

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



**“IMPLEMENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA MYDESK PARA FORTALECER LA
COMUNICACIÓN INTERNA EN LA AGENCIA WAO DIGITAL”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

CINDY PAOLA MARTÍNEZ CHACÓN

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Michael González Batres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemi Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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



Guatemala, 05 de Febrero 2018

EPS-LIC-2018-094

Ingeniero Alexander Cocfay Leon Borryo
Director General
Agencia Digital We Are On
Presente.

Estimado Director General:

Por medio de la presente agradecemos su colaboración por brindar el espacio para que el (la) epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiante **Cindy Paola Martínez Chacón** con número de registro académico **201217113** realice su ejercicio profesional supervisado en su prestigiosa institución para tal efecto solicitamos lo siguiente:

- Entenderle una carta de aceptación al estudiante epesista en papel membretado y sellado por la empresa o institución.
- Facilitarle los materiales de consulta y de trabajo para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan de Comunicación 2018 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar el mismo para que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de la misma.
- Autorizar que el estudiante epesista incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado que será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera" así como copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura y Colegio de Humanidades).
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional Supervisado por parte de los docentes supervisores quienes estarán debidamente identificados -EPS-.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS-Licenciatura
Cel. 42173224 / 55029068



Copia: archivo, empresa o institución/estudiante epesista



"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



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

Guatemala, 10 de octubre de 2018

Estudiante
Cindy Paola Martínez Chacón
Carné: 201217113
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

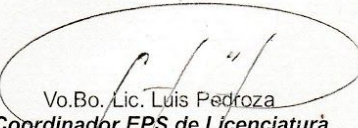
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "IMPLEMENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA MYDESK PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA AGENCIA WAO DIGITAL". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Sandra Hernández
Supervisora 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:** Por darme la vida, la sabiduría y la fortaleza para seguir adelante en cada etapa de mi vida y especialmente por permitirme cumplir esta meta profesional.
- Mi familia** A mis padres Blanca Luz Chacón de León y Aparicio Martínez Chub, por los sacrificios que hicieron por mí para poder llegar a este momento en mi vida, a mis hermanos Osbin Miguel Martínez Chacón y Mynor Alejandro Chacón por ser mi inspiración para seguir adelante.
- Mi esposo** Por ser mi apoyo incondicional y una inspiración más para seguir adelante y cumplir uno de mis sueños más deseados.
- Mi mejor amigo** Lorenzo Alberto Cortez Coronado, por ser la persona en quien más he confiado en mi vida, por sus consejos, sus palabras de motivación y su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS A

WAO Digital

Por darme la oportunidad de realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado en la empresa y por la confianza que han depositado en mí.

La USAC

Por ser mi casa de estudios donde tuve la oportunidad de crecer y formarme profesionalmente.

La ECC

Por formarme en estos años como Publicista Profesional y como Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Mi asesora

Licenciada Sandra Hernández por compartir sus conocimientos, por su paciencia, amor, dedicación y apoyo para culminar mi Ejercicio Profesional Supervisado.

Mis compañeros

Por todos estos años que hemos compartido juntos, por sus muestras de cariño y apoyo incondicional en cada etapa de mi carrera.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO I	
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	2
1.2.4. Departamentos o dependencias	3
1.2.5. Misión	6
1.2.6. Visión	6
1.2.7. Objetivos Institucionales	6
1.2.8. Público Objetivo	7
1.2.9. Organigrama	8
1.3. METODOLOGÍA	9
1.3.1. Descripción del Método	9
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	9
1.3.3. Cronograma del diagnóstico	12
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	13
1.4.1. Ficha de las entrevistas (estructurada)	13
1.4.2. Resultados de las entrevistas	14
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos	15
1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretación del resultado de las encuestas	16
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN: FODA	19
1.5.1. Fortalezas	19
1.5.2. Oportunidades	19
1.5.3. Debilidades	19
1.5.4. Amenazas	19

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	20
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	20
2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN	21
2.2.1. Objetivo General	21
2.2.2. Objetivos específicos	21
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	22
2.4. EL MENSAJE	22
2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DE COMUNICACIÓN	23

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	25
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	25
3.1.1. Financiamiento	26
3.1.2. Presupuesto ejecutado	26
3.1.3. Beneficiarios	27
3.1.4. Recursos humanos	28
3.1.5. Áreas geográficas de acción	28
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES REALIZADAS	29
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	32
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	33

CONCLUSIONES	34
---------------------	-----------

RECOMENDACIONES	35
------------------------	-----------

GLOSARIO DE TÉRMINOS	36
-----------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA	41
---------------------	-----------

EGRAFÍA	41
----------------	-----------

ANEXOS	42
---------------	-----------

Transcripción completa de las entrevistas

Modelo de la encuesta:

Matriz o Vaciado de encuestas:

Mock Up del módulo de Proyectos

Mock Up de módulos de Tareas

Mock Up de Módulo del Directorio

RESUMEN

Nombre de la institución:

WAO Digital

Nombre del proyecto:

“Implementación de la herramienta Mydesk para fortalecer la comunicación interna en la agencia WAO DIGITAL”

Objetivo General:

“Establecer una nueva metodología de trabajo en la agencia WAO DIGITAL.

Objetivos específicos:

1. Identificar las necesidades de la agencia para crear una nueva metodología de trabajo.
2. Definir los procesos de trabajo.
3. Diseñar los módulos de la herramienta digital.
4. Desarrollar la herramienta digital Mydesk para ordenar, administrar y visualizar el estatus de cada proyecto.

Sinopsis del proyecto:

En la agencia WAO Digital no existían procesos de comunicación establecidos ni órdenes de trabajo. Se realizó un diagnóstico para identificar los principales problemas que se presentaban al momento de ejecutar un determinado proyecto.

Por esta razón se realizaron estrategias y acciones para implementar una herramienta digital propia donde se pudiera centralizar la información, las órdenes de trabajo y un visualizar un estatus de cada proyecto. En la última fase se realizó una revisión de la herramienta y evaluación de resultados para comprobar su efectividad.

INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como objetivo exponer la estrategia utilizada para el fortalecimiento de la comunicación interna de la agencia WAO Digital, así como las acciones que se desarrollaron para el cumplimiento de los objetivos.

WAO Digital es una agencia guatemalteca que ofrece los servicios de marketing digital, desarrollo web y móvil. Cuenta con una sede en Venezuela, en la Isla de Margarita en donde se encuentra el equipo de producción, programación y desarrollo. En Guatemala se encuentran las oficinas administrativas y comerciales de donde se generan las solicitudes de los clientes.

Como parte del fortalecimiento de la comunicación interna, se creó una herramienta digital que permite centralizar todas las órdenes de trabajo y los procesos internos, así como llevar un mejor control de cada actividad que realiza cada miembro del equipo en su departamento.

Dicha herramienta fue creada y diseñada de acuerdo a las necesidades de la empresa, aprovechando los recursos tecnológicos con los que cuenta, así como el talento y los conocimientos que el personal tiene.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación efectiva en las empresas es uno de los pilares fundamentales para obtener buenos resultados y para ello es importante elegir los medios adecuados de comunicación para garantizar la efectividad de los mensajes.

Crear y desarrollar una herramienta digital como un nuevo canal de comunicación es una ventaja para la agencia que cumple con las funciones que son requeridas para mejorar la comunicación interna tanto para la sede en Guatemala como para la sede en Venezuela.

Al contar con una herramienta acorde a las necesidades de la agencia, los procesos pueden ser más rápidos, ordenados y centralizados en un mismo lugar, guardando un historial de todo lo que se realice en cada proyecto.

Con la finalidad de garantizar una comunicación efectiva dentro de la empresa, se ve la necesidad de desarrollar tres módulos principales en la herramienta, enfocados a agilizar los procesos internos dando así un mejor resultado para los clientes actuales y futuros de WAO Digital.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO:

1.1. Objetivos del diagnóstico

1.1.1. Objetivo General

Presentar un diagnóstico de comunicación sobre los procesos internos de comunicación de la agencia WAO Digital.

1.1.2. Objetivos Específicos

1. Se observó si existían procesos internos de comunicación establecidos entre cada departamento.
2. Se evaluó si los canales de comunicación utilizados eran los más adecuados.
3. Se analizó la comunicación organizacional de cada departamento de la agencia.
4. Se evaluó si existían procesos de trabajo internos.

1.2. LA INSTITUCIÓN

Nombre de la entidad: Agencia WAO Digital

1.2.1. Ubicación Geográfica

Dirección: 10 Calle 6-48 zona 9, Centro de Negocios Gibraltar.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Actualmente la agencia desarrolla proyectos específicos en conjunto con otras personas que tienen el enlace directo con el cliente. También trabaja proyectos con pequeñas agencias que subcontratan los servicios de WAO Digital.

1.2.3. Antecedentes o Historia

En el 2013 se constituyó la agencia WAO Digital, iniciando sus actividades comerciales con desarrollo web y en el 2015 vio una oportunidad de crecimiento ampliando los servicios de la agencia enfocada en marketing digital 360° con servicios como social media, desarrollo de plataformas y aplicaciones móviles, Seo entre otros. En el último año ha tenido un crecimiento significativo capacitando al personal en el área de desarrollo web y desarrollando con nuevas tecnologías.

1.2.4. Departamentos o dependencias

Dirección General: Es el departamento encargado de dirigir, coordinar y crear las estrategias comerciales de la empresa y definir los métodos de trabajo para alcanzar las metas de la institución y de los clientes.

Departamento de Desarrollo: Brinda el asesoramiento a los niveles de jerarquía superior. Prepara, administra y asigna los proyectos a los diferentes desarrolladores de cada área. Tiene a su cargo el control y supervisión de los desarrolladores Frontend y Backend.

Dirección Comercial: Es uno de los departamentos que genera el volumen de trabajo por medio de las ventas. Este departamento ejecuta los planes para ampliar la cartera de clientes de la empresa. Desarrolla proyecciones de ventas periódicas para luego desarrollar las estrategias necesarias que ayuden a alcanzar las metas propuestas. Trabaja de la mano con el equipo de ventas velando que tengan capacitaciones constantes para desarrollar mejor el trabajo de prospección y ejecución de ventas.

Dirección Administrativa: Departamento encargado de administrar los recursos y materiales de la empresa. Realiza planes administrativos de trabajo semestrales y anuales y vela porque estos se cumplan con éxito. A su vez tiene a cargo el departamento de recursos humanos.

Departamento de Cuentas: Este departamento es el encargado de dar el servicio personalizado a los clientes. Cuando un cliente nuevo ingresa a la empresa, es designado a un ejecutivo de cuentas quien es el encargado de brindarle asesoría. El ejecutivo de cuentas propone y elabora planes de trabajo para el cliente y es el encargado de distribuir el trabajo a los encargados de cada área, sea desarrollo, diseño, SEO, etc. Supervisa que todo vaya acorde a las solicitudes de los clientes para luego presentarle el trabajo ya finalizado.

Departamento Desarrollo Móvil: Es el área donde se desarrollan aplicaciones móviles para celulares y otros dispositivos, trabaja de la mano con el departamento de desarrollo web.

Departamento de Desarrollo: Es el departamento que se encarga de desarrollar sitios, plataformas y cualquier otro sistema tecnológico solicitado por los clientes. Trabajan de la mano con los ejecutivos de cuentas para saber con exactitud los requerimientos del cliente.

Departamento de Plataformas: En este departamento se encarga de desarrollar y dar mantenimiento a las plataformas desarrolladas por los clientes y a su vez velar porque las plataformas utilizadas en la empresa se actualicen constantemente. Las plataformas que desarrollan sirven para agilizar los procesos internos de la empresa con los clientes.

Departamento de Maquetación: Es el departamento que se encarga de maquetar todos los sitios web solicitados, los newsletters y cualquier otro trabajo que el cliente solicita. Trabaja en conjunto con los desarrolladores web.

Departamento de SEO: Este departamento se encarga de darle visibilidad a los sitios web en los principales motores de búsqueda. Trabaja auditorías de SEO para los sitios web ya existentes y elabora informes detallados de mejoras para los sitios. Hace estudios de palabras claves, estudio de títulos, meta-descripciones, etiquetas etc. Plantea soluciones para que un sitio web esté posicionado y en actualización constante.

Departamento de Diseño Gráfico: Es el área visual de la empresa. Los diseñadores gráficos son los encargados de proponer diseños para los diferentes productos que se ofrecen a los clientes, como diseño de sitios, blogs, newsletters, post para redes sociales, firmas electrónicas, etc. Trabaja muy de la mano del ejecutivo de cuentas.

Recursos Humanos: Es el departamento que se encarga de todo el personal de la empresa, desde la contratación hasta el desarrollo de cada trabajador velando porque tengan un buen desempeño dentro de la empresa. Es el encargado de realizar la planilla mensual, definir puestos de trabajo, ver procesos de contratación, despidos, elaboración de contratos, etc.

1.2.5. Misión

“Ser el aliado estratégico de nuestros clientes creando soluciones de marketing digital que mejoren la productividad de sus negocios”.

1.2.6. Visión

“Consolidarnos como una agencia de marketing digital 360 grados líder de la región a través de la ejecución de estrategias e innovación digital”.

Valores

- Responsabilidad
- Respeto
- Honestidad
- Trabajo en equipo
- Autoformación
- Disciplina

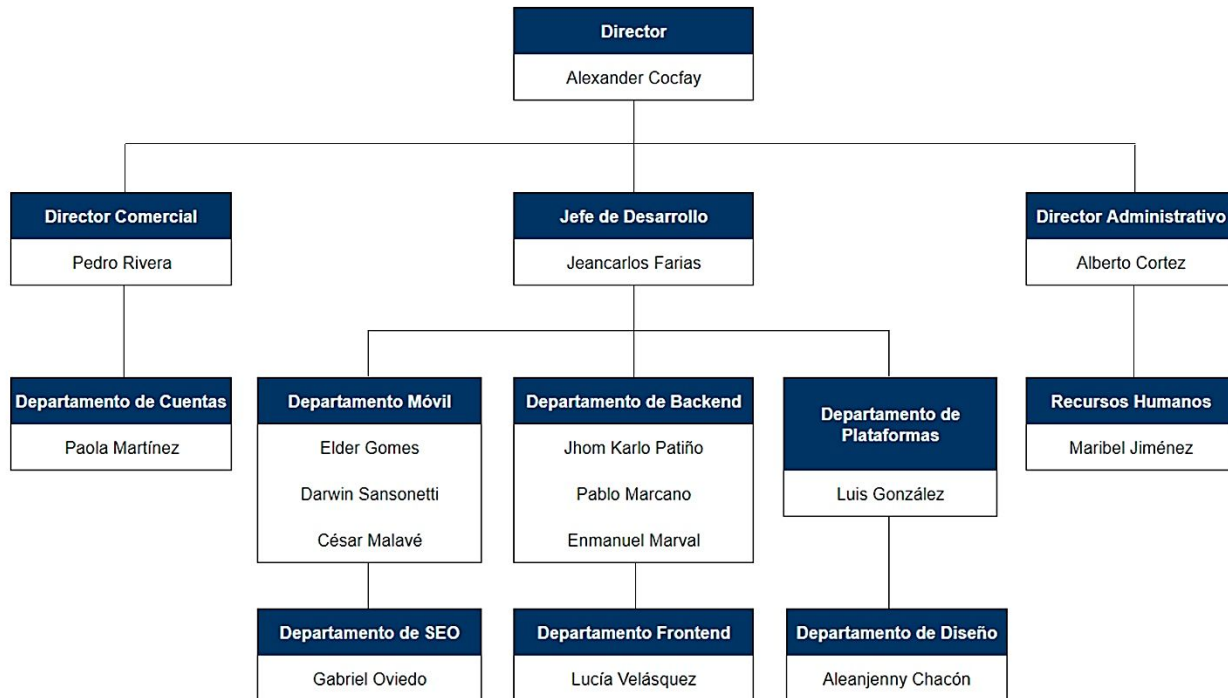
1.2.7. Objetivos Institucionales

- Ofrecer a nuestros clientes un servicio integral 360 grados que ayuden a su crecimiento en el mercado.
- Crear canales digitales que faciliten la comunicación de nuestros clientes con sus consumidores.
- Desarrollar estrategias de negocio que ayuden a la expansión de nuestros clientes.
- Dar visibilidad a las marcas en los medios digitales.
- Estar en constante actualización para mejorar nuestros servicios

1.2.8. Público Objetivo

- Empresas que buscan tener un crecimiento o más visibilidad en los canales digitales.
- Empresas que necesitan plataformas de automatización de tareas organizaciones internas.
- Pequeñas agencias que necesitan proyectos de desarrollo web para sus clientes.
- Entidades que necesitan crear un sistema integral de reportería de los diferentes departamentos de la empresa.
- Empresas comerciales que buscan expandir sus negocios fuera del país.
- Empresas que buscan aumentar sus ventas por medio de los canales digitales y la pauta digital.
- Empresas que quieren iniciar a incursionar en el marketing digital.

1.2.9. Organigrama



Fuente: Departamento de recursos humanos, WAO Digital.

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Según Julián Pérez Porto y María Merino, el método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. “Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación”.

Partiendo de esta definición se decidió trabajar con este método por ser cualitativo el cual permite interpretar la información que se obtiene a través de la observación y otras técnicas de investigación.

Merino., J. P. (2008)

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Las técnicas de investigación son procesos metodológicos y sistemáticos, múltiples o variables que permiten recoger información rápida.

La observación: Según Bunge, “la observación es la técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad”. (Bunge, 2006)

La observación en cuanto es un procedimiento científico se caracteriza por ser: Intencionada: porque coloca las metas y los objetivos que los seres humanos se proponen en relación con los hechos, para someterlos a una perspectiva teleológica.

Dentro de la institución, esta técnica se enfocó en todo el personal de cada departamento para observar con detenimiento la acciones que realizan y la forma como se comunican para organizar el trabajo.

La entrevista: “Es una conversación seria, que se propone un fin determinado, distinto del simple placer de la conversación. Tiene como funciones principales: recoger datos, informar y motivar. Se aplican las técnicas de observación, del rating (estimación) y aspectos comunes con la técnica del cuestionario”. (Moore, 2010)

Para realizar este diagnóstico se utilizó la entrevista estructurada con preguntas estandarizadas, donde se plantearon preguntas idénticas y en el mismo orden para los entrevistados incluyendo al director general, al jefe del departamento de desarrollo y a la coordinadora del departamento de cuentas.

La encuesta: “La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz”.

Es una técnica muy utilizada en el proceso investigativo que permite obtener y elaborar datos de manera más rápida y concreta. Ofrece la posibilidad de tener respuestas masivas y la obtención de un amplio abanico de cuestiones a la vez.

La encuesta se realizó con el personal del departamento de cuentas y desarrollo.

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

		Enero			Febrero		
		Del 15 al 21 de enero	Del 22 al 28 de enero	del 29 de enero al 4 de febrero	Del 5 al 11 de febrero	Del 12 al 18 de febrero	Del 19 al 25 de febrero
1	Propedeúutico del EPS	15-ene.					
2	Iniciar el proceso de observación		23 al 25-ene				
3	Recopilación de información		23-25 ene				
4	Búsqueda de documentos de apoyo		25-ene.				
5	Reunión preliminar con el director		26 ene.				
6	Elaboración de encuestas			29-ene.			
7	Elaboración del cuestionario			30-ene.			
8	Entrevista con el director				5-feb		
9	Entrevistas con los jefes de área				6-feb		
10	Realización de encuestas				7- 8 feb		
11	Análisis de los datos				9-feb		
12	Redacción preliminar del diagnóstico				10 al 13-feb		
13	Revisión del diagnóstico con el asesor				13-feb		
15	Entrega del diagnóstico					16-feb	

Fuente: Diagrama de Gantt <https://es.smartsheet.com>

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de las entrevistas (estructurada)



Nombre: _____

Cargo: _____

Tipo de entrevista: _____

Fecha: _____

Objetivo de la entrevista: _____

Preguntas:

1. ¿Cuáles son las funciones que realiza dentro de la empresa?
2. ¿Considera que existe una buena comunicación en la agencia?
3. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza en la agencia?
4. ¿Cuáles son las desventajas de utilizar estos medios de comunicación?
5. ¿Considera que estos canales son efectivos para comunicarse entre sí?
6. ¿Cómo podría mejorarse la comunicación en la agencia?
7. ¿En qué afecta no tener un buen proceso de comunicación?
8. ¿Considera que se pueden crear nuevos canales de comunicación para la agencia?

1.4.2. Resultados de las entrevistas

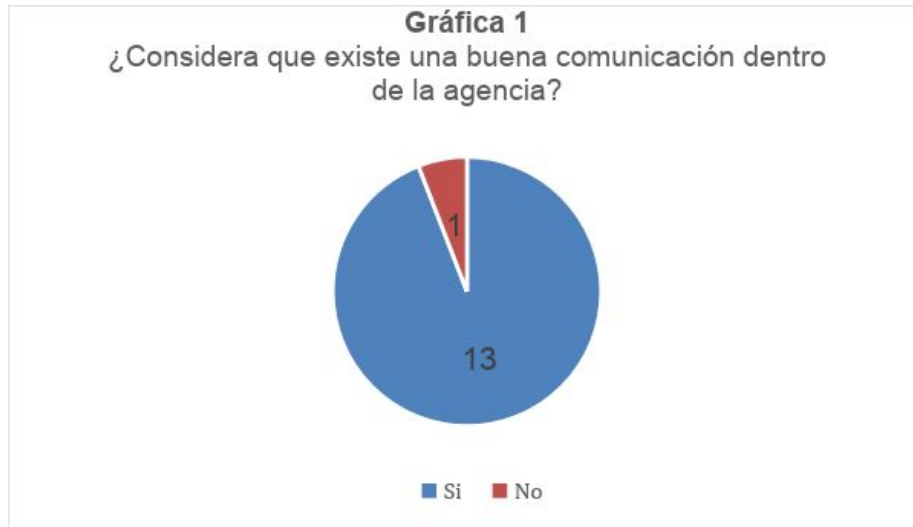
El director general de la agencia juntamente con los jefes de área, se enfocaron mucho en los canales de comunicación que actualmente se utilizan dentro de la empresa. Concordaron en que existe una buena comunicación entre el personal de trabajo de la sede de Guatemala con quienes están en la sede de Venezuela, pero que se puede mejorar la forma de comunicación sobre todo al momento de iniciar un proyecto nuevo o al momento de ingresar una solicitud de trabajo generada desde Guatemala para el departamento de producción en Venezuela.

Consideran que crear nuevos canales de comunicación es una buena alternativa para mejorar la comunicación y mejorar los procesos internos de la agencia, ya que, hasta el momento no se tiene definido un proceso a seguir y en repetidas ocasiones los trabajos se han entregado con atrasos a los clientes.

1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos

	Preguntas	Puntos de encuentros	Puntos de disensos
1	¿Considera que existe una buena comunicación en la agencia?	Sí, pero puede mejorar. Hay una buena comunicación basada en el respeto.	
2	¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza en la agencia?	Chat de Hangouts, Chat de WhatsApp, correo electrónico, y videollamadas.	
3	¿Cuáles son las desventajas de utilizar estos medios de comunicación?	La mala conexión a internet dificulta un poco la comunicación, no sucede siempre.	
4	¿Considera que estos canales son efectivos para comunicarse entre sí?	Sí, siempre y cuando el internet no falle. Son canales rápidos de comunicación.	No siempre, a veces las personas no saben escribir detalladamente lo que están requiriendo.
5	¿Cómo podría mejorarse la comunicación en la agencia?	Haciendo más llamadas o videollamadas y no solo depender de los canales escritos.	
6	¿En qué afecta no tener un buen proceso de comunicación?	Los trabajos se demoran más tiempo de lo espera, existen muchas confusiones.	
7	¿Considera que se pueden crear nuevos canales de comunicación para la agencia?	Siempre que sea para mejorar o agilizar los procesos.	Se pueden utilizar los que ya se tienen pero de una forma más adecuada.

1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretación del resultado de las encuestas



Fuente: Cindy Paola Martínez.

Interpretación: Trece personas respondieron que sí existe una buena comunicación en la agencia y 1 persona indicó lo contrario.



Fuente: Cindy Paola Martínez.

Interpretación: Dieciséis personas utilizan el correo electrónico y el chat, cuatro personas utilizan las llamadas y tres personas utilizan videollamadas.



Fuente: Cindy Paola Martínez.

Interpretación: Diez personas consideraron que no existen procesos definidos en la agencia, 2 personas indicaron que sí y 2 personas respondieron que no siempre existen procesos definidos a seguir.



Fuente: Cindy Paola Martínez.

Interpretación: Dieciséis personas concluyeron que se deben crear órdenes de trabajo y especificar más las solicitudes del cliente, quince personas consideran que se deben enviar correos más detallados, catorce personas indicaron que se deben de utilizar otros canales de comunicación y trece personas consideran que debe haber más comunicación con el ejecutivo de cuentas.



Fuente: Cindy Paola Martínez.

Interpretación: Catorce personas indicaron que crear nuevos canales de comunicación pueden ayudar a mejorar los procesos internos en la agencia, una persona indicó que no y una persona contestó que sí pero depende de qué canales sean.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN: FODA

1.5.1. Fortalezas

- Existe una comunicación respetuosa y de confianza entre los trabajadores de la empresa.
- Se utilizan canales eficientes de comunicación.
- Los canales de comunicación son accesibles.
- El personal cuenta con las herramientas necesarias de trabajo.
- Existe una plataforma digital propia de la empresa.

1.5.2. Oportunidades

- Comenzar a utilizar otros canales de comunicación.
- Crear nuevos procesos de comunicación que agilicen el desarrollo de las tareas.
- Establecer nuevas metodologías de trabajo que sean más eficientes.
- Tener más contacto directo con los clientes para tener de primera mano la información.
- Capacitar a los ejecutivos de cuentas sobre los productos que la empresa ofrece y evitar malos entendidos con las solicitudes de trabajo.
- Crear una forma de comunicación más visual para explicar las ideas más complejas entre el equipo de trabajo.
- Crear una herramienta digital de trabajo donde se centralicen las tareas.

1.5.3. Debilidades

- Mala conexión de internet al momento de comunicarse.
- No conocer al 100% los productos que la agencia ofrece.
- Solicitudes a producción incompletas.
- Las ideas complejas no se dan a entender bien de forma escrita.
- No hay ordenes de trabajo establecidas.
- No hay procesos de trabajo en los departamentos.

1.5.4. Amenazas

- No tener una comunicación clara que provoque errores.
- No entender las necesidades del cliente.
- Dar un servicio lento al cliente.
- Mala comunicación que provoque atrasos.
- No tener procesos claros.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN
INTERNA EN LA AGENCIA WAO DIGITAL”

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Hace 5 años de desarrolló una plataforma llamada Mydesk única para la agencia WAO Digital con el fin de administrar las redes sociales de los clientes, ver resultados y estadísticas de las campañas realizadas, hacer envíos masivos a cuentas de correos y llevar un control del CRM.

Es una herramienta que solo se ha utilizado por los ejecutivos del departamento de cuentas, quien tiene a su cargo generar las órdenes de trabajo para los demás departamentos de la agencia por ser el contacto directo con el cliente. Los ejecutivos de cuentas interpretan las solicitudes, asesoran al cliente para luego trasladar los requerimientos al demás personal.

En los últimos 3 años ha habido rotación de ejecutivos de cuentas y eso ha dificultado mantener los procesos de trabajo dentro de la agencia porque cada ejecutivo ha optado una forma diferente de trabajar, lo cual ha generado una forma desordenada de trabajar lo que provoca confusiones o atrasos al momento de ejecutar algún proyecto.

2.2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

- Presentar un plan de comunicación que ayude a fortalecer la comunicación interna de la agencia WAO Digital.

2.2.2. Objetivos específicos

- Identificar las necesidades de la agencia para mejorar la comunicación interna de la agencia.
- Definir los procesos de trabajo.
- Desarrollar una herramienta que permita ordenar, administrar y visualizar el estatus de cada proyecto a realizar.
- Diseñar los módulos de la herramienta digital.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Público Interno: Personal de la agencia.

Datos demográficos

- Nacionalidad: guatemaltecos y venezolanos
- Edad: de 22 a 39 años
- Sexo: Hombres y mujeres
- Escolaridad: universitarios

Datos psicográficos

- Personas jóvenes, profesionales, autodidactas, que les gustan los medios tecnológicos y los canales de comunicación más accesibles y rápidos como correos, chats, video llamadas, aplicaciones, etc. Acostumbrados a estar conectados la mayoría del tiempo, atentos a su celular y algún otro dispositivo móvil.

2.4. EL MENSAJE

“Una buena comunicación es la clave del éxito”.

Saber comunicarse bien es la clave principal para el entendimiento de las personas o grupos de trabajo. Dentro de la empresa debe existir una correcta de comunicación que permita mantener informados a los trabajadores utilizando los canales de comunicación adecuados.

2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- “Implementar la herramienta digital Mydesk para fortalecer y agilizar la comunicación interna dentro de la agencia WAO DIGITAL”.

Acciones

ACCIÓN 1	
<i>¿A qué estrategia responde esta acción?</i>	Implementar la herramienta digital
Problema:	No existe un buen proceso de trabajo.
Producto:	Reunión de lluvia de ideas.
Objetivo comunicacional:	Identificar los principales problemas.
Tipo de mensaje:	Organización
Público Objetivo:	Interno: Jefes de área
Medio de difusión:	Digital: Videollamada.

ACCIÓN 2	
<i>¿A qué estrategia responde esta acción?</i>	Implementar la herramienta digital
Problema:	No existe un buen proceso de trabajo.
Producto:	Reunión.
Objetivo comunicacional:	Estandarizar los pasos a seguir en cada proyecto a realizar.
Tipo de mensaje:	Participativo.
Público Objetivo:	Interno: Jefes de área
Medio de difusión:	Digital: Videollamada.

ACCIÓN 3	
<i>¿A qué estrategia responde esta acción?</i>	Implementar la herramienta digital
Problema:	Crear los módulos de la herramienta.
Producto:	Excel en Google Drive colaborativo.
Objetivo comunicacional:	De acuerdo a las necesidades desarrollar los módulos que se necesiten para organizar las órdenes de trabajo y ver el estatus de las mismas. (Estructura)
Tipo de mensaje:	Participativo.
Público Objetivo:	Interno: Jefes de área
Medio de difusión:	Digital: Videollamada.

ACCIÓN 4	
<i>¿A qué estrategia responde esta acción?</i>	Implementar la herramienta digital
Problema:	No se tiene clara la idea del diseño.
Producto:	Balsamiq
Objetivo comunicacional:	Estructurar la herramienta por medio de mockups. (Diseño).
Tipo de mensaje:	Informativo.
Público Objetivo:	Interno: Jefes de área
Medio de difusión:	Digital: Videollamada.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“IMPLEMENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA MYDESK PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA AGENCIA WAO DIGITAL”

El plan de comunicación fue realizado de acuerdo a las estrategias y acciones que se planificaron, con el fin de mejorar los procesos internos de la agencia digital y facilitar la comunicación entre los miembros del equipo.

Se obtuvo el apoyo de las personas encargadas de cada área y la participación de los miembros que aportaron sus opiniones e ideas para trabajar la herramienta digital, con sus diferentes módulos de acuerdo a las necesidades de cada departamento.

Se realizó todo el proceso de revisión para confirmar si la herramienta creada funciona de forma correcta y que esté cumpliendo con los objetivos principales.

3.1.1. Financiamiento

Horas	Tareas	No. de Personas	Descripción	Total
240	Desarrollo	2	Personas que se encargarán de programar la herramienta	Q26,712.00
80	QA (revisión)	4	Revisión de las funcionalidades de la herramienta	Q8,904.00
40	QA (revisión)	4	Revisión del diseño y navegación de la herramienta	Q4,452.00
30	Control y seguimiento	2	Control y seguimiento de todo el proyecto	Q3,339.00
24	Diseño de esquema	2	Diseñar la estructura de la herramienta	Q2,671.20
8	Base de datos	1	Crear almacenamiento de datos en la nube	Q1,780.80
4	Publicación	1	Subir la herramienta a una URL	Q445.20
TOTAL				Q48,304.20

3.1.2. Presupuesto ejecutado

La agencia no hizo inversión económica para realizar el proyecto, pero si una inversión con recurso humano y tiempo para la creación de la herramienta digital.

Los tiempos estimados se detallan a continuación y como referencia se colocó un aproximado de horas con los costos totales.

3.1.3. Beneficiarios

- Los principales beneficiarios de la herramienta digital son todas las personas que trabajan en el área de ventas, cuentas y producción, ya que, con esta herramienta se pueden generar las órdenes de trabajo y ver el estatus de cada una.
- Los beneficiarios secundarios son los clientes que ya se tienen, pues al agilizar los procesos internos de la agencia ellos pudieron percibir que el trabajo solicitado se realizaba de una manera más rápida y precisa en cuanto a los requerimientos de cada proyecto.
- Los beneficiarios terceros son los clientes prospectos, pues pueden obtener la información más rápida de parte de los ejecutivos de ventas.

3.1.4. Recursos humanos

Personal	Puesto	Actividad
Inge. Alexander León	Director	Persona encargada de autorizar y dar lineamientos para la realización del proyecto y quien asignó a ciertas personas en cada etapa del proceso.
Ing. Jeancarlos Farías	Project Manager	Encargado de trabajar las ideas en cuanto a desarrollo con los equipos de trabajo, proporcionó ideas para la implementación de otros módulos en la herramienta y quien se encargó de supervisar a los programadores.
Luis González, Pablo Marcano, José Medina.	Programadores	Programadores quienes se encargaron de desarrollar la herramienta y hacer las primeras pruebas para revisar que todo funcionara de acuerdo a los requerimientos.
Aleanjenny Chacón	Diseñadora Web	Persona encargada de trabajar los diseños finales de las vistas para la herramienta.
Alberto Coronado	Ejecutivo de cuentas	Asesoría en cuanto a procesos de trabajos.

3.1.5. Áreas geográficas de acción

Parte de las acciones se realizaron en la agencia ubicada en 10 calle 6-48 zona 9, de la ciudad capital de Guatemala y en la isla de Margarita Venezuela, donde se encuentra el equipo de programadores y diseñadores web.

3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES REALIZADAS

Implementación de la herramienta digital Mydesk.

Objetivo comunicacional:

Crear una herramienta que ayude a generar y administrar las órdenes de trabajo que permita agilizar los tiempos de entrega, ver el estatus de cada proyecto y administrar las tareas que cada persona realiza dentro de la agencia.

Descripción:

Tener un proceso de trabajo definidos permiten que existan en mejor orden ejecutar los proyectos en la agencia. Contar con una herramienta digital accesible para todo el personal logrará eficientizar el trabajo de cada uno, brindando un mejor servicio a los clientes.

Acciones desarrolladas:

1. Identificar los problemas que afectan los procesos de trabajo.
2. Plantear posibles soluciones a los problemas con los jefes de área.
3. Diseñar los procesos y los módulos de la herramienta digital.
4. Trabajar en el diseño web de la herramienta.
5. Desarrollar la herramienta con el equipo de producción.

PLATAFORMA EN Mydesk

La herramienta digital se integró a la plataforma Mydesk, una plataforma propia de la agencia que se había dejado de utilizar por los ejecutivos, pues en algún momento dejó de ser funcional para los ejecutivos de cuentas.

Actualmente la herramienta puede centralizar la información de los clientes, campañas realizadas, datos estadísticos de cada campaña, etc. Y ahora centraliza también las órdenes de producción, el estatus de cada proyecto, un chat integrado para el ejecutivo y director de proyectos, Además la herramienta envía notificaciones por medio de correo electrónico a cada miembro de la agencia.

La herramienta consta de tres módulos que benefician a las áreas de cuentas, desarrollo, ventas y uno en especial que es de utilidad para todo el personal de la agencia:

Módulo de Proyectos:

El primer módulo que se realizó fue el de “Proyectos” en el cual se pueden generar las órdenes de trabajo. Cada ejecutivo puede tener su directorio de clientes que maneja y realizar una orden de trabajo por cliente. Cada persona encargada va actualizando el estatus cada día para que el ejecutivo sepa cuándo tendrá el trabajo finalizado para enviar al cliente para revisión o aprobación.

Módulo de Tareas:

Otro módulo creado es el de “Tareas” donde cada miembro de la agencia puede acceder siempre con un usuario y contraseña para crear sus tareas diarias, determinando cliente, tarea a realizar, una breve descripción, fecha y estatus. La idea principal de este módulo fue que cada persona pueda tener un control de las tareas diarias que debe hacer y si las debe de realizar en una fecha y hora específica.

Directorio

Los ejecutivos de cuentas ahora podrán administrar sus contactos desde Mydesk, pueden agregar nuevos clientes, contactos, correos, teléfonos, etc. para que tengan el directorio allí mismo sin necesidad de buscar información en sus correos.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

	Mayo			Junio			Julio		
	Del 14 al 20 de mayo	Del 21 al 27 de mayo	Del 28 de mayo al 3 de junio	Del 4 al 10 de junio	Del 11 al 17 de junio	Del 18 al 24 de junio	Del 25 de junio al 1 de julio	Del 2 al 8 de julio	Del 9 al 15 de julio
1	Inicio de práctica supervisada	15-may							
2	Organizacion para la primera reunión de trabajo		21-may						
3	Reunión de lluvia de ideas con los jefes		23-may						
4	Plateamiento de soluciones con los jefes de área		23 y 24-may						
5	Diseñar los procesos de trabajo			28 y 29-may					
6	Diseñar la herramienta de trabajo			30-may					
7	Correcciones de los diseños			31-may / 1-jun					
8	Diseño de mock ups				4-jun.				
9	Diseño web de la herramienta de trabajo				5 al 6- jun				
10	Diseñar la base de datos				6-jun.				
11	Desarrollo de la herramienta					11 al 29 de jun			
12	Evaluación de los primeros módulos					25 jun.			
13	Correcciones de los primeros módulos					25 y 26-jun			
14	Desarrollo de los otros otros módulos						27 de jun al 7 de jul		
15	Testeo de la herramienta							2 y 3 de jul	
16	Publicación de la herramienta								9-jul.
17	Evaluación general de la herramienta y las notificaciones								10 al 14 de jul

Fuente: Diagrama de Gantt <https://es.smartsheet.com>

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Nombre de la estrategia:</p> <p>“Implementar la herramienta digital Mydesk para fortalecer y agilizar la comunicación interna dentro de la agencia WAO DIGITAL”.</p> <p>Objetivos: Identificar cuáles son las soluciones para diseñar y desarrollar los módulos de la herramienta.</p>	<p>Se reunieron 4 personas para analizar las necesidades principales de la agencia.</p>	<p>Identificar los posibles módulos a desarrollar en la herramienta.</p>
	<p>Se definió 1 metodología de trabajo y se diseñaron 2 mock ups, 1 estático y 1 dinámico.</p>	<p>Los mock ups permitieron visualizar la estructura de la herramienta.</p>
	<p>Se estructuraron 3 módulos principales.</p>	<p>Cada miembro planteó sugerencias del funcionamiento de cada módulo.</p>
	<p>Se desarrolló 1 diseño preliminar de cada vista.</p>	<p>Se revisó y se solicitaron cambios en el diseño.</p>
	<p>Se realizó el desarrollo de la herramienta con 2 programadores.</p>	<p>Se inició a trabajar el módulo de proyectos por ser el más complejo.</p>

CONCLUSIONES

Se analizaron las principales debilidades de la agencia en las áreas de cuentas, ventas y producción para entender por qué los resultados no eran favorables ni para la dirección general de la agencia ni para los clientes quienes en algunas ocasiones manifestaron su descontento con el trabajo.

Al analizar las causas de los retrasos recurrentes se llegó a la conclusión de crear un nuevo proceso de trabajo en cada área y uno a nivel general, que permitiera que todo el personal estuviera bajo la misma dirección.

Se planteó desarrollar una herramienta digital que permitiera agilizar los procesos y mejorar la comunicación entre todos miembros de la agencia.

La herramienta se desarrolló con las propuestas de todos para garantizar que cada uno la utilizara y que en realidad fuera una herramienta de apoyo para mejorar sus resultados. La agencia ha puesto en práctica la herramienta y ha mostrado resultados favorables en las tareas diarias y en la atención más rápida a los clientes.

Actualmente se tiene pensado seguir desarrollando más módulos dentro de la misma plataforma e incluso convertirla en un producto más que la agencia pueda ofrecer a sus clientes para mejorar los resultados de sus empresas a nivel administrativo.

RECOMENDACIONES

1. Agendar evaluaciones constantes para garantizar que se lleve el proceso establecido y que la herramienta siga siendo de beneficio tanto para la agencia y como para los clientes.
2. Comunicar la nueva forma de trabajo a las personas nuevas que se integren a la agencia para enseñarles el proceso y el uso correcto de la herramienta.
3. Evaluar la herramienta digital periódicamente para verificar que cada persona la esté utilizando diariamente y sea parte de su nueva forma de trabajar.
4. Realizar otras reuniones con el personal para plantear nuevas mejoras a los procesos de trabajos y a los diferentes módulos de la herramienta digital.
5. Mejorar el producto para poderlo ofrecer a los clientes como una herramienta de utilidad que les permita mejorar sus procesos internos.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Aplicación móvil:** Programa que se puede descargar al que puede acceder directamente desde su Smartphone o desde algún otro dispositivo móvil.
2. **Backend:** Es cualquier sistema que soporta aplicaciones de “back office”. Estos sistemas se utilizan como parte de la gestión social y funcionan mediante la obtención de los datos de la entrada del usuario en el sitio y reunir las aportaciones de otros sistemas para proporcionar una salida de respuesta.
3. **Balsamiq:** Es una herramienta que puede ser usada tanto por clientes como por desarrolladores, con el objetivo de acordar aspectos importantes del alcance de una solución con una mínima inversión de tiempo dedicada.
4. **CRM:** (Gestión de relaciones con los clientes) es un término de la industria de la información que se aplica a metodologías, software y, en general, a las capacidades de Internet que ayudan a una empresa a gestionar las relaciones con sus clientes de una manera organizada.
5. **Desarrollo web:** Es un término que define la creación de sitios web para Internet o una intranet. Para conseguirlo se hace uso de tecnologías de software del lado del servidor y del cliente que involucran una combinación de procesos de base de datos con el uso de un navegador web a fin de realizar determinadas tareas o mostrar información.

6. **Diagnóstico:** Como diagnóstico se denomina la acción y efecto de diagnosticar. Como tal, es el proceso de reconocimiento, análisis y evaluación de una cosa o situación para determinar sus tendencias, solucionar un problema o remediar un mal.
7. **Directorio:** Lista de nombres y direcciones de empresas, profesionales, instituciones, etc., generalmente en orden alfabético.
8. **Diseño web:** Es una actividad que consiste en la planificación, diseño, implementación y mantenimiento de sitios web. No es simplemente la implementación del diseño convencional ya que se abarcan diferentes aspectos como el diseño gráfico web, diseño de interfaz y experiencia de usuario, como la navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información; interacción de medios, entre los que podemos mencionar audio, texto, imagen, enlaces, video y la optimización de motores de búsqueda.
9. **Estatus:** El término estatus viene del latín status, que quiere decir condición o estado, un concepto que aparece en algunas expresiones latinas (statu quo o status libertatis).
10. **Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
11. **Frontend:** Esta es una de las dos partes de la que se componen muchas aplicaciones informáticas y, como su nombre deja a entrever, es aquella que conforma la que se ve por parte del usuario y con la cual interacciona.

12. **Funcionalidad:** Conjunto de características que hacen que algo sea práctico y utilitario.
13. **Herramienta:** Objeto que se utiliza para trabajar en diversos oficios o realizar un trabajo manual.
14. **Historial:** Conjunto pormenorizado de datos sobre la actividad y los antecedentes de una persona, una actividad o una entidad.
15. **Implementar:** Poner en funcionamiento, aplicar los métodos y medidas necesarios para llevar algo a cabo.
16. **Link:** Elemento de un documento electrónico que permite acceder automáticamente a otro documento o a otra parte del mismo.
17. **Maquetación:** Consiste en la distribución de los elementos de una página, es decir, textos, imágenes, links y gráficos distribuidos ordenadamente.
18. **Marketing 360°:** Es un concepto creado donde se aprovechan todas las herramientas disponibles en el mundo actual de cara al consumidor. 360 grados se denomina ya que cierra un círculo perfecto generado con la introducción de la publicidad como modo de influenciar a los consumidores en la elección de un producto.
19. **Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.

20. **Mockup:** es un modelo a escala o tamaño real de un diseño o un dispositivo, utilizado para la demostración, evaluación del diseño, promoción, y para otros fines. Un mockup es un prototipo si proporciona al menos una parte de la funcionalidad de un sistema y permite pruebas del diseño.
21. **Módulo:** Elemento con función propia concebido para poder ser agrupado de distintas maneras con otros elementos constituyendo una unidad mayor.
22. **Mydesk:** Herramienta digital con diferentes funcionalidades para organizar el trabajo en una empresa.
23. **Ordenes de trabajo:** Es un documento escrito que la empresa le entrega a la persona que corresponda y que contiene una descripción pormenorizada del trabajo que debe llevar a cabo.
24. **Plataforma web:** Una plataforma incluye elementos adicionales a la página web tales como aplicaciones, carritos de compras, formularios, convertidores, instancias de aprobación y alguna otra solución específica para la necesidad del cliente y el mercado.
25. **Proceso:** Definido como la sucesión de actos o acciones realizados con cierto orden, que se dirigen a un punto o finalidad, así como también al conjunto de fenómenos activos y organizados en el tiempo.
26. **Project manager:** Persona encargada de dirigir los proyectos de una empresa.
27. **Prospección:** Búsqueda organizada que se utiliza para encontrar a clientes potenciales.

28. **SEO:** Es una sigla que procede de la expresión inglesa Search Engine Optimization. Se trata de la técnica que consiste en optimizar un sitio web para que alcance el mejor posicionamiento posible en los buscadores de Internet.
29. **Servidor web:** ES lo que hace posible el Web hosting, es decir, la posibilidad de alquilar un espacio en un servidor para almacenar los archivos de nuestro sitio.
30. **Social media:** Término en inglés que significa medios sociales. Es un sistema de plataformas donde la gestión de la información es creada y visualizada por los usuarios mediante la tecnología web 2.0, donde además pueden compartir y transferir textos, fotografías, audio, vídeo, etc.
31. **URL:** Es la dirección específica que se asigna a cada uno de los recursos disponibles en la red con la finalidad de que estos puedan ser localizados o identificados.
32. **QA:** Significa Quality Assurance, o aseguramiento de la calidad. Se trata de un conjunto de actividades de evaluación de las distintas etapas del proceso de desarrollo para garantizar que el producto final sea de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Ortiz, G. A. (2011). *Guía práctica sobre técnicas y métodos de investigación documental y de campo*. Guatemala: CIMGRA.
- Enz, A. (2012). Manual de Comunicación para organizaciones sociales. En A. Enz, *Hacia una gestión estratégica y participativa* (págs. 106-126). Argentina: Rivolin SRL.
- Educación, R. (2006). Número Extraordinario. *Revista Educación*, 185.

EGRAFÍA

- Arturo. (s.f.). *Crece en Negocios*. Extraído el 5 de Febrero de 2018, de <https://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/>
- *Concepto.de.* (s.f.). Extraído el 29 de enero de 2018, de <https://concepto.de/metodo-inductivo/>
- Galán, M. (s.f.). *Manuel Galán Blog*. Extraído el 3 de febrero de 2018, de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html>
- Mendoza, S. (s.f.). *Sharon Mendoza Blog*. Extraído el 4 de febrero de 2018, de <http://sharonesa235.blogspot.com/2012/10/la-entrevista-psicologica.html>
- RAE. (s.f.). *Real Academia Española*. Extraído el 5 de agosto de 2018, de <http://dle.rae.es/?w=diccionario>

ANEXOS

Transcripción completa de las entrevistas

Entrevistado No. 1

- Nombre: Alexander Cofay Borrayo
- Puesto: Director General
- Duración de la entrevista: 43 minutos
- Fecha de la entrevista: 3 de febrero 2018

1.- ¿Cuáles son las funciones que realiza dentro de la empresa?

“Prácticamente yo veo toda la parte de dirección, creación de estrategias, nuevos productos, nuevos modelos de negocios, desarrollar diferentes planes que se van a ejecutar. Me encargo de organizar los siguientes pasos en la empresa para ir creciendo poco a poco. Trabajo en conjunto con Jean Carlos quién es el encargado de todo el equipo del Departamento de Desarrollo, todos los días nos comunicamos y vemos como van funcionando las cosas”.

2.- ¿Considera que existe una buena comunicación dentro del personal de la agencia?

“Yo creo que sí, la mayoría son personas jóvenes y son hombres, son personas que se les facilita la comunicación, son muy directos para hablar y creo que eso es muy bueno al momento de coordinar el trabajo que se tiene que realizar”.

3.- ¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza para comunicarse con el equipo?

“Estando en la oficina tenemos la facilidad de estar cerca y tener una comunicación más directa, cuando no estamos cerca nos llamamos, nos escribimos por chat o nos enviamos algún correo, pero la mayoría de las veces nos comunicamos directamente”.

4.- ¿Cuáles son las desventajas de utilizar estos canales de comunicación?

“Por ejemplo el chat es un medio rápido, estamos pendientes de él, ya nos acostumbramos a trabajar con esta herramienta”.

5.- ¿Considera que estos canales son efectivos?

“Sí, pero pueden mejorar, a veces falla la conexión a internet es muy lento y dificulta hablar un poco pero sí creo que son efectivos”.

6.- ¿Cómo podría mejorarse la comunicación a en la empresa?

“Primero prestando atención a lo que se pide, entender bien la solicitud de los clientes, comunicarse mejor, preguntar, no quedarse con la duda, no asumir nada sino preguntar sin pena hasta que todos estemos en sintonía”.

7.- ¿En qué afecta no tener un buen proceso de comunicación?

“Atrasa el trabajo, no recibir lo que realmente se pidió, no satisfacer al cliente porque no se comunicó como él quería, etc.”.

8.- ¿Considera que se pueden crear nuevos canales de comunicación para la agencia?

“Sí creo que sí, la ventaja que tenemos acá es todo lo podemos hacer nosotros mismos, la idea de la agencia es innovar, es crear, hacer productos nuevos, servicios, lo que sea que se necesite. Si nosotros tenemos esa ventaja creo que debemos aprovecharla, no dejar a un lado los canales que utilizamos porque en cierto modo sí son efectivos, no digo que no, pero a lo que quiero llegar es que si tenemos la posibilidad de crear un canal que todos usemos en mucho mejor, es algo propio para la agencia y es parte de los micro servicios que ofrecemos a los clientes”.

Entrevistado No. 2

- Nombre: Jean Carlos Farias
- Puesto: Project Manager
- Duración de la entrevista: 22 minutos
- Fecha de la entrevista: 4 de febrero 2018

1.- ¿Cuáles son las funciones que realiza dentro de la empresa?

“Me encargo de ver a todo el equipo en general de desarrollo y SEO. Me encargo de distribuir el trabajo de desarrollo a todo el equipo para luego supervisarlos, trabajo de la mano con los ejecutivos de cuentas.

2.- ¿Considera que existe una buena comunicación dentro del personal de la Agencia?

“Sí, la verdad que acá nos organizamos muy bien, vemos orden de prioridades y ya después comunicamos lo que tenemos que entregar y listo, comenzamos a trabajar en ello”.

3.- ¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza para comunicarse con el equipo?

“Pues casi que siempre utilizamos el chat de Hangouts, nos enviamos mails, o tenemos alguna videollamada, la verdad aprovechamos cualquier medio para comunicarnos más fácil”.

4.- ¿Cuáles son las desventajas de utilizar estos canales de comunicación?

“Que a veces falla la conexión de internet entonces a veces no se escucha, o se escucha mal entonces no se entiende lo que nos están diciendo”.

5.- ¿Considera que estos canales de comunicación son efectivos?

“A veces, si el internet no falla, entonces sí y depende de qué canal utilicemos porque por ejemplo el correo es efectivo, pero si se redacta como debe ser, es decir que lleve toda la información necesaria, archivos adjuntos, detallado todo lo que quieren, etc.”.

7.- ¿En qué afecta no tener un buen proceso de comunicación?

“En que muchas veces no comunicarse bien atrasa el trabajo, no tener una buena comunicación desde el inicio de un proyecto provoca más errores, más horas de trabajo, etc.”.

8.- ¿Considera que se pueden crear nuevos canales de comunicación para la agencia?

“Sí, sí se puede. De hecho, creo que sería genial tener más formas de comunicarnos sobre todo algo que sea más explícito, algo más práctico, algo que nosotros desarrollemos como Scrum, eso sería una buena idea y algo que nos podría ayudar muchísimo”.

Entrevistado No. 3

- Nombre: Jhomkarlo Patiño
- Puesto: Project Manager
- Duración de la entrevista: 18 minutos
- Fecha de la entrevista: 4 de febrero 2018

1.- ¿Cuáles son las funciones que realiza dentro de la empresa?

“Bueno pues yo me encargo de ciertos proyectos de desarrollo que me son asignados, yo designo los trabajos a los demás chicos y vemos cómo nos distribuimos el trabajo equitativamente”.

2.- ¿Considera que existe buena comunicación dentro de la agencia?

“Sí, acá hay mucha confianza, hay una comunicación muy abierta, muy respetuosa, es fácil comunicarnos entre nosotros porque ya nos conocemos bien”.

3.- ¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza para comunicarse con el equipo?

“Utilizamos los chats, los correos, creo que son herramientas muy útiles y rápidas para comunicarse, yo ya estoy acostumbrado a trabajar así”.

4.- ¿Cuáles son las desventajas de utilizar estos canales de comunicación?

“La falta de internet puede ser, hay poca señal, entonces ya se dificulta hablar”.

5.- ¿Considera que estos canales son efectivos para comunicarse entre sí?

“Creo que sí, nosotros nos comunicamos bien.”

6.- ¿Cómo podría mejorarse la comunicación en la agencia?

“Utilizar otros medios de comunicación como Skype, ese no lo usamos y es bueno, hay que recordar que hay otras formas de comunicarse como las video llamadas”.

7.- ¿En qué afecta no tener un buen proceso de comunicación?

“Pues que cuando no se entiende bien lo que se quiere no sabemos qué hacer, a veces depende del ejecutivo que no transmite lo que realmente el cliente quiere entonces genera atrasos o hacemos algo que no era.”.

8.- ¿Cómo podría mejorarse la comunicación entre el personal?

“Enfocándose en el respeto, hablar bien, hablar claro, comunicar lo que es”.

9.- ¿Considera que pueden crear nuevos canales de comunicación para la agencia?

“Si por supuesto, creo que es una ventaja que tendríamos, aunque los canales que utilizamos no son malos, pero si es algo para mejorar creería que sí se puede hacer.”

Modelo de la encuesta:



Procesos de comunicación interna WAO Digital

Entrevistado/a:

Fecha: ____/____/____

A continuación, encontrará una serie de preguntas destinadas para conocer su opinión sobre procesos de comunicación dentro de la agencia WAO Digital.

1. Considera que existe una buena comunicación dentro de la agencia?	SI	
	NO	

2. ¿Cuáles con los canales de comunicación que más utiliza?	Chat	
	Correo	
	Llamada	
	Videollamada	

3. ¿Considera que existen procesos definidos para trabajar?	Si	
	No	
	No siempre	

4. ¿Cómo puede mejorarse la comunicación interna?	Crear ordenes de trabajo	
	Especificar más las solicitudes	
	Comunicarse más con el ejecutivo de cuentas	
	Enviar correos más detallados	
	Utilizar otros canales de comunicación	

5. ¿Cree que crear nuevos canales de comunicación ayudará a mejorar los procesos internos?	Si	
	No	
	Depende de qué canal sea	

Matriz o Vaciado de encuestas:

1. ¿Considera que existe una buena comunicación dentro de la agencia?

SI:	13
NO:	1

2. ¿Cuáles con los canales de comunicación que más utiliza?

Chat	14
Correo	14
Llamada	4
Videollamada	3

3. ¿Considera que existen procesos definidos para trabajar?

Si	2
No	10
No siempre	2

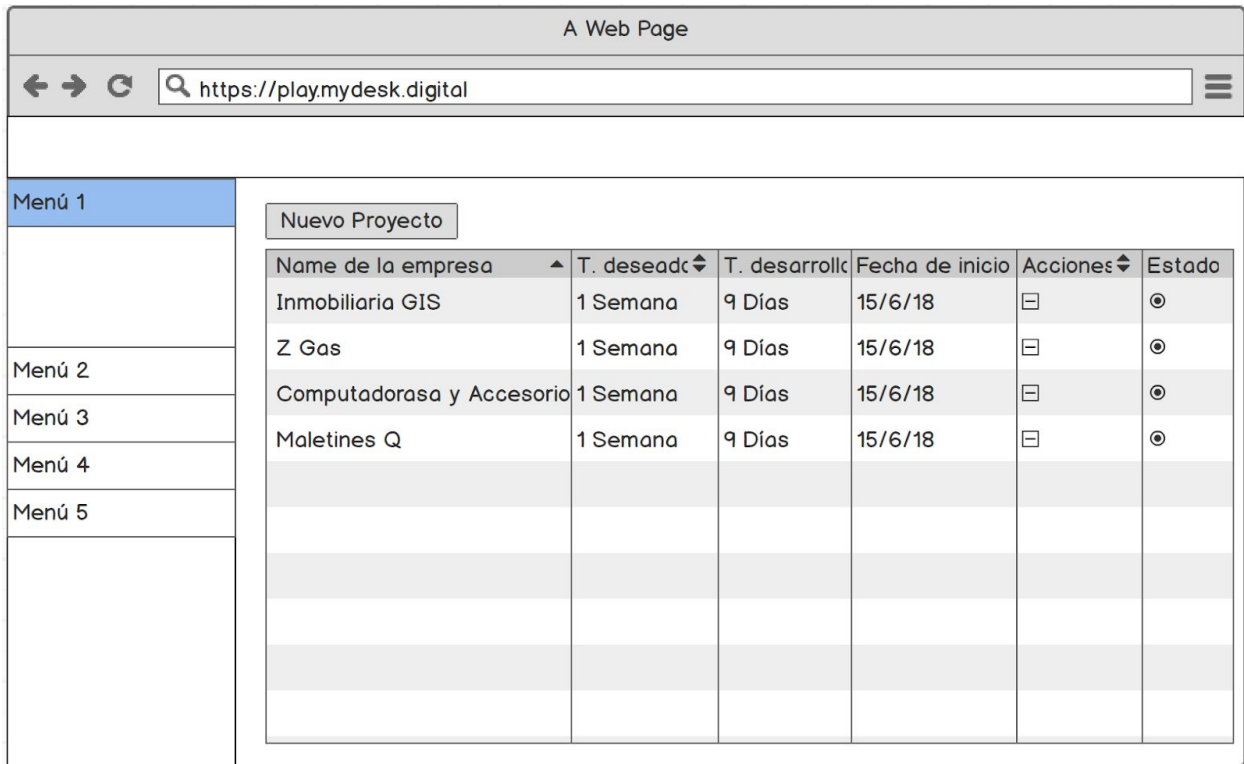
4. ¿Cómo puede mejorarse la comunicación interna?

Crear ordenes de trabajo	14
Especificar más las solicitudes	14
Comunicarse más con el ejecutivo de cuentas	13
Enviar correos más detallados	14

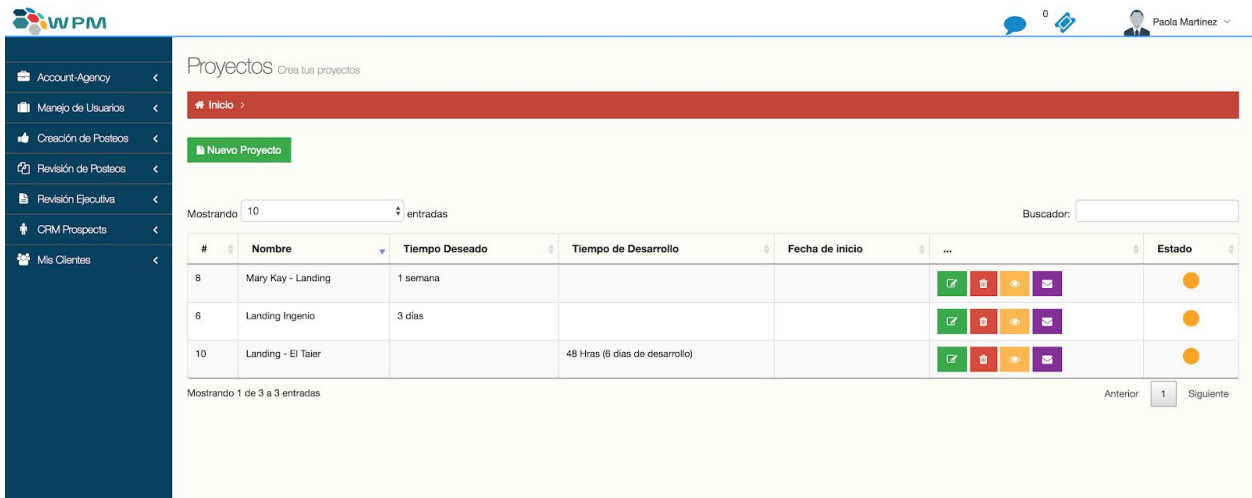
5. ¿Cree que crear nuevos canales de comunicación ayudará a mejorar los procesos internos?

Si	12
No	1
Depende de qué canal sea	1

Mock Up del módulo de Proyectos

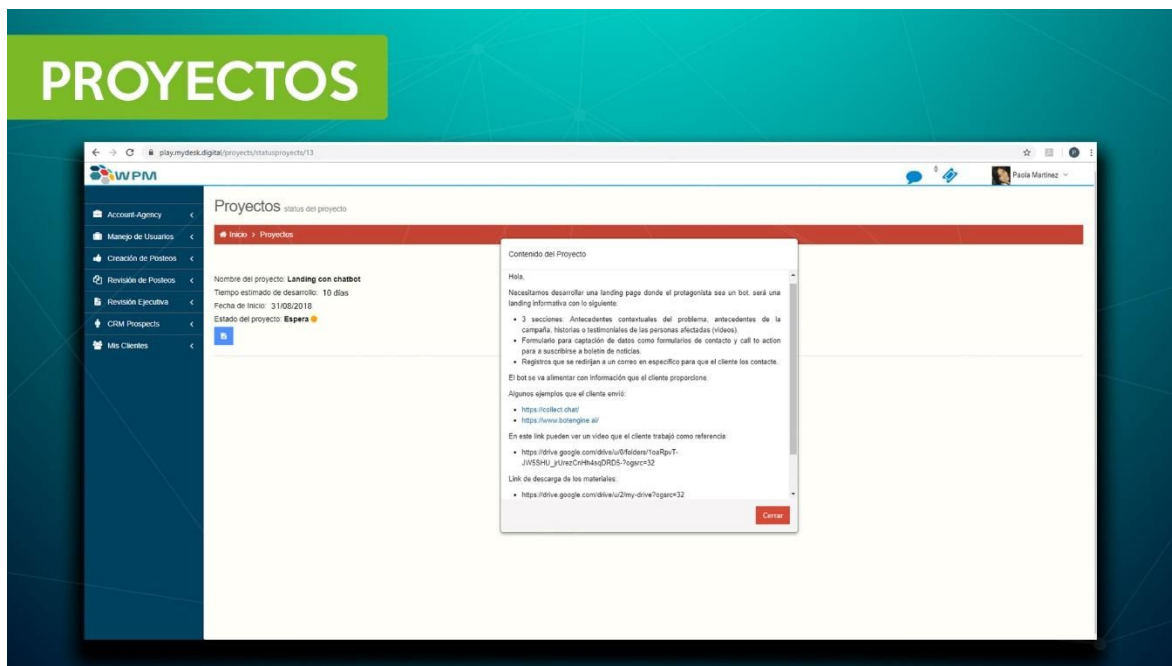


Estructura del módulo proyectos creado en Balsamiq.

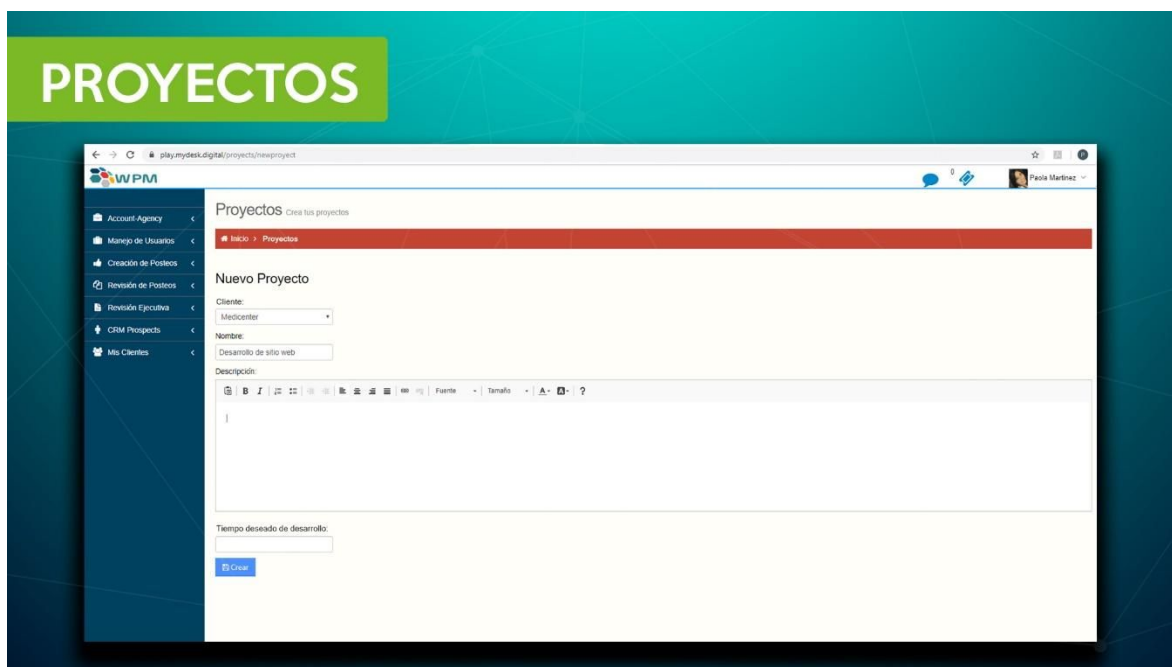


Captura de pantalla del módulo proyectos ya finalizado con un listado de órdenes ya generadas.

Módulo final de proyectos

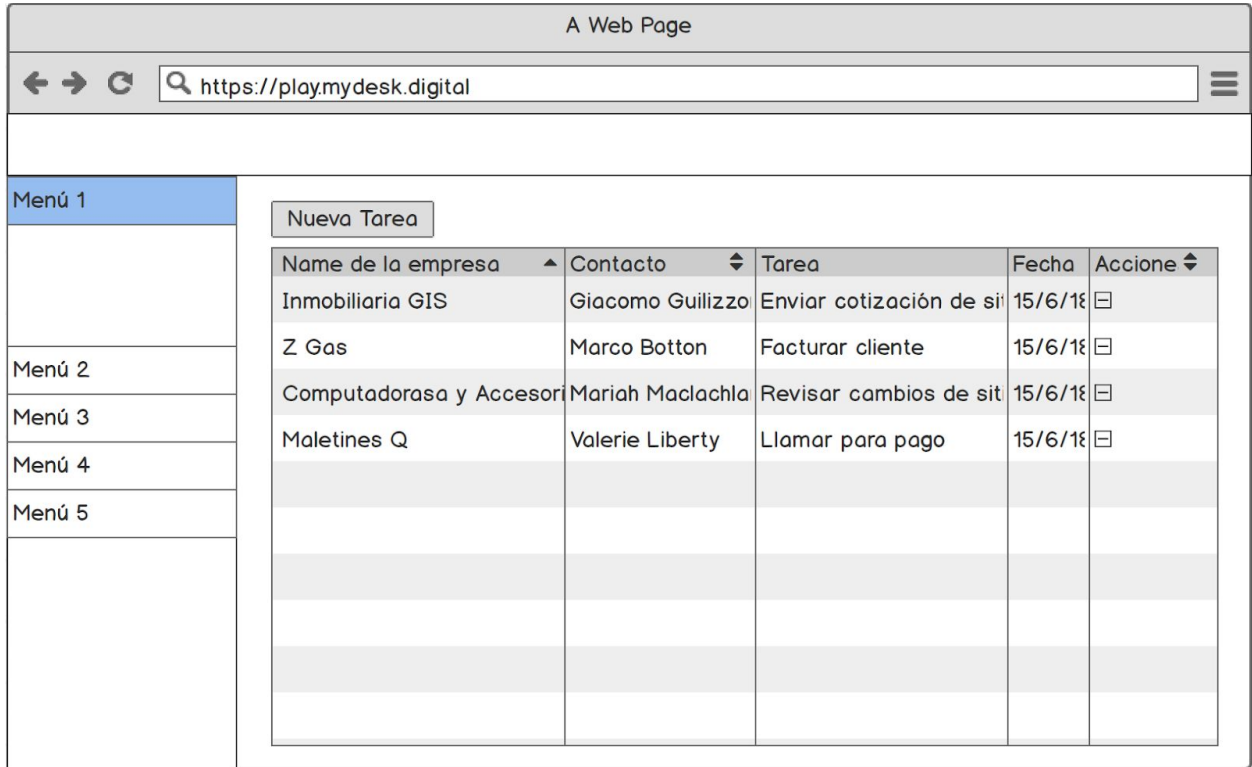


Captura de pantalla del resumen de una orden generada en la herramienta.

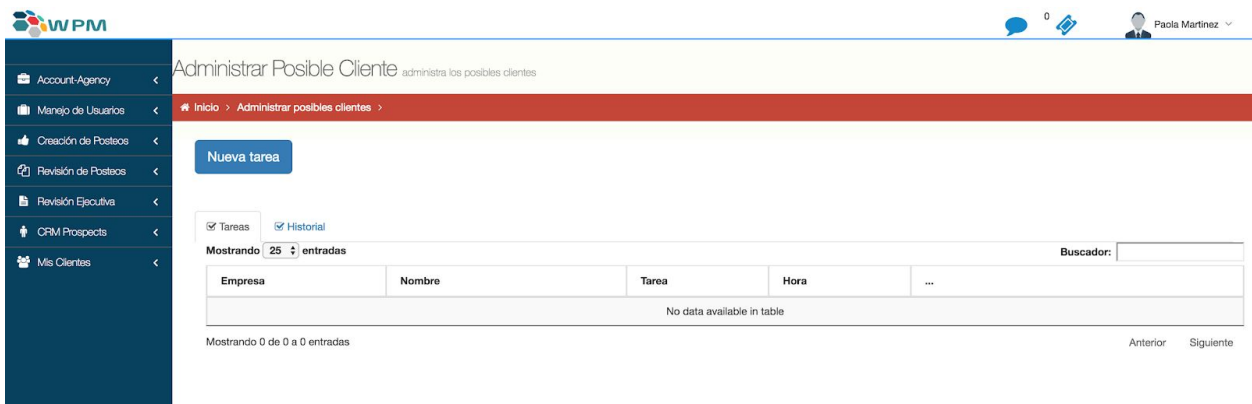


Captura de pantalla de la vista donde se crean las órdenes de producción.

Mock Up de módulos de Tareas

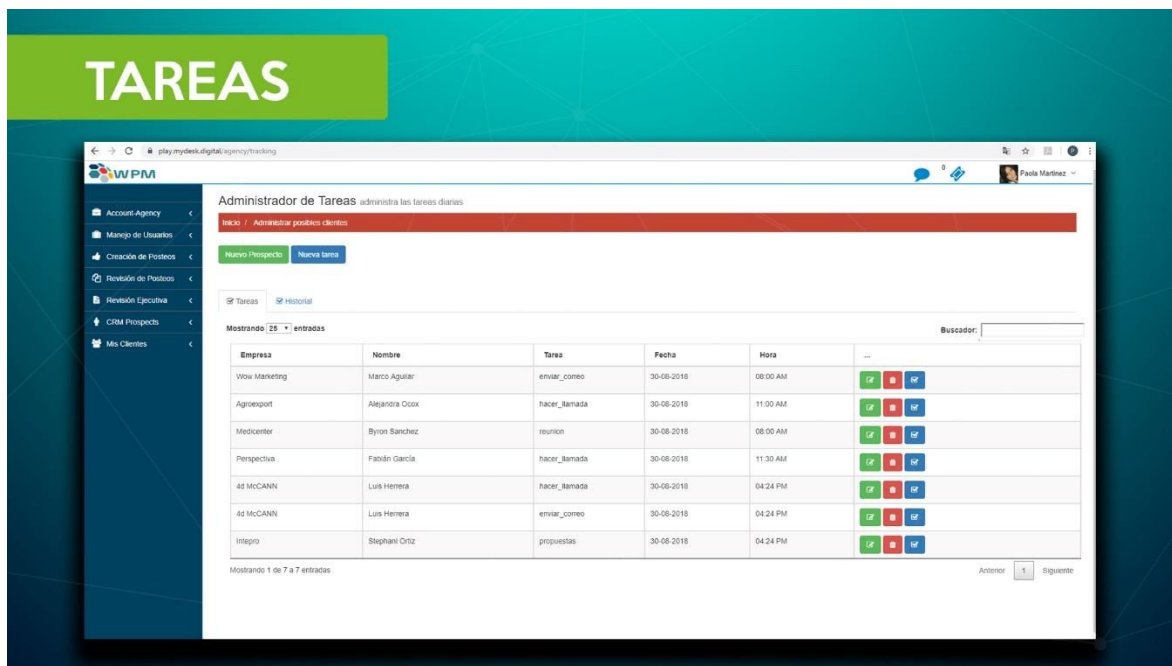


Diseño del módulo de tareas, elaborado en Balsamiq.

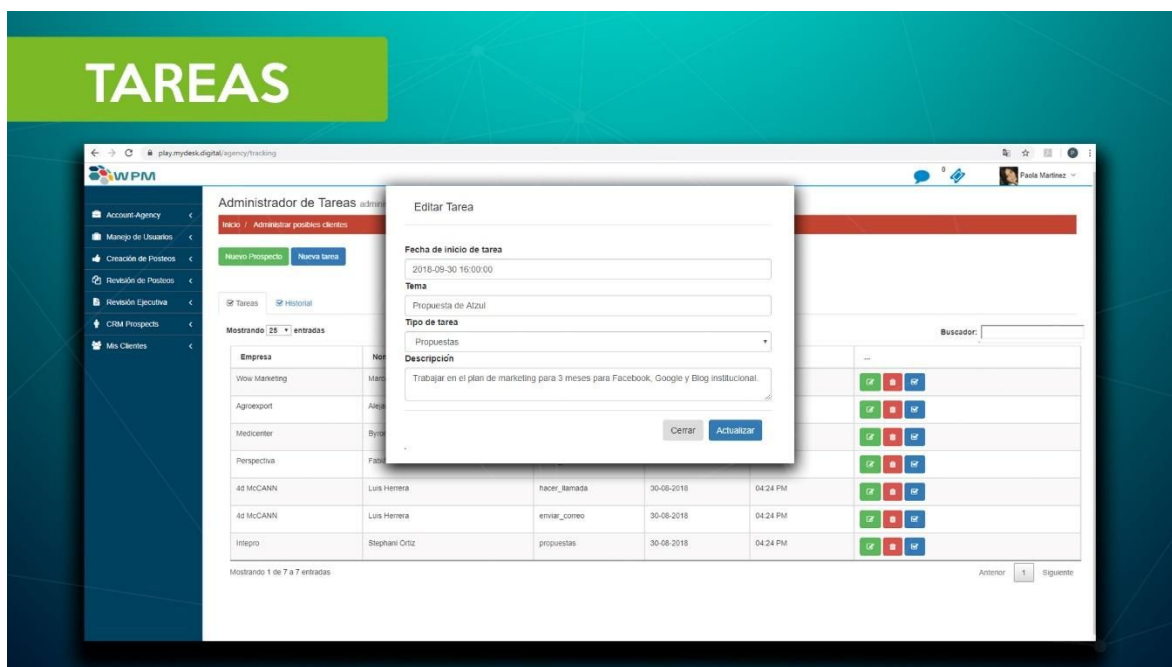


Diseño preliminar de la vista para crear nueva tarea.

Módulo final de tareas

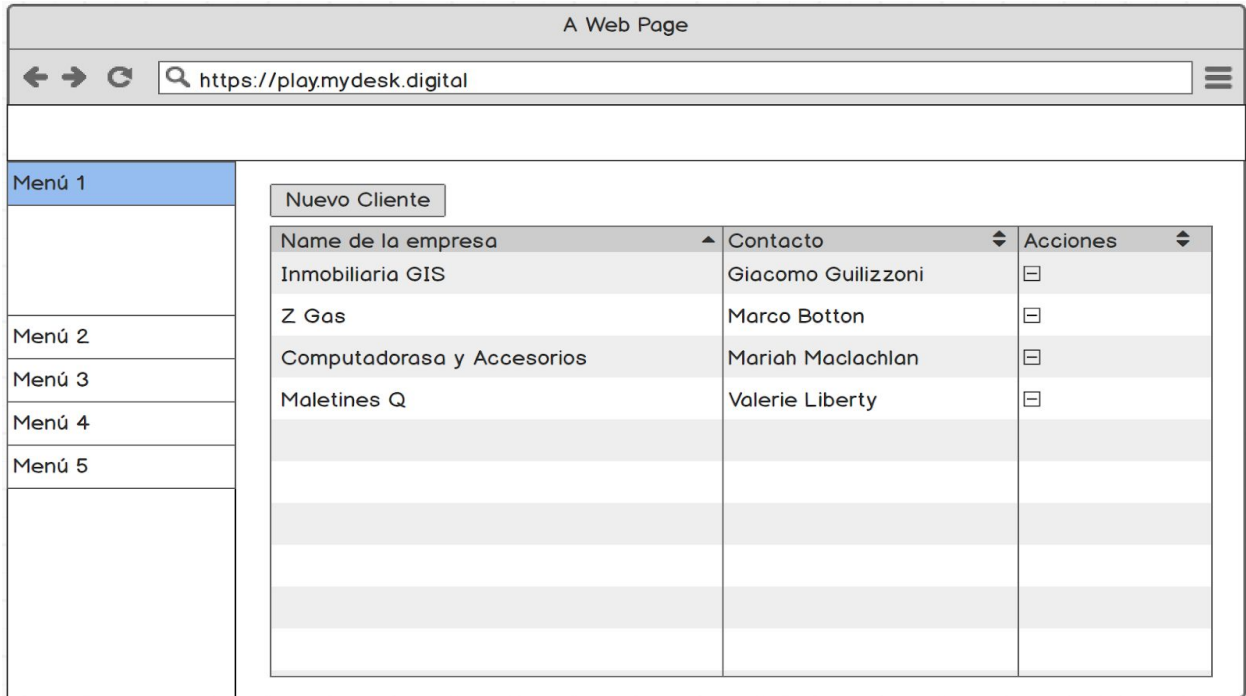


Captura de pantalla de la vista donde aparecen todas las tareas por realizar.

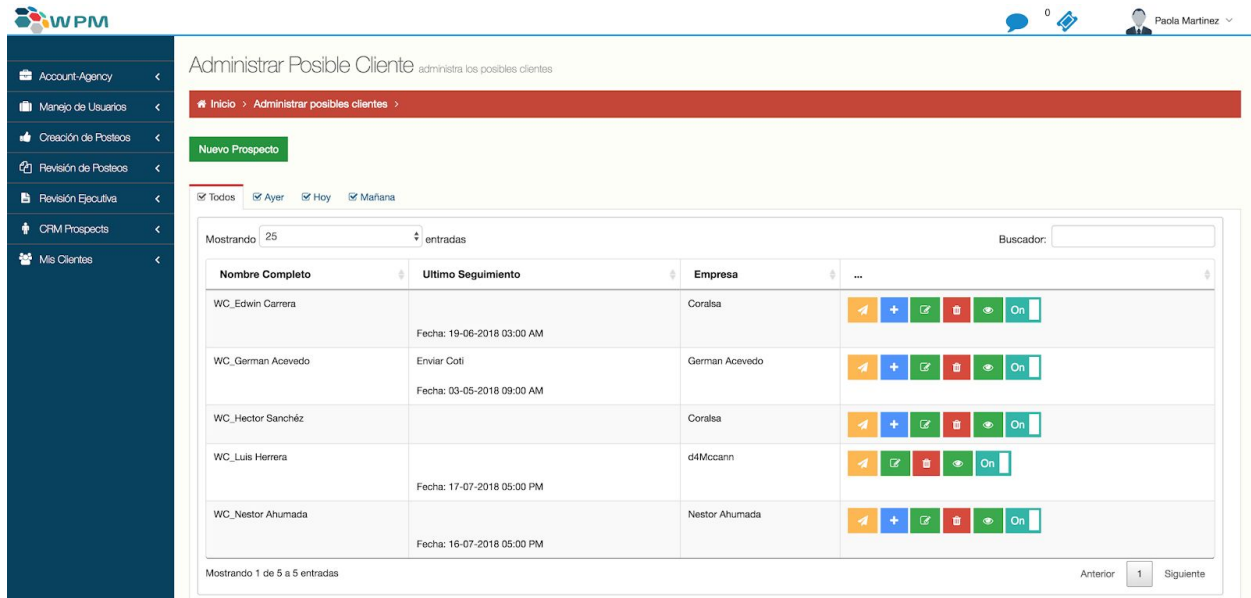


Captura de pantalla de la vista para ingresar nueva tarea.

Mock Up de Módulo del Directorio

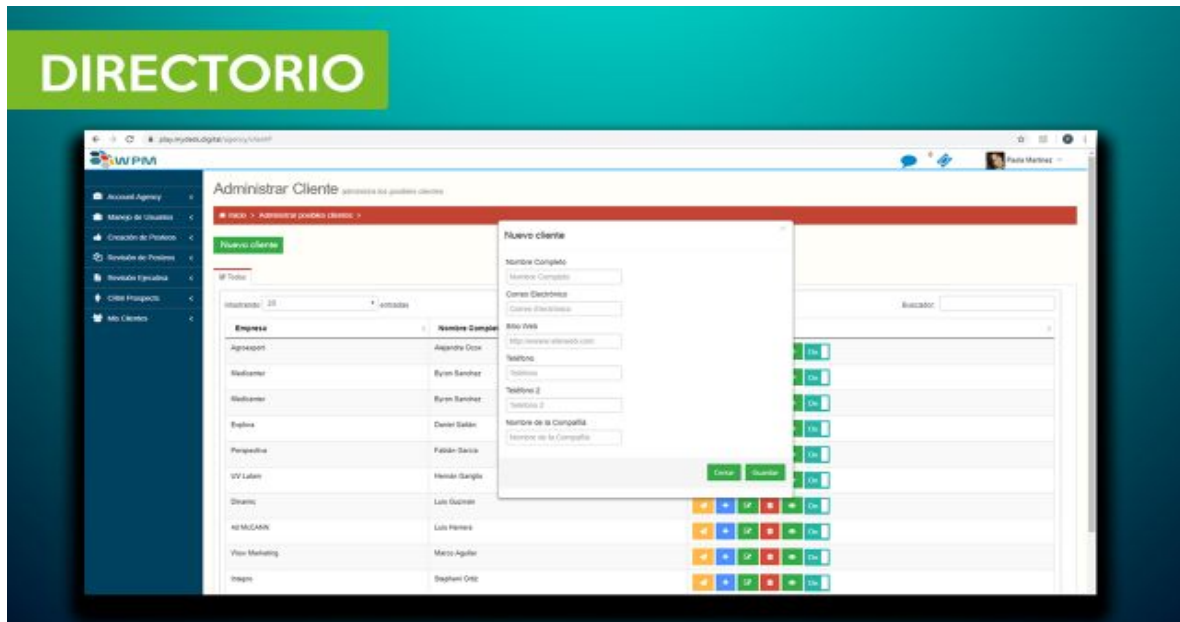


Diseño del módulo del directorio, elaborado en Balsamiq.



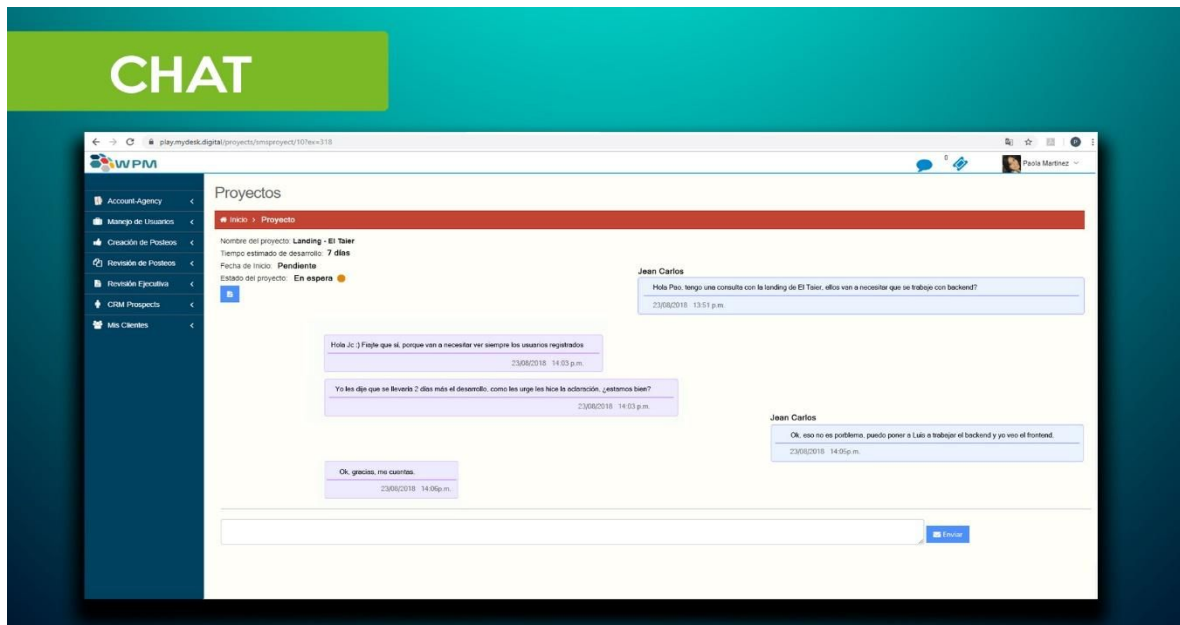
Diseño preliminar de la vista para administrar el directorio de clientes.

Módulo final Directorio



Captura de pantalla de la vista para ingresar nuevo cliente al directorio.

Chat integrado a la herramienta:



Captura de pantalla del chat de la herramienta.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Cindy Paola Martínez Chacón
No. Carné y DPI: Carné: 201217113 – DPI 2463 11320 0101
Jefe o Encargado (a): Ingeniero Alexander Cofay León Borrayo, Director General
Institución o Empresa: Agencia Wao Digital
Supervisora de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 18	MAYO	8	8	8	8	8	x	40 horas
2	Del: 21 / Al: 25	MAYO	8	8	8	8	8	x	40 horas
3	Del: 28 / Al: 01	MAYO/JUNIO	8	8	8	8	8	x	40 horas
4	Del: 04 / Al: 08	JUNIO	8	8	8	8	8	x	40 horas
5	Del: 11 / Al: 15	JUNIO	8	8	8	8	8	x	40 horas
6	Del: 18 / Al: 22	JUNIO	8	8	8	8	8	x	40 horas
7	Del: 25 / Al: 29	JUNIO	8	8	8	8	8	x	40 horas
8	Del: 02 / Al: 06	JULIO	8	8	4	x	x	x	20 horas
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS									300 Horas

(f) 
 Ing. Alexander Cofay León Borrayo
 TRAFICO Y TRANSACCIONES, S.A.

(f) 
 Licda. Sandra Hernández - Supervisora EPSL

 Archivo