

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



**“PROYECTO DE COMUNICACIÓN EN LOS DEPARTAMENTOS DE CUENTAS
Y CREATIVIDAD DE LA AGENCIA 4M SAATCHI & SAATCHI”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:
YENIFER MARISOL DOMINGO TERCERO
201022554

Previo a optar el título de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala octubre de 2019

CONSEJO DIRECTIVO:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representantes de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaría:

M.S.c. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

Guatemala, 17 de septiembre de 2019

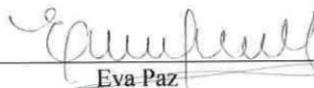
M.A. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:
Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **"YENIFER MARISOL DOMINGO TERCERO"** con número de carné: **"201022554"** 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, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **"CUENTAS"** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo** al **16 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"PROYECTO DE COMUNICACIÓN EN LOS DEPARTAMENTOS DE CUENTAS Y CREATIVIDAD EN LA AGENCIA 4AM SAATCHI & SAATCHI"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **"4AM SAATCHI & SAATCHI."**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) 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,

Firma y sello



Eva Paz

Recursos Humanos

4AM
SAATCHI & SAATCHI



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



Guatemala, 2 de octubre de 2019

Estudiante
Yenifer Marisol Domingo Tercero
Carné: 201022554
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

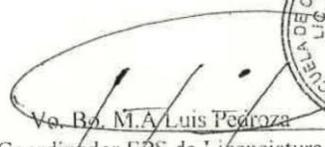
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“PROYECTO DE COMUNICACIÓN EN LOS DEPARTAMENTOS DE CUENTAS Y CREATIVIDAD DE LA AGENCIA 4AM SAATCHI & SAATCHI”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, 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 del 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”


M.A. Evelin Hernández
Supervisor EPS de Licenciatura




M.A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura





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

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por darme el don de la vida, por la salud, fuerzas e iluminarme para lograr concluir esta etapa importante de mi vida.
- A MIS PADRES:** Por apoyarme en todo momento y confiar siempre en mí, por hacer de mi la persona que soy, agradezco cada consejo que me dieron porque gracias a ellos he logrado llegar hasta donde estoy. Madre, gracias infinitas por ser toda una guerrera, sin ti nada de esto hubiera sido posible, y a mi padre le doy las gracias por todo su amor y apoyo. Gracias infinitas por todo su esfuerzo. Los Amo.
- A MIS HERMANOS:** Por toda la paciencia que me tuvieron a lo largo de mi carrera
- A MIS SOBRINOS:** Por ser la alegría de mi casa y de mi vida.
- A VICTOR:** Por todo el apoyo incondicional que me brindó siempre, incluso desde antes que iniciara mi carrera, por darme ánimos cuando sentía no poder más, por el amor y paciencia que siempre me tuvo. Gracias por ser parte importante en mi vida.
- A MI FAMILIA:** Abuelos, tías, tías, primos y primas, gracias por estar siempre pendiente de mí.
- A MIS AMIGOS:** Por todos los momentos compartidos durante toda nuestra carrera, por el apoyo y cariño que siempre recibí en especial a Jaqueline Ramírez y Carmen López, porque siempre estuvieron presentes.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por ser mi segunda casa, donde me he formado profesionalmente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, a todos los docentes por haberme transmitido todos sus conocimientos.

Al **M.A. LUIS PEDROZA**, por brindarme su apoyo durante el tiempo que me llevo realizar mi proyecto.

Al **M.Sc. SERGIO MORATAYA**, por apoyarnos en este proyecto y confiar en cada uno de nosotros.

A la **M.A EVELIN HERNÁNDEZ**, por todo su apoyo, dedicación y paciencia durante mi proyecto de EPSL.

A la **AGENCIA 4AM SAATCHI & SAATCHI**, por darme la oportunidad de realizar mi proyecto de EPSL dentro de sus instalaciones y el apoyo recibido de cada una de las personas que aportaron para que mi proyecto se llevará a cabo y poder aportar el material a la agencia.

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO	4
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	4
1.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	4
1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.2 LA INSTITUCIÓN.....	5
1.1 NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	5
1.2.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	5
1.2.2 ANTECEDENTES	6
1.2.3 DEPARTAMENTOS	6
1.2.4 MISIÓN	8
1.2.5 VISIÓN.....	8
1.2.6 OBJETIVOS INSTITUCIONALES:.....	8
1.2.7 PÚBLICO OBJETIVO:	9
1.2.8 ORGANIGRAMA	9
1.3. METODOLOGÍA.....	10
1.3.1 DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO	10
1.3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN	10
1.3.3 CRONOGRAMA DEL DIAGNÓSTICO	11

1.4	RECOPIACIÓN DE DATOS	12
1.4.1	RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN	12
1.4.2	FICHA DE LAS ENTREVISTAS.....	12
1.4.3	RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS.....	13
1.4.4	TABLAS COMPARATIVAS, PUNTOS DE ENCUENTROS Y DISENSOS ENTRE LOS ENTREVISTADOS	13

1.5.	RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	15
1.5.1	FORTALEZAS	15
1.5.2	OPORTUNIDADES.....	15
1.5.3	DEBILIDADES	15
1.5.4	AMENAZAS	15

CAPÍTULO II

2.	PLAN DE COMUNICACIÓN.....	16
2.1	ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	16
2.2	OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	17
2.2.1	OBJETIVO GENERAL.....	17
2.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
2.3	PÚBLICO OBJETIVO	17
2.4	MENSAJE	17
2.5	ESTRATEGIAS	18
2.6	ACCIONES DE COMUNICACIÓN	19

CAPÍTULO III

3.	INFORME DE EJECUCIÓN.....	20
3.1	PROYECTO DESARROLLADO	20

3.1.1	FINANCIAMIENTO.....	20
3.1.2	PRESUPUESTO.....	21
3.1.3	BENEFICIARIOS	22
3.1.4	RECURSOS HUMANOS	22
3.1.5	ÁREAS GEOGRÁFICAS DE ACCIÓN.....	22
3.2	ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS	23
3.3	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	27
3.4	CONTROL Y SEGUIMIENTO	27
	CONCLUSIONES	28
	RECOMENDACIONES	29
	GLOSARIO DE TÉRMINOS	30
	BIBLIOGRAFÍA	33
	E GRAFÍA.....	34
	ANEXOS	35
	TRANSCRIPCIÓN COMPLETA DE LAS ENTREVISTAS.....	36
	FOTOGRAFÍAS.....	42

RESUMEN

Nombre de la Institución:

4am Saatchi & Saatchi

Nombre del proyecto:

DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN EN LOS DEPARTAMENTOS DE CUENTAS Y CREATIVIDAD EN LA AGENCIA 4AM SAATCHI & SAATCHI

Objetivo del proyecto:

- **General**

Mejorar la comunicación existente entre los departamentos de Cuentas y Creatividad por medio de estándares aplicables a ambos departamentos.

- **Específicos**

Mejorar la comunicación interna en la agencia 4am Saatchi & Saatchi

Implementar los estándares para todos los departamentos para el almacenamiento de archivos digitales.

INTRODUCCIÓN

En la agencia de publicidad 4am Saatchi & Saatchi, existen varios departamentos que conforman el organigrama de la institución, entre ellos los departamentos de Cuentas y Creatividad. Dichos departamentos son responsables de la recepción de solicitudes de trabajo del cliente y entrega de proyectos como respuesta a la misma.

Previamente se determinó que existe un problema de intercomunicación laboral interna entre los departamentos de Cuentas y Creatividad en dicha agencia, la problemática radica en que los lineamientos a seguir en el proceso no se cumplen como deberían, afectando los resultados y entregas de las solicitudes hechas por el cliente.

El diagnóstico mostró la necesidad de realizar un método que aporte una solución al problema diagnosticado, se planteará una estrategia a seguir con el objetivo de mejorar la relación laboral entre los departamentos afectados y así fortalecer la intercomunicación interna.

JUSTIFICACIÓN

El departamento de Creatividad dentro de una agencia de publicidad es de suma importancia, porque es quien desarrolla las ideas utilizando su creatividad según los lineamientos que el equipo de cuentas le brinde, para ejecutar los requerimientos realizados por parte del cliente.

Por tal razón es de suma importancia tener una excelente comunicación para poder desarrollar con éxito las solicitudes recibidas y poder cumplir satisfactoriamente con las necesidades que el cliente requiera.

Es objetivo primordial, que el presente diagnóstico de comunicación aporte los resultados necesarios que los departamentos involucrados necesitan para mejorar su relación laboral y así poder tener el éxito deseado.

Para lograr que los integrantes del equipo tengan el interés de mejorar el déficit de comunicación y evitar un ambiente de trabajo hostil que genere que los trabajadores se vuelvan ineficientes, es de suma importancia plantearles cuáles serán los beneficios que se obtendrán, así como la fluidez y mejora que este genere al entorno laboral.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. Objetivos del Diagnóstico

1.1.1 Objetivo General

Identificar la problemática de comunicación que existe entre los departamentos de Cuentas y Creatividad.

1.1.2 Objetivos Específicos

- a. Analizar los canales de comunicación que utilizan los departamentos de Cuentas y Creatividad.
- b. Definir un método específico que ayuden a mejorar la comunicación laboral entre los departamentos involucrados.
- c. Evaluar los procesos de comunicación dentro del departamento de Cuentas y Creatividad.

1.2 LA INSTITUCIÓN

1.1 Nombre de la Institución

4am Saatchi & Saatchi

1.2.1 Ubicación Geográfica

16 calle 1-01 Zona 10 Centro Comercial Plaza Obelisco, Local 18 “A” segundo nivel, de la Ciudad de Guatemala.

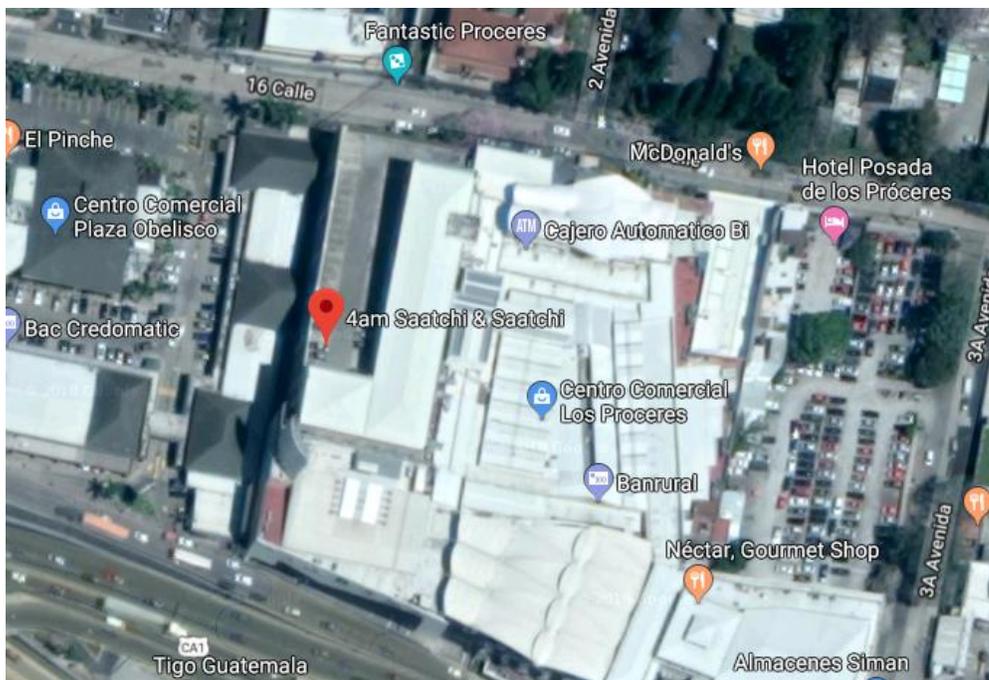


Figura 1: Ubicación de la Agencia 4am Saatchi & Saatchi en Google Maps

1.2.2 Antecedentes

4am es la línea que divide la noche del día. Es donde los sueños y la realidad convergen en uno mismo. Es una hora mágica donde sueñas lo que te gustaría llegar a ser. La única forma tangible de realizar un sueño, es a través de una idea. Tenemos un espíritu inquebrantable y la actitud de constante mejora, ya que creemos que nada es imposible.

People First es nuestra nueva metodología de trabajo, cuyo objetivo es entender a profundidad a las personas, para conectarlas con las marcas de una manera más humana.

Llevamos más de 40 años, contamos con 300 empleados y tenemos operaciones en Guatemala, Honduras, Costa Rica, El Salvador y Panamá.

1.2.3 Departamentos

Departamento de Cuentas

Su función principal es analizar las necesidades de los clientes, es el contacto directo de la empresa de publicidad con el cliente. El ejecutivo de cuentas debe tener conocimiento de la cuenta que tiene a cargo, es la persona que recibe la solicitud de la campaña publicitaria o requerimiento del cliente y quien tiene relación directa con el departamento creativo para plasmar las ideas que el cliente sugiere.

Departamento de Producción

Es el departamento encargado de realizar las ideas audiovisuales que son brindadas en el departamento creativo, también el encargado de la selección de fotógrafos, imprentas, locaciones y realización de casting para anuncios, los editores forman parte de este departamento.

Departamento de Medios

Son los encargados de la planificación estrategia de los medios de comunicación y la implementación estratégica, seleccionan la mezcla de medios más conveniente que sea adaptable a la campaña publicitaria, son quienes negocian los mejores costos y horarios para los clientes.

Departamento de Tráfico

Lleva a cabo una labor de control interno de los procesos que se ponen en marcha para realizar las diferentes campañas en las que trabaja la agencia, mejorando así la organización y la coordinación general.

Departamento de creatividad

En este departamento trabajan los diseñadores gráficos y los redactores creativos; es en esta área donde se crean los mensajes publicitarios, es de donde salen las ideas que luego son vendidas al cliente. Es el área que sustenta económicamente a la agencia, el departamento creativo debe de tener una visión diferente del producto y saber encontrar una forma creativa de encontrarle el beneficio al producto. En esta área se plasman las artes visuales para todos los medios de comunicación.

Departamento de Arte Final

Son los encargados de pasar los diseños creados por los diseñadores a alta para proceder a enviar al cliente y que se proceda a su impresión.

Departamento de Insight

Insight, donde se transforman los datos en entendimiento valioso para las marcas.

Departamento de Contabilidad

Es el encargado de la administración de los activos y pasivos en el proceso creativo, es el departamento que realiza la facturación de honorarios y comisiones; realizan abonos a los proveedores, compra de materiales de trabajo y los encargados del pago de sueldos.

Departamento de Recursos Humanos

Se encarga del reclutamiento, selección, contratación y capacitación del personal, también se encarga de velar por el bienestar de los colaboradores.

1.2.4 Misión

Crear y desarrollar soluciones integrales en comunicación, publicidad y marketing, para llegar a nuestros objetivos nos acudimos a las necesidades de nuestros clientes y de esta forma lograr el éxito en cada trabajo que desarrollamos con profesionalismo.

1.2.5 Visión

Ser una organización líder en el mercado de publicidad, mejorando cada día nuestros servicios y expandirnos tanto a nivel nacional como internacional.

1.2.6 Objetivos Institucionales:

- ✓ Fortalecer la calidad profesional de nuestro personal a través de capacitaciones
- ✓ Brindar un servicio de calidad a nuestros clientes
- ✓ Estar siempre presentes en la mente de los consumidores

1.2.7 Público Objetivo:

“El público objetivo, también conocido como target, es el grupo de personas al cual está dirigida una marca, producto o campaña. En otras palabras, son personas que buscan lo que una empresa ofrece, por lo cual están más inclinadas a llegar a un acuerdo comercial.

Toda acción de marketing debe estar dirigida a un público objetivo. Si no, en vez de estrategia, estaríamos hablando de un conjunto de gestiones sin un fin específico”. (Molina, 2018).

1.2.8 Organigrama

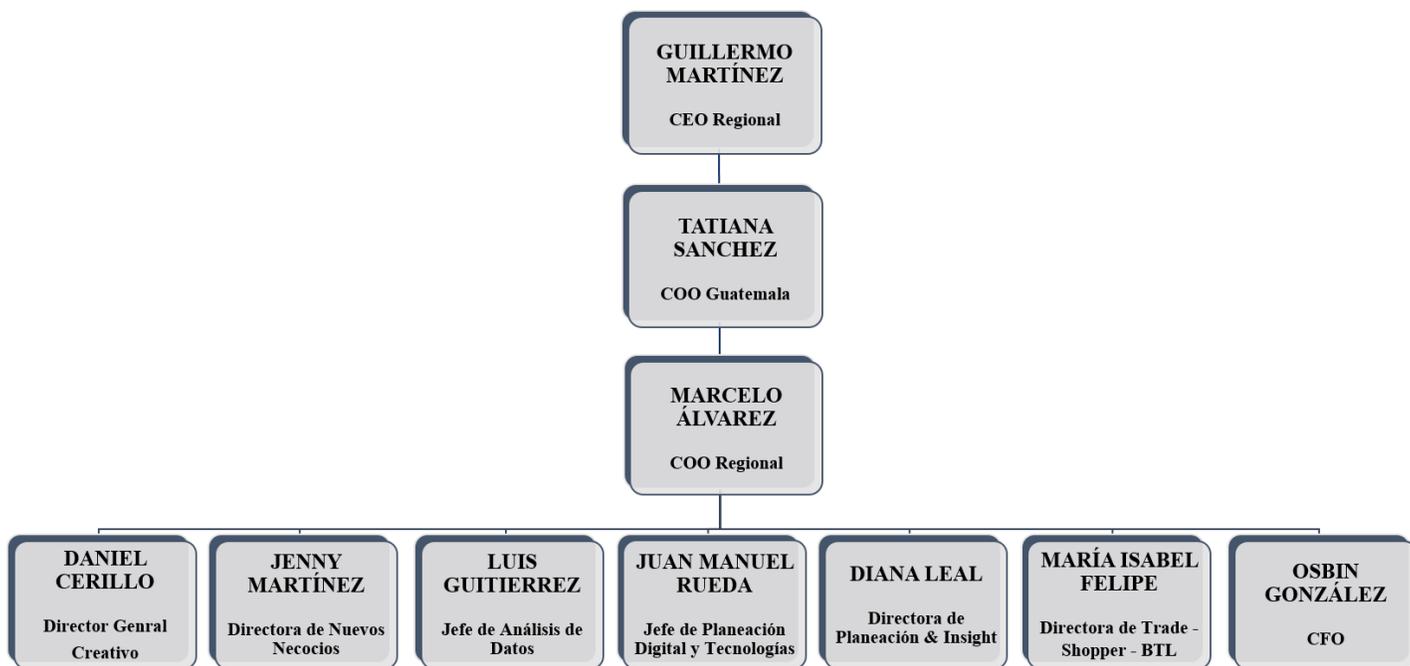


Figura 2: Organigrama de la Agencia 4am Saatchi & Saatchi 2019

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método

El diagnóstico de comunicación realizado, incluye un método de investigación cualitativo, utilizando la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (Sampieri, 2014).

“La investigación cualitativa se interesa por captar la realidad social a través de los ojos de la gente que está siendo estudiada es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto.” (Monje, 2011, pág. 13)

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Observación:

Para realizar el diagnóstico se utilizó la técnica de observación participativa con el objetivo de recabar datos, procesos y observar la cultura de los miembros de los departamentos de cuentas y creatividad.

“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”. (Salgadoanoni, 2010).

Entrevistas:

Se hicieron entrevistas estructuradas a los diferentes integrantes de los departamentos afectados, con el objetivo de conocer cuáles son los canales de comunicación que utilizan los departamentos de Cuentas y Creatividad.

“En esta modalidad, si bien el entrevistador lleva un guion de preguntas básicas, tiene la libertad de cuestionar al entrevistado sobre aquellos temas que le interesen, o bien omitir algunos temas de acuerdo a su criterio”. (Morga, 2012, pág. 11).

Durante el proceso se observaron diferentes formas de comunicación entre los integrantes de los departamentos antes mencionados, usando como vehículos de comunicación los correos electrónicos, chats o verbalmente. (Contreras, 2016) Nos dice. “Las técnicas hacen referencia a modos específicos de hacer las cosas, permiten desarrollar cada paso del método”.

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACIÓN							
	ENERO				FEBRERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Propedéutico de Diagnóstico								
Entrega de formulario para Carta EPS								
Solicitud de Carta EPS en el lugar de prácticas								
Entrega de Carta EPS en el lugar de prácticas								
Construcción del Diagnostico								
Entrevistas								
Entrega del Diagnóstico								

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Resultados de la Observación

Se logró recopilar información en las órdenes de trabajo que el departamento de Cuentas le envía al departamento de Creatividad para llevar a cabo los proyectos requeridos de parte del cliente.

Durante el análisis de la observación se detectó un déficit de comunicación entre los integrantes de los departamentos en estudio, afectando los procesos y resultados de los trabajos asignados.

Los canales de comunicación que utilizan frecuentemente para enviar información de los proyectos a realizar, referencias de correcciones en las piezas gráfica e indicaciones para realizar dichos proyectos son los siguientes, correo electrónico, el chat del Gmail y conversaciones de forma verbal.

Se pudo observar que los procesos que utilizan para hacer las solicitudes de trabajo es usando un sistema donde generan las ordenes de trabajo, luego son enviadas por correo electrónico para su debido seguimiento. En algunas ocasiones se hacen pequeñas solicitudes por medio de un chat directo y privado alterando las normas de los procesos adecuados a seguir que la agencia tiene establecidos en cada área.

1.4.2 Ficha de las Entrevistas

Entrevistado	Cargo	Tema de Entrevista
Yomara Arnold	Directora de Cuentas	Comunicación Interna
Isabel Velásquez	Supervisora de Cuentas	Comunicación Interna
Carlos Arriaga	Ejecutivo de Cuentas	Comunicación Interna
Byron Quiñonez	Diseñador Creativo	Comunicación Interna
Eduardo Solís	Diseñador Creativo	Comunicación Interna
Gabriela Caballeros	Diseñadora Gráfica	Comunicación Interna

1.4.3 Resultados de las Entrevistas

Luego de haber realizado las entrevistas se pudo identificar que efectivamente existe un problema de intercomunicación entre los departamentos de Cuentas y Creatividad afectando el desempeño y relación laboral.

Los entrevistados fueron de los departamentos afectados donde se pudo determinar que la deficiencia en ambos se debe a la mala intercomunicación que existe por cada uno de los integrantes de los departamentos.

El 100% de los involucrados considera que la comunicación es bastante buena pero si es necesario mejorarla para lograr que la competitividad de la empresa sea excelente, y facilite el logro de los objetivos y metas establecidas.

Consideran que mejorar la comunicación evitará tener conflictos entre ambos departamentos y mejorará la calidad y rapidez de entrega de los proyectos asignados a cada integrante de ambos departamentos y a su vez permitirá brindarle un excelente servicio al cliente.

1.4.4 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados

Preguntas	Punto de encuentros	Punto de disensos
1. Cuánto tiempo tienes desempeñando el puesto dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi?	De todos los entrevistados pudimos ver que todos tienen de 2 años en adelante desempeñando su puesto en dicha agencia, logrando recabar información de suma importancia para el diagnóstico.	
2. ¿Cuál es el grado de satisfacción de la comunicación interna existente entre los departamentos de Cuentas y Creatividad?	La mayoría opina que la comunicación es buena pero puede mejorar para lograr un mejor ambiente de trabajo y así lograr un mejor desempeño laboral.	

<p>3. ¿Cómo consideras, es la comunicación hacia tu departamento y porque?</p>	<p>En su mayoría consideran que la comunicación y los procesos son buenos pero podría ser mucho más efectiva si existiera una mejor comunicación.</p>	<p>De todos los entrevistados únicamente uno de ellos siente que la comunicación es bastante entre los departamentos.</p>
<p>4. ¿Cuál es el principal problema de comunicación entre el departamento de Cuentas y Creatividad?</p>	<p>Acá la mayoría coincide que la falta de comunicación e integración de los equipos si afecta el resultado de los objetivos deseados.</p>	<p>Solamente un entrevistado considera que no existe un problema de comunicación como tal.</p>
<p>5. ¿Por qué razón considerarías importante la comunicación interna con tu equipo de trabajo?</p>	<p>Acá el 100% dijo que es de suma importancia la comunicación para lograr todos los objetivos a nivel grupal e institucional y mejorar el flujo laboral.</p>	
<p>6. ¿Cómo contribuirías a mejorar la comunicación desde y hacia tu departamento?</p>	<p>El 100% opina que es importante tener reuniones para comprender el grado de importancia que tiene cada proyecto solicitado, también coinciden que es vital avocarse al momento de tener dudas con la persona encargada de dicho proyecto para realizar con exactitud el trabajo.</p>	
<p>7. ¿Qué canales de comunicación prefieres para el envío y recepción de instrucciones de trabajo y porque?</p>	<p>Casi el 100% de los entrevistados coincidieron que prefieren usar como herramienta de comunicación el correo electrónico acompañado de una plática para explicar y resolver dudas.</p>	<p>Uno de los entrevistados prefiere que el canal de comunicación sea verbal para que exista una mejor explicación de dichas solicitudes de trabajo.</p>
<p>8. ¿Qué información básica es necesaria para que tu labor sea más eficiente?</p>	<p>Todos los entrevistados consideran que es necesario tener capacitaciones constantes, que las solicitudes a trasladar estén bien específicas para lograr resultados satisfactorios para el cliente y para la agencia.</p>	

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Fortalezas

- El uso de un sistema para generar ordenes de trabajo y poder asignarlos al encargado de cada área.
- Reuniones todas las mañanas con el departamento de Cuentas y Creatividad para ver prioridades en conjunto.
- Acceso a internet para la búsqueda de imágenes o alguna otra información que se requiera.
- Personal capacitado para desempeñar correctamente sus responsabilidades.

1.5.2 Oportunidades

- Acceso al correo electrónico desde cualquier dispositivo con internet.
- Reuniones con el cliente para evaluar las prioridades de trabajo recibidas y fechas de entregas.
- Acceso al sistema para generar ordenes de trabajo fuera de la empresa.

1.5.3 Debilidades

- Falta de interés en mejorar las entregas de solicitudes de trabajos.
- Falta de compromiso con el equipo de trabajo.
- Carencia de Comunicación interna.
- Desorganización.

1.5.4 Amenazas

- Falta de supervisión a los equipos de trabajo.
- Mala comunicación entre Cuentas y Creatividad.
- La mala realización de trabajos pone en riesgo los proyectos solicitados por el cliente.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 Antecedentes Comunicacionales

En la investigación que se realizó de los antecedentes de la agencia se logró obtener información que en el año 2017 Leslie Valdez realizó el proyecto de EPS “Estrategia de comunicación interna para mejorar el desempeño del departamento de cuentas en la agencia 4AM Saatchi & Saatchi.

Su objetivo principal a trabajar fue realizar un plan de comunicación que ayudará al departamento de cuentas a tener más efectividad en su desempeño y la forma de hacer las solicitudes de trabajo.

Con su investigación y los datos recolectados elaboró un manual de inducción y procedimientos donde detallo cada uno de los pasos que dicho departamento debe seguir para realizar sus solicitudes giradas a los otros departamentos. También incluye las funciones que todo ejecutivo debe cumplir para poder desempeñar con eficacia su labor dentro de la empresa.

El proyecto no se implementó por cambios en procesos internos.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1 Objetivo General

Realizar un plan de comunicación que contribuya a mejorar el desempeño laboral y la falta de comunicación de los departamentos de Cuentas y Creatividad.

2.2.2 Objetivos Específicos

- a. Elaborar material informativo de interés para los colaboradores, favoreciendo el conocimiento y el uso de conceptos para el mejoramiento del desempeño laboral.
- b. Fortalecer el desempeño entre el departamento de Cuentas y Creatividad.
- c. Reforzar los procesos de comunicación existentes.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo serán los integrantes de los departamentos de Cuentas y Creatividad dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi, la cual está conformada por una directora de cuentas, dos supervisores, dos ejecutivos de cuentas y cinco colaboradores del departamento de creatividad.

2.4 MENSAJE

Se busca que sea de fácil comprensión, amigable y conciso para ayudar al fortalecimiento de la comunicación entre ambos departamentos, posicionando el mensaje **“Claro, sencillo y directo”**.

2.5 ESTRATEGIAS

- Se realizará una Guía de acceso rápido que permita reforzar las herramientas de comunicación existentes para mejorar el desempeño laboral entre los departamentos de Cuentas y Creatividad donde se detallarán los procedimientos y normas que cada departamento debe seguir para el archivo y traslado de los diferentes materiales, cada uno debidamente explicados e ilustrados para su mejor comprensión. La Guía de acceso rápido ayudará a que todos los interesados tengan una adecuada comprensión de la importancia del uso correcto de las herramientas de comunicación que dicha empresa mantiene en práctica.

Ejes estratégicos:

- **Promover el cambio en la forma de guardar los diferentes documentos digitales.**
 - Se busca que todos los involucrados e interesados se adapten a la forma de archivar los diferentes documentos estandarizando la norma que se pretende implementar.
- **Acceso rápido a los materiales archivados.**
 - Que todas las personas con acceso a las diferentes máquinas puedan encontrar de manera fácil los archivos almacenados de acuerdo a las nuevas normas establecidas.
- **Certeza laboral**
 - Cualquier persona con acceso a los archivos tendrá la seguridad de localizarlos sin tener alguna complicación a no localizar dicho archivo y que el mismo este guardado de forma incorrecta.

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- **Recopilación de datos**

De manera personal se recopiló información de los departamentos de Cuentas y Creatividad para poder realizar la guía de acceso rápido tomando en cuenta todos los procesos vistos durante la recopilación.

- **Creación de guía de acceso rápido para el traslado y recepción de información**

Redacción de los procesos que el departamento de Cuentas debe llevar a cabo para el traslado de información al departamento de Creatividad y de la forma correcta de archivar los trabajos realizados para lograr un mejor desempeño laboral.

ACCIÓN	
A qué estrategia responde la acción	Guía de Acceso rápido para traslado y recepción de información
Problema	Facilitará la búsqueda de procesos e información
Producto	Guía de acceso rápido
Objetivo Comunicacional	Informar sobre los pasos a seguir en el traslado, recepción y almacenamiento de los archivos creados
Público Objetivo	Integrantes de los departamentos de Cuentas y Creatividad
Medio de difusión	Formato digital enviado a todos los integrantes de ambos departamentos

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

Proyecto de comunicación interna en los departamentos de cuentas y creatividad en la agencia 4am saatchi & saatchi

3.1.1 Financiamiento

El financiamiento para el diseño y presentación del proyecto fue por parte de la Epesista, la entrega fue digital por lo que no fue necesario recurrir a gastos de impresión, únicamente para una copia la cual fue entregada a la agencia para su archivo.

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
1	Diseño Servicio de Diseño y Diagramación del Manual.	Q2,000.00	Q2,000.00	Epesista
1	Impresión Reproducción de la guía de acceso rápido para el traslado y recepción de información de 10 páginas.	Q50.00	Q50.00	Epesista
1	DVD Entrega de la guía de acceso rápido para el traslado y recepción de información a la Agencia 4am Saatchi & Saatchi.	Q15.00	Q15.00	Epesista
1	Servicios Profesionales Asesoría profesional brindada a la Agencia 4am Saatchi & Saatchi.	Q5,000.00	Q5,000.00	Epesista
1	Salón para Presentación Uso de sala de sesiones de las instalaciones de la Agencia 4am Saatchi & Saatchi por una hora para la presentación de la guía de acceso rápido para el traslado y recepción de información.	Q700.00	Q700.00	Agencia
Financiamiento		Monto	Total del Proyecto	Q7,765.00
Epesista		Q7,065.00	Yenifer Domingo. 12 de mayo del 2019	
Empresa		Q700.00		

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiario	Beneficio
Beneficiario Principal Departamento de Cuentas	Los beneficiarios principales serán todos los departamentos de cuentas ya que ahora todos contarán con una regla estándar con las normas y procesos correctos que deben seguir para archivar todos los trabajos realizados.
Beneficiario Secundario Departamento de Creatividad, diseño y Arte Final	Tener una regla estandarizada de archivo ayudará al acceso rápido a los documentos de uso inmediato.
Beneficiario Final Departamento de Recursos Humanos	El departamento de Recursos Humanos cuenta con la guía de acceso rápido para traslado y recepción de información entre los departamentos de Cuentas y Creatividad.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Puesto
Yenifer Domingo	Epesista	Investigación, redacción y creación de la guía de acceso rápido para el traslado y recepción de información
Eva Paz	Recursos Humanos	Aprobación del contenido de la guía de acceso de acceso rápido para el traslado y recepción de información. Diagramación: Byron Quiñonez.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

El plan de comunicación se realizado en la agencia **4am Saatchi & Saatchi** ubicada en la 16 calle 1-01 zona 10, Centro Comercial Plaza Obelisco Local 18 “A” segundo nivel.

3.2 ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS

Primera Estrategia Desarrollada

- Se realizó una Guía de acceso rápido que permitió reforzar las herramientas de comunicación existentes para mejorar el desempeño laboral entre los departamentos de Cuentas y Creatividad donde se detallaron los procedimientos y normas que cada departamento debe seguir para el archivo y traslado de los diferentes materiales, cada uno debidamente explicados e ilustrados para su mejor comprensión. La Guía de acceso rápido ayudo a que todos los interesados tengan una adecuada comprensión de la importancia del uso correcto de las herramientas de comunicación que dicha empresa mantiene en práctica.

Acciones de Comunicación

- **Recopilación de datos**

De manera personal se recopiló información de los departamentos de Cuentas y Creatividad para poder realizar la guía de acceso rápido tomando en cuenta todos los procesos vistos durante la recopilación.

- **Creación de guía de acceso rápido para el traslado y recepción de información**

Redacción de los procesos que el departamento de Cuentas debe llevar acabo para el traslado de información al departamento de Creatividad y de la forma correcto de archivar los trabajos realizados para lograr un mejor desempeño laboral.

ACCIÓN	
A qué estrategia responde la acción	Guía de Acceso rápido para traslado y recepción de información
Problema	Facilitará la búsqueda de procesos e información
Producto	Guía de acceso rápido
Objetivo Comunicacional	Informar sobre los pasos a seguir en el traslado, recepción y almacenamiento de los archivos creados
Público Objetivo	Integrantes de los departamentos de Cuentas y Creatividad
Medio de difusión	Formato digital enviado a todos los integrantes de ambos departamentos

Recomendaciones

Elaborar un **plan piloto** para evaluar la factibilidad en la implementación de la guía de acceso rápido para traslado y recepción de información.

Incentivar a los **colaboradores** en el uso y mejoras de la guía acceso rápido para traslado y recepción de información.

Hacer un **seguimiento** cuantitativo de los tiempos efectivos en la elaboración de las órdenes de trabajo asignadas.

Elaborar una **encuesta** a los colaboradores de la aceptación de la guía de acceso rápido para traslado y recepción de información.



Yenifer Domingo

4AM
SAATCHI & SAATCHI
ACTIVAR EL IMPACTO

Guía De Acceso Rápido Para Traslado Y Recepción De Información

Presentación

En la siguiente guía encontrarán:

Cómo estandarizar las órdenes de trabajo según la prioridad que la misma tenga.

Cómo guardar de forma digital los documentos según sus versiones para poder llevar un mejor control de todos los proyectos elaborados.

Indicaciones paso a paso del procedimiento a seguir para realizar órdenes de trabajo a los diferentes departamentos.

Proceso de organización para los archivos digitales creando carpetas y subcarpetas de los diferentes proyectos elaborados, y la forma correcta de identificar cada una de las carpetas y subcarpetas creadas.

Introducción

El presente documento contiene la Guía de Acceso Rápido para el Traslado y Recepción de Información, es una herramienta que permite a los colaboradores de los departamentos de Cuentas y Creatividad de la agencia 4am Saatchi & Saatchi mejorar la productividad, rapidez y calidad de trabajo.

La elaboración de Guía de Acceso Rápido para el Traslado y Recepción de Información se logra mediante la recolección de datos relevantes en los diferentes departamentos, esta recolección también nos ayuda a determinar las diferentes fallas existentes en dichos procesos para así poderlas remediar de una manera pronta y oportuna, antes de que se susciten problemas que puedan afectar la productividad de la empresa.

Objetivo De La Guía

El propósito de esta Guía de Acceso Rápido para el Traslado y Recepción de Información es facilitar los procesos por medios electrónicos, la fácil localización a la información de proyectos realizados, instruir a los colaboradores acerca de los aspectos que deben llevar a cabo. También se busca aumentar la eficiencia de los colaboradores indicándoles que deben hacer y como deben hacerlo para lograr el objetivo deseado.

Estandarizar Prioridad De Las Órdenes De Trabajo

La estandarización de tareas y procesos es uno de los fundamentos de la mejora continua. Para llevar a cabo ese proceso para cumplir las exigencias requeridas por el cliente dando calidad, seguridad y entrega en el tiempo requerido.



**Prioridad 1
Emergencia**

La orden debe ser realizada inmediatamente, preferiblemente en el transcurso de la mañana.



**Prioridad 2
Urgencia**

Orden que debe ser realizada lo más rápido posible, preferiblemente sin superar las 24 horas tras haber recibido la orden.



**Prioridad 3
Necesaria**

La solicitud de trabajo puede ser postergada por algunos días para su ejecución. En este caso el ejecutivo de Cuentas debe indicar los días a postergar la solicitud.

Solicitud De Órdenes De Trabajo Por Correo Electrónico

Emplea un asunto específico y directo:



Bastará con algo simple como "Seguimiento de solicitud para puesto de editor", colocando el número de orden creado previamente.

Contenido Del Correo:



Redacta lo más claro posible las instrucciones, **prioriza lo importante**, que lo primero que digas sea lo que realmente es importante en la solicitud.

Adjuntos en el correo:



Recuerda que deberás de adjuntar los archivos adicionales proporcionados por el cliente, tales como referencias o información adicional necesaria para realizar la solicitud correspondiente.

Proceso De Organización De Archivos Digitales



Guarda todos los documentos digitales en una misma carpeta:

Crea una estructura de subcarpetas, guardar todos los documentos digitales de cada marca en la carpeta raíz y crea sub-carpetas para almacenar las diferentes versiones realizadas.



Identificación De Archivo Según Órdenes De Trabajo

Guarda todos tus proyectos en carpetas con el número de orden que genere el sistema de ordenes seguido del nombre del proyecto. Recuerda que deben de ser cortos, aunque Windows permite nombres de carpetas y archivos de hasta 260 caracteres, sé breve.

 ODT-19-001 Proyecto Guía de Acceso Rápido

Codificar Documentos Digitales Según Las Versiones

Es recomendable si hubiera más de una versión del material incorporar los números de versión sucesivos (_v2, _v3, _v4...). Con el fin de llevar un mejor control de los mismos.

Guarda Cada Documento Digital En Su Carpeta Adecuada Desde El Inicio



Es importante organizar bien los documentos digitales desde el primer momento. No caigas en la tentación de guardarlos primero en local y luego moverlos a la carpeta que corresponda. Ese es un paso innecesario que, a menudo conlleva a la "desaparición" del documento en cuestión.

No Borres Ningún Archivo



Crea subcarpetas con Versiones antiguas o Archivos inactivos cuando determinados documentos queden desactualizados o no sean aprobados. Nunca sabes si en otro momento, por el motivo que sea, los podrias volver a necesitar.

Procedimiento De Órdenes De Trabajo

Una orden de trabajo es un documento donde se detallan por escrito las instrucciones para realizar algún tipo de trabajo o proyecto. Para mantener el funcionamiento eficiente de la empresa es necesario realizar un manejo ordenado de las órdenes de trabajo para evitar perder tiempo y recursos.



Paso 1

Se realiza la recepción de información que el cliente proporciona para darle seguimiento a su solicitud.



Paso 2

Para realizar las ordenes de trabajo al equipo de Creatividad es importante entender la solicitud que nos ha hecho con anterioridad el cliente para poder proporcionar las instrucciones adecuadas en el sistema de ordenes.



Paso 3

Indicar el plazo para la finalización del proyecto solicitado en el mismo sistema de ordenes, luego enviar la orden de trabajo al equipo de Creatividad a través de correo electrónico para su realización.

3.3 Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4
	Recopilación de datos	X	X	X				
Observación en los departamentos involucrados		X	X					
Redacción del contenido de la guía de acceso rápido			X	X				
Elaboración de diseño para la guía de acceso rápido		X	X	X				
Diagramación de información de diseño					X	X	X	
Revisión del contenido de la guía de acceso rápido							X	
Presentación de la guía de acceso rápido								X

Epesista: Yenifer Domingo

3.4 Control y Seguimiento

Estrategia	Indicadores	Modo de Verificación
Creación de nuevas herramientas de comunicación que permitan mejorar el desempeño laboral entre los departamentos de Cuentas y Creatividad.	Medir los resultados de la eficacia del contenido del manual por medio del indicador de cumplimiento	Informes semanales de los objetivos esperados obtenidos del cuadro de control de pendientes.

CONCLUSIONES

- En la agencia 4am Saatchi & Saatchi, durante todo el proceso se obtuvo una buena aceptación de parte de todos los colaboradores de los departamentos de Cuentas y Creatividad brindando información de suma importancia para la creación de la guía de acceso rápida con el fin de ayudar a ambos departamentos a trabajar de una manera más eficaz.
- En los departamentos de Cuentas y Creatividad se estará implementando el uso de la guía de acceso rápido con el objetivo de mejorar la intercomunicación laboral existente y obtener mejores resultado en los procesos de traslado y recepción de información para brindar un mejor servicio al cliente.
- Este proyecto se hizo con el fin de aportar a la agencia de manera positiva, para lograr un mejor desempeño y comunicación laboral entre los colaboradores de los departamentos, mejorando los procesos existentes e implementando el uso de nuevos procesos para ayudar de manera eficaz en las solicitudes y entrega de los proyectos, sin duda sabemos que día a día se verán reflejados los resultados de manera positiva.

RECOMENDACIONES

- La guía de acceso rápido para el traslado y recepción de información fue creada con el objetivo de ser implementada en los procesos diarios de la agencia, se recomienda darle uso para obtener el resultado deseado y lograr estandarizar a futuro los procesos en todos los departamentos necesarios de la agencia.
- Se recomienda proporcionar dicha guía a todo el personal que se esté integrando en dichos departamentos para que pueda implementar desde su inicio los procesos de forma correcta para no afectar el control del resto de colaboradores.
- Se recomienda actualizar de manera periódica la guía si existieran nuevos procesos implementados para poder seguir aprovechando el contenido de la misma y así seguir logrando los resultados satisfactoriamente.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- 1. Cuentas:** Es el enlace de la agencia con el cliente (cuenta). Su principal cometido es mantener la relación con los clientes y coordinar el proceso publicitario.
- 2. Creatividad:** Es el núcleo imaginativo de la empresa, donde se desarrollan y ponen en marcha las grandes ideas.
- 3. Carencia:** Se refiere a la falta o privación de algo.
- 4. Conciso:** Conciso es un adjetivo que se utiliza para designar aquello que se caracteriza por ser breve, claro y preciso.
- 5. Convergencia:** Alude a aquello que coincide en una misma posición o que tiende a unirse o a encontrarse con algo.
- 6. Chat:** Comunicación en tiempo real que se realiza entre varios usuarios cuyas computadoras están conectadas a una red, generalmente Internet; los usuarios escriben mensajes en su teclado, y el texto aparece automáticamente y al instante en el monitor de todos los participantes.
- 7. Déficit:** Se refiere a los problemas de la comunicación u otras áreas relacionadas, tales como las funciones motoras orales.
- 8. Deficiencia:** Cuando hablamos de deficiencia estamos señalando que, por ejemplo, un objeto o elemento determinado no puede cumplir del todo con las funciones que le han sido conferidas al origen, o para las que fue construido.
- 9. Dispositivo:** Un dispositivo es un aparato o mecanismo que desarrolla determinadas acciones.

- 10. Efectividad:** Se denomina efectividad a la capacidad o facultad para lograr un objetivo o fin deseado, que se han definido previamente, y para el cual se han desplegado acciones estratégicas para llegar a él.
- 11. Estrategia:** La estrategia publicitaria persigue el objetivo de diseñar una campaña que nos permita lograr una respuesta concreta que queremos provocar en el público objetivo, así que es la clave para que finalmente una campaña en el mundo de la publicidad funcione.
- 12. Ejes Estratégicos:** Es la idea esencial que queremos transmitir en una campaña de comunicación. Y es que una buena idea y un buen formato son condiciones clave para el éxito de una campaña publicitaria.
- 13. Erróneos:** Que no es acertado o que contiene error.
- 14. Estándares:** Que sirve como tipo, modelo, norma, patrón o referencia
- 15. Flujo:** Para la psicología, el flujo constituye un estado mental en el cual todo individuo se halla inmerso por completo en la actividad que está realizando.
- 16. Guion:** Escrito que apunta ciertas ideas que sirven como guía para un cierto fin.
- 17. Hostil:** Es un tipo de comportamiento que trasmite la impresión de que una persona se encuentra propensa a irritarse o a mostrarse agresiva.
- 18. Intercomunicación:** La intercomunicación es la capacidad y la necesidad de transmisión recíproca de información, datos, conocimientos, experiencias entre dos o más personas, seres vivos, lugares o mecanismos.
- 19. Insight:** Es la capacidad de tener una comprensión clara, profunda ya veces repentina de un problema o situación complicada.

- 20. Marketing:** Esta disciplina se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores. Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas.
- 21. Metodología:** Se denomina la serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente válido.
- 22. Método Cualitativo:** Es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados.
- 23. Organigrama:** Es una representación gráfica del esqueleto de una organización, mostrando los cargos jerárquicos. El organigrama permite obtener una idea rápida de cómo está organizada una empresa, cooperativa u organización sin fines de lucros, cualquiera sea el tipo de organización el organigrama es válido.
- 24. Reclutamiento:** Supone un conjunto de procedimientos por medio de los cuales se procura atraer a los candidatos idóneos para ocupar un puesto dentro una empresa.
- 25. Target:** Es el destinatario al que pretende llegar un servicio o un producto y sus correspondientes campañas de difusión.
- 26. Tangible:** Se utiliza para nombrar lo que puede ser tocado o probado de alguna forma.

BIBLIOGRAFÍA

- Concepto de. (02 de 2019). *Entrevista*, Electrónica. Obtenido de <https://concepto.de/que-es-entrevista/>
- Contreras, A. (2016). *Educapuntes*, [Mensaje en un blog]. Obtenido de <http://educapuntes.blogspot.com/2015/02/>
- Martín. (18 de 10 de 2015). *Tendenzias.com*. Obtenido de <https://tendenzias.com/ciencia/que-es-el-metodo-cualitativo/>
- Molina, A. (2018). *Esan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/marketing-como-definir-publico-objetivo/>
- Monje. (2011).
- Morga, L. (2012). *Teoría y técnica de la entrevista*. Estado de México: Red tercer milenio S. C.
- *Salgadoanoni*. (03 de 2010). Obtenido de <http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs/wp-content/uploads/2010/03/la-observacion.pdf>
- Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación*.

E GRAFÍA

- We are testers (2017) *Como hacer una encuesta en 3 sencillos pasos*. Extraído el 23 de marzo del 2019. <https://www.wearetesters.com/investigacion-de-mercados/como-hacer-una-encuesta-en-3-sencillos-pasos>
- Dr. Lamberto Vera Vélez (2008) *La investigación cualitativa*. Extraído el 30 de marzo del 2019. <https://ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>
- QuestionPro (2019) *Investigación Cualitativa*. Extraído el 10 de abril del 2019. <https://www.questionpro.com/blog/es/cualitativa-cuantitativa-o-ambas-haz-investigacion-de-mercados/>
- Softgrade (2019) *Como hacer un manual de procedimientos*. Extraído el 10 de junio del 2019. <https://softgrade.mx/como-hacer-un-manual-de-procedimientos/>

ANEXOS



ENTREVISTA

Esta encuesta tiene como fin obtener información acerca de la intercomunicación entre los departamentos de Cuentas y Creatividad.

1. ¿Cuál es tu nombre y que cargo desempeñas dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi?
2. ¿Cuánto tiempo tienes desempeñando el puesto dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi?
3. ¿Cuál es el grado de satisfacción de la comunicación interna existente entre los departamentos de Cuentas y Creatividad?
4. ¿Cómo consideras, es la comunicación hacia tu departamento y porque?
5. ¿Cuál es el principal problema de comunicación entre el departamento de Cuentas y Creatividad?
6. ¿Por qué razón considerarías importante la comunicación interna con tu equipo de trabajo?
7. ¿Cómo contribuirías a mejorar la comunicación desde y hacia tu departamento?
8. ¿Qué canales de comunicación prefieres para el envío y recepción de instrucciones de trabajo y porque?
9. ¿Qué información básica es necesaria para que tu labor sea más eficiente?

TRANSCRIPCIÓN COMPLETA DE LAS ENTREVISTAS

Entrevista 1

1. ¿Cuál es tu nombre y que cargo desempeñas dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **Yomara Arnold, Directora de Cuentas**
2. ¿Cuánto tiempo tienes desempeñando el puesto dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **2 años 6 meses**
3. ¿Cuál es el grado de satisfacción de la comunicación interna existente entre los departamentos de Cuentas y Creatividad? **Que puede mejorar**
4. ¿Cómo consideras, es la comunicación hacia tu departamento y porque? **Puede llegar a ser negativa porque somos los encargados de solicitar entregables.**
5. ¿Cuál es el principal problema de comunicación entre el departamento de Cuentas y Creatividad? **Considero que la falta de integración como equipo es un problema que afecta, se sienten dos bandos.**
6. ¿Por qué razón considerarías importante la comunicación interna con tu equipo de trabajo? **Para poder tener mejores entregables en mejor tiempo, sin desvelos.**
7. ¿Cómo contribuirías a mejorar la comunicación desde y hacia tu departamento? **Buscando que se sienta más como trabajo en equipo**
8. ¿Qué canales de comunicación prefieres para el envío y recepción de instrucciones de trabajo y porque? **Email por inmediato y permite incluir toda la información necesaria más platicas.**
9. ¿Qué información básica es necesaria para que tu labor sea más eficiente? **Entender solicitudes del cliente, si no entendemos las solicitudes no podemos pedir lo que corresponde.**

Entrevista 2

1. ¿Cuál es tu nombre y que cargo desempeñas dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **Isabel Velásquez, Supervisora de Cuentas**
2. ¿Cuánto tiempo tienes desempeñando el puesto dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **2 años**
3. ¿Cuál es el grado de satisfacción de la comunicación interna existente entre los departamentos de Cuentas y Creatividad? **Bueno**
4. ¿Cómo consideras, es la comunicación hacia tu departamento y porque? **Bueno pero creo que los procesos y comunicación pueden mejorar.**
5. ¿Cuál es el principal problema de comunicación entre el departamento de Cuentas y Creatividad? **Asumir que el otro equipo entiende al 100%, no preguntar o abocarse a las personas para resolver dudas.**
6. ¿Por qué razón considerarías importante la comunicación interna con tu equipo de trabajo? **Para disminuir los errores y ahorrar tiempo al realizar las solicitudes del cliente.**
7. ¿Cómo contribuirías a mejorar la comunicación desde y hacia tu departamento? **Reuniones semanales para discutir proyectos grandes.**
8. ¿Qué canales de comunicación prefieres para el envío y recepción de instrucciones de trabajo y porque? **Correo porque todo queda por escrito y se evitan mal entendidos.**
9. ¿Qué información básica es necesaria para que tu labor sea más eficiente? **Buena computadora y equipo básico.**

Entrevista 3

1. ¿Cuál es tu nombre y que cargo desempeñas dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **Carlos Arriaga, Ejecutivo de Cuentas**
2. ¿Cuánto tiempo tienes desempeñando el puesto dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **5 meses**
3. ¿Cuál es el grado de satisfacción de la comunicación interna existente entre los departamentos de Cuentas y Creatividad? **Muy bueno**
4. ¿Cómo consideras, es la comunicación hacia tu departamento y porque? **Excelente**
5. ¿Cuál es el principal problema de comunicación entre el departamento de Cuentas y Creatividad? **Temas de tiempo y prioridad de solicitudes**
6. ¿Por qué razón considerarías importante la comunicación interna con tu equipo de trabajo? **Nos ayuda a organizarnos y mejorar los tiempos de entrega**
7. ¿Cómo contribuirías a mejorar la comunicación desde y hacia tu departamento? **Conversar con el equipo para organizar pendientes**
8. ¿Qué canales de comunicación prefieres para el envío y recepción de instrucciones de trabajo y porque? **Explicado**
9. ¿Qué información básica es necesaria para que tu labor sea más eficiente? **Capacitación constante, involucrarnos en los brief.**

Entrevista 4

1. ¿Cuál es tu nombre y que cargo desempeñas dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **Gabriela Caballeros, Diseñadora gráfica**
2. ¿Cuánto tiempo tienes desempeñando el puesto dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **2 años 6 meses**
3. ¿Cuál es el grado de satisfacción de la comunicación interna existente entre los departamentos de Cuentas y Creatividad? **La comunicación va y viene no siempre es constante**
4. ¿Cómo consideras, es la comunicación hacia tu departamento y porque? **Es regular, no siempre constante o efectiva**
5. ¿Cuál es el principal problema de comunicación entre el departamento de Cuentas y Creatividad? **El manejo de estrés**
6. ¿Por qué razón considerarías importante la comunicación interna con tu equipo de trabajo? **Para poder realizar un trabajo optimo**
7. ¿Cómo contribuirías a mejorar la comunicación desde y hacia tu departamento? **Quizá no solo leer correos sino compartir comentarios**
8. ¿Qué canales de comunicación prefieres para el envío y recepción de instrucciones de trabajo y porque? **Correo y a voz, ambos para aclarar dudas.**
9. ¿Qué información básica es necesaria para que tu labor sea más eficiente? **Todo lo que el cliente pide decodificado y especificado.**

Entrevista 5

1. ¿Cuál es tu nombre y que cargo desempeñas dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **Eduardo Solís, Diseñador creativo**
2. ¿Cuánto tiempo tienes desempeñando el puesto dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **6 meses**
3. ¿Cuál es el grado de satisfacción de la comunicación interna existente entre los departamentos de Cuentas y Creatividad? **Muy satisfecho**
4. ¿Cómo consideras, es la comunicación hacia tu departamento y porque? **La comunicación es muy buena ya que existen muchos medios para lograrla y existe confianza entre los departamentos para dialogar y obtener respuestas más directas.**
5. ¿Cuál es el principal problema de comunicación entre el departamento de Cuentas y Creatividad? **No creo que exista un problema principal, pero si existe alguno, podría ser en el medio digital, la inestabilidad del internet.**
6. ¿Por qué razón considerarías importante la comunicación interna con tu equipo de trabajo? **Para una mejor comprensión de las solicitudes y un mejor acierto en las resoluciones creativas.**
7. ¿Cómo contribuirías a mejorar la comunicación desde y hacia tu departamento? **Tener presente en todo momento la importancia del mismo y utilizar cada canal adecuado en el momento o circunstancia que lo amerite.**
8. ¿Qué canales de comunicación prefieres para el envío y recepción de instrucciones de trabajo y porque? **Correo electrónico, ya que es un medio que genera una constancia de las solicitudes y existen varias plataformas para su organización.**
9. ¿Qué información básica es necesaria para que tu labor sea más eficiente? **En el medio en el que trabajo, lo más importante es un buen brief, fechas o plazos de entrega y descripción de solicitud específica.**

Entrevista 6

1. ¿Cuál es tu nombre y que cargo desempeñas dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **Byron Quiñonez, Diseñador creativo**
2. ¿Cuánto tiempo tienes desempeñando el puesto dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi? **3 años**
3. ¿Cuál es el grado de satisfacción de la comunicación interna existente entre los departamentos de Cuentas y Creatividad? **6/10**
4. ¿Cómo consideras, es la comunicación hacia tu departamento y porque? **Levemente satisfactoria, pienso que nos falta conocimiento y comprensión de los quehaceres y procedimientos de ambos departamentos**
5. ¿Cuál es el principal problema de comunicación entre el departamento de Cuentas y Creatividad? **La falta de comunicación de los departamentos a veces pareciera que causa conflictos.**
6. ¿Por qué razón considerarías importante la comunicación interna con tu equipo de trabajo? **Mejora la confianza, la comprensión y el flujo de trabajo**
7. ¿Cómo contribuirías a mejorar la comunicación desde y hacia tu departamento? **Levantándonos más de nuestro lugar, y teniendo más paciencia ante lo inevitable, preguntando, preguntando y preguntando antes de iniciar y finalizar algo.**
8. ¿Qué canales de comunicación prefieres para el envío y recepción de instrucciones de trabajo y porque? **El correo es por excelencia un gran método. Verbal, definitivamente necesitamos unir este canal a los emails.**
9. ¿Qué información básica es necesaria para que tu labor sea más eficiente? **Que toda la información este clara para poder realizar nuestro trabajo.**

FOTOGRAFÍAS

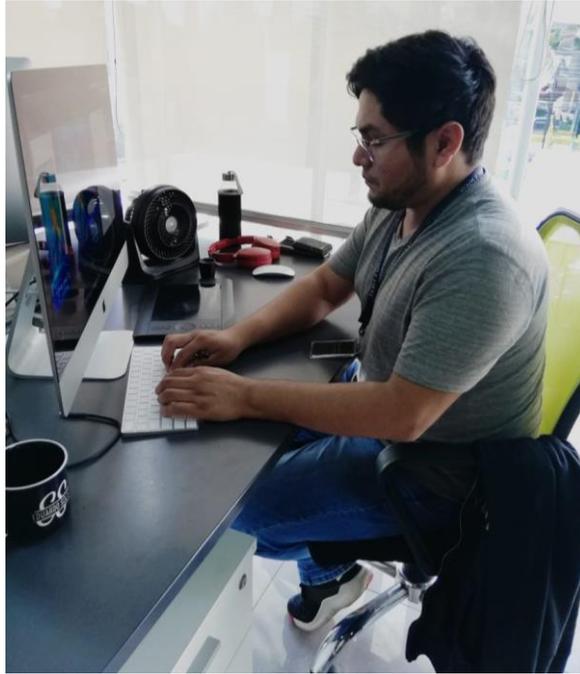


Figura 3: Departamento de Creatividad- Diseñador Creativo

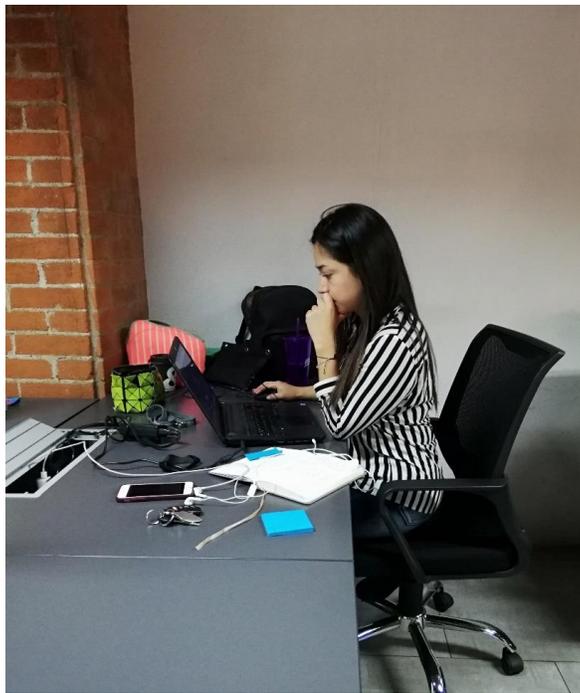


Figura 4: Departamentos de Cuentas- Supervisora de Cuentas

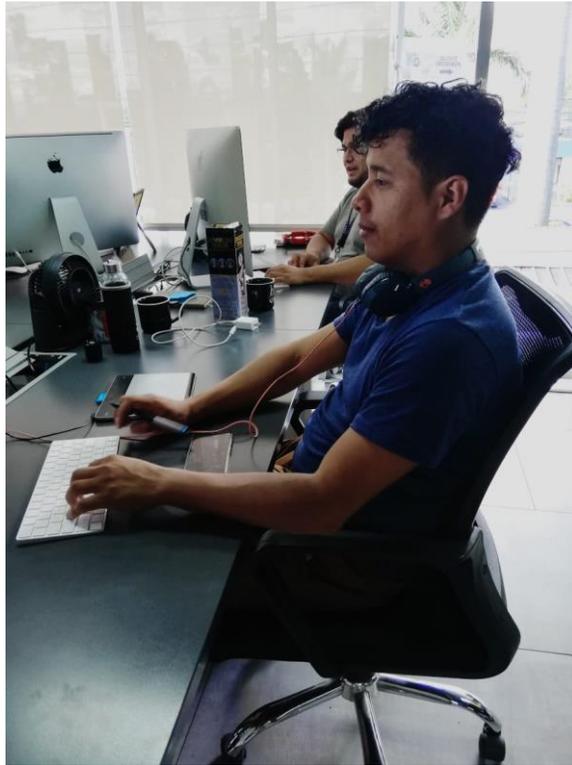


Figura 5: Departamento de Creatividad- Diseñador Creativo

Guía de acceso rápido para el traslado y recepción de información

Recomendaciones

Elaborar un **plan piloto** para evaluar la factibilidad en la implementación de la guía de acceso rápido para traslado y recepción de información.

Incentivar a los **colaboradores** en el uso y mejoras de la guía acceso rápido para traslado y recepción de información.

Hacer un **seguimiento** cuantitativo de los tiempos efectivos en la elaboración de las órdenes de trabajo asignadas.

Elaborar una **encuesta** a los colaboradores de la aceptación de la guía de acceso rápido para traslado y recepción de información.



Yenifer Domingo

4AM
SAATCHI & SAATCHI
ADVERTISING & PROMOTION

Guía De Acceso Rápido Para Traslado Y Recepción De Información

Presentación

En la siguiente guía encontrarán:

Cómo **estandarizar** las órdenes de trabajo según la prioridad que la misma tenga.

Cómo **guardar** de forma digital los documentos según sus versiones para poder llevar un mejor control de todos los proyectos elaborados.

Indicaciones **paso a paso** del procedimiento a seguir para realizar órdenes de trabajo a los diferentes departamentos.

Proceso de **organización** para los archivos digitales creando carpetas y subcarpetas de los diferentes proyectos elaborados, y la forma correcta de identificar cada una de las carpetas y subcarpetas creadas.

Introducción

El presente documento contiene la Guía de Acceso Rápido para el Traslado y Recepción de Información, es una herramienta que permite a los colaboradores de los departamentos de Cuentas y Creatividad de la agencia 4am Saatchi & Saatchi mejorar la productividad, rapidez y calidad de trabajo.

La elaboración de Guía de Acceso Rápido para el Traslado y Recepción de Información se logra mediante la recolección de datos relevantes en los diferentes departamentos, esta recolección también nos ayuda a determinar las diferentes fallas existentes en dichos procesos para así poderlas remediar de una manera pronta y oportuna, antes de que se susciten problemas que puedan afectar la productividad de la empresa.

Objetivo De La Guía

El propósito de esta Guía de Acceso Rápido para el Traslado y Recepción de Información es facilitar los procesos por medios electrónicos, la fácil localización a la información de proyectos realizados, instruir a los colaboradores acerca de los aspectos que deben llevar a cabo. También se busca aumentar la eficiencia de los colaboradores indicándoles que deben hacer y como deben hacerlo para lograr el objetivo deseado.

Estandarizar Prioridad De Las Órdenes De Trabajo

La estandarización de tareas y procesos es uno de los fundamentos de la mejora continúa. Para llevar a cabo ese proceso para cumplir las exigencias requeridas por el cliente dando calidad, seguridad y entrega en el tiempo requerido.



Prioridad 1 Emergencia

La orden debe ser realizada inmediatamente, preferiblemente en el transcurso de la mañana.



Prioridad 2 Urgencia

Orden que debe ser realizada lo más rápido posible, preferiblemente sin superar las 24 horas tras haber recibido la orden.



Prioridad 3 Necesaria

La solicitud de trabajo puede ser postergada por algunos días para su ejecución. En este caso el ejecutivo de Cuentas debe indicar los días a postergar la solicitud.

Solicitud De Órdenes De Trabajo Por Correo Electrónico

Emplea un asunto específico y directo:



Bastará con algo simple como "Seguimiento de solicitud para puesto de editor", colocando el número de orden creado previamente.

Contenido Del Correo:



Redacta lo más claro posible las instrucciones, **prioriza lo importante**, que lo primero que digas sea lo que realmente es importante en la solicitud.

Adjuntos en el correo:



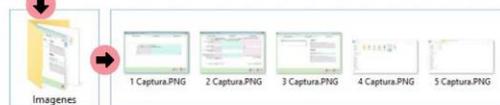
Recuerda que deberás de adjuntar los archivos adicionales proporcionados por el cliente, tales como referencias o información adicional necesaria para realizar la solicitud correspondiente.

Proceso De Organización De Archivos Digitales



Guarda todos los documentos digitales en una misma carpeta:

Crema una estructura de subcarpetas, guardar todos los documentos digitales de cada marca en la carpeta raíz y crea sub-carpeta para almacenar las diferentes versiones realizadas.



Identificación De Archivo Según Órdenes De Trabajo

Guarda todos tus proyectos en carpetas con el número de orden que genere el sistema de ordenes seguido del nombre del proyecto. Recuerda que deben de ser cortos, aunque Windows permite nombres de carpetas y archivos de hasta 260 caracteres, sé breve.

ODT-19-0001 Proyecto Guía de Acceso Rápido

Codificar Documentos Digitales Según Las Versiones

Es recomendable si hubiera más de una versión del material incorporar los números de versión sucesivos (_v2_, _v3_, _v4...). Con el fin de llevar un mejor control de los mismos.

Guarda Cada Documento Digital En Su Carpeta Adecuada Desde El Inicio



Es importante organizar bien los documentos digitales desde el primer momento. No caigas en la tentación de guardarlos primero en local y luego moverlos a la carpeta que corresponda. Ese es un paso innecesario que, a menudo conlleva a la "desaparición" del documento en cuestión.

No Borres Ningún Archivo



Crema subcarpetas con Versiones antiguas o Archivos inactivos cuando determinados documentos queden desactualizados o no sean aprobados. Nunca sabes si en otro momento, por el motivo que sea, los podrías volver a necesitar.

Procedimiento De Órdenes De Trabajo

Una orden de trabajo es un documento donde se detallan por escrito las instrucciones para realizar algún tipo de trabajo o proyecto. Para mantener el funcionamiento eficiente de la empresa es necesario realizar un manejo ordenado de las órdenes de trabajo para evitar perder tiempo y recursos.



Paso 1

Se realiza la recepción de información que el cliente proporciona para darle seguimiento a su solicitud.



Paso 2

Para realizar las ordenes de trabajo al equipo de Creatividad es importante entender la solicitud que nos ha hecho con anterioridad el cliente para poder proporcionar las instrucciones adecuadas en el sistema de ordenes.



Paso 3

Indicar el plazo para la finalización del proyecto solicitado en el mismo sistema de ordenes, luego enviar la orden de trabajo al equipo de Creatividad a través de correo electrónico para su realización.



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Yenifer Marisol Domingo Tercero

No. Carné y DPI: 201022554 / 2451 16117 0101

Jefe o Encargado (a): Eva Paz, Recursos Humanos

Institución o Empresa: 4am Saatchi & Saatchi

Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernandez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 17	Mayo		8	8	8	8		32 hrs.
2	Del: 20 / Al: 24	Mayo	8	8	8	8	8		40 hrs.
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	8	8	8	8	8		40 hrs.
4	Del: 3 / Al: 7	Junio	3	3	3	3	4		16 hrs.
5	Del: 10 / Al: 14	Junio	4	4	4	4	8		24 hrs.
6	Del: 17 / Al: 21	Junio	8	8	8	8	8		40 hrs.
7	Del: 24 / Al: 28	Junio	8	8	8	8	8		40 hrs.
8	Del: 1 / Al: 5	Julio	8	8	8	8	8		40 hrs.
9	Del: 8 / Al: 12	Julio	5	5	5	5			20 hrs.
10	Del: 15 / Al: 16	Julio	4	4					8 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) Eva Paz
Eva Paz, firma y sello(a)

4AM
SAATCHI & SAATCHI

M.A. Evelin Hernandez - Supervisor EPSL

