidos durante el pregrado y los objetivos planteados para el proyecto, se iniciará con una integración entre algunos temas aprendidos en diferentes asignaturas y la labor diaria desempeñada en la Compañía como Practicante de Comunicaciones Internas.

Después de haber identificado el trabajo de cada área dentro de la intranet “Infox”, la labor de la Practicante desde el área de Comunicaciones, se hará en la construcción y creación de contenido para web asimilado en la materia de Periodismo Digital, Comunicación Digital I y II.

Así mismo, para lograr el mejoramiento de esta herramienta a la que tienen acceso los 41 mil empleados del Grupo Éxito, se deberá implementar estrategias en cuanto a la estructura y orden, entablando relaciones con las áreas responsables de la actualización constante de la Intranet. Para ello, el conocimiento de la materia de Comunicación Organizacional I y II, es de gran soporte para llegar a acciones reales y certeras con el fin de cumplir un objetivo planteado desde la comunicación.

Impacto social y económico:

Desde el alcance social, un buen funcionamiento y aprovechamiento de la Intranet “Infox”, podría presentar mejoras en el clima laboral, pues habría claridad desde cada área en su construcción de información independiente designada a un responsable y volverlo así una creación y nutrición en conjunto dentro del espacio de esta herramienta, y por ende la labor de la

Dirección de Comunicaciones no se centraría en lo que le pertenece al área de Tecnología e Informática.

La información oportuna, clara y actual, haría de la comunicación interna un flujo simple, sin ruido ni rumor que generan malestares entre los empleados del Grupo Éxito. Este aspecto trae consigo los beneficios económicos, pues un integrante del equipo de trabajo que se sienta bien y motivado gracias a la buena y oportuna información que se le esté ofreciendo, será poco probable que decida irse de la empresa por mal manejo de la información interna.

Marco teórico

Comunicación Organizacional:

Para hablar del contexto que envuelve la creación de la Intranet como tal, como herramienta implementada a la funcionalidad óptima de la información interna de una empresa, se debe empezar por unos antecedentes que cronológicamente llevan a lo que hoy conocemos como este sistema, que gestiona y facilita la comunicación en las instituciones del mundo organizacional.

Es por esto que la referencia a libros y artículos que hablan de ello se convierte en una prioridad, para comenzar entendiendo lo macro y acercándose a lo particular, que en sí es la esencia de este trabajo de grado.

La Real Academia Española (RAE) define a la Internet como “Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.” Es así como se puede hacer una pequeña comparación con la Intranet, trasladando este concepto a la factibilidad que le genera este tipo de conexión a una empresa grande o mediana para su correcta función en las comunicaciones internas. Pero es necesario una definición técnica como lo expresa Patricio Pastor de la Universidad de Chile, enfocándose en dos tipos de visiones que generan dos conceptos en palabras diferentes pero que llegan a lo mismo: ¿qué es una intranet y para qué sirve?

Una definición con **enfoque técnico**, sostiene que "intranet es un conjunto de Sitios Web que están instalados en la red interna de una institución o empresa y que permiten mostrar datos o documentos a cualquiera de los computadores conectados a

ella" (Ryan Bernard, 1996). Esto es, un computador con categoría de servidor de sitios Web dentro de la empresa, y que alberga información que sólo puede utilizar quien esté definido como usuario válido de la intranet. (Pastor, 1998).

Está claro, el contexto técnico solo afirma lo que muchos saben; solo se tiene acceso a una sistema interno si se pertenece a él, si se sabe de qué se está hablando y si le compete a quien debe importarle.

Pero este mismo autor, del que habló de Intranet hace más de 16 años, también explica de manera menos técnica, en qué consiste la función de esta herramienta tras su aplicabilidad.

Una definición desde el punto de vista **funcional**, sostiene que intranet es un sistema para la gestión de información, desarrollado principalmente sobre las potencialidades del mundo *World Wide Web*, y que es de acceso limitado a la institución o empresa que lo crea o a quien ella autorice. (Pastor, 1998).

Estas dos visiones, tanto técnica como funcional se complementan y se vuelven indispensables para la construcción de una Intranet. Lo técnico permite la constante actualización de la herramienta y la correcta operación que requiere el sitio; es así como le da paso a lo funcional que desarrolla y beneficia a quien acceda al portal solicitando información. Son los buenos resultados que hablan de un trabajo mancomunado entre la comunicación y la tecnología.

Comunicación Interna:

Por otro lado, para una organización es un respaldo a la comunicación que se maneja internamente, un instrumento que permite la interacción entre los integrantes de ella. El no aprovechamiento de cada una de las herramientas que ofrece este tipo de portal, se convierte en

un desperdicio tal que debilita la información y comunicación que allí se tiene. El creer que es un simple aparato que soporta levemente lo que la organización quiere decir, es un gran error.

Este soporte permite la creación y mejoramiento de nuevas alternativas para comunicar, para llegarles a los colaboradores de una entidad, a los proveedores o las personas que simplemente se les sea otorgado el acceso a esta herramienta.

Pero no es correcto hablar de estas herramientas sin pensar primero en una razón, en lo principal que debería mover y generar una buena utilización de la Intranet: la cultura organizacional. Es evidente en muchas empresas cómo el afán de implementar este tipo de instrumentos y embarcarse en el mundo digital, hace de estos experimentos una de las peores decisiones tomadas; pues se convierte en una pérdida de tiempo y lo más importante: un incremento de gastos innecesarios.

Hay que ser realistas y aprender a diferenciar qué tipo de medio interno necesita mi organización, para ello es indispensable conocer cómo trabaja diariamente la empresa. Alejandro Formanchuk, el asesor argentino, empírico, de las comunicaciones internas, pide que antes de lanzarse al mundo de la creación e implementación de cualquier medio, se deba separar las características principales del lugar donde se trabaja.

Si se sabe que esta organización no permite la interacción entre la información entregada y lo que quieren expresar los trabajadores (este es otro punto al que se refiere, en una cultura 2.0 se denomina “colaborador”), no se debe implementar una red social, solamente una herramienta lineal que cumpla con su función de entregar y no generar reciprocidad.

Comunicación Digital:

Pero en cambio, si hay una consciencia un poco más actual, no tanto ortodoxa a lo que ofrece el hoy, se puede hablar de una igualdad, de un colaborador que se convierte en un prosumidor de la información, aquel que entre la empresa y él, crea y recibe paralelamente la noticia. Es así cómo lo explica él, de una manera simple y cercana:

Una comunicación interna 2.0 implica que la empresa le brinde al personal un amplio acceso a la información. (Estoy tentado a decir: ¡ACCESO IGUALITARIO!) Que torne disponibles muchos datos que antes estaban vedados o reservados para un grupo exclusivo. ¿Es una prueba de fe? Desde luego, porque implica confiar en que la gente va a hacer un uso responsable de esta información. ¿Tiene riesgos? Muchísimos. Pero seamos honestos: aunque muchas empresas quieran guardarse información (por ejemplo, los resultados de su balance), hoy en día es muy fácil encontrar lo que uno quiere si sabe “*googlear*” adecuadamente. (Formanchuk, 2010)

Intranet como herramienta:

La Intranet es un instrumento útil que genera una armonía, que permite la homogenización de los medios internos de comunicación y/o información de una organización, es decir, la Intranet es un conjunto de aplicaciones incorporadas en una misma, donde facilita la búsqueda de elementos que antes se disponían de factores análogos. Es un espacio en el que se incluyen bases de datos, información corporativa que evita y reemplaza las antiguas publicaciones impresas, notas importantes del público externo, creación de encuestas y foros para el conocimiento del ambiente laboral de la compañía, noticias convertidas en actualidad que contribuyen al óptimo y propicio conocimiento para los empleados, entre otras herramientas que facilitan y contribuyen a la reducción de gastos que la misma organización exige en algún

momento. Es así como en este ejemplo, el profesor Carlos Moirano explica la importancia de contar con una Intranet:

La Intranet impacta en las operaciones de la corporación, su eficiencia, su desarrollo y fundamentalmente nivela su cultura. Imagine este escenario: su compañía tiene 20 sucursales dispersas por el mundo y 1000 personas que necesitan acceder en tiempo y forma a noticias de la compañía: cambios políticos corporativos, los procedimientos de recursos humanos y aunque parezca simple, pero crucial, documentos tales como guías de teléfonos, especificaciones de productos y valiosa información de marketing.

Normalmente se usa material impreso, tales como manuales de procedimientos, listas de precios, orientaciones de ventas, etc. Este material impreso es caro y su producción consume mucho tiempo. (Moirano, 2005)

Hay unas ganancias tangibles que generan la creación y el mantenimiento de una Intranet en una organización, el factor dinero es uno de ellos, porque es así como se obtienen ahorros de los recursos que suple una herramienta *on-line*. Además de la efectividad que trae consigo este tipo de instrumentos, también es útil en un momento de urgencia pues permite la actualización de la información sin problema alguno.

InnovaAge es una empresa digital que ofrece consultoría en informática para promover y soportar a las empresas desde la tecnología y así desarrollar soluciones creativas a través de la implementación técnica. Ellos hablan del ahorro que genera la incorporación necesaria de una Intranet

Lo que se logra con la información en este nuevo ambiente *web* tiene un gran impacto. Las Intranets permiten a una organización gastar menos tiempo en cosas que no agregan valor, como la búsqueda de información para resolver un problema. La productividad se incrementa a medida que el conocimiento corporativo es más accesible y la información más precisa. La flexibilidad en el tiempo de entrega del conocimiento se gana a medida que la información siempre esté a un clic de distancia. Las Intranets abren un espacio en donde las fronteras son más pequeñas y el intercambio de información es estimulado. Esto lleva a unos empleados mejor informados y con la habilidad de tomar mejores y más rápidas decisiones. Al final, se termina logrando una mayor productividad y más tiempo para incrementar las ganancias. (Gretter, s.f.).

Es así pues como a partir de un contexto argumentado, se inicia la tarea de generar y diseñar un plan de acción que identifique el trabajo que debe realizar cada área en el Grupo Éxito para lograr así la meta de que la Intranet Infox sea alimentada conjuntamente, así como lo explica Formanchuk:

Una comunicación interna 2.0 adhiere a la cooperación en la elaboración abierta de contenidos, bajo un modelo “Wiki” por ejemplo. Y esto requiere varias cosas. La primera y fundamental: que los líderes validen que determinados contenidos pueden ser elaborado por personas que no están en la cúspide o centro, y que la “meritocracia” pesa más que la jerarquía formal al momento de validar las intervenciones. El desafío es organizar lo diverso, articular las diferencias y aglutinar las microacciones o ideas antes de que se disuelvan. El beneficio: potenciar la inteligencia colectiva y hacer explícito el conocimiento tácito. (Formanchuk, 2010)

En sí es contar con una cooperación en colectivo de un grupo de trabajo que debe comprometerse con sus labores, generando contenido dentro de la Intranet. Para luego establecer un mapa de gobierno que concluya con las actividades que quedan sin definir entre el área de Comunicaciones y Tecnología e Informática del Grupo Éxito.

Diseño metodológico

La teoría fundada consta de darle una mirada clara a la investigación realizada, que en este caso busca darle forma a los datos que se obtienen de la indagación que se ejecute para contribuir con el mejoramiento de la Intranet Infox del Grupo Éxito. Seccionar este trabajo de grado como una investigación cualitativa o cuantitativa, hace que las posibilidades de análisis sean cerradas en sí y ningún otro dato que no participe del lineamiento, esté entre las opciones de ser utilizado. Posiblemente, lo más preciso sea decir que una metodología mixta nutra desde ambas caras diferentes datos que den con una salida satisfactoria al objetivo de este proyecto.

Si bien es una teoría un tanto interpretativa, podrá sustentarse con la técnica de recolección de datos que vaya a implementarse. Es debido realizar una segmentación previa para poder emprender con una intervención del porqué la Intranet no está cumpliendo con su actividad de soportar la información y la comunicación interna de la Compañía.

Esta teoría indaga en la respuesta de un intervalo entre 20 y 60 personas que participan en la actividad, mediante una codificación que busque establecer códigos comunes a partir de los discursos de los participantes de la Organización.

La implementación de una encuesta estructurada, que conste de un cuestionario puntual con 5 preguntas de respuesta abiertas y cerradas; permitirá tener una recolección de datos preciso que facilite sacar estadísticas para la interpretación tanto cualitativa y cuantitativa del proyecto.

Desde otro punto, se dispondrá de fuentes primarias y secundarias, no como base central del diseño metodológico, sino como puntos claves que den información precisa y que ayuden al hilo conductor de la construcción de este trabajo de grado.

Encuesta

1. ¿Sabe usted cuál es el objetivo de la Intranet Infox para la Compañía?

2. ¿Cree que es correcto el manejo de la información que se le está dando a la Intranet Infox?

Sí___ No___

3. Si su respuesta fue no ¿cree que es necesario realizar una reestructuración del portal?

¿Por qué?

4. ¿Sabe usted quiénes son las áreas de la Compañía encargadas de la actualización de cada página de Infox?

Sí___ No___

5. Si su respuesta fue no ¿piensa que es importante saber la labor de cada área en la actualización de la Intranet?

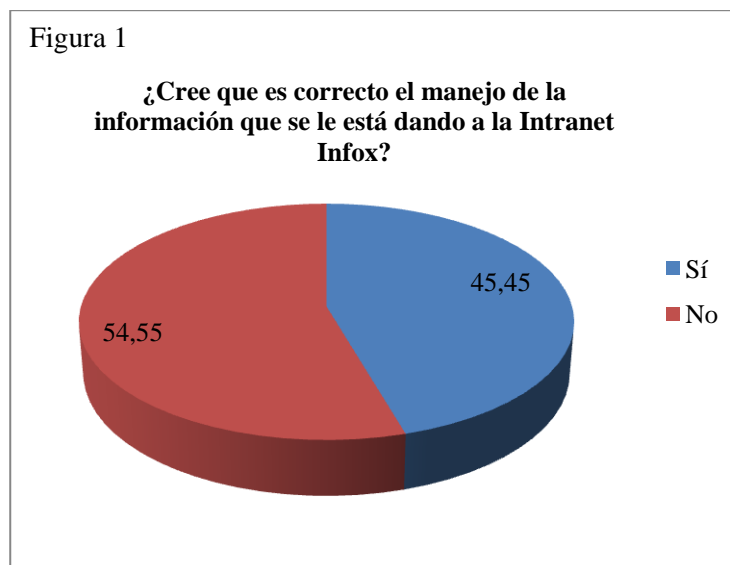
Sí___ No___

Diagnóstico

Por medio de las 22 encuestas, realizadas en el período de una semana, algunas áreas de la Compañía contestaron de manera similar las cinco preguntas que pretenden encontrar una respuesta al manejo básico y al esquema poco dinámico que ofrece la Intranet Infox. Siendo esta una herramienta, a veces inútil, para una Organización con más de 41 mil colaboradores en el país.

De las tres preguntas cerradas, se pudo definir en gráficas lo siguiente:

Figura 1. Pregunta 1



En la figura 1, se infiere que el 55% que equivale al total de 12 personas encuestadas, reconocen que no es correcto el manejo que se la da a la Intranet respecto a la función que debería cumplir un tipo de portal como Infox. Ya que, respecto a la primera pregunta de la encuesta (pregunta abierta), se identifican tres palabras claves que enfatizan en el objetivo que debe cumplir la Intranet: comunicar, informar, generar acceso.

De alguna u otra manera se cumple con las dos primeras palabras claves que fueron mencionadas, pero hay una cantidad de información detectada en el portal que está desactualizada en algunas secciones. Por lo general es material en lugares que ni las mismas áreas, dueñas de su espacio virtual, saben de su existencia o de cierto modo se desligaron de su responsabilidad como creadores de contenido.

¿Qué solución práctica puede desarrollarse en este caso?: con la iniciativa de crear un mapa de gestión, en el que cada área o departamento del Grupo Éxito sepa cuál es su función en la construcción colectiva de una herramienta útil para todos, disponer de las secciones que por más de un semestre no hayan sido actualizadas, modificadas o retiradas. Para así, ofrecer este espacio a otros temas que genera la Organización y necesita de un soporte como la Intranet para la información oportuna de esta.

¿Quién se encargaría de disponer de las secciones obsoletas y olvidadas? Es aquí donde se encuentra el nudo del proyecto, pues hay un rifirrafe entre las áreas de Comunicaciones y Tecnología e Informática, que no tienen claro un plan de acción en donde los roles puedan tener independencia en la Intranet.

Es oportuno y necesario explicar qué actividades desarrolla la Dirección de Comunicaciones dentro de la Intranet:

Tabla 1. Actividades que realiza la Dirección de Comunicaciones

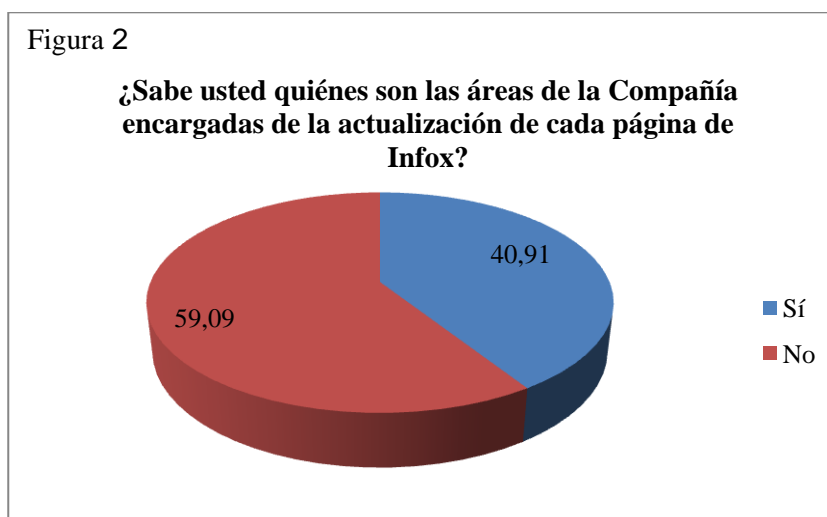
Actividad	Lugar de Infox	Persona encargada
Publicación de noticias de la Organización	Home (página principal)	Practicante de Comunicaciones Internas
<p>Galerías de fotos: eventos relevantes para la Compañía y que se dan a conocer a los colaboradores.</p> <p>Videos corporativos: videos de información general para todos los empleados.</p> <p>Audios: Publicación que se realiza dos veces por semana, de la cápsula interna dirigida por los líderes de la Compañía (En Minutos).</p>	Home (página principal)	Practicante de Comunicaciones Internas
Publicación de los medios internos impresos en su versión digital. Boletín Conectados , audio En Minutos , revista alDetalle .	Home (página principal)	Practicante de Comunicaciones Internas
Publicación de banner, respecto al tema que se esté desarrollando en la semana por alguna área de la Compañía, asesorada por una analista de comunicaciones.	Home (página principal)	Practicante de Comunicaciones Internas
Publicación de la Agenda de Grupos Primarios (temas que requieran de un instructivo para los	Pestaña de Home / Mis Servicios	Analistas de Comunicaciones Internas

almacenes u otras sedes administrativas)		
--	--	--

Está claro que no hay ninguna participación técnica en el portal, pues esto le pertenece 100% al área de Tecnología e Informática.

A partir de la figura 1, se logró identificar lo siguiente en la pregunta: “¿Sabe usted quiénes son las áreas de la Compañía encargadas de la actualización de cada página de Infox?”, una respuesta clara, que demuestra la necesidad de una solución eficiente para este portal.

Figura 2. Pregunta 2



La figura 2 reafirma que desde la creación de Infox en el año 2007 no se le ha dado una buena utilización a una herramienta que, en otras organizaciones de la talla del Grupo Éxito, sí ha sido implementada esta estrategia como respaldo a la información interna de la empresa.

Hay una confusión para quien es cliente de este portal, no se diferencia entre qué actividades realiza el área de Comunicaciones y qué realiza Tecnología e Informática. Se presenta, a partir de esta situación, un escaso conocimiento de T.I (Tecnología e Informática) en

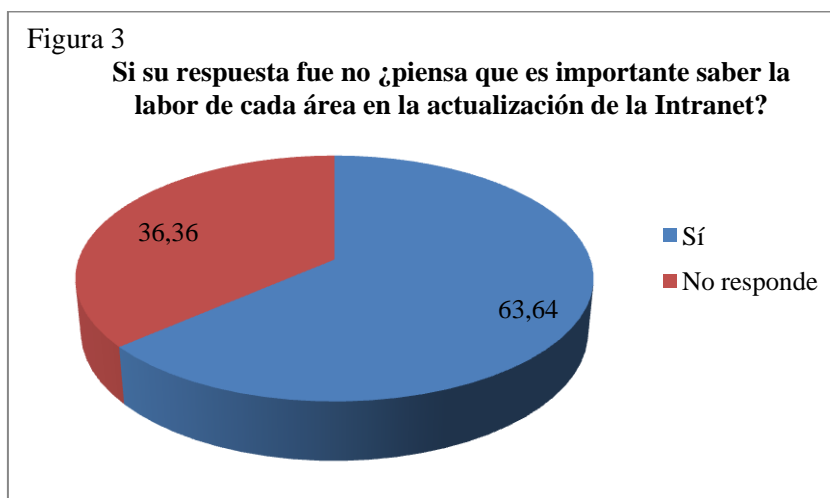
su gestión como administrador técnico de la plataforma, entendiendo que toda la labor debe ser realizada por Comunicaciones.

Esta misma confusión la presentan muchas áreas de la Compañía, quien recurre al área de Comunicaciones en busca de una solución operativa de la función de la Intranet como herramienta. Y es así, como también van en busca de ayuda para la creación y el soporte de contenidos, siendo esta la principal función del área. Hay poca participación de T.I en su papel como aliado encargado de atender a los departamentos en temas netamente informáticos y mecánicos. En la figura 2, fueron 13 personas quienes no tienen idea de quiénes son los encargados de la gestión de cada sección de Infox.

Por esta razón se presenta una atención precaria a las áreas usuarias de cada analista de Comunicaciones Internas, pues con esta confusión no hay una partida eficiente del plan realizado y se debe disponer de más tiempo para la consulta de la persona encargada de la labor a realizar en este portal.

A la pregunta de la figura 2, se debía una pregunta siguiente que diera una respuesta casi obvia, pero necesaria de conocer.

Figura 3. Pregunta 3



El 64% de los encuestados respondieron “sí” a la necesidad de conocer qué área es la encargada de este portal. Para esto es necesaria la construcción de un plan de gobierno que facilite la entrega oportuna y satisfactoria de la información.

Entonces es importante definir qué hace o debe hacer el área de T.I.

Instalar e incorporar todo tipo de herramientas tecnológicas y técnicas a la plataforma.

Mantener la disponibilidad de sus analistas encargados del portal para generar eficiencia cuando se requieran permisos de acceso de la Intranet.

Asistir las fallas y errores tecnológicos que presente Infox, para no generar un tráfico negativo de la plataforma hacia los usuarios.

Brindar asesoría técnica a las áreas que requieran de este apoyo, sin contar la creación de contenido por parte de Comunicaciones.

De las preguntas abiertas, nueve personas respondieron que es necesaria una reestructuración del portal, pues hay poca motivación en la información que allí se alberga.

Además, solo tiende a ser un puente transaccional por el cual el empleado pasa, para ingresar al espacio que se tiene destinado para el bienestar laboral y la oferta de servicios llamado REDHUMANA.

Más dinamismo, ajustado al ritmo tecnológico que requieren las áreas, debe implementarse en una Intranet que mueve e informa a más de 38 mil colaboradores (que tienen acceso a un computador corporativo) con los que cuenta el Grupo Éxito, en el cual la información allí colgada debe estar en un contexto general para quien se emplea en las Sedes Administrativas, Almacenes, Centros de Distribución, Estaciones de Servicio e Industria de Alimentos de toda la Compañía. Todos pertenecen a un mismo conjunto corporativo, pero con distintas maneras de llegar para hacerles partícipes de la misma información.

Es evidente que no hay alguien totalmente responsable de la Intranet Infox, no hay una gestión oportuna y eficiente para lo que debe ser uno de los apoyos principales de las validaciones, que requiere la información de una empresa tan grande y diversa como lo es Grupo Éxito.

De esta manera es como se presentan los riesgos en uno de los medios más importantes para el área de Comunicaciones, ofreciendo una información desactualizada y sin contexto que no es pertinente para los colaboradores de la Organización, publicaciones que no retribuyen y generan ningún valor para el área implicada, una cantidad de información innecesaria que solo vuelve densa y compleja una Intranet que puede ser motivadora y útil en un 100%, falta de un administrador único de la plataforma como doliente del medio, poca asistencia remota para las necesidades técnicas de Infox.

Todo esto se envuelve en una baja credibilidad por los colaboradores de la Compañía, que ya se les vuelve paisaje un instrumento que puede convertirse en el aliado de las comunicaciones internas.

A medida que se desarrolla este trabajo de grado, se van percibiendo posibles herramientas que ayuden al mejoramiento de la Intranet. Seguido de la creación del plan de gobierno, sería útil y necesario un manual de estilo que cada área aplique en su construcción de contenido para tener un mismo lineamiento de lo que se publique.

Plan de gobierno

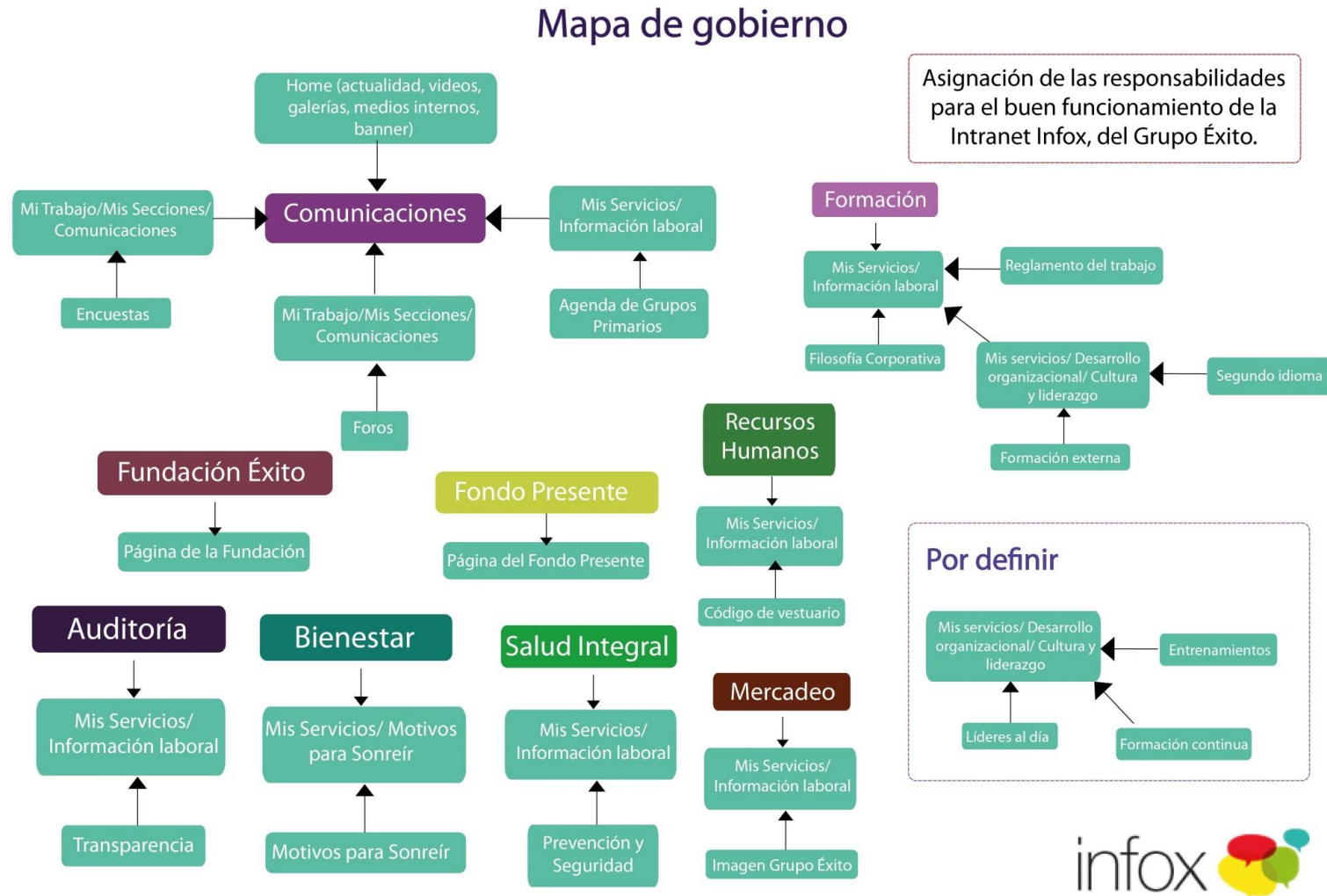
Tabla 2. Plan de gobierno

Ruta	Sección	Responsable	Entregado (si es el caso de no tener definido el responsable)
Home	Noticias	Comunicaciones	
Home	Carrusel (Galería, Video y Audio)	Comunicaciones	
Home	Banner	Comunicaciones	
Home	Enlaces inicio (alDetalle, Conectados, En minutos...)	Comunicaciones	
Home	Clasificados	Tecnología e Informática	
Home	Nuestra tarjeta	comunicaciones	
Home	Fundación Éxito	Fundación Éxito	
Home	Fondo Presente		Entregado al Fondo Presente
Home	Fondo Futuro		Entregado a la practicante del Fondo Futuro
Mis servicios/ Información laboral	Agendas de Grupo Primarios	Comunicaciones	
Mis servicios/ Información laboral	Código de vestuario	Recursos Humanos	
Mis servicios/ Información laboral	Compensación variable	INFOX VPGH VARIABLE ADMN - Comunicaciones	

Mis servicios/ Información laboral	Filosofía Corporativa	Formación	
Mis servicios/ Información laboral	Imagen Grupo Éxito		Entregad o a Mercadeo
Mis servicios/ Información laboral	Prevención y seguridad		Entregad o a Salud Integral
Mis servicios/ Información laboral	Programa de Transparencia		Entregad o a Auditoría
Mis servicios/ Información laboral	Reglament o de Trabajo		Entregad o a Formación
Mis servicios/ Información laboral	Salud Integral		Entregad o a Salud Integral
Mis servicios/ Motivos para sonreír	Motivos para Sonreír - todas las opciones	Bienestar	
Mi trabajo/ Mis secciones/ Comunicaciones	Encuestas	Comunicaci ones	
Mi trabajo/ Mis secciones/ Comunicaciones	Foros	Comunicaci ones	
Mis servicios/ Desarrollo organizacional/ Cultura y liderazgo	Cultura Organizacional	Desarrollo organizacional	
Mis servicios/ Desarrollo organizacional/ Cultura y liderazgo	Formación externa	Formación	

Mis servicios/ Desarrollo organizacional/ Cultura y liderazgo	Gestión del Desempeño	Usuario actual: pmadrigal	
Mis servicios/ Desarrollo organizacional/ Cultura y liderazgo	Líderes al Día	Usuario actual: PUB VPGH FORMACIÓN	
Mis servicios/ Desarrollo organizacional/ Cultura y liderazgo	Segundo idioma	Usuario actual: PUB VPGH FORMACIÓN	
Mis servicios/ Desarrollo organizacional/ Formación integral	Entrenamientos	Usuario actual: ERESTREPOZ y CVIRTUAL	
Mis servicios/ Desarrollo organizacional/ formación integral	Formación Continua	Usuario actual: ERESTREPOZ	

Imagen 1. Mapa de gobierno



Plan de acción

Acción 1: capacitación

Responsables:

Por parte del área de Comunicaciones Internas, se diseñará una capacitación para llevarse a cabo en los primeros meses del año 2015.

De la mano de Tecnología e Informática, se ha pensado convocar al encargado de cada área que tiene como responsabilidad cumplir con su cuota de información en la Intranet Infox, para así ofrecerle una inducción básica para nutrir correctamente este portal que soporta, valida y le da contexto a la información que debe conocer cada colaborador que trabaja dentro del Grupo Éxito.

Duración:

Un espacio de máximo dos horas en las habrán dos bloques divididos entre las áreas de Tecnología e Informática y Comunicaciones. Una hora (máximo) destinada a la explicación de recomendaciones ortográficas, sugerencias de lenguaje y construcción de texto dirigido a los diferentes públicos que maneja la Compañía, todo esto por parte (obviamente) del área de Comunicaciones Internas, dirigido por una analista que tomará la vocería como validadora de esta información y con un previo conocimiento del portal sugerido por la Practicante de Comunicaciones Internas.

Por otro lado, durante la siguiente hora restante, el soporte técnico, las ayudas básicas para crear una página y otorgar un permiso de acceso a una pestaña específica, correrá por cuenta del área de T.I.

Acción 2: entrega del manual de estilo y uso

Responsables: Comunicaciones Internas

En esta capacitación, también se tiene pensado hacer la entrega del manual de estilo y de uso a cada responsable del área, con algunas sugerencias desde el área de Comunicaciones Internas para hacer una correcta construcción de contenido y un buen manejo del portal Infox, invitándolos a que cada responsable publique solo aquella información que corresponda con las necesidades del área misma. Es en este caso en el que ningún Departamento podrá subir a la Intranet temas que no correspondan con sus actividades.

Acción 3: encuesta final de satisfacción

Responsables: Comunicaciones Internas

Al final de la capacitación se repartirá una encuesta final para medir el nivel de satisfacción con la nueva metodología a implementar y con la capacitación ofrecida desde el Departamento de Comunicaciones a todas las áreas de la Compañía que tienen relación con el servicio de la Intranet Infox.

Recomendaciones

Es importante realizar una intervención seria a la Intranet, disponer de una persona responsable que se encargue al 100% de las actividades y movimientos del portal, pues es una herramienta que si se le da un buen uso, soporta todos los mensajes que transmite el Grupo Éxito diariamente a sus empleados en todo el país.

Así mismo optar por la reestructuración física, ya que Infox es una plataforma un tanto anticuada y cerrada, para poder disponer de ella con aplicaciones e ideas que surgen al llamado de la necesidad de construir a la par del proceso tecnológico que se vive en el día a día. Tratar de volverla más práctica y ligera, en la que se permita la interacción entre los mismos usuarios y así, fácilmente, ligarse a la construcción colectiva con el parecer de quien labora en esta Compañía. Una opción un tanto compleja y costosa de realizar, pero es importante tener en el radar la idea de migrar a una red social u otra opción de medio digital que seriamente cumpla su función de soporte ante todas las áreas usuarias de la Organización.

Darle el lugar que merece a un espacio comunicacional interno como lo es esta red, pues simplemente se le deja de lado por no ser fácil de usar y se opta por otros métodos más costosos y análogos que no llegan a ser tan prácticos y efectivos a la hora de entregar el mensaje.

Así mismo es necesario realizar cuanto antes la capacitación ya planteada, pues servirá para dar luces a lo que las mismas áreas piden de la Intranet. Será un espacio transversal que se prestará para que el área de Comunicaciones Internas pueda replantearse la verdadera importancia de un portal como Infox. Y así poder definir cuál es la forma y la manera de entregar el mensaje para el Grupo Éxito.

Una vez realizada la capacitación, es necesario definir con el área de Tecnología e Informática cómo va a ser la atención a los usuarios de la Compañía, aclarando responsabilidades que quedaron por entregar y así poder brindarle solución a los inconvenientes técnicos que presenten los encargados de cada área.

Es importante tener en cuenta el manual de uso y estilo, pues con este se facilita la manera de crear un contenido con un lenguaje similar para no confundir a los usuarios que disponen de este portal, también es necesario tener presente la actualización periódica y actualizada de la información que se proporciona y que de esta manera debe ser netamente información interna y de importancia para todo el público de la Compañía.

Referencias

Gretter Gustavo (s.f). *Beneficios de usar una Intranet*. Recuperado de http://www.innovaage.com/innovaportal/v/77/1/innova.front/beneficios_de_usar_una_intranet

Formanchuk Alejandro (2010). *Comunicación Interna 2.0. Comunicación Interna 2.0 Un Desafío Cultural*. Buenos Aires: Edición Formanchuk & Asociados.

Moirano Carlos (2005). *Computación aplicada a la Contabilidad, Administración y Economía*. Recuperado de <http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catcomp/material/Internet8.pdf>

Pastor H Patricio (1998). *Intranet: un sistema para la gestión de información*. Recuperado de <http://caribe.udea.edu.co/~hlopera/intranet.html>