

# Premios Eikon

Hacia una Nueva Cultura de Trabajo:  
Digitalización y Cocreación  
en Comunicación Interna

CAPÍTULO

**GENERAL**

CATEGORÍA:

**7 – COMUNICACIÓN INTERNA**

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:

**BAYER CONO SUR**

DEPARTAMENTO, ÁREA QUE DESARROLLÓ EL PLAN:

**ÁREA DE COMUNICACIÓN INTERNA + MOTIVA COMUNICACIÓN**

PERSONAS RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

- María Laura López – Corporate, Digital and Internal Communications Manager - Bayer Cono Sur
- Candela Nocedo – Internal Communications Specialist - Bayer Cono Sur
- Gisela Buich – Motiva Comunicación
- María Florencia Acosta – Motiva Comunicación
- Melina Iannello – Motiva Comunicación



# Introducción

Bayer es una compañía de ciencias de la vida, líder mundial en salud y nutrición. En Cono Sur cuenta con más de 2400 colaboradores directos en Argentina, Chile, Paraguay, Bolivia y Uruguay.

Sus principales canales de Comunicación Interna son:

- BayerNet (intranet)
- Casilla de Comunicaciones Cono Sur (email)
- BayerNews (newsletter quincenal vía email)
- Bayer Talk (Townhalls)
- Líderes en línea (canal de difusión por WhatsApp exclusiva para líderes)

En los últimos años, Bayer ha iniciado un proceso de transformación cultural para promover la autonomía y la agilidad, reduciendo la burocracia y fomentando un estilo de trabajo orientado a resultados mediante la colaboración y cocreación entre equipos diversos. Esta nueva metodología, basada en ciclos cortos de ejecución, exploración y aprendizaje, requiere del empoderamiento de los colaboradores y una responsabilidad compartida entre pares. En este contexto, el área de Comunicación Interna identificó la necesidad de alinear sus procesos con la transformación cultural de la compañía.

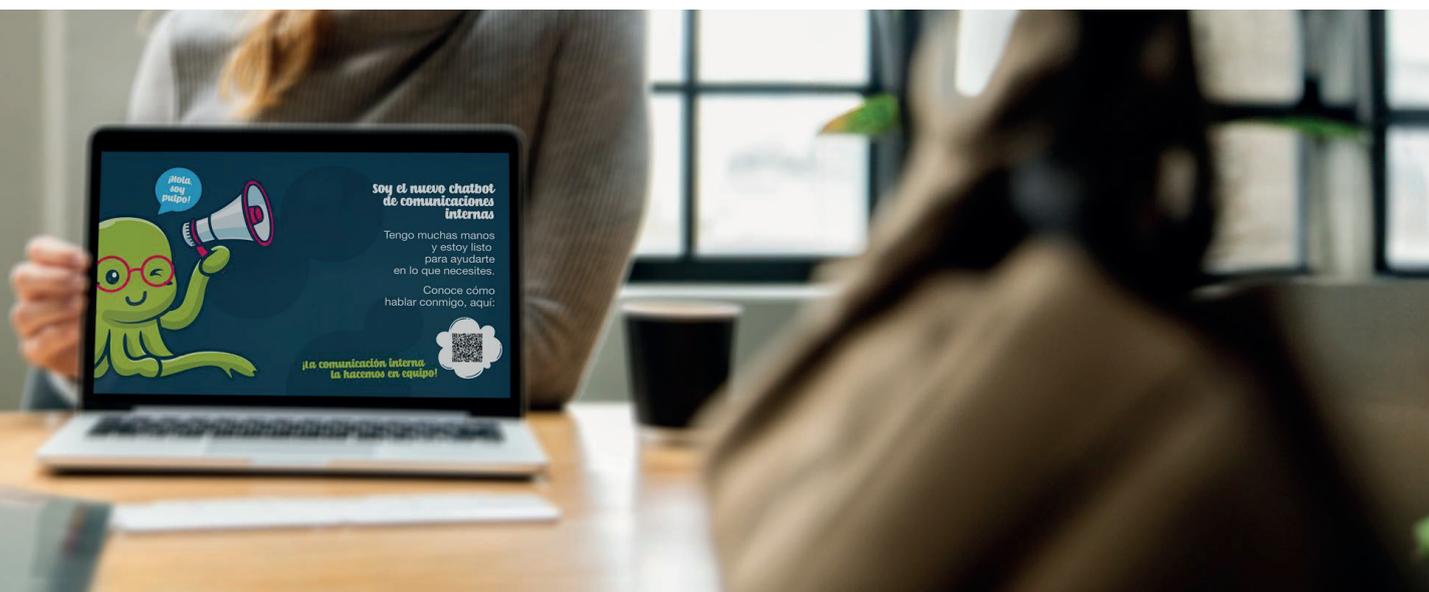
## Propuesta

La solución se centró en generar **una nueva forma de trabajo** para eficientizar los procesos y permitir que los colaboradores cocreen contenidos con el área de Comunicación Interna (CI). De esta manera, el área podría enfocar sus esfuerzos en proyectos estratégicos y de mayor impacto.

Los principales objetivos detectados y soluciones implementadas fueron:

- **Automatizar la gestión de contenidos y respuestas:** Alineada con la metodología de ciclos cortos y mejora continua, esta medida reduce la carga operativa de CI. La solución implementada fue un chatbot en Microsoft Teams, plataforma de uso diario en Bayer, proporcionando una interfaz amigable y accesible para los colaboradores.
- **Promover la autonomía y agilidad:** Se desarrollaron y actualizaron herramientas digitales como una guía de estilo, formularios y plantillas para que los colaboradores gestionen y cocreen contenidos con CI, permitiendo compartir historias de manera orgánica, autónoma y eficiente; y amplificarlas más rápidamente a toda la región.
- **Motivar la participación y colaboración:** Se realizaron dos acciones principales: una campaña regional para lanzar nuevas herramientas y canales, promoviendo el uso del chatbot y otros recursos con instructivos claros y mensajes sobre sus beneficios; y el rediseño de BayerNews para dar más visibilidad a los contenidos creados por colaboradores.

El trabajo comenzó en abril de 2023 con la preparación del chatbot y el material, previendo dos meses de desarrollo y pruebas. El objetivo era realizar el lanzamiento en julio de 2023, acompañado de una campaña de comunicación para toda la región.



# Desarrollo

Se dividió en dos ejes principales: 1) el desarrollo del chatbot y del material de apoyo (abril-junio 2023), y 2) la campaña de lanzamiento para asegurar su adopción y uso efectivo (julio-agosto 2023).

Después de esto se siguieron realizando acciones para reforzar y continuar incitando la utilización de estas herramientas.

## 1) Chatbot y material de apoyo

### 1.a. Desarrollo integral del chatbot:

El chatbot es una herramienta accesible que guía a los colaboradores en sus necesidades de Comunicación Interna sin tener que esperar respuestas por mail o buscar con quién comunicarse.

Se desarrolló con Power Virtual Agents, la plataforma de Microsoft que permite crear y gestionar bots inteligentes sin necesidad de programación avanzada. Utiliza inteligencia artificial y procesamiento de lenguaje natural para interactuar de manera más humana y precisa. La plataforma fue elegida por su capacidad de desplegarse en Microsoft Teams y otros canales, ofreciendo datos de análisis para medir su rendimiento y mejorar continuamente las interacciones del chatbot.

### Árbol de contenidos y programación en Teams:

El desarrollo del árbol de contenidos del chatbot se enfocó en centralizar la información dispersa y facilitar el acceso a recursos. Se diseñaron menús y flujos de interacción simples para asegurar una experiencia de usuario eficiente y se desarrolló un árbol claro y bien estructurado que permitiera respuestas rápidas y relevantes.

Cuenta, entre otras funciones, con:

- Ruta directa a la plataforma creada en Forms para publicar notas en BayerNet o #SomosBayer, un segmento dentro del newsletter donde se comparten historias de los colaboradores vinculadas con los valores de la compañía.
- Acceso directo a información relevante y actualizada sobre temas clave de Bayer (Sustentabilidad, DE&I, entre otros) y a materiales de narrativa y comunicación corporativa e interna que son cross compañía.
- Ruta directa a IdentityNet, el sitio en donde se encuentra el manual de marca, un banco de imágenes y plantillas editables con la estética de la empresa para contar con recursos corporativos al alcance.

## Identidad visual y atributos:

El chatbot fue diseñado para tener un tono amigable, cortés y cercano, demostrando que siempre está dispuesto a ayudar proporcionando respuestas rápidas y precisas.

Para darle una identidad, luego de distintas pruebas, se eligió el nombre Pulpo, dándole esa forma característica al personaje, por su capacidad de abordar distintas consultas en un mismo lugar, de ser multitasking.

## Desafíos técnicos y soluciones:

A lo largo del desarrollo, se enfrentaron desafíos técnicos y de privacidad. Para abordar las restricciones de acceso y permisos, se implementaron controles estrictos con el objetivo de que solo los usuarios autorizados pudieran acceder a ciertos contenidos y funcionalidades. El chatbot fue configurado para redirigir a páginas específicas dentro de la intranet de Bayer, gestionando los permisos de acceso adecuadamente. Además, se garantizó que todas las interacciones y datos del chatbot cumplieran con las políticas de privacidad y seguridad de la compañía, utilizando herramientas seguras para compartir y almacenar información.

**Prueba piloto:** Consistió en varias fases que sumaron aproximadamente mes y medio de duración (mayo-junio 2023):

1. Se realizó una carga de información a la plataforma y se probaron las funciones del chatbot simultáneamente.
2. El equipo de Motiva Comunicación realizó pruebas para detectar errores de tipeo o cambios en el tono de las respuestas.
3. Un referente de CI de Bayer Cono Sur probó el chatbot y, tras un período de ajustes y diálogos de alrededor de dos semanas, se llegó a un consenso sobre las respuestas adecuadas.
4. Un grupo selecto de colaboradores de distintas áreas de la compañía, incluyendo Comunicaciones, RRHH e IT, realizaron pruebas adicionales por dos semanas, aportando comentarios que se unificaron en un documento y se utilizaron para realizar ajustes finales alineados con los objetivos del chatbot. Esto permitió resolver cualquier problema pendiente y cumplir con la fecha de lanzamiento planeada.



## 1.b. Desarrollo de material de autogestión:

**Las herramientas de cocreación** de contenidos brindan una experiencia innovadora, intuitiva y accesible a los colaboradores y les permiten crear y compartir contenidos de forma ágil y eficiente.

- **Forms para Notas:** formularios simplificados e intuitivos para que los colaboradores generen contenido de manera autónoma.
- **Guía de estilo:** Desarrollada para mantener un estilo de redacción común, claro, entretenido y alineado al tono de la compañía. Incluye recomendaciones y tips para crear notas cercanas, inclusivas, inspiradoras e interesantes, asegurando coherencia y calidad en los contenidos.

## 2) Campaña de Comunicación Interna:

La campaña se articuló alrededor de los siguientes objetivos:

- **Posicionar al área de CI** como un área que apuesta a la innovación, a la digitalización de los procesos y al trabajo colaborativo.
- **Impulsar el uso de las nuevas herramientas de comunicación**, cercanas y ágiles, haciendo foco en la autogestión y el empoderamiento del colaborador.
- **Motivar a los colaboradores a interactuar** con Pulpo y a participar activamente de los canales BayerNet y BayerNews para estar más conectados y transmitir el orgullo de pertenecer a Bayer.

**Idea creativa:** Pulpo fue la estrella de la campaña. A través de su voz, que es amigable y cortés, comparte con todos los colaboradores de Cono Sur la transformación de los procesos de Comunicación Interna y los invita a conocerlos, utilizarlos y participar en los canales.

**Claim de campaña:** “La innovación nos invita a más”

Este claim refuerza el compromiso de Bayer Cono Sur con la transformación cultural, destacando la innovación como clave para alcanzar nuevos logros. Invita a los colaboradores a ser protagonistas en este proceso de cambio, empoderándolos a participar activamente y a contribuir con sus ideas y experiencias.

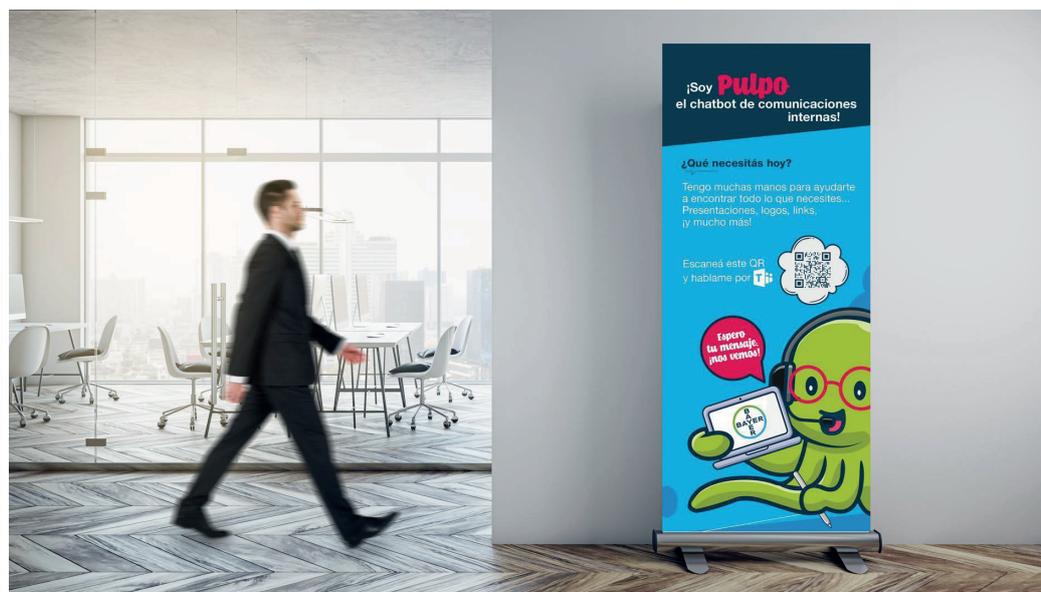
## Acciones:

### Lanzamiento:

- Objetivo: dar a conocer las nuevas herramientas y su funcionamiento, destacando los beneficios e invitando a todo el equipo de Cono Sur a utilizarlas.
  - Reunión con focales (los referentes de comunicación para los diferentes sites) para anticiparles la optimización de CI y el lanzamiento de la campaña.
  - Mailings de lanzamiento presentando al personaje Pulpo y a las nuevas herramientas de CI.
  - Nota en BayerNet con el detalle del proceso de optimización de la comunicación interna.
  - Cartelería del personaje con QR que invita a conocerlo (descargarlo): gigantografías y banners roll up.
  - Lanzamiento del BayerNews con diseño renovado, incluyendo un Banner de Pulpo para generar awarness y engagement.
  - Cápsula de stickers del personaje del chatbot en Teams/WhatsApp.

### Engagement Interno:

- Objetivo: promover el uso de cada una de las herramientas.
  - Pantalla de bloqueo en las computadoras de los colaboradores con el personaje del chatbot.
  - Publicación de un banner en BayerNews con el personaje del chatbot, derivando primero a su chat en Teams y luego al formulario.
  - Creación de un video presentando las nuevas herramientas con el chatbot como personaje principal para la apertura del Bayer Talk.



# Resultados y Evaluación

Con Pulpo, la gestión de contenido se volvió más ágil, acotando al equipo de CI a revisar y cargar el contenido en BayerNet. Anteriormente, CI debía participar en todo el proceso, desde el contacto inicial hasta la redacción final. Ahora, el equipo puede enfocarse en tareas estratégicas y de mayor impacto.

## Logros en Gestión:

- Se obtuvo una mejora significativa en la **claridad y accesibilidad** de la información para crear contenidos.
- Se redujo de forma significativa la **cantidad de correos** y la **intervención del área de CI** en el proceso de producción de notas.

## Indicadores de Satisfacción:

- En la encuesta de CI 2023, **89% de los colaboradores calificaron favorablemente la Comunicación Interna en Bayer**. Esta percepción aumentó 19 puntos porcentuales en relación al 2022.
- El **72%** de los colaboradores afirmaron que **conocían y aprobaban el uso de Pulpo**.
- CSAT: la **valoración** del chatbot alcanzó un promedio de **5 sobre 5**.
- La utilidad percibida de Bayernews reflejó un **aumento del 11%**. Este dato refleja el interés que generaron los contenidos cocreados con los colaboradores.

## Indicadores de Impacto:

- En los primeros seis meses, **732 usuarios se contactaron con Pulpo**.
- **76% de las interacciones** con Pulpo **resolvieron** la consulta del usuario con éxito.
- Solamente en el **2% de los casos**, los usuarios marcaron que su consulta **no fue resuelta** y pidieron contactarse con el equipo de CI.
- El proceso de autogestión a través de formularios digitales resultó en un incremento del contenido, con **67 notas publicadas a través del nuevo sistema** en los primeros seis meses (julio a diciembre 2023), superando el KPI propuesto de 10 notas por mes.

Hemos transformado la Comunicación Interna en Bayer Cono Sur, promoviendo la cocreación y la agilidad. Al empoderar a nuestros colaboradores para que participen activamente en la creación de contenidos, mejoramos nuestra eficiencia operativa. La innovación nos invita a más, y estamos listos para aceptar esa invitación; por eso, seguimos avanzando con el objetivo de potenciar aún más nuestro chatbot con capacidades avanzadas de Inteligencia Artificial. Esto nos permitirá optimizar nuestras interacciones y procesos, personalizando respuestas a cada usuario, integrándonos con otros sistemas para ofrecer soluciones más completas y mejorando continuamente gracias al aprendizaje automático.