

**La ruta hacia una implementación de la comunicación efectiva en la intranet de  
SURA Investments.**

**Trabajo de grado para optar por el título de Comunicación y Periodismo**

**Mariana Urrego Arias**

**Asesor**

**Lina María Acosta Quiroz**

**Magister en Educación y Desarrollo Humano**

**Corporación Universitaria Lasallista**

**Ciencias Sociales y Educación**

**Comunicación y Periodismo**

**Caldas, Antioquia**

**2024**

## Contenido

<b>Tabla de gráficos .....</b>	<b>3</b>
<b>Tabla de apéndices .....</b>	<b>4</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>5</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>6</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>7</b>
<b>Impacto tecnológico .....</b>	<b>7</b>
<b>Impacto social y económico .....</b>	<b>8</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>10</b>
<b>Objetivo general: .....</b>	<b>10</b>
<b>Objetivos específicos: .....</b>	<b>10</b>
<b>Marco teórico.....</b>	<b>11</b>
<b>Comunicación .....</b>	<b>11</b>
<b>Comunicación interna .....</b>	<b>13</b>
<b>Cultura .....</b>	<b>14</b>
<b>Intranet .....</b>	<b>16</b>
<b>Gestión del conocimiento.....</b>	<b>18</b>
<b>Contexto: SURA Investments .....</b>	<b>19</b>
<b>Pilares culturales: .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>23</b>
<b>Resultados y hallazgos .....</b>	<b>27</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>48</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>49</b>
<b>Apéndices .....</b>	<b>51</b>

### Tabla de gráficos

Ilustración 1 Proceso de la comunicación.....	11
Ilustración 2 Pilares culturales de SURA Investments .....	22
Ilustración 3 Encuesta: recursos de acceso .....	29
Ilustración 4 Encuesta: formatos.....	30
Ilustración 5 Encuesta: accesos rápidos .....	31
Ilustración 6 Encuesta: vista desde dispositivos .....	32
Ilustración 7 Encuesta: interacción y reacciones .....	33
Ilustración 8 Entrevistas: recursos .....	35
Ilustración 9 Entrevistas: accesos rápidos.....	37
Ilustración 10 Entrevistas: dispositivos .....	39
Ilustración 11 Entrevistas: formatos .....	41
Ilustración 12 Entrevistas: interacción.....	43

## Tabla de apéndices

Apéndice 1 Soporte de la encuesta - metodología .....	51
Apéndice 2 Resultados de encuestas.....	51
Apéndice 3 Historias de usuario .....	52
Apéndice 4 Vista previa de la página de inicio de la intranet corporativa .....	52
Apéndice 5 Información del negocio .....	53
Apéndice 6 Misión de las áreas .....	54
Apéndice 7 Organigrama de los equipos .....	55
Apéndice 8 Documentación .....	56
Apéndice 9 Reconocimientos de la compañía .....	56
Apéndice 10 Micrositios .....	57
Apéndice 11 Página para anuncios o clasificados .....	57

## Resumen

El trabajo de grado explora la implementación de la intranet en SURA Investments, con el propósito de generar un proyecto de comunicación para facilitar la comunicación interna, la gestión de información y recursos como un canal donde los empleados sean más productivos y capaces de colaborar. Por medio de diferentes metodologías basadas en estudio de caso, con encuestas y entrevistas a los colaboradores de Sura Investments sobre cómo se debe usar la intranet para mejorar la comunicación interna y ayudar a la compañía a cumplir los objetivos.

Implementar una intranet en Sura Investments, es fundamental ya que, al ser una compañía multicultural, facilita la comunicación efectiva entre los colaboradores, asegurando que todos tengan acceso a la misma información y recursos en tiempo real. Además, mejora la colaboración y la eficiencia al permitir a los colaboradores cooperar en proyectos sin documentación e información física, y así contribuye a la alineación estratégica de la compañía asegurando, que todos los colaboradores comprendan y trabajen hacia objetivos comunes. Por lo tanto, el presente trabajo propone implementar la intranet como una solución clave para optimizar la comunicación y la gestión de información dentro de la organización.

**Palabras claves:** comunicación, comunicación interna, cultura, intranet y gestión del conocimiento

## **Introducción**

SURA Investments, es una compañía fundada en 2023 a partir de una fusión, entre SURA Asset Management y SURA Investments Management, actualmente opera en Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay. Su enfoque es administrar activos en Latinoamérica, proporcionando soluciones de inversión y asesoría especializada con alcance internacional. Su estrategia incluye a instituciones, personas y negocios, utilizando la innovación y la tecnología para mejorar el rendimiento de las inversiones.

Este trabajo de grado se enfoca en la implementación y adopción de la intranet en SURA Investments para optimizar la comunicación interna y fortalecer la cultura corporativa. El objetivo es mejorar la colaboración entre colaboradores y aumentar la eficiencia organizacional mediante el análisis de la tasa de adopción y el impacto en los procesos comunicativos internos.

Para lograr estos fines, se utilizó una combinación de metodologías cualitativas y cuantitativas, incluyendo estudios de caso, observación participante, encuestas y entrevistas, para captar tanto las percepciones como las necesidades cuantificables de los empleados respecto a la intranet. Este enfoque asegura un diseño y una implementación que responden a las expectativas reales del personal, promoviendo una adopción efectiva y beneficiosa para la organización.

## **Justificación**

### **Impacto Tecnológico**

El trabajo de grado enfocado en la implementación, adopción e impacto de la intranet corporativa de SURA Investments, asume un papel crucial en la evolución tecnológica, la innovación y el desarrollo de las comunicaciones dentro de la organización, puesto que su importancia se manifiesta en múltiples dimensiones, cada una contribuyendo significativamente al crecimiento y adaptabilidad de la compañía en un mercado cada vez más digitalizado y competitivo.

Teniendo en cuenta, que vivimos en un mundo donde la sobrecarga de información es un desafío constante, una intranet bien diseñada y gestionada se convierte en un canal clave para asegurar que la comunicación sea clara, concisa y relevante, conectando con la necesidad de una plataforma que no solo facilite el flujo de información, sino que también promueva una interacción bidireccional entre la gerencia y los empleados.

Lo anterior, nos permite afirmar que una Intranet nos brinda una visión comprensiva de las diferentes maneras en que las herramientas digitales pueden ser optimizadas para promover la transparencia y facilitar un flujo de información más eficiente; considerando que no solo es fundamental para impulsar la toma de decisiones basada en datos y fomentar la innovación, sino también para mantener a todos los colaboradores alineados con la cultura, fortaleciendo así la colaboración y la comunicación.

En conclusión, en un entorno donde la eficiencia en la comunicación interna y la capacidad de adaptación a las demandas de un mercado digital son indispensables, la intranet emerge no solo

como un recurso esencial sino como una estrategia crítica que habilita a SURA Investments para navegar con éxito en el panorama corporativo. Así, el desarrollo e implementación de una intranet robusta y bien integrada no solo refuerza la estructura interna de la empresa, sino que también asegura su competitividad y sustentabilidad en el futuro, marcando un hito en su trayectoria hacia la excelencia operativa y el liderazgo en el sector.

### **Impacto Social y Económico**

Explorar a fondo la implementación e impacto de la intranet corporativa en SURA Investments revela el potencial transformador de una infraestructura tecnológica avanzada en el entorno organizacional. Más allá de ser simplemente una herramienta digital, esta plataforma emerge como un motor clave para fortalecer las relaciones interpersonales y la identidad corporativa. Al mismo tiempo, su eficiente funcionamiento no solo optimiza los procesos internos, sino que también genera un impacto positivo en la eficiencia operativa y en la reducción de costos.

Desde la perspectiva social, la intranet representa una plataforma central para mejorar la comunicación y el flujo de información entre todos los niveles de la organización, contribuyendo significativamente a una cultura organizacional más integrada y cohesiva, teniendo en cuenta que, al facilitar un espacio para el intercambio de ideas, conocimientos y reconocimientos, se promueve un sentido de pertenencia y compromiso entre los colaboradores, lo cual es crucial para la retención del talento y la motivación del personal.

Desde el aspecto económico, la intranet de SURA Investments se posiciona como una herramienta estratégica para la optimización de procesos y recursos. Al centralizar información, automatizar procesos y facilitar la colaboración en tiempo real. Esto no solo incrementa la

productividad y eficiencia, sino que también libera recursos valiosos que pueden ser reinvertidos en innovación y desarrollo. Además, al mejorar la toma de decisiones a través del acceso rápido y confiable a datos e información, la intranet contribuye a minimizar riesgos y a maximizar oportunidades de crecimiento y expansión en mercados competitivos.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Generar estrategias efectivas para el lanzamiento y adopción de la intranet de SURA Investments, con el fin de optimizar la comunicación interna a través de la colaboración y el fortalecimiento de la cultura corporativa.

### **Objetivos Específicos**

Analizar la tasa de adopción de la intranet por parte de los colaboradores de SURA Investments, identificando factores críticos que han facilitado o impedido su uso efectivo por medio de las métricas que arroja el sitio y encuestas.

Promover la creación de contenido por parte de los colaboradores en la intranet para aumentar el compromiso y la pertenencia, haciendo que la plataforma sea un espacio activo y relevante para SURA Investments.

Evaluar el impacto de la intranet en la mejora de los procesos de comunicaciones internas por medio de métricas y encuestas para definir cómo ha facilitado una colaboración más eficiente entre los distintos equipos.

## Marco teórico

### Comunicación

La comunicación es un proceso interaccional y dinámico mediante el cual dos o más individuos intercambian ideas, información y emociones. Este proceso incluye la transmisión de un mensaje por parte de un emisor, quien es el que codifica su intención en un código comprensible para el receptor, quien, a su vez, codifica el mensaje y genera una respuesta.

*Ilustración 1 Proceso de la comunicación*



**Fuente:** Tomado de YouTube canal Profe Marilin, 2021.

Siendo así, la comunicación es un medio de conexión que tenemos las personas para intercambiar mensajes, es decir, cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, clientes y demás; lo que se está haciendo es establecer una conexión, con el fin de intercambiar ideas o algún significado.

Shannon y Weaver describieron la comunicación como el proceso de enviar información desde un emisor hasta un receptor mediante un canal, considerando la

posible interferencia del ruido. Aunque su modelo es sencillo y se centra en la transmisión de datos, ha sido fundamental para el desarrollo de la teoría matemática de la información y ha impactado significativamente en áreas como la ingeniería, la informática y las ciencias sociales (Weaver, 2010, pág. 154).

Por otra parte, es importante tener en cuenta, la comunicación también es considerada como un proceso social para construir y mantener relaciones, establecer valores, normas y hacer parte de grupos, los cuales se pueden resolver conflictos, realizar negociaciones y tomar decisiones de manera conjunta, además, la comunicación es integral al contar con elementos no verbales, como el tono de voz, la expresión facial y el lenguaje corporal, factores donde se transmiten actitudes y emociones como parte de los mensajes y de la información percibida dentro de una cultura específica.

La comunicación es un proceso que relaciona comunidades, sociedades, gobiernos y ciudadanos en la participación y toma de decisiones conjunta ante los estímulos y los factores que, de manera permanente, presenta a aquellos ambientes socioeconómicos y políticos. Se aprecia también a la comunicación en función del conocimiento, expresión y fortalecimiento de los valores, tradiciones e identidades culturales (Melo, 1996, pág. 39).

En definitiva, la comunicación es esencial para conseguir tanto el éxito o generar obstáculos en todos los ámbitos de la vida, pues su propósito es la comprensión coherente del propósito del mensaje al comprender la comunicación por parte del emisor y desarrollar

habilidades efectivas, con el objetivo de mejorar las relaciones personales, el desempeño profesional y la capacidad para contribuir de una forma correcta y asertiva a la sociedad.

### **Comunicación Interna**

La comunicación interna se refiere a los canales de información establecidos dentro de una empresa, destinados a sus empleados en diversas áreas. Como su nombre lo indica, ocurre dentro de la organización y no suele ser accesible al público externo, lo que implica seguir directrices internas y mantener un nivel adecuado de confidencialidad con propósitos de preservar la reputación y seguridad de la organización de los públicos externos, de esta manera proporcionar mensajes claros y clasificados para guiar hacia el cumplimiento de objetivos y metas, fomentando la motivación entre los empleados.

Es el conjunto de actividades realizadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que mantengan informados, integrados y motivados a contribuir con su trabajo y el logro de los objetivos organizacionales (Andrade, 2002).

Además, no solo se enfoca en transmitir la información, sino también se considera fundamental para el desarrollo de una cultura organizacional sólida, teniendo en cuenta que, a través de los canales de comunicación adecuados, se puede fomentar un gran sentido de pertenencia y cohesión, lo cual es esencial para el buen funcionamiento de la compañía y de los equipos.

Una cultura organizacional comprometida y positiva, puede influir significativamente en la satisfacción y el rendimiento de los colaboradores, creando un entorno laboral donde todos los colaboradores puedan sentirse valorados y escuchados.

Las comunicaciones internas son una base activa en la consolidación y construcción social de la cultura de la empresa. Esto se produce a partir de la circulación de mensajes claves hacia sus empleados: misiones, funciones, objetivos, valores, filosofía, entre otros. Y que, al mismo tiempo, deben estar traducidos en los modos de actuar de la empresa para que no surjan contradicciones entre el decir y el hacer (Brandolini, 2009, pág. 27).

Las comunicaciones internas no solo son un facilitador de coordinación, información y operación eficiente de las tareas dentro de una compañía, sino también, desempeñan un papel vital en la formación de la cultura y demás frentes para fortalecer los lazos entre los colaboradores, teniendo en cuenta que cuando las empresas logran alinear sus mensajes claves con sus prácticas diarias, crean un entorno de confianza y transparencia que fomenta el compromiso de los equipos, siendo un pilar fundamental para el éxito y la evolución positiva de cualquier organización.

## **Cultura**

La cultura se ha definido de diversas formas por las ciencias sociales, pues desde una vista antropológica, la cultura se define como un conjunto de patrones de comportamientos socialmente aprendidos que caracterizan a un grupo de personas, estos incluyen creencias, costumbres, valores, lenguaje, tradiciones y expresiones simbólicas.

La cultura se refiere al conjunto complejo de comportamientos tradicionales desarrollados por la humanidad, que son transmitidos y aprendidos por cada generación. Este concepto puede ser menos preciso, abarcando las formas de comportamiento tradicionales propias de una sociedad, de varios grupos sociales, de una raza, de una región geográfica o de una época específica (Mead, 1937).

Este concepto de cultura resalta su carácter dinámico y capacidad de adaptación a lo largo del tiempo, pues es válido aclarar que la cultura no es estática, se encuentra en constante evolución debido a la influencia de diferentes factores, como, por ejemplo, las migraciones, interacciones interculturales y los cambios tecnológicos, actuando como un sistema que ofrece un marco para interpretar y comprender estos aspectos, influyendo en sus percepciones y acciones diarias.

Además, la cultura tiene un papel importante en la construcción de identidad de los individuos, y en la manera como se relacionan con su entorno, pues las tradiciones y creencias que se transmiten no solo forman las prácticas y costumbres cotidianas, sino también ofrecen un sentido de pertenencia. Esta transmisión cultural confirma que los conocimientos acumulados a lo largo del tiempo sean preservados y adaptados según los contextos cambiantes. En este sentido, el concepto de cultura se puede aplicar en diferentes ámbitos, incluyendo el organizacional.

La cultura organizacional se refiere a las creencias y comportamientos compartidos que caracterizan a una compañía e influyen en cómo sus miembros interactúan entre sí. Al igual que la cultura en general, la organizacional también es dinámica y evoluciona con el tiempo, desempeñando un papel fundamental en la formación de la identidad y en la implementación de las estrategias y objetivos empresariales.

La comunicación organizacional es un conjunto de presunciones y creencias básicas que comparten los miembros de una organización que coadyuvan a resolver sus problemas de adaptación externa e integración interna, es decir son el conjunto de las conductas aprendidas de manera colectiva culturalmente, teniendo como base un sistema de valores (Punina, 2016, pág. 23).

En el sentido más amplio como en el contexto específico de las organizaciones, la cultura, es un elemento esencial para la construcción de identidad y la cohesión social. La transmisión continua de valores, creencias y prácticas permiten a las organizaciones responder eficazmente a los desafíos externos y mantener una buena integración en pro de la organización y de la sociedad.

### **Intranet**

La intranet es una plataforma privada que utiliza los protocolos de internet para compartir información o servicios de computación dentro de una compañía. Esta herramienta se ha convertido en un componente importante para la comunicación y gestión de información de las empresas actualmente, facilitando el acceso a información, mejorando la colaboración entre los compañeros y haciendo que diversos procesos sean óptimos. A través de una intranet, las organizaciones pueden promover una mayor eficiencia operativa y una comunicación más efectiva, contribuyendo así al logro de sus objetivos estratégicos.

Una intranet es una red interna de computadoras en una organización que emplea el protocolo TCP/IP para facilitar el intercambio de información y recursos entre los empleados. A diferencia de Internet, el acceso a la intranet está limitado solo a

empleados autorizados, proporcionando un entorno seguro para compartir datos confidenciales y colaborar en proyectos (Chung, 2005, pág. 2).

La intranet es una plataforma en constante evolución, pues se encuentra utilizando herramientas de colaboración en tiempo real, uso de nuevas tecnologías como aplicaciones basadas en la nube y diferentes recursos de aprendizaje. En el futuro, se espera que la intranet se vuelva más integral con las operaciones diarias de las compañías, proporcionando acceso a información y recursos personalizados de manera que se asista a la toma de decisiones y automatización de tareas, teniendo en cuenta lo anterior, la intranet es importante porque:

Permite reunir información sobre la empresa y su cultura, facilita las tareas y ayuda a superar barreras de espacio y tiempo. Sin embargo, también presenta desventajas como la impersonalidad, la informalidad y la sobrecarga de información. Estas ventajas y desventajas representan un desafío para el comunicador, obligándolo a reconsiderar sus estrategias y métodos de trabajo (Arribas, 2018, pág. 410)

Según esto, la intranet es una herramienta que ayuda a la comunicación interna, siendo fluida de manera eficiente, donde los colaboradores de la organización tienen la información clara. Además, agiliza las operaciones diarias que se llevan a cabo permitiendo que las áreas internas trabajen eficientemente alineados a los objetivos específicos, impulsando de esta manera al crecimiento de la compañía.

## **Gestión del Conocimiento**

La gestión del conocimiento es un proceso sistemático donde las organizaciones pueden capturar, organizar, compartir y analizar el conocimiento y la información de manera eficiente. Este enfoque busca aprovechar al máximo los recursos intelectuales y experiencias acumuladas dentro de la empresa y así mejorar la toma de decisiones, fomentar la innovación y mantener una ventaja competitiva.

Generar conocimiento nuevo o mejorar el actual, es la base para la generación de capital intelectual, capacidades organizativas, nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como de recursos estratégicos para la innovación, la productividad y la perdurabilidad de las organizaciones (Castrillón, 2006, pág. 10).

A través de prácticas y herramientas, la gestión del conocimiento facilita la creación de un entorno colaborativo donde el aprendizaje continuo y la transferencia de conocimiento son esenciales para el éxito organizacional. Para mejorar la experiencia de los consumidores y optimizar los resultados en productividad e innovación de la empresa.

Para lograrlo, la gestión del conocimiento busca:

1. La creación y difusión de información, tanto en la organización como entre ella y sus clientes.
2. Entender cómo hacer que las compañías sean más competitivas y adaptables.
3. Aplicar procesos y mecanismos de gestión para agilizar el aprendizaje.

Este proceso implica la integración de tecnologías de la información, la promoción de una cultura organizacional para valorar el aprendizaje continuo, la implementación de estrategias donde se faciliten la colaboración y el intercambio de conocimientos. Al hacerlo, las empresas pueden responder de manera más ágil a los cambios del mercado, mejorar su capacidad de innovación, y optimizar sus procesos internos, asegurando así su relevancia y sostenibilidad en el largo plazo.

En definitiva, la Gestión del Conocimiento (GC) se refiere más a la capacidad de aprender y generar conocimiento nuevo o mejorar el que existe. Aquí se puede aventurar a definir la gestión del conocimiento como un sistema facilitador de la búsqueda, codificación, sistematización y difusión de las experiencias individuales y colectivas del talento humano de la organización, para convertirlas en conocimiento globalizado (Castrillón, 2006, pág. 13).

Basado en lo expuesto, se trata de la capacidad de aprender de forma continua y de mejorar o crear nuevo conocimiento dentro de la organización. Es un sistema que agiliza la recolección, organización y difusión de las experiencias y conocimientos de todos los empleados. Al transformar estas experiencias en conocimiento compartido y accesible.

### **Contexto de SURA Investments**

SURA Investments es una compañía especializada en la gestión de activos en Latinoamérica, brindando soluciones de inversión y asesoría experta con un alcance global. Su enfoque abarca instituciones, personas y empresas, aprovechando la innovación y la tecnología para optimizar las inversiones.

Su objetivo es ofrecer servicios de alta calidad que se adapten a las necesidades cambiantes del mercado y de los clientes, manteniendo un enfoque basado en la eficiencia y el crecimiento sostenible.

Según los antecedentes documentales de la organización, nació a raíz de una fusión hace aproximadamente un año (2023) y tiene presencia actualmente en Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay, con un equipo de más de 1.200 colaboradores. La compañía opera a través de tres líneas de negocio: *Investment Management*, *Corporate Solutions* y *Wealth Management*:

*Investments Management* se refiere a la administración y gestión de estrategias de inversión tanto propias como de terceros, dirigidas a inversionistas institucionales. Esto incluye la supervisión de activos alternativos como bienes raíces, deuda privada e infraestructura en Latinoamérica, con un enfoque actual en Colombia y México. El servicio abarca la creación de productos de inversión y la distribución de fondos gestionados por terceros, adaptándose a las necesidades específicas de las instituciones que buscan optimizar su rendimiento financiero.

*Wealth Management* ofrece soluciones de gestión patrimonial que cubren integralmente las necesidades de las personas, operando en Chile, México, Perú, Uruguay y Colombia, con diversas ofertas de valor para clientes con inversiones superiores a 100,000 USD. Este sector se divide en dos modelos de negocio: *Wealth Management*, que proporciona directamente las soluciones patrimoniales, y *Wealth Partners*, una plataforma que permite a individuos o sociedades vincular a sus clientes con las soluciones de inversión de *SURA Investments*.

*Corporate Solutions* se compone de tres modelos de negocio distintos. El primero, Soluciones a Empleadores B2B, se enfoca en la administración de planes de ahorro privados

patrocinados por empleadores como parte de sus beneficios laborales, con el objetivo de complementar las pensiones y ofrecer beneficios tributarios tanto para empleadores como empleados.

El segundo modelo, Soluciones a Empleadores B2B2C, maneja los recursos de individuos que provienen del negocio B2B, contando actualmente con más de 500,000 afiliados a estos planes de ahorro. Finalmente, Soluciones para Aseguradoras administra las reservas de compañías de seguros que optan por modelos de tercerización, convirtiéndose en el brazo de inversiones de estas empresas.

Estos son los lineamientos estratégicos:

1. Desarrollo y crecimiento rentable de los negocios con Foco en el Cliente
2. Productividad operativa
3. Equipo empoderado, con una Cultura orientada a los clientes y a los resultados sostenibles
4. Posicionamiento en LATAM
5. Plataforma líder en Soluciones de Inversión.

Ilustración 2 Pilares culturales de SURA Investments



**Fuente:** Documento interno de SURA Investments, 2024.

En resumen, SURA Investments se consolida como un referente en la gestión de activos en Latinoamérica, combinando innovación, tecnología y un enfoque centrado en el cliente para ofrecer soluciones de inversión de alta calidad. Con un equipo comprometido y una estrategia clara hacia el crecimiento sostenible. La compañía está posicionada para continuar su expansión y liderazgo en la región, adaptándose a las necesidades cambiantes del mercado y proporcionando un valor significativo a sus clientes.

## **Metodología**

Para el desarrollo del trabajo de grado, el cual se centra en optimizar la comunicación de la organización mediante la implementación efectiva de la intranet corporativa de SURA Investments, utilizando el método de la investigación exploratoria y empleando como metodologías complementarias el estudio de caso, la observación participante, encuestas a grupos pequeños y entrevistas mediante Google Forms. Un enfoque metodológico para obtener una visión integral de las necesidades y expectativas de los colaboradores.

“La implementación de un nuevo modelo de intranet requiere del estudio de la realidad de la organización desde varios enfoques para obtener una visión global, completa y lo más ajustada a las necesidades actuales y a la evolución prevista”. (Ruesta, 2006, pág. 354).

La investigación exploratoria se realizó como un primer acercamiento para familiarizarse con el fenómeno de la comunicación a través de la intranet, considerando que la ausencia de una previa en la organización presentó una oportunidad única para explorar ideas innovadoras y fomentar una cultura organizacional más robusta y eficiente.

“La investigación exploratoria tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente”. (López, 2020, pág. 1)

El estudio de caso es la metodología para la implementación de la intranet corporativa de SURA Investments debido a su capacidad para proporcionar una comprensión profunda y contextualizada de las necesidades y dinámicas específicas de la organización específica. Esta metodología permitió explorar de manera integral las posibles herramientas y funcionalidades que

podrían integrarse en la intranet, evaluando tanto las necesidades técnicas como las expectativas y preferencias los colaboradores distribuidos en cinco países de Latinoamérica. Al centrarse en un contexto real, el estudio de caso facilitó la identificación de soluciones prácticas para SURA Investments, garantizando así el desarrollo de una plataforma efectiva y relevante.

Los estudios de casos se utilizan habitualmente en la investigación social, educativa, clínica y empresarial. El diseño de la investigación de un estudio de caso suele incluir métodos cualitativos, pero a veces también se utilizan métodos cuantitativos, sirven para describir, comparar, evaluar y comprender diferentes aspectos de un problema de investigación. (Ortega, 2018, pág. 1)

La observación participante fue una herramienta clave en este proyecto, ya que permitió una inmersión profunda en cada etapa del proceso, desde las entrevistas iniciales hasta la implementación final de la intranet. Al estar directamente involucrado en la creación de encuestas, la realización de entrevistas, el análisis de los datos recopilados y la implementación de la intranet.

La observación participante (OP) permite recoger aquella información más numerosa, más directa, más rica, más profunda y compleja. Con esto se pretende evitar en cierta medida la distorsión que se produce al aplicar instrumentos experimentales y de medición, los cuales no recogen información más allá de su propio diseño. (Serrano, 2017, pág. 96)

Se realizaron 20 entrevistas a profundidad. Estas se diseñaron para captar las necesidades específicas de los colaboradores respecto a la intranet. Las preguntas libres y variadas permitieron a los participantes expresar sus opiniones y sugerencias. Facilitando la recolección de datos

cualitativos profundos, reflejando las percepciones sobre las funcionalidades deseadas y el uso de la intranet.

Una entrevista, es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistado obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa. (Peláez, 2013, pág. 3)

De otro lado, las encuestas estructuradas a través de Google Forms incluyeron una serie de preguntas abiertas, diseñadas para obtener información detallada sobre las expectativas, experiencias previas y necesidades específicas de los colaboradores en relación con la intranet. Al utilizar Google Forms, se facilitó la recopilación y análisis de datos, permitiendo identificar patrones y tendencias comunes.

Una encuesta es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población. (Champagnat, 2002, pág. 1)

El proceso comenzó con la elaboración de un cuestionario detallado, que fue revisado y aprobado por el equipo de comunicaciones internas. Las entrevistas se realizaron con un formulario de Google Forms por medio del buzón de comunicaciones a todos los colaboradores

de SURA Investments, acompañándolo de una breve explicación sobre la importancia de su participación.

Y las entrevistas, se realizaron mediante citaciones virtuales, teniendo en cuenta, que es una compañía que tiene presencia en 5 países de Latinoamérica y este es uno de los medios de comunicación más utilizado por los colaboradores. En estos espacios, se realizaron preguntas similares a las de las encuestas, pero con un enfoque más detallado, permitiendo que los colaboradores pudieran expresar específicamente qué era lo que se imaginaban en la nueva intranet.

Los datos recopilados de las metodologías se analizaron, para identificar las principales expectativas de los colaboradores. Los hallazgos obtenidos se utilizaron para construir historias de usuario detalladas, que sirvieron como guía para el diseño y la implementación de la intranet.

En conclusión, estos métodos complementarios no solo facilitaron la recolección de datos cualitativos y cuantitativos, sino que también propiciaron un análisis profundo y comprensivo de las dinámicas comunicativas dentro de la organización, además, este enfoque metodológico refuerza la importancia de utilizar múltiples perspectivas para abordar la complejidad de los problemas organizacionales y garantizar soluciones efectivas y sostenibles.

## **Resultados y Hallazgos**

La implementación de la intranet corporativa se lleva a cabo mediante un enfoque metodológico que combina estudio de caso, la observación participante, encuestas y entrevistas, lo que permite obtener una comprensión integral de las necesidades y expectativas de los colaboradores.

El estudio de caso reveló que los colaboradores de SURA Investments, distribuidos en cinco países, valoran una intranet que sea intuitiva, de fácil acceso y capaz de centralizar toda la información relevante de la compañía. Se identificaron algunas funcionalidades indispensables como el acceso en tiempo real a noticias y eventos, espacios para felicitaciones y anuncios, micrositios por áreas, un repositorio de documentos específicos por país, y herramientas de colaboración interna.

Gracias a la observación participante, que permitió estar presente en todas las etapas del proceso, desde las entrevistas y la creación de encuestas hasta el análisis de los datos y la implementación final, se pudo diseñar e implementar una intranet verdaderamente efectiva. Esta inmersión directa facilitó una comprensión detallada, permitiendo ajustar y optimizar cada funcionalidad de la plataforma.

Utilizando Google Forms, se realizaron encuestas para captar sus necesidades y expectativas sobre la intranet. Las encuestas, compuestas por 13 preguntas con respuestas abiertas, revelaron la importancia de tener una plataforma amigable, de fácil acceso e intuitiva. Además, permitieron identificar las funciones indispensables para que la intranet fuera útil y efectiva.

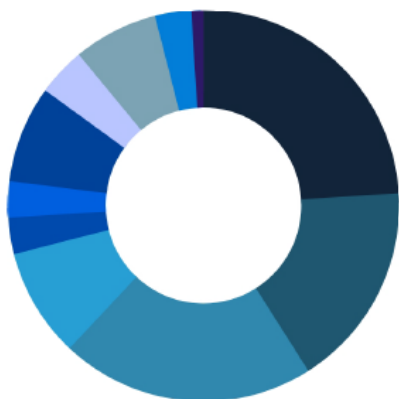
Las preguntas empezaron con información básica, acerca de cómo era su nombre y cuál era el correo electrónico corporativo, posteriormente, se empezó a indagar acerca de cómo describirían la experiencia que les gustaría tener en la intranet, donde la mayoría de las personas contestaron que les gustaría una intranet intuitiva, con información relevante y que tuviera que ver con la compañía, de fácil acceso y que ofreciera una experiencia gratificante al consultarla.

Y así se fueron desplegando las siguientes preguntas y respuestas:

¿Qué atributos visuales te gustaría que tuviera la intranet?, a lo que respondieron que les gustaría encontrar botones, menús, barra de búsqueda, banners, accesos rápidos, galerías, calendarios, cumpleaños, entre otros.

¿Qué información o contenidos consideras de valor tener en la intranet? y ¿Cuáles valoras más?, donde los colaboradores propusieron la importancia de tener accesos directos a todas las vacantes internas, organigramas, cumpleaños, calendarios, información de interés general de las áreas, información del negocio, políticas, formación y cursos, eventos corporativos, noticias, reconocimientos de la compañía y de los colaboradores por cumplir quinquenios.

Ilustración 3 Encuesta: recursos de acceso



**3%**

● **Herramientas de monitoreo y acceso a datos de clientes**

Acceso a herramientas que permiten el seguimiento efectivo de clientes y datos relevantes para mejorar la toma de decisiones empresariales.

**8%**

● **Formación y cursos**

Acceso a recursos de aprendizaje que incluyen cursos de capacitación y material educativo para el desarrollo profesional y personal de los colaboradores.

**4%**

● **Acceso a aplicaciones internas**

Facilidad de acceso a aplicaciones internas específicas de la empresa, mejorando la eficiencia operativa y la productividad del equipo.

**4%**

● **Acceso a información financiera y de mercado**

Recopilación de información actualizada sobre los datos financieros y de mercado relevantes para la empresa, facilitando la toma de decisiones informada.

**24%**

● **Talentum**

Acceso a la plataforma Talentum para consultar temas relacionados con recursos humanos, nómina e indicadores clave de desempeño.

**17%**

● **Documentos y archivos relacionados con la compañía:**

Repositorio centralizado de documentos corporativos, políticas, y procedimientos esenciales para la operación diaria.

**21%**

● **Plataformas y herramientas de oficina (Microsoft Office, Teams, SharePoint, etc.)**

Integración completa de herramientas de oficina para facilitar la colaboración, comunicación y gestión de proyectos.

**9%**

● **Políticas y manuales de la empresa**

Recursos que proporcionan orientación clara sobre los estándares y procedimientos internos de la empresa, asegurando una comprensión uniforme entre los colaboradores.

**3%**

● **Calendario y eventos de la compañía**

Información actualizada sobre los eventos y actividades corporativas, asegurando la participación y la sincronización en todas las ubicaciones de la empresa.

**7%**

● **Organigrama y estructura de la empresa**

Visualización clara y detallada de la estructura organizativa, roles y responsabilidades, fomentando la transparencia y la comprensión de la jerarquía empresarial.

**1%**

● **Recursos diversos para actividades diarias**

Respuestas relacionadas con el acceso a eventos y asuetos de otros países, directorio de empleados y jefaturas, acceso a propuestas para clientes, **acceso a TRM del día**, y acceso a normativos y fechas importantes

**Fuente:** Equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

¿Qué formatos de contenidos te gustaría ver en la intranet?, donde la mayoría de los colaboradores estuvieron de acuerdo, proponiendo los textos, imágenes, infografías, organigramas, videos y audios para que la intranet tuviera diferentes formatos y fuera mas amigable y entretenida para quien la indaga.

## Ilustración 4 Encuesta: formatos

### Formatos



**5%**

● **Infografías**

Los colaboradores que sugieren la inclusión de infografías valoran la capacidad de este formato para presentar información compleja de manera visualmente atractiva y fácil de comprender.

**10%**

● **Webinars, podcasts, Word, Excel, PPT**

Aquellos que mencionan la preferencia por una variedad de formatos, incluyendo webinars, podcasts y herramientas de oficina como Word, Excel y PowerPoint, reconocen la importancia de la diversidad en la presentación de información.

**40%**

● **Imágenes**

La preferencia por el formato de imágenes se destaca en las respuestas de una significativa cantidad de encuestados. Para ellos, las imágenes juegan un papel fundamental en la comunicación en la intranet.

**13%**

● **Todos los formatos**

Un pequeño grupo de encuestados enfatiza la importancia de incluir todos los formatos posibles en la intranet. Para ellos, la variedad de opciones de contenido es esencial para satisfacer las necesidades de una audiencia diversa.

**17%**

● **Videos**

Los participantes que expresan una preferencia por los videos destacan la capacidad de este formato para transmitir información de manera efectiva y dinámica. Consideran que los videos son una herramienta poderosa para transmitir mensajes complejos de manera clara y concisa.

**3%**

● **Galería de imágenes**

Aquellos que sugieren la inclusión de galerías de imágenes resaltan la importancia de presentar visualmente el contenido de manera organizada y atractiva. Para ellos, las galerías ofrecen la posibilidad de recopilar y mostrar una variedad de imágenes relacionadas con un tema específico, lo que facilita la comprensión y el acceso a la información relevante.

**12%**

● **Textos**

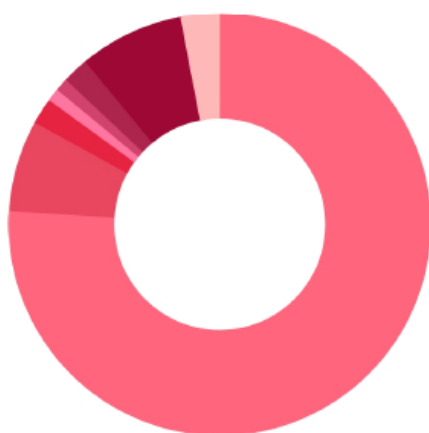
Aquellos que muestran preferencia por el formato de texto resaltan la importancia de la información clara y concisa. Para ellos, los textos son fundamentales para transmitir información detallada, conceptos complejos y procedimientos específicos.

**Fuente:** Equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

¿Cuáles accesos rápidos te parecen útiles encontrar en la intranet? a lo que respondieron que les parecía útil tener accesos directos a teams, talentum, beneficios, SAP, revista PDE, boletín portafolio estratégico, manual de marca y portal de procesos.

*Ilustración 5 Encuesta: accesos rápidos*

## Accesos rápidos



**76%**

● **Talentum**

Acceso a la plataforma Talentum para consultar temas relacionados con recursos humanos, nómina e indicadores clave de desempeño.

**7%**

● **Nómina y pagos**

Los colaboradores manifestaron que quieren ver información de pagos, detalles de nómina, historial de salarios, beneficios, deducciones y cualquier otra información financiera personal relacionada con la remuneración de los colaboradores.

**2%**

● **SAP**

Los colaboradores expresan la necesidad de acceder a diversas funciones y módulos del sistema SAP utilizados en la empresa, como módulos de contabilidad, gestión de materiales, gestión de pedidos, gestión de relaciones con clientes (CRM)

**8%**

● **Información financiera**

Una sección que proporciona acceso rápido a informes financieros, datos de rendimiento, análisis de mercado, información sobre inversiones y cualquier otra información importante relacionada con la salud financiera y el rendimiento de la empresa.

**3%**

● **Asuntos legales y éticos**

Los colaboradores quieren una sección que proporciona acceso a recursos importantes relacionados con políticas legales y éticas de la empresa, incluyendo códigos de conducta, políticas de cumplimiento, guías de ética empresarial, recursos de formación en cumplimiento normativo y canales para reportar conductas inapropiadas o preocupaciones éticas.

**1%**

● **Lumina, Bas, RK, Salesforce, Lusi, Wm05**

Los colaboradores mencionaron herramientas más específicas de la gestión de su operación diaria.

**1%**

● **Human Capital**

Los colaboradores manifiestan que quieren tener acceso a las plataformas de recursos humanos de la compañía.

**2%**

● **TRM**

(Tasa Representativa del Mercado): Un área que ofrece actualizaciones y detalles en tiempo real sobre las tasas de cambio de divisas, así como análisis y tendencias del mercado que podrían afectar las operaciones comerciales y financieras de la empresa.

**Fuente:** Equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

Dos preguntas que tuvieron relación en sus respuestas fueron, ¿Desde que dispositivos sueles conectarte a las plataformas de la Compañía?, respondiendo que usaban la laptop corporativa y ¿Cómo te gustaría interactuar en la intranet?, donde respondieron que por medio de comentarios y reacciones.

*Ilustración 6 Encuesta: vista desde dispositivos*

## Dispositivos



**80%**

● **Computadora/PC/Equipo de la compañía/Laptop/Notebook**

Los colaboradores de SURA Investments prefieren utilizar dispositivos de escritorio para ingresar a las plataformas de la compañía.

**20%**

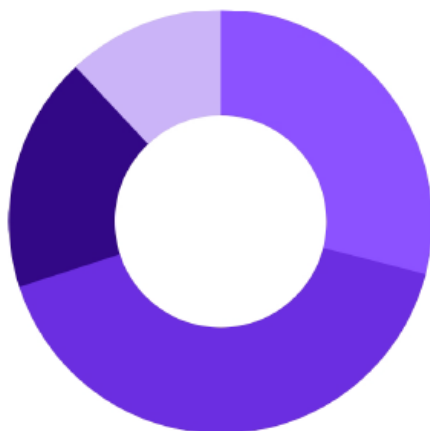
● **Celular/Móvil**

Solo el 20% de los colaboradores usan el celular para ingresar a las plataformas de la compañía, algunos de ellos aclararon que solo usan el celular para asuntos de la compañía cuando es estrictamente necesario.

**Fuente:** Equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

## Ilustración 7 Encuesta: interacción y reacciones

### Interacción



**12%**

● **Compartir contenido**

Estos usuarios están interesados en compartir contenido relevante con sus colegas a través de la intranet. Desean la capacidad de difundir información importante de manera rápida y efectiva entre los miembros de la organización.

**29%**

● **Reacciones**

Estos usuarios están interesados en la capacidad de expresar sus sentimientos o emociones hacia el contenido publicado en la intranet, ya sea a través de emoticonos, "likes" o alguna otra forma de reacción rápida.

**41%**

● **Comentarios**

Este grupo de usuarios busca la posibilidad de brindar retroalimentación o comentarios más detallados sobre el contenido publicado en la intranet. Les interesa participar en discusiones y proporcionar su opinión sobre temas específicos.

**18%**

● **Buzones**

Aquellos que desean buzones están interesados en tener un medio confidencial para enviar sugerencias, quejas o consultas a la administración de la intranet. Esto indica que valoran la privacidad y la posibilidad de expresar inquietudes de manera discreta.

**Fuente:** Equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

Por último, hablando desde la experiencia de usuario se preguntó, ¿Existen obstáculos o problemas cuando intentas completar alguna acción? ¿Cuáles?, donde respondieron que el hecho de tener diferentes dominios les ha complicado el uso de distintas plataformas de la organización por el simple echo de ingresar y volver a salir en tiempo corto, las sugerencias que solicitamos en la ultima pregunta, ¿Tienes alguna otra sugerencia o comentario relacionado con la experiencia que quisieras vivir en la intranet?, nos permitieron concluir las necesidades de los colaboradores, al solicitar una intranet amigable, cómoda, de fácil acceso, intuitiva, con información de valor y en constante cambio.

Posteriormente, se llevaron a cabo entrevistas en pequeños grupos, incluyendo personal de todas las áreas de la organización. Estas profundizaron en las opiniones de los colaboradores, asegurando que ninguna idea o necesidad quedara sin considerar. Esta fase fue muy importante para afinar detalles y corroborar los hallazgos de las encuestas, en ellas se conocieron los detalles de las preguntas anteriores, donde la mayoría respondió casi lo mismo, a diferencia de que fue más claro y con ejemplos.

## Ilustración 8 Entrevistas: recursos

### Recursos



## 30%

### ● Documentos, plantillas y recursos de marca

Los entrevistados expresaron la necesidad de tener acceso a una variedad de documentos y plantillas organizacionales para facilitar la creación de informes, presentaciones y otros materiales de trabajo.

## 34%

### ● Lista de contactos y organigrama

Se señaló la importancia de mantener una lista actualizada de contactos y un organigrama claro para facilitar la comunicación interna y comprender la estructura jerárquica de la empresa.

## 5%

### ● Información sobre beneficios y recursos de la compañía

Los usuarios resaltaron la importancia de acceder a información detallada sobre los beneficios disponibles, como seguros y otros recursos ofrecidos por la empresa para los colaboradores.

## 7%

### ● Información estratégica de la compañía

Se hizo hincapié en la necesidad de tener acceso a información estratégica sobre el rendimiento de la compañía, la base de clientes y la satisfacción del cliente para todos los colaboradores.

## 4%

### ● Facilitar la búsqueda de información

Los entrevistados sugirieron mejoras en la organización de la intranet para facilitar la búsqueda de información clave y la implementación de un buscador que sea realmente efectivo.

## 13%

### ● Información acerca de los cumpleaños y eventos

Se expresó la necesidad de tener una sección en donde se puedan ver los cumpleaños de los colaboradores, también mencionaron querer ver lo que está sucediendo en los otros países cuando hay eventos especiales dentro de la compañía.

## 3%

### ● Documentación de procesos

Se hizo hincapié en la importancia de mantener la documentación de los procesos actualizada y fácilmente accesible para garantizar la continuidad y el conocimiento operativo en caso de cambios de personal.

## 4%

### ● Facilidades de gestión de información

Los entrevistados expresaron la necesidad de tener un sistema centralizado para gestionar documentos, certificados laborales y otra información personal relevante de manera más eficiente.

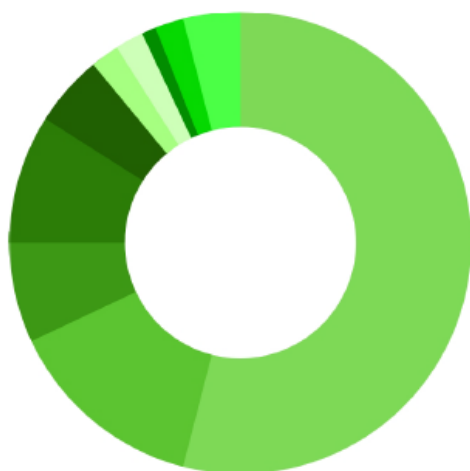
**Fuente:** Equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

Datos importantes:

1. Se destacó el interés en recibir notificaciones y avisos importantes, como recordatorios de tareas pendientes o fechas de eventos importantes, para mejorar la comunicación interna.
2. Se resaltó la importancia de acceder a información detallada sobre la empresa, sus productos y servicios ofrecidos en diferentes países para mejorar la comprensión general de la organización.
3. Se expresó la necesidad de acceder directamente a diferentes aplicaciones y plataformas utilizadas en la organización para mejorar la eficiencia y la colaboración entre equipos.
4. Un entrevistado mencionó la importancia de tener acceso a una variedad de modelos legales y acuerdos para facilitar el trabajo en diferentes áreas legales y contractuales.
5. Se destacó la importancia de acceder a información detallada sobre los productos y estrategias de inversión disponibles en diferentes países para respaldar la toma de decisiones financieras informadas.
6. Los colaboradores mencionaron tener gran interés en tener un calendario de los días feriados en todos los países para estar enterados cuando alguien de su equipo de trabajo se encuentre en un día libre.
7. Algunos entrevistados mencionaron la importancia de tener un espacio de Marketplace donde se promueva la venta de artículos entre los colaboradores.

## Ilustración 9 Entrevistas: accesos rápidos

### Accesos rápidos



**2%**

● **Teams**

Los usuarios manifestaron la importancia de acceder rápidamente a Microsoft Teams, una plataforma de colaboración empresarial que integra funciones de chat, reuniones y colaboración en línea, mejorando la comunicación y la colaboración entre los equipos.

**2%**

● **Bantotal**

Los usuarios expresaron la importancia de acceder rápidamente a Bantotal, un sistema de software bancario integral que abarca una variedad de funciones financieras, facilitando así la gestión eficiente de las operaciones bancarias.

**1%**

● **Dynatac**

Los entrevistados expresaron la necesidad de tener un sistema centralizado para gestionar documentos, certificados laborales y otra información personal relevante de manera más eficiente.

**2%**

● **Aladin**

Aunque no se dispone de información específica sobre esta herramienta, los usuarios expresaron su necesidad de acceso rápido, indicando posiblemente su relevancia en un contexto particular de la empresa.

**54%**

● **Talentum**

Los usuarios expresaron el deseo de acceder rápidamente a Talentum, una herramienta importante para la gestión del talento y el seguimiento del desempeño de los colaboradores, así como para facilitar la formación, el desarrollo profesional y la gestión individual del colaborador.

**14%**

● **PowerBI**

Los usuarios manifestaron la necesidad de acceso rápido a PowerBI, una plataforma de análisis de datos y visualización empresarial que les permite transformar datos complejos en informes y gráficos visuales para tomar decisiones comerciales fundamentadas.

**7%**

● **SAP**

Los usuarios expresaron la importancia de acceder rápidamente a SAP, un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) integral utilizado para gestionar múltiples aspectos de las operaciones comerciales, incluyendo finanzas, logística y recursos humanos.

**9%**

● **SharePoint**

Los usuarios expresaron la necesidad de acceder rápidamente a SharePoint, una plataforma donde los colaboradores pueden almacenar documentos de sus respectivas áreas y gestionar documentación de la compañía.

**5%**

● **Salesforce**

Los usuarios manifestaron la importancia de acceder rápidamente a Salesforce, una plataforma de gestión de relaciones con los clientes (CRM) que ayuda a mejorar las relaciones con los clientes y a impulsar la productividad empresarial.

**5%**

● **Curiosity**

Aunque no se dispone de información específica sobre esta herramienta, los usuarios expresaron su necesidad de acceso rápido, sugiriendo posiblemente su relevancia en un contexto particular de la empresa.

**Fuente:** Equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

Datos importantes:

1. Los usuarios expresaron la necesidad de simplificar la navegación y la gestión de la información al consolidar todas las aplicaciones y recursos en un espacio fácilmente accesible.
2. Los colaboradores mencionan la importancia de tener acceso rápido a recursos relacionados con Recursos Humanos, como la gestión de permisos, vacaciones, y acceso a comunicados y plantillas relacionadas con el personal. Los usuarios resaltaron la necesidad de facilitar la interacción con los recursos humanos y mejorar la eficiencia en la gestión de tareas relacionadas con el personal.
3. También destaca la importancia de tener accesos rápidos a recursos de capacitación y cursos tanto internos como externos. Los usuarios expresaron su deseo de mejorar y desarrollar sus habilidades profesionales mediante un acceso ágil a recursos de aprendizaje y desarrollo dentro de la intranet.
4. Los usuarios manifestaron la necesidad de acceder rápidamente a recursos financieros y de mercados como Yahoo Finance, Bloomberg, y otras plataformas relacionadas. Los usuarios expresaron la importancia de monitorear y mantenerse informados sobre los desarrollos financieros y del mercado para tomar decisiones informadas en sus respectivas funciones mencionando también que les gustaría tener visible el TRM actualizado cada día.

## Ilustración 10 Entrevistas: dispositivos

### Dispositivos



## 54%

### ● Uso principal de la computadora/laptop

La mayoría de los usuarios expresaron que sólo utilizan las plataformas de la compañía desde la computadora y no sienten la necesidad de usarlas desde el teléfono móvil.

## 21%

### ● Uso del celular

Los usuarios manifestaron que usan algunas plataformas de la compañía en su celular pero la intranet no ya que no se encuentra habilitada para su uso en celulares, esto por cuestiones de seguridad y también de adaptabilidad de la plataforma.

## 7%

### ● Interés en una versión móvil o adaptada a dispositivos móviles

Varios usuarios expresan un fuerte interés en tener una versión móvil o una aplicación que les permita acceder a la intranet de manera efectiva desde dispositivos móviles.

**Fuente:** equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

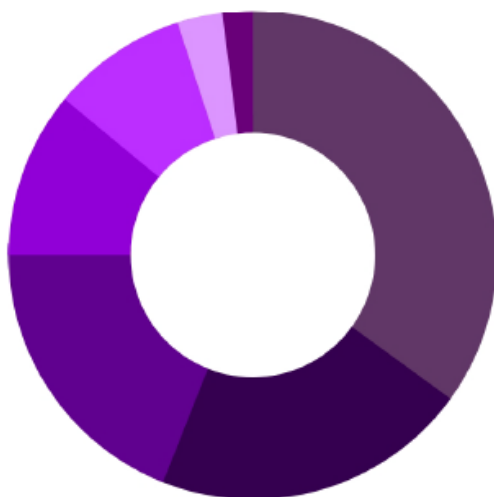
Datos importantes:

1. Los usuarios muestran una preferencia por utilizar sus computadoras de escritorio o portátiles como su principal medio de acceso a las plataformas de la empresa. Esto sugiere una preferencia por la comodidad y la funcionalidad que ofrece una pantalla más grande y un entorno más propicio para tareas laborales complejas. Además, expresan la necesidad de que la intranet esté diseñada para un funcionamiento óptimo en la computadora, lo que implica una navegación sencilla y una presentación clara de la información.

2. Aunque algunos usuarios muestran interés en acceder a las plataformas de la empresa desde sus teléfonos móviles, la mayoría prefiere limitar su uso para consultas rápidas o tareas específicas cuando no tienen acceso a una computadora. Existe una demanda clara de una interfaz amigable para el celular que permita una navegación sencilla y una visualización adecuada de los contenidos, pero también se mencionan limitaciones al acceder a la intranet desde dispositivos móviles, como bloqueos de enlaces y la necesidad de copiar y pegar las URL.

## Ilustración 11 Entrevistas: formatos

### Formatos



## 35%

### ● Imagen con texto

Los usuarios expresan una preferencia por la combinación de texto e imágenes para una comprensión más completa y rápida. Desean visualizar información concisa y atractiva que les permita asimilar datos importantes de manera efectiva.

## 21%

### ● Infografías

Se destaca el interés de los usuarios en infografías llamativas y visualmente atractivas. La claridad y la facilidad de comprensión son aspectos clave que los usuarios buscan en este formato. Valoran la presentación de datos complejos de manera simplificada y atractiva.

## 19%

### ● Imágenes

Los usuarios muestran un claro interés en contenido visual atractivo, preferiblemente acompañado de texto conciso. Solicitan imágenes coloridas y cautivadoras que puedan transmitir información de manera efectiva y hacer la experiencia más amena.

## 11%

### ● Videos cortos

Existe una preferencia generalizada por videos cortos y explicativos que presenten información de forma clara y concisa. Los usuarios valoran la capacidad de los videos cortos para transmitir mensajes importantes de manera efectiva y rápida.

## 2%

### ● Excel, PDF, PowerPoint

Los usuarios expresan la necesidad de formatos editables y descargables que les permitan manipular la información según sus requerimientos. Solicitan acceso a tablas de contenido en formatos de Excel, así como la capacidad de copiar y pegar texto en correos electrónicos, lo que les permite compartir información de manera más efectiva y eficiente.

## 9%

### ● Podcasts

Los usuarios muestran interés en el acceso a contenido auditivo relacionado con noticias relevantes y temas de interés. La conveniencia de acceder a información a través de audios mientras realizan otras tareas es algo que valoran en gran medida.

## 3%

### ● Video

Los usuarios muestran una preferencia por videos como herramienta de comunicación, especialmente para mensajes complejos y detallados. Valoran la capacidad de los videos para transmitir información de manera clara y efectiva, a menudo sugiriendo que estos sean de corta duración para mantener la atención.

**Fuente:** Equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

Datos importantes:

1. Los usuarios muestran una clara preferencia por el contenido que combina imágenes atractivas y texto conciso. Este enfoque les permite asimilar la información de manera más efectiva y rápida, lo que indica su deseo de una experiencia de usuario más interactiva y visualmente atractiva.
2. Los usuarios valoran la claridad y la concisión en los formatos de contenido. Muestran preferencia por la presentación de información compleja de manera simplificada y fácil de entender. Esta preferencia sugiere una necesidad de comunicación efectiva que les permita acceder a la información relevante de manera rápida y sin complicaciones.
3. Los usuarios buscan formatos de contenido que sean accesibles y versátiles en diferentes contextos y situaciones. Esto se refleja en su preferencia por formatos editables y descargables, así como en la solicitud de acceso a contenido multimedia y auditivo. Desean poder consumir información de manera conveniente, ya sea en movimiento o en momentos específicos durante su jornada laboral.

## Ilustración 12 Entrevistas: interacción

### Interacción



### 9%

#### ● Chatbots para preguntas frecuentes

Los usuarios muestran interés en la implementación de chatbots como una solución rápida y conveniente para resolver sus preguntas y consultas frecuentes. Esperan una experiencia fluida y sin complicaciones al buscar información específica en la intranet. La incorporación de chatbots se considera una forma efectiva de proporcionar respuestas instantáneas y precisas, lo que podría mejorar la eficiencia y la accesibilidad de la plataforma, aliviando la carga de los departamentos de soporte y mejorando la experiencia del usuario.

### 5%

#### ● Acceso rápido a preguntas frecuentes y soporte

Los usuarios buscan una solución eficiente y ágil para acceder a respuestas a sus preguntas y problemas comunes. La facilidad de acceso a una sección de preguntas frecuentes y la disponibilidad de un sistema de soporte rápido se perciben como fundamentales para garantizar un flujo de trabajo ininterrumpido y para resolver rápidamente cualquier obstáculo que puedan encontrar. La capacidad de recibir respuestas precisas y rápidas a sus consultas se considera crucial para mantener la productividad y la eficiencia en el entorno laboral.

### 33%

#### ● Interacción similar a una red social

Los usuarios expresan un fuerte deseo de una experiencia en la intranet que imite el entorno familiar de las redes sociales. Quieren la capacidad de interactuar con publicaciones y contenidos de la misma manera que lo harían en plataformas como Facebook e Instagram. La posibilidad de dar 'me gusta', comentar y compartir contenido es una característica fundamental que esperan para fomentar la colaboración y la comunicación entre colegas. Esto sugiere un deseo de crear un entorno digital más amigable y social dentro del espacio corporativo.

### 32%

#### ● Comentarios y reacciones

Los usuarios están ansiosos por tener la capacidad de expresar sus opiniones y reacciones sobre el contenido publicado en la intranet. La posibilidad de comentar y proporcionar retroalimentación en tiempo real se considera crucial para fomentar una cultura de comunicación abierta y colaborativa. Además de la capacidad de expresar opiniones, buscan la opción de mostrar apoyo y reconocimiento mediante la función de reacciones, lo que les permitiría interactuar de manera más significativa con los contenidos y con sus colegas.

### 21%

#### ● Compartir contenido y recursos

Los usuarios desean una plataforma donde puedan compartir fácilmente información relevante y recursos valiosos con sus colegas. Expresan la importancia de un intercambio efectivo de conocimientos y la posibilidad de difundir contenido significativo a través de la intranet. La capacidad de compartir recursos como tutoriales, videos informativos y actualizaciones estratégicas se considera esencial para fomentar un entorno colaborativo y de aprendizaje continuo dentro de la organización.

**Fuente:** Equipo de comunicaciones internas SURA Investments 2024.

Datos importantes:

1. Algunos usuarios mencionaron que los comentarios serían buenos, pero tienen sus reservas por problemas que se puedan presentar debido a comentarios negativos.

2. Los usuarios quieren compartir contenido desde la intranet directamente en su LinkedIn o poder enviar el enlace de una publicación a sus compañeros de equipo.
3. Los usuarios muestran interés en un **chatbot** que le resuelva dudas como “necesito realizar un proceso con el área financiera”. Los usuarios muestran gran interés en que este chatbot les pueda dar respuestas más rápidas sin tener que acudir a compañeros o buscar información en documentos.
4. Los usuarios expresaron que les gustaría tener una sección donde puedan acceder al soporte de la compañía.

Con la información recopilada, se construyeron historias de usuario que sirvieron como guía para el diseño y la implementación del sitio. Estas historias permitieron organizar adecuadamente la intranet, definiendo claramente qué funcionalidades y características debían incluirse. Asimismo, proporcionaron al proveedor una base sólida para comenzar el desarrollo del sitio, creación y orden de todas las funcionalidades. Ver apéndice 3.

La intranet actual es sitio amigable y de fácil uso, diseñado para facilitar la interacción efectiva entre los colaboradores de la compañía. Entre sus principales funcionalidades se incluyen el acceso a información en tiempo real sobre los resultados financieros, así como una sección dedicada a oportunidades laborales internas. Además, de micrositos específicos para distintas áreas de la compañía, un repositorio de documentos valiosos y específicos por país, una galería de fotos, un calendario de eventos corporativos y una sección para actualizaciones y novedades en su primera página. Ver apéndice 4

La intranet también proporciona información sobre la ubicación y contactos de las oficinas, la estructura organizacional y reportes directos del comité ejecutivo. Adicionalmente, ofrece detalles sobre las distintas áreas de la empresa y reconoce a colaboradores por quinquenios y cumpleaños fortaleciendo así la cultura corporativa y el sentido de pertenencia. Esta herramienta permitirá a los más de 1,100 colaboradores de los diferentes países conectarse, conocerse mejor y mantenerse informados sobre las noticias y eventos importantes de la compañía, facilitando un entorno de trabajo más amigable.

Estos resultados reflejan el compromiso y colaboración de los colaboradores, quienes aportaron valiosas ideas y opiniones para la construcción de una intranet que mejora significativamente la comunicación interna y la colaboración dentro de la organización. La intranet se ha convertido en una herramienta esencial que no solo facilita el acceso a información relevante, sino que también promueve un entorno de trabajo más integrado y eficiente, conectando a todos los colaboradores en un mismo lugar.

Por otra parte, el lanzamiento de la intranet ha sido un factor crítico debido a los múltiples desafíos asociados con los diferentes lanzamientos previos, como el de la cultura de SURA Investments, y la transición derivada de la reciente fusión. Actualmente, se está llevando a cabo la implementación de diversos aspectos organizacionales, lo que ha añadido complejidad al proceso. A pesar de estos retos, la intranet es una herramienta muy esperada que se ha desarrollado con gran atención al detalle, con el objetivo de mejorar la colaboración y la comunicación.

A pesar de los desafíos y la complejidad del proceso de lanzamiento, la intranet representa un avance significativo para SURA Investments. Su implementación no solo optimizará la

comunicación y la colaboración entre los colaboradores, sino que también facilitará el acceso centralizado a la información, sirviendo como una herramienta clave para la coordinación efectiva de proyectos y el reconocimiento de logros, consolidando un entorno de trabajo más integrado y dinámico.

## Conclusiones

La combinación de metodologías proporciona una base sólida para el diseño de la intranet, garantizando que se consideraran tanto las necesidades cuantificables como las experiencias personales de los colaboradores.

El enfoque participativo asegura que la voz de los colaboradores fuera escuchada, permitiendo que sus opiniones y preferencias influenciaran directamente en el diseño y las funcionalidades de la intranet.

La intranet ayuda a integrar a los empleados tras la fusión, fortaleciendo la cultura organizacional, al proporcionar un espacio común para la comunicación promoviendo una identidad corporativa compartida y un entorno de trabajo más cohesionado.

La ausencia de una intranet previa permite explorar ideas innovadoras, lo que resulta en una plataforma que incorpora herramientas de colaboración efectivas y contenido relevante para los colaboradores.

La intranet permite a los colaboradores acceder de manera centralizada a la información y recursos necesarios, reduciendo el tiempo dedicado a buscar documentos y facilitando la gestión del conocimiento dentro de la organización.

### **Recomendaciones**

Tener en cuenta la voz de los colaboradores durante el diseño y desarrollo de la intranet permite que la plataforma satisfaga sus necesidades reales y aumente la adopción y uso efectivo.

La creación de contenido valioso es importante, con el fin de atraer los empleados, fomentando el uso continuo de la intranet y mejorando la difusión de información importante.

La intranet debe reflejar y promover la cultura corporativa, fortaleciendo los valores y la identidad de la organización entre todos los empleados.

Es fundamental mantener la intranet actualizada con nuevas funcionalidades y contenido fresco para asegurar su relevancia y utilidad a largo plazo, adaptándose a las necesidades cambiantes de la organización.

Asegurarse de que la intranet sea intuitiva y fácil de usar es clave para su adopción. Un sitio amigable y accesible reduce la curva de aprendizaje y aumenta la satisfacción del usuario.

## Referencias

- Andrade, H. (2002). *Comunicación Interno*.
- Arribas, A. (marzo de 2018). *Intranet para la Gestión del Conocimiento y la Comunicación Interna*. Obtenido de <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1163>
- Brandolini, A. (2009). *Comunicación Interna*. Obtenido de [https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69725/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69725/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Campbell D, S. J. (2002). *Diseños experimentales y causas experimentales en la investigación social*. Obtenido de [https://www.insp.mx/resources/images/stories/Centros/nucleo/docs/dip\\_isp/investigacion.pdf](https://www.insp.mx/resources/images/stories/Centros/nucleo/docs/dip_isp/investigacion.pdf)
- Castrillón, M. A. (septiembre de 2006). *La gestión del conocimiento*. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/4b06177a-8e80-4aed-99e3-17562925e668/content>
- Champagnat, U. d. (16 de julio de 2002). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/encuesta-cuestionario-y-tipos-de-preguntas/>
- Chung, T. E. (2005). *Intranet: Soporte para entornos de aprendizaje*.
- Investments, D. i. (2024). *Pilares culturales*.
- López, J. F. (1 de 11 de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Marilin, P. (03 de 17 de 2021). Obtenido de ¿Qué es la comunicación? Proceso y elementos de la comunicación: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=KujFJsEOPTs>
- Mead, M. (1937). *Deficiones de cultura*. Obtenido de <https://antropologies.wordpress.com/2013/10/13/definiciones-de-cultura/>
- Melo, J. M. (1996). *Pensamiento comunicacional latinoamericano : entre el saber y el poder*.
- Ortega, C. (2018). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/ques-un-estudio-de-caso/>
- Peláez, A. R. (30 de 10 de 2013). *La entrevista*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49249014/LA\\_ENTREVISTA\\_pdf-libre.pdf?1475268651=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLA\\_ENTREVISTA\\_pdf.pdf&Expires=1721913623&Signature=hLqw1pOIUiGUG~UbvAEFbd61VcpziSZ~2ZXQ3hqaHZhFHlrQRcBDrHWxTOI1h0q9AxO](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49249014/LA_ENTREVISTA_pdf-libre.pdf?1475268651=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLA_ENTREVISTA_pdf.pdf&Expires=1721913623&Signature=hLqw1pOIUiGUG~UbvAEFbd61VcpziSZ~2ZXQ3hqaHZhFHlrQRcBDrHWxTOI1h0q9AxO)
- Punina, C. (2016). *Cultura organizacional en las empresas*.
- r Carlota Bustelo Ruesta, E. G.–M. (septiembre de 2006). *Definición del modelo estratégico de desarrollo de una intranet corporativa: metodología basada en un caso práctico*. Obtenido de [http://eprints.rclis.org/9395/1/vol15\\_5.3.pdf](http://eprints.rclis.org/9395/1/vol15_5.3.pdf)

- Ruesta, C. B. (septiembre de 2006). *Definición del modelo estratégico de desarrollo de una intranet corporativa: metodología basada en un caso práctico*. Obtenido de [http://eprints.rclis.org/9395/1/vol15\\_5.3.pdf](http://eprints.rclis.org/9395/1/vol15_5.3.pdf)
- Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Serrano, R. S. (2017). *La observación participante como escenario y configuración de la diversidad de significados*. México: FLACSO-México.
- Weaver, S. y. (junio de 2010). Obtenido de Modelos Matemáticos de Información y Comunicación: <file:///C:/Users/MarianaUrregoArias/Downloads/Dialnet-ModelosMatematicosDeInformacionYComunicacionCibern-3352643.pdf>

## Apéndices

### Apéndice 1 Soporte de la encuesta - metodología






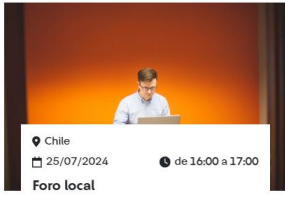




### Apéndice 2 Resultados de encuestas

¿Cómo describirías la experiencia que quisieras vivir en nuestra nueva intranet?	¿Qué atributos visuales te gustaría que tuviera la intranet?	¿Qué información o contenidos consideras de valor tener en la intranet? y ¿Cuáles valorarías más?	¿Qué formatos de contenidos te gustaría ver en intranet?	¿Qué recursos o herramientas consideras necesarios tener disponibles para tu día a día?	¿Cuáles accesos rápidos te parecen útiles encontrar en la intranet?	¿Desde que dispositivos sueles conectarte a las plataformas de la Compañía?	¿Cómo te gustaría interactuar en intranet?	¿Que tareas o actividades realizas con mayor frecuencia en la intranet que tienes activa en el momento?	¿Existen obstáculos o problemas cuando intentas completar alguna acción? ¿Cuáles?	¿Tienes alguna otra sugerencia o comentario relacionado con la experiencia que quisieras vivir en la intranet?
Sencilla, practica y sobretodo útil.	Creo que visualmente esta bien.	Que tengan disponible todas las vacantes que se abren dentro de Sura, he visto muchas vacantes en LinkedIn que no aparecen en Talentum. Tambien cursos virtuales sobre temas de inversión, en un año que llevo nunca he	Imágenes.	Cursos de formación.	Nomina, vacaciones, cursos.	Computador	Reacciones	Nomina, vacaciones	Problemas con la plataforma al pedir tiempo libre o vacaciones	
Interactiva y fácil de acceder a los diferentes aplicativos de la empresa que entregue información actualizada de lo que está pasando en SURA Investments	Menús	Accesos directos a los aplicativos de la empresa, canal de denuncias de PLD, encuestas pendientes de Cumpleaños, organigrama, documentos de referencia (manual de marca), etc	Textos con imágenes y videos	Alertas	Accesos directos a los aplicativos de la empresa, canal de denuncias de PLD, encuestas pendientes de organigrama, cumpleaños, talentum, videos de sesiones de SURA Investments	Computadora y a través del escritorio remoto y/o virtual	Buzones, comentarios	Acceso a aplicativos	Que el acceso a los aplicativos de la compañía solo se logra con escritorio remoto o virtual	No
Quisiera encontrarme con una plataforma práctica y sencilla de utilizar, con información actualizada y de valor.	atributos típicos de una intranet... El icono al tener us de navegación para facilitar los accesos a las diferentes páginas del sitio, banners con destacados, módulos con accesos fáciles a información, con apartado de accesos rápidos, variedad en botones, galerías y módulos.	información de las áreas, de la estrategia de la compañía, contactos de los colaboradores, contenidos de actividades de la compañía, celebraciones y reconocimientos. Valoro los contenidos asociados a beneficios, información relacionada con negocio y personas (reconocimientos, cumpleaños).	imágenes y documentos	organigrama actualizado	documentación de la compañía como políticas, formatos de compras y proveedores, lineamiento de marca, presentación master corporativa, presentaciones de los foros. Calendario de eventos y actividades, festivos	computador de la oficina	reacciones	organigrama y cumpleaños	siempre hay problemas con el dominio, @sura.cl o @sura-im.com	no
			Mis formatos preferidos son infográficos, galerías de imágenes y audios.		Talentum, información de nómina, redes sociales de la Compañía, sitio web de SURA Investments, Línea ética, Revista PDE, Bolethn portafolio estratégico.	Computador	Me considero más usuaria pasiva por lo que no suelo comentar mucho. En este caso preferiría solo tener opción de reaccionar	Revisar festivos, cumpleaños, descargar documentación de otras áreas y consultar notas de interés.	No encuentro dificultades para realizar estas tareas.	Poder encontrar la información más importante del negocio y poder tener una facilidad de encontrar los contenidos. Espero encontrarme con una intranet que no este saturada de información y que sea dinámica.



Editar

## Eventos

 <p><b>Chile</b> 16/07/2024 de 00:00 a 23:59 <b>Virgen del Carmen</b></p>	 <p><b>Uruguay</b> 18/07/2024 de 00:00 a 23:59 <b>Día de la Constitución</b></p>	 <p><b>Colombia</b> 20/07/2024 de 00:00 a 23:59 <b>Día de la Independencia</b></p>	 <p><b>Chile</b> 25/07/2024 de 16:00 a 17:00 <b>Foro local</b></p>
 <p><b>Perú</b> 28/07/2024 de 00:00 a 23:59 <b>Día de la Independencia</b></p>	 <p><b>Perú</b> 29/07/2024 de 00:00 a 23:59 <b>Día de la Independencia</b></p>	 <p><b>Colombia</b> 07/08/2024 de 00:00 a 23:59 <b>Batalla de Boyacá</b></p>	 <p><b>Chile</b> 15/08/2024 de 00:00 a 23:59 <b>Asunción</b></p>

## Apéndice 5 Información del negocio

### ¿Quiénes somos?

#### SURA Investments Soluciones globales | Asesoría experta

Somos el asset manager latinoamericano experto en asesoría y soluciones de inversión con alcance global para personas, empresas e instituciones.

Ponemos la innovación y tecnología al servicio de las inversiones y las personas, siempre considerando el desarrollo sostenible de los países en donde tenemos presencia.

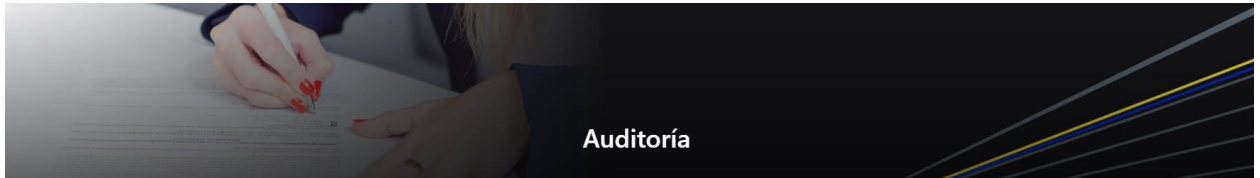


Somos la plataforma de inversión líder en Latinoamérica.



Administramos más de USD \$20,000 millones en fondos y mandatos de inversión.

## Apéndice 6 Misión de las áreas



Desde Auditoría, apoyamos al Negocio con una perspectiva objetiva e independiente, buscamos tener una visión completa de los diferentes procesos de la Organización, para apoyar y fortalecer el Sistema de Control Interno (SCI), de manera que este evolucione y permita alcanzar los objetivos estratégicos. Todos somos parte del SCI, por lo tanto, es fundamental mantener una comunicación asertiva.

Nuestra misión es evaluar cómo están diseñados y qué tan efectivos son los controles implementados en los procesos y estrategia, además, brindamos acompañamiento y asesoría a las diferentes áreas para mejorar continuamente el SCI.

**Líder de equipo**

*Apéndice 7 Organigrama de los equipos*



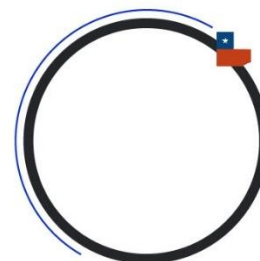
**CIO - Chief Investment Officer & Executive Director Solutions**



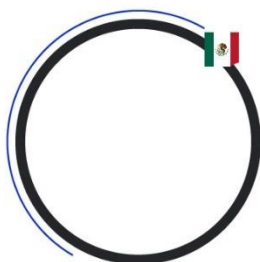
**Director, Real Estate**



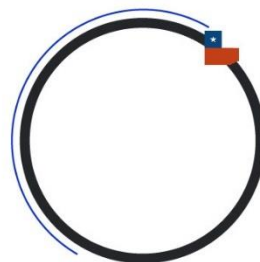
**Director, Private Debt**



**Director, Credit Analysis**



**Director, Fixed Income**

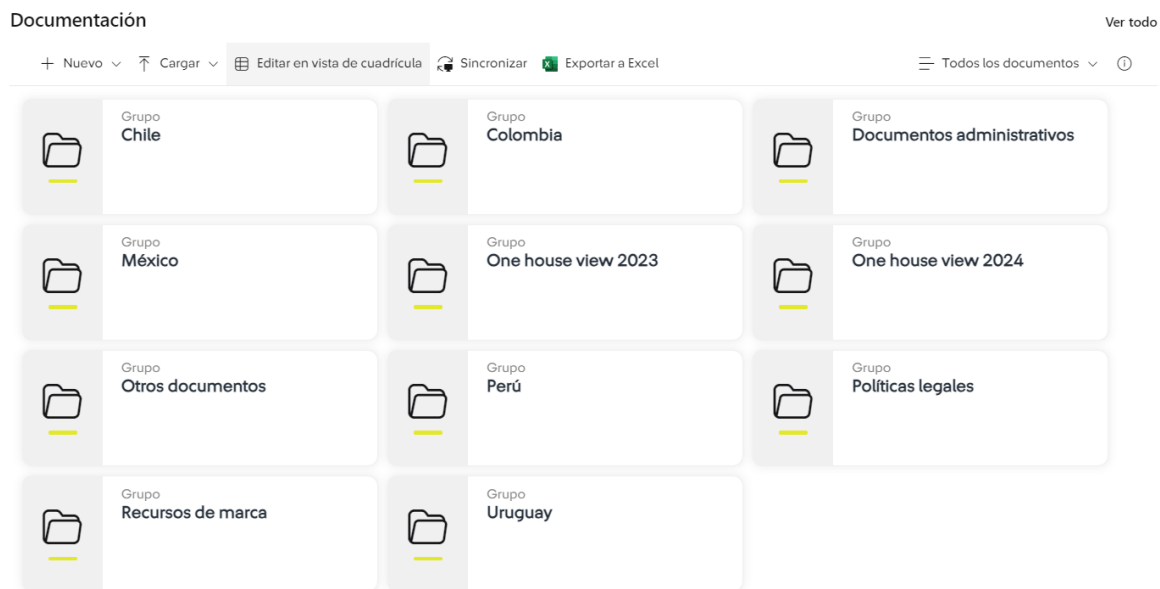


**Director, Investment Solutions**



**Vice President, Quantitative Analysis**

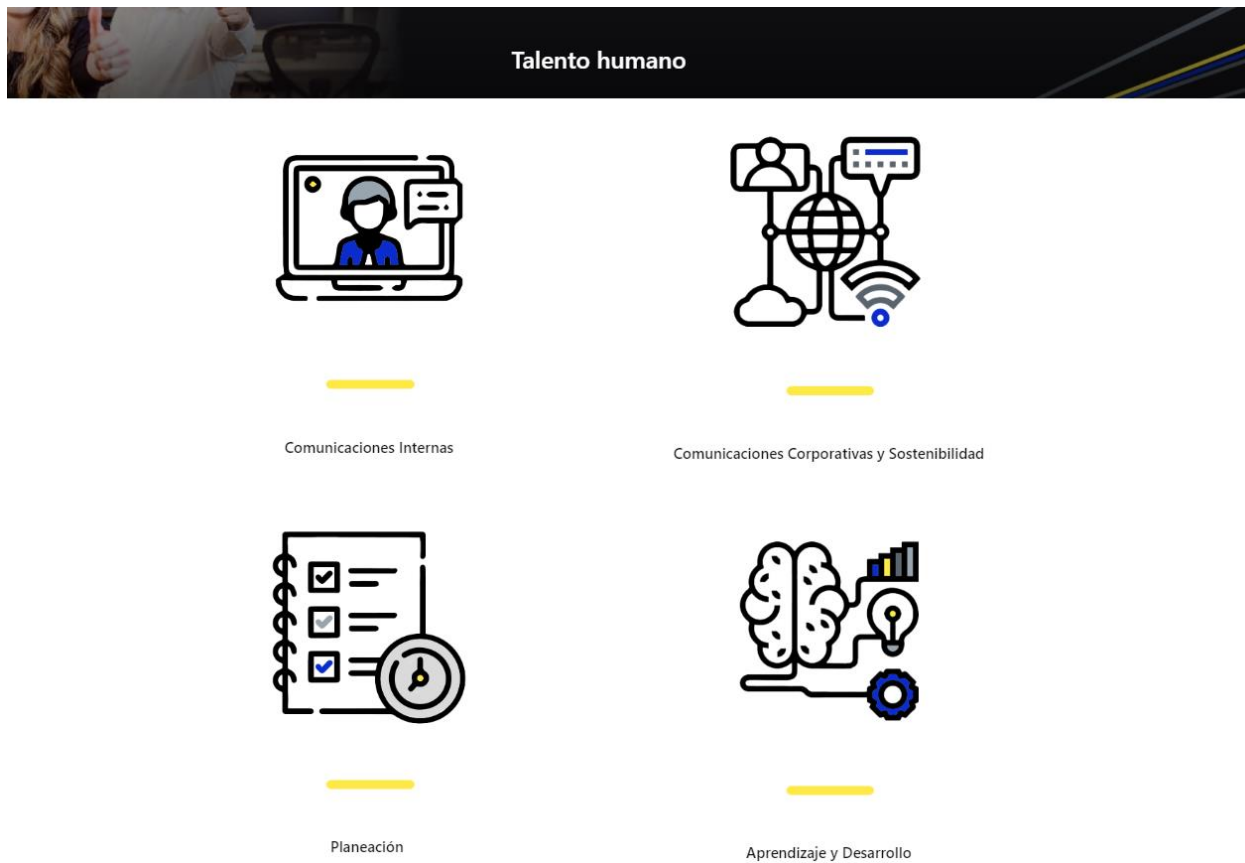
## Apéndice 8 Documentación



## Apéndice 9 Reconocimientos de la compañía



## Apéndice 10 Micrositios



## Apéndice 11 Página para anuncios o clasificados

