

**MODELO DE ADAPTACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO DE LA EMPRESA  
HYPER BUSINESS A LA ESTRUCTURA GENERAL PROPUESTA POR LA  
METODOLOGÍA SCRUM**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
UNIMINUTO**

**JUAN ESTEBAN ARROYAVE ZAPATA**

**ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS  
CENTRO REGIONAL ABURRÁ SUR  
UNIMINUTO**

**2018**

**Contenido**

<b>Introducción</b> .....	4
<b>1. Título</b> .....	5
<b>2. Problema</b> .....	5
<b>2.1. Descripción del problema</b> .....	5
<b>2.2. Formulación del problema</b> .....	5
<b>3. Justificación</b> .....	5
<b>4. Objetivos</b> .....	6
<b>4.1 Objetivo general</b> .....	6
<b>4.2 Objetivos específicos</b> .....	6
<b>5. Alcance</b> .....	6
<b>6. Antecedentes</b> .....	6
<b>7. Marco Referencial</b> .....	7
<b>8. Diseño Metodológico</b> .....	11
<b>8.1 Tipo de investigación</b> .....	11
<b>8.2 Población</b> .....	11
<b>8.3 Muestra</b> .....	11
<b>8.4 Recolección de información</b> .....	11
<b>8.5 Hallazgos</b> .....	11
<b>9. Conclusiones</b> .....	19
<b>10. Recomendaciones</b> .....	20
<b>11. Referencias</b> .....	21
<b>Tabla de ilustraciones</b> .....	3
<b>Anexos</b> .....	22
<b>Anexo 1: Entrevista</b> .....	22
<b>Anexo 2: Presentación</b> .....	24

**Tabla de ilustraciones**

Ilustración 1 Descripción roles de scrum.....	8
Ilustración 2 Ciclo de trabajo scrum .....	9
Ilustración 3 Proceso actual de búsqueda de clientes .....	12
Ilustración 4 Proceso actual de desarrollo creativo.....	13
Ilustración 5 Proceso actual de estrategias de marketing.....	13
Ilustración 6 Ciclo de trabajo propuesto adaptado a scrum .....	15
Ilustración 7 Proceso de búsqueda de clientes adaptado a scrum.....	16
Ilustración 8 Proceso de desarrollo creativo adaptado a scrum .....	17
Ilustración 9 Proceso de estrategias de marketing adaptado a scrum .....	17

## **Introducción**

El presente proyecto tiene como fin resolver los inconvenientes metodológicos que afronta la empresa Hyper Business en sus procesos productivos actuales, los cuales están generando problemas en la entrega de los trabajos a los clientes.

Por tal motivo se pretende realizar la adaptación de la metodología scrum a los procesos productivos de la empresa para así poder tener un mejor control, una mejor comunicación y más orden a la hora de trabajar los proyectos con los clientes.

Se elige scrum ya que es una metodología flexible y ágil que permite ser fácilmente adaptable, además a través de sus entregas tempranas y sus ciclos de trabajo por periodos definidos ayudan a tener resultados a los clientes de forma oportuna y lo más cercanos a su solicitud.

## **1. Título**

Modelo de adaptación del proceso productivo de la empresa Hyper Business a la estructura general propuesta por la metodología scrum.

## **2. Problema**

### **2.1. Descripción del problema**

Hyper Business es una empresa de publicidad orientada a satisfacer las necesidades publicitarias y de mercadeo de las organizaciones; con una trayectoria en el mercado de 2 años esta empresa busca tener un mayor crecimiento, buscando mejorar sus procesos internos y que a través de esto les permita ser más efectivos y así ir teniendo un mejor posicionamiento en un mercado muy competitivo.

Actualmente la empresa trabaja los proyectos a través de unos procesos empíricos que no se rigen bajo una metodología estándar y se enfoca más en entregar los trabajos contratados según lo pactado con los clientes, esto sin llevar un orden que les permita ejecutarlos en una forma más eficiente y sin agotar al equipo de trabajo.

La empresa a la hora de trabajar un proyecto cuenta con tres procesos establecidos los cuales son: la búsqueda de nuevos clientes, el desarrollo creativo y las estrategias de mercadeo. En el tiempo que ha transcurrido desde su constitución se ha identificado que en numerosas ocasiones no se ha tenido una buena comunicación entre el proceso de búsqueda de clientes y los otros procesos, ya que con el afán de obtener nuevos clientes se aceptan todas las ofertas y no se tiene en cuenta la capacidad actual, esto hace que se presenten represamientos de trabajo, incumplimientos y sobrecarga en el equipo.

### **2.2. Formulación del problema**

Es así, que el problema central de este proyecto es la carencia de procesos formales para la captura de clientes y su comunicación con el proceso productivo. Dada esta problemática se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera puede formalizarse los procesos productivos de la empresa Hyper Business a través de la adaptación de la metodología SCRUM?

## **3. Justificación**

Como solución a los inconvenientes presentados en la empresa Hyper Business, se plantea adaptar la metodología Scrum la cual enmarca procesos que se aplican de manera regular a través de un

conjunto de buenas prácticas para trabajar colaborativamente, en equipo, y obtener el mejor resultado posible de un proyecto. Estas prácticas se apoyan unas a otras y su selección tiene origen en un estudio de la manera de trabajar de equipos altamente productivos; a través de esta adaptación se pretende tener un mejor funcionamiento interno de los procesos productivos de la empresa y tener un mejor orden a la hora de iniciar los trabajos con los clientes.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo general**

Diseñar un modelo de adaptación de la metodología scrum a los procesos productivos de la empresa Hyper Business, con el fin de formalizar los procesos de Búsqueda de clientes, Desarrollo creativo y Estrategias de marketing.

### **4.2 Objetivos específicos**

- Caracterizar el funcionamiento de los procesos productivos actuales de la empresa Hyper Business.
- Identificar los elementos de la metodología scrum que puedan adaptarse al funcionamiento de la empresa.
- Modelar la adaptación de los procesos productivos identificados en conformidad con el funcionamiento esperado de los procesos.
- Validar la estructura del modelo a través de su presentación al equipo de trabajo de la empresa Hyper Business.

## **5. Alcance**

El alcance de este proyecto se enfoca en la generación del modelo de adaptación de los procesos productivos actuales a la metodología scrum, no incluye la evaluación del nivel de eficiencia del proceso, su redefinición o su reestructuración. De igual manera, no incluye la adaptación de procesos administrativos, financieros y de servicio al cliente.

## **6. Antecedentes**

Hoy en día las agencias de publicidad cuentan con dos grandes áreas en su forma estructural de trabajo productivo las cuales son: el Departamento de cuentas y el Departamento creativo, a través de estas logran orientar su producción para cumplir los objetivos y metas planteadas.

El departamento de cuentas está formado por directores de cuentas y ejecutivos; estos son los encargados de la relación con el cliente, de revisan lo que pide, y hacer las preguntas oportunas para resolver dudas. Luego si todo se encuentra bien con el cliente, se ocupan de planificar la estrategia del proyecto y preparan un briefing interno para que el departamento creativo pueda trabajar.

Cada director de cuentas tiene asignados uno o varios ejecutivos y lleva uno o más clientes. Todo en función de la cantidad de trabajo que demanda cada cliente.

El departamento creativo cuenta con los directores creativos, que tienen un equipo a su cargo. En este caso el equipo lo forman directores de arte, redactores y diseñadores; cada equipo tiene asignado uno o más clientes. Cuando hay un nuevo trabajo a realizar, el director creativo se reúne con el departamento de cuentas para que le expliquen en qué consiste el trabajo (muchas veces el director creativo también asiste a la reunión inicial con el cliente), después el director creativo se reúne con su equipo para empezar a trabajar. (Parra, 2017)

## **7. Marco Referencial**

### **¿Qué es Scrum?**

Scrum es una metodología ágil para el desarrollo de proyectos, ya que esta es adaptable, iterativa, rápida, flexible, eficaz y que está diseñada para entregar valor al cliente durante todo el desarrollo del proyecto. Su objetivo primordial es satisfacer las necesidades del cliente a través de un entorno de transparencia en la comunicación, responsabilidad colectiva y progreso continuo. (Lizeth, 2017)

Dentro de la metodología se encuentra dos grandes categorías para enmarcar los roles, estas son: Roles centrales y Roles no centrales. (Lizeth, 2017)

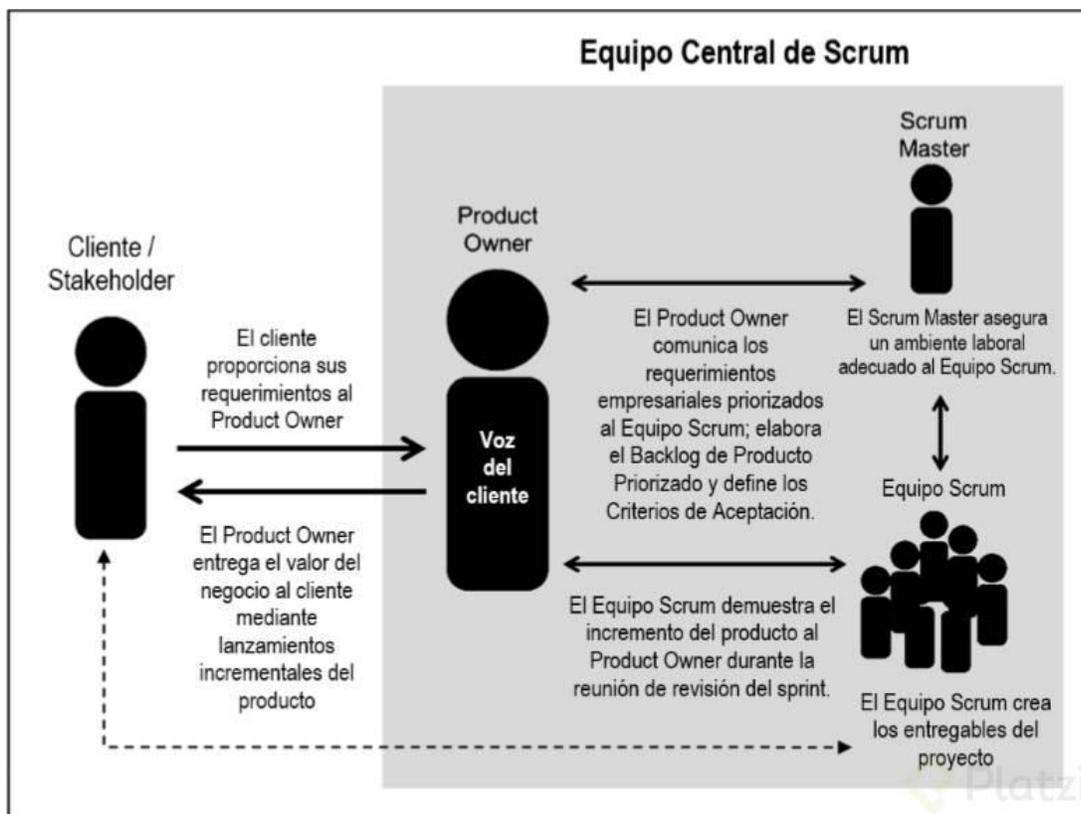
Los roles centrales son aquellos donde su participación es indispensable para la realización del proyecto; sin estos roles no es posible llevar a cabo la metodología scrum ya que son los que interactúan con los clientes, los que desarrollan las historias de usuario y los que ayudan al equipo a mejorar cada vez más. Estos son: Product owner, Scrum master, Equipo Scrum. (Lizeth, 2017)

Por otro lado, los roles no centrales son aquellos cuya participación en el proyecto es importante pero no depende de ellos el éxito o fracaso del proyecto ya que no tienen una participación tan

directa en el desarrollo de las actividades como las centrales y si alguno falta no afectaría el resultado. Estos son: Cliente, Usuarios, Patrocinador, Vendedores. (Lizeth, 2017)

En la ilustración 1 es posible ver una descripción general y cómo se relacionan los roles centrales del Equipo Scrum. (Lizeth, 2017)

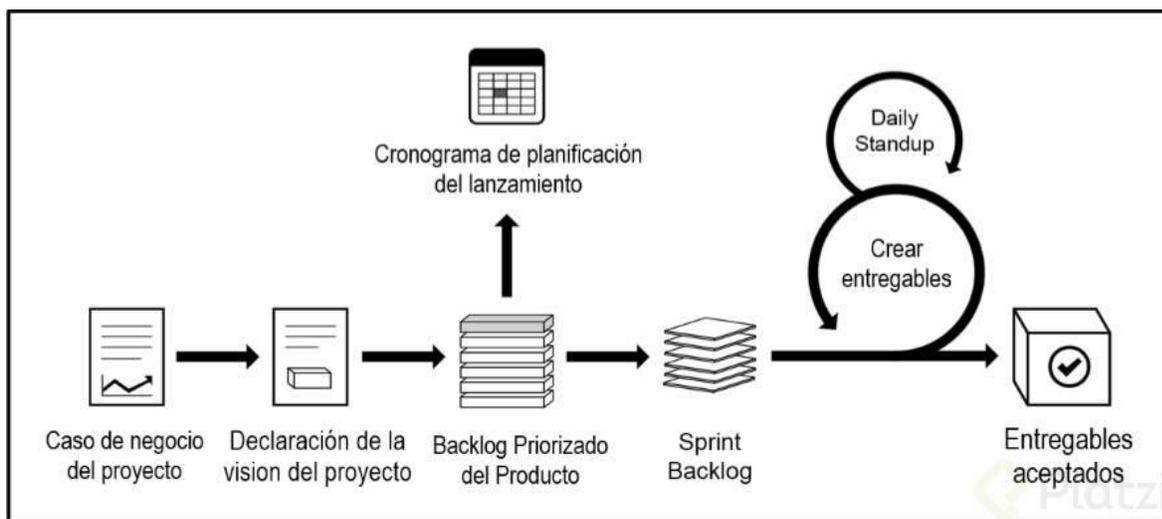
Ilustración 1 Descripción roles de scrum (Lizeth, 2017)



## Procesos en Scrum

Los procesos en Scrum están enmarcados en ciclos iterativos de tiempo, con esto se permite tener entregables y metas definidas a corto tiempo y que generen valor al negocio, ver ilustración 2. (Lizeth, 2017)

Ilustración 2 Ciclo de trabajo scrum (Lizeth, 2017)



Un Sprint es una de las iteraciones de tiempo de Scrum, tiene duración de 1 a 6 semanas en las que el equipo de Scrum trabaja en la creación de los entregables, el Sprint inicia con la reunión de planeación del sprint (Sprint planning meeting) tiempo en el que se analizan las historias de usuario y de acuerdo con la prioridad se incluyen en el Sprint Backlog que es el listado de tareas que se van a implementar durante el sprint que inicia. (Lizeth, 2017)

Durante el sprint se realizan reuniones diarias llamadas Daily, durante 15 minutos máximo el equipo de Scrum se reúne para discutir el progreso diario y si hay impedimentos, en este espacio se desarrollan las siguientes tres preguntas las cuales indicarán el estado: ¿Qué hiciste ayer? ¿Qué tienes planeado hacer hoy? ¿Qué impedimentos hay? (Lizeth, 2017)

Si los entregables cumplen con los criterios de aceptación definidos el product owner los acepta y reinicia el ciclo. (Lizeth, 2017)

El refinamiento inicia con la revisión de los elementos que hay en la lista de espera o backlog por parte del Product Owner con el fin de esclarecer cualquier duda que pueda surgir por parte del equipo de trabajo. También sirve para volver a estimar el tiempo y esfuerzo dedicado a cada uno de los requerimientos. (Lara, 2015)

En el review los miembros del equipo y los clientes se reúnen para mostrar el trabajo realizado. En este punto no es necesario que todos los miembros del equipo hablen. Pueden estar presentes pero la presentación está a cargo del Scrum Master y el Product Owner. (Lara, 2015)

En la retrospectiva, el Product Owner se reúne con todo su equipo de trabajo y su Scrum Master para hablar sobre lo ocurrido durante el Sprint. (Lara, 2015)

## **PUBLICIDAD**

La publicidad se define como una herramienta del marketing, la cual tiene como finalidad entregar un mensaje a través de canales de difusión para aumentar el consumo y posicionar una marca, utilizando herramientas como la psicología, antropología, diseño, entre otros. (Escanellas, 2018)

En la publicidad se pueden entender los siguientes 10 pasos como las guías para llevar a cabo una campaña exitosa: (Merca2.0, 2014)

1. Fijar objetivos: Conocer los objetivos claramente.
2. Realización del briefing: Realizar un documento donde queden plasmados los planes.
3. Propuesta base: En esta propuesta deben quedar seleccionados los beneficios del producto o servicio sobre los que debe girar la campaña.
4. Elaboración del mensaje: Se debe realizar el mensaje que llegara a los clientes.
5. Realización de artes finales: se realizarán los diferentes artes para adecuarlos a los medios seleccionados.
6. Elaboración del plan de medios: Seleccionar el tipo de medio donde se publicitará según el público objetivo.
7. Adecuación del mensaje al medio: Aunque el mensaje central será el mismo, habrá que adaptarlo a cada uno de los medios y audiencias.
8. Coordinación de la campaña: realizar seguimientos a la ejecución de la campaña.
9. Puesta en marcha: Publicación de la campaña y recolección de datos de la aceptación de esta.
10. Sistemas de control: Se mide el éxito de la campaña según el incremento de ventas o de aceptación de un producto por parte de los clientes.

## **8. Diseño Metodológico**

### **8.1 Tipo de investigación**

El tipo de investigación a desarrollar en este proyecto es bajo el enfoque cuantitativo, el cual busca optimizar el funcionamiento interno de los procesos productivos al adoptar una metodología de trabajo como scrum.

### **8.2 Población**

El proyecto se desarrollará con la población productiva de la empresa Hyper Business los cuales tienen su sede de trabajo en Sabaneta, Antioquia en el barrio San Joaquin.

### **8.3 Muestra**

El equipo productivo de la empresa Hyper Business cuenta con una serie de profesionales los cuales se encargan de desarrollar los diferentes roles que tiene la empresa y que a su vez soportan los procesos productivos; en este equipo se cuenta con un ejecutivo de cuenta, un director creativo, un diseñador y copy, un director de marketing y un analista de marketing.

### **8.4 Recolección de información**

Para dar desarrollo al trabajo se utilizará la herramienta de entrevista para obtener la información requerida por parte de la empresa y sus procesos productivos, con el objeto de entender su funcionamiento y poder así modelar un esquema de adaptabilidad de los procesos a la metodología scrum. En el Anexo 1 se encuentran los cuestionarios utilizados en la entrevista para obtener la información requerida para el desarrollo del trabajo.

También se realizará un estudio de la metodología scrum y sus componentes, para realizar la adaptación a los modelos productivos de la empresa Hyper Business.

### **8.5 Hallazgos**

En la empresa Hyper Business cuentan con una estructura productiva basada en tres procesos, la cual han venido trabajando desde que la empresa fue creada, sin embargo, se encuentran algunas falencias en su forma de ejecutarlos, que hace que estos no funcionen de la mejor manera cuando hay numerosos trabajos de los clientes por realizar. Por lo tanto, en la información obtenida en la entrevista cabe resaltar la posición de la empresa con relación a las metodologías y estructuración de los procesos ya que hacen hincapié en que estas no alteren el ambiente de creatividad y que no

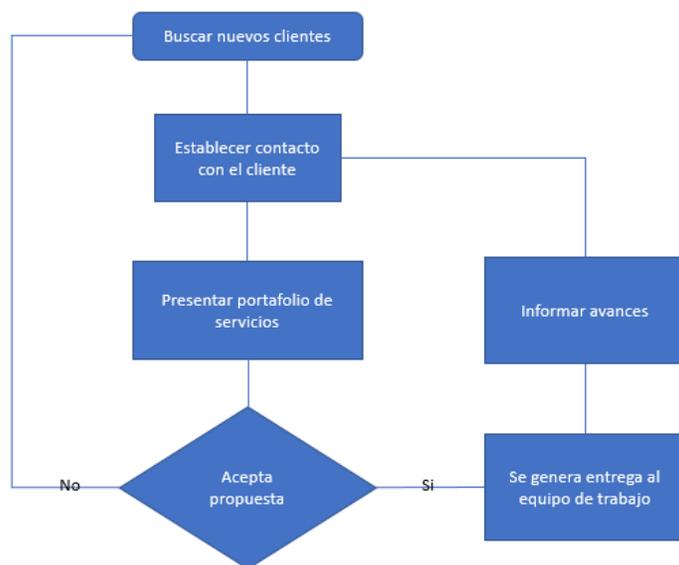
están muy de acuerdo en la estricta formalización de las cosas, por lo que piden una metodología flexible y que se pueda adaptar a los procesos actuales. Con la información obtenida se puede deducir que la metodología scrum es la más apropiada para adaptar los procesos productivos, por su flexibilidad y su constante interacción entre el equipo de trabajo y el cliente lo cual favorece mucho al estilo de trabajo de la empresa; se puede realizar la caracterización de los procesos actuales y con estos seleccionar los elementos de la metodología que se puedan adaptar al funcionamiento de la empresa.

### **Caracterización del funcionamiento de los procesos productivos actuales de la empresa Hyper Business**

A continuación, se realiza la caracterización de los procesos productivos de la empresa Hyper Business con el objeto de entender su funcionamiento.

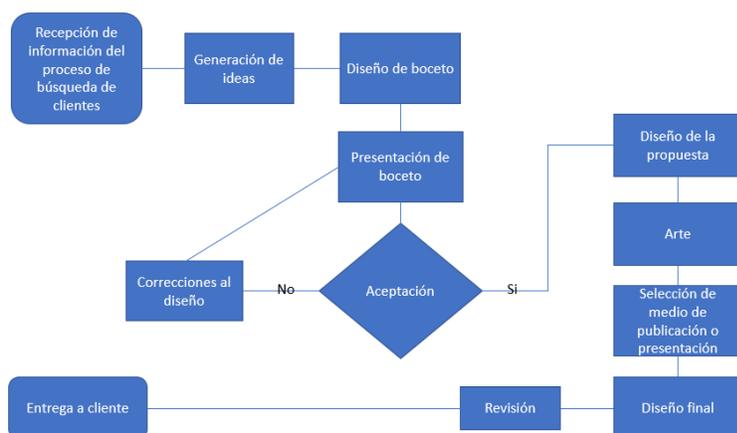
**Búsqueda de clientes:** Este proceso tiene como objetivo realizar la búsqueda constante de cuentas (clientes), de entregar el trabajo contratado con los equipos creativo y marketing y establecer la comunicación continua con los clientes. Ver ilustración 3.

*Ilustración 3 Proceso actual de búsqueda de clientes*



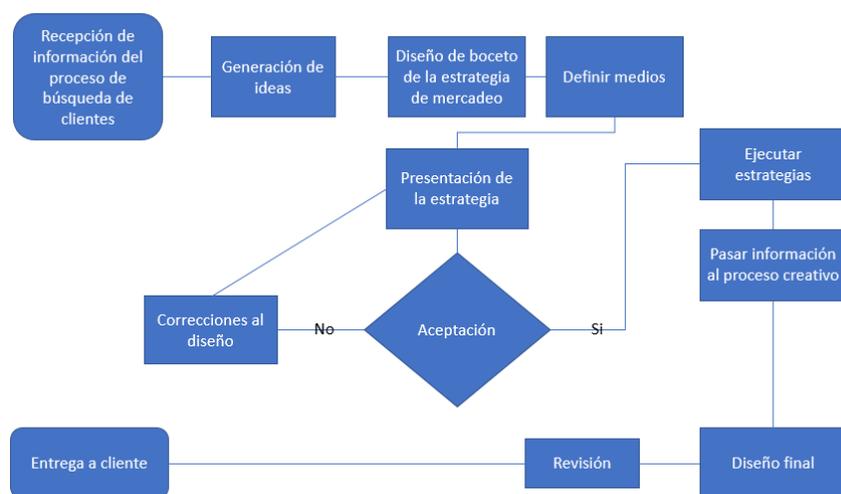
**Desarrollo creativo:** Este es uno de los procesos más importantes ya que aquí se genera la creatividad a través de la ideación, bocetos, diseños, artes y mensajes sobre los cuales se construye la campaña que desarrollará la marca, producto o servicio contratado. Ver ilustración 4.

Ilustración 4 Proceso actual de desarrollo creativo



**Estrategias de marketing:** Este proceso se encarga de generar las estrategias de mercadeo y empalmarlas con un rediseño de marca, estrategia de medios y nueva publicidad, para ayudar al cliente a tener una mejor aceptación en el mercado. Ver ilustración 5.

Ilustración 5 Proceso actual de estrategias de marketing



**Identificar los elementos de la metodología scrum que puedan adaptarse al funcionamiento de la empresa.**

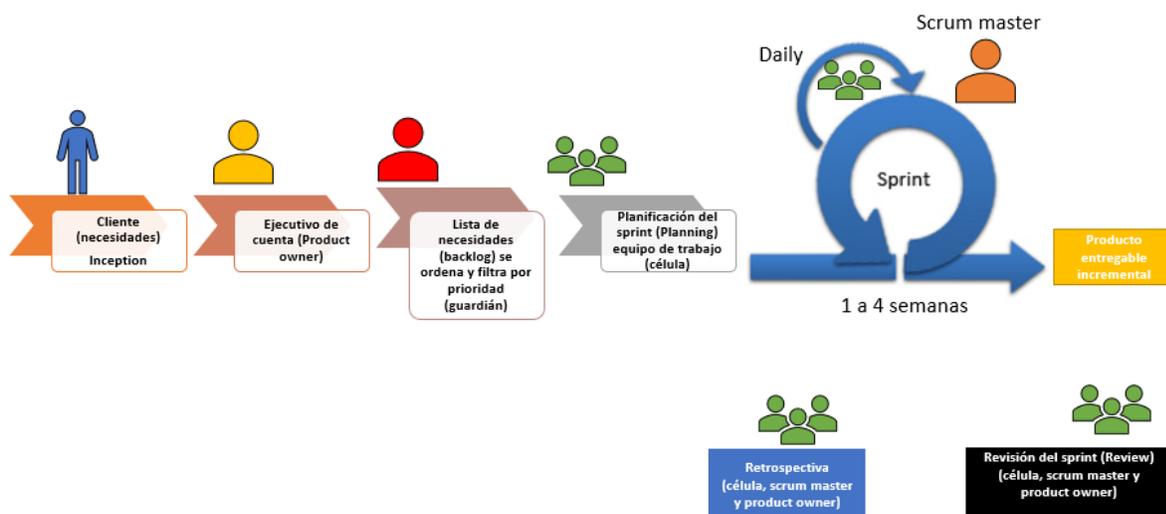
En la revisión realizada a la metodología scrum y los procesos productivos de la empresa Hyper Business se encuentra que los componentes que se deben incluir son:

- Conformación del equipo de trabajo como célula: Esto ayudará a la empresa a tener una mejor comunicación entre los procesos, por los roles que se asignan a los diferentes miembros y por qué todos trabajarían por un objetivo en común.
- Asignar los roles de Product owner, guardián, scrum master y equipo de célula: Estos roles son los pilares del funcionamiento de la metodología scrum, por lo tanto, es indispensable contar con ellos en la adaptación que se requiera realizar.
- Definir los ciclos de trabajo para la entrega de los productos o servicios a través del concepto de sprint: Es muy importante definir el tiempo de trabajo en el cual el equipo se va a comprometer a la entrega de los trabajos, para esto la metodología define los sprint.
- Incluir el planning: Como en todo proyecto grande o pequeño es fundamental tener una buena planeación para ejecutarlo de forma correcta, por lo que la metodología indica contar con este espacio para tener claro el actuar durante el sprint.
- Hacer una adecuación del Inception para que este sea más corto debido a que el cliente no tendrá una disponibilidad de tiempo tan larga para desarrollar la ceremonia como lo indica la metodología, esto se suplirá con una ceremonia corta que capture la información necesaria para que luego el equipo de trabajo pueda definir las Historias épicas, Historias de usuario, actividades, prioridades y producto mínimo viable si aplica.
- Incluir las ceremonias de review y retrospectiva para identificar las fallas de lo realizado en el ciclo de trabajo (sprint) con el objeto de corregirlo para el siguiente, para llegar a ser un equipo de alto desempeño.

## Modelar la adaptación de los procesos productivos identificados en conformidad con el funcionamiento esperado de los procesos.

A continuación, se muestra el ciclo de trabajo adaptado a la metodología scrum, con el cual se pretende dar orden a los procesos de trabajo con los cuales cuenta la empresa. Ver ilustración 6.

Ilustración 6 Ciclo de trabajo propuesto adaptado a scrum (Lizeth, 2017)

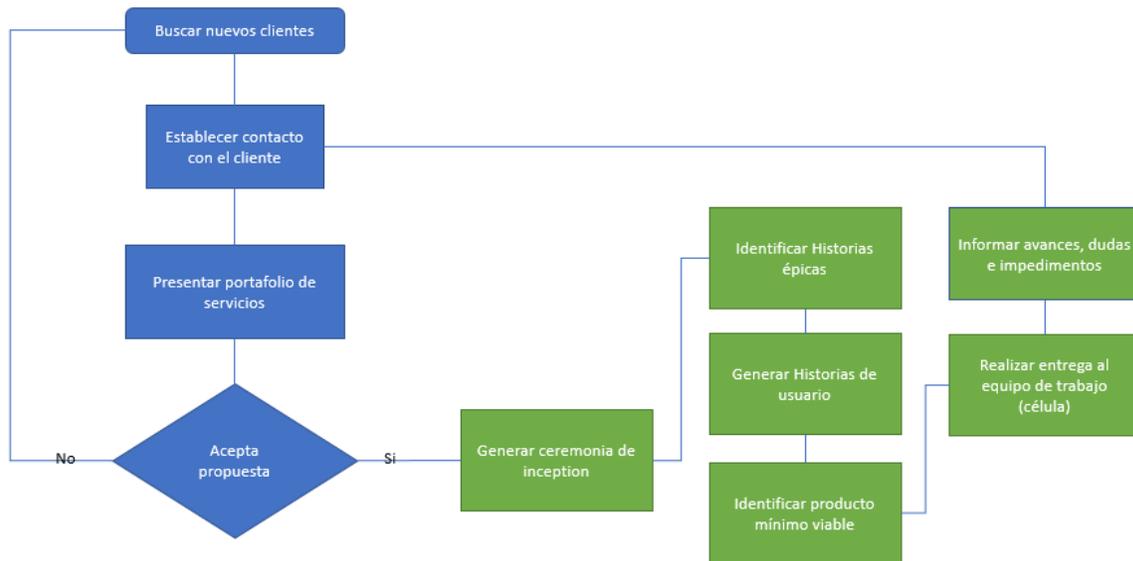


Con este modelo cíclico de trabajo de máximo 4 semanas se espera ir mejorando el equipo de trabajo para que sea más eficiente. También se incluirán los roles de guardián, scrum master y product owner, esto con el fin de poder desarrollar de forma adecuada las diferentes ceremonias y pasos de la metodología y poder organizar el funcionamiento de los equipos de trabajo que atienden los procesos productivos de la empresa.

A continuación, se muestran los procesos adaptados a la metodología:

**Proceso de búsqueda de clientes:** El proceso de búsqueda de clientes incluirá el elemento inception, a través del cual se refinará y se entenderá la necesidad del cliente enmarcándolas en historias épicas y luego estas se desglosarán en historias de usuario que finalmente serán entregadas a los equipos de desarrollo creativo o estrategias de marketing para que sean desarrolladas. Ver ilustración 7.

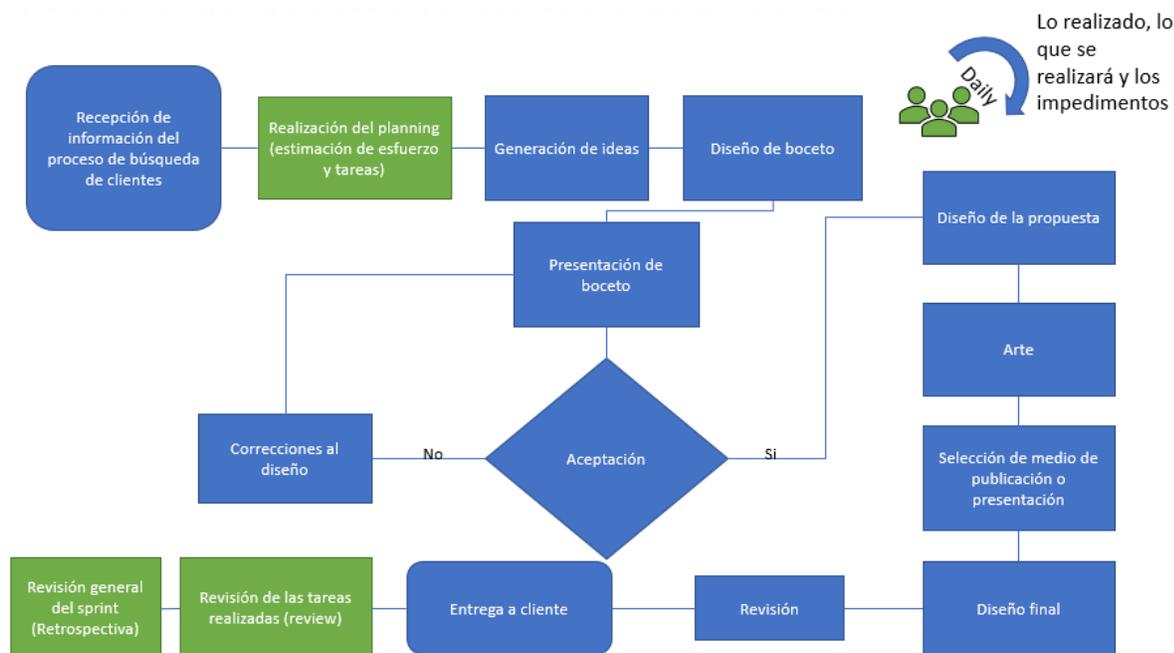
Ilustración 7 Proceso de búsqueda de clientes adaptado a scrum



**Proceso de desarrollo creativo:** El proceso de desarrollo creativo incluirá el componente de planning, el cual ayudará a blindar el equipo de trabajo a comprometerse en las actividades que se puedan desarrollar o atender en el periodo de tiempo establecido para el sprint, a atenderlas en la prioridad acordada con los clientes y se trabajará diariamente el daily el cual le permitirá al equipo conocer el estado actual de las diferentes actividades que se están realizando.

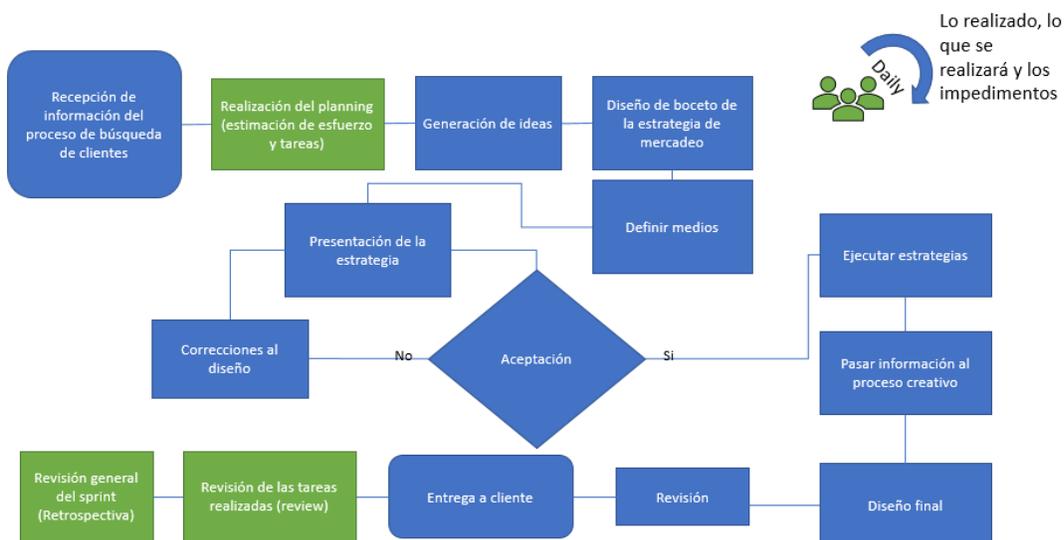
Al final de cada ciclo o sprint se realizarán las actividades metodológicas review y retrospectiva, las cuales servirán para evaluar el comportamiento del equipo e identificar que se debe mejorar en el próximo ciclo de trabajo. Ver ilustración 8.

Ilustración 8 Proceso de desarrollo creativo adaptado a scrum



**Proceso de estrategias de marketing:** El proceso de estrategias de marketing al igual que el proceso de desarrollo creativo incluirá el componente de planning, el daily y al final de cada ciclo o sprint se realizarán las actividades metodológicas review y retrospectiva, las cuales servirán para evaluar el comportamiento del equipo e identificar que se debe mejorar en el próximo ciclo de trabajo. Ver ilustración 9.

Ilustración 9 Proceso de estrategias de marketing adaptado a scrum



### **Validar la estructura del modelo a través de su presentación al equipo de trabajo de la empresa Hyper Business**

Se realiza la presentación al equipo de la empresa Hyper Business, teniendo como resultado una buena aceptación de la metodología, pero con algunas sugerencias asociadas a las ceremonias que se llevan a cabo en la adaptación metodológica propuesta.

Sugerencias:

- No ven necesario incluir la ceremonia de review ya que con el daily y el planning suplirían esta.
- Les parece interesante incluir el inception, pero en una forma más liviana a como la sugiere la metodología, ya que muchas veces el tiempo con los clientes no es muy grande y se debe aprovechar al máximo el tiempo.

Para ver el detalle de la presentación realizada ver el anexo 2.

## **9. Conclusiones**

Como resultado del trabajo realizado, se encuentra que es posible realizar la adaptación de la metodología scrum a los procesos productivos de la empresa Hyper Business, ya que esta por sus características ofrece flexibilidad, orden y no va en contravía del proceso creativo de la empresa.

Se logran solucionar inconvenientes de comunicación y de llenarse de trabajo de muchos clientes para atender al mismo tiempo, lo cual hace que el equipo se focalice mas y pueda cumplir con los compromisos pactados.

Se logra tener una metodología que de orden a los procesos actuales y se puedan tener métricas, controles y seguimiento al equipo de trabajo para que cada día se pueda evolucionar y ser mas efectivos en su quehacer.

Se encuentra que para la empresa Hyper Business no es fundamental tener la ceremonia de review ya que no la ven necesaria por contar con el daily y con el planning, ya que en estos espacios se dan cuenta de como van o como les fue y tienen el control de lo que se va a ejecutar.

## 10. Recomendaciones

Se sugiere a la empresa Hyper Business realizar la adaptación de la metodología propuesta en tres fases, las cuales permitirán una mejor transición a esta y a no impactar mucho la productividad en mientras se realiza la adaptación, a continuación, se explican las fases:

### Fase 1: Asignación de roles

En esta fase se realizará la repartición de los diferentes roles principales que ofrece la metodología scrum a cada uno de los participantes de los procesos, se les indicarán cuales son las responsabilidades y actividades que tiene cada uno y la forma en que entra en el ciclo de ejecución llamado sprint. Los roles se indican a continuación:

- Product Owner
- Guardian
- Scrum Master
- Equipo de célula

### Fase 2: Instauración de ceremonias

En esta fase se generarán los documentos que contienen los pasos para la realización de las ceremonias, también se definirá la periodicidad en la cual se realizarán y los responsables de citarlas (acá se hace referencia a los roles definidos en la fase 1). El orden en que se realizarán las ceremonias es el indicado por la metodología:

- Inception
- Planning
- Inicio de sprint
- Retrospectiva

### Fase 3: Implementación del sprint

En esta fase se define el tiempo en el cual se trabajarán los ciclos llamados sprint, en los cuales se desarrollarán las actividades definidas en el planning y que viene de las necesidades identificadas por el cliente en el inception, se sugiere iniciar con un tiempo de 2 ciclos (semanas); adicionalmente también se deben definir los espacios para realizar los daily, los cuales deben ser diarios y que no deben pasar de un tiempo máximo de 15 minutos.

## 11. Referencias

- Escanellas, G. M. (20 de enero de 2018). *marketing de contenidos*. Obtenido de ¿Qué es publicidad? Lo que necesitas saber del concepto: <https://marketingdecontenidos.com/publicidad/>
- Lara, W. (22 de Junio de 2015). *Metodologia Scrum: Cómo funciona la metodología de trabajo Scrum*. Obtenido de Platzi: <https://platzi.com/blog/metodologia-scrum-fases/>
- Lizeth, Y. (22 de Junio de 2017). *Qué es SCRUM y los roles en SCRUM*. Obtenido de Platzi: <https://platzi.com/blog/que-es-scrum-y-los-roles-en-scrum/>
- Merca2.0, M. e. (28 de enero de 2014). *Merca2.0*. Obtenido de 10 PRINCIPALES PASOS PARA HACER TU CAMPAÑA DE PUBLICIDAD: <https://www.merca20.com/10-principales-pasos-para-hacer-tu-campana-de-publicidad/>
- Parra, S. (15 de Julio de 2017). *BLOG*. Obtenido de [Q&A] ¿Cómo funciona una agencia de publicidad por dentro?: <https://samuparra.com/como-funciona-una-agencia-de-publicidad/>

## **Anexos**

### **Anexo 1: Entrevista**

#### **¿Cuáles son los procesos productivos actuales de la empresa?**

R:/Actualmente la empresa Hyper Business cuenta con tres procesos productivos los cuales son: búsqueda de clientes, desarrollo creativo y estrategias de marketing.

#### **¿Cómo funcionan los procesos productivos?**

R:/

Búsqueda de clientes: Este proceso tiene como objetivo realizar la búsqueda constante de cuentas (clientes), de entregar el trabajo contratado con los equipos creativo y marketing y establecer la comunicación continua con los clientes.

Desarrollo creativo: Este es uno de los procesos más importantes ya que aquí se genera la creatividad a través de la ideación, bocetos, diseños, artes y mensajes sobre los cuales se construye la campaña que desarrollará la marca, producto o servicio contratado:

Estrategias de marketing: Este proceso se encarga de generar las estrategias de mercadeo y empalmarlas con un rediseño de marca, estrategia de medios y nueva publicidad, para ayudar al cliente a tener una mejor aceptación en el mercado.

#### **¿Qué inconvenientes tienen los procesos cuando interactúan entre sí en el desarrollo de los trabajos?**

R:/Los inconvenientes más comunes son falta de comunicación y la aceptación de trabajos simultáneos sin medir la capacidad actual.

#### **¿Cuántos clientes se atienden en promedio durante un mes?**

R:/En promedio se atienden en promedio unos cinco clientes con temas pequeños y dos con temas grandes.

#### **¿Cuántas personas hacen parte de los procesos productivos?**

R:/Actualmente se tiene un ejecutivo de cuenta, un director creativo, un diseñador, un director de mercadeo y un analista de mercadeo.

**¿Se tiene alguna metodología de trabajo definida?**

R:/No, actualmente la empresa trabaja con la definición de cada proceso y se siguen los pasos de estos para desarrollar los trabajos, si bien estos son ordenados y cuentan con unos pasos específicos no hacen parte de una metodología puntual.

**¿Qué hacen en caso de tener múltiples clientes para atender al mismo tiempo?**

R:/Debido a la situación económica, la empresa no se puede dar el lujo de rechazar clientes, lo que se hace es aceptar los trabajos y buscar la forma de sacarlos adelante.

**¿Cuál es la promesa de tiempo que se le ofrece al cliente cuando se pacta el trabajo?**

R:/Dependiendo del trabajo a realizar se pueden manejar diferentes tiempos que pueden ir de un día para otro, hasta 2 o 3 semanas según el tamaño del trabajo.

**¿Qué tan abiertos son para adoptar una nueva metodología de trabajo?**

R:/Eso depende de la metodología que se proponga, si bien somos conscientes que se requiere cierto orden y estructuración, en la publicidad por lo general se tiende a salir de los formalismos, precisamente para tener un ambiente de trabajo que favorezca más la creatividad, por lo tanto, nos gustaría que la metodología sea flexible y que no genere muchos procesos formales o documentales que entorpezcan el core de la empresa el cual es la creatividad.

## Anexo 2: Presentación

# Modelo de adaptación del proceso productivo de la empresa Hyper Business a la estructura general propuesta por la metodología scrum.

---

Por:  
Juan Esteban Arroyave Zapata

Especialización en gerencia de proyectos  
Uniminuto  
2018

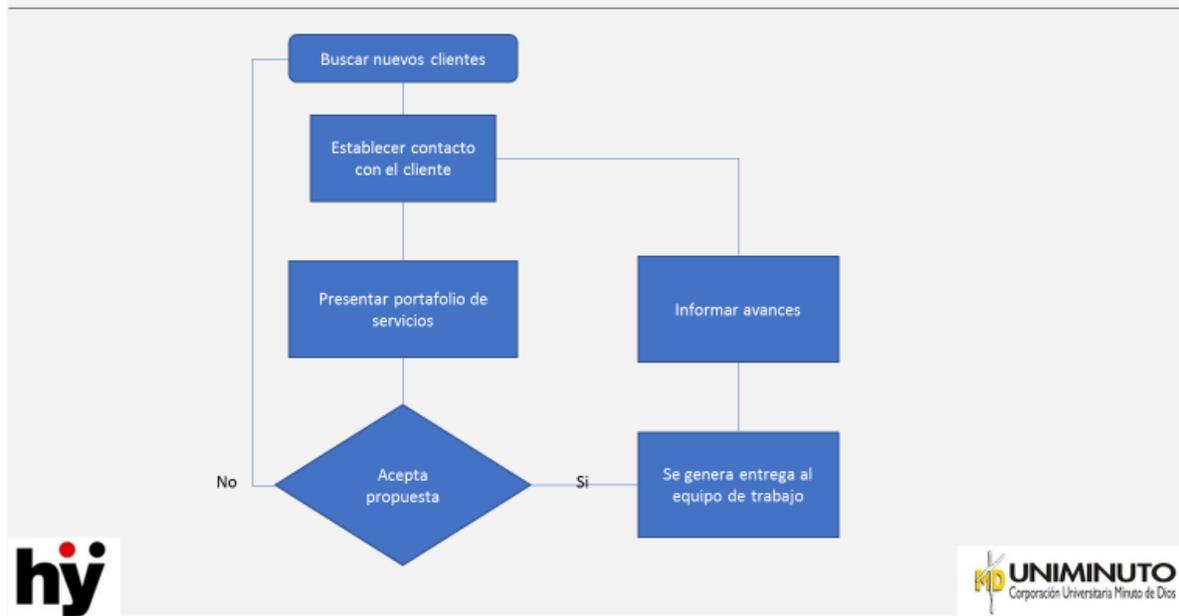


## Agenda

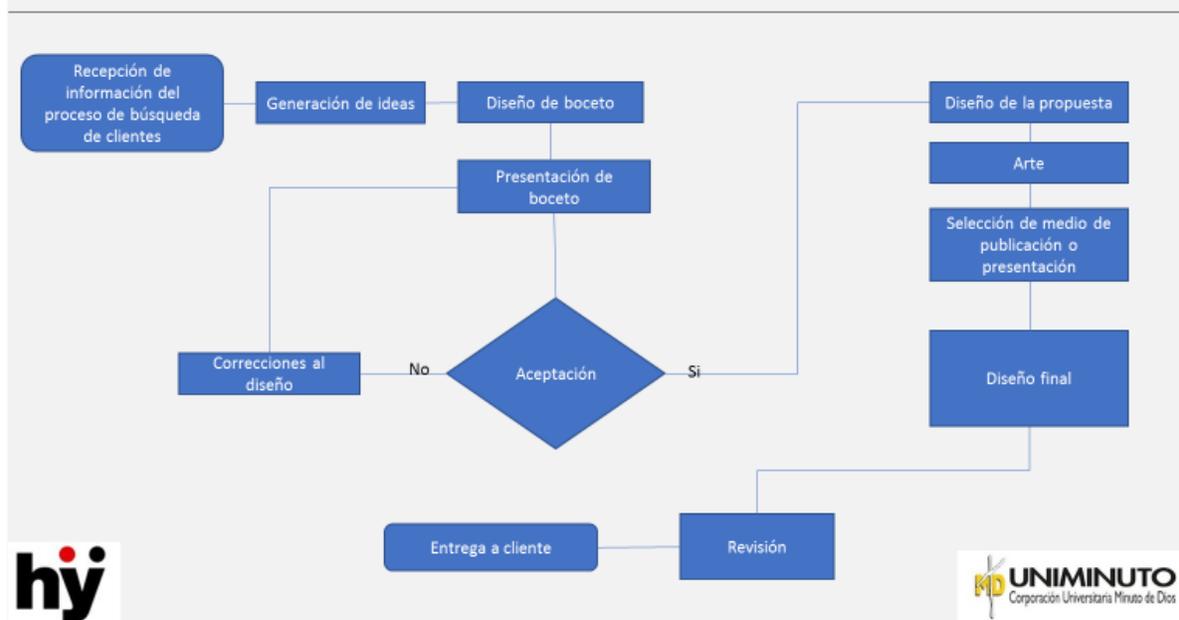
- Procesos actuales
- Ciclo de trabajo scrum adaptado a procesos
- Procesos productivos adaptados a scrum



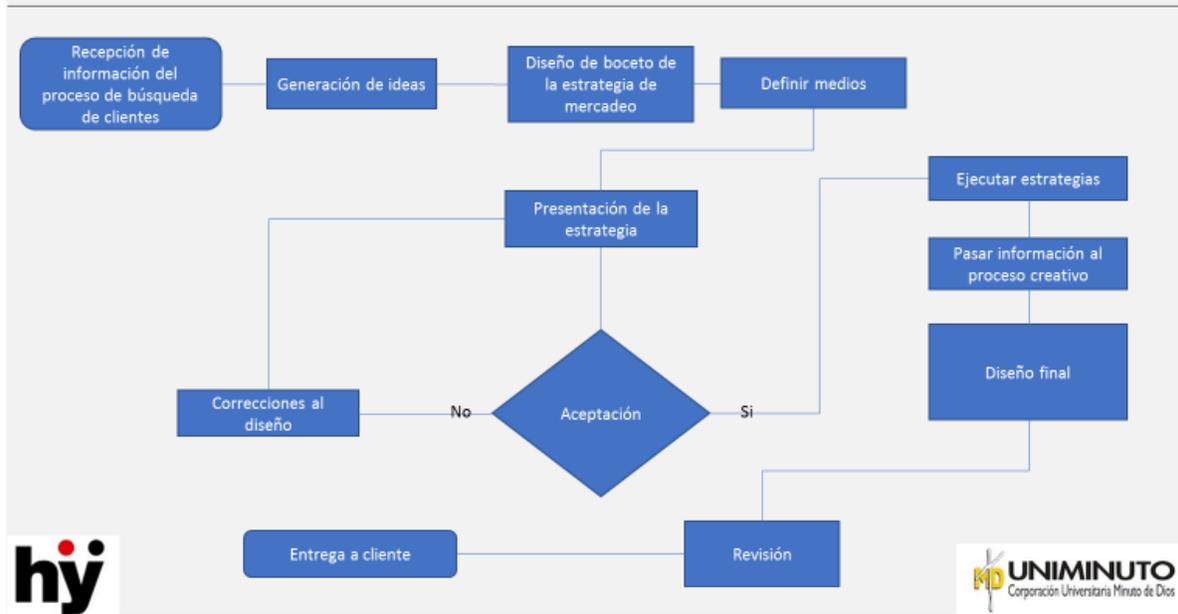
Proceso actual de búsqueda de clientes



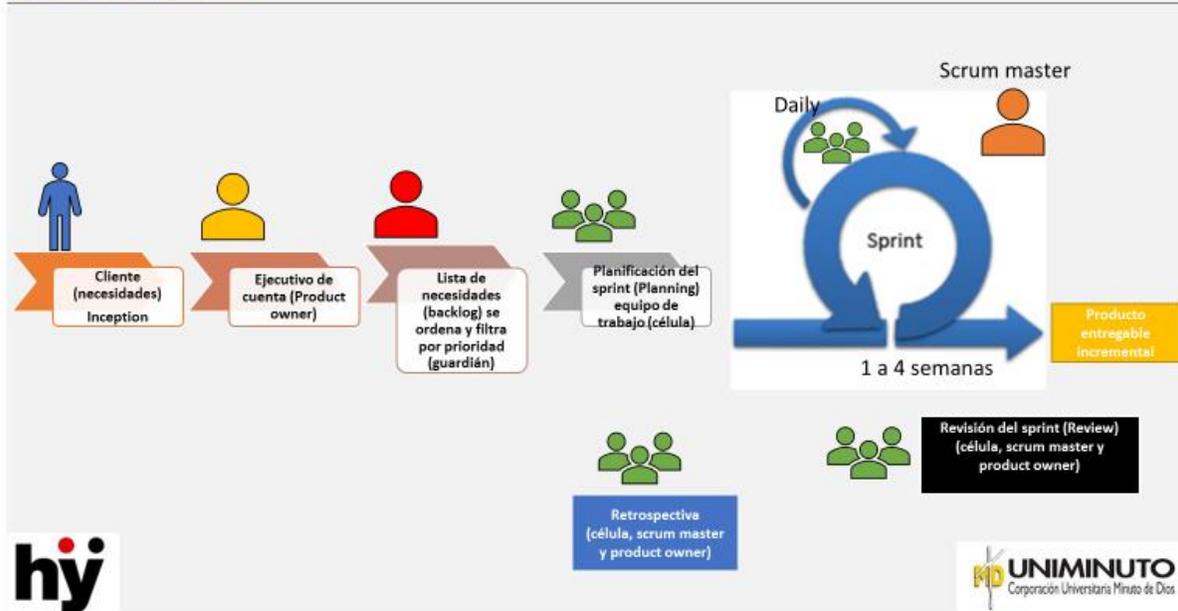
Proceso actual de desarrollo creativo



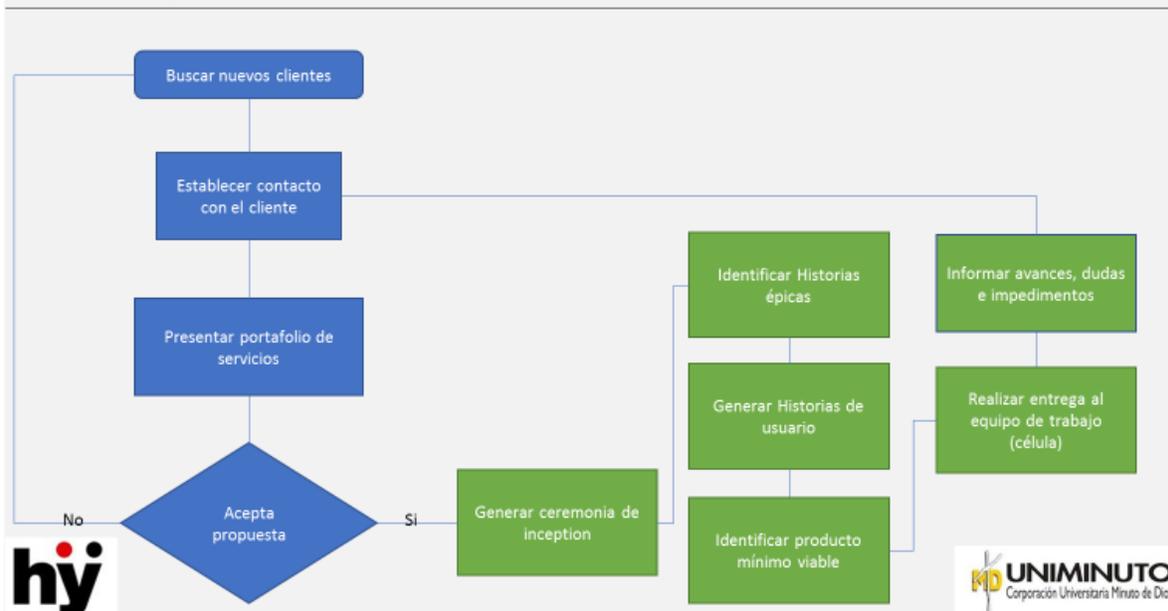
Proceso actual de estrategias de marketing



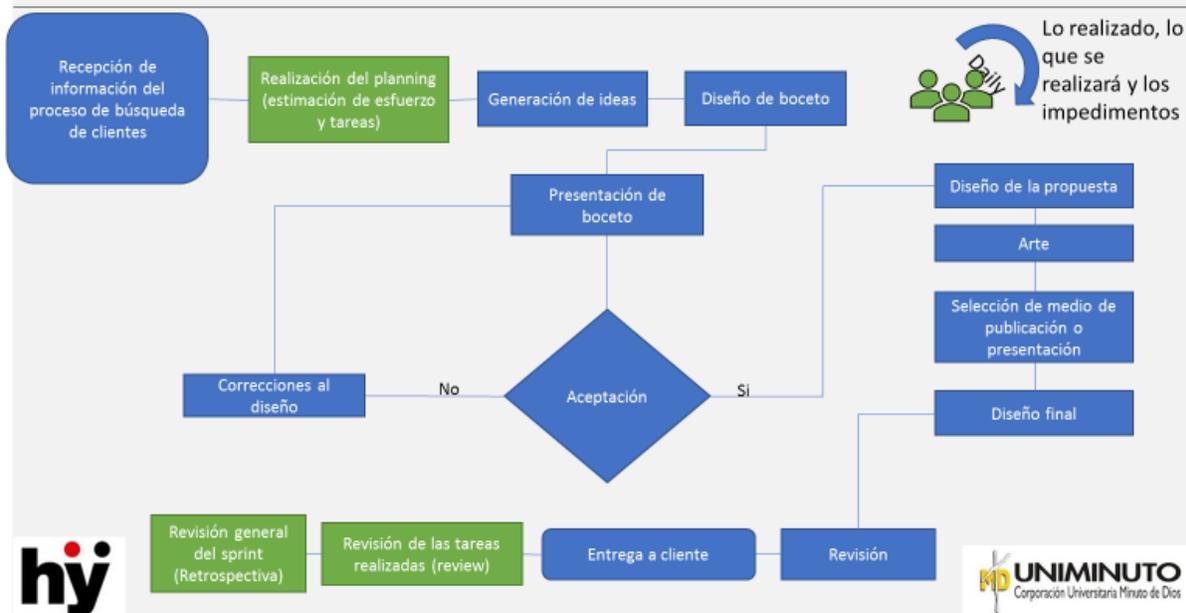
Ciclo de trabajo (Srpint)



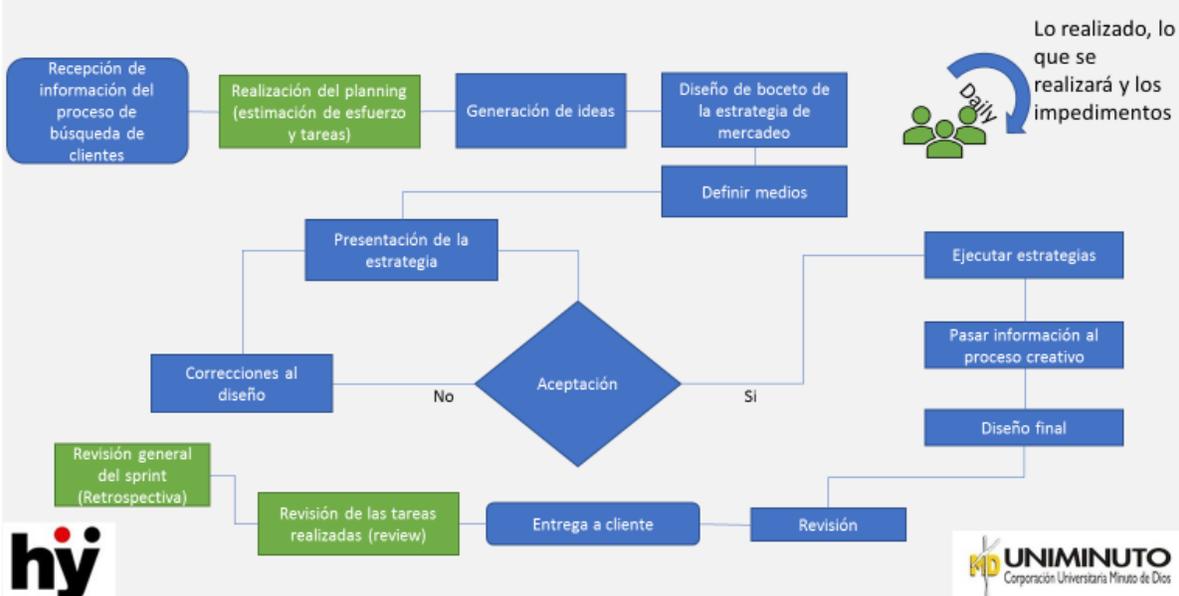
Proceso de búsqueda de clientes con scrum



Proceso de desarrollo creativo con scrum



## Proceso de estrategias de marketing con scrum



GRACIAS