



## CASO: ¿Quién es quién?

La actividad de las empresas en la actualidad se desarrolla en un escenario de creciente globalización que da lugar a que, incluso con un tamaño relativamente reducido, deban tener una presencia multinacional. Hay además una creciente tendencia a la adopción de equipos virtuales para el desarrollo de las iniciativas empresariales. Y el escenario se hace todavía más complejo por la necesaria incorporación de expertos externos en los proyectos de empresa para aportar conocimientos o habilidades muy específicas cuya demanda agregada no justifica la contratación de un miembro en la empresa. La transformación digital hace necesario que se estreche la colaboración entre miembros de las distintas áreas corporativas, y con dicho propósito unas buenas relaciones personales resultan muy beneficiosas.

## COMUNICACIÓN INTERNA

A efectos prácticos, el **directorio corporativo** acostumbra a recoger la información básica que se precisa para permitir el establecimiento de **comunicaciones efectivas** entre los miembros de una empresa. Suele recoger el acoplamiento organizativo de los miembros de la organización y sus principales detalles de contacto (tales como dirección postal, número de teléfono fijo y móvil, correo electrónico e identidad de su usuario en las redes sociales corporativas). Para determinar cuál es el interlocutor adecuado para dirimir una cuestión determinada, ocasionalmente puede precisarse conocer la definición competencial del puesto. Ésta no suele estar incluida en el directorio sino en la guía de organización corporativa. Estas informaciones permiten conformar un perfil profesional de los distintos interlocutores de la empresa, pero aportan relativamente poca información de ámbito personal que favorezca el desarrollo de las actuaciones de **comunicación interpersonal**, cuya trascendencia práctica ha llevado a catalogarla como auténtica alma de las organizaciones. Y, sin embargo, la psicología social ha puesto de manifiesto de qué forma ésta se ve mediatizada por las relaciones interpersonales, influyendo considerablemente a su vez en las mismas.

## FORMATO Y MEDIO

Posiblemente éste sea uno de los principales motivos por los que la iniciativa del desarrollo de **video directorios** que permitan establecer “quién es quién” en la organización va ganando paulatinamente adeptos. Las capacidades crecientes con costes contenidos de las plataformas tecnológicas que sustentan estas soluciones también están teniendo con toda certeza un papel habilitante. El formato vídeo permite capturar un nivel de información personal considerablemente mayor que la imagen estática y el texto de que se constituyen los directorios tradicionales. La mejor práctica es hacer que el vídeo los complemente, de forma que se preserven las ventajas en productividad personal que éstos suponen. Típicamente el vídeo puede constar de una primera sección con una **presentación profesional** muy breve, seguida de una descripción resumida de sus **responsabilidades**. Dependiendo de la cultura de empresa, se pueden añadir algunas secciones adicionales al vídeo aportando información de un corte más personal o una invitación abierta a la colaboración con otros miembros de la empresa.

El desarrollo de estas iniciativas es a priori más sencillo entre el segmento de empleados de menor edad en la empresa, que acostumbran a ser fans del vídeo y están más habituados a tomar parte en los mismos. Este colectivo, junto con el impulso ejemplificador de los responsables de gestión a todos los niveles en la empresa, pueden tener un fuerte **efecto de tracción** para lograr la participación del segmento más sénior de empleados que, de otra forma, puede encontrar más barreras internas a la hora de sumarse de forma espontánea a la iniciativa.

Las labores de preparación de esta iniciativa deben contemplar asimismo la preparación de una breve guía que exponga las ventajas atribuibles al programa, que

detalle los resultados detallados que esperan conseguirse y que facilite instrucciones pormenorizadas para conseguir en cada caso unos buenos vídeos.

## HERRAMIENTA DE SOPORTE

El empleo de una **herramienta específica** de soporte es imprescindible para poder desarrollar adecuadamente estas iniciativas. Es esencial que la herramienta de soporte que se seleccione permita que se pueda establecer un **guion común** para los vídeos destinados al directorio (estableciendo el número de secciones de que van a constar así como sus correspondientes duraciones máximas).

Los distintos miembros del colectivo de empleados tendrán en general capacidades muy dispares en materia de grabación de las locuciones que se requieren para la elaboración del vídeo. Consiguientemente, la herramienta debería contar con elementos que faciliten la captura y la validación de las tomas. Más en concreto, resulta de gran importancia que se disponga de una ayuda que **evite** la necesidad de **memorizar los guiones**. Y también que se pueda repetir la realización de cada toma cuantas veces consideren oportuno los interesados con objeto de que puedan obtenerse resultados que les parezcan aceptables.

Puede resultar de interés contar con herramientas que se puedan utilizar sin necesidad de descargar e instalar software específico en el dispositivo de los empleados. Y la posibilidad de que dichas herramientas se encuentren en la modalidad de “software como servicio” accesible a través de Internet y desacoplada de los sistemas corporativos es especialmente ventajosa por las mejoras que conlleva en el plazo de puesta en marcha del proyecto, la reducción de riesgos que supone al encontrarse de antemano operativa. También redundan en **menores necesidades de soporte** por parte del área de tecnologías y sistemas de información corporativos, que puede de esta forma centrarse en otras cuestiones más alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa.

**Spiquer** es una herramienta en la nube para la **video comunicación corporativa** que reúne todos estos requisitos. Su **modalidad SaaS** (*Software as a Service*) facilita el acceso ubicuo a la herramienta, formando su soporte posterior parte integrante del paquete de servicio que se pone a disposición del colectivo empresarial. Se preserva de esta forma la disponibilidad de los recursos de TI de la empresa para otras finalidades más alineadas con su estrategia. Además, los plazos de provisión del servicio son muy reducidos lo que constituye una gran ventaja al no contribuir por ello al retraso de las iniciativas de comunicación interna.

Por todos estos motivos, multitud de empresas ya están haciendo uso de este servicio en la nube con unos niveles de aceptación y satisfacción reseñables.