

EL USO DE LAS REDES SOCIALES INTERNAS EN LA EMPRESA: EL CASO WORKPLACE DE HEINEKEN

Andrea Castro-Martinez
Universidad de Málaga
andreaastro@uma.es

Cristina de los Ángeles Pérez Ordóñez
Universidad de Málaga
cristinaperezordonez@uma.es

Villena Alarcón, Eduardo Antonio
Universidad de Málaga
eduardo.villena@uma.es

Resumen

Las nuevas tecnologías han favorecido el surgimiento de novedosas herramientas de comunicación interna, como pueden ser las redes sociales corporativas. Esta investigación se centra en el caso de estudio de la red social Workplace que emplea la marca Heineken y que ha sido reconocida como buena práctica por los Premios del Observatorio de Comunicación Interna. A través de un diseño metodológico basado en la entrevista en profundidad y del estudio de material documental complementario se aborda el análisis de esta red social y de los beneficios que puede aportar. Los resultados indican que está teniendo un gran éxito y que facilita algunos procesos comunicativos, al tiempo que incrementa la participación de los trabajadores y sus niveles de satisfacción y felicidad.

Palabras clave: comunicación interna; redes sociales; herramientas de comunicación; comunicación organizacional; bienestar laboral.

Abstract

New technologies have favoured the emergence of new internal communication tools, such as corporate social networks. This research focuses on the case study of the social network Workplace that uses the brand Heineken and has been recognized as good practice by the Awards of the Internal Communication Observatory. Through a methodological design based on an in-depth interview and the study of complementary documentary material, the analysis of this social network and the benefits it can bring is approached. The results indicate that it is having great success and that it facilitates some communicative processes, at the same time that it increases the participation of the workers and their levels of satisfaction and happiness.

Keywords: internal communication; social networks; communication tools; organizational communication; work well-being.