

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the Academia Coatemalensis is circular, featuring a central figure of a knight on a white horse, holding a lance and a shield. The knight is set against a background of green mountains and a blue sky. Above the knight is a golden crown with a cross on top. The seal is surrounded by a grey border containing the Latin text "LETTERAS ORIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COATEMALENSIS INTER".

**“ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO
DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL INTERNA
DE LA AGENCIA ACTIVAME BTL”**

ANDREA BEATRIZ RECINOS ORTIZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**“ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL INTERNA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD ACTIVAME BTL”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ANDREA BEATRIZ RECINOS ORTIZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2016

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 11 de agosto de 2016

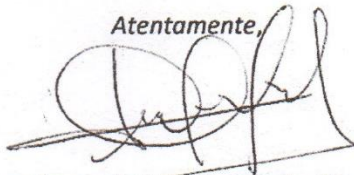
Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epesista **Andrea Beatriz Recinos Ortiz** con número de carné: **201115126** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en los departamentos de Cuentas, departamento Creativo Estratégico y departamento Administrativo y de Medios, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **16 de Mayo al 29 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"Estrategias para el fortalecimiento de la comunicación institucional interna de la agencia de publicidad Activame Btl"** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por la **Agencia Activame BTL**.

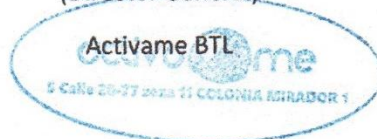
En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista y, para los usos en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,



Hugo Armando José Hernández Escobar

(Director-General)





Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

Andrea Beatriz Recinos Ortiz

Carné: **201115126**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

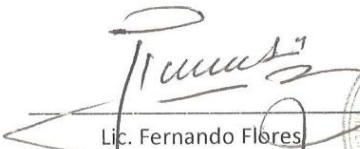
De mi consideración:


Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **"Estrategias para el fortalecimiento de la comunicación institucional interna de la agencia de publicidad activame BTL."** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

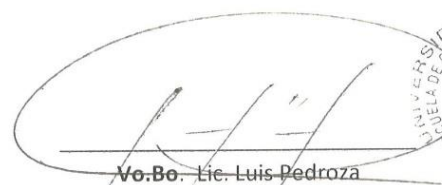
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.


Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIAS

A Dios y la Virgen María

Por darme la oportunidad de vivir y bendecirme día a día, por darme la fuerza y voluntad para salir adelante. Porque estuvieron a mi lado en cada paso que dí a lo largo de mi carrera. Son mi guía y gracias a ellos sigo alcanzado mis metas y sueños con la confianza de que me acompañan en cada momento y lugar.

A mi mamá

A ella le dedico mi vida, mis sueños y victorias, porque ella es mi mayor ejemplo y mi más grande amor, porque ha llenado mi vida de cosas maravillosas y sobre todo de felicidad, ha estado conmigo en los buenos y malos momentos siendo una amiga y la mejor mamá, respaldándome y creyendo en mí. Gracias a ella he salido adelante y sé que este sueño no se estaría cumpliendo sin ella. Le dedico esto, porque ella es todo y más de lo que puedo pedir de una madre.

A mi abuelita

Por ser mi guía, mi ángel, y mi segunda mamá. Porque gracias a ella aprendí que lo más importante en la vida es la familia. Me enseñó el valor de la perseverancia, la oración, el respeto y la bondad. Por ser uno de los principales pilares de mi vida y por ser un ejemplo de mujer y madre. Porque sé que ha estado a mi lado siempre y lo seguirá estando. Porque me regaló las mejores sonrisas, los mejores abrazos y los consejos perfectos que hoy y durante toda mi vida me acompañarán.

A mis hermanas

Por ser mis dos ejemplos a seguir, porque día a día le agradezco a Dios por bendecirme con tan maravillosos ángeles. Porque sé que cuidan de mí y están siempre a mi lado. Son mis mejores amigas, con las que puedo contar siempre y perseguir mis sueños, sabiendo que constantemente estarán apoyándome. Porque no puedo imaginar una vida sin ellas y sé que el mundo es mejor a su lado.

A mi papá

Por enseñarme a luchar por alcanzar mis sueños, por enseñarme a no tener miedo y a levantarme cuando las cosas no salen bien. Porque gracias a él y a mi mamá hoy estoy aquí. Y por enseñarme que a pesar de la distancia sigue estando junto a mí, y hoy celebra este triunfo conmigo.

A mis mejores amigas,

Ana Isabel, Diana, Luisa y Nydia, por apoyarme y escucharme cuando las necesito. Por motivarme siempre a seguir adelante y enseñarme que en unas horas todo puede mejorar; con los consejos adecuados, con un abrazo, con las risas y recuerdos perfectos. Porque sé que nuestra amistad durará para siempre.

Y por último a todas estas personas, familia y amigos que me han apoyado en algún momento y me han motivado a salir adelante dejando en mi vida una huella imborrable.

AGRADECIMIENTOS

A la gloriosa Universidad de San Carlos de Guatemala

Por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de formarme como profesional proporcionándome las herramientas necesarias para alcanzar el éxito en la vida.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por formarme como profesional de la comunicación y permitirme, durante el trayecto de mi carrera, aprender de grandes catedráticos y vivir experiencias que recordaré siempre.

A la Agencia de Publicidad Activame BTL

Sobre todo al Director General, Hugo Hernández Escobar, quien me dio la oportunidad de realizar este proyecto en la Agencia, depositó su confianza en mí y me dio su apoyo incondicional, permitiendo que el trabajo tuviera el éxito esperado.

Al Lic. Luis Pedroza

Por su entrega, vocación y constante apoyo, por permitir que el Ejercicio Profesional Supervisado sea una experiencia maravillosa que en definitiva enriquece nuestra carrera.

A mi Asesor

El licenciado Fernando Flores, por apoyarme a lo largo de este proyecto y ser un ejemplo como comunicador, sobre todo como ser humano. Por motivarme día a día a cumplir mi meta y darme su tiempo cada vez que lo necesitaba. Fue una persona de vital importancia en la realización de este trabajo.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	III
JUSTIFICACIÓN	V
 CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN	2
1.2.1. Ubicación Geográfica	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	3
1.2.4. Departamentos o Dependencias	8
1.2.5. Misión	9
1.2.6. Visión.....	9
1.2.7. Objetivos Institucionales	9
1.2.8. Público Objetivo.....	10
1.2.9. Organigrama.....	11
1.3. METODOLOGÍA	12
1.3.1. Descripción del Método	12
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	13
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	15
1.4. RECOPIACION DE DATOS	16
1.4.1. Resultados de las entrevistas.....	16
1.4.2. Tablas comparativas de las entrevistas.....	18
1.4.3. Puntos de encuentros en las entrevistas	22
1.4.4. Fichas de observación y trabajo	25

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA	27
1.5.1. Fortalezas.....	27
1.5.2. Oportunidades.....	28
1.5.3. Debilidades.....	28
1.5.4. Amenazas.....	29

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	30
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	30
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	32
2.2.1. Objetivo General.....	32
2.2.2. Objetivos Específicos	32
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	33
2.4. MENSAJE	33
2.5. ESTRATEGIAS	34
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	38

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	46
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	46
3.1.1. Financiamiento	46
3.1.2. Presupuesto	48
3.1.3. Beneficiarios	49
3.1.4. Recursos humanos.....	50
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	52
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS	53
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	66
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)	67

CONCLUSIONES	69
RECOMEDACIONES	70
GLOSARIO DE TÉRMINOS	71
BIBLIOGRAFÍA	76
EGRAFÍA	78
ANEXOS	79
Transcripción completa de las Entrevistas.....	79
Boleta de Entrevista.....	89
Papelería oficial Activame BTL	91
Guía para el correcto uso de la nueva página web interna de la Agencia Activame BTL	93
Manual corporativo de la Agencia Activame BTL.....	95
Fichas de registro de horas.....	100

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Activame BTL

Nombre del Proyecto:

Estrategias para el fortalecimiento de la comunicación institucional interna de la Agencia de Publicidad Activame BTL.

Objetivos del Proyecto:

General: Implementar estrategias que ayuden a mejorar la comunicación institucional interna de la Agencia Activame BTL para que sus diferentes departamentos tengan una buena comunicación y relación con la Agencia y de esta manera se desarrollen integral, eficiente y eficazmente.

Específicos:

- Implementar una estrategia interna que permita una comunicación eficaz y eficiente entre los diferentes empleados para que mediante el uso de la tecnología se mantengan actualizados y bien informados sobre cada una de las cuentas que se manejan, así como de las características, aspectos y valores que identifican a la Agencia fortaleciendo la imagen institucional interna.
- Implementar nuevos medios institucionales para registrar información importante sobre la agencia y las diferentes cuentas que se manejen y de esta manera haya una mejor comunicación y organización entre los diferentes departamentos.

- Reforzar la comunicación y organización interna de la Agencia Activame BTL mediante la creación de espacios que permitan que toda la información sobre la Agencia y las diferentes cuentas que se manejan quede archivada y por consiguiente haya un mejor desempeño de los trabajadores y un mejor desarrollo de las campañas, eventos o activaciones que se realicen.

Sinopsis del proyecto: En el proyecto: “Estrategias para el fortalecimiento de la comunicación institucional interna de la Agencia de Publicidad Activame BTL”, se implementaron 4 diferentes estrategias que tenían el objetivo, como su nombre lo dice, de mejorar la comunicación institucional Interna de la Agencia. La papelería oficial de la Agencia y el nuevo Organizador le permitieron a los trabajadores de los Departamentos de Cuentas, Creativo estratégico y Administrativo y de medios, no sólo, obtener nuevos medios para registrar información importante perteneciente a cada cuenta, personal o proveedor, sino también les proporcionó espacios específicos para almacenarla y poder consultarla cuando lo desearan, lo cual los llevó a comunicarse de una manera más rápida y eficaz. Así mismo, la página web interna reforzó lo anterior permitiendo que la Agencia tuviera un sitio online donde pudiera administrar y llevar el control de cada uno de los procesos que se manejan en la Agencia, permitiendo que los trabajadores tuvieran acceso inmediato, a cualquier hora y en cualquier lugar, a los documentos de la Empresa. Por otro lado el Manual Corporativo fue implementado con el objetivo de mejorar la comunicación entre los trabajadores y aumentar el sentimiento de pertenencia a la Agencia, permitiendo que cada empleado conociera y diera a conocer mejor la cultura, política e identidad de la empresa. Los objetivos de cada una de las estrategias anteriores fueron alcanzados, logrando establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la Institución.

INTRODUCCIÓN

El Ejercicio Profesional Supervisado es un programa que ha permitido a los estudiantes, a lo largo de los años, poner en práctica todos los conocimientos que han adquirido hasta este punto de su carrera. Después de 5 años, la Escuela de Ciencias de la Comunicación le proporciona a los estudiantes las habilidades para realizar y poner en práctica, proyectos de comunicación que beneficien a las comunidades en un aspecto tan importante como lo es la comunicación.

En el presente informe final del EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizado en las instalaciones de la Agencia de Publicidad Activame BTL, se muestra el trabajo de investigación con el cual se detectó, por medio de observación, indagación, documentación y entrevistas, algunos problemas de comunicación interna que incluían, la carencia de medios alternativos eficaces para comunicarse entre los diferentes departamentos de la Agencia, la ausencia de formatos predeterminados para elaborar papelería importante para realizar diversas tareas y la falta de un medio institucional efectivo para comunicar, registrar y archivar información perteneciente a cada cuenta, personal interno y externo y proveedor con el que se trabajaba.

A través de esta investigación se logró constatar que parte de la solución a la problemática que acontecía en la Agencia era, implementar estrategias para el fortalecimiento de la comunicación institucional interna, que incluyeran la creación de una papelería institucional oficial de la Agencia, un organizador de esa papelería y demás documentos importantes que pertenecieran a la Empresa, una página web interna que permitiera el almacenamiento y organización de la información de la Agencia y que esta estuviera a disposición de toda la empresa las 24 horas del día en cualquier lugar y la creación de un manual corporativo que fortaleciera la comunicación entre los empleados y aumentara el sentimiento de pertenencia a la Institución.

Con la implementación de estrategias que permitieron a los diferentes departamentos comunicarse de mejor manera, trasladar y guardar información de manera efectiva, además de lograr que los trabajadores conocieran y se sintieran identificados con la Agencia; el trabajo, tanto interno como externo se vio beneficiado ya que hubo una mejor organización e integración de todos los esfuerzos de los trabajadores.

JUSTIFICACIÓN

Activame BTL es una agencia en crecimiento y la tarea del epesista como estudiante de la ECC fue realizar un proyecto que le proporcionara herramientas para su desarrollo comunicacional interno pleno que cubriera las necesidades de los trabajadores que la integran y por consiguiente de las empresas a las que le sirva, ya que es de suma importancia que una agencia de publicidad, que tiene como principal tarea comunicar a los consumidores ideas y diversos mensajes publicitarios, deba tener una comunicación interna eficiente.

En el diagnóstico del presente proyecto de comunicación, se evidenció que la Agencia Activame BTL, específicamente los departamentos de cuentas, estratégico creativo y administrativo y de medios, contaba con algunas necesidades comunicacionales internas, por tanto fue necesario motivar al equipo humano para mejorar el entorno laboral en el que se desenvolvían y así conseguir mejores resultados en las actividades realizadas. Por lo anterior, parte del proyecto fue la implementación de estrategias que incluyeran la tecnología, la cual es básica en la actualidad para el mejor desarrollo de las Empresas. Mediante la ayuda de esta, se transmitieron mensajes institucionales, se informó a los empleados sobre acontecimientos importantes dentro de la agencia, y se estableció una comunicación eficaz entre los trabajadores, la dirección y los diferentes departamentos de la empresa, entre otros. Así mismo se propuso una estrategia para establecer medios que permitieran llevar un mejor control de cada una de las cuentas que se manejan en la Agencia y espacios para que esta fuera archivada y registrada para su posterior uso y revisión. Lo anterior no solo ayudó a mantener un mejor control del trabajo sino también fue útil para mantener una buena relación y comunicación entre los trabajadores, lo cual los hizo sentirse integrados dentro de la Agencia. Todo esto era, posible solamente si los empleados se sentían informados y conocían adecuadamente las diferentes áreas, políticas, características y estrategias que identifican la compañía.

Lo anterior no sólo fue implementado para mejorar la comunicación del equipo ya establecido en la Agencia sino también para darle la bienvenida a nuevos miembros y que estos estuvieran totalmente preparados para integrarse a un equipo de trabajo organizado.

Mediante la implementación eficaz de estas estrategias, el trabajo de la Agencia se vio y verá beneficiado tanto a corto como a largo plazo gracias a una mejor organización y comunicación que se evidencie en los resultados.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Establecer la situación de la comunicación interna de la Agencia Activame BTL mediante un diagnóstico que defina las causas que generan algún problema de comunicación que impida el funcionamiento óptimo e integral de la empresa.

1.1.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar que medios y canales institucionales utiliza la Agencia Activame BTL para darse a conocer de manera interna y externa y para comunicar y trasladar información entre los diferentes departamentos que hay en ella.
- ✓ Conocer el trabajo que desempeña cada empleado que integra los diferentes departamentos dentro de la Agencia y documentar sus opiniones sobre el manejo de la comunicación y traslado de información dentro de la empresa.
- ✓ Determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que caracterizan a la Agencia para poder detectar en qué aspectos comunicacionales deben mejorar y cuáles deben reforzar.
- ✓ Proponer una estrategia comunicacional que permita mejorar la manera en que se transmite, traslada e intercambia información entre los trabajadores, permitiendo así el eficaz y eficiente funcionamiento de la Agencia.

1.2. LA INSTITUCIÓN:

Activame BTL

Según Hugo Hernandez Escobar (2015) Activame BTL es una agencia de Publicidad BTL comercial, privada e independiente compuesta por profesionales de la publicidad, diseño y negocios que desarrollan estrategias creativas, preparan y realizan el montaje de activaciones, lanzamientos, eventos, entre otros, con el fin de difundir los servicios o productos de sus clientes.

Ofrece a sus usuarios servicios propios o subcontratados como: estrategias de marketing, asesoramiento en comunicación, estrategias creativas, montaje de eventos, lanzamientos, activaciones BTL, montaje en vías públicas, servicio de modelos o promotoras, shows, asesoramiento en redes sociales, diseño y montaje de stands, audiovisuales, supervisión y evaluación de las campañas y todo el material que lo anterior involucra y mucho más. (Hernández, 2015)

1.2.1. Ubicación Geográfica:

La agencia Activame BTL se encuentra ubicada en la 5 calle 20-77 Zona 11 Colonia Mirador 1. Ciudad de Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

La agencia Activame BTL actualmente no tiene alianzas estratégicas definidas con algún otro ente. Esta obtiene sus ingresos económicos a partir del trabajo realizando para sus clientes. Tiene conexiones con algunos proveedores que mantiene fijos como la Empresa de Impresión “Impresiona”, empresas de audiovisuales, entre otras.

1.2.3. Antecedentes o Historia

H.A. Escobar (Comunicación Personal 8 de febrero de 2016). Activame BTL es una agencia de publicidad y Marketing centrada en crear la exitosa historia de las marcas, fue creada en enero del año 2015 por Hugo Armando José Hernández Escobar, ofreciendo al inicio Activaciones BTL, estrategias, optimización de canales, marketing experiencial, marketing de guerrilla, realización de eventos, promociones, stands, lanzamientos, convenciones, capacitaciones, interacción en redes sociales, montajes y servicio profesional de modelos, degustadoras y promotoras de perfiles A, AA y AAA nacionales e internacionales. El primer cliente oficial de la Agencia fue la empresa Imvinos con el cual realizaron el lanzamiento del vino Santa Helena. Posterior a este, se dedicaron a trabajar con otras Empresas logrando alcanzar los objetivos propuestos.

Desde entonces Hugo Hernández, Director general de la Agencia, y Jose Montenegro, Director Comercial, se apasionaron y comprometieron con cualquier proyecto que les surgía, proporcionando una comunicación efectiva y profesional, esforzándose día a día para crear lazos con sus clientes y esforzándose por fortalecer las nuevas relaciones que se presentaban.

¿Qué ofrece la agencia?

Según la página web www.activamebtl.com la agencia ofrece lo siguiente:

Planes estratégicos de mercado: Activame BTL enfrenta las exigencias que presentan los consumidores ya que, día con día el mercado va cambiando. La estrategia es la principal guía de la Agencia para el cumplimiento satisfactorio de su misión, permitiéndole optimizar los recursos para obtener beneficios a corto y largo plazo.

Tácticas para optimización de canales: En la Agencia Activame BTL se trabaja en equipo y se unen los conocimientos de los profesionales que trabajan en la empresa, para desarrollar tácticas que logren desarrollarse de manera exitosa de acuerdo con los planteamientos de las estrategias creadas y de esta manera alcanzar los objetivos planteados para lograr el posicionamiento de las marcas con las que trabajan.

Campañas experienciales: Activame BTL se dedica a desarrollar campañas publicitarias basadas en el Total Work (trabajo total), directriz base que utilizan cada día de trabajo, empleando los recursos con los que sus clientes disponen y logrando optimizarlos para impactar en su grupo objetivo mediante el uso medios no convencionales. (www.activamebtl.com)

¿Cómo lo hacen?

- ✓ Marketing de guerrilla
- ✓ Eventos diseñados para el cliente
- ✓ Marketing de experiencias

- ✓ Marketing de guerrilla: Activame BTL emplea el Marketing de GUERRILLA, el cual es un conjunto de estrategias que se emplean mediante con técnicas no convencionales. El logro de objetivos tanto a corto como largo plazo se consigue por medio de ideas creativas e innovadoras optimizando recursos y evitando las grandes inversiones en espacios publicitarios que quizá los clientes nunca aprecian.

Para lo anterior emplean recursos o servicios como:

- Flashmob
- Packaging
- Carteles
- Montajes en la vía pública
- Medios de transporte

De ésta manera utilizan medios del entorno y le dan a los consumidores experiencias vivenciales que los sorprenden, lo cual hace que las marcas queden posicionadas en sus mentes.

- ✓ Eventos diseñados para las marcas: La agencia se encarga de crear, producir y montar eventos para diversas marcas logrando, por medio de estos, alcanzar los objetivos de sus clientes. Se realizan:
 - Lanzamientos de productos.
 - Shows corporativo.
 - Convenciones.
 - Capacitaciones.
 - Participación en exposiciones y ferias.
 - Manejo de patrocinios, entre otros.

- ✓ Marketing de experiencias: La agencia también ofrece esta otra forma de marketing, la cual ofrece a los clientes ideas creativas e innovadoras mediante estrategias que les dan a los consumidores vivencias y experiencias sensoriales y digitales. Emplean:
 - Acciones en vía pública.
 - Interacción en redes sociales.
 - Sampling

(www.activamebtl.com)

Servicios que presta

SERVICIOS Y MATERIAL	
PERSONAL	
Degustadoras A y AA	
Promotoras y promotores AA	
Modelos AAA nacionales y extranjeras	
Animador AA	
Supervisores	
Instructores (zumba, croosfit)	
Bailarinas	
Mimos	
Payasos	
Zanqueros	
Magos	
MATERIAL	
Backpanel	
Material publicitario (lapiceros, gorras, playeras, usb, pachones, mochilas, etc.)	
Banners (tipo araña, tipo roll up, minis, etc.)	
Mini stand	
Toldos	
Torre truss	
Planta eléctrica	
Uniformes (modelos, personal etc.)	
Carrileras bipolares	
Lona vinílica	
Vinil auto adhesivo	
Mesh micro perforado adhesivo	
Rótulo pvc con vinil	
Corte electrónico vinil	
Rótulos luminosos bipolar	
Rótulos luminosos unipolar	
Vallas publicitarias (circuito)	
Vallas en pasarelas	
Afiches	
Publicidad en medios móviles (taxis, tuc tuc)	

Manejo de redes sociales
Rotulación de vehículos
Impresión de todo tipo en cualquier material
Mupis transmetro
Cabina de fotos
Stands
MONTAJE
Pasarelas de evento
Carpas y domos para 400 a 1000 personas
Sillas
Mesas
Tableros
Mesas cocteleras
Mesas de degustación
Arcos inflables
Tarimas
Toldos
AUDIOVISUALES
Bocinas
Micrófono de diadema
Micrófono inalámbrico
Luces negras uv
Luces moviles wahs
Luces pro par
Pantalla digital en pasarelas
Luces beam
Luces led
Mapping
Pantallas led 3x2
Creación y edición de video HD

Figura 1. Adaptado de: Tabla de servicios y materiales Activame BTL por Hugo Hernández Escobar 2015 Guatemala

1.2.4. Departamentos o Dependencias

Según H.A. Escobar la Agencia Activame BTL cuenta con los siguientes departamentos:

- ✓ **Departamento de cuentas:** En este departamento se analizan las necesidades de los clientes. El ejecutivo es el encargado de presentarle a los clientes la agencia y los servicios que ofrece así mismo debe mantenerse en contacto directo con éste para analizar los problemas posibilidades que tiene su producto o servicio y los problemas de comunicación con los que se enfrentan. Éste está bien enterado de las estrategias creativas y mensajes creados, involucrándose para comunicar y vender la estrategia al cliente de la mejor manera. Analiza los resultados de la campaña o activación con el cliente presentando siempre un informe. Se encarga de darle seguimiento a los trabajos subcontratados fuera de la agencia.
- ✓ **Departamento creativo estratégico:** En este departamento se crean los mensajes publicitarios y las estrategias creativas adaptándose siempre a las necesidades que presenta tanto el cliente como su grupo objetivo. En este departamento se trata de optimizar los recursos para obtener beneficios y alcanzar las metas planteadas satisfactoriamente. De ésta área nacen las ideas creativas que se le venden a los clientes y las soluciones a los problemas de comunicación que presentan los productos o servicios. Éste departamento es el encargado de diseñar y plasmar las ideas para que puedan ser reproducidas en los diferentes medios que se elijan (mayormente medios BTL).
- ✓ **Departamento administrativo y de medios:** Departamento encargado de crear la estrategia de medios ideal para el cliente y para la idea. En este departamento también se eligen las imprentas, animadores degustadoras, modelos o promotoras y todos los demás proveedores, medios y materiales propios o subcontratados que participen en las activaciones o eventos. Éste departamento es el responsable de realizar los presupuestos y de negociar los costos más viables para los clientes.

Este departamento también se encarga de la administración de la agencia; los sueldos, pagos a los proveedores, compra de materiales e inmuebles necesarios y demás gastos de la empresa. (P.2)

1.2.5. Misión

Activame BTL tiene como misión, construir la exitosa historia de las marcas a través de experiencias, del desarrollo de estrategias de marketing y la ejecución creativa de tácticas publicitarias que generan contacto directo entre el producto o servicio y el consumidor aportando así el logro y superación de los objetivos planteados por los clientes. (www.activamebtl.com)

1.2.6. Visión

Ser una empresa líder en publicidad BTL que cree las mejoras estrategias publicitarias y de marketing alcanzando con éxito los objetivos y expectativas de los clientes y posicionando a las marcas con las que trabajan en la mente de los consumidores mediante el empleo de medios no convencionales que sorprendan e innoven continuamente. Trabajando siempre con creatividad, responsabilidad, entusiasmo y brindando una comunicación efectiva y profesional.

1.2.7. Objetivos Institucionales

Según Hernández (2015) los objetivos de la Agencia Activame BTL son los siguientes:

- ✓ Crear planes estratégicos de mercado que satisfagan las expectativas de los consumidores y cumplan los objetivos de los clientes, optimizando de la mejor manera los recursos para posicionar a las marcas y alcanzar metas planteadas.

- ✓ Proporcionarle soluciones creativas a los clientes para que mejoren su imagen y la manera en la que se relacionan con su grupo objetivo, creando así una relación estrecha entre ambos.
- ✓ Promocionar los productos o servicios de los clientes permitiendo que éstos tenga presencia fuerte y valor en el mercado.
- ✓ Crear canales novedosos e impactantes para dar a conocer o promocionar los productos o servicios de los clientes evitando los altos costos de pauta en los medios de publicidad convencionales.
- ✓ Dar a conocer las características de los productos o servicios de los clientes de una forma experiencial y emocional permitiendo así que los consumidores los vivan, sientan, aprecien y recuerden de mejor manera diferenciándose de otros por la conexión que establecen. (P. 2)

1.2.8. Público Objetivo

Cualquier tipo de marca, empresa, asociación, organización pública o privada, institución o anunciante que deseen darse a conocer y difundir sus ideas de una manera innovadora y creativa obteniendo resultados gracias a las acciones publicitarias realizadas. Compañías o entidades que deseen buscar consumidores para sus bienes y servicios o posicionarse en sus mentes como entes impactantes y extraordinarios que busquen alcanzar el éxito de sus productos o servicios.

1.2.9. Organigrama



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Método científico: Para la elaboración del diagnóstico de comunicación de la Agencia Activame BTL se utilizó el método científico ya que la información fue recabada en forma planeada, ordenada y sistemática. Este se empleó en sus tres fases: la fase de descubrimiento, la fase demostrativa y la fase expositiva en las cuales, se pretendió descubrir datos importantes por medio de la indagación, observación, las entrevistas y la documentación. En esta fase se planificó y ejecutó la recolección de los datos, luego estos se analizaron, sintetizaron y compararon y se demostró y comprobó la información. Por último se afinaron los resultados para que estos sirvieran de base para desarrollar un proyecto de comunicación que ayudara al desarrollo óptimo e integral de la agencia Activame BTL.

En la realización el diagnóstico también se empleó el método inductivo, parte del método científico. Mediante éste se obtuvo un informe que permitió, a partir de todos los fenómenos observados, clasificados, recopilados y analizados, llegar a conclusiones generales que permitieron descubrir la situación comunicacional interna de la Agencia. Como se dijo anteriormente se utilizó la percepción directa de fenómenos, eventos y hechos particulares para conocer la realidad de la empresa y llegar al problema de comunicación principal que afectaba a la Agencia. Fue un tipo de investigación cualitativa porque se basó en datos recogidos y reunidos en entrevistas, documentación y observaciones del entorno en el que se desarrollaba el fenómeno para determinar el problema comunicacional, haciendo análisis de relaciones.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Técnicas

✓ **Observación**

En la realización del diagnóstico se observaron directa y detenidamente todos los fenómenos, eventos y acontecimientos que se daban dentro de la Agencia Activame BTL, tanto los que involucraban solamente a los trabajadores como los que involucraban a los clientes y proveedores. Y así posteriormente se pudo analizarlos y racionalizarlos integralmente.

✓ **Entrevista**

Para recabar información proveniente de los integrantes de la Agencia se empleó una entrevista dirigida con preguntas abiertas por medio de la cual se tuvo una relación más estrecha y amplia con los trabajadores y así se obtuvo información más confiable sobre la empresa y todas las características, fenómenos o eventos que se daban en ella. Se realizaron preguntas generales de los procesos de comunicación en la agencia, ya que por ser pequeña se quería abarcar a todos los departamentos en conjunto.

✓ **Documentación**

Para conocer la información general e institucional, estructura, servicios y el funcionamiento de la Agencia y para tener un respaldo verídico, se consultó la página web de la empresa (www.activamebtl.com), así como algunas de las presentaciones con las que el ejecutivo de cuentas expone la agencia a los clientes.

✓ **Fichaje**

Para registrar los datos recabados mediante la observación, registrar información hallada y describir los relatos de los trabajadores se utilizó la técnica del fichaje.

Instrumentos

Los instrumentos utilizados para emplear las técnicas de investigación fueron los siguientes: Fichas y cuaderno de notas para registrar y guardar los datos recabados de la observación y los relatos de los trabajadores, formulario o boleta de entrevista la cual contuvo las interrogativas que sirvieron de guía para la entrevista, grabadora, cámara fotográfica digital para dejar plasmado todo lo observado en la estructura de la Agencia.

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

CRONOGRAMA DEL DIAGNÓSTICO		
FASE	ACTIVIDAD	FECHA
Fase preparatoria	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Explicación de las fases del EPS sus beneficios y todo lo que implica al personal de la Agencia Activame BTL. ✓ Relaciones interpersonales. 	1/02/2016 al 3/02/2016
Fase intermedia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recopilación y lectura de documentación de la Agencia Activame BTL ✓ Observación directa de la Agencia Activame BTL ✓ Realización de entrevistas dirigidas con preguntas abiertas al personal de la Agencia Activame BTL ✓ Empleo de fichaje para registrar los datos recabados mediante la observación y relatos de los trabajadores. 	4/02/2016 al 12/02/2016
Fase de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evaluación, confirmación, análisis, síntesis y comparación de la información recabada, los resultados y la problemática que afecta a la Agencia y su personal. 	15/02/2016 al 19/02/2016
Fase preliminar	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición preliminar del proyecto de comunicación a desarrollar. Elaboración de borrador de informe final de diagnóstico. 	22/02/2016 al 23/02/2016
Fase final	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Finalización del informe final del diagnóstico. Conversación con el director de la Agencia para darles a conocer los resultados del diagnóstico. 	24/02/2016 al 28/02/2016
Entrega	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entrega del Informe Final del Diagnóstico 	29/02/2016

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Resultado de las entrevistas

Según los datos obtenidos en las entrevistas realizadas el 10, 11 y 12 de febrero de 2016 a los empleados de la Agencia Activame BTL, la empresa cuenta con los siguientes medios Institucionales para darla a conocer: la página web, la página de Facebook, la cuenta en Instagram y la fan page. De estos medios el único que no se actualiza constantemente es la página web, el cual es el medio que cuenta con más información de la empresa. La anterior no cuenta con un responsable específico que se haga cargo de realizarle los cambios pertinentes dentro de la empresa ya que es un servicio subcontratado. Los trabajadores comentan que esta también necesita más información para presentar la empresa a los clientes debidamente y que no existe otro medio que se emplee para darla a conocer. Algunos coinciden en que se deben utilizar nuevos medios para difundir la Agencia o perfeccionar los existentes.

Los medios que utiliza la empresa para trasladar información al personal son: el correo y los pizarrones en donde colocan información importante. Los empleados consideran que algunos si son efectivos y otros no, ya que unos son directos y quedan registrados por escrito pero otros, como los pizarrones, no se actualizan constantemente por lo cual ya no se les presta atención.

Por otro lado los medios o canales que se utilizan para comunicarse e intercambiar información entre los diferentes departamentos son: el correo electrónico y el whatsapp.

La agencia no cuenta con papelería y formatos predeterminados para realizar status report, reportes de contacto, compra de medios, órdenes de trabajo, cronogramas, brief, estrategias creativas, entre otros documentos necesarios para la realización del trabajo, lo cual causa una falta de control y desorganización por lo que consideran que se debe implementar el uso de una papelería formal.

Los empleados comentaron que la comunicación entre los diferentes departamentos no siempre es eficaz ya que aunque mantiene una buena relación, no existe un lugar establecido donde se registre o archive información sobre las cuentas por lo que constantemente deben estar solicitándola.

La falta de papelería y formatos preestablecidos impide, además, que las aclaraciones sobre el trabajo que deben realizar los empleados no sean específicas ya que en ocasiones se pasan detalles por alto por no tener una guía.

Todos los empleados coinciden en que se trabaja en equipo con respeto y colaboración y que la resolución de problemas es efectiva. Todos trabajan por el bien de la empresa y la relación entre la dirección y los empleados es bastante amena.

Lo anterior demuestra que los empleados mantienen una relación armoniosa dentro del trabajo pero, la falta de un sistema de comunicación interno más eficaz y efectivo, afecta su trabajo de gran manera ya que no poseen un espacio específico para poder comunicarse trasladarse información, registrarla y que ésta pueda ser vista por todo el personal. Lo que en ocasiones causa descontrol, atraso y fallos.

1.4.2. Tabla comparativa de las entrevistas

A continuación se presenta una tabla en la cual se comparan las respuestas de los tres entrevistados por cada pregunta realizada en las entrevistas.

1. ¿Con qué medios institucionales cuenta la agencia Activame BTL para darse a conocer?		
Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
La página web, la página de Facebook, la fanpage de Facebook y el Instagram.	La página web, la página de Facebook, la fanpage de Facebook y el Instagram.	La página web, la página de Facebook, la fanpage de Facebook y el Instagram.

2. ¿Considera que los medios institucionales cuentan con la información suficiente para conocerlo, enterarse de lo que sucede en él y se actualizan constantemente?		
Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
La página web no está actualizada	La página web no está actualizada	La página web no está actualizada
A la página web le hace falta información	La página web si cuenta con información suficiente	La página web no contiene la información suficiente.
La página de Facebook, la fanpage y la página web si se actualizan constantemente.	La página de Facebook, la fanpage y la página web si se actualizan constantemente.	La página de Facebook, la fanpage y la página web si se actualizan constantemente pero les hace falta información.
No hay un encargado específico de actualizar los medios institucionales constantemente.	No hay un encargado específico de actualizar los medios institucionales constantemente.	No hay un encargado específico de actualizar los medios institucionales constantemente.
No hay otro medio visual en la agencia para darse a conocer (por ejemplo su misión y visión) o para contener información de la Agencia.	No hay otro medio innovador para darse a conocer.	No hay otro medio para darse a conocer.

3. ¿Qué medios y canales institucionales utiliza la Agencia para trasladar información a todo el personal?

Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
Pizarrón de corcho, pizarrón de marcador y correo electrónico.	Los grupos de whatsapp, correos electrónicos.	Correo electrónico, pizarras.

4. ¿Cree que esos medios y canales son eficaces?

Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
El correo si es eficaz, las pizarras no porque no se les presta atención suficiente ni se actualizan constantemente.	Si son eficaces ya que son directos y quedan por escrito.	No siempre son eficaces, información incompleta y poco clara pero inmediata. La información en la pizarra no se actualiza.

5. ¿Qué medios utilizan para comunicarse e intercambiar información entre los diferentes departamentos de la agencia?

Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
Correo electrónico	Correo electrónico y celulares	Correo electrónico y grupos de whatsapp

6. ¿Cuentan con papelería y formatos predeterminados para realizar status report, reportes de contacto, compra de medios, órdenes de trabajo, cronogramas, brief, estrategias creativas, entre otros?

Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
No se cuenta con formatos predeterminados	No se cuenta con formatos predeterminados	No se cuenta con formatos preestablecidos.

7. ¿Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva y eficaz?		
Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
Si hay buena comunicación, por lo pequeño de la Agencia se mantienen al tanto de lo que pasa en los otros departamentos pero no hay un lugar donde quede guardada la información.	No al 100% porque a veces se pasan cosas por alto.	Si hay buena comunicación pero no hay lugares específicos para verificar información y es difícil resolver dudas sobre las cuentas o clientes.

8. ¿Considera que la información recibida para la realización de su trabajo es suficiente y clara?		
Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
No hay un lugar donde registrar información, un 50% se conoce y el otro 50% solo la sabe el ejecutivo.	No, porque a lo largo de cada campaña surgen interrogantes, por lo que hay que estarse actualizando.	No, porque no hay formatos preestablecidos para registrar lo que el cliente desea y lo que se debería saber.

9. ¿Cree que la resolución de problemas en la Agencia es eficaz?		
Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
Si por la buena comunicación y la convivencia que hay.	Si, se trata de resolver los problemas, y siempre decir la verdad.	Si, se solucionan los problemas lo más pronto posible y de la mejor manera.

10. ¿Cree que la comunicación entre la dirección y el personal de la Agencia es eficaz?		
Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
Si, por la convivencia agradable, como amigos y compañeros de trabajo. No se marcan diferencias entre jefe y trabajadores.	Si, por la buena comunicación, porque se comparte y por tanto hay una mejor relación y conocimiento de los demás.	Si, la dirección no marca diferencias entre los trabajadores, hay una relación amena y se trabaja en armonía y tranquilidad.

11. ¿Considera que las funciones del personal están bien definidas?		
Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
No, todos colaboran con el trabajo de todos.	No al 100% porque todos hacen de todo.	No, en ocasiones todos hacen de todo.
Todos colaboran el trabajo de todos para sacar adelante las campañas y cumplir los objetivos de los clientes.	En ocasiones no se avanza por esa razón.	Se cree que se deberían definir mejor para adelantar cada uno en su trabajo.

12. ¿Considera que los empleados, colaboran, se respetan y trabajan en equipo?		
Hugo Armando Hernández Escobar	Jose Mario Montenegro Urizar	Andrea Beatriz Recinos Ortiz
Si, hay colaboración trabajo en equipo y respeto de ideas y opiniones.	Si, por el bien de cada uno y de la Agencia hay respeto y se comparte.	Si, se trabaja en armonía, con respeto y colaboración.

1.4.3. Puntos de Encuentro en las Entrevistas

A continuación se presentan puntos de encuentro hallados en las entrevistas realizadas en la Agencia Activame BTL

- ✓ En la pregunta número 1 ¿Con qué medios institucionales cuenta la agencia Activame BTL para darse a conocer? Los tres entrevistados concordaron en contar con la página web, la página de Facebook, la fan page de Facebook y la cuenta en Instagram.
- ✓ En la pregunta número 2 ¿Considera que los medios institucionales cuentan con la información suficiente para conocerlo, enterarse de lo que sucede en él y se actualizan constantemente?. Los tres entrevistados concordaron en que la página web no se actualiza constantemente, pero que la fan page, la página en Facebook y en Instagram sí, además los tres respondieron que no existe una persona determinada para actualizar la página web y que no cuentan con otro medio para darse a conocer. Dos de los entrevistados mencionaron que la página web necesita más información sobre la empresa.
- ✓ En la pregunta número 3 ¿Qué medios y canales institucionales utiliza la Agencia para trasladar información a todo el personal? Los tres entrevistados concordaron en que cuentan con el correo electrónico para trasladar información a todo el personal. Dos de los entrevistados coincidieron en que también utilizan las pizarras para colocar información importante.
- ✓ En la pregunta número 4. ¿Cree que esos medios y canales son eficaces? Dos de los entrevistados concordaron en que el correo sí era eficaz y dos entrevistados coincidieron en que las pizarras no se actualizan constantemente.

- ✓ En la pregunta número 5. ¿Qué medios utilizan para comunicarse e intercambiar información entre los diferentes departamentos de la agencia? Los tres entrevistados concordaron en que utilizan el correo para intercambiar información entre los diferentes departamentos de la agencia.
- ✓ En la pregunta número 6 ¿Cuentan con papelería y formatos predeterminados para realizar status report, reportes de contacto, compra de medios, órdenes de trabajo, cronogramas, brief, estrategias creativas, entre otros? Los tres entrevistados concordaron, respondiendo que no cuentan con formatos predeterminados para emplear diversa papelería para realizar su trabajo como status report, reportes de contacto, compra de medios, órdenes de trabajo, cronogramas, brief, estrategias creativas, entre otros.
- ✓ En la pregunta número 7. ¿Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva y eficaz? Dos de los entrevistados concordaron en que sí hay una comunicación efectiva y eficaz entre los diversos departamentos pero que no existen medios específicos para registrar o verificar información.
- ✓ En la pregunta número 8. ¿Considera que la información recibida para la realización de su trabajo es suficiente y clara? Los tres entrevistados coincidieron en que no siempre es suficiente y clara.
- ✓ En la pregunta número 9. ¿Cree que la resolución de problemas en la Agencia es eficaz? Los tres entrevistados coincidieron en que la resolución de problemas es eficaz por la buena comunicación que existe y por la meta que tienen de sacar a la Agencia adelante.
- ✓ En la pregunta número 10 ¿Cree que la comunicación entre la dirección y el personal de la Agencia es eficaz? Los tres entrevistados concordaron en su respuesta, hablando sobre la buena relación que existe entre ellos y dos de ellos mencionaron que no se marca la diferencia entre dirección y personal.

- ✓ En la pregunta número 11 ¿Considera que las funciones del personal están bien definidas? Los tres entrevistados coincidieron en que las funciones del personal no están bien definidas y dos de ellos mencionaron que en ocasiones eso causa atrasos.

- ✓ En la pregunta número 12. ¿Considera que los empleados, colaboran, se respetan y trabajan en equipo? Los tres entrevistados concordaron en que todos colaboran, respetan sus ideas y opiniones y trabajan en equipo.

1.4.4. Fichas de observación y trabajo

5 calle 20-77 Zona 11 Colonia Mirador 1
No. 1
Departamento de Guatemala
República de Guatemala, Centro América

Ficha

Informante: Andrea Beatriz
4 al 12 de febrero de 2016

Descripción física de la Agencia Activame BTL

En primera instancia se observó el área de trabajo y la infraestructura del lugar, en sí la Agencia es pequeña tanto en infraestructura como en personal, cada departamento está conformado por una trabajador. El espacio que utilizan para trabajar está conformado por tres oficinas, una sala de espera y recepción y una sala de reuniones en donde se habla con los clientes o proveedores y se realizan castings. También hay una cocina una sala para colocar material de las activaciones. Cada trabajador cuenta con su propia computadora y escritorio para trabajar.

5 calle 20-77 Zona 11 Colonia Mirador 1
No. 2
Departamento de Guatemala
República de Guatemala, Centro América

Ficha

Informante: Andrea Beatriz
8 de febrero de 2016

Medios de presentación

La página web (www.activamebtl.com) necesita mantenimiento constante y las presentaciones y videos con las que exponen la empresa también necesitan actualización constante y no hay una persona en específico que se encargue de esta tarea.

No se cuenta con elementos que identifiquen a los trabajadores como uniformes, carnés de identificación al momento de asistir a una reunión, supervisar una activación o evento.

Cada empleado cuenta con una tarjeta de presentación, correo electrónico y firma para enviar sus correos.

Redes sociales como la página de Facebook (Activame BTL), la fanpage de Facebook (ActivameBTL) y el Instagram ([activamebtl](https://www.instagram.com/activamebtl)) si se encuentran actualizadas con fotos de los eventos o activaciones realizadas por la Agencia. Estos igualmente necesitan mantenimiento constante.

5 calle 20-77 Zona 11 Colonia Mirador 1
No. 3
Departamento de Guatemala
República de Guatemala, Centro América

Ficha

Informante: Andrea Beatriz
Febrero de 2016

Problemática observada

Se observó que en las 3 áreas no se cuenta con la papelería necesaria para trasladar información de cada departamento por lo cual en ocasiones, la información no llega a la persona necesaria o no se tiene registros de las actividades realizadas por cada depto. Tampoco se tienen formatos establecidos para mandar informes, status report, informes de contacto, estrategias creativas, plan de medios, brief, órdenes de trabajo, cronogramas, calendarios de actividades, entre otras. Lo anterior en ocasiones causa un poco de desorden en la realización eficaz de las actividades.

ACTIVAME BTL

Ficha de trabajo No. 1

¿QUIÉNES SOMOS?

Hernández, Hugo

<http://activamebtl.com/quienes-somos/>
Enero 2015

¿QUÉ TE OFRECEMOS?

En un mercado cambiante, las empresas deben tener la capacidad para afrontar las exigencias que les presenta el consumidor. Estratégica guía la empresa hacia el cumplimiento satisfactorio de su misión, permitiéndole optimizar los recursos para obtener beneficios en el corto y largo plazo.

En ACTIVAME, unimos el conocimiento de nuestro equipo de trabajo, para desarrollar tácticas que generen total armonía con los planteamientos de las estrategias propuestas y de esta manera alcanzar los objetivos planteados en pro del posicionamiento de su marca.

El desarrollo de Campañas publicitarias en ACTIVAME, está basado en el Total Work (trabajo total), lineamiento que usamos en nuestro día a día, optimizando los recursos que nuestros clientes disponen para impactar su nicho, en un medio no convencional.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

1.5.1. Fortalezas

- ✓ Profesionales de la publicidad, diseño y negocios.
- ✓ Cuentan con página web, página en Facebook e Instagram y fan page para darse a conocer.
- ✓ Ideas y estrategias de publicidad y marketing creativas e innovadoras.
- ✓ Conocimiento y actualización de nuevas formas y tipos de publicidad y marketing.
- ✓ Buena relación entre los empleados.
- ✓ Deseos por llevar a la Agencia al éxito y alcanzar las metas a corto y largo plazo.
- ✓ Responsabilidad y compromiso con el trabajo.
- ✓ Actualización constante de las redes sociales: Facebook e Instagram para dar a conocer sus trabajos y lo que hacen.
- ✓ Resolución efectiva de problemas entre los miembros de la Agencia.
- ✓ Colaboración, respeto y trabajo en equipo.
- ✓ Experiencia en el área publicitaria.
- ✓ Variedad de servicios para ofrecer a sus clientes.
- ✓ Se otorga un buen trato a los clientes.
- ✓ Precios accesibles.

1.5.2. Oportunidades

- ✓ Por ser una agencia joven cuenta con trabajadores con ideas frescas, creativas e innovadoras.
- ✓ Oportunidad de crecimiento y superación.
- ✓ Disposición para innovar.
- ✓ Nuevos lazos y relaciones con distintos clientes.
- ✓ Oportunidad de manejar adecuadamente las estrategias por la cantidad de clientes que manejan.
- ✓ Servicios de modelos internacionales.
- ✓ Amplia variedad de empresas, organizaciones, instituciones, entes o compañías a las cuales ofrecer sus servicios.
- ✓ La publicidad BTL le ofrece a los clientes nuevas formas para innovar en la manera en que comunican sus productos.
- ✓ Implementación de nuevas estrategias para adecuarse a las necesidades de los consumidores.

1.5.3. Debilidades

- ✓ Ausencia de encargado específico de manejar la página web de la institución.
- ✓ Falta de definición específica de los cargos.
- ✓ Ausencia de medios eficaces alternos de comunicación interna.
- ✓ Ausencia de formatos predeterminados para elaborar papelería importante para realizar el trabajo.
- ✓ Ausencia de medio institucional efectivo para y comunicar, registrar y archivar información.
- ✓ Falta de interés por invertir en tareas de difusión

1.5.4. Amenazas

- ✓ Competencia de otras agencias.
- ✓ No se cuenta con alianzas estratégicas para recibir apoyo y desarrollar nuevos proyectos.
- ✓ Falta de información y actualización de los medios institucionales para darse a conocer. Sobre todo la página web.
- ✓ Constante evolución y creación de Agencias de Publicidad.
- ✓ Número reducido de trabajadores.
- ✓ Falta de posicionamiento de la empresa.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIONAL

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL INTERNA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD ACTIVAME BTL.

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La agencia Activame BTL cuenta desde marzo del año 2015 con una página web oficial (www.activamebtl.com), la cual sirve para dar a conocer a los clientes y al público en general, lo que hace la agencia y los servicios que presta y de ésta manera ya sea, nuevos clientes o personas interesadas en la agencia puedan ponerse en contacto con ellos. Este sitio web le permite a la empresa publicar los eventos, promociones o activaciones que han realizado y así demostrar la experiencia que tienen.

Más específicamente, en ésta página se encuentran secciones como:

- “Quiénes somos”
 - “Misión y visión de la Agencia”
 - “Qué te ofrecemos y cómo lo hacemos”
 - “Por qué elegir Activame BTL”
 - “Lo maravilloso e innovador de la publicidad BTL”
 - “Qué hemos hecho”
 - “Servicios”
 - “Promociones”
 - “Eventos”
 - “Activaciones”
 - “Servicio de Modelos”
- (Activame BTL, 2015)

Cada una de las secciones, se encuentra bien definida y en algunas muestran portafolios o sliders de los trabajos que han hecho para ejemplificarlas.

La página ha sido manejada por una empresa independiente la cual le hace cambios o correcciones cada cierto tiempo. Lo anterior afectaba a la empresa ya que las transformaciones que se necesitaban no se hacían inmediatamente lo que hacía que la página no estuviera actualizada constantemente. Actualmente uno de los trabajadores de la Agencia se encarga de realizar entradas, publicaciones y cambios en la página cada cierto tiempo, pero no hay un encargado que se dedique específicamente a la edición de la página.

Así mismo la Agencia cuenta desde enero de 2015 con la página de Facebook y la fanpage las cuales cuenta con alrededor de 500 seguidores. En estas redes, desde sus inicios se han colocado artes que promocionan a la agencia, fotografías de eventos, activaciones o promociones que hace la Agencia, también se coloca información sobre trabajo para modelos, promotores/as, maestros, animadores, entre otros. Así mismo cuentan con el Instagram (ACTIVAME BTL) en el cual, igualmente, se publican fotografías de los trabajos que ha realizado la agencia. En estas redes se tiene una interacción más activa con los seguidores, clientes o trabajadores, ya sea por mensajería instantánea o por medio de comentarios.

Otros medios que utiliza la empresa para trasladar información al personal son los pizarrones en donde colocan información importante de reuniones, propuestas, estrategias y otra papelería importante como trifoldes, facturas, volantes, entre otros.

La Agencia también utiliza desde su inicio, correos oficiales de la empresa, en cada uno de sus departamentos para comunicar y trasladar la información importante, de cada uno de los clientes con los que trabajan, a cada uno de los integrantes de la Agencia. En estos correos se trasladan: propuestas, cotizaciones, información de reuniones, artes, correos de los clientes, contactos, papelería, entre otros.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Realizar un plan de comunicación que ayude a mejorar la comunicación institucional interna de la Agencia Activame BTL para que sus diferentes departamentos tengan una buena comunicación y relación con la Agencia y de esta manera se desarrollen integral, eficiente y eficazmente.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Implementar una estrategia interna que permita una comunicación eficaz y eficiente entre los diferentes empleados para que mediante el uso de la tecnología se mantengan actualizados y bien informados sobre cada una de las cuentas que se manejan, así como de las características, aspectos y valores que identifican a la Agencia fortaleciendo la imagen institucional interna.
- Implementar nuevos medios institucionales para registrar información importante sobre la agencia y las diferentes cuentas que se manejen y de esta manera haya una mejor comunicación y organización entre los diferentes departamentos.
- Reforzar la comunicación y organización interna de la Agencia Activame BTL mediante la creación de espacios que permitan que toda la información sobre la Agencia y las diferentes cuentas que se manejan quede archivada y por consiguiente haya un mejor desempeño de los trabajadores y un mejor desarrollo de las campañas, eventos o activaciones que se realicen.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Ya que la Agencia Activame BTL es pequeña; la estrategia tendrá como público objetivo a todos los trabajadores de los departamentos de Cuentas, Departamento Creativo Estratégico y Departamento Administrativo y de Medios de la Agencia Activame BTL, de quienes, se encuentra enlazado el trabajo diario que realizan.

Trabajadores guatemaltecos del sexo masculino y femenino, de entre 20 y 40 años de edad, de clase B+ y B, profesionales, universitarios y trabajadores, interesados en hacer negocios y promocionar diversos productos y servicios. Personas creativas, dinámicas, responsables, emprendedoras, innovadoras y activas.

2.4. MENSAJE

“Activando nuestra comunicación”

La anterior frase es la que se quiere implementar con el plan ya que la Agencia Activame BTL se dedica, como su nombre lo indica, a Activar las diferentes marcas con las que trabaja, pero antes de esto es importante que reforme y perfeccione su comunicación interna si desea comunicar y dar a conocer a diversos grupos objetivos externos los diferentes productos y servicios de sus clientes.

2.5. ESTRATEGIAS

A. Papelería oficial Activame BTL: Para mejorar la comunicación y registro de información importante acerca de las cuentas dentro y entre cada departamento se implementará papelería específica de la agencia para el uso de los empleados. Dentro de esta papelería irán incluidos:

- ✓ Reportes de contacto
- ✓ Status Report
- ✓ Brief
- ✓ Órdenes de trabajo
- ✓ Órdenes de compra
- ✓ Constancia de pago
- ✓ Informes
- ✓ Cronogramas de actividades
- ✓ Calendario de actividades
- ✓ Información de proveedor
- ✓ Información de contacto
- ✓ Órdenes de cotización
- ✓ Cotización

Se realizarán capacitaciones del personal para el conocimiento y correcto uso de la diversa papelería que se utilizará dentro de la Agencia para mantener un control y una correcta organización de todas las cuentas que se manejan.

B. Creación de Página web Interna: La agencia Activame BTL tiene una gran necesidad de mejora en la comunicación interna por lo cual se quiere crear una página interna que sirva para trasladar información importante y general de la Agencia así como para compartir información sobre cada uno de los clientes que tienen dentro de la Agencia.

Se utilizará una página interna la cual tiene como objetivo asistir tanto a directores como trabajadores para que puedan comunicarse, compartir información y ponerla a disposición de toda la empresa las 24 horas del día en cualquier lugar.

Se le cargará un Plugin al sitio de Activamebtl, para poder incorporar documentos, fotos, videos, PDF, entre otros archivos. El Plugin podrá cargar archivos al sitio, categorizarlos y encarpetarlos, a manera de poderlos organizar en carpetas los documentos. Estos archivos solo podrán ser vistos por los usuarios que tengan acceso, también podrán visualizarlos, descargarlos y cargarlos desde una computadora o en un móvil. Cada uno de los trabajadores tendrá un usuario propio dentro de la página.

El objetivo de esta será organizar el trabajo que se realiza en cada departamento de la Agencia con un mínimo costo, tiempo y esfuerzo para ser más productivo, rentable, seguro y competitivo.

La anterior estrategia servirá para implementar dentro de la página formatos predeterminados y toda la papelería de cada cuenta, de esta manera cada departamento tendrá acceso a la información de cada cliente, con lo cual se acabarán las dudas o ausencias de información importante que permite el desarrollo eficaz y eficiente de cada estrategia o campaña. Se establecerán procesos para que los trabajadores puedan almacenar toda la papelería de cada cuenta que manejen y así sus compañeros tendrán al alcance en cualquier momento y lugar la información que necesiten.

Así mismo en la página se colocará información de reuniones, información de contactos, directorios de proveedores de la Agencia, trabajadores, modelos, animadores, promotoras y demás personal o empresas que le brinden servicios subcontratados a la agencia.

Esto ayudará a la empresa a difundir su política e identidad y encauzará el flujo de información, en especial sobre temas fundamentales.

Transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro de la empresa, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la empresa son algunos de los objetivos que persigue esta estrategia.

C. Organizador de papelería: Para la mejor organización de la información que se maneja en la Agencia se quiere implementar un Archivador donde toda la información sobre la Agencia y las diferentes cuentas que se tratan quede archivada para su posterior revisión o uso. Este archivador llevará el logo de la Agencia y estará dividido por secciones.

D. Manual corporativo: Se realizará un manual corporativo que fortalezca la comunicación interna y el sentimiento de pertenencia de los trabajadores a la Agencia. Este comunicará tanto a los empleados como al público en general las características, cualidades o aspectos que caracterizan y distinguen a la Agencia Activame BTL. Este contendrá específicamente los siguientes puntos:

- ✓ Introducción
- ✓ Activame BTL
- ✓ Historia
- ✓ Misión y Visión
- ✓ Objetivos

- ✓ Valores
- ✓ ¿Qué ofrecen?
- ✓ ¿Cómo lo hacen?
- ✓ Logotipo
- ✓ Colores y significado
- ✓ Tipografía
- ✓ Zona de seguridad
- ✓ Usos y variantes del logotipo
- ✓ Uso mínimo del logotipo
- ✓ Variantes del logotipo
- ✓ Aplicaciones incorrectas
- ✓ Colores corporativos
- ✓ Hoja membretada
- ✓ Tarjetas de presentación

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

A. Papelería Oficial Activame BTL:

- ✓ Creación y diseño de la papelería.
- ✓ Revisión de la papelería con el Gerente General de la Agencia.
- ✓ Reunión con el Gerente General de la Empresa para documentarlo acerca de la manera en que se entregará el documento que integre la papelería oficial de la Agencia (2 tirajes de 16 hojas de papel bond con encuadernados en espiral con la parte frontal transparente y parte trasera negra) y para programar la capacitación del personal sobre la utilización de la papelería.
- ✓ Envío de invitaciones al correo electrónico de cada trabajador para que asistan a la capacitación del personal sobre la utilización de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL.
- ✓ Capacitación del personal sobre la utilización de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL.
- ✓ Entrega del documento que integrará la papelería oficial de la Agencia Activame BTL.

La carátula del documento contendrá los puntos que se presentan a continuación:

1. Introducción	11. Información de proveedor
2. Reporte de contacto	12. Información de contacto
3. Status Report	13. Información de personal
4. Brief	14. Orden de cotización
5. Orden de trabajo	15. Reporte de gastos
6. Orden de compra	16. Cotización
7. Constancia de pago	17. Hoja de vida personal
8. Informe	
9. Cronogramas	
10. Calendarios	

Activando nuestra COMUNICACIÓN

OBJETIVO
Mejorar la comunicación y registro de información importante acerca de las cuentas dentro y entre cada departamento

FECHA
16 al 20 de Mayo de 2016

HORARIO
14:00 - 15:00 horas

DÓNDE
Sala de reuniones Agencia Activame BTL

DIRIGIDO A:
Distinguidos trabajadores de la Agencia Activame BTL

Temas a tratar
-Registro y organización de información y su importancia, papelería oficial Activame BTL, los reportes de contacto, el status Report, el brief, las órdenes de trabajo, las órdenes de compra, las órdenes de pago, los informes, cronogramas de actividades, calendario de actividades, información de proveedor, información de contacto, órdenes de cotización, cotización

34728109
5 CALLE 2677 ZONA 11 COLONIA MISAGORI
info@activamebtl.com - www.activamebtl.com

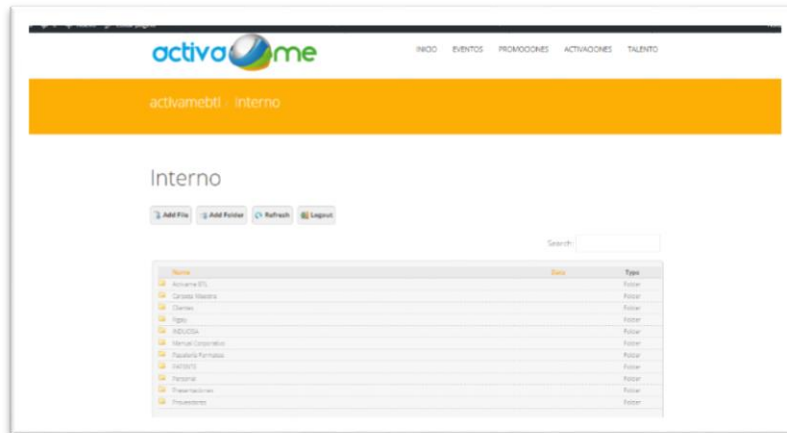
Invitación a la capacitación sobre la utilización de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL.

B. Creación de página web interna de Agencia Activame BTL:

- ✓ Creación y programación del plugin al sitio web de la Agencia con la empresa Pic's Design.
- ✓ Revisión del sitio web con el Gerente General.
- ✓ Reunión con el Gerente General de la Empresa para documentarlo acerca de la manera en que se entregará el documento que integrará el correcto uso del plugin (2 tirajes de 6 hojas de papel bond con encuadernados en espiral con la parte frontal transparente y parte trasera roja) y para programar la capacitación del personal sobre el uso de la nueva red intranet.
- ✓ Envío de invitaciones al correo electrónico de cada trabajador para que asistan a la capacitación del personal sobre el uso de la nueva página web interna.
- ✓ Capacitación del personal para el correcto uso del sitio web interno.
- ✓ Entrega de documento que integrará el correcto uso del plugin.



Página web interna de la Agencia Activame BTL vista desde el celular.



Página web interna de la Agencia Activame BTL vista desde la computadora.



Invitación a la capacitación sobre el uso de la nueva Página Web Interna de la Agencia Activame BTL.

C. Organizador de papelería:

- ✓ Compra de archivo.

- ✓ Reunión con el Gerente General de la Empresa para documentarlo acerca de la manera en que se entregará el archivo (Archivador blanco de metal con 4 gavetas, medidas: 46.5 cms de ancho, 1.33 mts. de alto y 72 cms. de profundidad. Con 4 impresiones en vinil adhesivo para sus distintas secciones).

- ✓ Diseño y envío a imprenta de artes de las divisiones que tendrá el archivo. (Impresión en vinil adhesivo).

- ✓ Compra y adhesión de vinil en el archivo.

- ✓ Entrega de archivo.

- ✓ Indicaciones de su utilización.

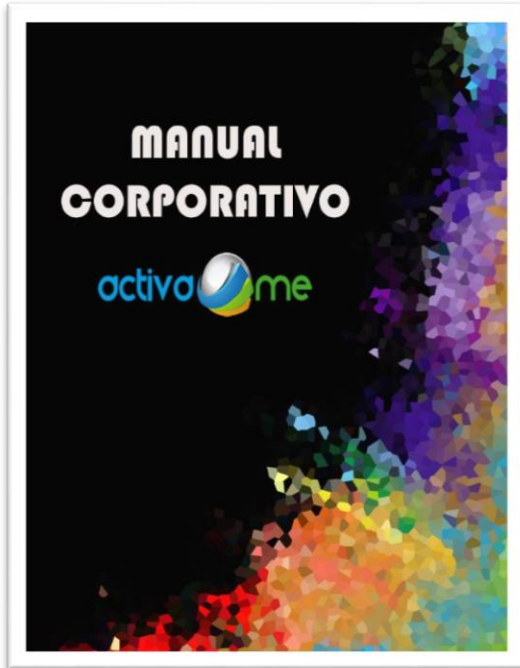
A continuación se presenta un arte de cómo quedaría el archivo con el vinil Adhesivo con los colores institucionales.



Diseño del nuevo organizador de la Agencia Activame BTL con impresión en vinil adhesivo.

D. Manual Corporativo Activame BTL:

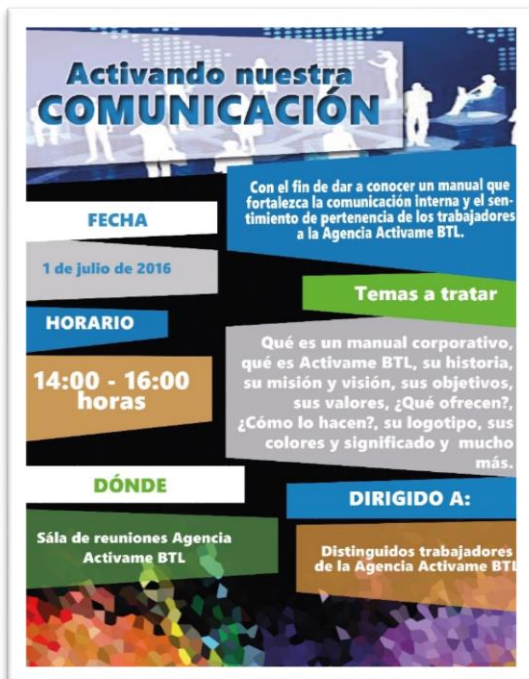
- ✓ Creación y diseño de Manual Corporativo Activame BTL.
- ✓ Revisión del Manual Corporativo con el Gerente General de la Agencia.
- ✓ Reunión con el Gerente General de la Empresa para documentarlo acerca de la manera en que se entregará el Manual Corporativo de la Agencia (6 tirajes de 17 hojas de papel bond con encuadernados en espiral con la parte trasera azul y parte frontal transparente) y para programar la entrega y presentación del manual corporativo de la Agencia.
- ✓ Envío de invitaciones al correo electrónico de cada trabajador para que asistan a la entrega y capacitación del manual corporativo de la Agencia.
- ✓ Entrega y presentación del Manual corporativo y CD que integrarán la historia, la misión, la visión, los valores y todos los aspectos y cualidades que distinguen a la Agencia.



Carátula Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL.



Índice del Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL.



CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL INTERNA DE LA AGENCIA DE PUBLICIDAD ACTIVAME BTL”

3.1.1. Financiamiento:

El dinero que se empleó en la ejecución de las estrategias del Proyecto “Estrategias para el fortalecimiento de la comunicación institucional interna de la agencia de publicidad Activame BTL”, provino tanto de la Empresa como del epesista. También, la elaboración de la página web interna tuvo un precio especial gracias al apoyo de la Empresa Pic’s Design. Los gastos se dividieron de la siguiente manera:

Financiamiento	Material	Cantidad Invertida	Porcentaje
Agencia Activame BTL	Página web interna, archivador con impresión, folders para archivador, impresión de manual corporativo de la Agencia, asesoría comunicacional.	Q.4778.00	94.37%
Epesista	Impresión y encuadernados de los documentos que integraron la papelería oficial de la Agencia y de los documentos de apoyo de la página web interna de la Agencia Activame BTL, encuadernado del Manual Corporativo de la Agencia y C.D. que integra digitalmente el manual corporativo y el documento que integra la papelería en digital con carátula impresa.	Q285.00	5.62%
TOTAL		Q5,063.00	100%

- Activame BTL: Página web interna, archivador con impresión, folders para archivador, impresión de manual corporativo de la Agencia, asesoría comunicacional. Constituyendo lo anterior el 94.37% de los gastos empleados para la ejecución del Plan.
- Epesista: Impresión y encuadernados de los documentos que integraron la papelería oficial de la Agencia y de los documentos de apoyo de la página web interna de la Agencia Activame BTL, encuadernado del Manual Corporativo de la Agencia y C.D. que integra digitalmente el manual corporativo y el documento que integra la papelería en digital con carátula impresa. Constituyendo el 5.63% de los gastos empleados para la ejecución del plan.
- Empresa Pic's Design: Descuento de un 25% en la creación de la Página web Interna de la Agencia Activame BTL. Reduciendo un 0.04% el costo total.

3.1.2. Presupuesto invertido:

Los gastos invertidos en la ejecución del plan, fueron asumidos tanto por la Agencia como por la epesista.

CANTIDAD	MATERIAL	VALOR UNITARIO	VALOR NETO	FINANCIAMIENTO
1	Creación de la página web interna de la Agencia Activame BTL por la Empresa Pic's Design.	Q350.00	Q350.00	Activame BTL y Pic's Design
2	Documentos que integraron la papelería oficial de la Agencia, impreso con láser a full color en hojas papel bond, tamaño carta, a una cara, con orientación horizontal (16 hojas).	Q32.00	Q64.00	Epesista Andrea Recinos
2	Encuadernados en espiral con la parte frontal transparente y parte trasera negra para los documentos que integraron la papelería oficial de la Agencia.	Q16.00	Q32.00	Epesista Andrea Recinos
1	Archivador blanco de metal con 4 gavetas. Medidas: 46.5 cms. de ancho, 1.33 mts. de alto y 72 cms. de profundidad.	Q900.00	Q900.00	Agencia Activame BTL
3	4 Impresiones en vinil adhesivo de 41.5 x 28 cms. para las secciones del archivo.	Q30.00	Q120.00	Agencia Activame BTL
30	Folders azules con colgadores tamaño oficio para archivador.	Q2.00	Q.60.00	Agencia Activame BTL
15	Folders rojos con colgadores tamaño oficio para archivador.	Q2.00	Q30.00	Agencia Activame BTL
15	Folders verdes con colgadores tamaño oficio para archivador.	Q2.00	Q30.00	Agencia Activame BTL
2	Documentos de apoyo de la pagina web interna de la Agencia Activame BTL impreso a full color en hojas papel bond tamaño carta, a una cara, con orientación horizontal (6 hojas).	Q18.00	Q36.00	Epesista Andrea Recinos
2	Encuadernados en espiral con la parte frontal transparente y parte trasera roja, para el documento de apoyo de la red intranet.	Q16.00	Q32.00	Epesista Andrea Recinos

6	Manual corporativo impreso a full color en hojas papel bond tamaño carta, a una cara, con orientación horizontal (17 hojas).	Q48.00	Q.288.00	Agencia Activame BTL
6	Encuadernado en espiral con la parte trasera azul y parte frontal transparente para los Manuales corporativos.	Q16.00	Q96.00	Epesista Andrea Recinos
1	C.D. que integró digitalmente el manual corporativo y el documento que integra la papelería en digital con carátula impresa full color y caja con carátula impresa a full color.	Q25.00	Q25.00	Epesista Andrea Recinos
1	Asesoría Comunicacional	Q3000.00	Q3000.00	Agencia Activame BTL
TOTAL			Q 5,063.00	

3.1.3. Beneficiarios:

Directos: Los beneficiarios directos del Proyecto “Estrategias para el fortalecimiento de la comunicación institucional interna de la agencia de publicidad Activame BTL”, fueron los trabajadores de cada departamento de la Agencia, sobre todo el ejecutivo de cuentas, quienes han logrado poco a poco tener una mejor comunicación y relación con la Agencia desarrollándose, cada vez más, de manera integral, eficiente y eficaz. Cada uno ha notado la mejora en la organización de su trabajo y la simplificación de éste al poner en práctica las estrategias del proyecto. Tanto trabajadores como el director se han sentido más organizados empleando cada una de las estrategias, las cuales les han permitido mantenerse al tanto de todo lo que ocurre en su empresa y tener una relación más estrecha entre los diferentes departamentos.

Indirectos: Otros beneficiarios, han sido los clientes de la Agencia, ya que las cuentas se han manejado de manera más organizada y ordenada. Lo anterior se refleja en el éxito de los proyectos y campañas realizadas.

También los proveedores, se han visto beneficiados ya que las cotizaciones y órdenes de compra son manejadas de una manera más organizada. Así como los comprobantes de pago.

Además el nuevo contador de la Agencia también fue beneficiado ya que la papelería lo ha ayudado a llevar un mejor control de los gastos y utilidades de la Agencia.

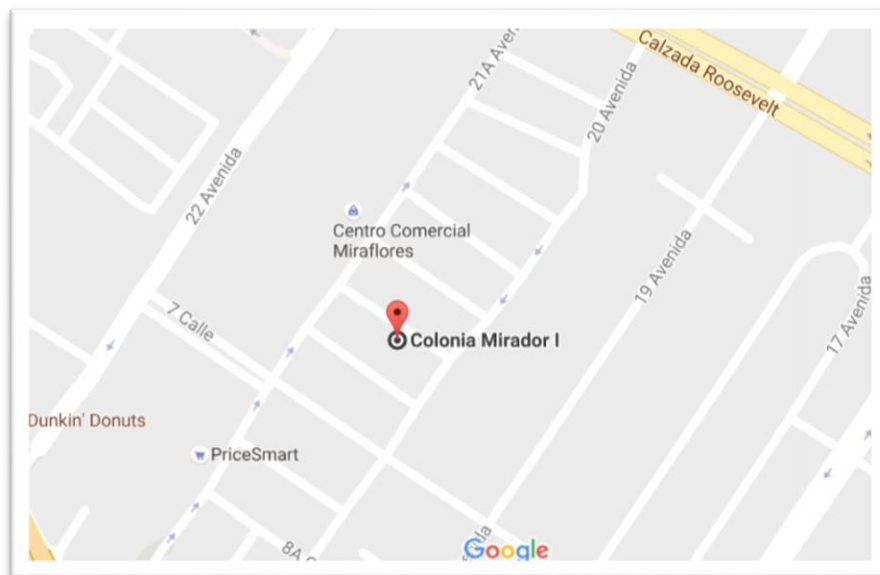
3.1.4. Recursos humanos

Personal	Puesto	Actividad
Hugo Hernández	Director General	<ul style="list-style-type: none"> • Encargado de Supervisar el proyecto. Ofreció también apoyo en su fortalecimiento y complementación. • Revisión, sugerencias y aprobación de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL. • Supervisión de la creación y organización del nuevo Archivador de la Agencia. • Supervisión y aprobación de la página web interna y su correcto uso. • Bienvenida en las presentaciones de las estrategias propuestas así como de la entrega de los materiales de cada una. • Facilitador de la documentación para el desarrollo del manual corporativo de la Agencia. Revisión y aprobación del documento. • Recibimiento oficial de todos proyectos. • Evaluación de la efectividad de las Estrategias.
José Montenegro	Director creativo estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Sugerencias para la creación de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL, así como su revisión. • Apoyo y asesoría en el diseño del documento de apoyo para la correcta utilización de la página web interna de la Agencia. • Apoyo en la compra y selección del nuevo archivador de la Agencia. • Revisión y asesoría en la elaboración del Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL. • Participación en la presentación de todas las estrategias implementadas.

Oriana Escobar	Diseñadora Pic's Desig	<ul style="list-style-type: none"> • Creación del plugin enlazado a la página web de la Agencia que actualmente funciona como página web interna. • Asesoramiento en la utilización de la página web interna así como en la creación del documento de apoyo para su correcto uso.
Andrea Labin	Gerente General Impresiona	<ul style="list-style-type: none"> • Recibimiento e impresión del vinil adhesivo para imagen del nuevo archivador de la Agencia Activame BTL.
Enrique Áviles	Técnico Impresiona	<ul style="list-style-type: none"> • Instalación del vinil adhesivo en el nuevo Archivador de la Agencia Activame BTL.
Santiago Calderón	Futuro Director comercial de la Agencia	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en la presentación del manual corporativo de la Agencia. Aportación de sugerencias para complementar la papelería oficial de la Agencia.
Nery Arana	Contador	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo y sugerencias en la creación de la nueva papelería oficial de la Agencia, la cual actualmente le sirve para llevar un mejor control de los gastos y utilidades de la empresa.
Andrea Recinos	Ejecutiva de Cuentas	<ul style="list-style-type: none"> • Creación, edición, diseño e impresión de la nueva papelería de la Agencia Activame BTL, así como del documento que la integra. • Revisión de la nueva Página web interna de la Agencia. • Redacción, diseño e impresión del documento de apoyo para la correcta utilización de la nueva página web interna de la Agencia. • Compra, diseño y organización del nuevo archivador y sus elementos. • Recolección de información para el manual corporativo de la Agencia, así como su redacción, diseño y edición. • Presentación de cada una de los proyectos realizados. • Organización de las capacitaciones y presentaciones de los materiales. • Recibimiento de los trabajadores y director en cada capacitación y presentación programada.

3.1.5. Área Geográfica de Acción

El Plan de Comunicación se ejecutó en las oficinas de la Agencia Activame BTL, ubicadas en la 5ta. Calle 20-77 zona 11 Colonia Mirador 1 en la Ciudad de Guatemala. En los Departamentos de cuentas, Departamento creativo y estratégico y Departamento administrativo y de medios.



Ubicación exacta de la Agencia Activame BTL, vista desde Google Maps.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

A. PRIMERA ESTRATEGIA DESARROLLADA: Papelería oficial Activame BTL

✓ **Objetivo Comunicacional:** Fortalecer y mejorar la comunicación y organización entre los diferentes departamentos mediante la implementación de nuevos medios institucionales para registrar información importante sobre la agencia y las diferentes cuentas que se manejan.

✓ **Descripción:** La nueva papelería oficial de la Agencia Activame BTL, contiene todos los formatos que facilitan los procesos internos de la Empresa, permite documentar, registrar y archivar información importante tanto de la Agencia como de cada una de las cuentas con las que se trabaja, así como manejarla en forma completa y precisa. Contiene formatos de: reporte de contacto, status report, brief, orden de trabajo, orden de compra, orden de pago, informe, cronograma de actividades, calendario de actividades, información de proveedor, entre otros. Mediante esta papelería los trabajadores, en especial el ejecutivo de cuentas, han tenido la capacidad y facilidad de registrar información, sobre reuniones, cotizaciones, comprobantes de pago, reportes de campañas, proveedores, personal, entre muchas otras actividades. Lo anterior se encuentra tanto en formato impreso como digital, facilitando su intercambio entre los trabajadores así como su posterior revisión.

✓ **Acciones:**

Acción 1: Creación, edición y diseño de la papelería. Realizada el 16 al 25 de mayo. Esta comprendió la fase inicial de la Estrategia. En esta acción se creó el arte de cada formato de la papelería y se editó de acuerdo a las necesidades de la Agencia, siempre utilizando el membrete oficial de la Empresa. Algunas ideas para la creación de la papelería fueron proporcionadas por el nuevo contador de la Agencia, Nery Arana. (Ver material en anexo 3).

Acción 2: Revisión de la papelería con el Gerente General de la Agencia (Hugo Hernández Escobar). Realizada el 26 de mayo de 2016. En esta revisión se realizaron algunas correcciones en los formatos y se agregaron algunos otros.

Acción 3: Reunión con el Gerente General de la Empresa, Hugo Hernández, en donde se le documentó acerca de la manera en que se entregaría el documento que integró la papelería oficial de la Agencia. En esa reunión también se programó la capacitación del personal sobre la utilización de la papelería. Realizada el 27 de mayo de 2016.

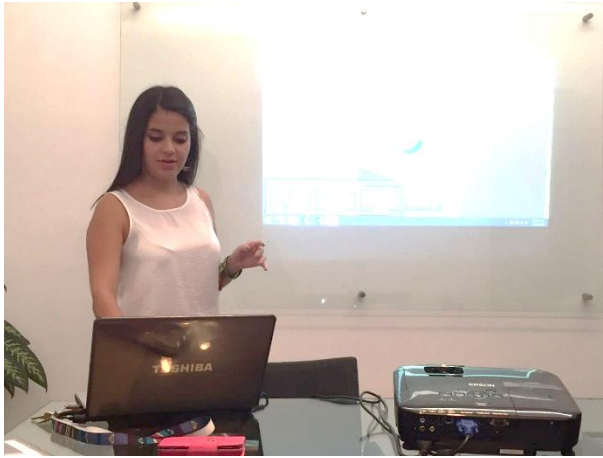
Acción 4: Envío de invitaciones al correo electrónico de cada trabajador para que asistieran a la capacitación del personal sobre la utilización de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL. En la invitación se encontraba el objetivo de la estrategia. Realizado el 30 de mayo de 2016.

Acción 5: Entrega del documento que integró la papelería oficial de la Agencia Activame BTL. El 7 de junio se entregó de manera oficial el documento que integró toda la papelería oficial de la Agencia, posterior a su entrega se dio inicio a la capacitación. Estuvieron presentes 4 trabajadores.

Acción 6: Capacitación del personal sobre la utilización de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL. En esta capacitación se le mostró oficialmente a todo el personal, la nueva papelería de la Agencia, así como su correcto uso. Se resolvieron dudas y se ejemplificó como llenar algunos formatos. Esta acción fue realizada el 7 y 8 de junio y asistieron 4 trabajadores.

Acción 7: Evaluación del correcto uso de la papelería oficial de la Agencia. Esta fue realizada del 8 al 15 de julio, en donde se evaluó si los trabajadores llenaban correctamente los formatos y se resolvieron algunas dudas que surgieron. Esta acción comprendió la fase final de la estrategia, donde los trabajadores demostraron buen dominio de la nueva papelería.

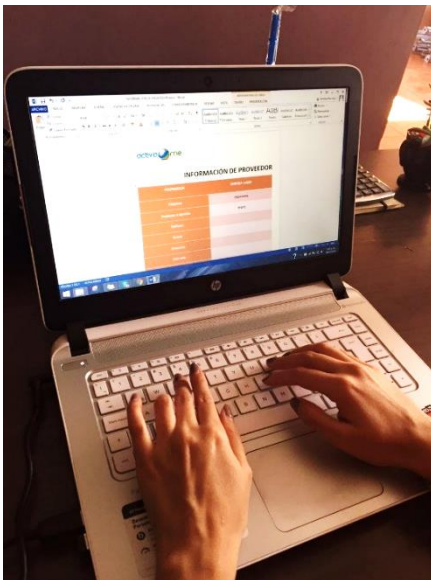
✓ **Imágenes o fotografía**



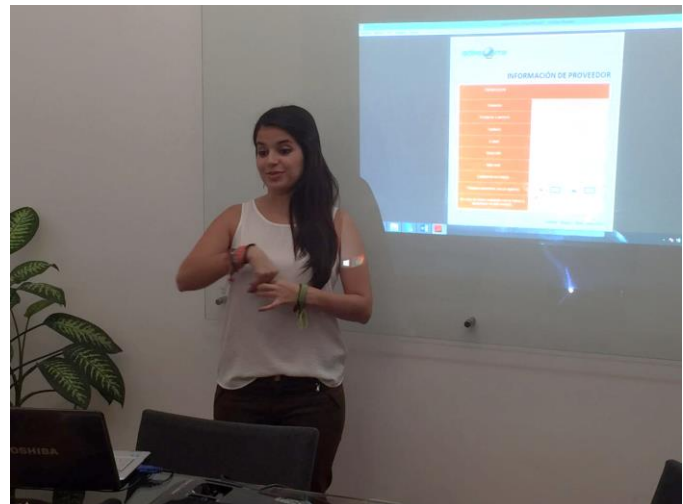
Epsista Andrea Recinos en la presentación de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL como parte de una de sus estrategias del EPS. 7 de junio de 2016



Epsista Andrea Recinos haciendo entrega del documento que contiene la papelería oficial de la Agencia Activame BTL al Director General Hugo Hernández Escobar, como parte de una de sus estrategias del EPS. 7 de junio de 2016



Implementación de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL como parte de una de las estrategias llevadas a cabo por la epsista Andrea Recinos en su EPS. 7 de junio de 2016



Epsista Andrea Recinos en la presentación de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL como parte de una de sus estrategias del EPS. 7 de junio de 2016

B. SEGUNDA ESTRATEGIA DESARROLLADA: Organizador de papelería

✓ **Objetivo Comunicacional:** Reforzar la comunicación y organización interna de la Agencia Activame BTL mediante la creación de espacios que permitan que toda la información sobre la Agencia y las diferentes cuentas que se manejan quede archivada y por consiguiente haya un mejor desempeño de los trabajadores y un mejor desarrollo de las campañas, eventos o activaciones que se realicen.

✓ **Descripción:** Para la mejor organización de la información que se maneja en la Agencia se implementó un Archivador para que toda la información sobre la Empresa y las diferentes cuentas que se manejan quede archivada para su posterior revisión, control o uso. Este archivador lleva el logo de la Agencia y está dividido por secciones, la sección llamada Activame sirve para archivar todos los documentos legales de la agencia, la siguiente sección cuentas, sirve para archivar y categorizar la papelería perteneciente a cada cuenta con la que se trabaja, la sección llamada directorio, sirve para archivar los contactos de personal externo, proveedores y clientes. Por último la sección llamada papelería, archiva todos los documentos generales de la agencia.

✓ **Acciones:**

Acción 1: Compra de archivo. Esta acción inicial fue llevada a cabo el 31 de mayo con la colaboración del Director Creativo.

Acción 2: El 1 de junio se realizó una reunión con el Gerente General de la Empresa para documentarlo acerca de la manera en que se entregaría el archivo.

Acción 3: Diseño y envió a imprenta “Impresiona”, de artes de las divisiones que tendría el archivo. (Impresión en vinil adhesivo). Esta acción fue realizada el 2 de junio, en el diseño de los artes, colaboró el director creativo de la Agencia.

Acción 4: Compra y adhesión de vinil adhesivo en el archivo. El día 3 de junio, el vinil adhesivo fue instalado en el archivador por un técnico de la Empresa Impresiona.

Acción 5: Entrega de archivo. El día lunes 6 de junio, se hizo la entrega oficial del archivador al Director General de la Agencia y los trabajadores. En esta entrega estuvieron presentes 4 trabajadores.

Acción 6: Indicaciones de su utilización. Acción realizada el 6 de junio. Se presentó el archivador a los 4 trabajadores y director y se proporcionaron las indicaciones de la correcta utilización de cada sección del mismo.

Acción 7: Evaluación del correcto uso del archivador. Del 18 al 22 de julio, se evaluó la correcta utilización del archivador por parte de los trabajadores, acomodando adecuadamente toda la papelería que estaba siendo creada. Esta constituyó la fase final de la estrategia.

✓ **Imágenes o fotografías**



Instalación de vinil adhesivo en archivador como parte de una de las estrategias presentadas por la epesista Andrea Recinos en su EPS. 3 de junio de 2016



Utilización del Organizador de la papelería por parte del Director General Hugo Hernández Escobar como parte de una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su EPS.



Epesista Andrea Recinos haciendo entrega oficial del nuevo Organizador de Papelería, al Director General de la Agencia, Hugo Hernández Escobar, como parte de una de sus estrategias del EPS. 6 de junio de 2016.



Organizador de Papelería, como parte de una de las estrategias de la Epesista Andrea Recinos. 6 de junio de 2016



Organizador de Papelería, como parte de una de las estrategias de la Epesista Andrea Recinos. 6 de junio de 2016



Organizador de Papelería, como parte de una de las estrategias de la Epesista Andrea Recinos. 6 de junio de 2016

C. TERCERA ESTRATEGIA DESARROLLADA Creación de página web interna

- ✓ **Objetivo Comunicacional:** Implementar una estrategia interna que permita una comunicación eficaz y eficiente entre los diferentes empleados para que mediante el uso de la tecnología se mantengan actualizados y bien informados sobre cada una de las cuentas que se manejan, así como de las características, aspectos y valores que identifican a la Agencia fortaleciendo la imagen institucional interna.

- ✓ **Descripción:** La página web interna que se creó, está enlazada a la página web de la Agencia y sirve para trasladar información importante y general de la Agencia así como para compartir información sobre cada uno de los clientes que tienen dentro de la Agencia. La anterior le sirve tanto a directores como trabajadores para comunicarse, compartir información y ponerla a disposición de toda la empresa las 24 horas del día en cualquier lugar. Los trabajadores pueden organizar el trabajo que se realiza en cada departamento de la Agencia con un mínimo costo, tiempo y esfuerzo lo que ha permitido que éste sea más productivo, rentable, seguro y competitivo. Esta también sirve actualmente para transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro de la empresa, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la empresa. Los archivos que se cargan en la página pueden ser encarpados y categorizados para tener una mejor organización. Así mismo pueden ser vistos, cargados y descargados desde una computadora o teléfono celular. En esta página se encuentran actualmente organizadas las cuentas que maneja la Agencia así como la papelería que se utiliza diariamente. Dentro de la agencia existen manuales que le indican a los trabajadores, cómo utilizar la página y con qué usuario y contraseña acceder al sitio.

✓ **Acciones:**

Acción 1: Creación y programación del plugin al sitio web de la Agencia. Esta acción fue llevada a cabo del 9 al 14 de junio. Oriana Escobar de la Empresa Pic's Design se encargó de la creación de la nueva página web interna de la Agencia. En éstas fechas también fue creado la guía para su correcta utilización con la ayuda de la Licenciada Oriana. (Ver material en anexo 4)

Acción 2: Revisión del sitio web interno con el Gerente General. Acción realizada el 15 de junio. En esta reunión se le mostró la nueva página web interna al Gerente General Hugo Hernández, quien la revisó y aprobó.

Acción 3: Reunión con el Gerente General de la Empresa en donde se le documentó acerca de la manera en que se entregaría el documento que integró el correcto uso del plugin. En esta reunión, también fue programada la capacitación del personal sobre el uso del nuevo sitio web interno. Esto fue llevado a cabo el 16 de junio.

Acción 4: El 17 de junio se realizó el envío de invitaciones al correo electrónico de cada trabajador para que asistieran a la capacitación del personal sobre el uso de la nueva página web interna. En la invitación se encontraba el objetivo de la estrategia.

Acción 5: El 20 de junio se realizó la entrega oficial del documento que integró el correcto uso del plugin, posterior a este se dio inicio a la capacitación para su correcto uso.

Acción 6: Capacitación del personal para el correcto uso del sitio web interno. Esta acción fue realizada del 20 al 22 de junio. En esta capacitación se le mostró oficialmente a todo el personal la nueva página web interna de la Agencia, así

como su correcto uso. También se resolvieron algunas dudas del personal. Total de 4 asistentes.

Acción 7: Evaluación del correcto uso de la nueva página web interna. Esta constituyó la fase final de la estrategia y fue realizada del 25 al 29 de julio, en donde se evaluó, si los trabajadores empleaban correctamente la página, resolviendo algunas dudas que surgieron en esos días.

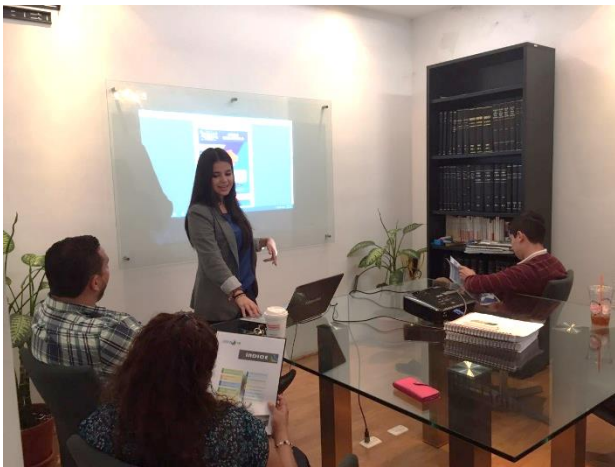
✓ **Imágenes o fotografías**



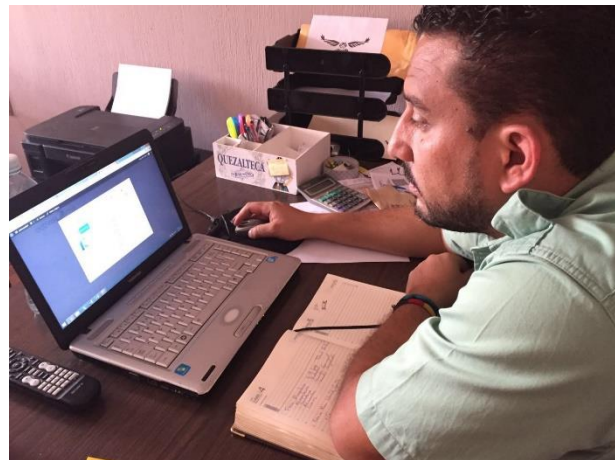
Epesista Andrea Recinos haciendo entrega de la guía del correcto uso de la página web interna de la Agencia Activame BTL al Director General Hugo Hernández Escobar, como parte de una de sus estrategias del EPS. 20 de junio de 2016.



Epesista Andrea Recinos realizando la presentación del correcto uso de la página web interna de la Agencia Activame BTL a los Departamentos de cuentas, Depto. creativo estratégico y Depto. administrativo y de medios, como parte de una de sus estrategias de EPS. 20 de junio de 2016.



Epesista Andrea Recinos realizando la presentación del correcto uso de la página web interna de la Agencia Activame BTL a los Departamentos de cuentas, Depto. creativo estratégico y Depto. administrativo y de medios, como parte de una de sus estrategias de EPS. 20 de junio de 2016.



Director General de la Agencia Activame BTL, Hugo Hernández Escobar, haciendo uso de la nueva página web Interna de la Agencia, estrategia implementada por la epesista Andrea Recinos.

D. CUARTA ESTRATEGIA DESARROLLADA: Manual Corporativo

- ✓ **Objetivo Comunicacional:** Fortalecer la comunicación interna y el sentimiento de pertenencia de los trabajadores a la Agencia. Comunicar, mediante este, tanto a los empleados como al público en general las características, cualidades o aspectos que caracterizan y distinguen a la Agencia Activame BTL.

- ✓ **Descripción:** Se realizó un manual corporativo que ha ayudado a fortalecer la comunicación interna y el sentimiento de pertenencia de los trabajadores a la Agencia. Este documento ha permitido comunicar al público en general, la filosofía y las características que distinguen a la Agencia Activame BTL de otras. En su interior contiene y especifica detalladamente los siguientes los siguientes puntos: qué es Activame BTL, su historia, misión y visión, sus objetivos, sus valores, qué ofrece la agencia, cómo lo hace, su logotipo, colores y significados, la tipografía específica que se debe utilizar, la zona de seguridad que debe llevar el logotipo, sus usos y variantes, el uso mínimo del logo en diferentes archivos, las aplicaciones incorrectas del logotipo y algunos formatos o materiales oficiales de la Agencia como la hoja membretada, tarjetas de presentación, uniformes, plantillas para presentaciones de power point y factura. El diseño del manual es característico de la agencia, utilizando sus colores y formas predeterminadas.

- ✓ **Acciones:**

Acción 1: Creación y diseño de Manual Corporativo Activame BTL. Acción inicial realizada del 23 al 28 de junio. Esta comprendió la fase inicial de la Estrategia. En esta acción se recolectó la información que llevó el manual con la ayuda del Director General Hugo Hernández y parte por parte se fue diseñando y editando de acuerdo a las características de la agencia con la ayuda del Director Creativo. (Ver material en anexo 5)

Acción 2: Revisión del Manual Corporativo con el Gerente General de la Agencia. Esta acción se llevó a cabo el 29 de junio. En esta revisión se realizaron algunas correcciones en la información y el diseño y se agregaron algunas otras secciones.

Acción 3: Reunión con el Gerente General de la Empresa para documentarlo acerca de la manera en que se entregaría el Manual Corporativo de la Agencia. En esta reunión se programó la entrega y presentación del manual. Acción realizada el 1 de julio.

Acción 4: Envío de invitaciones al correo electrónico de cada trabajador para que asistieran a la entrega y capacitación del manual corporativo de la Agencia. Se enviaron en total 5 invitaciones. En la invitación se encontraba el objetivo de la estrategia. Realizado el 1 de julio.

Acción 5: Entrega y presentación del Manual corporativo y CD que integró la historia, la misión, la visión, los valores y todos los aspectos y cualidades que distinguen a la Agencia. Esta acción fue realizada el 4 de julio, a esta capacitación también fueron invitados futuros miembros de la Agencia para que se empezaran a identificar con ella. En total asistieron 6 personas a la presentación.

✓ **Imágenes o fotografías**



Epesista Andrea Recinos realizando la entrega oficial del Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL al director general Hugo Hernández Escobar, como parte de una de sus estrategias de EPS. 4 de julio de 2016.



Epesista Andrea Recinos en la presentación del Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL, a los Departamentos de cuentas, Depto. creativo estratégico y Depto. administrativo y de medios, como parte de una de sus estrategias de EPS 4 de julio de 2016



Epesista Andrea Recinos en la presentación del Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL, a los Departamentos de cuentas, Depto. creativo estratégico y Depto. administrativo y de medios, como parte de una de sus estrategias de EPS. 4 de julio de 2016



Epesista Andrea Recinos en la presentación del Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL, a los Departamentos de cuentas, Depto. creativo estratégico y Depto. administrativo y de medios, como parte de una de sus estrategias de EPS. 4 de julio de 2016

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Las fechas del cronograma presentado en el plan de comunicación, se pospusieron 10 días hábiles ya que la aprobación del Plan de Comunicación para el fortalecimiento de la comunicación institucional interna de la agencia de publicidad Activame BTL, fue aprobado el 25 de mayo del presente año.

	ACTIVIDAD	DURACIÓN	FECHA
1.	Creación y diseño de papelería institucional de la Agencia Activame BTL y el documento que la integra.	11 días	16/5/2016 al 30/05/2016
2.	Compra de archivo y diseño e impresión en vinil adhesivo de artes para sus gavetas.	4 días	31/05/2016 y 3/06/2016
3.	Presentación, indicaciones de uso e implementación del archivador para guardar la papelería general y de cada cuenta y de la Agencia.	1 día	6/06/2016
4.	Capacitaciones del personal acerca del conocimiento y uso de la nueva papelería. Entrega de documento que integrará toda la papelería.	2 días	7/06/2016 y 8/06/2016
5.	Creación de la página web interna de la Agencia Activame BTL y del documento de apoyo sobre su correcta utilización.	7 días	9/06/2016 al 17/06/2016
6.	Presentación de la nueva página web interna de la Agencia, capacitaciones para su correcto uso y entrega del documento de apoyo sobre su correcta utilización.	3 días	20/06/2016 al 22/06/2015
7.	Creación de manual corporativo y CD que integre la información del manual en digital.	7 días	23/06/2016 al 1/7/2016
8.	Entrega y presentación de Manual Corporativo.	1 día	4/07/2016
9.	Presentación de los proyectos a futuros miembros de la agencia.	2 días	5/07/2016 y 6/07/2016
10.	Visita del supervisor del EPS, Lic. Fernando Flores para evaluar las estrategias implementadas en la Agencia Activame BTL	1 día	7/7/2016
11.	Evaluación del correcto uso de la papelería oficial de la Agencia Activame BTL.	6 días	8/07/2016 al 15/06/2016
12.	Evaluación del correcto uso del archivador.	5 días	18/07/2016 al 22/07/2016
13.	Evaluación del correcto uso de la página web interna de la Agencia junto con la papelería.	5 días	25/07/2016 al 29/07/2016

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p>Papelería oficial Activame BTL</p> <p>Objetivo: Fortalecer y mejorar la comunicación y organización entre los diferentes departamentos mediante la implementación de nuevos medios institucionales para registrar información importante sobre la agencia y las diferentes cuentas que se manejan.</p>	<p>De los 4 trabajadores de la Agencia Activame BTL de los Departamentos de cuentas, Depto. creativo estratégico y Depto. administrativo y de medios, 4 recibieron la papelería oficial y la respectiva capacitación para su correcto uso. Así mismo los 4 trabajadores la han empleado posteriormente en su trabajo diario de manera eficaz. Siendo estos el 100% de los colaboradores.</p>	<p>-“La nueva papelería nos ha ayudado a tener una mayor organización, permitiéndonos tener una mejor comunicación así como nos facilita el registro de información importante de cada cuenta y proveedor”. Hugo Hernández Escobar, director General</p> <p>-“Con la nueva papelería existe una mayor facilidad para acceder a los documentos de las cuentas con las que trabajamos permitiendo que nuestro trabajo sea más eficiente y efectivo. Mediante la papelería obtenemos una información completa y precisa, evitando los malos entendidos”. José Montenegro, Departamento Estratégico y de Diseño</p> <p>-“La nueva papelería oficial de Activame BTL me permite llevar de mejor manera las cuentas de los gastos y utilidades mensuales de la Agencia, lo que me da una mayor organización y orden en mi trabajo” Nery Arana Contador</p>
<p>Organizador de papelería</p> <p>Objetivo: Reforzar la comunicación y organización interna de la Agencia Activame BTL mediante la creación de espacios que permitan que toda la información sobre la Agencia y las diferentes cuentas que se manejan quede archivada y por consiguiente haya un mejor desempeño de los trabajadores y un mejor desarrollo de las campañas, eventos o activaciones que se realicen.</p>	<p>De los 4 trabajadores de la Agencia Activame BTL de los Departamentos de cuentas, Depto. creativo estratégico y Depto. administrativo y de medios, 4 estuvieron presentes en la entrega del archivo así como en la presentación de las indicaciones para su correcto uso. Siendo estos el 100% de los colaboradores. Así mismo los 4 trabajadores lo utilizaron posteriormente en su trabajo diario, organizando por secciones su papelería y llevando un mejor control de sus cuentas. Representando lo anterior también al 100% de los empleados</p>	<p>“Gracias al nuevo organizador de papelería, tengo un fácil acceso a toda la información de las cuentas así como a los directorios de proveedores y personal externo, lo que ha ayudado a que nos comuniquemos de una manera más efectiva” Hugo Hernández Escobar Director General</p> <p>-“Gracias al nuevo organizador tenemos una mayor organización de la papelería y los documentos importantes de la Agencia. El archivador nos genera más orden y por tanto nuestra comunicación es más efectiva, El archivador me motiva a utilizar la papelería para organizar de mejor manera mis cuentas y por tanto le facilito el trabajo a mis compañeros”. Jose Montenegro, Departamento Estratégico y de Diseño</p> <p>-“Gracias al nuevo archivador de papelería, los trabajadores de la Agencia tenemos un espacio en donde guardar información importante y</p>

		organizarla, permitiendo que nuestras necesidades de información sean satisfechas efectivamente y cuando lo necesitamos” Nery Arana, Contador
<p>Creación de página web interna</p> <p>Objetivo: Implementar una estrategia interna que permita una comunicación eficaz y eficiente entre los diferentes empleados para que mediante el uso de la tecnología se mantengan actualizados y bien informados sobre cada una de las cuentas que se manejan, así como de las características, aspectos y valores que identifican a la Agencia fortaleciendo la imagen institucional interna.</p>	<p>De los 4 colaboradores de la Agencia Activame BTL de los Departamentos de cuentas, Depto. creativo estratégico y Depto. administrativo y de medios, 4 estuvieron presentes en la presentación de la página web interna de la Agencia así como la capacitación para su correcto uso. Siendo estos el 100% de los colaboradores. Así mismo los 4 trabajadores han aprovechado los beneficios de la página, empleándola en su trabajo diario. Representando lo anterior también al 100% de los empleados. Lo anterior se ha reflejado en la correcta organización de las carpetas y categorías de la página y del trabajo de cada empleado.</p>	<p>-“La página web interna me facilita el acceso a mis cuentas, así como a mis compañeros de trabajo. Me siento motivado para organizar la información de la Agencia ya que no solo facilito mi trabajo, sino también el de mis compañeros”. Jose Montenegro, Departamento Estratégico y de Diseño</p> <p>-Mediante la nueva página, todos nos comunicamos de una mejor manera, tenemos la información de cada cuenta en cualquier lugar y momento. La página web me permite trasladar mensajes corporativos a todo mi equipo de manera rápida y eficaz. Estamos, definitivamente, más organizados. Hugo Hernández Director General</p>
<p>Manual Corporativo</p> <p>Objetivo: Fortalecer la comunicación interna y el sentimiento de pertenencia de los trabajadores a la Agencia. Comunicar, mediante este, tanto a los empleados como al público en general las características, cualidades o aspectos que caracterizan y distinguen a la Agencia Activame BTL.</p>	<p>De los 4 colaboradores de la Agencia Activame BTL de los Departamentos de cuentas, Depto. creativo estratégico y Depto. administrativo y de medios, 4 estuvieron presentes en la presentación del manual corporativo, así mismo los 4 lo han leído y actualmente se encuentran mejor informados acerca de las características de la Agencia. Siendo estos el 100% de los colaboradores. En diferentes ocasiones también los 4 trabajadores lo han empleado de alguna manera, ya sea apoyándose para alguna reunión, o corroborando algún dato importante. Representando lo anterior también al 100% de los empleados.</p>	<p>-“Gracias al manual corporativo tengo un mayor conocimiento de las características y cultura empresarial de la Agencia. Y de esta manera puedo darla a conocer de mejor manera a mis clientes. Me siento más identificado con la Empresa, al igual que mis compañeros”. Jose Montenegro, Departamento Estratégico y de Diseño</p> <p>-“El manual me ha ayudado a dar a conocer los elementos de la identidad gráfica de la Agencia a todos los empleados y a nuestros clientes. También me ayuda a dar a conocer las acciones que debemos seguir para conseguir los objetivos y metas de nuestra Agencia, como equipo”. Hugo Hernández Director General</p> <p>-“Gracias al manual corporativo, me he sentido más identificado con la Agencia y he conocido a profundidad cada uno de los aspectos que la identifican y los lineamientos que debemos seguir para alcanzar nuestras metas”. Nery Arana Contador</p>

CONCLUSIONES

La agencia de publicidad Activame BTL es una empresa joven con muchas oportunidades de desarrollo y crecimiento. Por el poco tiempo de haber sido creada también carece de algunos procesos que debilitan su orden y administración. A través del diagnóstico se pudo establecer, que los trabajadores necesitaban implementar estrategias que los ayudaran a tener una mejor organización y comunicación interna, ya que la falta de estas, estaban creando dificultades que afectaban al equipo de trabajo y por consiguiente, los proyectos que surgían.

La implementación de formatos preestablecidos y creación de espacios que ayuden a mantener organizada la información perteneciente a cada cliente, proveedor y personal que labora en la Agencia, ha facilitado el trabajo de cada empleado así como a permitido a la dirección, un mejor control de las campañas, eventos o activaciones que se realicen.

La ausencia de un medio tecnológico en la Agencia Activame BTL, que permitiera que todos los trabajadores estuvieran enterados de los acontecimientos que ocurrían dentro de la empresa, provocaba en muchas ocasiones rumores o malos entendidos que afectaban el trabajo de los empleados. La nueva página web interna ha ayudado a propiciar un clima de confianza, orden y motivación que favorece evidentemente el desarrollo de la empresa. Así mismo los empleados se sienten más identificados con un medio actualizado y fácil de emplear en cualquier momento y lugar.

El nuevo manual corporativo de la Agencia Activame BTL, ha permitido que los empleados conozcan la identidad, cualidades, política y distintivos que diferencian y caracterizan a su Empresa, lo cual los ha ayudado, a dar a conocer mejor la Agencia y que se sientan orgullosos de ser parte de ella. El mismo le ha sido de utilidad a la Dirección para recordar y recalcar a sus trabajadores, los objetivos que se desean alcanzar en cada proyecto realizado y a reforzar la imagen institucional y comunicación interna. Así mismo esta estrategia ha sido una herramienta para dar a conocer la empresa a nuevos miembros que se integran a ella.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Agencia, mantenerse en constante actualización y búsqueda de nuevas estrategias que ayuden a mejorar los procesos de comunicación interna en la Empresa y su administración, permitiendo así que se cumplan los objetivos corporativos planteados y que exista un constante desarrollo y mejoramiento de sus funciones.

Se recomienda a la Dirección, que exista un control constante de la papelería que se utiliza para administrar cada cuenta, ya que esto facilitará los procesos de organización, ejecución y seguimiento de los proyectos de la empresa. Así mismo, es de suma importancia que se evalúe periódicamente su correcta implementación y se propongan cambios para su mejora.

Se recomienda que el contenido que se cargue a cada carpeta de la página web interna de la Agencia Activame BTL, sea verificado y aprobado por el director o encargado, ya que debe ser un medio para facilitar y mejorar la comunicación entre los diferentes departamentos, mejorando el desarrollo de campañas, eventos y sobre todo de la Empresa.

Se recomienda a la Dirección, que los aspectos que se especifican en el manual corporativo de la Agencia sean recordados, recalcados y reevaluados cada mes, sobre todo por el ingreso de nuevos miembros, para que todos conozcan y tengan presente los rasgos, valores y cualidades que caracterizan a su Empresa y su imagen y que los hacen ser parte importante de ella para alcanzar día a día sus metas.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- ✓ **Activación de marca:** Son estrategias de marketing, que se caracterizan por lograr una interacción con el grupo objetivo, con el propósito de crear lazos y experiencias que posicionen el producto o servicio en sus mentes. Una de sus principales características es la creatividad.
- ✓ **Back panel:** El back panel o bastidor tensado es un soporte publicitario que utiliza formatos impresos de diversos tamaños y se ha convertido en una alternativa versátil, económica y útil para difundir una marca, o un mensaje publicitario generando recordación.
- ✓ **Banner:** Un banner es un medio publicitario que puede ser empleado en forma física mediante una impresión y un tensor, u online mediante un segmento en un sitio web. Ambos con el fin de dar a conocer alguna idea, producto o servicio.
- ✓ **Brief:** También llamado briefing, es un documento que se utiliza en el ámbito publicitario en el cual se encuentra toda la información necesaria para efectuar una campaña o un proyecto publicitario. En él, el anunciante define el producto o servicio, los objetivos, el grupo objetivo, la competencia, entre otros aspectos.
- ✓ **Constancia de pago:** Es un documento que forma parte de la papelería que se emplea en el ámbito publicitario en donde la Agencia especifica el pago que se está realizando ya sea a un proveedor o personal interno o externo para que este quede registrado.
- ✓ **Cronograma:** Es una herramienta que incluye la representación gráfica de una serie de actividades, organizadas por fecha con el objetivo de llevarlas a cabo en un tiempo estipulado.

- ✓ **Diagnóstico comunicacional:** Un diagnóstico comunicacional es el reconocimiento de la situación de una organización y de los diversos grupos que la integran para evaluar cómo se manejan los sistemas de comunicación existentes y el impacto de estos en la institución. La información recolectada en un diagnóstico debe ser analizada, sistematizada e interpretada.

- ✓ **Documentación:** La documentación es el proceso de recolección de datos importantes o búsqueda de fuentes donde se pueda encontrar la información buscada. Incluye la recolección, orden, clasificación y análisis de los documentos.

- ✓ **Estrategia Creativa:** Una estrategia creativa surge directamente de un producto o servicio con la intención de satisfacer las necesidades de los consumidores. En ella se establece la manera en que se comunicará un mensaje publicitario y cómo hacerlo de la manera más efectiva.

- ✓ **Grupo objetivo:** El grupo objetivo o target es el segmento de mercado específico o ideal al cual se dirige una campaña o activación publicitaria. Su correcta determinación es la clave para que una campaña tenga éxito y llegue a sus consumidores potenciales.

- ✓ **Flashmob:** Los flashmob o multitud relámpago, es una actividad organizada en la que un grupo o multitud de personas se une para realizar una presentación inusual en un lugar público en un momento dado y luego se dispersan.

- ✓ **Lanzamiento:** Un lanzamiento, en publicidad, es un proceso que tiene el objetivo de dar a conocer la salida de un nuevo producto o servicio para introducirlo en el mercado. Este debe ser innovador para lograr impactar al grupo objetivo y posicionarse en la mente de sus posibles consumidores.

- ✓ **Manual Corporativo:** Un manual corporativo es una guía que contiene todas las reglas y normas que se deben seguir para emplear correctamente los elementos de la identidad gráfica y corporativa de una empresa.

- ✓ **Mapping:** El mapping es una aplicación que consiste en dar iluminación y relieve a la superficie de un objeto, con este se puede proyectar una animación sobre la pieza o estructura y así lograr un efecto artístico.

- ✓ **Marketing experiencial:** Llamado también marketing de experiencias, es un tipo de marketing que tiene la intención de provocar diversas emociones en los clientes por medio de experiencias que los enlacen con una empresa o marca.

- ✓ **Medios institucionales:** Son instrumentos utilizados por las organizaciones o instituciones para darse a conocer y comunicarse con las personas o grupos que se desenvuelven en su mismo entorno, con el objetivo de establecer relaciones positivas.

- ✓ **Mensajería instantánea:** Es una forma de comunicación en tiempo real que permite el intercambio de mensajes de texto entre dos o más personas. Regularmente es gratuita y en algunos casos depende de una conexión a internet.

- ✓ **Orden de compra:** Es un documento que forma parte de la papelería que se emplea en el ámbito publicitario en donde la Agencia, indica el producto o servicio que requiere con todas las especificaciones necesarias para que el vendedor se lo proporcione.

- ✓ **Orden de trabajo:** Es un documento que forma parte de la papelería que se emplea en el ámbito publicitario y sirve para indicar detalladamente el trabajo que debe realizar cierto departamento de la Agencia.

- ✓ **Packaging:** Término proveniente de la lengua inglesa, usado con frecuencia para referirse al empaque o embalaje de un producto.

- ✓ **Página web interna:** Una página web interna en una empresa, es una página online a la cual, únicamente puede ingresar el personal autorizado de la organización. La anterior puede contener información o contenido importante de la compañía.

- ✓ **Posicionamiento:** El posicionamiento de una marca, producto o servicio, es el lugar que ocupa éste, en la mente del consumidor en relación con los de la competencia.

- ✓ **Publicidad BTL:** La publicidad BTL (Below the line o bajo la línea en español), es una herramienta publicitaria, que busca el empleo de medios no convencionales de comunicación, impactantes y creativos dirigidos a segmentos de mercado específicos para establecer contacto directo con éstos y difundir diversos mensajes publicitarios.

- ✓ **Plugin:** Un plugin o add-on es una aplicación en el campo de la informática, que añade una característica o una función específica a otro sistema o sitio, funcionando como un complemento.

- ✓ **Redes sociales:** Las redes sociales son aplicaciones y medios de comunicación social que requieren el uso de internet y su función es favorecer el contacto entre diversos individuos a través de la red. Por medio de éstas, se forman relaciones donde se comparten intereses y diferentes actividades en común.

- ✓ **Reporte de contacto:** Es un documento que se utiliza en el ámbito publicitario, el cual reúne información importante sobre los temas tratados en una reunión con el cliente o informante.

- ✓ **Sampling:** Es una estrategia que implica la distribución o repartición de demostraciones o pruebas de productos de forma gratuita o promocional con el fin de dar a conocerlos.

- ✓ **Stand:** Es un espacio delimitado dentro de una exposición o feria, que es empleado por las empresas o marcas para dar a conocer los servicios o productos que ofrece. Este identifica y da a conocer las características de las instituciones.

- ✓ **Status Report:** Es un documento que se utiliza para proporcionar una visión clara y precisa del estado de un proyecto o actividad que se esté realizando con el fin de llevar un control y seguimiento del mismo.

- ✓ **Whatsapp:** Es una aplicación gratuita para teléfonos móviles inteligentes que utiliza la mensajería instantánea para enviar y recibir mensajes de texto, fotografías, videos, notas de voz, documentos, contactos y ubicaciones. La identificación de cada usuario es su número de teléfono y para poder utilizarlo es indispensable adquirir un servicio de internet móvil.

BIBLIOGRAFÍA

Barrios, F.I. (2014). *Estrategia de comunicación de la imagen institucional de la reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -USAC-*. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala

D.G., Z. (2002). *Técnicas de Estudio e Investigación Documental*. Guatemala. Litografía Llerena, S.A.

Escobar, H. H. (8 de febrero de 2016). *Cargos de la Agencia Activame BTL*. (A. Recinos, Entrevistador) Guatemala, Guatemala.

Escobar, H. H. (10 de febrero de 2016). Entrevista Diagnóstico de Comunicación. (A. Recinos, Entrevistador)

Escobar, H. H. (3 de febrero de 2015). *Objetivos Activame BTL*. Guatemala, Guatemala, Guatemala.

Galindo C.J. (1998) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Editorial Pearson.

González, R.M. (2010). *Marketing en el siglo XXI*. (5a. ed.). España: Centro de Estudios Financieros

Montenegro, J. (7 de julio de 2015). Presentation ACTIVAME BTL 2015. Guatemala, Guatemala, Guatemala. Obtenido de www.activamebtl.com

Montenegro, J.M. (11 de febrero de 2016). Entrevista Diagnóstico de Comunicación. (A. Recinos, Entrevistador)

Murales, H. E. (2015). *Manual para el fortalecimiento del proceso de contratación de medios escritos (Prensa) e impresos (Litografía) del departamento de medios de la agencia de publicidad Muller Pappa*. (EPS de Licenciatura) Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala:

Pearson., G. C. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Editorial Pearson.

Piloña, G. A. (2012). *Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo*. Guatemala: GP Editores.

Salazar, M. E. (2011). *Manual de directrices y técnicas básicas para el departamento de producción audiovisual de la agencia de publicidad y comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC "Lagencia"*. (EPS de Licenciatura) Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala

Zúñiga D.G. (2002) *Técnicas de Estudio e Investigación Documental*. Guatemala: Litografía Llerena, S.A.

EGRAFÍA

activamebtl (2015). Activame Models [Publicación Instagram]. Recuperado el 9 de febrero de 2016 de www.instagram.com/activamebtl/

Activame BTL. (ca. 2016). Biografía Nike Dance Party [Publicación de Facebook] Recuperado el 23 de febrero de 2016
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100009549249960&fref=ts>

activamebtl.com. (2015). Visión y Misión de la Agencia [Apartado Quiénes somos]. Recuperado el 15 de marzo de 2015 de <http://activamebtl.com/vision-y-mision-de-la-agencia/>

Activame BTL. (2015). Z GAS [Publicación Fan Page Facebook]. Recuperado el 25 de febrero de 2016 de <https://www.facebook.com/Activame-BTL-57638670926572/?fref=ts>

Era7. (abril de 2016). *Manual de Identidad Corporativa*. web4bio. Recuperado de http://web4bio.com/documents/manual_identidad_corporativa_era7.pdf

Haroldo Eduardo Herrera. (2007). *Manual Administrativo*. Gestipolis. Recuperado de <http://www.gestipolis.com/manuales-administrativos/>

Montenegro, J. (7 de julio de 2015). *Presentation ACTIVAME BTL 2015*. Guatemala, Guatemala, Guatemala. Recuperado de www.activamebtl.com

Redacción. (2007). *Estrategias Administrativas. El resurgir del sampling., Puro Marketing*. Recuperado de <http://www.puromarketing.com/9/4072/estrategias-marketing-resurgir-sampling.html>

ANEXOS

Anexo 1: Transcripción completa de las entrevistas

Entrevista 1

Nombre Completo: <u>Hugo Armando José Hernández</u>	Edad: <u>31 años</u>
Puesto: <u>Director General y Administrador</u>	Fecha: <u>10 de febrero 2016</u>
Agencia: <u>Actívame BTL</u>	Hora: <u>2:00 pm</u>
Sexo: <u>Masculino</u>	

1. ¿Con qué medios institucionales cuenta la agencia Activame BTL para darse a conocer?
 - ✓ Tenemos el Instagram, la página de Facebook, la fanpage y la página web de Activame BTL.
2. ¿Considera que los medios institucionales cuentan con la información suficiente para conocerlo, enterarse de lo que sucede en él y se actualizan constantemente?
 - ✓ Considero, por ejemplo que la página web no está actualizada, le hace falta información y la poca que tiene creo que se podría mejorar y creo que se podría mejorar la imagen y la estructura de la página. Tampoco hay una persona encargada para manejar la página, el servicio se subcontrata, lo que en ocasiones dificulta un poco las cosas ya que la persona no se encuentra en la Agencia y los cambios que se requieren en la web no son inmediatos. Tampoco contamos con espacios visuales dentro de la agencia donde tengamos nuestra misión, visión y valores. Ni una revista o documento formal que cuente con toda la información de la Agencia. Poseemos pizarrones de corcho y de marcador donde se apuntan las actividades que se deben hacer diariamente y en donde se colocan papeles importantes como contraseñas, facturas, información importante de proveedores, entre otros, pero no tenemos un calendario específico de actividades visible para todos.

3. ¿Qué medios y canales institucionales utiliza la Agencia para trasladar información a todo el personal?
 - ✓ Se utilizan los pizarrones de marcador y de corcho para colocar información importante o trabajos pendientes por realizar. Otro medio que utilizamos para trasladarnos información son los correos. Cada miembro del personal cuenta con un correo oficial de la agencia propio. Por medio de este se mandan presentaciones, cotizaciones, artes, solicitudes, contactos, entre otros.

4. ¿Cree que esos medios y canales son eficaces?
 - ✓ Creo que la forma más eficaz, a la larga, es el correo ya que por medio del correo trabajamos y tenemos comunicación con los clientes. De este medio es del que más pendiente estamos. El otro medio con el que transmitimos información, que son los pizarrones, creo que llega el punto en que los vemos tanto en la agencia que nos acostumbramos a verlo y no le ponemos la suficiente atención, además no siempre suele estar actualizado, se actualiza maso menos cada quince días ya que no hay una persona en específico que se encargue de esa tarea. Por lo anterior creo que no es tan eficaz ese medio.

5. ¿Qué medios utilizan para comunicarse e intercambiar información entre los diferentes departamentos de la agencia?
 - ✓ Únicamente el correo electrónico.

6. ¿Cuentan con papelería y formatos predeterminados para realizar status report, reportes de contacto, compra de medios, órdenes de trabajo, cronogramas, brief, estrategias creativas, entre otros?
 - ✓ No contamos con formatos predeterminados, las ordenes de trabajo, estrategias o reportes los realizamos pero no contamos con formatos ya hechos y creo que ésta es una de las cosas primordiales que debemos implementar para poder llevar un mejor control.

7. ¿Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva y eficaz?
- ✓ La verdad sí porque mantenemos una buena comunicación y por ser una Agencia pequeña nos estamos viendo todo el tiempo y personalmente nos mantenemos informados de lo que pasa con cada cuenta y en cada departamento, aunque mucha de la información no queda registrada en algún lugar.
8. ¿Considera que la información recibida para la realización de su trabajo es suficiente y clara?
- ✓ Por lo que platicábamos, que no existe un medio donde la información quede registrada, siempre tengo que averiguar un poquito más, para poder llevar mejor el control y saber qué es lo que quiere un cliente en realidad. En el caso de las reuniones, únicamente se especifica un 50% de lo que los clientes desean y el otro 50% solo lo sabe el ejecutivo, entonces la información no siempre es suficiente y clara.
9. ¿Cree que la resolución de problemas en la Agencia es eficaz?
- ✓ Si, por la buena comunicación y el ambiente agradable que se vive en la agencia.
10. ¿Cree que la comunicación entre la dirección y el personal de la Agencia es eficaz?
- ✓ Si creo que sí, nunca hemos tenido un problema en ese sentido porque tratamos de hacer una convivencia bastante agradable como amigos y como compañeros de trabajo. Se trata de no marcar la diferencia entre jefe y trabajadores, se le da la misma oportunidad a todos de opinar y sugerir. Todos tenemos la misma responsabilidad de trabajar, de cumplir con nuestras obligaciones y el compromiso de salir adelante y lograr que la agencia sea un éxito.
11. ¿Considera que las funciones del personal están bien definidas?
- ✓ No, en ocasiones todos colaboramos con el trabajo de otros para sacar adelante las campañas y para cumplir los objetivos de nuestros clientes.

12. ¿Considera que los empleados, colaboran, se respetan y trabajan en equipo?

- ✓ Si, como lo dije anteriormente, todos colaboramos con todos, trabajamos en equipo, respetamos nuestras opiniones e ideas y colaboramos para cumplir las metas a corto y largo plazo de nuestros clientes y de la Agencia.

Entrevista 2

Nombre: <u>Jose Mario Montenegro Urizar</u>	Edad: <u>34 años</u>
Puesto: <u>Director Creativo Estratégico</u>	Fecha: <u>11 de febrero 2016</u>
Agencia: <u>Actívame BTL</u>	Hora: <u>3:30 pm</u>
Sexo: <u>Masculino</u>	

1. ¿Con qué medios institucionales cuenta la agencia Activame BTL para darse a conocer?

- ✓ Cuenta con las redes sociales como el Instagram, página de Facebook, fanpage de Facebook y la página web.

2. ¿Considera que los medios institucionales cuentan con la información suficiente para conocerlo, enterarse de lo que sucede en él y se actualizan constantemente?

- ✓ Creo que la página web si tiene información suficiente pero creo que necesita actualizarse constantemente y es algo que no pasa y también creo que debemos estar innovando, no contar únicamente la página web para darnos a conocer sino emplear algunos otros medios que no tengan otras agencias para ser más originales. Por ejemplo ninguna Agencia se publica en revistas ni en ningún materiales impreso, muchas de ellas no tienen brandeados sus vehículos. Otro medio que usamos para darnos a conocer es el Facebook y el instagram, estos si se actualiza constantemente.

3. ¿Qué medios y canales institucionales utiliza la Agencia para trasladar información a todo el personal?
 - ✓ Por ejemplo un medio que utilizamos para trasladar información son los grupos de whatsapp, otro medios son los correos formales que usamos para que siempre quede por escrito las decisiones y las interrogantes que tenemos.

4. ¿Cree que esos medios y canales son eficaces?
 - ✓ Sí porque son directos, no hay un filtro, el mensaje llega directo a la persona que va dirigido con la información que se quiere trasladar. No se pierde la información y siempre queda por escrito.

5. ¿Qué medios utilizan para comunicarse e intercambiar información entre los diferentes departamentos de la agencia?
 - ✓ Se utiliza el correo y los celulares.

6. ¿Cuentan con papelería y formatos predeterminados para realizar status report, reportes de contacto, compra de medios, órdenes de trabajo, cronogramas, brief, estrategias creativas, entre otros?
 - ✓ No, no contamos con formatos predeterminados, cada vez que debemos realizar un reporte o una orden de trabajo usamos un formato diferente, lo que creo que es un poco informal y también hace que se creen confusiones a causa de las diferencias entre cada uno.

7. ¿Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva y eficaz?
 - ✓ Siento que al 100% no porque a veces se pasan por alto algunas cosas o datos pero a la larga sí.

8. ¿Considera que la información recibida para la realización de su trabajo es suficiente y clara?

- ✓ No pero creo que es porque siempre a lo largo del desarrollo de cada campaña surgen interrogantes, como a qué hora es el evento, en qué lugar, qué medidas, entre otros. O puede ser que los clientes cambien a última hora horarios, materiales y otros aspectos de la campaña. Entonces a veces el ejecutivo de cuentas nos traslada la información de última hora al departamento creativo o al de medios. Por lo anterior creo que siempre hay que estarse actualizando y averiguando más información lo que causa que la información no siempre sea suficiente o clara por los cambios que se dan.

9. ¿Cree que la resolución de problemas en la Agencia es eficaz?

- ✓ Sí, la verdad sí, porque sí tenemos mucha comunicación entre nosotros, tratamos de resolver los problemas y decirnos siempre la verdad. Tratamos de hacernos ver nuestros errores pero al mismo tiempo buscamos una solución por el bien de la Agencia y de cada uno de sus integrantes. Algo que creo que deberíamos implementar son reuniones mensuales formales para ver nuestros errores y fortalezas para disminuirlos, eliminarlos o reforzarlos y para evaluar nuestro trabajo en las campañas.

10. ¿Cree que la comunicación entre la dirección y el personal de la Agencia es eficaz?

- ✓ Sí, hay una buena comunicación y tratamos de compartir bastante, lo que nos ayuda a conocernos mejor y llevar una buena relación tanto personal como de trabajo.

11. ¿Considera que las funciones del personal están bien definidas?

- ✓ Al 100% no, porque todos hacemos de todo y en ocasiones no avanzamos por esa razón.

12. ¿Considera que los empleados, colaboran, se respetan y trabajan en equipo?

- ✓ Sí, por ejemplo, todo inicio siempre cuesta pero con el tiempo ya nos adaptamos unos con otros y aprendemos a compartir, a colaborar y respetar nuestras ideas, no sólo por el bien de cada uno de nosotros sino por el bien de la Agencia y porque día a día vayamos creciendo como personas y como Empresa.

Entrevista 3

Nombre: <u>Andrea Recinos</u>	Edad: <u>24 años</u>
Puesto: <u>Ejecutiva de Cuentas</u>	Fecha: <u>12 de febrero 2016</u>
Agencia: <u>Actívame BTL</u>	Hora: <u>1:00 pm</u>
Sexo: <u>Femenino</u>	

1. ¿Con qué medios institucionales cuenta la agencia Activame BTL para darse a conocer?

- ✓ La página web, la página de Facebook, la fan page de Facebook y el Instagram.

2. ¿Considera que los medios institucionales cuentan con la información suficiente para conocerlo, enterarse de lo que sucede en él y se actualizan constantemente?

- ✓ En la agencia contamos con medios como la página web, el Facebook y el Instagram para darlo a conocer pero considero que no contienen la información suficiente ni se actualizan constantemente, además considero que la agencia debería contar con un folleto o libro que contenga la información institucional principal. La página de Facebook y el Instagram si se actualizan constantemente con las activaciones que se realizan, pero creo que también le hace falta información institucional de la Agencia. Además no existe un medio en donde los empleados puedan enterarse de las actualizaciones y de lo que sucede en ella, formalmente. Además no hay una persona en específico que se encargue de la labor de actualizar los medios y tampoco de mejorarlos.

3. ¿Qué medios y canales institucionales utiliza la Agencia para trasladar información a todo el personal?
- ✓ En la agencia se utilizan tres medios para trasladar información a todo el personal, uno es el correo, por medio del cual se mandan solicitudes para realizar algún trabajo o se mandan proyectos para su revisión, presentaciones, entre otros. También se utilizan las pizarras para escribir cosas importantes por hacer diariamente y para colocar papeles importantes.
4. ¿Cree que esos medios y canales son eficaces?
- ✓ No siempre porque a veces la información no va completa o hay que aclarar cosas. Los correos únicamente los puede observar la persona a la que se le mando y si un correo no es enviado a todos, no todos los departamentos se enteran de lo que sucede. El beneficio de éste es que la información llega inmediata y se puede mandar en cualquier momento. La pizarra de marcador no se actualiza constantemente. Y en el caso del pizarrón de corcho, no todos los empleados saben que en específico lo que hay en él. Creo que es importante que exista un medio donde se pueda tener papelería importante, presentaciones, cotizaciones, estrategias guardadas, información institucional de la Agencia entre otras cosas para que todos los empleados puedan recurrir a ellas cuando lo deseen.
5. ¿Qué medios utilizan para comunicarse e intercambiar información entre los diferentes departamentos de la agencia?
- ✓ Utilizamos el correo electrónico y el whatsapp. Cada uno de los trabajadores cuenta con su propio correo de la Agencia tanto para comunicarse con el personal como para comunicarse con los clientes. Y en el whatsapp contamos con un grupo únicamente de los miembros de la agencia y otros en donde nos comunicamos con supervisores, modelos, degustadoras o promotoras a la hora de realizar un evento o una activación.

6. ¿Cuentan con papelería y formatos predeterminados para realizar status report, reportes de contacto, compra de medios, órdenes de trabajo, cronogramas, brief, estrategias creativas, entre otros?
- ✓ No, no contamos con formatos específicos de esa papelería, se realizan informes o reportes pero no se tiene un formato establecido lo que dificulta la realización y eficacia de éstos y el orden de los papeles importantes de la agencia. Ya que cuando se necesita algo se manda o se solicita pero de manera informal. Tampoco se cuenta con un archivo en donde se pueda colocar toda esa papelería y recurrir a ella en el momento que se necesite o que un cliente lo solicite.
7. ¿Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva y eficaz?
- ✓ Sí, pero creo que en ocasiones, por lo que mencioné con la pregunta anterior, se tienen dudas sobre lo que sucede con alguna cuenta y no se puede recurrir a un lugar en específico para ver la información, sino que hay que estar preguntando o pidiendo que la manden por correo u otro medio. Sin embargo creo que mantenemos una buena comunicación ya que por ser una Agencia pequeña siempre estamos cerca y podemos solicitarnos ayuda en cualquier momento.
8. ¿Considera que la información recibida para la realización de su trabajo es suficiente y clara?
- ✓ No, no siempre lo es porque como no existen formatos preestablecidos para colocar lo que necesita el cliente específicamente con todos lo que se necesita saber de la cuenta. En ocasiones no se manda la información completa o no se toma nota de aspectos importantes.

9. ¿Cree que la resolución de problemas en la Agencia es eficaz?

- ✓ Si creo que si es eficaz, mantenemos una buena comunicación, como mencioné antes por ser una Agencia pequeña, siempre estamos en contacto y nos llevamos muy bien. Cuando se da algún problema se trata de solucionarlo lo más pronto posible, de la mejor manera, no solo por nuestro bien sino por el de la Agencia y sobre todo por nuestros clientes.

10. ¿Cree que la comunicación entre la dirección y el personal de la Agencia es eficaz?

- ✓ Si creo que sí, la dirección trata de no marcar diferencias por lo cual se tiene una relación muy amena. Los problemas que se dan se tratan de solucionar y día a día se trabaja en armonía y tranquilidad. Como compañeros de trabajo compartimos mucho y tratamos juntos de sacar a la Agencia adelante y llevarla al éxito.

11. ¿Considera que las funciones del personal están bien definidas?

- ✓ Creo que no, ya que en ocasiones todos hacemos de todo, tanto por ayudarnos como por sacar más rápidamente un trabajo. Pero si creo que se deberían definir mejor ya que en ocasiones así como adelantamos también nos atrasamos porque si uno ayuda al otro, deja de lado su trabajo y entonces se estanca.

12. ¿Considera que los empleados, colaboran, se respetan y trabajan en equipo?

- ✓ Si creo que sí, todos tratan de trabajar en armonía, cuando alguien se equivoca o sugiere algo se le escucha y también se le respeta. Al mismo tiempo como lo dije anteriormente, cuando alguien necesita ayuda, todos colaboran y trabajan en equipo para alcanzar los objetivos de cada campaña.

Anexo 2: Boleta de entrevistas

Nombre: _____	Edad: _____
Puesto: _____	Fecha: _____
Agencia: _____	Hora: _____
Sexo: _____	

1. ¿Considera que los medios institucionales cuentan con la información suficiente para conocerlo, enterarse de lo que sucede en él y se actualizan constantemente?
✓
2. ¿Qué medios y canales institucionales utiliza la Agencia para trasladar información a todo el personal?
✓
3. ¿Cree que esos medios y canales son eficaces?
✓
4. ¿Qué medios utilizan para comunicarse e intercambiar información entre los diferentes departamentos de la agencia?
✓
5. ¿Cuentan con papelería y formatos predeterminados para realizar status report, reportes de contacto, compra de medios, órdenes de trabajo, cronogramas, brief, estrategias creativas, entre otros?
✓
6. ¿Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos es efectiva y eficaz?
✓

7. ¿Considera que la información recibida para la realización de su trabajo es suficiente y clara?

✓

8. ¿Cree que la resolución de problemas en la Agencia es eficaz?

✓

9. ¿Cree que la comunicación entre la dirección y el personal de la Agencia es eficaz?

✓

10. ¿Considera que las funciones del personal están bien definidas?

✓

11. ¿Considera que los empleados, colaboran, se respetan y trabajan en equipo?

✓

12. ¿Considera que los empleados, colaboran, se respetan y trabajan en equipo?

✓

Anexo 3: Papelería Oficial Agencia Activame BTL



Papelería oficial de la Agencia Activame BTL (Portada), como una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su proyecto de comunicación.

activame

REPORTE DE CONTACTO

CLIENTE: _____
EMPRESA: _____
LUGAR DE REUNIÓN: _____
HORA: _____
SOLICITADA POR: El cliente La agencia


OBSERVACIONES: _____

Firma del ejecutivo _____


2473.8109
5 CALLE 2077 ZONA 11 COLONIA MIRADORES I
MIRADOR@activamebtl.com - www.activamebtl.com

2

Papelería oficial de la Agencia Activame BTL (Reporte de contacto), como una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su proyecto de comunicación.

 **STATUS REPORT**

CLIENTE: _____
 EMPRESA: _____
 EVENTO O CAMPAÑA: _____
 FECHA INICIO EVENTO: _____
 FECHA FIN EVENTO: _____
 LUGAR: _____
 EJECUTIVO RESPONSABLE: _____


PROYECTO	SITUACIÓN ACTUAL	AVANCES O RIESGOS 	ACCIONES A REALIZAR	FECHA	OBSERVACIONES	SUPERVISOR

 Firma del ejecutivo

2472.8109
 5 CALLE 2077 ZONA 11, COLONIA MIRADOR I
 info@activamebt.com - www.activamebt.com

3

Papelería oficial de la Agencia Activame BTL (Status report), como una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su proyecto de comunicación.

 **REPORTE DE GASTOS**

CLIENTE: _____
 EMPRESA: _____
 EVENTO O CAMPAÑA: _____
 FECHA INICIO EVENTO: _____
 FECHA FIN EVENTO: _____
 LUGAR: _____
 EJECUTIVO RESPONSABLE: _____

NO.	MATERIAL O SERVICIO	PROVEEDOR	COSTO
			Q
			Q
			Q
			Q
			Q
			Q
			Q
			Q
			Q
			Q
TOTAL			Q

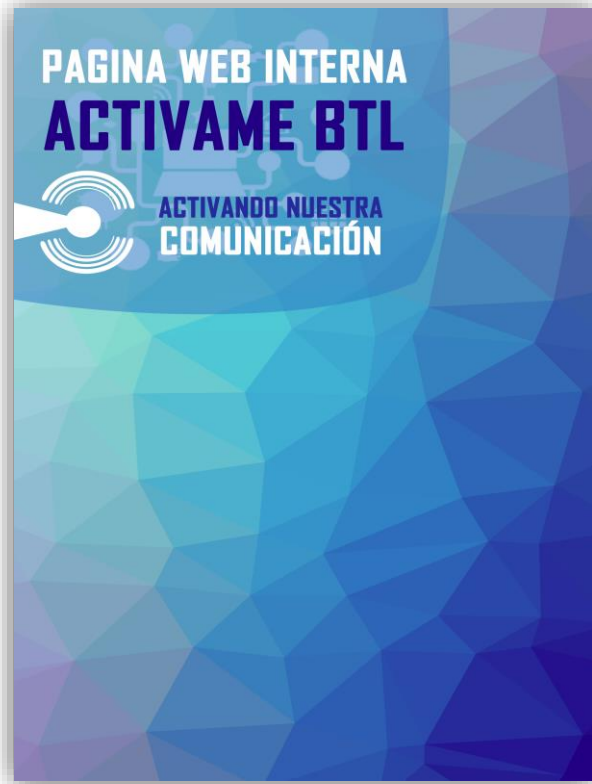
 Autorizado por

2472.8109
 5 CALLE 2077 ZONA 11, COLONIA MIRADOR I
 info@activamebt.com - www.activamebt.com

15

Papelería oficial de la Agencia Activame BTL (Reporte de gastos), como una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su proyecto de comunicación.

Anexo 4: Guía para el correcto uso de la nueva página web interna de la Agencia Activame BTL



Guía para el correcto uso de la página web interna de la Agencia Activame BTL. Carátula



Guía para el correcto uso de la página web interna de la Agencia Activame BTL. Paso 1 y 2

CÓMO UTILIZARLA

PASO 3

INGRESA LOS SIGUIENTES DATOS PARA INGRESAR A LA PÁGINA INTERNA DE ACTIVAME BTL

Usuario: BTL Interno
Password: BTLInternoAdmin01.

BIENVENIDO AL SITIO WEB INTERNO DE LA AGENCIA ACTIVAME BTL

PASO 4

The infographic features a dark blue background with a white icon of a person at a computer. A large red arrow points from the login information box to a computer monitor displaying the website's home page. A large green arrow points from the bottom left towards the 'PASO 4' label.

Guía para el correcto uso de la página web interna de la Agencia Activame BTL. Paso 3 y 4.

CÓMO UTILIZARLA

PASO 7

Actualiza la página

Refresh

Busca tus archivos

Search:

Cierra sesión

Logout

QUICK TIP

Si deseas acceder rápidamente a la aplicación desde tu celular, presiona "OPCIONES" y luego "AGREGAR A PANT. PRINCIPAL"

Si quieres acceder a la página web interna de Activame BTL desde tu móvil, debes seguir el mismo procedimiento que seguiste en tu computador.

PARA TU MÓVIL

The infographic features a dark blue background with a white icon of a person at a computer. A large red arrow points from the 'Actualiza la página' section to a smartphone displaying the website. A large green arrow points from the bottom left towards the 'PARA TU MÓVIL' label. A yellow callout box contains the 'QUICK TIP' text.

Guía para el correcto uso de la página web interna de la Agencia Activame BTL. Paso 7 y uso en el móvil.

Anexo 5: Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL




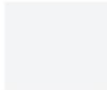





Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL "Misión", como una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su proyecto de comunicación.

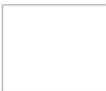


El logotipo consta de seis colores básicos y 1 secundario que es utilizado como contorno del logotipo al momento de usar fondos específicos.

COLORES BÁSICOS

			
Pantone 2925 C RGB: R= 0 G= 158 B= 224 CMYK: C= 76 M= 21 Y= 0 K= 0	Pantone 361 C RGB: R= 61 G= 175 B= 44 CMYK: C= 73 M= 0 Y= 100 K= 0	Pantone 7564 C RGB: R= 226 G= 152 B= 19 CMYK: C= 10 M= 44 Y= 97 K= 1	Pantone 663 C RGB: R= 243 G= 244 B= 245 CMYK: C= 6 M= 4 Y= 4 K= 0
			
Pantone 636 C RGB: R= 129 G= 205 B= 223 CMYK: C= 51 M= 0 Y= 13 K= 0	Pantone Cool Gray 5 C RGB: R= 177 G=175 B= 174 CMYK: C= 33 M= 26 Y= 27 K= 5	Pantone 376 C RGB: R= 129 G= 188 B= 0 CMYK: C= 57 M= 0 Y= 100 K= 0	

COLOR SECUNDARIO


RGB: R= 255 G= 255 B= 255 CMYK: C= 0 M=0 Y= 0 K= 0

**NUESTROS
COLORES**

Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL "Nuestros colores", como una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su proyecto de comunicación.

MARKETING DE GUERRILLA

El Marketing de GUERRILLA es un conjunto de estrategias, ejecutadas con técnicas no convencionales que consigue resultados a través del ingenio y la creatividad, en lugar de una gran inversión en espacios publicitarios utilizamos:

- Carteles
- Packeting
- Montajes en la vía pública
- Medios de transporte

Donde transformamos medios del entorno, proporcionándole a los consumidores experiencias que los sorprenden, lo cual hace que las marcas queden posicionadas en sus mentes.

EVENTOS

En ACTIVAME creamos y producimos eventos al nivel de las mejores marcas, con logros de objetivos evidentes.

- Lanzamientos de productos
- Shows corporativos
- Convenciones
- Capacitaciones
- Participación en exposiciones y ferias
- Manejo de patrocinios

MARKETING EXPERIENCIAL

ACTIVAME le ofrece ideas frescas e innovadoras a nuestros clientes, en las cuales hacemos vivir las estrategias a través de experiencias sensoriales y digitales:

- Acciones en vía pública.
- Interacción en redes sociales.
- Sampling
- RRPP
- Eventos

**CÓMO LO
HACEMOS**

Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL "Cómo lo hacemos", como una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su proyecto de comunicación.



SIGNIFICADO

El significado del logo de la Agencia Activame BTL es el siguiente:

**A
C
T
I
V
A
M
E**

-La palabra activame del logo significa, como la palabra lo dice, que nuestra Agencia se especializa en activar, en darle vida a las marcas, permite que se pongan en funcionamiento, que se den a conocer mediante una comunicacion activa, eficiente y efectiva y que estén posicionadas en las mentes de sus consumidores y grupo objetivo para que estos estén motivados a utilizar los productos o servicios de nuestros clientes.

**E
S
F
E
R
A**

-La esfera significa la unión, armonía que creamos con nuestros clientes y estos con sus consumidores, representa las relaciones seguras y estables que tiene la Agencia. La esfera tiene tres franjas de tres diferentes colores que representan la comunicación efectiva que proporcionamos a nuestros clientes y a sus consumidores mediante diversas formas de expresión y creatividad y las ideas que creamos, las cuales les dan un nuevo giro a las marcas.



LOGO

Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL "Logo", como una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su proyecto de comunicación.



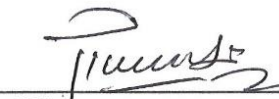
Manual Corporativo de la Agencia Activame BTL “Qué hacemos”, como una de las estrategias implementadas por la epesista Andrea Recinos en su proyecto de comunicación.

Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Andrea Beatriz Recinos Ortiz
No. De Carné: 201115126
Jefe o Encargado (a): Hugo Armando Jose Hernández Escobar Director General
Institución o Empresa: Activame BTL
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 16 / Al: 20	Mayo	6	6	6	6	6		30
2	Del: 23 / Al: 27	Mayo	5	5	5	6	6		27
3	Del: 30 / Al: 3	Mayo - Junio	6	6	6	6	6		30
4	Del: 6 / Al: 10	Junio	6	6	6	6	7		31
5	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	5	7	7	7		31
6	Del: 20 / Al: 24	Junio	6	6	6	7	7		32
7	Del: 27 / Al: 1	Junio - Julio	6	7	7	--	8		28
8	Del: 4 / Al: 8	Julio	6	6	6	3	6		27
9	Del: 11 / Al: 15	Julio	4	4	5	5	5		23
10	Del: 18 / Al: 22	Julio	4	4	4	4	4		20
11	Del: 25 / Al: 29	Julio	4	4	4	4	5		21
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300

(f) 
 Firma y Sello jefe (a) o Encargado


(f) 
 Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL
