

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura



## **“Plan de Comunicación interna y externa para el Call Center Innovative Contact Solutions”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**JORGE ALFONSO ROY PALACIOS**

**CARNÉ: 201114993**

Previo a portar el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, Agosto de 2017

**Consejo Directivo:**

**Director:**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

**Representantes Estudiantiles:**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

**Representante de Egresados:**

MA. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria:**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Coordinador de EPS Licenciatura**

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

**Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Guatemala, 25 de agosto de 2017

Licenciado 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 epesista **Jorge Alfonso Roy Palacios** con número de carné **201114993** 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 el departamento de **Reclutamiento/Sourcing** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 01 de junio al 28 de julio del año en curso.

Durante este tiempo ejecutó el proyecto comunicacional "**Plan de comunicación Interna y externa de Innovative Contact Solutions**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por **Innovative Contact Solutions**.

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

Atentamente,



**RH**  
15 Av. 05-00 Z. 13 Edif. WTC  
Torre Norte 5to. nivel  
Ximena Olivares  
Gerente de Recursos Humanos

**15 avenida 5-00 Zona 13, Edificio WTC Torre Norte 5to. Nivel**  
**Phone: +502 2411 2600 • Email: [info@iccontactsol.com](mailto:info@iccontactsol.com)**



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



Guatemala 19 de octubre de 2017

Estudiante  
Jorge Alfonso Roy Palacios  
201114993  
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 **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE INNOVATIVE CONTACT SOLUTIONS**. 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 distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
  
Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández  
Supervisora EPS de Licenciatura

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



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt

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

## DEDICATORIA

- A DIOS: Por darme la vida, las fuerzas para seguir adelante, la determinación para seguir mis sueños y no rendirme hasta que los alcanzara.
- A MI MADRE: Por el apoyo incondicional, por todas las desveladas juntos, porque nunca me hiciera falta mi pan de la refacción, porque siempre me diste lo que necesitaba mas no lo que quería y así me enseñaste el valor de las cosas y que todo era posible si me lo proponía.
- A MI PADRE: Por tu cariño, porque siempre velaste que no me hiciera falta nada, porque siempre tuviste una sonrisa para alegrar mis días, porque siempre supiste bien aconsejarme en mi vida y ser un ejemplo a seguir.
- A MI HERMANA: Por tus ocurrencias, por tu forma de ser y estar conmigo aunque yo simplemente no quería estar con nadie, por aguantar todas mis bromas y enojos, porque sin ti no sería quien soy ahora.
- A MIS ABUELITOS: Por la crianza que me dieron e hicieron que este donde estoy ahora, porque a través de su enorme amor me inculcaron valores tanto como para ser buena persona y un buen cristiano.
- A MI TIA MOMO: Por sus regaños que tal vez no es sino hasta ahora que los entiendo y comprendo, que todo era por mi propio bien, para que aprendiera acerca de la vida y que no tenía necesidad de equivocarme si la tenía a ella para que me aconsejara... Gracias Tia Momis.
- A MI FAMILIA: Porque todos y cada uno me apoyó y ayudó de alguna manera especial y se los agradezco de corazón, este triunfo es de todos y se vienen muchos más.
- A MIS AMIGOS: Por todos los momentos de alegrías y tristezas que hemos pasado, porque todos han estado cuando los he necesitado, porque así como nos la podemos pasar bien sé que me apoyan y nunca me van a defraudar, porque cada uno ha aportado algo bueno en mi vida e hizo de mi una mejor persona.

## AGRADECIMIENTOS

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, que es mi segunda casa y a la cual le debo toda mi carrera, la universidad que te enseña a luchar por tus metas y que nadie te puede decir hasta dónde vas a llegar sino que es uno mismo quien decide que tan grande será su éxito.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, que fue en donde pude pulir todas mis virtudes y cualidades que me hacen como persona, la casa que vio poco a poco mi crecimiento y mi superación.

Al LIC. LUIS PEDROZA, quien fue la persona que creyó en mí y me alentó a seguir este proceso del EPS para superarme y lograr mis metas.

A MSc. SERGIO MORATAYA, gracias especiales por brindarme el espacio en la ECC y saberla llevar por buen camino.

A la LICDA. SANDRA HERNANDEZ, por su guía durante todo este proceso, por que caminamos juntos esta etapa e hizo que lograra mi objetivo.

A la LICDA. XIMENA OLIVARES, por creer en mí y darme la oportunidad de aplicar mis conocimientos en el Call Center Innovative Contact Solutions.

Al LIC. SANTIAGO DUCHEZ, por ser mi compañero en este proceso, porque aprendimos cosas juntos y supimos superar todos los obstáculos, por esas tardes cuando teníamos que seguir adelante aunque estuviéramos súper cansados, muchas gracias Santi.

A la DOCTORA MILAGRO ROJAS, por ser como una segunda madre para mí, quien siempre me alentó a seguir adelante, la persona quien me acompaña, me llena de alegría y orgullo decir que es mi madrina, le doy muchas pero muchas gracias Doña Mili.

# Índice

Resumen .....	XI
Introducción .....	XII
Justificación .....	XIII
<b>Capítulo I</b> .....	<b>14</b>
<b>1. Diagnóstico</b> .....	<b>14</b>
<b>1.1 Objetivos del diagnóstico:</b> .....	<b>14</b>
1.1.1 Objetivo General: .....	14
1.1.2 Objetivos Específicos: .....	14
<b>1.2 La institución – Innovative Contact Solutions:</b> .....	<b>14</b>
1.2.1 Ubicación Geográfica: .....	14
1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas .....	14
1.2.3 Antecedentes o Historia .....	15
1.2.4 Departamentos o dependencias .....	15
1.2.5 Misión, Visión, Objetivos institucionales. ....	15
1.2.6 Público Objetivo .....	17
1.2.7 Organigrama: .....	17
<b>1.3 Metodología:</b> .....	<b>18</b>
1.3.1 Descripción del Método: .....	18
1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección: .....	19
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico: .....	22
<b>1.4 Recopilación de datos:</b> .....	<b>23</b>
1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas .....	23
<b>1.5 Radiografía de la institución</b> .....	<b>27</b>
1.5.1 Fortalezas .....	27
1.5.1 Oportunidades .....	27
1.5.2 Debilidades .....	27
1.5.3 Amenazas .....	27



<b>Capítulo II.....</b>	<b>28</b>
<b>2. Plan de Comunicación.....</b>	<b>28</b>
<b>2.1 Antecedentes Comunicacionales.....</b>	<b>28</b>
<b>2.2 Objetivos de Comunicación.....</b>	<b>28</b>
2.2.1 Objetivos General.....	28
2.2.2 Objetivos Específicos.....	28
<b>2.3 Público Objetivo.....</b>	<b>29</b>
<b>2.4 Mensaje.....</b>	<b>30</b>
<b>2.5 Estrategias y Acciones de comunicación.....</b>	<b>30</b>
<b>2.6 Fichas de Acciones.....</b>	<b>31</b>
<b>Capítulo III.....</b>	<b>36</b>
<b>3. Informe de Ejecución.....</b>	<b>36</b>
<b>3.1 Proyecto desarrollado.....</b>	<b>36</b>
3.1.1 Financiamiento.....	36
3.1.2 Presupuesto.....	36
3.1.3 Beneficiarios.....	37
3.1.4 Recursos humanos.....	37
3.1.5 Área Geográfica de Acción.....	38
<b>3.2 Estrategias y Acciones Desarrolladas:.....</b>	<b>38</b>
<b>3.3 Cronograma de actividades.....</b>	<b>45</b>
<b>3.4 Control y seguimiento.....</b>	<b>46</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>47</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>48</b>
<b>Glosario de Términos.....</b>	<b>49</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>53</b>
<b>E-grafía.....</b>	<b>53</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>54</b>

**Lista de Acciones** ..... 57

    Ficha de las entrevistas: ..... 58

    Resultado de las entrevistas:..... 59

    Tabla de puntos de encuentros y disensos entre entrevistados: ..... 60

**Transcripción completa de las entrevistas** ..... 61

    Entrevista Ximena Olivares: ..... 61

    Entrevista Jose Grajeda:..... 62

    Entrevista Julia Reyes: ..... 63

**Modelo de la encuesta** ..... 65

**Matriz o vaciado de las encuestas** ..... 67

## **Resumen**

**Nombre de la Institución:** Innovative Contact Solutions.

**Nombre del Proyecto:** Plan de Comunicación interna y externa para el Call Center Innovative Contact Solutions.

### **Objetivos del Proyecto:**

#### **General:**

- Crear un plan de comunicación interna y externa para el Call Center Innovative Contact Solutions.

#### **Específicos:**

- Mejorar la comunicación interna y externa de Innovative Contact Solutions.
- Incrementar la interacción de las redes sociales de Innovative Contact Solutions.
- Innovar los programas y actividades de Innovative Contact Solutions.
- Fortalecer el clima laboral.
- Reforzar los medios de comunicación existentes.

#### **Sinopsis del proyecto:**

El proyecto consistió en la elaboración de un plan de comunicación interno y externo para mejorar la forma en la cual el call center Innovative Contact Solutions muestra su imagen comenzando por los agentes que laboran en este establecimiento y también a las demás personas fuera del call center.

Se realizaron dos estrategias, una dirigida al grupo objetivo interno y otra dirigida para el grupo objetivo externo las cuales reflejaron resultados positivos al final del proyecto demostrando así la necesidad de evaluar los procesos de comunicación para su constante innovación y optimización de los mismos.

## Introducción

El Plan de Comunicación interna y externa para el Call Center Innovative Contact Solutions, es un proyecto que se hizo con la finalidad de mejorar la comunicación que se manejaba en este establecimiento.

El primer paso fue realizar un **Diagnóstico** en el cual se reflejaran las carencias de Innovative Contact Solutions debido a la falta de un estudio comunicacional y que debían ser solventadas de raíz para mejorar la comunicación interna y externa.

Ya teniendo el diagnóstico correspondiente se procede a la **Planificación**, en donde se presentan las posibles soluciones a las carencias reflejadas en el diagnóstico, las estrategias que se presentaron en esta fase fueron elaboradas en conjunto con el consentimiento de un representante de Innovative Contact Solutions. Ya que debían ser alcanzables y realizables.

Al finalizar esta fase vino la **Ejecución** la cual tiene la intención de llevar a cabo las estrategias que se plantearon y fueron autorizadas por la persona encargada de Innovative Contact Solutions, que respondan de manera más eficiente las necesidades que reflejaron el diagnóstico.

Al final se presentan los resultados y se pone en evidencia todo el trabajo realizado del epesista junto con la documentación correspondiente que lo avala y fundamenta la veracidad del mismo.

## Justificación

Uno de los principios fundamentales de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), es la promoción de investigaciones y así mismo el aporte a la sociedad guatemalteca gratuito al que se está obligado como estudiante de dicha casa de estudios, por ser el máximo ente rector de la educación superior en Guatemala.

Tomando como premisa lo anterior, se desarrolla el presente plan de comunicación a ejecutarse en el departamento de **Reclutamiento y Sourcing** en el call center Innovative Contact Solutions como proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la USAC.

Este proyecto este tiene un Orden y fundamento en el cual se sostiene primero su elaboración ya que responde a carencias o deficiencias comunicaciones y propone soluciones a las mismas para que este sea un trabajo que aporte a la institución, es por esto que se ve la necesidad de realizar un trabajo de esta naturaleza y así aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera y devolver de manera gratuita el apoyo que se le brindó al epesista en su vida estudiantil.

# Capítulo I

## 1. Diagnóstico

### 1.1 Objetivos del diagnóstico:

#### 1.1.1 Objetivo General:

- Presentar un diagnóstico de comunicación en el Call Center Innovative Contact Solutions se encuentra actualmente.

#### 1.1.2 Objetivos Específicos:

- Analizar el tipo de comunicación que actualmente se utiliza en la fan page de Innovative Contact Solutions.
- Determinar cómo se está manejando la información a través de las redes sociales.
- Evaluar los medios de comunicación del Call Center Innovative Contact Solutions.
- Presentar un plan de Comunicación para fortalecer el posicionamiento.

### 1.2 La institución – Innovative Contact Solutions:

#### 1.2.1 Ubicación Geográfica:

Avenida 5-00 Zona 13 Edificio WTC, Torre Norte, 5to. Nivel

#### 1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

A la fecha no presenta.

### **1.2.3 Antecedentes o Historia**

Innovative Contact Solutions. Comenzó operaciones en abril del 2006, la primera cuenta que obtuvo fue nombrada Restaurantes, y la operación o fin de la cuenta consistía en entrega de comida rápida. A través del tiempo a Innovative Contact Solutions. Se han integrado cuentas de back office, chat, correo electrónico y cuentas de voz (que son su fuerte).

Desde el 2013 ICS fue adquirida por una empresa canadiense llamada 24-7 intouch, y actualmente forma parte de la familia de 24-7 intouch.

### **1.2.4 Departamentos o dependencias**

A la fecha no presenta.

### **1.2.5 Misión, Visión, Objetivos institucionales.**

Innovative Contact Solutions. Posee algo más que Misión, Visión, y Objetivos Generales, ICS posee algo que se denomina “The 10 things” (Las 10 cosas), estos pensamientos son actitudes, frases de cabecera, reglas, lineamientos que se siguen para desarrollar la empresa en sí, y generar un buen impacto en el cliente.

1. We like to Win (Nos gusta ganar): A lo que se refiere es que ganar no es solo crecer, conseguir más cuentas o solo números, para ICS ganar significa causar un impacto positivo en el cliente. Un impacto que quede como un buen sabor de boca y eso es ganar.
2. Today is always almost over (hoy ya casi termina): Esto quiere decir que la mayoría de las veces siempre se va a estar corriendo contra el tiempo, es decir que si de alguna manera para algún cliente no se puede satisfacer la necesidad, habrá alguna otra manera para hacerlo, no se tienen que dejar las cosas para después, sino que hay que encontrar la manera de dar una solución en ese mismo momento.
3. We obsess about our clients (Nos obsesionamos con nuestros clientes): Se identifican mucho con los clientes, se busca la manera de que tengan una experiencia de valor, innovadora y memorable para reflejar la marca en sí, la cultura y hacer feliz a un cliente a toda costa.

4. You can fail, but fail fast (Puedes fallar, pero falla rápido): Todas las personas tienen el poder de cambiar las cosas, si en algún momento uno se equivoca en algo, uno toma la decisión de enfrentar las cosas, si funcionaron, seguir las haciendo así, y si no encontrar una solución rápido para mejorar lo que se tenga que mejorar.
5. Learn, Unlearn (Aprender, Desaprender): la vida siempre va cambiando, esto es algo inevitable y bueno a la vez para poder innovar, hay que dejar atrás algunos hábitos para poder dar lugar a nuevas formas de hacer las cosas para poder acoplarnos al mundo y nuestro cliente y brindar la mejor de las experiencias.
6. What we love most about our home is who we share it with (Lo que más nos gusta de nuestra casa es con quien la compartimos): Todos somos una familia y como familia el mayor éxito es que todos tengamos hagamos las cosas bien, poder compartir no solo con los clientes pero también con la misma familia lo bien que se hacen las cosas es parte de the 10 things.
7. Happiness is an attitude (Felicidad es una actitud): toda la familia de ICS demuestra felicidad hacia el cliente o los compañeros de trabajo para hacer del trabajo algo más allá que una obligación, para poder hacer que nuestros clientes se sientan parte de nuestra familia.
8. Inspiration needs execution (Inspiración necesita ejecución): todas las ideas son bienvenidas, hay muy buenas ideas que se generan hasta de una conversación entre amigos pero vale la pena hacer realidad para que no se quede como una idea.



9. Batman had Robin, Holmes had Watson (Batman tiene a Robin, Holmes tiene a Watson): Una de las cosas que promovemos es la misma superación de nuestra familia, es decir apoyar totalmente el crecimiento integran de un agente hasta convertirse en un gerente de operaciones es uno de nuestras metas para que todos sientan el apoyo y que sientas que creemos en ellos.
  
10. We will judge our success on more than just making Money (Vamos a juzgar nuestro éxito en algo más que ganar dinero): no solo se ve el éxito en cuanto hemos crecido o ganado dinero en un periodo de tiempo específico, se mide el éxito también en cuanto se invierte en los empleados o en las instalaciones, éxito también significa fomentar un gusto por ir a trabajar y para poderlo realizar de la mejor manera.

#### **1.2.6 Público Objetivo**

Innovative Contact Solutions. Tiene un grupo objetivo bastante amplio para poder brindarle muy buenas experiencias de trabajo a hombres y mujeres que buscar la auto realización, Ya sea de manera temporal por ejemplo a un estudiante universitario que quiere superarse mientras termina su carrera o también hasta brindarle estabilidad laborar a una persona adulta que busca establecerse en un ambiente laboral donde se sienta cómodo y poder ir subiendo dentro de la misma empresa.

#### **1.2.7 Organigrama:**

A la fecha no presenta.

### **1.3 Metodología:**

“Metodología es un vocablo generado a partir de tres palabras de origen griego:metà (“más allá”), odòs (“camino”) y logos (“estudio”). El concepto hace referencia al plan de investigación que permite cumplir ciertos objetivos en el marco de una ciencia. Cabe resaltar que la metodología también puede ser aplicada en el ámbito artístico, cuando se lleva a cabo una observación rigurosa. Por lo tanto, puede entenderse a la metodología como el conjunto de procedimientos que determinan una investigación de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición doctrinal.” (Autores: Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2008. Actualizado: 2012.Definicion.de: Definición de metodología

“Metodología. Parte del proceso de investigación o método científico, que sigue a la propedéutica, y permite sistematizar los métodos y las técnicas necesarias para llevarla a cabo. Los métodos elegidos por el investigador facilitan el descubrimiento de conocimientos seguros y confiables que, potencialmente, solucionarán los problemas planteados.” (Agulló Tomás, Esteban (1997). Jóvenes, Trabajo e Identidad (en Español). Universidad de Oviedo, pp. 77. ISBN 8474689821.)

#### **1.3.1 Descripción del Método:**

“Método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera” (Autores: Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2008. Actualizado: 2012.Definicion.de: Definición de metodología

Se utilizara como instrumento de recolección de datos, a encuesta de procedimiento mixto y la observación directa. Ya que para realizar de mejor manera el diagnostico vale la pena detenernos un momento en saber qué es lo que internamente piensan a cerca de la empresa en sí y luego trasladar ese pensamiento hacia nuestro grupo objetivo fuera de la empresa.

### **1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección:**

#### **La Observación:**

“Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor numero de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia a sido lograda mediante la observación. Existen dos clases de observación: la Observación no científica y la observación científica. La diferencia básica entre una y otra está en la intencionalidad: observar científicamente significa observar con un objetivo claro, definido y preciso: el investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente la observación. Observar no científicamente significa observar sin intención, sin objetivo definido y por tanto, sin preparación previa”. (Puente, 2014)

"El estudio del acto de enseñanza utiliza como principal instrumento de investigación, sistemas o planos de observación de acontecimientos o comportamientos". Como toda ciencia la enseñanza y el entrenamiento necesitan de grabaciones objetivas. La observación constituye un método de toma de datos destinados a representar lo más fielmente posible lo que ocurre, la realidad. Piéron (1986).

A través de la observación se podrá apreciar cómo es que los agentes se relacionan entre sí y con las autoridades de ICS y tener un punto de vista más exacto de lo que en realidad está pasando ya que se extrae la información de la persona es decir de una fuente primaria

### **La Encuesta:**

Una definición sencilla de qué es una encuesta es un estudio en el cual el investigador obtiene los datos a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. (EncuestasTick, 2015)

### **Tipos de encuestas**

Existen varios tipos de encuestas según el medio que se utiliza para la realización de la encuesta:

- Encuestas cara a cara: Consisten en entrevistas directas y personales con cada encuestado.
- Encuestas telefónicas: Este tipo de encuesta consiste en una entrevista vía telefónica con cada encuestado.
- Encuestas por correo: Consiste en el envío de un cuestionario a los potenciales encuestados, pedirles que lo rellenen y hacer que lo devuelvan completado.
- Encuestas por Internet, encuestas online: Este tipo de encuesta consiste en colocar un cuestionario en una página web o crear una encuesta online y enviarla a los correos electrónicos.

(EncuestasTick, 2015)

Se utiliza las encuesta porque es una herramienta cualitativa y puede dar una referencia completa de lo que se los agentes de ICS piensan, y les gustaría expresar a las autoridades, en si están de acuerdo o no con la situación actual.

### **Entrevista:**

Es un término que está vinculado al verbo entrevistar (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado).

Ejemplo de frases donde aparece el término: “En el próximo número de la revista publicaremos una entrevista exclusiva con Manu Ginóbili”, “Mañana tengo una entrevista de trabajo en el centro”, “Después de la entrevista con el doctor, decidiremos cuáles son los pasos a seguir”. La entrevista puede tener una finalidad periodística y desarrollarse para establecer una comunicación indirecta entre el entrevistado y su público. En este sentido, la entrevista puede registrarse con un grabador para ser reproducida en radio o como archivo de audio, grabarse con filmadora para captarla en vídeo o transcribirse en un texto. Las entrevistas pueden ser de tipo científicas, cuya intención es promover la investigación sobre algún tema relacionado con la ciencia y que supone la obtención de información en torno a la labor de un individuo o grupo para poder influir sobre las opiniones y sentimientos que la comunidad a la que vaya dirigida la entrevista tenga sobre ese tema. (Autores: Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2008. Actualizado: 2012. Definicion.de: Definición de entrevista

La entrevista se le realizara a los empleados de ICS es una entrevista mixta ya que posee preguntas cerradas y abiertas en donde se va a poder determinar de qué manera es que piensan los empleados de ICS pero en diferentes rangos y posiciones.

### 1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:

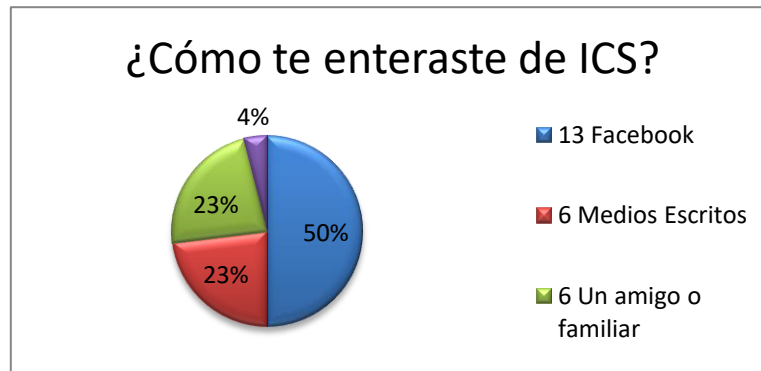
Actividad	Cronograma del Diagnóstico							
	Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Charla informativa del Propedeutico Auditorium M2			x					
Cita con la encargada de Recursos humanos				x				
Solicitar y entrega de carta de aceptación					x			
Elaboración del Diagnóstico						x		
Recopilación de datos de la empresa							x	
Elaboración de encuesta							x	
Realización de las encuestas a los empleados								x
Extracción de datos								x
Conclusiones								x
Entrega final del diagnostico								x

Fuente: Cronograma de Actividades realizadas durante los meses de Enero y Febrero 2017 desarrolladas por el epesista Jorge Roy.

## 1.4 Recopilación de datos:

### 1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

Grafica 1:



Fuente: Roy Palacios, Jorge Alfonso: 2017, Guatemala, EPS Licenciatura, ECC, USAC.

**Interpretación:** La mayoría de personas se enteraron por medio de Facebook, esto quiere decir que la mejor forma para poder llegarle a nuestro grupo objetivo es a través de esta plataforma, sin embargo esto es porque la mayoría de personas son alrededor de 18 a 28 años el resto de las personas que tiene una edad más avanzada fueron los que se enteraron de ICS de alguna otra forma. Es decir que el factor determinante entre la diferencia es la edad

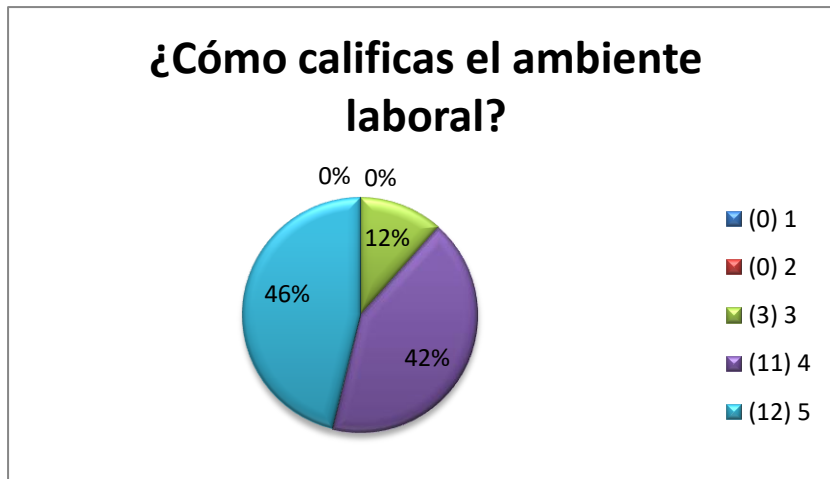
Grafica 2:



Fuente: Roy Palacios, Jorge Alfonso: 2017, Guatemala, EPS Licenciatura, ECC, USAC.

**Interpretación:** En el apartado de “¿Por qué?” en base a las opiniones prevalece que no es un ambiente laboral muy bueno, sienten apoyo por parte de los horarios y no se quejan de explotación.

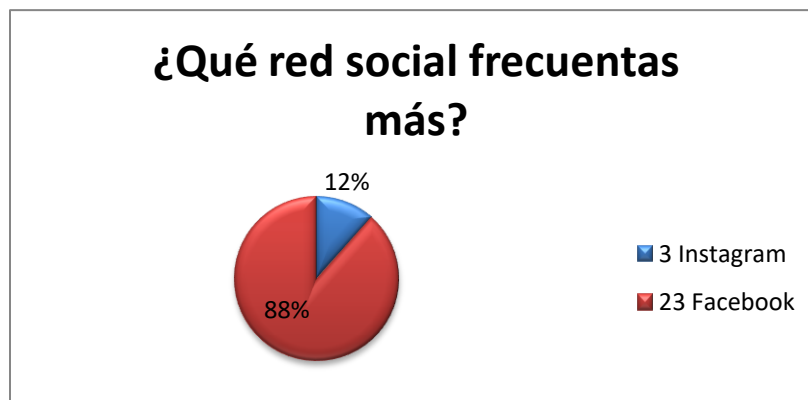
Grafica 3:



Fuente: Roy Palacios, Jorge Alfonso: 2017, Guatemala, EPS Licenciatura, ECC, USAC.

**Interpretación:** La mayoría de las personas concuerdan con que ICS si es una buena empresa para trabajar ya que la califican con 4 o 5 y esto es gracias a que si se les parece tanto como la remuneración y los horarios que se manejan

Grafica 4:



Fuente: Roy Palacios, Jorge Alfonso: 2017, Guatemala, EPS Licenciatura, ECC, USAC.

**Interpretación:** De nuevo podemos observar que Facebook es la plataforma que más potencial tiene para darse a conocer la información que queremos transmitir a nuestro grupo objetivo, ya sea para dar un mensaje interno o un mensaje externo



Grafica 5:



Fuente: Roy Palacios, Jorge Alfonso: 2017, Guatemala, EPS Licenciatura, ECC, USAC.

**Interpretación:** En este punto nos damos cuenta que hay una oportunidad para dar a mejorar el método que se está utilizando para dar a conocer los beneficios ya que la mitad de las personas no saben cuáles son los beneficios que se les brinda a los trabajadores y por lo tanto no sacan provecho de ellos.

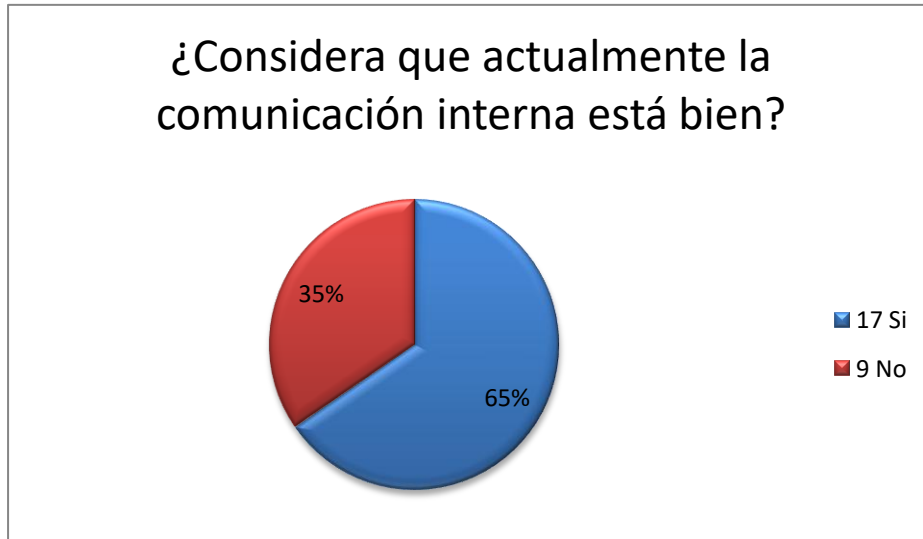
Grafica 6:



Fuente: Roy Palacios, Jorge Alfonso: 2017, Guatemala, EPS Licenciatura, ECC, USAC.

**Interpretación:** Todos prefieren la comunicación personal aunque también existen relaciones fuera del trabajo y por eso se pueden llegar a comunicar a través de las redes sociales o correo.

Grafica 7:



Fuente: Roy Palacios, Jorge Alfonso: 2017, Guatemala, EPS Licenciatura, ECC, USAC.

**Interpretación:** Aunque gana la opción “Si” es por muy poco, esto quiere decir que si hay una ventana de oportunidad para mejorar la comunicación interna de ICS y así hacer cambiar de parecer a las demás personas acerca de la comunicación interna que actualmente se maneja.

Grafica 8:



Fuente: Roy Palacios, Jorge Alfonso: 2017, Guatemala, EPS Licenciatura, ECC, USAC.

**Interpretación:** La mayoría de personas concuerda con que los beneficios que ICS brinda son muy pocos, debe reforzarse esa parte junto con la de las actividades extra laborales y comunicación laboral más ágil.

## **1.5 Radiografía de la institución**

### 1.5.1 Fortalezas

- Tener una infraestructura sólida para su crecimiento.
- Poseer relaciones internacionales para el desarrollo de la empresa.
- Constante capacitación a sus empleados.
- La mayoría de los trabajadores son jóvenes
- Amplios variedad de Beneficios en distinta áreas

### 1.5.1 Oportunidades

- Relaciones con empresas internacionales.
- Tecnología de vanguardia proporcionada por empresas extranjeras.
- Oportunidad de trabajo fuera y dentro del país.
- Oportunidad de crecimiento laboral

### 1.5.2 Debilidades

- Mucha deserción en los empleados
- Débil comunicación entre los departamentos y los empleados
- No se capacitan a los agentes en el área de comunicación.
- Poca interacción entre los agentes entre si
- No se establecen vínculos de confianza.
- No se dan a conocer los beneficios que ICS brinda
- Se practica la información más no la comunicación.

### 1.5.3 Amenazas

- Competencia con otros Call Centers mas grandes
- Mejores ofertas de trabajo en otras empresas
- Poco reconocimiento a nivel nacional
- Malos entendidos debido a la poca comunicación interna.

# Capítulo II

## 2. Plan de Comunicación

### 2.1 Antecedentes Comunicacionales

Innovative Contact Solutions. Comenzó operaciones en abril del 2006, es una empresa guatemalteca que fue comprada por 24-7 intouch una empresa canadiense que buscaba expandirse y logró asentarse en Guatemala.

Comunicacionalmente Innovative Contact Solutions no ha sido evaluada ni ha presentado cambios significativos en cómo se maneja la información ni la comunicación. Es por eso que hasta ahora a través del programa EPS y la Universidad de San Carlos de Guatemala se presenta un plan de comunicación para poder mejorar la comunicación del Call Center y hacer que las relaciones interpersonales y el ambiente laboral en sí, se desarrollen de mejor manera.

### 2.2 Objetivos de Comunicación

#### 2.2.1 Objetivos General

- Presentar un plan de comunicación interna y externa para el call center Innovative Contact Solutions.

#### 2.2.2 Objetivos Específicos

- Mejorar la comunicación interna y externa de Innovative Contact Solutions.
- Fortalecer el clima laboral.
- Incrementar la interacción de las redes sociales de Innovative Contact Solutions.
- Reforzar los medios de comunicación existentes

## 2.3 Público Objetivo

Interno:

(Perfil Socio-demográfico)

- Género: Hombre y mujeres.
- Edad: 18 a 35 años.
- Nivel Económico: B-, C+, C-.
- Nivel Educativo: Bachillerato – Universitario.
- Lugar de residencia: Ciudad capital y municipios aledaños.
- Nacionalidad: guatemaltecos, estadounidenses.

(Perfil Psicográfica)

- Trabajadores que estudian o simplemente trabajadores en busca de una forma de ingresos por lo regular temporal que los ayuden a solventar sus necesidades.

Externo:

(Perfil Socio-demográfico)

- Género: Hombre y mujeres.
- Edad: 18 a 35 años.
- Nivel Económico: B-, C+, C-.
- Nivel Educativo: Bachillerato – Universitario.
- Lugar de residencia: Ciudad capital y municipios aledaños.
- Idiomas: Español e inglés.
- Nacionalidad: guatemaltecos, estadounidenses.

(Perfil Psicográfica)

- Trabajadores que estudian o simplemente trabajadores en busca de una forma de ingresos por lo regular temporal que los ayuden a solventar sus necesidades.
- Guatemaltecos o extranjeros que no se han establecido económicamente y buscan un lugar donde puedan laborar indefinidamente y con flexibilidad de tiempo u opción a tiempo extra.

## **2.4 Mensaje**

- Let's work together – Vamos a trabajar juntos\*

El mensaje de “Lets work together” está pensado para el call center Innovative Contact Solutions ya que cumple con los valores que se manejan. Podemos decir que primero se ejemplifica la unión que tiene el call Center, la meta en sí que es trabajar incansablemente para lograr lo que se propongan y manejarlo en el idioma inglés por ser una empresa que brinda el servicio a empresas extranjeras.

Todos los elementos anteriormente mencionados hacen que el mensaje “Let's work together” pueda representar la esencia del call center y es por eso que lo selecciono como el más adecuado.

## **2.5 Estrategias y Acciones de comunicación**

- Implementación del “plan de referidos” de Innovative Contact Solutions.
  - Boletines informativos (bases, premios, duración)
  - Capacitación para los Team Leads y Training Room.
  - Creación del correo o plataforma para preguntas y respuestas de la promoción.
  - Campaña de expectación.
  - Seguimiento a través de correos.
- Creación del manual para el manejo de Facebook y WhatsApp.
  - Definir la imagen institucional que posee Innovative Contact Solutions.
  - Crear la guía de Manejo y mantenimiento de la Fan Page.
  - Cuantificar el crecimiento de la Fan Page en los meses junio y Julio.
  - Estandarizar las publicaciones y la forma en cómo responder a las interacciones.
  - Crear la plataforma de WhatsApp.
  - Estandarizar la forma en cómo se va a responder y dar seguimiento a WhatsApp.

## 2.6 Fichas de Acciones

<b>Acción 1</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Implementación del “Plan de Referidos” del Call Center Innovative Contact Solutions.
<b>Problema</b>	Desconocimiento del programa “plan de referidos”
<b>Producto</b>	Boletines informativos
<b>Objetivo comunicacional</b>	Posicionar el “Plan de referidos” en la mente de los agentes
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Impreso, 100 ejemplares, Distribución a los team leads de Innovative Contact Solutions y al área administrativa.

<b>Acción 2</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Implementación del “Plan de Referidos” del Call Center Innovative Contact Solutions.
<b>Problema</b>	Desinformación de los Team Leads y a los agentes que están por ingresar.
<b>Producto</b>	Capacitación para los Team Leads.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Posicionar el “Plan de referidos” en la mente de los Team leads y agentes
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	dentro del mismo Call center
<b>Lugar</b>	Training room por definir
<b>Tema</b>	Programa de referidos 2017

### Acción 3

<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Implementación del “Plan de Referidos” del Call Center Innovative Contact Solutions.
<b>Problema</b>	Desinformación para los agentes
<b>Producto</b>	Creación del correo o plataforma para preguntas y respuestas de la promoción.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Desarrollar una Vía de comunicación Directa.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo - cibernéticos
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	dentro del mismo Call center

### Acción 4

<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Implementación del “Plan de Referidos” del Call Center Innovative Contact Solutions.
<b>Problema</b>	Desinterés por parte de los agentes.
<b>Producto</b>	Campaña de expectación.
<b>Objetivo comunicacional</b>	crear interés por la promoción en los agentes
<b>Tipo de mensaje</b>	Persuasivo
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Diferentes puntos del Call Center.

### Acción 5

<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Implementación del “Plan de Referidos” del Call Center Innovative Contact Solutions.
<b>Problema</b>	Desinterés por el “Plan de Referidos”
<b>Producto</b>	Seguimiento a través de correos.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Mantener el interés por la promoción en los agentes
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Correo interno de Innovative Contact Solutions.



<b>Acción 6</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Creación del manual para el manejo de Redes Sociales y WhatsApp.
<b>Problema</b>	Imagen institucional no definida.
<b>Producto</b>	Definir la imagen institucional que posee Innovative Contact Solutions.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Definir la imagen institucional
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	externo
<b>Medio de difusión</b>	Base de datos

<b>Acción 7</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Creación del manual para el manejo de Redes Sociales y WhatsApp.
<b>Problema</b>	Ambigüedad en la forma de responder y monitoreo no establecido para la Fan Page.
<b>Producto</b>	Crear la guía de Manejo y mantenimiento de la Fan Page.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Desarrollar la guía de comunicación la Fan Page.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Externo
<b>Medio de difusión</b>	Base de datos

## Acción 8

<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Creación del manual para el manejo de Redes Sociales y WhatsApp.
<b>Problema</b>	Desconocer el crecimiento de la Fan Page.
<b>Producto</b>	Establecer rangos para la medición de crecimiento de la Fan Page.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Conocer el crecimiento de la Fan Page.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Interno
<b>Medio de difusión</b>	Base de datos

## Acción 9

<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Creación del manual para el manejo de Redes Sociales y WhatsApp.
<b>Problema</b>	Ambigüedad en la forma de responder a las interacciones.
<b>Producto</b>	Estandarizar las publicaciones y la forma en cómo responder a las interacciones.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Unificar la forma de responder.
<b>Tipo de mensaje</b>	Informativo
<b>Público objetivo</b>	Externo
<b>Medio de difusión</b>	Base de datos

## Acción 10

<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Creación del manual para el manejo de Redes Sociales y WhatsApp.
<b>Problema</b>	No tener una plataforma de WhatsApp.
<b>Producto</b>	Crear la plataforma de WhatsApp.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Tener una plataforma de respuesta totalmente inmediata.
<b>Tipo de mensaje</b>	comunicación
<b>Público objetivo</b>	interno y externo
<b>Medio de difusión</b>	Plataforma WhatsApp.

## Acción 11

<b>A qué estrategia responde la acción</b>	Creación del manual para el manejo de Redes Sociales y WhatsApp.
<b>Problema</b>	Desorden e informalidad para contestar.
<b>Producto</b>	Estandarizar la forma en cómo se va a responder y dar seguimiento a WhatsApp.
<b>Objetivo comunicacional</b>	Unificar la forma de responder.
<b>Tipo de mensaje</b>	comunicación
<b>Público objetivo</b>	interno y externo
<b>Medio de difusión</b>	Plataforma WhatsApp.

## Capítulo III

### 3. Informe de Ejecución

#### 3.1 Proyecto desarrollado

Plan de Comunicación de interno y externa para el Call Center Innovative Contact Solutions.

##### 3.1.1 Financiamiento

El 16% de los gastos fueron absorbidos por el Call Center Innovative Contact Solutions y 84% por el epesista.

##### 3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
20	Boletines informativos Full color	Q2.00	Q40.00	Epesista
1	asesoria comunicacional	Q10,000.00	Q10,000.00	Epesista
1	Implementación y seguimiento en los meses Junio y Julio	Q1,500.00	Q1,500.00	Epesista
5	Capacitaciones a los Team Leads y Training	Q200.00	Q1,000.00	Epesista
1	Computadora	Q2,000.00	Q2,000.00	Innovative Contact Solutions
-	Luz y Escritorio	Q350.00	Q350.00	Innovative Contact Solutions
<b>Total</b>			<b>Q14,890.00</b>	

Financiamiento	Monto
Epesista	Q12,540.00
Innovative Contact Solutions	Q2,350.00

### 3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
<b>Beneficiarios Primarios:</b> Agentes en general que laboran actualmente en Innovative contact solutions	El beneficio principal es dirigido a este grupo ya que las estrategias y acciones hacen que el acceso a la información sea más fácil.
<b>Beneficiarios Secundarios:</b> Personal Administrativo, Supervisores y Managers, staff en general.	El beneficio secundario de dirige a: <u>Personal Administrativo:</u> Facilitar el filtrado de información y la toma de decisión <u>Supervisores y Managers:</u> Para poder resolver cualquier inquietud que se presente por parte de un agente <u>Staff:</u> Viralizar información correcta a través de los canales adecuados.

### 3.1.4 Recursos humanos

Personal	Cargo	Actividad
Licenciada Ximena Olivares	Gerente general de Recursos humanos	Asesoría y orientación en el proceso de prácticas, revisión y autorización de artes junto con script.
Licenciado Santiago Duchez	Gerente de operaciones de Sourcing	Asesoría y guía en el proceso de Outsourcing tales como, Programa de referidos, llamadas a candidatos, manejo de redes sociales y WhatsApp.

### 3.1.5 Área Geográfica de Acción

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, Innovative Contact Solutions, Zona 13, Ciudad de Guatemala.

### 3.2 Estrategias y Acciones Desarrolladas:

**Estrategia:** Implementación del “Plan de Referidos” del Call Center Innovative Contact Solutions.

Objetivo Comunicacional: crear un vehículo de comunicación donde el agente se puede poner en contacto con la persona encargada de sourcing.

Descripción: Se realizó una estrategia en la cual se puedan captar Candidatos y asimismo exhortar a los agentes a referir.

Acciones desarrolladas:

- Boletines Informativos
- Capacitación para los Team Leads y Training rooms.
- Creación del correo o Plataforma para preguntas y respuestas de la Promoción.
- Campaña de expectación.
- Seguimiento a través de correos.

Imágenes:



Epesista Jorge Roy en capacitación del Training Room para el “Plan de Referidos” de Innovative Contact Solutions. – Junio 2017



Boletín informativo distribuido en el Call Center Innovative Contact Solutions para el “Plan de referidos” a cargo del Epesista Jorge Roy



**REFERRAL RAFFLE WINNERS**

Ligia Fernanda Cojulun Villagran CDE: 160039 TCP	Ever Estuardo Cifuentes Ixcoy CDE: 170693 WALMART CHAT
Esdras Adbehel Melgar Fuentes CDE: 170680 WALMART CHAT	David Benjamin Rodas Aguayo CDE: 160573 LYFT
Alan Rodolfo Escobar Grijalva CDE: 150923 WALMART EMAIL	Vivian Alejandra Merron Mazariegos CDE: 170627 WALMART CHAT
Aurora Carolina De Leon Juarez CDE: 170342 LYFT	Mario Roberto Valladares Bartlett CDE: 161120 WALMART VOICE
Starling Ely Cano Velasquez CDE: 151007 RECRUITMENT	Paulo Renato Rodas Berganza CDE: 160907 TCP

**ERICK ALBERTO PEREZ AMBELIZ**

**Congratulations!**

YOU ARE SPECIALLY INVITED TO POP A BALLOON IN OUR WEEKLY REFERRAL RAFFLE!  
THIS THURSDAY THE 6 TH

Place: 6th Floor Cafeteria  
Time: 13:30  
Don't miss the opportunity to win a prize!

Artes creados para la vitalización y difusión de la estrategia del “Plan de Referidos”



**Estrategia:** Manual de la Red Social Facebook y WhatsApp.

**Objetivo Comunicacional:** crear una guía para homogenizar la comunicación externa de Innovative Contact Solutions.

**Descripción:** Manual que contiene machotes de respuestas e interacciones para solventar dudas o inquietudes en las redes sociales.

**Acciones desarrolladas:**

- Definir la imagen institucional que posee Innovative Contact Solutions.
- Crear la guía de manejo y mantenimiento de la Fan Page.
- Cuantificar el crecimiento de la Fan Page en los meses junio y Julio.
- Estandarizar las publicaciones y la forma en cómo responder a las interacciones.
- Crear la plataforma de WhatsApp.
- Estandarizar la forma en cómo se va a responder y dar seguimiento a WhatsApp.

Imágenes.

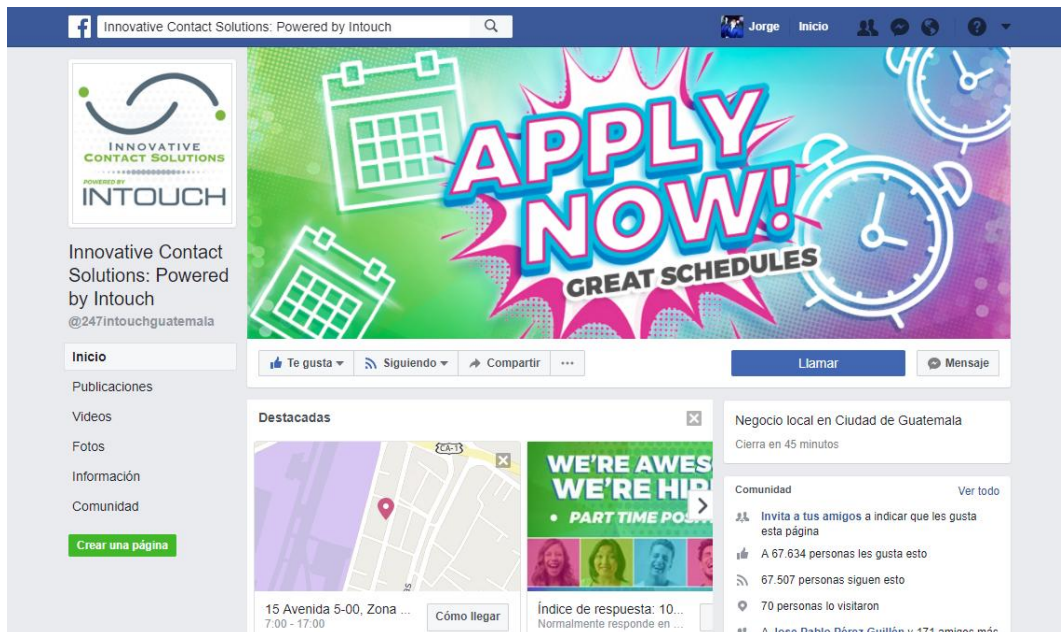


Imagen actual de la Fan Page de Facebook de Innovative Contact Solutions.

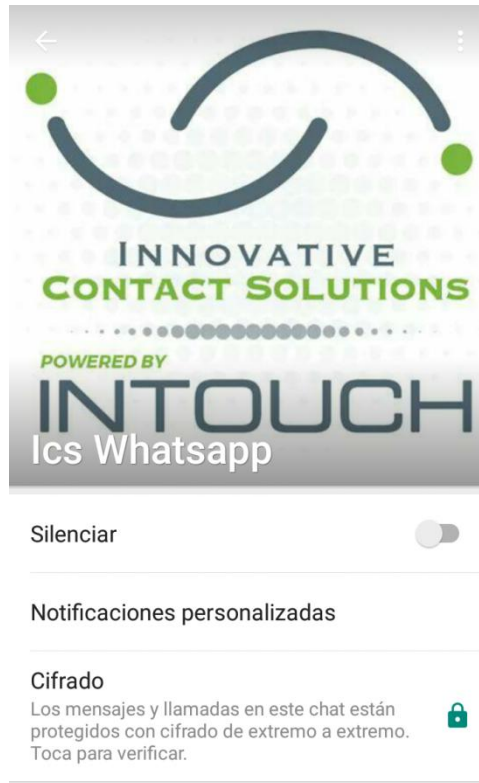
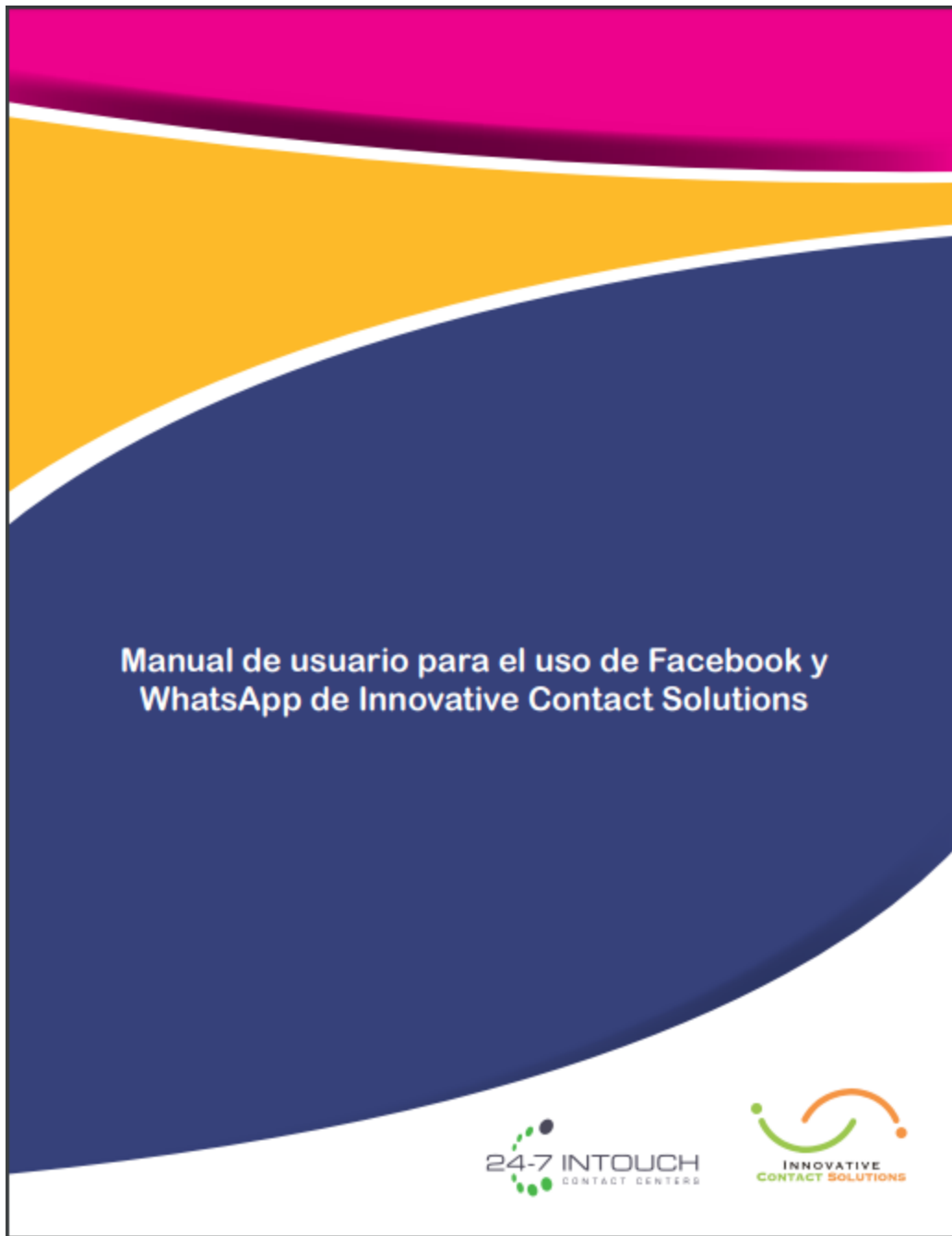
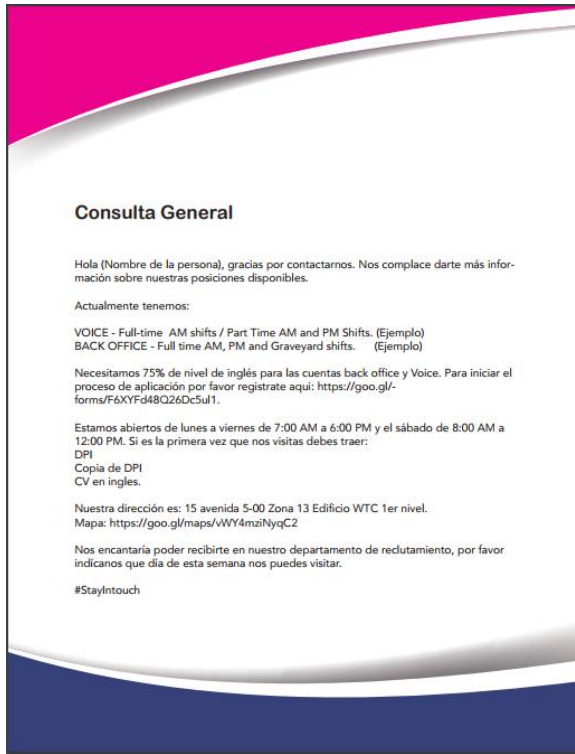


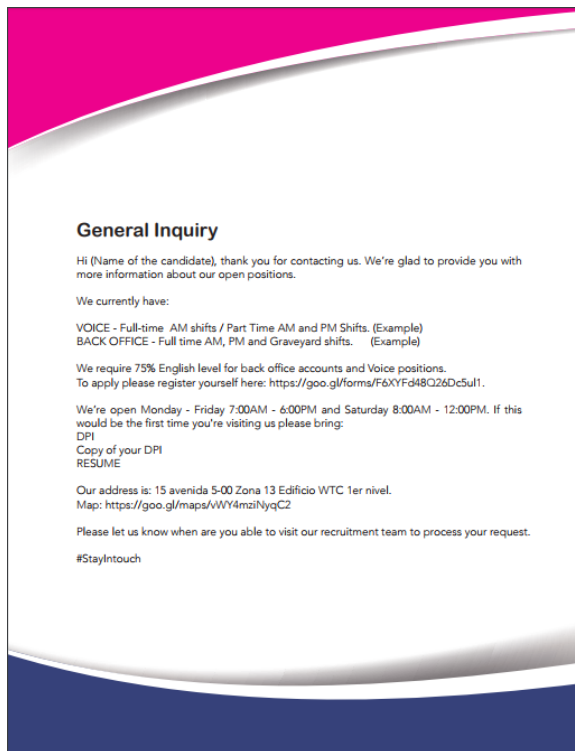
Imagen actual del Perfil de WhatsApp de Innovative Contact Solutions.



Manual de Usuario de la Red Social Facebook y WhatsApp para el Call Center Innovative Contact Solutions.



### Respuesta de Consulta general (español)



### Respuesta de Consulta general (inglés)

### 3.3 Cronograma de actividades

Cronograma de actividades	Junio				Julio			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Boletines	■							
Capacitación Team Leads y Training		■						
Creación del correo		■						
Actividades de “Rifa de Referidos”		■	■	■	■	■		
Creación de la Manual y de la implementación					■			
Creación del WhatsApp					■			
Estudiar el crecimiento de la Fan Page						■		
Estandarizar las publicaciones						■		
Implementación total del Manual							■	
Activacion en Feria del Empleo								■

**Fuente:** Cronograma de Actividades realizadas durante los meses de Junio y Julio 2017 desarrolladas por el epesista Jorge Roy.

### 3.4 Control y seguimiento

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p><b>Estrategia de implementación del “Plan de Referidos”</b>            Objetivo: Establecer vías de comunicación para el agente.</p>	<p>En los meses anteriores aproximadamente se recibían alrededor de unos <b>50 referidos</b> por mes, con la implementación de la estrategia para la incentivación del “Plan de Referidos” se logró un crecimiento de aproximadamente <b>150 referidos</b> solo en el mes de Junio lo cual se convierte en un crecimiento de un <b>200%</b>.</p>	<p>El programa de referidos motivó a los agentes a referir a sus conocidos y no solo a ganar bonos extra sino a que sus amigos se hicieran parte de la familia de Innovative Contact Solutions.</p>
<p><b>Estrategia del Manual de Facebook y WhatsApp</b>            Objetivo: Crear una guía para homogenizar la comunicación en Facebook y WhatsApp.</p>	<p>Evaluando el crecimiento de la página en el mes de junio y julio usando como parámetro los “Likes”, el crecimiento fue de <b>1974</b>, comenzando de <b>65665</b> a <b>67639</b> “Likes” lo cual es un <b>3%</b> gracias a la mejora en la comunicación.</p>	<p>La comunicación es más directa, se aplica la técnica de "one way contact" la cual pretende responder toda inquietud en una sola comunicación, mayor interés por las personas en interactuar con la Fan Page.</p>

## Conclusiones

- Se determinó que Innovative Contact Solutions cuenta con un departamento de Reclutamiento y Sourcing sólido y que tiene bastante aceptación por parte de todos los agentes del call center.
- La motivación al grupo objetivo denominado agentes de Call Center alcanzó un impacto positivo a través de las distintas rifas semanales incrementando el porcentaje de posibles contrataciones.
- La homogenización de la comunicación a través de las redes sociales y WhatsApp redujo el margen de error en las contestaciones y optimizó el tiempo de respuesta.
- Capacitar al personal que está encargado de un grupo de agentes en específico hizo que se fortalecieran los vínculos de confianza.
- El incremento de material informativo en puntos estratégicos reforzó la comunicación interna y despertó el interés de los agentes para participar en las distintas actividades que se realizaron.

## Recomendaciones

- Se recomienda la separación de Reclutamiento con Sourcing para trabajar de forma independiente y que se pueda evaluar los resultados de cada departamento de forma individual para identificar carencias y poder solventarlas.
- Es necesario realizar actualizaciones semanales o bien mensuales dependiendo de la necesidad al manual de Redes sociales para responder de mejor manera a las inquietudes que surjan día con día.
- Realizar actividades constantes de motivación a los agentes hará que se mantengan interesados en el call center y se sientan parte del mismo.
- Realizar pequeñas encuestas en donde reflejen los intereses de los agentes para responder a sus necesidades.
- Evaluar el crecimiento mes con mes de las redes sociales y WhatsApp para desarrollar nuevas estrategias de comunicación.



## Glosario de Términos

- **Diagnóstico:** Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.
- **Planificación:** Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado.
- **Ejecución:** Llevar a cabo un proyecto ya establecido.
- **Reclutamiento:** Departamento de alguna empresa o institución encargada del proceso de selección de candidatos a optar un puesto en específico.
- **Sourcing:** Departamento de alguna empresa o institución encargada de segmentar al grupo objetivo y seleccionar la mayor cantidad de posibles candidatos y guiarlos hasta el proceso de selección.
- **Call center:** Área en específico donde un grupo de personas específicamente entrenadas se encarga de brindar asistencia o solventar inquietudes a través de teléfono.
- **Community Manager:** El responsable o gestor de la comunidad de internet, en línea, digital o virtual, es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales.

- **Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- **Interna:** Que está o queda dentro, generalmente distante de su superficie o de lo que conforma sus límites.
- **Externa:** Que está o queda dentro, generalmente distante de su superficie o de lo que conforma sus límites.
- **Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
- **Emisor:** Persona que emite el mensaje.
- **Receptor:** Persona que recibe el mensaje.
- **Código:** signos y reglas que se emplean para enviar el mensaje.
- **Canal:** Medio por el cual se transmite un mensaje.
- **Contexto:** Situación en la que se produce la comunicación.
- **Mensaje:** Información que se desea transmitir.
- **Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.

- **Observación:** Acción de observar o mirar algo o a alguien con mucha atención y detenimiento para adquirir algún conocimiento sobre su comportamiento o sus características.
- **Entrevista:** Conversación que se sostiene con una persona y que está basada en una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta o su opinión.
- **Encuesta:** Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.
- **Referido:** Persona que se está refiriendo, candidato a someterse al proceso de selección y adquirir un resultado positivo.
- **Cronograma:** Representación grafica de un conjunto de hechos en función del tiempo.
- **Facebook:** Red social creada por Mark Zuckerberg originalmente era un sitio para estudiantes de la universidad de Harvard pero fue creciendo hasta llegar a ser la Red Social número 1 a nivel mundial.
- **Fan Page:** Es una Página en Facebook encaminada a un tema, persona o institución en específico en donde se puede encontrar información acerca del mismo y está siendo manejada, alimentada y administrada por un Community Manager.

- **Interacción:** Acción, relación o influencia recíproca entre dos o más personas o cosas.
- **Institución:** Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada labor cultural, científica, política o social.
- **Manual:** Instrumento que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución.
- **WhatsApp:** Aplicación que permite enviar y recibir mensajes instantáneos a través de un teléfono móvil.
- **Homogeneizar:** Transformar varios objetos con características diferentes a objetos con características iguales o muy parecidas entre sí.
- **Posicionamiento:** Estrategia de marketing que pretende que un producto o servicio ocupe un lugar específico en el cerebro del consumidor.

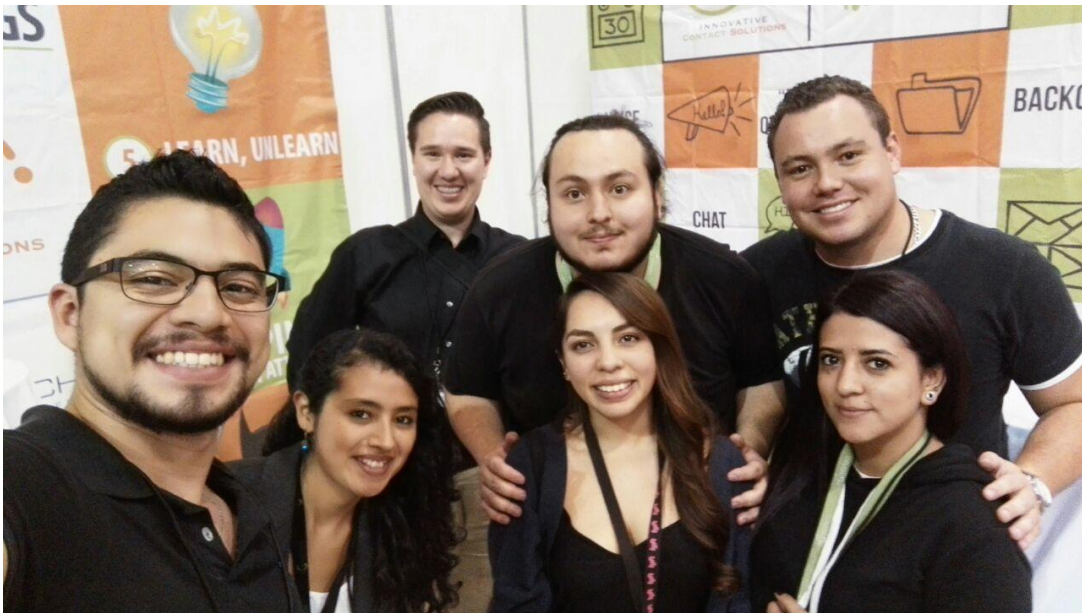
## Bibliografía

- 1) Hernández, Sampieri, Fernández, Carlos, Baptista, Pilar (2006). Metodología de la Investigación, México
- 2) Kevin Roberts, Lovemarks, Ceo Mundial, Saatchi & Saatchi
- 3) Agullo, T. E. (1997). *Jovenes, Trabajo e Identidad*. Univercidad de Oviedo.

## E-grafía

- 4) <http://24-7intouch.com/>
- 5) [http://www.ugr.es/~rescate/practicum/el\\_m\\_todo\\_de\\_observaci\\_n.htm](http://www.ugr.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observaci_n.htm)
- 6) <http://definicion.de/metodologia/>
- 7) <http://definicion.de/metodo-deductivo/>
- 8) Puente, W. (2014). *RRPP net*. Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- 9) Gardey, A., & Perez Porto, J. (2008). *Definicion*. Obtenido de <http://definicion.de/metodologia/>
- 10) EncuestasTick. (2015). *Encuesta Tick*. Obtenido de <https://www.portaldeencuestas.com/que-es-una-encuesta.php>

## Anexos



Epesista Jorge Roy apoyando con el equipo de trabajo para la Feria del empleo Amcham.



Epesista Jorge Roy apoyando con el equipo de trabajo para la Feria del empleo del Inguat.



Equipo de Trabajo de Recursos Humanos y Reclutamiento.



Equipo de Trabajo de Recursos Humanos, Reclutamiento y Sourcing.



## Lista de Acciones

Actividad	Realizada	No Realizada	Descripción
Boletines informativos	x		Se crearon los boletines informativos para el plan de referidos.
Capacitación para los Team Leads y Training	x		Se capacitaron a los Team Leads y Training room en el tema del plan de referidos.
Creación del correo	x		Se creó el correo específico para hacer llegar información acerca del plan de referidos.
Campaña de expectación		x	No se realizó la campaña de expectación ya que se contó con muy poco tiempo y solo se realizaron las activaciones.
Seguimiento por correo	x		Todas las personas que mandaban alguna inquietud no solo por el correo sino que también a través de las redes sociales era solventada.
Definir imagen de Innovative Contact Solutions.		x	No se realizó ningún cambio a la imagen de Innovative Contact Solutions ya que está bajo el régimen de 24-7 intouch.
Creación del manual	x		Se creó el manual para la red social Facebook y hacer que toda la comunicación vaya en una sola línea.
Medir el crecimiento	x		Se midió el crecimiento en likes de la Fan Page de Innovative Contact Solutions dando resultados positivos.
Estandarizar las publicaciones en Facebook	x		Se estableció la línea que debe de seguir en Facebook.
Creación de WhatsApp	x		Se creó el perfil único para dudas internas y externas y tener un contacto más directo.
Estandarizar las publicaciones en WhatsApp	x		Se estableció la línea que debe de seguir en WhatsApp.

### Ficha de las entrevistas:

Fecha:	
Nombre:	
Cargo:	
Tipo de entrevista:	Mixta
Objetivo de la entrevista:	
Preguntas:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Cómo ves la imagen de ICS actualmente?</li><li>2. ¿Cómo te sientes al trabajar en ICS?</li><li>3. ¿Cómo ve la comunicación interna en ICS?</li><li>4. ¿Qué cosa considera indispensable para que haya buena comunicación en ICS?</li><li>5. ¿Qué haría para que la comunicación fuera mejor en ICS?</li></ol>

### Fuente: Jorge Roy

Este es el modelo de la Entrevista que se realizó a 3 empleados de diferentes rangos y ocupaciones para poder determinar cómo es que ICS es visto desde 3 puntos de vista diferentes.

Así mismo se va a pasar una Encuesta a ciertos agentes de ICS para poder saber de mejor manera que es lo que piensan y como está la perspectiva de ICS internamente.

### Encuesta Comunicacional ICS:

1. ¿Cómo te enteraste de ICS?
2. ¿Recomiendas ICS para trabajar? ¿Por qué?
3. ¿Cómo calificas el ambiente laboral?
4. ¿Qué red social frecuentas más?
5. ¿Sabes cuáles son los beneficios que ICS te brinda?
6. ¿Qué medio de comunicación emplea para comunicarse con los demás?
7. ¿Considera que actualmente la comunicación interna está bien?
8. ¿Qué problema de comunicación le gustaría mejorar?

Como nos podemos dar cuenta esta es una Encuesta de tipo de procedimiento mixta, ya que posee preguntas abiertas y cerradas para poder abarcar mas temas y poder tener una medición de cuáles son los gustos que actualmente tienen los empleado de ICS.

### **Resultado de las entrevistas:**

En los resultados de las entrevista vamos a ver el punto de vista de 3 empleados de ICS que de acuerdo su criterio respondieron las mismas preguntas pero con diferente enfoque, estas entrevistas fueron pensadas de forma no estructurada para entender de mejor manera lo que la persona piensa y quiere dar a conocer.

#### **Entrevista 1:**

Ximena Olivares tiene un punto de vista administrativo y enfocado en el desarrollo integral de ICS como un todo, esto quiere decir que ve la manera de tomar las riendas del Call Center cuando se debe y guiarlo hacia el éxito, sabe identificar los problemas que ICS tiene actualmente y busca la manera de solucionarlos para que estos no se vuelvan más grandes y no se vuelvan a repetir.

#### **Entrevista 2:**

Jose Grajeda quien es Supervisor a cargo de la cuenta The childrens Place vela por el bienestar de los agentes tanto como de su Team como los de la cuenta en general, tiene bien definido lo que la cuenta necesita y el lugar en donde se encuentra para poder manejar la cuenta de la manera correcta, posee relaciones interpersonales de confianza con los agentes de su Team y gracias a eso puede identificar rápidamente si es que un problema se presenta y solventarlo con la mayor brevedad posible.

#### **Entrevista 3:**

Julia Reyes Integrante del grupo Escalation Team de la Cuenta The Childrens Place tiene un punto de vista en el cual ella se siente cómoda con la situación actual, sin embargo sabe que hay cosas que podrían mejorar, posee relaciones de confianza con los demás agentes y eso hace que su comunicación sea muy buena y directa.

**Tabla de puntos de encuentros y disensos entre entrevistados:**

	Puntos de encuentro	Disensos
¿Cómo ve la imagen de ICS actualmente?	Ximena Olivares y Jose Grajeda concuerdan con que la imagen de ICS ha mejorado mucho en los últimos años	Julia Reyes se enfocó más en el ámbito externo, es decir que gracias a que la demás gente nos ve bien, ella también nos ve bien.
¿Cómo te sientes al trabajar en ICS?	Las tres personas entrevistadas coincidieron en que están muy satisfechas con el trato de ICS para con ellos y se sienten muy bien	Ningún desacuerdo
¿Cómo ve la comunicación interna en ICS?	Jose Grajeda y Julia Reyes concuerdan con que no siempre llegan todos los mensajes completos y de la mejor manera	Ximena Olivares manifestó que la comunicación interna se encuentra bien.
¿Qué cosa considera indispensable para que haya buena comunicación en ICS?	Los tres entrevistados concuerdan que tiene que existir confianza, honestidad y compromiso tanto de parte como de recursos humanos como del supervisor y agente para que la comunicación sea buena.	Ningún desacuerdo.
¿Qué haría para que la comunicación fuera mejor en ICS?	Julia Reyes y Jose Grajeda indicaron que deberían de haber más actividades para que los agentes se conozcan mejor.	Ximena Olivares se enfocó en que se puede llegar a conocer las necesidades de los agentes y así brindarle mayores beneficios y construir vínculos de confianza

Nos podemos dar cuenta que de las 3 personas entrevistadas todas tienen una guía en común aunque tengan puntos de vista diferentes y pero sus intereses son diferentes. Esto quiere decir que cada uno ve por sus intereses y es lo que más le llama la atención de la empresa en sí.

En el cuadro están indicados los puntos de encuentro y también diferencias entre los entrevistados, esto no solo enriquece el diagnóstico sino que nos da una noción de ver lo que en general por nivel de grado dentro de la empresa es lo que más les llama la atención o lo más importante para ellos.

## Transcripción completa de las entrevistas

Entrevista Ximena Olivares:

1. ¿Cómo ves la imagen de ICS actualmente?

R/ *“actualmente estamos vistos en el mercado como ICS, sin embargo estamos tratando de hacer un enfoque a 24-7 intouch, es un call center relativamente nuevo que está tomando bastante énfasis en el mercado ofreciendo casi 30 plazas nuevas semanalmente, entonces creo que estamos a lograr un punto de partida bastante bueno para poder crecer a mas de 1000 empleados”*

2. ¿Cómo te sientes al trabajar en ICS?

R/ *“Pues la verdad que bien, es un ambiente agradable, se podría decir que nuestra media edad es de 17 a 21 años por lo tanto si se pueden dar cuenta todo managment es relativamente joven, el ambiente que se vive es bien jovial, eso por supuesto que no resta lo que es la responsabilidad, pero es un ambiente bastante relajado a la hora de entregar pues metas se hace individualmente vemos bastante bien lo que es cada persona como individuo eso significa que no son un número más con nosotros sino que si los tomamos en cuenta por sus temas personales, lo que sucede con ellos y cualquier situación personal”*

3. ¿Cómo ve la comunicación interna en ICS?

R/ *“La comunicación tanto interna se encuentra bien, claro que hay que mejorar algunos aspectos como el tiempo o el canal pero en general nos encontramos bien.”*

4. ¿Qué cosa considera indispensable para que haya buena comunicación en ICS?

R/ *“Pienso que los valores deben de manifestarse en el trabajo, una persona de confianza va a tener una mejor comunicación con las demás personas ya que transmitirá honestidad y esto hará que se le pueda encomendar tareas para que las realice a diferencia de otras personas.”*

5. ¿Qué haría para que la comunicación fuera mejor en ICS?

R/ *“Creo que se tiene que conocer bien al grupo de trabajo, construir vínculos de confianza en los agentes hará que nos podamos comunicar de mejor manera y producto de esto será que mejoremos como empresa.”*

Entrevista Jose Grajeda:

1. ¿Cómo ves la imagen de ICS actualmente?

R/ *“Yo veo a ICS es como una empresa que está en crecimiento, Ya llevo tres años de trabajar aquí entonces yo he podido ver como la empresa poco a poco ha ido creciendo, que nos hemos ido desarrollando y adaptando a las nuevas tecnologías. Entonces para mí ha sido una muy buena empresa que se está posicionando muy bien en lo que es el mercado de los call centers en Guatemala y creo que para todos en general los que trabajamos aquí ICS es una muy buena empresa y nos da la oportunidad de salir adelante”*

2. ¿Cómo te sientes al trabajar en ICS?

R/ *“Como en todo lugar hemos experimentado bastantes cambios, hemos tenido de vez en cuando alguno que otro problema pero realmente ICS es en sí una muy buena empresa. Me ha ayudado a crecer en lo personal, he aprendido muchas cosas, me he desarrollado bastante bien, entonces me gusta mucho mi trabajo y en si como empresa me siento bastante bien porque me siento respaldado por lo que me han dado en este tiempo”*

3. ¿Cómo ve la comunicación interna en ICS?

R/ *“La comunicación interna a veces ha sido pues, ha sido afectada debido a que no todos los mensajes llegan a las personas que se necesitan verdad, entonces creo que si nos falta todavía más comunicación, nos falta desarrollar eso para transmitir el mensaje”*

4. ¿Qué cosa considera indispensable para que haya buena comunicación en ICS?

R/ *“Mas que todo los valores de la empresa, me gustaría decir que el trabajo en equipo verdad que muchas veces es eso lo que nos hace falta, que no trabajamos todos como equipo que no miramos juntos pues por el bien común verdad y es eso lo que nos ha afectado muchas veces en lo que es la comunicación interna”*

5. ¿Qué haría para que la comunicación fuera mejor en ICS?

R/ *“me gustaría mucho que mejorara lo que es el ambiente verdad en general con toda la gente poder hacer mas actividades en las cuales podamos interactuar con personas de otros departamentos que nos conozcamos mejor y de esa manera pues podernos comunicar mejor internamente”*

Entrevista Julia Reyes:

1. ¿Cómo ves la imagen de ICS actualmente?

R/ *“Hay muy buenos comentarios en redes sociales acerca de la empresa, hay muy buena publicidad y la gente ha decidido trabajar en ICS por todas las comodidades que proporcionan, los supervisores son excelentes y el ambiente de trabajo es muy bueno.”*

2. ¿Cómo te sientes al trabajar en ICS?

R/ *“Me siento muy cómodo, hacemos amistades cada día, tenemos todas las comodidades posibles, tales como una cafetería, buenas estaciones, el ambiente de trabajo es excelente, también por ganar lo que ICS me proporciona, porque alcanza y ellos toman en cuenta cada necesidad de los agentes”*

3. ¿Cómo ve la comunicación interna en ICS?

R/ *“Pues la comunicación interna considero que si se ve algún tipo de deficiencia con respecto a lo que el trabajador o el rango más bajo de la empresa necesita y los objetivos de la empresa que se ven cimentados sin embargo creo que se pueden mejorar bastante.”*

4. ¿Qué cosa considera indispensable para que haya buena comunicación en ICS?

R/ *“una mejor percepción de los intereses de los trabajadores, esto sería de parte de recursos humanos que se interesen un poco más en lo que los trabajadores necesitan través de entrevistas como la que se está haciendo en este momento, a través de encuestas, tratar de comunicarse más con los trabajadores para que así ellos puedan entender las percepciones de los trabajadores tratar de cubrir tal vez no todas las necesidades por que obviamente cada trabajador tiene una necesidad diferente pero si va a tener, si podemos ver las generalidades y lo que comparten en común los trabajadores para poder cubrir esas necesidades.”*

5. ¿Qué haría para que la comunicación fuera mejor en ICS?

R/ *“lo que mencionaba anteriormente, las entrevistas que sean un poco más personalizadas ante los trabajadores, tratar de realizar más actividades de recursos humanos para que los trabajadores puedan compartir entre sí, los trabajadores puedan, tal vez no conocerse en un 100% sino que saber quién es la persona que está a la par trabajando con ellos, yo entiendo que el trabajo es bastante absorbente y hay que cubrir como que cierta cantidad de producción y hay que estar como pendiente de la producción que cada cuenta necesita pero considero que también es importante tomar si mucho 5 minutos o 10 minutos para poder*

*socializar entre todos los trabajadores y también poder tener una mejor perspectiva estar más unidos o conocer al menos si quiera a todas las personas de recursos humanos por que son personas con las que uno puede contar para que lo ayuden y muchas veces, muchos no sabemos ni siquiera como que quienes son todos los que forman el equipo de recursos humanos y como que con quienes nos podemos avocar aparte de nuestros jefes inmediatos.”*



## Modelo de la encuesta

23/4/2017 Encuesta Comunicacional ICS

### Encuesta Comunicacional ICS

**\*Obligatorio**

1. ¿Cómo te enteraste de ICS? \*

Marca solo un óvalo.

Facebook

Twitter

Instagram

Un amigo o familiar

Radio

Medios Escritos

Tecoloco

2. ¿Recomiendas ICS para trabajar? \*

Marca solo un óvalo.

Sí

No

3. ¿Por qué? \*

\_\_\_\_\_

4. ¿Cómo calificas el ambiente laboral? \*

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Debe Mejorar      Excelente

5. ¿Qué red social frecuentas más? \*

Marca solo un óvalo.

Facebook

Twitter

Instagram

6. ¿Sabes cuales son los beneficios que ICS te brinda? \*

Marca solo un óvalo.

Sí

No

[https://docs.google.com/forms/d/1aKeur8oc4\\_NDxaRm8e8EOMHU\\_Mnu0D11InTSYcVRUYed1](https://docs.google.com/forms/d/1aKeur8oc4_NDxaRm8e8EOMHU_Mnu0D11InTSYcVRUYed1) 1/2

23/4/2017

Encuesta Comunicacional ICS

7. ¿Qué medio de comunicación emplea para comunicarse con los compañeros de trabajo? \*

Marca solo un óvalo.

- Personal
- Correo
- Redes Sociales
- A través de los supervisores

8. ¿Cree que actualmente la comunicación interna está bien? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

9. ¿Qué problema de comunicación le gustaría mejorar? \*

\_\_\_\_\_

---

Con la tecnología de



### Matriz o vaciado de las encuestas

1. ¿Cómo te enteraste de ICS?

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
Facebook	13	50%
Medios Escritos	6	23%
Un amigo o familiar	6	23%
Tecoloco	1	4%

2. ¿Recomiendas ICS para trabajar? ¿Por qué?

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
Si	24	92%
No	2	8%

3. ¿Cómo calificas el ambiente laboral?

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	3	12%
4	11	42%
5	12	43%

4. ¿Qué red social frecuentas más?

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
Facebook	23	88%
Instagram	3	12%

5. ¿Sabes cuales son los beneficios que ICS te brinda?

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
Si	50	50%
No	50	50%

6. ¿Qué medio de comunicación emplea para comunicarse con los demás?

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
Personal	11	42%
Redes Sociales	9	35%
Correo	5	19%
A través de los supervisores	1	4%

7. ¿Considera que actualmente la comunicación interna está bien?

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
Si	17	65%
No	9	35%

8. ¿Qué problema de comunicación le gustaría mejorar?

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
Beneficios	12	52%
Comunicacion Interna	4	18%
Actividades extralaborales	6	26%
Tramites mas rapidos	1	4%