

**Manual de uso IGnacio**  
**Bot del área de comunicaciones - InterGrupo**

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

**Daniela Alzate Liévano**

**Asesor**

**Carlos Eduardo Vásquez Cardona**

**Magister en Comunicación Digital**

**Unilasallista Corporación Universitaria**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Educación**  
**Comunicación y Periodismo**  
**Caldas – Antioquia**  
**2025**

## Tabla de contenido

Resumen .....	5
Introducción .....	6
Justificación .....	7
Objetivos.....	10
Objetivo General .....	10
Objetivos Específicos .....	10
Marco Teórico.....	11
Comunicación Organizacional .....	11
Comunicación Interna.....	11
Origen del concepto de comunicación organizacional .....	12
Flujos de comunicación organizacional .....	14
Comunicación Descendente.....	15
Comunicación Ascendente.....	15
Comunicación Horizontal.....	16
Comunicación 2.0.....	16
Tecnologías Emergentes.....	17
Origen de las Tecnologías Emergentes.....	18
Manual de Usuario .....	19
Estructura Simple de un Manual de Uso.....	20
Objetivos de un Manual de Usuario.....	21
ADN Corporativo .....	22
Direccionamiento Estratégico .....	23
Misión.....	23
Visión .....	23
Impacto Científico y Tecnológico .....	24
Impacto Económico y Social.....	24
Metodología .....	25
Estructura y Resultados Encuesta .....	26
En aspectos generales como calificas a Ignacio.....	33
Conclusiones Generales .....	34
Análisis DOFA.....	35
Conclusiones .....	38
Recomendaciones .....	40
Referencias.....	41

## Lista de Tablas

Tabla 1 _____	35
Análisis DOFA. _____	35

## Lista de Gráficos

Gráfico 1. ....	26
¿Qué tanto has interactuado con IGnacio? .....	26
Gráfico 2. ....	27
¿Consideras que la comunicación de IGnacio es oportuna? .....	27
Gráfico 3. ....	28
¿Consideras que mediante IGnacio la comunicación interna ha mejorado? .....	28
Gráfico 4. ....	29
¿Has realizado preguntas a IGnacio? .....	29
Gráfico 5. ....	30
¿Lees los mensajes que te envía IGnacio? .....	30
Gráfico 6. ....	30
¿IGnacio responde adecuadamente tus preguntas? .....	30
Gráfico 7. ....	31
¿Has presentado algún inconveniente con IGnacio? .....	31
Gráfico 8. ....	32
¿Consideras a IGnacio una herramienta útil? .....	32
Gráfico 9. ....	32
¿Tienes alguna sugerencia y oportunidad de mejora para IGnacio? .....	32

## **Resumen**

En el presente trabajo de grado se podrá encontrar, la creación desde el Área de Comunicaciones y el Área conocida como IG Lab de IGnacio como un Bot que envía constantemente comunicados por la plataforma de Microsoft Teams a todos los colaboradores de InterGrupo.

A partir de este momento, se realizó una investigación sobre dicho Bot y su manejo, respuesta y eficiencia en los comunicados donde nos arroja diferentes resultados para realizar su respectivo análisis. Con base a dichos resultados se logró realizar un Manual de Usuario pues uno de los mayores inconvenientes era que sólo dos personas de la organización entendían y tenían los permisos para poder manejar a IGnacio.

En este manual se podrá encontrar todas las herramientas, etapas y opciones que tiene IGnacio para su correcto uso, donde otros colaboradores pueden aprender mediante este manual, cuál es el correcto uso de este Bot.

## Introducción

La comunicación organizacional implica mucho más que intercambiar información. Este trabajo de grado se desarrolla en la organización InterGrupo, ubicada en el municipio de Sabaneta, Antioquia, en el segundo semestre del año 2020. A continuación, se realiza un contexto general de la empresa que permite entender el objetivo del trabajo planteado.

Con más de 25 años en el mercado colombiano y expansión por Latinoamérica, InterGrupo es una organización reconocida por entregar soluciones y servicios integrales basados en tecnología de punta y contribuir con la transformación digital de las organizaciones.

InterGrupo es una compañía que tiene una trayectoria importante en el mercado, gracias al posicionamiento que ha ido obteniendo por más de 20 años de servicio. La experiencia de sus colaboradores ha motivado a otras personas a ser parte de un grupo de profesionales, quienes, impulsados por el bienestar de la compañía, día a día dan lo mejor de sí, creciendo no solo personal, sino también profesionalmente. InterGrupo se dedica a la gerencia de aplicaciones orientada a la Transformación Digital. Esto va desde la capacidad de gestionar, operar, mantener, versionar y evolucionar aplicaciones y plataformas durante su ciclo de vida, en el marco de un solo contrato con el cliente y haciendo uso de las mejores técnicas y prácticas del mercado tecnológico (InterGrupo, 2019).

## Justificación

Actualmente, InterGrupo cuenta con más de 1400 colaboradores que trabajan de cara a los clientes para encontrar, implementar y administrar soluciones de tecnología más adecuadas para sus negocios.

Hasta el año 2019, los colaboradores realizaban sus labores desde las instalaciones de InterGrupo, ubicadas en ciudades como Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla, sin embargo, por la situación actual de pandemia, a partir del mes de marzo del año 2020, el 100% de los colaboradores fueron asignados a trabajo remoto o teletrabajo.

Como consecuencia de esta situación, las estrategias de comunicación de las diferentes áreas (Salud Ocupacional, Talento Humano, Seguridad, Mesa de Ayuda Interna, Calidad y Procesos, entre otras) se vieron reducidas a el envío de correos electrónicos, esta información en ocasiones se podía percibir como excesiva y saturada o pasar desapercibida, aun siendo de gran importancia, en un día laboral, un colaborador podría recibir entre 8 y 12 correos.

Teniendo en cuenta que la comunicación dentro de los equipos de trabajo ya no se fundamenta en una interacción directa, sino mediante el sistema de mensajería instantánea conocido como Microsoft Teams, se buscaron estrategias para garantizar la entrega de la información importante de manera rápida y efectiva, como resultado se creó un bot que desde Teams, permite segmentar, programar e interactuar con el público objetivo.

Considerando la misión, la visión y valores de la Compañía orientados a la entrega de soluciones de la mejor calidad y prestando el mejor servicio posible, se creó este bot con las cualidades propias de InterGrupo (Calidad y servicio).

En el año 2020 se construyó esta herramienta modular y a la medida de las necesidades de la Compañía para ser percibido como comunicador digital y vocero oficial dispuesto a brindar información de interés, conocer e interactuar con la audiencia y tener una inteligencia que se encuentra en la nube, este comunicador, fue nombrado IGnacio y presentado con una imagen moderna y amigable en InterGrupo.

IGnacio es innovador porque permite al usuario elegir qué información quiere recibir, sin omitir la información importante que la Compañía envía; es un sistema de comunicación inmediato fundamentado sobre la principal herramienta de interacción corporativa, además, transmite mensajes de manera precisa, cercana y llamativa, permitiendo el contacto individual con los colaboradores sin importar su ubicación.

Por lo tanto, lo que hace especial a este bot es el uso de diferentes tecnologías emergentes que permite que este se comporte casi como un humano, capaz de adaptar las características propias de InterGrupo o de la compañía que lo utilice.

Actualmente el bot es administrado por la líder de comunicaciones de la Compañía y la aprendiz del área, lo cual se puede interpretar como un riesgo en la gestión de conocimiento del equipo, ya que no existe un manual de uso de la herramienta y en caso de que cualquiera de los administradores actuales ya no

pertenezca a la empresa, está el riesgo de que futuros participantes del equipo, no tengan conocimiento del uso de la misma.

Por tal motivo, se propone la creación de este manual para garantizar que el conocimiento se mantenga en la compañía, independiente del administrador que se encuentre en el momento.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Fortalecer la comunicación interna de InterGrupo a través de un manual de uso de IGnacio como herramienta, basada en tecnologías emergentes que ayudan al proceso de comunicación interna y externa.

### **Objetivos Específicos**

Determinar el alcance y funcionalidad de IGnacio conociendo las variables, particularidades de este a través de una encuesta de experiencia de la herramienta.

Optimizar los procesos de comunicación interna en InterGrupo a través de IGnacio, teniendo en cuenta los resultados de la encuesta previamente realizada, con el objetivo de lograr una interacción más cercana, óptima y precisa con los usuarios finales.

Desarrollar un manual al Área de Comunicaciones que permita el correcto uso de IGnacio orientado en el conocimiento y la utilización de la herramienta, donde se incluyen guías específicas.

## **Marco Teórico**

Para el desarrollo de este trabajo de grado definimos, a continuación, tres conceptos pertinentes a tener en cuenta:

### **Comunicación Organizacional**

Teniendo en cuenta la definición que nos brinda Brandolin A. y González M. (2008) se entiende a la comunicación organizacional como todos los procesos de comunicación e interacción que se dan dentro de una compañía y que están alineados a la visión, objetivos y misión de los altos directivos dentro de ella.

Los procesos comunicacionales son los que sostienen a las organizaciones, donde intervienen constantemente diferentes actores; por tal motivo, se pueden identificar los tipos de comunicación organizacional según a quien se le está emitiendo la información.

### **Comunicación Interna**

Es la herramienta de gestión que busca la eficacia en la recepción y comprensión de los mensajes dentro de una compañía. De acuerdo con Brandolin A. González M. (2008) la comunicación interna está dirigida específicamente al público interno, colaboradores, integrantes o personal de una empresa.

La comunicación interna surge con el fin de generar un entorno productivo, agradable y participativo, afirmando que el principal objetivo es generar motivación en

los recursos humanos, logrando que dicho personal esté organizado y trabaje de acuerdo con los objetivos productivos y éticos o morales de la compañía.

Según los autores Joan Cuenca y Laura Verazzi (2018) la comunicación interna permite generar la implicación del personal: Promueve el compromiso y el trabajo en equipo dentro de la organización, con el fin de alcanzar los objetivos asumidos por la compañía.

Armonizar las acciones de la organización: Fomenta el diálogo y una comunicación asertiva entre las diferentes áreas y niveles de mando.

Propicia un cambio de actitudes: A partir del conocimiento sobre la visión dentro de la empresa, se puede alcanzar una actitud positiva y generar una cierta independencia frente a la toma de decisiones individuales y/o grupales para alcanzar las metas.

Mejorar la productividad: Al generar una comunicación interna clara, objetiva y transparente, todos los empleados están enterados de los objetivos y se encuentran en óptimas condiciones para desempeñar su labor, orientados a mejorar los niveles productivos.

### **Origen del concepto de comunicación organizacional**

Autores como Félix. A y Frederick Taylor, entendían que el concepto de comunicación era secundario, y la verdadera razón fundamental en las organizaciones era la información, las directrices de los altos mandos y el curso que

éstos han estipulado como instrucciones específicas que debía seguir la fuerza operativa (Félix, A. 2014 p.197).

Posteriormente y gracias a los cambios generados por la globalización, en los años 30 las organizaciones se vieron obligadas a adaptarse a la nueva realidad, explorando y utilizando nuevas formas y medios de comunicación, con el fin de para facilitar los procesos en las compañías. Uno de esos cambios fue darle un enfoque humanista. Gracias a los aportes de Elton Mayo y Kurt Lewin (1933), autores que sustentaron sobre las labores colectivas y la posibilidad de apostarle al capital humano eran objetivos fundamentales en el desarrollo de la organización y le dieron un nuevo aire a los procedimientos que se efectuaban, perfilando a la comunicación organizacional en un contexto mucho más amplio y denso. (Félix, A. 2014, p.196).

Años siguientes, se inicia un enfoque importante a cargo de March y Simón en el año 1958 y Katz Y Kahn en 1966, quienes argumentaban que las organizaciones debían comprenderse como una estructura de áreas independientes unas de otras y que a su vez dependen entre ellas, por este motivo, tenían que estar interactuando constantemente, manteniendo informados los cambios que alguna área realizará y que podía afectar las tareas de otras. Se buscaba un trabajo en conjunto que mantuviera en equilibrio todas las funciones con el objetivo de lograr los objetivos propuestos por la compañía. (Felix, A. 2014, p.199).

Davenport y Prusak, Nonaka y Takeuchi, Stewart, Sveiby y Morrison le dieron una nueva visión a la comunicación en los años noventa, le dieron una mejor orientación a la transmisión de conocimiento organizacional, aun sabiendo que las organizaciones estaban expuestas a un ambiente muy cambiante, lo que exigió

fortalecer la misma comunicación y difundirla en un contexto tanto interno como externo. Es por ello, que mejorar los procesos de comunicación organizacional según lo expuesto por los autores, facilita el intercambio de información y conocimientos que se tengan, donde los avances en materia de plataformas electrónicas como internet, se ha concebido como la otra cara de la moneda en el desempeño de las empresas. (Félix, A. 2014, p.202).

Así mismo, los avances tecnológicos, se constituyeron como un elemento muy importante en el marco del desarrollo de la comunicación organizacional, la implementación de nuevas plataformas electrónicas, el avance de sistemas computarizados y el auge de la interacción por medios virtuales, el cual extendió los procesos de comunicación corporativa, fomentando el intercambio de conocimiento entre usuarios internos como externo, convirtiéndose como requisito de que toda compañía debe adoptar en sus operaciones una mayor cooperación entre los equipos de trabajo, facilitando la toma de decisiones internas y al mismo tiempo corrigiendo problemas estructurales de la empresa.

### **Flujos de Comunicación Organizacional**

Kreps, (1990, p. 20) citado en Lucas, (2013, p. 468) ejemplifica la importancia de los canales de comunicación y la comunicación interna que traza los flujos de comunicación como actualmente se conocen.

Por ejemplo, los canales de comunicación como carteleras, voz a voz, comunicados, correos electrónicos y demás herramientas que son interna son

utilizados para proporcionar a los trabajadores mensajes con instrucciones y evaluación de los trabajos; para informar sobre temas de interés dentro de la compañía, también para compartir mensajes de la coordinación de actividades laborales entre los miembros de la organización, así mismo, para llevar retroalimentación de los trabajadores a la gente que ocupa cargos más altos en la jerarquía de la organización, como quejas, sugerencias o reclamos de los colaboradores.

### **Comunicación Descendente**

Es la comunicación predominante en el estilo autoritario de liderazgo. Por otra parte, la comunicación descendente tiende a ser considerada como la forma natural de transmitir información en las organizaciones. Es considerado más común que el subordinado esté atento a recibir instrucciones o direccionamientos que los niveles superiores. Las funciones de la comunicación descendente son: informar, coordinar, motivar y estimular a los miembros de la organización.

### **Comunicación Ascendente**

La comunicación ascendente suele estar referida a lo que el individuo, empleado o colaborador dice sobre otros o sobre la organización. En la mayoría de los casos, no se cree en este tipo de comunicación o no se le presta la atención que merece. Los equipos directivos no perciben la comunicación ascendente como un elemento fundamental para conocer el clima social de la organización. Su mantenimiento y gestión requiere la institucionalización de determinados canales de

comunicación: buzones de sugerencias, reuniones, concursos, encuestas, entrevistas etc. A pesar de no creer mucho en este tipo de flujo comunicacional, la existencia de comunicación ascendente es un claro indicador de una buena gestión del activo humano dentro de la organización, ya que los directivos y mandos estiman a sus empleados como personas capaces de aportar valor a la empresa en forma de conocimientos, sugerencias, ideas y actitudes.

### **Comunicación Horizontal**

La comunicación entre las personas del mismo nivel tiene tres propósitos básicos: En un primer momento, brinda un apoyo socioemocional entre los compañeros o mismo equipo; segundo, permite la coordinación y orden entre colaboradores en el proceso laboral, de tal manera que puedan llevar a cabo un trabajo más eficiente, ágil y efectivo. tercero, difundir un punto de control en la organización, o extender la autoridad o responsabilidad. La comunicación horizontal sin flujo vertical es una manera de mantener el control en muchas organizaciones. Mientras más autoritaria es la estructura o el flujo de la comunicación, más restringido es el flujo horizontal.

### **Comunicación 2.0**

García G. (2018), afirma que con la llegada de las nuevas tecnologías empieza a cambiar también su proceso de comunicación, y es aquí donde se tomará el concepto de Comunicación 2.0, y cómo el proceso comunicativo sigue evolucionando y es necesario adaptarse a ellas. Se tiene en un primer momento el surgimiento de la comunicación interna, oral y escrita. La intranet llega como una herramienta para el

desarrollo de la comunicación organizacional cumpliendo un papel de divulgación de información, y donde se puede realizar una retroalimentación más fácil y directa. (García G. 2018. p. 13)

Así mismo, la comunicación organizacional avanza según las necesidades del ser humano para romper toda clase de barreras o ruidos que interrumpen el acceso de los usuarios a los servicios o productos. La comunicación digital o 2.0 sigue siendo un concepto nuevo y que a muchas organizaciones aún les cuesta adaptarse, sin contar que otras ni siquiera han podido sobrevivir a esta era tecnológica. Las nuevas tecnologías suponen cambios, y estos cambios muchas veces no son opcionales, son necesarios para avanzar.

### **Tecnologías Emergentes**

El término de tecnologías emergentes hace alusión a las nuevas tecnologías disruptivas. Constituyen innovaciones que irán cambiando la forma de vivir, brindando mayor facilidad a la hora de realizar procesos o tareas, además de hacerlas más seguras. Su potencial se amplifica cuando interactúan y se combinan de forma innovadora y aún más cuando se unen en plataformas abiertas y ecosistemas. (Russo C. Sarobe M., Ado M., Ahmad H., Alonso N., Alvarez. 2017)

Petit A, Martínez M, aseguran que el papel de talento humano en las organizaciones ha sido fundamental ya que si bien es cierto, que estos procesos de innovación tecnológica han permitido la concepción de nuevas tecnologías conocida como tecnologías emergentes, han sido originadas a partir del desarrollo interno en las empresas, y se consideran como una expansión del conocimiento, donde la

aplicación está sometida a la innovación y aprovechamiento de nuevos mercados (Day Schoemaker y Gunther, 2001).

### **Origen de las Tecnologías Emergentes**

Las tecnologías emergentes y convergentes se emplean en la literatura como término para referirse al surgimiento (emergencia) y a los procesos de convergencia de nuevas tecnologías. Estas cuentan con potenciales técnicos, económicos y sociales importantes que pueden modificar sectores completos en la industria –o incluso crear nuevos sectores–, lo que también les ha valido el adjetivo de tecnologías disruptivas (Foladori e Invernizzi, 2006).

Estas influyen en las estructuras científicas y tecnológicas al proponer nuevas técnicas, enfoques, marcos teóricos, metodológicos en la producción y validación de nuevos conocimientos. Además, en las últimas décadas hemos observado modernas dinámicas en la producción de conocimientos científicos y tecnológicos que implican, a su vez, otras formas en la circulación de conocimientos, así como diversas estructuras en la organización del trabajo científico y tecnológico. Todas estas características y particularidades en las tecnologías emergentes y convergentes requieren de enfoques novedosos para el estudio de los procesos de innovación. (Amaro, M y Robles, E. 2020).

Debido a las características de las tecnologías emergentes o convergentes, y a pesar de las dificultades metodológicas que implica, estas se han estudiado como

sectores de innovación, pues son tecnologías de uso transversal en diversos sectores productivos, como el farmacéutico, el de alimentos, el agrícola, el medio ambiente, la manufactura, entre otros (Amaro y Morales, 2016; Castañeda, León, Castañeda et al., 2017; Foladori et al., 2017).

Teniendo en cuenta los conceptos previamente explicados y su contexto específico para el trabajo, pasaremos a definir el producto entregable del mismo.

### **Manual de Usuario**

Julián Pérez Porto y Ana Gardey argumentan que el manual es una publicación que incluye los aspectos fundamentales de una materia. Se trata de una guía que ayuda a entender el funcionamiento de algo, o bien que educa a sus lectores acerca de un tema de forma ordenada y concisa. Un usuario es, por otra parte, la persona que usa ordinariamente algo o que es destinataria de un producto o de un servicio.

Este tipo de publicaciones brinda las instrucciones necesarias para que un usuario pueda utilizar un determinado producto o servicio. Por ejemplo, si el manual de usuario está referido a un teléfono móvil (celular), incluirá los conceptos y las guías necesarias para su utilización, detallando las funciones de sus teclas, las opciones disponibles a través de los diferentes menús, etc.

Es considerado como un documento en el cual, se incluye información de las especificaciones para un correcto uso del elemento o elementos resultantes de una

obra, así como las operaciones de mantenimiento y revisiones periódicas necesarias para la adecuada conservación del producto.

También se puede definir como el conjunto de técnicas de uso y recomendaciones que acompañan un servicio o producto.

Este manual inicia generalmente con la presentación del producto, con sus características y descripción de partes, en caso de que se deba ensamblar, a modo de introducción. También suele contar como una guía sobre posibles señales alarmantes y qué hacer para solucionar dicha situación.

### **Estructura Simple de un Manual de Uso**

Realizando la investigación para definir los conceptos y estructura del manual de uso se define la estructura encontrada en Google Académico Referencia Web, los conceptos principales que se desarrollarán serán los siguientes:

- Especificaciones del producto y concepto.
- Uso y mantenimiento.
- Precauciones de uso.
- Prescripciones de uso.
- Prohibiciones de uso.
- Mantenimiento para realizar por el usuario.
- Mantenimiento para realizar por personal especializado.
- Periodicidad de las operaciones de mantenimiento.

## Objetivos de un Manual de Usuario

- Dar a conocer a los usuarios finales las características y las formas de funcionamiento del servicio brindado.
- Proporcionar al usuario la información necesaria para utilizar el producto adquirido.
- Facilita registrar las solicitudes del Servicio de conectividad, y reportes de fallas correspondientes al producto en uso.
- Conocer cómo utilizar un sistema, mediante una descripción detallada e ilustrada a través de opciones.
- Conocer el alcance de toda la información por medio de una explicación detallada e ilustrada de cada una de las páginas que lo conforman.
- Satisfacer las necesidades reales de la empresa
- Contar con instrucciones apropiadas de uso, manejo y conservación
- Facilitar la localización de las orientaciones y disposiciones específicas
- Diagramación que corresponda a su verdadera necesidad
- Hacer uso racional y adecuado, por parte de los destinatarios
- Gozar de adecuada flexibilidad para cubrir diversas situaciones
- Tener un proceso continuo de revisión y actualización
- Facilitar a través del diseño, su uso, conversación y actualización
- Estar debidamente formalizado por la instancia correspondiente de la empresa.

## **ADN Corporativo**

Son innovadores: Los impulsa el deseo de cumplir sueños. Tienen pasión por buscar siempre una solución a los retos presentes y futuros, yendo más allá de las necesidades y dispuestos a entregar experiencias con generación de valor.

Son profesionales integrales: Son personas competentes y competitivas, con altos valores humanos y gran pasión por el conocimiento que les permite brindar innovación, ser felices y al mismo tiempo, mantener relaciones cercanas y cálidas.

Brindar un servicio con pasión: Generan relaciones de confianza a largo plazo, viviendo el día a día con pasión y eficiencia, basados en una excelente actitud de servicio y orientados siempre en lograr alta satisfacción.

Son flexibles: Se adaptan y responden con rapidez a los cambios en el entorno con una actitud estratégica con foco en el crecimiento de los colaboradores y clientes.

Son respetuosos: La interacción personal y con los demás se basa en la admiración mutua y el aprendizaje y cuidado del otro, generando una sana convivencia en el tiempo.

Son personas felices: La felicidad está conectada con la satisfacción personal de tener un propósito en la vida y de hacer lo que más les gusta. Viven con entusiasmo, dedicación, responsabilidad, empoderamiento y disciplina, teniendo una vida con sentido y bienestar.

## **Direccionamiento Estratégico**

### **Misión**

Ser partícipes en el desarrollo y crecimiento de los negocios de nuestros clientes, mediante la oferta de servicios de outsourcing de TI, usando tecnología de punta, contando con un grupo de personas de altos valores humanos y gran nivel de calificación y certificación (InterGrupo, 2019).

### **Visión**

Ser reconocidos como líderes en el mercado latinoamericano, por la calidad e innovación en servicios de outsourcing de TI (InterGrupo, 2019).

En el año 2019, la multinacional suiza SoftwareONE compra el 40% de las acciones de InterGrupo a principios del año 2019, significando para la Compañía colombiana una integración empresarial horizontal.

Posteriormente, en noviembre del año 2020, SoftwareONE adquiere el 100% de InterGrupo, acelerando así las capacidades en la modernización de aplicaciones, la ampliación de los servicios para permitir la transformación digital.

Esta adquisición genera una gran importancia estratégica para la Compañía Suiza, pues permite aprovechar al máximo la experiencia y servicios de IG y la “fábrica de software en la nube” para la modernización y el desarrollo de capacidades, siendo prioridad para el catálogo y la oferta de servicios de SoftwareONE.

Teniendo claridad con el contexto general de la empresa, se explicará a continuación la necesidad de generación del producto entregable de este proyecto.

### **Impacto Científico y Tecnológico**

Este proyecto tiene un impacto tecnológico al permitir la transformación digital de los sistemas de comunicación interna dentro de la empresa, migrando a una tecnología más actual, que entrega la información de una manera más personalizada y específica.

Está integrado por diferentes componentes de inteligencia artificial que permite responder a dudas, interactuar con la comunidad, aprender de ella y recoger insights de la audiencia, a través de diferentes herramientas, siendo las principales Microsoft Teams y WhatsApp.

### **Impacto Económico y Social**

Con el proyecto actual se garantiza que los colaboradores se enteren de información relevante, también, busca en su base de conocimientos la respuesta que más se acerque a inquietudes o dificultades que presente un colaborador o un área, optimizando procesos internos.

Desde el impacto económico, es un proyecto o comunicador es personalizable, pues puede recibir el nombre y los atributos que la empresa le desee implementar, además es un aliado en la generación de comunicación corporativa a través de las nuevas tecnologías emergentes e inteligencia artificial, siendo un caso de éxito para la venta a clientes externos de la Compañía.

## **Metodología**

Se realizó una encuesta focalizada a los 15 integrantes del equipo de Experiencia de Usuario con el objetivo de conocer su experiencia y recomendaciones frente a la herramienta IGnacio, haciendo énfasis en las siguientes características: interacción, oportunidad, eficacia y eficiencia de la herramienta.

La herramienta utilizada para crear la encuesta fue Microsoft Forms especializada para crear este tipo de cuestionarios que permiten segmentar la información arrojada desde lo numérico y una visualización gráfica.

Otra técnica desarrollada fue la observación participante, desde formar parte de la organización y sus dinámicas corporativas. A partir de estas técnicas, se construye una matriz de diagnóstico DOFA.

La metodología utilizada fue mixta ya que se utilizaron diferentes escalas numéricas y preguntas abiertas para extraer la información para obtener recomendaciones solicitadas.

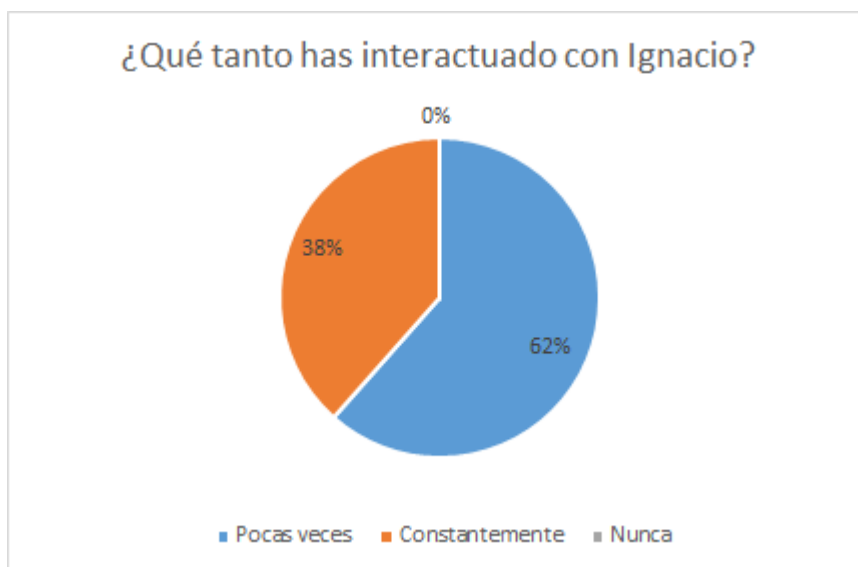
Con la información obtenida y generando un registro de mi experiencia al utilizar la herramienta, se genera un manual de usuario orientado a su correcto manejo para personas sin conocimiento previo de dicha herramienta.

## Estructura y Resultados Encuesta

A continuación, se explicarán las conclusiones específicas de la aplicación de la herramienta de medición.

### Gráfico 1

*¿Qué tanto has interactuado con IGnacio?*



**Fuente:** Elaboración Propia

Teniendo en cuenta los datos arrojados, nos indica que los usuarios si bien interactúan con IGnacio, no lo hacen de manera constante.

**Gráfico 2**

*¿Consideras que la comunicación de IGnacio es oportuna?*

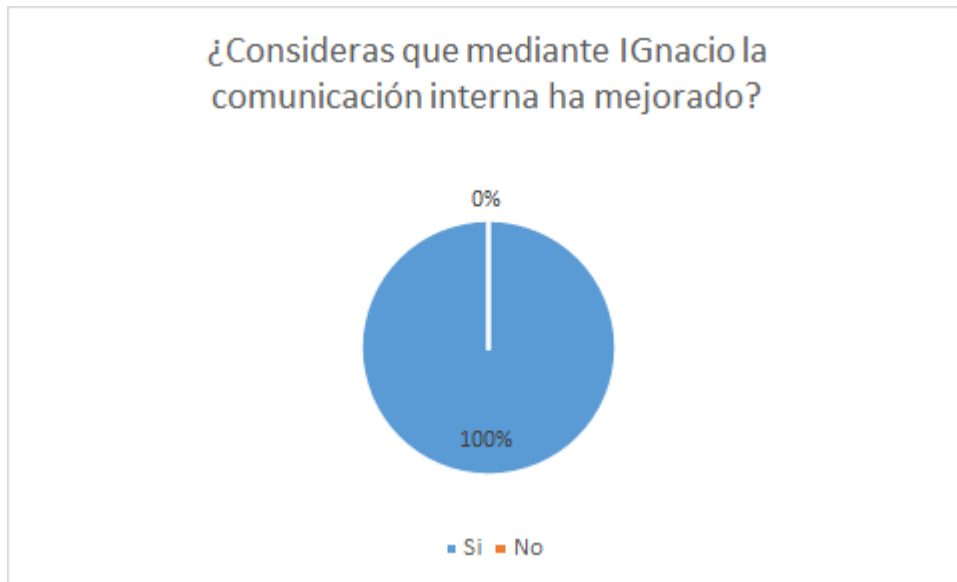


**Fuente:** Elaboración Propia

Según la respuesta obtenida, nos dice que IGnacio es oportuno para enviar los comunicados y mensajes corporativos.

**Gráfico 3**

*¿Consideras que mediante IGnacio la comunicación interna ha mejorado?*

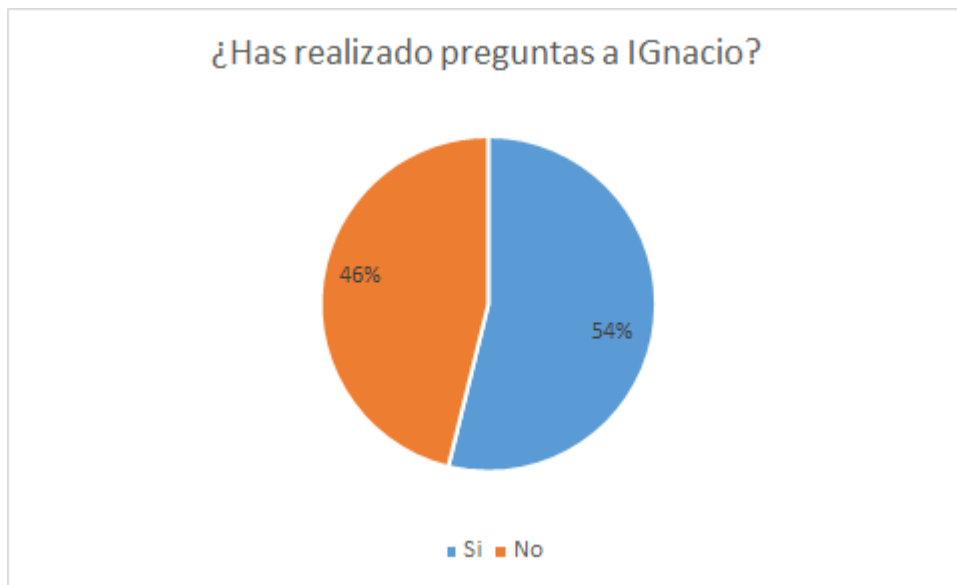


**Fuente:** Elaboración Propia

Esta respuesta nos indica que el 100% de los usuarios consideran que por medio de esta herramienta, la comunicación interna no se ve saturada, además los mensajes de IGnacio son más cortos y precisos.

**Gráfico 4**

*¿Has realizado preguntas a IGnacio?*



**Fuente:** Elaboración Propia

Aunque la herramienta en términos de comunicación es efectiva, la interacción con este bot no es tan alta.

**Gráfico 5**

*¿Lees los mensajes que te envía IGnacio?*

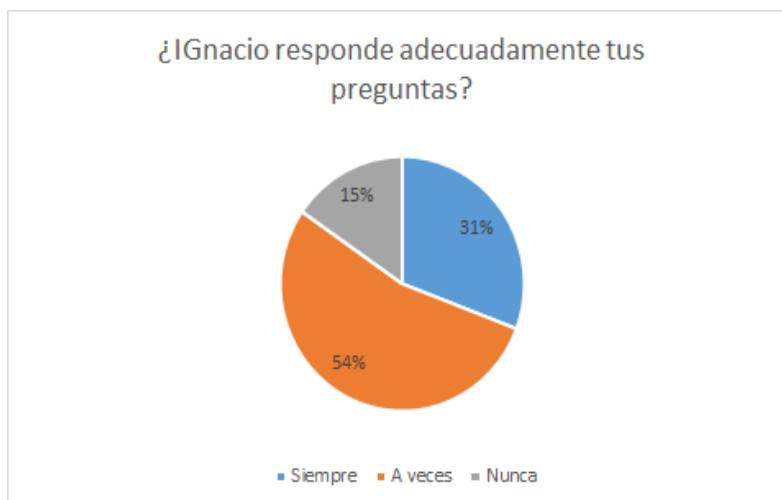


**Fuente:** Elaboración Propia

Los usuarios encuestados confirman que no siempre leen los mensajes y comunicados que reciben de este bot, por lo que no se garantiza que la información sea recibida por los usuarios finales en todas las situaciones.

**Gráfico 6**

*¿IGnacio responde adecuadamente tus preguntas?*

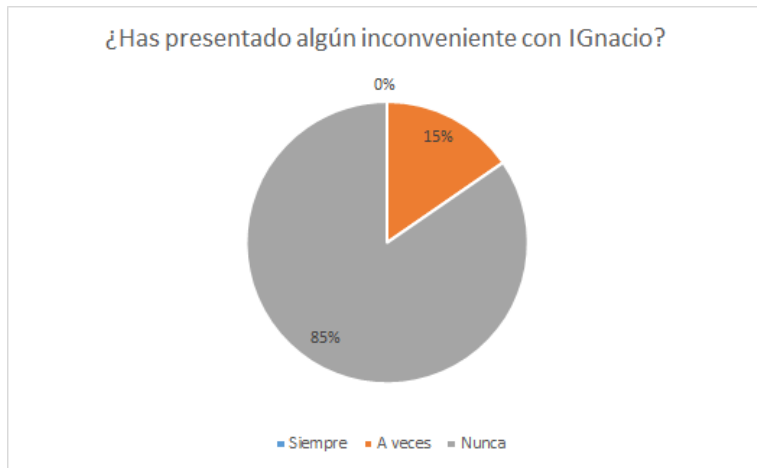


**Fuente:** Elaboración Propia

El nivel de respuesta de IGnacio, percibido por los usuarios, no es tan exacto como se quisiera ya que no responde a todas las preguntas realizadas.

### Gráfico 7

*¿Has presentado algún inconveniente con IGnacio?*

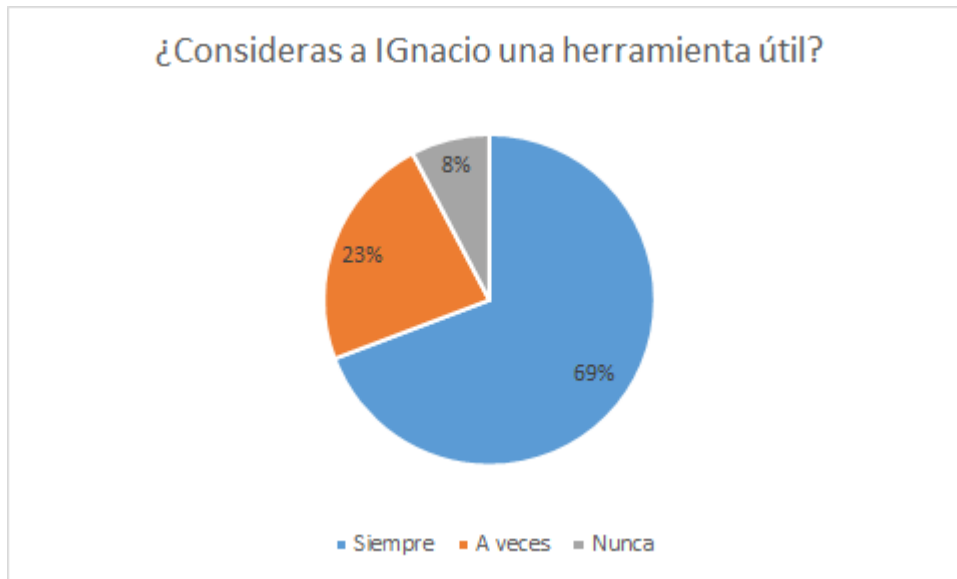


**Fuente:** Elaboración Propia

Se puede inferir que el Bot no presenta errores constantemente, sin embargo, en ocasiones puede presentar inconvenientes al responder inquietudes de los usuarios.

### Gráfico 8

*¿Consideras a IGnacio una herramienta útil?*

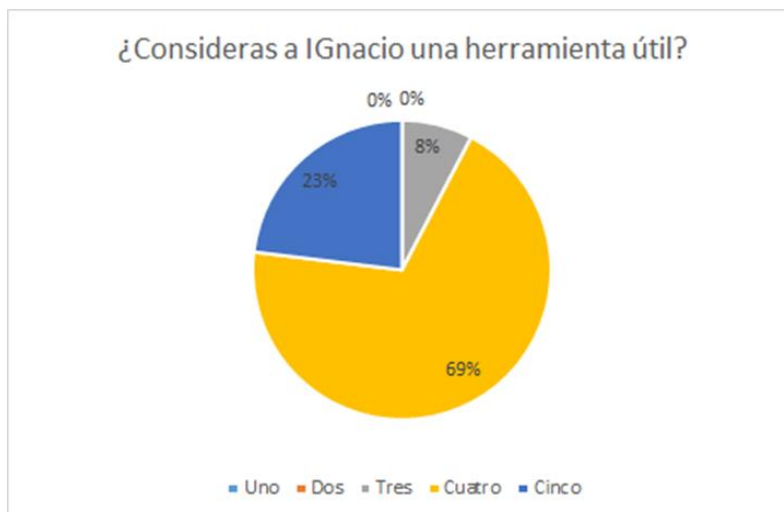


**Fuente:** Elaboración Propia

La percepción de la utilidad de IGnacio es positiva ya que cumple con las expectativas con las que fue creado.

### Gráfico 9

*¿Tienes alguna sugerencia y oportunidad de mejora para IGnacio?*



**Fuente:** Elaboración Propia

53% Mencionó no tener sugerencias de mejora

47% Sugirieron mejoras que se mencionan a continuación:

- Mejorar afinidad en las respuestas.
- Automatizar la solicitud de vacaciones y tareas de otras áreas.
- Implementar videos y medios interactivos.
- Ampliar la capacidad de respuesta de la herramienta (Poder realizar más preguntas).

Ya que la encuesta fue aplicada a expertos en experiencia de usuario se puede concluir que cumple el objetivo para el cual fue creado y las recomendaciones se enfocan en dar mayores funcionalidades a la versión actual, ya que no se hablan de falencias sino, en oportunidades de desarrollo.

### **En aspectos generales como calificas a Ignacio**

Con una calificación de 1 a 5 estrellas, el evaluador debía calificar la herramienta de manera general, obteniendo una puntuación promedio de 4,2 sobre 5.

En términos generales, la calificación de IGnacio se encuentra por encima del 80% es decir, que la percepción es positiva para la mayoría de encuestados.

## Conclusiones Generales

La percepción general de la herramienta es positiva para brindar información corporativa, sin embargo, la interacción con la herramienta podría ser más alta, es decir, una considerable cantidad de encuestados afirman que leen los mensajes que IGnacio envía diariamente y también consideran que la comunicación interna ha mejorado desde la creación de este Bot, pero, al momento de interactuar con él para realizar consultas o preguntas de la Organización o de temas de interés, son pocas las personas que acuden a esta herramienta y su capacidad de respuesta actual no soluciona todas las preguntas de estos usuarios.

El foco de desarrollo de la aplicación debe estar orientado a:

- Una mayor capacidad de respuesta.
- Integración de elementos multimedia.
- Asegurar la visualización de un 100% de los mensajes enviados.

## Análisis DOFA

Este tipo de análisis es un tipo de metodología que nos permitirá estudiar este bot llamado IGnacio, desde aspectos internos como los que denominamos debilidades y fortalezas, así mismo, aspectos externos que se conocen como oportunidades y amenazas.

**Tabla 1**  
**Análisis DOFA.**

<b>Debilidades</b>	<b>Fortalezas</b>
<p>El conocimiento del bot está concentrado en una sola persona, como consecuencia en caso de una ausencia temporal o definitiva del funcionario que asume este rol, se requeriría un reproceso en términos de aprendizaje de la herramienta.</p>	<p>Este bot está diseñado para enviar mensajes cortos, cercanos y precisos desde la aplicación de Microsoft Teams, es decir, el usuario desde este programa puede tener conocimiento de las últimas noticias de interés de la Compañía, sin la necesidad de recibir gran cantidad de correos corporativos diariamente en su bandeja de entrada.</p> <p>Al enviar una gran cantidad de correos, se podía evidenciar que los colaboradores de la Compañía no leían los correos, por ende, no estaban</p>

	enterados de noticias, eventos e información relevante de la misma.
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <p>Teniendo en cuenta la pandemia que inició en el año 2020 y revolucionó el mundo entero, las empresas empezaron a implementar el trabajo remoto, sin embargo, muchas de estas empresas no tenían una ayuda o complemento que estuviera informando a sus colaboradores sobre las novedades y noticias que ocurrían en las compañías.</p> <p>InterGrupo por su parte se ha caracterizado por ser una empresa cercana con sus trabajadores, donde se realizaban constantemente voz a voz dentro de la empresa, donde los comunicados eran directos y cercanos, partiendo de esto, necesitaban crear un elemento que se convierta en un compañero que les enviará información constantemente y fuera precisa,</p>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <p>IGNacio es un bot creado desde Microsoft Teams y a medida que va pasando el tiempo, ha presentado diferentes mejoras en sus procesos, multimedia y demás. Sin embargo, también ha tenido algunos retrocesos en cuanto a la información que suministra.</p> <p>Adicionalmente, Teams es un programa que está en constante crecimiento, por tal motivo en ocasiones presenta fallas en su sistema, impidiendo el adecuado manejo de IGNacio, ya que se envían los mensajes de manera errónea, no adjunta enlaces de acceso o imágenes que acompañan el texto o simplemente, deja de enviar los comunicados, ocasionando un retroceso en los procesos e información relevante que se desea enviar.</p>

amigable y cercana.

Ahí es donde se crea IGnacio, un bot con características definidas que envía comunicados diariamente sobre diferentes temas de interés, convirtiéndose en un nuevo canal de comunicación, construido bajo las nuevas tecnologías emergentes.

Este bot ha tenido un crecimiento exponencial, y se vende como marca blanca lo cual permite que el cliente o empresa pueda customizar con los atributos, valores e imagen propios de su marca.

**Fuente:** Elaboración Propia

## Conclusiones

Consolidar la comunicación interna a través de un Bot llamado IGnacio que envía diariamente comunicados directos, rápidos y concisos y, además, logra brindar soluciones a preguntas recurrentes y repetitivas de los colaboradores de InterGrupo luego de ver la problemática a la que se estaba enfrentando la Compañía con una gran cantidad de correos y la poca respuesta de los empleados ante estos comunicados.

Mediante la creación de un manual de usuario busca que cualquier persona que tenga los permisos para acceder a IGnacio tenga bases e información que le permitan desempeñar esta labor con agilidad, precisión y facilidad, evitando retrocesos en los procesos comunicacionales de la Compañía.

Un adecuado funcionamiento de la comunicación interna en una organización es de vital importancia porque mantiene a los colaboradores informados sobre los temas de interés dentro de la compañía, teniendo en cuenta el proceso de integración por el que está atravesando una empresa como InterGrupo, además contribuye en el desarrollo de las buenas relaciones de trabajo, en un adecuado desempeño en las tareas laborales que a su vez en la mejora de los procesos y la motivación de las personas que conforman la organización.

Las tecnologías emergentes hacen parte fundamental de la organización y cuando pueden incorporarse con las comunicaciones internas, logran la automatización de mensajes, obteniendo como resultado un bot que puede responder

preguntas, interactuar con otros colaboradores por medio de la aplicación principal que es Microsoft Teams y enviar mensajes más cortos y rápidos evitando la saturación en la bandeja de los correos electrónicos.

## **Recomendaciones**

Teniendo en cuenta que IGnacio es un bot que está en constante entrenamiento y desarrollo, se recomienda implementar un manual de uso que permita a los diferentes empleados que van a desempeñar la tarea de manejar a dicho bot tener una base de conocimiento que permita realizar esta labor con mayor facilidad y agilidad.

Así mismo, es importante tener en cuenta, que esta labor está desarrollada por una sola persona, es decir, una vez que dicho colaborador abandone la organización, no quedará alguien con el conocimiento que logre manejar y revisar periódicamente esta herramienta. Por tal motivo se recomienda entrenar a más de una persona para que en caso de ausencia, otro pueda desempeñar esta tarea sin inconvenientes.

## Referencias

(Dávila, 2008) <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476655657003>

Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos

<https://www.redalyc.org/pdf/819/81986008.pdf>

Dávila. (2008). Comunicación corporativa, relaciones públicas y logística en la dinámica organizacional. *Redalyc*, 120.

Comunicación organizacional 2.0:

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10139/Garc%C3%ADa2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y%20%20>

Concepto y modelo de la comunicación organizacional interna

[https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=comunicaci%C3%B3n+organizational&ots=goGmtmTLo1&sig=-](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=comunicaci%C3%B3n+organizational&ots=goGmtmTLo1&sig=-kyP8Jh1eXJm_P6OxmhbENWueSU&redir_esc=y#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20organizational&f=false)

[kyP8Jh1eXJm\\_P6OxmhbENWueSU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20organizational&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=comunicaci%C3%B3n+organizational&ots=goGmtmTLo1&sig=-kyP8Jh1eXJm_P6OxmhbENWueSU&redir_esc=y#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20organizational&f=false)

Definición de Manual de usuario

<https://definicion.de/manual-de-usuario/>

Kreps - Flujos de comunicación en organizaciones privada:

<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199531505010.pdf>

Informática y tecnologías emergentes

[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62436/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62436/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1)

Innovación tecnológica: Una opción para América Latina:

<file:///C:/Users/danli/Downloads/Dialnet-InnovacionTecnologica-2982117.pdf>

InterGrupo

<https://intergrupo.com/empresa/>

Félix, A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica.

<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/download/45021/42392>.

Manual de usuario 2011 <https://sites.google.com/site/manualdeusuario2011/manual-de-usuario-conceptos-objetivos-y-tipos>

Medir la innovación en el contexto de las tecnologías emergentes

[https://www.researchgate.net/profile/Sonia-](https://www.researchgate.net/profile/Sonia-Concari/publication/271847922_Tecnologias_emergentes_cuales_usamos/links/54d4b7340cf2970e4e638479/Tecnologias-emergentes-cuales-usamos.pdf)

[Concari/publication/271847922\\_Tecnologias\\_emergentes\\_cuales\\_usamos/lin](https://www.researchgate.net/profile/Sonia-Concari/publication/271847922_Tecnologias_emergentes_cuales_usamos/links/54d4b7340cf2970e4e638479/Tecnologias-emergentes-cuales-usamos.pdf)

[ks/54d4b7340cf2970e4e638479/Tecnologias-emergentes-cuales-usamos.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sonia-Concari/publication/271847922_Tecnologias_emergentes_cuales_usamos/links/54d4b7340cf2970e4e638479/Tecnologias-emergentes-cuales-usamos.pdf)

Tecnologías emergentes ¿Cuáles usamos?

[https://www.researchgate.net/profile/Sonia-](https://www.researchgate.net/profile/Sonia-Concari/publication/271847922_Tecnologias_emergentes_cuales_usamos/links/54d4b7340cf2970e4e638479/Tecnologias-emergentes-cuales-usamos.pdf)

[Concari/publication/271847922\\_Tecnologias\\_emergentes\\_cuales\\_usamos/lin](https://www.researchgate.net/profile/Sonia-Concari/publication/271847922_Tecnologias_emergentes_cuales_usamos/links/54d4b7340cf2970e4e638479/Tecnologias-emergentes-cuales-usamos.pdf)

[ks/54d4b7340cf2970e4e638479/Tecnologias-emergentes-cuales-usamos.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sonia-Concari/publication/271847922_Tecnologias_emergentes_cuales_usamos/links/54d4b7340cf2970e4e638479/Tecnologias-emergentes-cuales-usamos.pdf)