



Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

BIBLIOTECA OSCAR GARAT

**ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA
INCLUSIVA DE GRUPO AGROENERGÍA**

María Virginia Garbarino

Cómo citar el artículo:

Garbarino, María Virginia. (2023). "Elaboración de un Plan Estratégico para la Comunicación Interna Inclusiva de Grupo Agroenergía. Diseño de una plataforma digital inclusiva". Tesis de Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba (inédita). Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional



Universidad Nacional de Córdoba

Facultad de Ciencias de la Comunicación Facultad de Lenguas
Especialización en Lenguaje y Comunicación Digital

Trabajo Final

“Elaboración de un Plan Estratégico para la Comunicación Interna Inclusiva de Grupo Agroenergía”

Diseño de una plataforma digital inclusiva

Alumna: Lic. Garbarino María Virginia

Directora: Dra. Vanina Ramé

Córdoba, Mayo 2023



Agradecimientos

A mi familia, que 15 años después de haber egresado me apoyó en estas ganas de volver al ámbito académico, a ellos primero GRACIAS por acompañarme en esta travesía que implicó viajes a Córdoba, ausencias y horas de estudio...

A la “Escuelita”, hoy Facultad de Ciencias de la Comunicación; volver a pisar sus pasillos fue movilizador, GRACIAS por construir estos espacios de aprendizaje que se adaptan a quienes vivimos en otras provincias...

A mis compañeros y compañeras del Posgrado, conocí un grupo hermoso que nos acompañamos hasta el día de hoy, intercambiando vivencias del ámbito profesional que permiten nutrir nuestra labor diaria...

A Vanina Ramé, mi directora de tesis, acompañante a la distancia de este proceso de tesis, GRACIAS por guiarme con paciencia y sabiduría en la realización de este trabajo final.

Resumen

Este trabajo final de especialización propone el diseño de una plataforma digital inclusiva para Grupo Agroenergía. Esta empresa se dedica a la venta de combustibles y lubricantes en la provincia de La Pampa y tiene por meta alcanzar los más altos estándares de calidad tanto en su producción, como en su forma interna de organización.

A partir de los objetivos propuestos, las lecturas bibliográficas y el abordaje institucional y contextual, asumimos que desde la gestión de la comunicación digital es posible crear procesos que apunten a una comunicación de calidad y equitativa.

En primer lugar, realizamos una aproximación a la organización para conocer el estado de situación de Grupo Agroenergía y así establecer los pasos a seguir teniendo como premisa que la empresa es un todo y por lo tanto todas sus acciones comunican. A su vez tomamos como eje central los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas, los cuales constituyen el disparador de esta investigación que se nutre además de aportes de autores que teorizan sobre discapacidad e igualdad. Estos conceptos teóricos fueron complementados con un trabajo de campo que incluye entrevistas, observaciones y análisis de documentación de la empresa.

La Empresa hoy no cuenta con un sistema de comunicación propio estable y organizado que permita una comunicación clara y específica entre el staff. Las interacciones se dan a través de WhatsApp, con infinidad de grupos y mensajes que dificultan los procesos, donde incluso muchas informaciones y contenido vital se pierden en el camino. Por este motivo visualizamos la necesidad de pensar y programar un sistema de comunicación digital e interno de carácter inclusivo que centralice todos los mensajes, objetivos, reuniones y eventos relacionados con la Empresa y su organización. Aspiramos a potenciar los vínculos entre los públicos internos asumiendo que la inclusión y la empatía son valores organizacionales que favorecen el empoderamiento y desarrollo de las personas con discapacidad; y por ende benefician a la organización global.

En la empresa existen acciones inclusivas puntuales, tales como la incorporación de una persona con discapacidad, pero en base a la investigación realizada llegamos a la conclusión que para que esta medida aislada se implemente en la organización y cobre sentido debe nutrirse de variables que completen el proceso y aportar a un mundo justo y en igualdad de derechos.

Palabras clave

Comunicación estratégica digital – Públicos Internos – Comunicación inclusiva

INDICE

Introducción	5
<i>Antecedentes</i>	8
<i>Antecedentes de páginas webs inclusivas</i>	11
Lineamientos Metodológicos	14
<i>Objetivo General</i>	15
<i>Objetivos Específicos</i>	15
<i>Guía de Preguntas al personal</i>	18
Marco Referencial	20
<i>Objetivos de Desarrollo Sostenible</i>	21
<i>Grupo Agroenergía</i>	23
<i>Software de organización administrativo interno de Agroenergía</i>	28
<i>Apps en Gestión de Comunicación Interna y Recursos Humanos</i>	31
Marco Teórico	42
<i>Discapacidad e Inclusión</i>	46
<i>Comunicación Clara</i>	47
<i>Funcionalidades de las plataformas digitales</i>	52
<i>Accesibilidad a todos los contenidos</i>	55
Planificación de la Plataforma	57
Investigación y análisis de la Web Actual de Agroenergía	59
<i>Principios WCAGS</i>	61
<i>Reflexiones acerca del abordaje</i>	73
Programación y aplicación de la plataforma de comunicación interna digital inclusiva	76
<i>Funciones Actuales de la Página Web</i>	77
<i>Nueva Propuesta</i>	78
<i>Comunicación Clara al interior de la empresa</i>	82
<i>Cronograma</i>	86
Conclusiones	88
Bibliografía	93
Anexo	97

Introducción



INTRODUCCIÓN

Grupo Agroenergía es una empresa que comercializa combustible, se encuentra ubicada en La Pampa. Cuenta con un plantel estable de 82 empleados y empleadas además de 5 asesores externos que a diario interactúan de manera presencial y remotamente con proveedores y clientes.

A partir de un convenio con la Cámara de Expendedores de Combustibles de La Pampa y la Dirección de Discapacidad de la Provincia, la empresa inició una política inclusiva con la incorporación de una persona con discapacidad en su sistema de atención al público. Esta medida concuerda con postulados y metas impulsadas por organismos internacionales que ofrecen recomendaciones en pos de promover la equidad entre todos los individuos. Una de ellas es la Organización de las Naciones Unidas que estableció 17 objetivos de Desarrollo Sostenible para su Agenda 2030. A la luz de estas nuevas agendas que involucran a toda la sociedad y fijan un horizonte a mediano y largo plazo, asumimos el acompañamiento de la transformación en las formas de trabajo al interior de las organizaciones.

En este contexto, con esta premisa como base y en función de la experiencia diaria, visualizamos la necesidad de establecer una estrategia que ordene y diagrame la comunicación entre el personal de la empresa. En este punto consideramos fundamental analizar las modalidades de acceso de las personas con discapacidad a los diferentes sectores de la firma; de modo que se sientan parte de este espacio y puedan potenciar al máximo sus capacidades.

La aparición constante de nuevos medios de comunicación, acompañada por el avance tecnológico, hace que repensemos las formas de conexión e interacción en distintos ámbitos de nuestro quehacer diario. Uno de ellos es el plano laboral, que se encuentra atravesado por diferentes canales de comunicación que tiempo atrás no existían y que hoy reconfiguran nuevas modalidades de llevar adelante no solo las tareas profesionales y productivas, sino también los vínculos entre quienes conforman las organizaciones.

Roberto Igarza en su publicación *Móvil, Digital, Entretenido: La Sociedad del Ocio Intersticial* (2008) se explora sobre la inserción masiva de las tecnologías de información en todas las actividades cotidianas, incluidas las laborales:

El mundo laboral ya no sigue la cadencia regular de ocho horas por día y cinco días por semana. Se introducen nuevos ritmos, según las profesiones y los oficios. La unidad de tiempo, de espacio y de acción característicos del trabajo en la economía industrial son modificados por la irregularidad de una producción

vertiginosa, cuyos componentes se entregan pocos minutos antes del montaje de los productos finales (...) El trabajo abandona los lugares tradicionales. Irrumpe el teletrabajo que se convierte en la modalidad cotidiana de millones de trabajadores lo que introduce una dispersión temporal y espacial acompañada de una explosión funcional. (p.14)

La idea expuesta en esta publicación del año 2008 da cuenta de un proceso que se profundizó mucho más en el año 2020 con la irrupción repentina de la pandemia por COVID. Este suceso vino a configurar nuevas formas de trabajo y de uso del tiempo donde la tecnología, en primer lugar, a partir de internet y seguida de plataformas de videollamadas como Meet, Zoom o WhatsApp, fueron las herramientas de comunicación cotidiana tanto en el ámbito personal como profesional.

A partir de los avances tecnológicos descritos, consideramos que la planificación en comunicación digital es un aporte al camino inclusivo iniciado por Grupo Agroenergía.

Impulsar la elaboración de un plan estratégico para la comunicación interna inclusiva permitirá vincular a los públicos de la empresa, estableciendo una plataforma que genere interacciones y prospere en todo el personal de Grupo Agroenergía valores de inclusión, empatía y trabajo en equipo; que entendemos, redundarán en una mejora en su desempeño y productividad.

Por ello, emprendemos el análisis y estudio de la página web actual de Agroenergía en base a las Pautas de Accesibilidad para el contenido Web establecidas en Web Content Accessibility Guidelines. Estas pautas son los principios rectores para programar webs accesibles. World Wide Web Consortium (W3C) es la principal organización de estándares de internet; se trata de directrices que especifican cómo hacer el contenido web más accesible, especialmente a personas con discapacidades.

Se busca así una comunicación inclusiva y efectiva tanto al interior de la empresa como de la misma hacia afuera. Para estudiar estos procesos analizamos cada uno de los principios de las Pautas y Principios WCAG y los comparamos con lo publicado en la web www.grupoagroenergia.com.ar. Nuestro abordaje, está focalizado tanto en cuestiones relacionadas con el lenguaje visual como el diseño de íconos, el uso de colores, gráficos, sonidos, tipografías y pictogramas. También se hace foco en la redacción, la estructura de los textos que se comunican, el empleo de las palabras, la gramática, el uso del femenino y masculino y la interactividad en aquellos casos en los cuales la plataforma requiere la respuesta de la persona usuaria.

En este punto se considera vital el uso de tecnología de asistencia que brindan los sistemas operativos de tipo Windows, también pueden ser configurados a través de los exploradores de internet o bien pueden tenerse en cuenta al momento del diseño y la configuración de las páginas de internet.

Antecedentes

Antecedentes de políticas inclusivas aplicadas en Empresas Nacionales

A lo largo de esta investigación indagamos acerca de políticas inclusivas que implementan compañías relacionadas con este sector productivo como YPF, Shell, Puma y Axion.

En el caso de la petrolera **YPF**, en el año 2019 comenzó un proceso de incorporación de valores inclusivos y de diversidad en su gestión; promoviendo la igualdad de oportunidades en su cadena de valor. Para ello se establecieron guías de trabajo que determinan el accionar de la empresa en este proceso. Los lineamientos que asume YPF son:

- * Política de Diversidad: Establece las expectativas, compromisos y requerimientos para una conducta inclusiva en YPF.
- * Política de lugar de trabajo respetuoso y libre de acoso: Se trata de mantener un lugar de trabajo cordial y seguro en el cual no existan situaciones de discriminación, maltrato, hostigamiento, conductas abusivas o cualquier forma de acoso. Por eso, como parte del nuevo Código de ética y conducta de YPF.
- * Charlas inspiradoras: Ciclo de charlas abiertas acerca de género, innovación, sesgos, diversidad e inclusión.
- * Interacciones: Encuentros con empresas y organizaciones para promover acciones a favor de la diversidad y la inclusión.
- * Perfil del líder: Se definió un nuevo perfil del líder que los impulsa a promover la diversidad, crear un ambiente de innovación e integrar la pluralidad de pensamientos y estilos para posicionarse como ejemplo a seguir.
- * Job Posting interno: Para garantizar la transparencia y la trazabilidad en el proceso de cobertura de posiciones se implementó el sistema de job posting interno que consiste en que cuando se da una vacante laboral dentro de la empresa, los mismos empleados puedan postularse.
- * Herramienta de reconocimiento interno: A través del valor Inspiración en la herramienta de reconocimiento interno se destacan a las personas que buscan la pluralidad y promueven la inclusión

y la diversidad.

* Reportes e informes: YPF sumó un capítulo dedicado a Diversidad e Inclusión en el Informe anual. (Surtidores, 2019).

Respecto a **Axion Energy** y analizando las políticas inclusivas en el plano laboral, en el año 2020 se realizó una campaña comunicacional orientada a estimular la inclusión de la empresa de manera conjunta con la Consultora Manpower.

Se registraron varias notas periodísticas en portales afines al rubro combustible donde previo al proceso de selección Axion aplicó encuestas anónimas en las estaciones de servicio y entre sus empleados para analizar la predisposición de las partes involucradas. Al parecer quedó en un estudio previo evaluativo porque no detectamos la implementación de acciones concretas dentro de la planta de personal de la compañía.

Posteriormente, en la primera mitad del año 2020 hubo una alianza con una organización social llamada RedACTIVOS y la fábrica de juguetes Rasti. En conjunto 3 organizaciones lanzaron una promoción coleccionable para el día del niño con dos grandes objetivos: premiar a los clientes que compren combustibles Axion o lubricantes Castrol y, por otro lado, colaborar con una ONG que brinda oportunidades laborales a personas con discapacidad. (Visión Sustentable, 2020).

En relación a la compañía **Puma Energy** y la implementación de políticas inclusivas, a través de diferentes canales constatamos que la empresa a nivel nacional no cuenta con acciones, planes o programas de trabajo en los cuáles se visualice la inclusión de personas con discapacidad. Puede verse que la compañía es nueva en nuestro país y durante la pandemia estuvo haciendo un trabajo importante en medidas relacionadas con el Covid como la donación de instrumental para médicos o de litros de combustibles para ambulancias y personal de salud.

Por último, investigamos los planes y políticas de trabajo que lleva adelante la compañía **Shell** frente a temas relacionados a la discapacidad e inclusión. Indagando en diferentes programas de la empresa pudimos conocer que, a nivel mundial, la compañía cuenta con un equipo de Diversidad e Inclusión (D&I) que promueve activamente la igualdad de oportunidades para empleados con discapacidad. Shell, ha creado la red enABLE, la cual es una red interna que ofrece ayuda a empleados con discapacidades. Originalmente nació en el Reino Unido en el año 2005 y actualmente se ha expandido y tiene sedes en Reino Unido, Países Bajos, Francia, Estados Unidos, Canadá y Brasil. (Shell, 2021).

Antecedentes de políticas inclusivas aplicadas en Empresas Locales

Existen en La Pampa pequeñas y medianas empresas que han iniciado acciones que involucran

sistemas de comunicación entre sus empleados y también con sus clientes. Estos sistemas, puestos en práctica a través de plataformas digitales han permitido la comunicación entre sus integrantes y con el público externo o clientes.

El **Centro de Diagnóstico por Imágenes Diagnosis**, ubicado en la ciudad de Santa Rosa cuenta con una marcada y definida organización en lo que respecta a la relación con su personal, personas usuarias y clientes. Esto se visualiza en la distribución del centro, sus espacios, señalética, vestimenta, dispositivos tecnológicos informativos, atención del personal, solicitud de turnos, entre otros. En cuanto a los canales de comunicación que establece con sus pacientes, posee una plataforma web de gestión de turnos donde los usuarios pueden registrarse accediendo a la solicitud de entrevistas médicas, las cuales pueden ser pospuestas, canceladas, y también ofrecen asesoramiento profesional, requerimientos e información necesaria y adicional para la realización de estudios médicos.

Convergen en la plataforma diferentes canales de comunicación como WhatsApp, correo electrónico y sistema de chat dentro de la página web, agilizando los procesos y evacuando de manera rápida y eficaz las consultas de las personas usuarias. Al interior de esta empresa, sus integrantes, a partir de un usuario y contraseña, encuentran diferentes tipos de información actualizada del Centro, como cambios en la gestión de turnos, horarios, días no laborales, acciones hacia la comunidad, descarga de recibos de sueldo, información impositiva, entre otras.

El Centro cuenta con Departamentos de Comunicación y de Recursos Humanos que ejecutan y monitorean eficazmente los procesos, verificando que cada uno de sus integrantes esté informado de lo que sucede en el interior de la empresa. Esto se complementa con el desarrollo de capacitaciones y talleres para fortalecer el vínculo del personal con la organización.

Otra de las firmas investigadas es **Pampetrol**; se trata de una Sociedad Anónima con Participación Estatal Mayoritaria (SAPEM). Cuenta con varias estaciones de servicio ubicadas en localidades de La Pampa como Toay, General Acha, Ataliva Roca y Casa de Piedra.

De acuerdo a la información recolectada y a la entrevista con la Gerencia verificamos que actualmente la empresa no cuenta con un sistema integral de comunicación inclusiva, estas cuestiones no forman parte de la política empresarial de la Sociedad. Tampoco existe en su planta de personal personas con discapacidad; solo se puede mencionar el caso de un integrante del directorio que posee una discapacidad visual pero que no forma parte de la rutina diaria de la empresa.

Pampagonia es otra firma local que se encuentra ubicada en Realicó, a 150 km de Santa Rosa, la capital provincial y hace 2 años administra una moderna estación de servicios.

Investigando sobre sus áreas de trabajo y el personal de planta, la gerencia aportó información indicando que no cuenta con un departamento de comunicación ni de recursos humanos, ambas áreas son gestionadas directamente desde la Gerencia con ayuda de asesores externos.

La empresa tampoco ha empleado a personas con discapacidad dentro de su planta de personal. En el año 2019 hubo un intento de trabajo conjunto con la Cámara de Expendedores de Combustibles de La Pampa para gestionar el ingreso de una persona, pero quedó en reuniones y gestiones iniciales que no se concretaron.

Por su parte, **Grupo Martínez** está ubicada en el norte de La Pampa cuenta con varias unidades de negocios: Lubricantes, Agrosoluciones, Transporte y Logística, Farmacia y Estaciones de Servicio. En este caso, detectamos dos experiencias de políticas inclusivas y de igualdad que está llevando adelante la firma de manera organizada y planificada. A través del área de Recursos Humanos se trabaja de manera conjunta con Joaquín Rodríguez Berro que forma parte de la atención al público en el shop de la sucursal situada en el radio céntrico de la localidad. El área acompaña su accionar diario prestando atención al cumplimiento de objetivos, productividad, fortalezas y debilidades.

Por otro lado, también la empresa cuenta con la primera mujer en el puesto de chofer del área de transporte y logística, su nombre es Natalia de Monte y forma parte de la empresa desde el mes de abril del año 2021, al mando del camión cisterna.

Hasta aquí el panorama de lo que sucede en la provincia de La Pampa con pocas o casi nulas experiencias inclusivas dentro de las empresas que se desarrollan en el rubro de lubricantes y combustibles. Esta situación permite conjeturar que no constituye un tema en agenda o a desarrollar formalmente a mediano – largo plazo. Tampoco se visualiza una política comunicacional que acompañe el proceso de cambio.

Antecedentes de páginas webs inclusivas

Investigando en la web y consultando con profesionales que se dedican a ramas relacionadas con el diseño y la programación accedimos a ejemplos de páginas webs que respetan y ejecutan los lineamientos primordiales que deben seguir las plataformas inclusivas.

Una de ellas es <https://dalatcomunidad.org/>; esta página es una comunidad de especialistas latinoamericanos en accesibilidad digital que a través de su página comparten conocimientos y actualizaciones relacionadas con la inclusión digital y cómo hacer plataformas más amigables.

Una de sus fundadoras, llamada Susana Pallero, especialista en soluciones de accesibilidad y Co Fundadora de DALAT Comunidad, indicó que para tener una página web accesible hay algunas

cuestiones básicas a tener en cuenta y respetar:

- * Funcionalidad del lector de pantalla: que relata de manera oral todo lo que aparece en pantalla. Se anuncia todo el contenido al igual que los cambios del contexto visual, los despliegues de menú y el significado de las imágenes.
- * La página debe poder navegar íntegramente a través del teclado sin la utilización del mouse.
- * No debe perderse la funcionalidad ni el contenido al hacer zoom al 200% y al 400% con el navegador.
- * Los contenidos multimedia deben tener subtítulos que expliquen de qué tratan cada uno de ellos.
- * Todos los colores del producto deben tener suficiente contraste (4.5 a 1).

El objetivo de esta comunidad llamada DALAT es promover la accesibilidad en entornos digitales, potenciando el desarrollo de personas y comunidades de Latinoamérica. A través de esta página se generan espacios de intercambio y participación construyendo información que es compartida a través de la web. También se dictan clases y talleres para crear productos digitales accesibles.

Al ser realizada por especialistas en estas temáticas, la web sigue y respeta los lineamientos sugeridos en cuanto al uso del color, lenguaje, video, audios, imágenes, entre otras. La página posee una estructura simple donde a partir de su encabezado se puede acceder al blog con información actualizada sobre inclusión digital. También permite tener conocimiento de toda la comunidad Dalat, link de contacto y la posibilidad de unirse a través de un formulario de registro con usuario y contraseña.

Básicamente el contenido de la web está compuesto por novedades y actualizaciones sobre estudios de inclusión digital. Se utilizan sólo dos colores que contrastan entre sí, el naranja y el azul. No hay fotografías en la página, sólo dibujos e íconos. Cada artículo que se publica es acompañado por la especificación del tiempo de lectura que demandará leerlo, la tipografía es de un tamaño legible y la información incluida establece guías sobre accesibilidad, textos alternativos, títulos, encabezados y certificaciones en temáticas especializadas.

You Tube es otra de las plataformas que también ha sido diseñada de manera amigable e inclusiva destacando la experiencia del usuario, con una interfaz amigable intuitiva. Una de sus funciones más importantes en el aspecto visual es la posibilidad de poder configurar la opción de subtítular los videos.

Instagram también ha incluido recientemente en sus funcionalidades la posibilidad de subtítular los

videos. Agregarlos permite que las personas sordas o con alguna discapacidad auditiva tengan la posibilidad de entender el mensaje del video.

Consultando también a especialistas accedimos a una web llamada **Scope** <https://www.scope.org.uk/>
Se trata de una organización benéfica de igualdad y discapacidad ubicada en Inglaterra. Lo novedoso de esta web es que la persona usuaria tiene la posibilidad de adaptar la plataforma a sus necesidades, configurando opciones de color, tamaño, sonidos, formatos, entre otras funcionalidades. A partir de la pestaña “Accesibilidad” se puede ingresar a las instrucciones acerca del modo de adaptar la experiencia de visita.

El sitio es también compatible con los softwares de lecturas de pantalla, utiliza frases cortas, fuentes claras y grandes para lograr una legibilidad máxima. Periódicamente realiza actualizaciones y mejoras.

Lineamientos Metodológicos



Para realizar nuestra propuesta comunicación digital, nos propusimos los siguientes objetivos:

Objetivo General

- Planificar un sistema de comunicación institucional interna digital con perspectiva inclusiva.

Objetivos Específicos

- Investigar los procesos de interacción que se dan entre los públicos internos del Grupo Agroenergía.
- Proponer una acción comunicacional que dinamice la gestión interna del Grupo Agroenergía.
- Generar contenidos digitales y acciones internas inclusivas.

En primer lugar, realizamos un abordaje organizacional para interiorizarnos acerca del modo en que se desarrolla la comunicación interna del Grupo Agroenergía.

El rastreo y la recolección de datos estuvo centrado en el análisis de datos y contenido, por ello estudiamos en detalle la plataforma actual. También accedimos a documentación aportada por la empresa: Balances anuales donde figuran la visión, misión, valores y objetivos de la empresa a lo largo de los años, Manual de Uso de Marca y Manual de Funciones.

En el caso del sitio web, se analizó pormenorizadamente cada una de sus secciones, links de ingreso y contenido publicado. Además, se prestó atención a cuestiones relacionadas con el diseño, el uso de la tipografía, color, estructura, fotografías y videos.

Para llevar adelante esta tarea se estudió la página web verificando las reglas WCAG que constituyen un conjunto de directrices que especifican cómo hacer el contenido web más accesible, especialmente a personas con discapacidad.

Respecto a los documentos digitales, además de la página web se analizaron las redes sociales de la empresa Instagram, Facebook y Tik Tok, el funcionamiento del correo electrónico y del Sistema Operativo – Administrativo llamado AICON. Aspectos que se explican y especifican más adelante en este informe.

Acción similar también se implementó en el análisis de aplicaciones que actualmente existen en el

mercado para la administración de personal y/o recursos humanos. En este punto se analizaron 3 programas llamados TULEGAJO.COM, Uaaloo e Integra ITC. Se estudiaron sus utilidades, funciones, ventajas y desventajas, se detalló cada una de sus implicancias y para facilitar el análisis se elaboró un cuadro comparativo. Esta técnica contempla el análisis y la reflexión de los datos recolectados; conlleva dos acciones que pueden darse de manera simultánea, por un lado, la recolección de información y por otro el análisis de la misma permite ir reflexionando sobre los datos que se van incorporando. Según la Lic. Dafne García Lucero, el análisis de contenido “es una técnica de investigación que consiste en el estudio de la realidad social a través de la observación y del análisis de los documentos que se crean o producen en el seno de una o varias sociedades” (p.72). En su publicación la autora cita en este punto también a López Aranguren quien afirma que “lo que caracteriza a esta técnica y que a su vez la distingue de otras que se utilizan en la investigación es que combina la observación y el análisis documental” (López Aranguren en García Lucero, p.72, 2002).

A lo largo del desarrollo de este trabajo también realizamos entrevistas semiestructuradas a la gerencia y a los y las integrantes de recursos humanos y comunicación. También efectuamos entrevistas a la encargada de una de las sucursales y a Nicolás Ohaco, el actual integrante con discapacidad de la firma. Por su parte, mediante la elaboración de un cuestionario de base indagamos sobre el modo en que la empresa está trabajando actualmente las políticas inclusivas; también consultamos sobre cuestiones de trabajo diario y particularmente sobre la forma actual de comunicación que tiene el staff con los altos mandos. Con la finalidad de obtener variedad de respuestas y miradas, se pretendió alcanzar diversos puestos dentro del organigrama de la empresa, es por eso que se entrevistó a personal de playa, encargados, responsables de recursos humanos y de la gerencia administrativa.

Las preguntas que componen la entrevista no son homogéneas y por lo general son abiertas, suponen una interacción social y son un diálogo con otra persona. En este punto la Lic. Isabel Ortuzar teoriza respecto a esta herramienta: “la entrevista es una técnica cualitativa útil para profundizar algunos aspectos tales como creencias, sentimientos, motivaciones, valores y posibles modos de actuar” (p.33). En el caso de este trabajo final se emplearon entrevistas semi estructuradas; son aquellas que se realizan de acuerdo a una guía de preguntas abiertas que dan lugar a la libre expresión de quienes entrevistamos. El guion o guía de preguntas sirve de orientación de todos los temas que requieren investigación, la información que allí se aporta es necesaria para el desarrollo del estudio en curso.

Las autoras citadas destacan que entre las posibilidades y ventajas de la entrevista se destacan:

riqueza informativa, es personalizada, interacción directa, flexible y espontánea, y accesibilidad a información difícil de observar. Entre las limitaciones se encuentra el factor tiempo, la falta de observación directa y potenciales problema de fiabilidad y validez dados por sesgos de la investigadora o investigador. (García Lucero 2002).

En el caso del abordaje aplicado a Agroenergía, entrevistamos la Gerenta Administrativa. Su nombre es Natalia Tomasello y actualmente organiza a todo el personal de las diferentes áreas de la empresa. Ella también es quien decide nuevas incorporaciones, cobertura de posiciones laborales, contratación de personal especializado y softwares de gestión, entre otras decisiones relacionadas principalmente con el sector operativo de la empresa. Por otra parte, también se entrevistó a la responsable de Recursos Humanos de la Empresa llamada Dévora Phul. Este departamento se creó hace 4 años, en consonancia con el crecimiento de la firma. Trabaja de manera conjunta y coordinada con la gerencia administrativa. Bajo su órbita se encuentra ordenar y monitorear a todo el personal, determinar puestos de trabajo, establecer roles y funciones, analizar la incorporación de nuevo personal, organizar turnos, reubicar posiciones laborales, entre otras funciones.

También se efectuó una entrevista a Nicolás Ohaco, persona con discapacidad mental que presta funciones en el sector Playa de la Sucursal Puma de Grupo Agroenergía y a la encargada de este lugar y jefa directa de Nicolás, llamada Jessica Etcheverry.

Todas las entrevistas fueron coordinadas vía telefónicamente donde se concertó una reunión que se realizó en el mes mayo del año 2022 en las oficinas administrativas de la empresa ubicadas en el centro de la ciudad. También se realizaron entrevistas en el mes de abril de 2023 en la sucursal Puma.

Sus aportes y comentarios han sido agregados oportunamente en diversos capítulos de este trabajo final. Incluso se han incorporado citas textuales y observaciones que derivan de las entrevistas. Podemos destacar que las cuatro personas entrevistadas concuerdan que hoy en día las comunicaciones dentro de la empresa se dan de manera habitual a través de Whats App, tanto de manera particular, pero sobre todo a través de diversos grupos que se crean en esta red social. No existe otra plataforma que utilice el staff de la firma donde envíen y reciban comunicados como un espacio centralizado para todas las comunicaciones de la empresa.

Ante el requerimiento reiterado del personal de la firma nos planteamos la necesidad de abordar la plataforma actual, analizarla y proponer una alternativa útil a los fines comunicacionales de los integrantes de la firma, considerando lineamientos inclusivos que permitan la utilización de todos sus integrantes.

A continuación, exponemos la guía de preguntas y temas de base utilizados para el seguimiento de las entrevistas. Posteriormente a estas reuniones también hubo contactos telefónicos para evacuar dudas que surgieron al momento de desgrabar las mismas.

Guía de preguntas realizadas a la Gerencia

- ¿Cómo está organizada hoy la empresa? ¿Cuenta con departamentos, áreas o direcciones? ¿Cuánto personal posee?
- ¿Existe un área específica relacionada con la comunicación de la firma? ¿Cómo funciona?
- Grupo Agroenergía ¿Cuenta con página web actualizada? ¿Qué funciones tiene?
- ¿Qué programa de gestión, administración y comunicación interna utiliza la Empresa en la actualidad? ¿Es funcional?
- ¿Cómo se comunican diariamente entre todos los integrantes? ¿Cómo se informan sobre reuniones de personal y acciones de la empresa?
- ¿Funciona el grupo de WhatsApp para comunicarse con el personal? ¿Es práctico en el día a día?
- ¿Existe alguna modalidad especial de comunicación?

Guía de preguntas realizadas al área de Recursos Humanos

- ¿Cuáles son las funciones y responsabilidades del área de recursos humanos?
- ¿Cuándo y por qué se creó esta área?
- ¿Existe actualmente en la empresa alguna persona con discapacidad? ¿De ser así que funciones cumple?
- ¿Continúa trabajando aún en la empresa y cómo ha sido su modalidad de contratación?
- ¿Cómo es el día a día de Nicolás en la Empresa? ¿Qué funciones cumple?
- ¿Cómo es trabajar con el resto de sus compañeros y compañeras?
- ¿A partir de esta experiencia la empresa ha evaluado sumar nuevas personas con discapacidad a puestos laborales?

Guía de preguntas realizadas a la encargada de la sucursal

- ¿Cuántos empleados cuenta esta sucursal?
- ¿Cuánto hace que estás a cargo de este grupo?
- ¿Cómo es el trabajo de Nicolás? ¿Y cómo es su relación con el resto del grupo?
- ¿Requiere algún trato especial? ¿Hay alguna política inclusiva especial propuesta por la empresa?
- ¿Cómo se comunican con el personal y entre superiores?
- ¿Qué información se envían a través de los grupos de WhatsApp?

Guía de preguntas realizadas a persona con discapacidad

- ¿Cuánto hace que arrancaste a trabajar acá?
- Antes de Agroenergía, ¿trabajaste en algún otro lugar?
- ¿Qué tareas haces en la Playa?
- ¿Quién te enseñó a usar estos programas?
- ¿Participas de encuentros o capacitaciones que brinda la empresa al personal?
- ¿Cómo se comunican entre los compañeros y con la encargada?
- ¿Participas de algún grupo con el resto de las estaciones?
- ¿Recibís algún apoyo o acompañamiento de la Cámara de Expendedores de Combustibles, Lubricantes y Afines o de la Dirección de Discapacidad?
- ¿Crees que hay algo que se pueda mejorar en la Empresa?

Marco Referencial



Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible han sido configurados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en su Agenda 2030. En esta agenda se plantean 17 objetivos con 169 metas de carácter integrador e indivisible que abarcan la esfera económica, social y ambiental. Constituyen una visión de futuro universal y profundamente transformadora y prestan atención a múltiples cuestiones transversales, como la equidad de género, la educación, la cultura y la inclusión.

Algunos de los lineamientos generales de estos objetivos fueron y son tomados de base y como guía para la organización y/o el funcionamiento de organismos públicos y privados. Constituyen un importante aporte al desarrollo de las sociedades; es por ello que consideramos oportuno analizarlos y determinar cuáles son inherentes a esta investigación.

Uno de esos Objetivos de Desarrollo Sostenible, el número 10 para ser más precisos establece: reducir la desigualdad en y entre los países. En este punto toma a la discapacidad como uno de los temas que generan diferencias o exclusiones en los estamentos de la sociedad a nivel mundial.

Las desigualdades también están aumentando para las poblaciones vulnerables en países con sistemas sanitarios más deficientes y en aquellos que se enfrentan a crisis humanitarias existentes. “Los refugiados y los migrantes, así como los pueblos indígenas, las y los ancianos, las personas con discapacidad y las y los niños se encuentran especialmente en riesgo de ser excluidos” (Organización de las Naciones Unidas, 2020)

Que la discapacidad forme parte de los objetivos establecidos por la ONU en el 2030 permitió reflexionar sobre la manera de abordar esta temática en el ámbito local, en este caso en una organización privada como Grupo Agroenergía.

Ha sido oportuno reflexionar sobre estos objetivos y analizar la manera de trabajarlos e incluirlos en todas las áreas de la empresa, fundamentalmente en las relacionadas con la comunicación y los recursos humanos.

Además de los objetivos, en la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible se incorporan 7 metas que hacen mención explícita a las personas con discapacidad y la inclusión social. De este modo, el objetivo 8 denominado Trabajo Decente y Desarrollo Económico establece en una de sus metas:

De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con

discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor (Organización de las Naciones Unidas, 2020).

El objetivo 10 llamado Reducción de las Desigualdades postula en sus metas: “De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición”. Otro objetivo, cuyas metas refieren a la discapacidad es el número 11 llamado Ciudades y Comunidades Sostenibles que lo contempla en dos de sus fines:

De aquí a 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación de vulnerabilidad, las mujeres, las y los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad. (Organización de las Naciones Unidas, 2020).

Otra meta de este objetivo establece: “De aquí a 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad”. (Organización de Naciones Unidas, 2020).

Finalmente, el objetivo 17 denominado Alianzas para lograr los objetivos postula entre sus metas:

De aquí a 2030, mejorar el apoyo a la creación de capacidad prestado a los países en desarrollo, incluidos los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo para aumentar significativamente la disponibilidad de datos oportunos, fiables y de gran calidad desglosados por ingresos, sexo, edad, raza, origen étnico, estatus migratorio, discapacidad, ubicación geográfica y otras características pertinentes en los contextos nacionales. (Organización de las Naciones Unidas, 2020).

Grupo Agroenergía

Tal como adelantamos, Grupo Agroenergía es una empresa dedicada a la compra, distribución y venta de combustibles y lubricantes, ubicada en la provincia de La Pampa. Fue conformada en el año 2005 con el principal objetivo de lograr una inserción en el mercado regional en la venta mayorista y minorista de combustibles, lubricantes, gas natural comprimido y productos similares.

La firma cuenta con siete estaciones de servicio, tres ubicadas en la ciudad de Santa Rosa, capital de la provincia de La Pampa, una en la localidad de Colonia Barón, en el acceso a Catrillo, en Trenel y en Calefú.

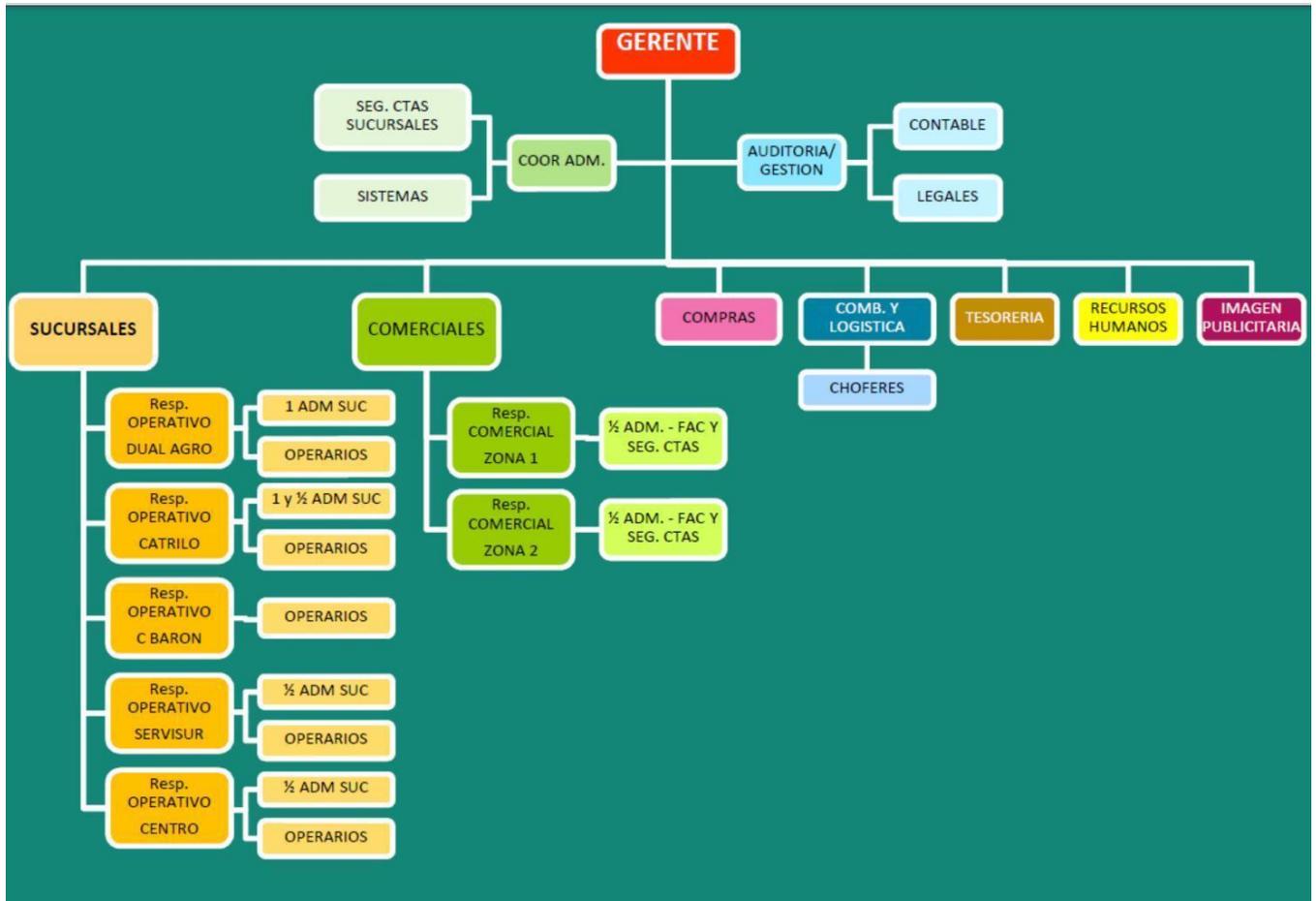
Se suman continuamente nuevos proyectos afines al rubro como el canje de cereales, compras y ventas online de productos, sistemas de fidelización de clientes, campañas de publicidad, sorteos, acciones de responsabilidad social empresarial en la comunidad; entre otros puntos que la ubican como una empresa en constante movimiento y expansión.

La firma creada hace 18 años, en sus inicios estaba compuesta por 8 personas, quienes formaban parte del mismo espacio físico y sus interacciones diarias se daban cara a cara. Actualmente posee ochenta y dos empleados y empleadas: gerentes, encargados y encargadas de sucursal, transportistas, administrativos/as, personal de playa y shops. Además, se han contratado asesorías profesionales externas que complementan el trabajo diario de la firma, las cuales se desempeñan en áreas de diseño gráfico, comunicación, marketing, abogacía, recursos humanos y administración.

El personal se encuentra en diferentes espacios de trabajo ubicados en la capital provincial y en localidades como Catrillo, Trenel, Calefú y Colonia Barón, con turnos rotativos y diversos niveles de responsabilidad; interactúan periódicamente a través de variados canales comunicación.

La firma cuenta con sistemas de correo electrónico, de organización administrativa Grupo Aicon, página WEB, redes sociales (Instagram y Facebook) y WhatsApp Business.

Para ordenar las funciones y puestos de trabajo Agroenergía diseñó un organigrama de funcionamiento. Hubo una primera experiencia en el año 2021 donde con el apoyo y asesoramiento de profesionales en el tema se diseñó un boceto de organigrama con cada uno de los puestos.



* Organigrama de Funcionamiento (2018). Fuente: Manual de Funciones Grupo Agroenergía

Luego, en el año 2022, y con la profundización de la organización y profesionalización de la empresa Agroenergía avanzó en el siguiente esquema más completo con la inclusión de puestos de trabajo y la identificación de personas responsables de cada actividad.

Desde la organización se manifestó que este organigrama constituye un esquema que se encuentra en constante movimiento debido a que se producen cambios, reasignaciones y evaluaciones de nuevos puestos laborales. Incluso suelen sumarse nuevas sucursales que demandan modificar las formas de trabajo y los roles del personal, así como la incorporación de nuevos puestos.

A lo largo de toda la investigación se realizaron 4 entrevistas a personas que ocupan distintos puestos dentro de la empresa. Se entrevistó a la Gerenta Administrativa, a la responsable de Recursos Humanos, a la Encargada de una de las sucursales Puma Energy y a Nicolás Ohaco la única persona con discapacidad que allí trabaja.

Nicolas Ohaco ingresó en el año 2019 a través de un convenio con la Cámara de Expendedores de Combustibles de La Pampa. Posee un retraso mental leve y luego de varias entrevistas con el área de Recursos Humanos, integrantes de la CECLA y del área de Discapacidad de la Provincia comenzó a trabajar en Grupo Agroenergía.

Entre los datos relevados en las entrevistas, se dialogó sobre las funciones, tareas, responsabilidades, roles y formas de comunicación. Todas las personas entrevistadas coincidieron que actualmente las acciones y el día a día de la empresa se comunica a través de WhatsApp, específicamente a través de grupos donde se informan diversos temas de la firma. Participan incluso de numerosos espacios conformados por sus compañeros, jefes, del área de sistemas, de información general, de metas y objetivos, etc.

En relación a la comunicación a través de WhatsApp la Gerenta Administrativa de la firma manifestó en este punto que se confunden muchas veces los ámbitos personales con los laborales y hay informaciones que se pierden, así como debates que se dan fuera del horario laboral.

Además, acordaron que es tal el flujo de información que circula a través de esta red que resulta inevitable que se pierdan y olviden mensajes. Incluso en algunos casos se han creado grupos cerrados donde sólo se envían informaciones imposibilitando la interacción.

De las entrevistas surge también que el correo electrónico se usa para cuestiones concretas y envío de archivos adjuntos. El personal administrativo también lo utiliza y en el sector de playa existe solo un correo electrónico por sucursal de uso general para todo el sector de operarios; de modo que llegan mensajes electrónicos los cuales son leídos aleatoriamente por el personal de turno sin que el resto de los integrantes de la firma tome conocimiento. No existen cuentas de correos de uso privado e individual en el personal de playa.

Según datos aportados por la Gerencia Administrativa existe también un programa llamado ICON donde al ingresar una nueva persona a la empresa se le otorga un usuario y contraseña, de acuerdo a sus funciones y/o responsabilidades tiene acceso a diferentes pestañas. *“Este programa es puramente administrativo y de gestión no se realizan comunicaciones internas”* (Tomasello), explicó la Gerenta Administrativa.

Por otra parte, en el transcurso de las entrevistas, se visualiza que el personal acordó que la

incorporación de Nicolas ha sido valiosa en la empresa generando nuevos vínculos y empatía con el resto del staff de trabajo.

La responsable de Recursos Humanos indicó que todo el staff destaca el aporte y el entusiasmo que genera contar con una persona como Nicolás en el equipo. *“Siempre desarrolla nuevos vínculos y fortalece el equipo de trabajo. Aporta valores y suma cualidades y desafíos al grupo laboral”*, manifestó la responsable de RRHH. En el caso de Nicolás, él actualmente no cuenta con correo electrónico de uso particular.

En cuanto a la misión visión y valores de la empresa, los mismos se encuentran en el Manual de funcionamiento de la Empresa y se comunican también en la página web de la Empresa ([Nosotros – Grupo Agroenergía](#)). Estos datos fueron recabados a través del análisis de contenido de documentación de la Empresa.

La Misión, Visión y Valores de la Empresa son los siguientes:

Misión

- Proveer a nuestros clientes un servicio con los más altos estándares de calidad, acompañando con mejoras continuas en procesos, tecnología e inversiones.
- Capacitar constantemente a todo el personal de la firma para brindar una respuesta a cada requerimiento en los distintos sectores de la empresa.
- Trabajar a diario pensando en el cliente y potenciando las capacidades de nuestro recurso humano, nuestro verdadero capital.

Visión

- Promover siempre el crecimiento, la innovación tecnológica y el desarrollo de nuestro equipo de trabajo, liderando la comercialización de combustibles y lubricantes e incorporando nuevas energías.

Valores

- Colocar al cliente en el centro de todo lo que hacemos.
- Comportarnos con las más altas normas éticas.
- Ser valorados por nuestra responsabilidad social.
- Buscar la excelencia en todo lo que hacemos.
- Contratar, desarrollar y retener a la mejor gente.

- Valorar la responsabilidad y el sentido común aplicado por los empleados en el momento de presentar soluciones diversas.
- Promover la innovación y la toma de riesgos.
- Tratarlos unos a otros con respeto y dignidad.
- Cumplir nuestras promesas.
- Administrar responsablemente los activos de la empresa

Con el transcurso de los años y el crecimiento en personal y en sucursales desde Agroenergía, se tomó la decisión de invertir en asesoramiento de profesionales externos y en programas de capacitación que organicen el trabajo diario. De esta manera, a partir del año 2015 se implementó un nuevo sistema de gestión administrativa llamado ICON que permite coordinar todos y cada uno de los procesos y actividades de la compañía brindando el soporte necesario para el análisis de la información y la toma de decisiones estratégicas.

Entre sus características se encuentra la posibilidad de poder hacer un control on line de las cajas, administrar el circuito de compras, configurar los precios, las retenciones, impuestos, diseñar reportes, definir comprobantes y demás utilidades relacionadas con el circuito administrativo.

Software de organización administrativo interno de Agroenergía

La empresa Agroenergía utiliza actualmente el software AICON el cual gestiona, planifica y organiza a todas las estaciones de servicio de la firma.

El sistema de administración de estaciones de servicio Aicon EESS® permite una amplia gestión administrativa y control de cada unidad de negocio. Además, contempla la comunicación con controladores de surtidores líquidos y de GNC.

Este tipo de sistema de gestión ha sido desarrollado de manera exclusiva para Estaciones de Servicios y Distribuidores Mayoristas de Combustible.

Entre sus funciones y pestañas se destacan:

- Gestión de Ventas
- Gestión de Compras
- Gestión de Cuentas Corrientes centralizadas
- Gestión de Inventario
- Gestión de RRHH

- Gestión de Bancos
- Gestión Financiera y Contable
- Control de Tesorería y Puntos de Venta
- Gestión y Control de Cuentas bancarias
- Integración con aplicativos AFIP
- Gestión Mayorista
- Gestión de Logística y Distribución



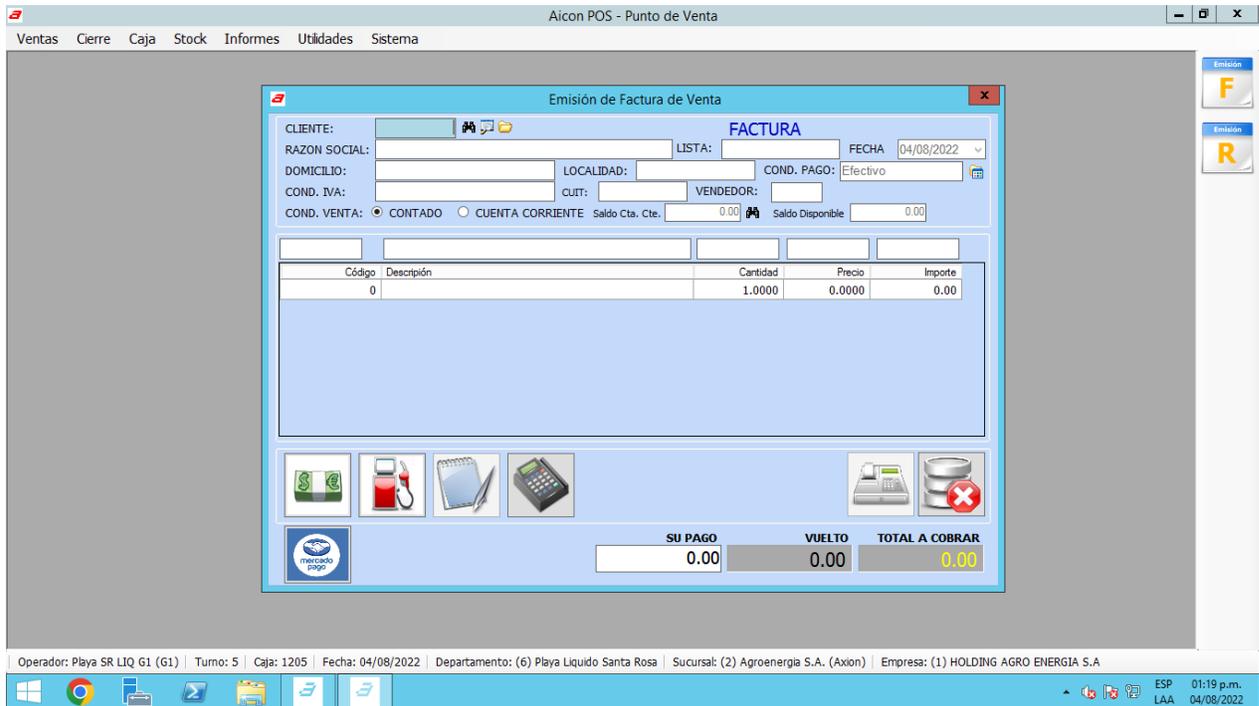
** Captura de Pantalla de Inicio AICON (2022). Fuente: Programa Aicon*

En la página web de la plataforma <https://grupoaicon.com.ar/aicon-eess/> se especifican también las razones por las cuales es provechoso implementar esta plataforma:

- Aumento de la productividad a partir de la automatización de los procesos y la integración total de su negocio. La total integración entre los distintos módulos permite que usted ingrese los datos de una transacción solo una vez. Evitando así una doble carga de datos y efectuando un uso más eficiente de los recursos de su empresa.
- Optimización de la comunicación entre las distintas áreas: La sistematización de los circuitos internos bajo una plataforma integrada permite un mayor conocimiento de lo que está sucediendo en su

empresa.

- Mejor relación costo / beneficio: Disminuye los costos en horas hombre y en procesos, automatiza tareas repetitivas.
- Alta seguridad de la información: protege rigurosamente el patrimonio informativo de su empresa, mediante el manejo de datos encriptados y efectuando auditoría total de las transacciones.



* Captura de Pantalla Módulo Punto de Venta AICON (2022). Fuente: Programa Aicon

- Mayor eficacia en la integración de los procesos.
- Capacidad de anticipación y adaptación al cambio.
- Seguridad y Robustez: La estructura cliente/servidor de Aicon EESS le brinda total seguridad. Ya que los datos son accedidos en forma directa sólo por el servidor. Toda transacción que debido a una falla de hardware no se complete será automáticamente revertida preservando la confiabilidad de su información.
- Integración total de los datos.
- Facilidad de Uso: La interfaz amigable del sistema y el orden lógico en el que se encuentran los menús favorecen el uso intuitivo del software.
- Integración con otros periféricos: La integración con distintos periféricos, tales como lector de códigos de barra, lector de cheques, lectora de tarjetas y controladores fiscales, sumado a una interfaz totalmente amigable le permiten realizar los procesos de forma rápida y sencilla.

Por otra parte, y en consonancia con el crecimiento de la empresa en el año 2014 Agroenergía contrató una consultoría externa que se ocupó de diseñar y estructurar un manual operativo donde quedaron establecidas las responsabilidades, deberes y alcances de cada uno de los puestos de trabajo.

Por su parte, en el inicio del año 2020 la empresa modificó su isologo y creó un manual de marca. Ambos elementos están registrados en el INPI Instituto Nacional de Propiedad Intelectual. El manual fue realizado por profesionales de diseño gráfico que actualizaron el logotipo e isotipo y dirigieron la manera de implementarlo y darlo a conocer tanto en el interior de la empresa, como hacia la comunidad.

Estas acciones se han desarrollado impulsadas por un lado desde la gerencia de la firma, y por otro lado, en respuesta a sugerencias del personal que ante diferentes situaciones han propuesto que se avance en la instauración de nuevas formas de trabajo y organización.

En diálogo con la Gerenta Administrativa informó que el año pasado desde la empresa se hicieron relevamientos de manera conjunta con el área de Recursos Humanos sobre aplicaciones o programas que puedan utilizarse para gestionar la comunicación dentro de la empresa.

Se contactaron con firmas que se dedican especialmente a eso, pero en cada opción encontraron falencias, ventajas, pero también desventajas que impidieron contratar el servicio. Reconocen que es un tema pendiente, un objetivo no alcanzado.

Por su parte, en este punto, Nicolás Ohaco, manifestó que hoy la comunicación con él es a partir de WhatsApp y que no tiene acceso a ningún programa o correo electrónico, las informaciones le son transmitidas “cara a cara” o por esta red social.

“Sería importante para mí estar más comunicado con todos, con el resto de la empresa. Yo se usar redes sociales, el teléfono, subir fotos, mandar archivos por eso creo que debería haber una forma de poder ser parte y aprender de estos programas. Los conocimientos básicos los tengo y estoy en condiciones de seguir aprendiendo, siempre y cuando me enseñen y capaciten” (Ohaco), dijo.

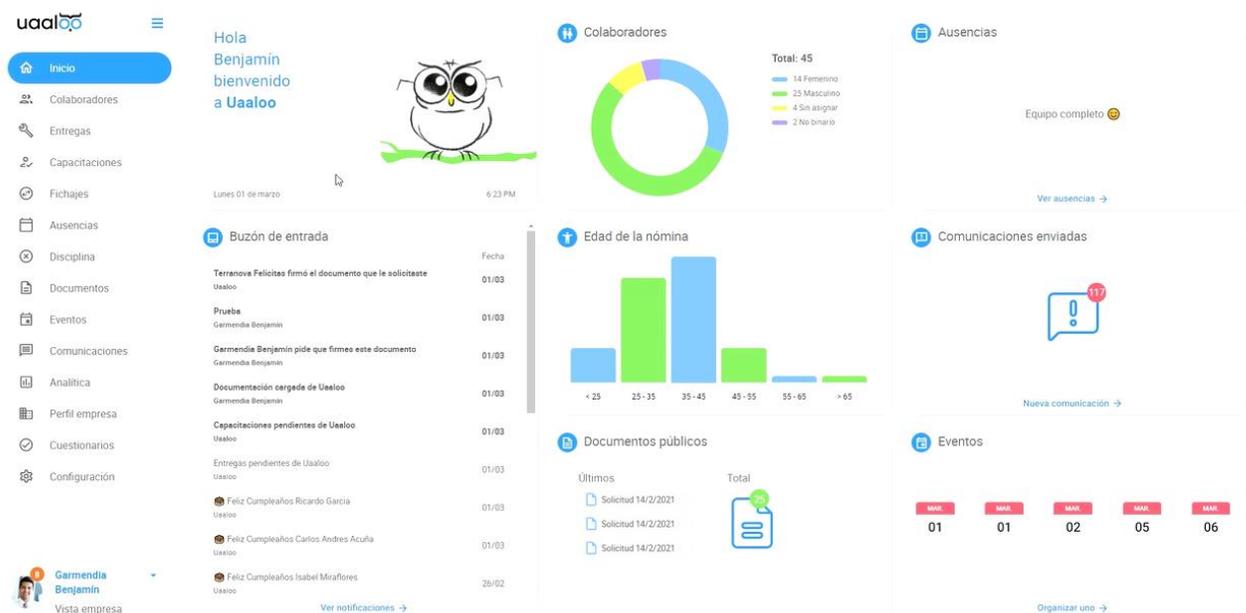
Apps específicas en Gestión de Comunicación Interna y Recursos Humanos

De acuerdo a las entrevistas desarrolladas a la Gerencia y al área de RRHH se recabó información sobre aplicaciones existentes en el mercado de gestión de comunicación interna y recursos humanos. Estas aplicaciones fueron analizadas oportunamente por directivos de la empresa.

Las entrevistadas brindaron información sobre 3 aplicaciones, se trata de UAALOO, INTEGRA.ITC y TU LEGAJO.COM. A continuación, se realiza una descripción de cada una de ellas junto con sus ventajas y desventajas; así como apreciaciones sobre las mismas. Al finalizar se incluye un cuadro comparativo.

UAALOO: Esta plataforma se autodefine como socia estratégica para la gestión de recursos humanos. Automatiza tareas y procesos repetitivos para reducir el trabajo y puede ser utilizada por responsables de rrhh, jefes, gerentes, así como empleados. Posee una versión de escritorio y también puede descargarse como app en teléfonos celulares con IOS o Android.

Contiene un perfil empresa (para áreas de rrhh) y un perfil colaborador (para empleados).

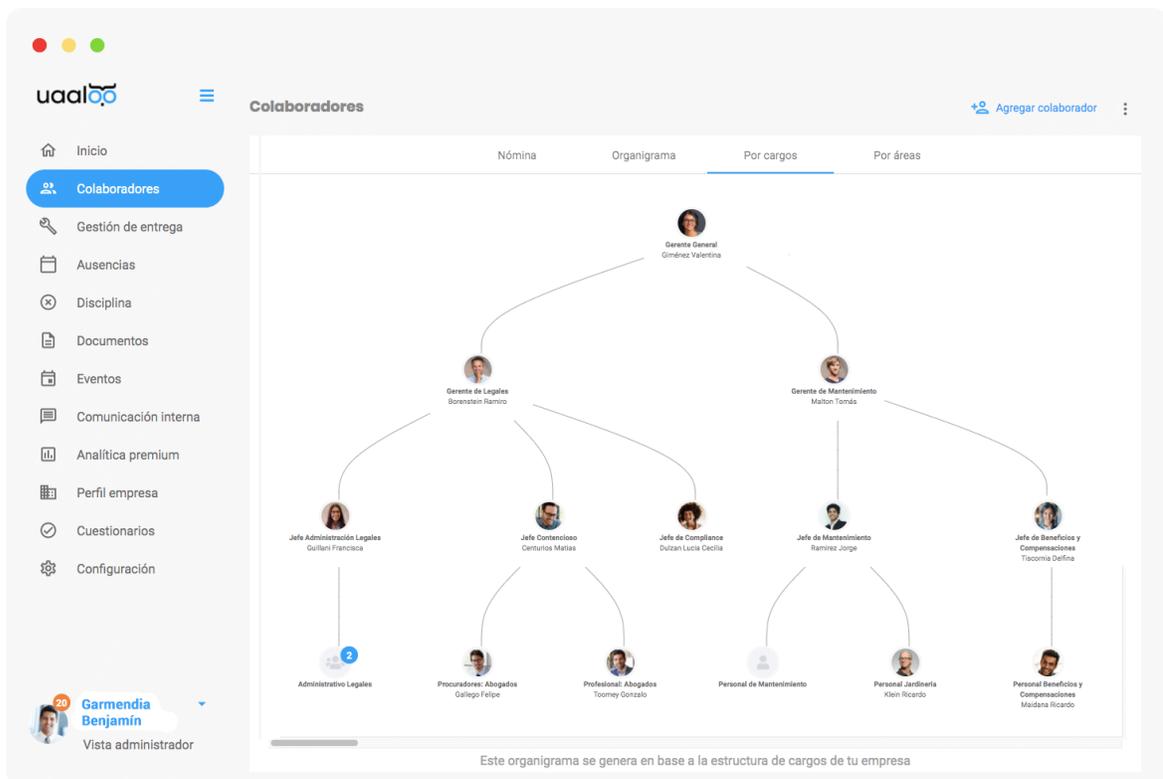


* Captura de pantalla de inicio de Uaaloo

Algunas de las funcionalidades destacadas son:

- **Organigramas** con tres vistas principales: divididos por jerarquías, cargos y áreas.
- **Gestión de Legajos**, con toda la información personal del colaborador.
- **Gestión de Entregas** (EPP, uniforme y herramientas de trabajo. Asignaciones automatizadas y control de vencimientos)
- **Gestión de Capacitaciones** (Asignaciones automatizadas, control de vencimientos);
- **Gestión de Ausencias** (Licencias y vacaciones);
- **Gestión documental** (Públicos y Privados)

- **Firma electrónica** para recibos de haberes, constancias de entregas (EPP) y múltiples documentos más con distribución masiva con un solo click.
- **Módulo de Compliance** (Gestión de Antecedentes. Código de Conducta).
- **Canal de comunicaciones interna:** con segmentación de envío de mensajes, con registro de lectura y comprensión. Eventos.
- **Eventos Automatizados:** Notificación automática de cumpleaños, aniversarios laborales y cualquier evento en particular de la empresa.
- **Gestión de Calendarios.**
- **Cuestionarios** | Pulso | Covid-19.
- **Automatización de indicadores y estadísticas en tiempo real.**
- **Gestión del Tiempo** por código QR y por geolocalización.
- **Mapea multiconvenios colectivos de trabajo,** leyes laborales y cualquier política laboral específica que tenga la organización.
- **Cálculos automáticos** de vacaciones por convenio | Cuenta corriente de días acumulados.



* Captura de pantalla del organigrama de Uaaloo

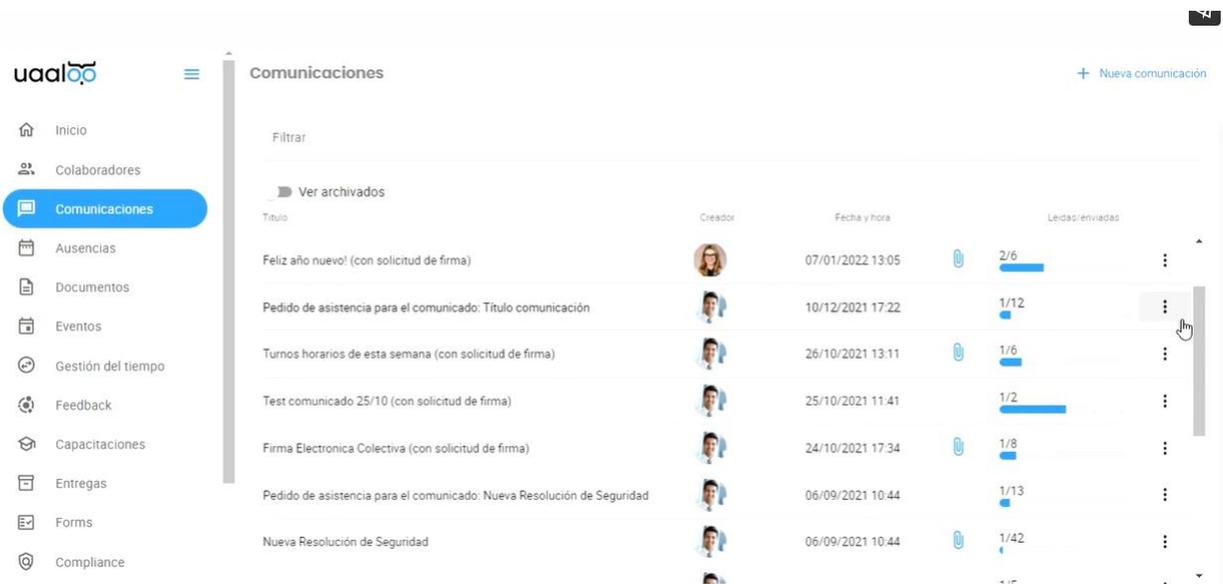
Descripción de UAALOO

La interfaz es amigable, desde la pantalla de inicio y por recuadros se ubican todos los módulos de acceso a la plataforma que se detallaron con anterioridad. Se utilizan colores adecuados a los criterios inclusivos pero tal vez sería necesaria la incorporación de alguna imagen o video que haga más interactiva la plataforma.

Es destacable el módulo llamado comunicaciones donde se centralizan todos los mensajes, eventos, novedades, capacitaciones e informaciones que hacen a la empresa. Funciona de manera similar a un correo electrónico, con la posibilidad de adjuntar archivos.

Lo novedoso de este módulo es que se puede solicitar la respuesta automática al momento de recibir la información y se puede generar un chat interno entre el colaborador y el responsable de RRHH. El mismo puede ser privado o público de modo que si surgen inquietudes de algún integrante de la empresa, y se requiere visibilizar y extender su respuesta a todo el personal se puede programar una respuesta general.

La aplicación permite ver también qué colaboradores abrieron el mensaje o no y quienes lo leyeron. Esta función resulta muy importante ya que permite saber con exactitud quienes fueron notificados y quienes no.



* Captura de pantalla Módulo Comunicaciones de Uaaloo

Lo positivo de esta plataforma es que puede ser adquirida por la empresa a partir del pago de una licencia mensual que varía de acuerdo al número de colaboradores y que además no es una

plataforma cerrada. Es decir, se pueden ir agregando nuevos módulos de acuerdo a los requerimientos y necesidades de la empresa que contrata el servicio. Periódicamente posee actualizaciones y se van realizando ajustes e incorporando nuevas funcionalidades.

El presupuesto para contratar este software tiene por un lado un costo de implementación y otro de mantenimiento mensual¹.

En la primera etapa de estudio e implementación de esta plataforma, la Empresa Uaaloo propone incluir: una nueva configuración según la política del cliente, administración de roles de acuerdo a las preferencias del mismo, incorporación de logos en los diversos portales de acceso, alta de claves a los usuarios, notificación de contraseñas a cada uno y habilitación general del sistema.

El valor al mes de agosto 2022 es de \$9350. En la segunda etapa del proceso hay un soporte técnico mensual que es de \$18700. Todo este plan es para 85 usuarios que equivalen al personal total de la empresa ¹

INTEGRA ITC: es un sistema para la administración del personal, planificación y el control de horarios laborales de manera integral.

Algunas de las funcionalidades destacadas son:

- **Postulantes / Portal Web de Postulación:** esta herramienta permite la gestión de postulantes mediante la carga manual por parte de la empresa o por una web a través de la cual los candidatos ingresan sus Curriculums. Luego de la postulación, el equipo de Recursos Humanos podrá gestionarlos mediante su aprobación o rechazo.
- **Empleados:** permite dar de alta a los empleados y llevar el registro de datos personales, familiares, de estudios laborales tales como cargo, posición, tipo de empleado, relación laboral, ubicación, turno de trabajo, entre otros. Permite adjuntar archivos.

¹ Ver en Anexo Presupuesto de la Empresa Uaaloo

Si quieres ser parte de nuestro equipo, carga tus datos y subí tu CV!

Datos personales

Nombre: Primer Apellido: Segundo Apellido:

Sexo: Tipo Identificación: Número de Identificación:

Nacionalidad: Estado Civil: Foto:

Fecha de Nacimiento: Adjuntá tu CV: Ningún archivo seleccionado

Datos de contacto

EMail: Código País: Código Area: N° Celular: Código País: Código Area: N° Telefono:

Estudios

Agregar Estudios: Estudia Actualmente:

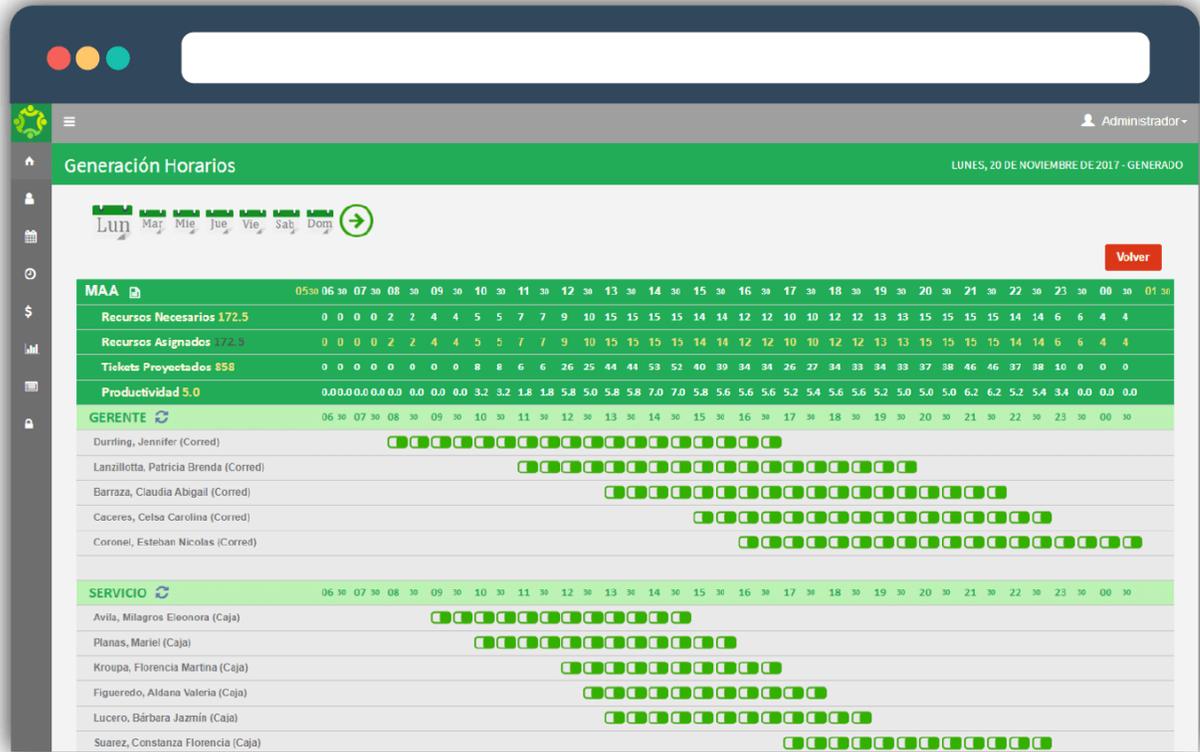
Nivel de Estudio	Es egresado	Año de egreso	Observaciones
Secundaria	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

+

* Captura de pantalla Módulo Empleados de Integra

- **Licencias y Ausencias:** permite llevar el control del ausentismo del personal y gestionar las licencias tales como enfermedades, maternidad, vacaciones, días de estudio.
- **Sanciones:** posibilita registrar y gestionar las sanciones que se aplican a los empleados debido a las infracciones o incumplimiento de las normas de la compañía. Puede definir qué tipo de sanción aplicar, tales como apercibimiento oral, escrito y suspensión.
- **Préstamos y Transferencias:** desde este módulo se pueden realizar transferencias o préstamos temporarios de empleados entre departamentos o sucursales, por medio de la solicitud y aprobación de dichos movimientos. De esta forma, se agiliza y automatiza la gestión de las novedades de los empleados según donde se encuentren en cada momento.
- **Prendas del Empleado:** es un módulo que permite la gestión de uniformes para tener un control de la entrega y devolución de las prendas asignadas a cada uno (tipos de prenda, color, talle).
- **Horarios Fijos, Rotativos y Flexibles:** permite configurar la disponibilidad horaria de cada empleado en función de las necesidades de su empresa. Se pueden definir horarios fijos,

rotativos y flexibles. La planificación de Integra también permite realizar modificaciones de los horarios accediendo a toda la información fácilmente. Estos son evaluados, en tiempo real, para reportar las irregularidades incurridas y de esta forma tomar acciones sobre las mismas.



* Captura de pantalla Módulo Horarios de Integra

Descripción de Integra ITC

Analizando las diferentes características y módulos de esta plataforma llegamos a la conclusión que es activa y estadística. Es decir; la carga y el análisis de la información que contiene es estadística permitiendo hacer informes, establecer porcentajes y organizar operativamente a las empresas. La disposición de los informes y resultados resulta útil para los empleadores, permitiendo obtener datos, no se visualiza lo mismo del lado del personal el cual tiene pocos recursos para interactuar con los responsables y la app. El diseño es similar a las planillas de cálculos Excel lo que la convierte en una plataforma puramente operativa sin desarrollo visual, gráfico y/o interactivo. Los empleados solo tienen la misión de cargar datos sin detectar módulos que permitan la interactividad con sus empleadores. Incluso no existe en la misma un módulo destinado a comunicados que permita conocer las novedades o eventos de la empresa.

Se solicitó a los responsables de la misma un presupuesto de implementación de esta plataforma para conocer los costos, pero nunca fue enviado.

TULEGAJO.COM: Esta aplicación permite el acceso al sistema, tanto en modo web como a través de la APP, para firmar y consultar liquidaciones o para la generación de documentación electrónica laboral. Garantiza la disponibilidad de servicio las 24 horas. La plataforma de software ofrece un conjunto de opciones que permiten resolver la gestión de todos los documentos laborales. Instalando la App en un dispositivo móvil los colaboradores pueden disponer de avisos y notificaciones al instante sobre los documentos que se les envía. También permite subir fotografías y completar solicitudes.

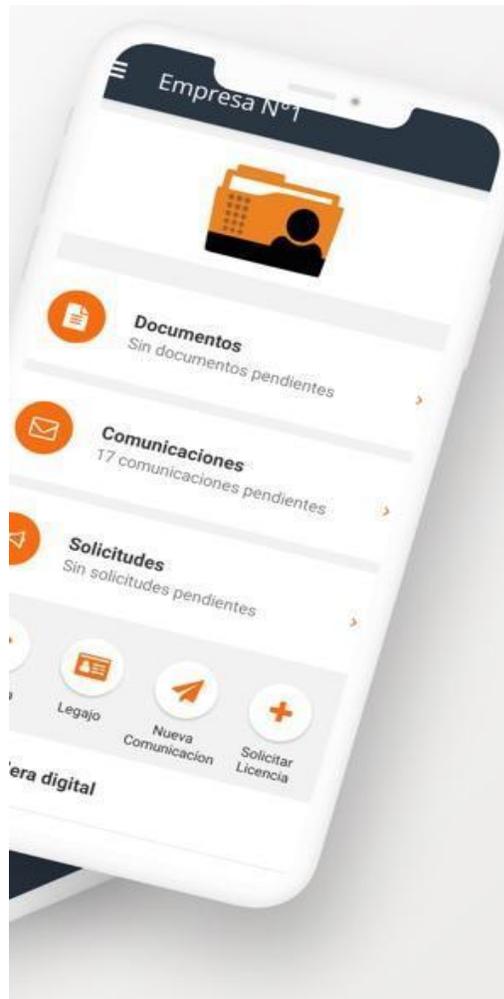


* Captura de pantalla acceso a TuLegajo.com

Algunas de las funcionalidades destacadas son:

- **Recibos:** Proceso de recibos de sueldo y cualquier documento que contenga el identificador del empleado en algún lugar de la hoja, sin necesidad de indicar ni programar nada.
- **Múltiples notificaciones:** Los colaboradores reciben cualquier documento al instante, a través de un correo o de la APP para celulares.

- **Implementación rápida:** permite el envío de documentación, sin esperar que se registren. Posee firma standard en PDF.
- **Firma standard en PDF:** firma electrónica o digital que cumple con las normas de firma definidas por Adobe Inc. para los PDFs y con el marco normativo de Argentina, México, Chile, Perú, Uruguay, Colombia, Paraguay y Ecuador.



* Captura de pantalla de inicio a TuLegajo.com

- **Cartelera digital:** publicación de anuncios digitales, orientando a diferentes sectores y verificando quienes vieron cada publicación.
- **Procesos de aprobación:** se pueden aprobar permisos, formularios y cualquier tipo de documento incorporando la firma electrónica o digital de los autorizantes conforme al marco normativo de cada país.

- **Vacaciones y permisos:** los colaboradores podrán generar solicitudes para vacaciones o cualquier otro permiso laboral. A su vez múltiples aprobadores podrán intervenir.
- **Seguridad obsesiva:** Periódicamente se realizan informes de seguridad emitidos por entidades reconocidas mundialmente en cuestiones de seguridad informática.
- **Soporte personalizado:** Asistencia en español y en el horario laboral de cada país. El servicio se presta de conformidad con las normas ITIL.
- **Roles de acceso:** Se otorgan diferentes roles a colaboradores pudiendo controlar todos los permisos y funciones muy fácilmente.

Descripción de Tu Legajo

De acuerdo a lo investigado en la Web de esta aplicación podemos ver que contiene variadas funcionalidades lo que la hace completa para gestionar la organización y administración de personal. Comparándola con el resto de las aplicaciones estudiadas se destaca la posibilidad de poder incorporar la firma digital definida por Adobe y aprobada en pdf. A grandes rasgos se visualiza una plataforma más de gestión organizativa y administrativa que comunicacional. En la investigación y recolección de información sobre esta app no recibimos un adecuado soporte y respuesta por parte de los responsables de la misma. Solicitamos en numerosas oportunidades la posibilidad de acceder a la misma para poder visualizar sus funciones, módulos y demás características, pero no se nos facilitó un código de acceso. Las capturas de pantalla fueron extraídas de internet donde tampoco encontramos una notable cantidad de opciones que nos permitan hacer un correcto análisis, sobre todo en la posibilidad de apreciar el diagrama y la configuración de la plataforma en su conjunto. No fue posible acceder a un presupuesto de implementación de la misma.

Análisis Comparativo de Apps

Para poder visualizar de manera ordenada las ventajas y desventajas de cada aplicación se creó un cuadro comparativo que se expone a continuación y permite analizar las utilidades de cada una de acuerdo a su funcionalidad y a las implicancias de este trabajo.

Utilidades	UAALOO	INTEGRA ITC	TU LEGAJO.COM
Versión App y Escritorio	X		X
Presentación de Organigrama	X		
Licencias y Vacaciones	X	X	X
Integración con Web para carga de CV		X	
Envío de Mensajes Personalizados	X	X	
Calendario de Eventos	X		
Solicitud Cambio de Horarios y Turnos		X	
Mapeos de Convenios Colectivos de Trabajo	X		
Descarga Recibos de Sueldo			X
Legislación Laboral	X		
Chat Interno	X		
Plataforma Abierta	X		
Solicitud de Uniforme / Vestimenta		X	
Notificaciones Online 24 hs.			X
Enlace con Email			X
Cartelera Digital			X
Verificación Lectura de Mensajes	X		X
Firma Digital			X
Interfaz Amigable / Interactiva	X		
Estadísticas / Utilidades	X	X	

En líneas generales la aplicación más completa de las tres es UAALOO ya que es la única que permite hacer incorporaciones de pestañas de acuerdo a las necesidades de la firma. De esta manera se podrían incluir módulos que sean de interés para la empresa y su personal, tales como informaciones, capacitaciones, notas e informaciones de interés, redes sociales, módulos interactivos, entre otros.

Como punto negativo no permite la posibilidad de incluir o adjuntar imágenes, gráficos o videos lo que la convierte en una aplicación rígida. Es de fácil uso, intuitiva, pero sería necesario que permitiera incluir recursos gráficos y fotografías que le den más dinamismo y posibilidades de despertar mayor interés y atención de parte de las personas usuarias.

De lo expuesto se desprende que a los fines de este trabajo sería necesario el diseño y la programación de una nueva aplicación para Grupo Agroenergía que permita contemplar los puntos expuestos. Se pueden tomar los puntos positivos de las APPS analizadas y agregar los recursos necesarios a los objetivos de este trabajo. Es vital también que esta nueva aplicación contemple las necesidades planteadas por el staff, así como de los y las directivas de la empresa. Sus sugerencias se desprenden de las entrevistas realizadas.

Marco Teórico



MARCO TEÒRICO

El desarrollo del marco teórico implica el desglose de conceptos estudiados a lo largo de la especialización y retomar también otros adquiridos en el proceso formativo de la licenciatura.

En el último tramo de la especialización surgieron y se estudiaron nuevas nociones que en el transcurso de la formación académica inicial aún no estaban en análisis, y otros que, si bien surgieron muchos años atrás, a la luz de los procesos y cambios sociales se fueron modificando y adaptando a las nuevas realidades.

El término prosumidor fue acuñado por Alvin Toffler en su publicación “La Tercer Ola” de 1980. El autor, en la segunda mitad del siglo XX propuso la teoría de las 3 olas para explicar la evolución de la humanidad y de las sociedades. Las 3 olas que postula son: la agrícola, la industrial y la de la información.

En su recorrido va acuñando conceptos, uno de ellos es el de prosumidor que lo utiliza para describir el funcionamiento del mercado, de la economía en las sociedades agrícolas e industriales, donde hay productores y consumidores; pero que en determinados contextos los roles se mezclan y los mismos consumidores son quienes producen.

Esta dinámica la aplica a las formas de producción donde le otorga un rol activo al consumidor. En la primera ola utiliza el término para describir este papel en la producción de alimentos y de bienes de consumo, ya en la tercera ola lo adapta al proceso de tecnologización y de producción de información.

Con el transcurso de los años y el surgimiento de nuevos procesos y dinámicas salieron a la superficie conceptos acuñados muchos años atrás, alguno de ellos son **prosumidor** de Timón y Mañas (2015) y **apropiación tecnológica** de López (2017) que resultan interesantes al momento de analizar las formas de comunicación de las personas y los procesos de transición ante el surgimiento de nuevas formas de interacción.

El usuario, hoy prosumidor, es una instancia del modelo tradicional de la comunicación que se ha modificado y ha evolucionado hasta el punto de convertirse en el protagonista de la creación de ese sofisticado mecanismo de modelización de la realidad y donde el ‘auto-mundo’ ha pasado a ser un ‘auto-multi-mundo’ compartido, donde cualquier usuario, prosumidor o no, participa en la creación del mismo, consiguiendo que el imaginario social sea cada vez más universalmente socializador. (Peña Timón y Mañas, 2015, p. 869)

De esta manera el usuario hoy crea sus propias necesidades de información, sus consumos y se apropia de aquellos que le interesan. La tecnología ocupa aquí un lugar central que debemos repensar en su relación con las personas. Al hablar de relaciones tenemos en cuenta también el proceso mediante el cual la tecnología pasa de ser parte de la vida diaria de un individuo, el mecanismo donde se vuelve tan esencial que cuesta pensarla de manera independiente.

López (2017) incorpora un concepto que resulta útil de analizar en esta instancia, define apropiación tecnológica de los sujetos para el caso de las tecnologías de la información de la siguiente manera:

Una instancia social de aprendizaje que implica la ejecución de actividades con artefactos técnicos o sus formas simbólicas. La misma se sitúa en un contexto socio-cultural e histórico determinado en el que el sujeto participa a partir de condiciones desiguales, no sólo en términos de acceso a los dispositivos, sino también en la construcción de las habilidades necesarias para la producción de mejoras en su calidad de vida. (p.95)

El autor va más allá en el análisis de este concepto y agrega: “involucra la ejecución de actividades en las que se establecen relaciones recíprocas y asimétricas entre sujetos y objetos o signos, a partir de una necesidad” (López, 2017, p.98).

De esta manera el accionar y las elecciones de los individuos están condicionadas por el contexto y sus condiciones, sus saberes, sus conocimientos y el ambiente en el cual se desarrollan. Aplica esto también para el lugar que ocupan en las organizaciones y sus ámbitos de desarrollo laboral y/o profesional.

La publicación Hacer Visible lo Invisible de Ernesto Gore y Marisa Vázquez Massini (2013) incluye la definición de **organización** como: “Un conjunto de redes interpersonales productoras de sentido y generadoras de conocimiento, una constelación de comunidades en práctica” (Wenger, 1998, p.19).

En términos comunicacionales, la organización tiene que ver también con las formas en que sus integrantes se comunican, los canales y los medios que utilizan para interrelacionarse y diariamente llevar a cabo sus tareas y responsabilidades.

De esta manera, todos estos conceptos desarrollados con anterioridad se encuentran indisociablemente unidos y conectados; el individuo forma parte de un contexto, se sitúa allí e interactúa con sus pares en diferentes entornos signados por sus intereses y las organizaciones no escapan a estos contextos.

Horacio Andrade (2005) aporta mayor claridad a esta explicación abordando la definición de **comunicación organizacional** desde 3 aspectos, entendiéndose como un proceso social, como una disciplina y como un conjunto de técnicas y actividades.

De este modo, pensándola como un proceso social Andrade (2005) afirma: “la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre integrantes de una organización y entre ésta y sus diferentes públicos externos” (p.15).

Como una disciplina, “la comunicación organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de comunicación dentro de las organizaciones y entre éstas y su medio” (p.16).

Finalmente, en el desarrollo de sus conceptos, Andrade también explica que la comunicación organizacional puede entenderse como un conjunto de técnicas y actividades:

Los conocimientos generados a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y entre la organización y los diferentes públicos que tiene en su entorno”. (Andrade, 2005, p.16)

En el desarrollo de este proyecto al igual que hablamos de comunicación organizacional fue fundamental recordar también el concepto de **comunicación interna**, estudiado durante la licenciatura.

Este concepto ha sido teorizado por gran cantidad de autores de distintas disciplinas y vertientes. La comunicación interna es un eje fundamental en el interior de las empresas, instituciones y todo tipo de organizaciones. Su funcionamiento y articulación con el resto de las áreas es esencial para la consecución de objetivos.

Horacio Andrade (2005) la define de la siguiente manera:

Conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y el mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de objetivos organizacionales. (p. 17)

Hablar de comunicación interna y organizacional supone pensar entonces una estrategia, un plan, un diagrama de acciones, un proceso pensado que requiere ejecución. Constituye una forma de

trabajo aplicado a un área vital dentro de las empresas y/o instituciones.

Sandra Massoni (2008) en su publicación “Los Desafíos de la Comunicación en un mundo fluido” considera **comunicación estratégica** como un modelo de desarrollo:

En tanto es una manera de ser y de transformar. Un programa de planificación y gestión que aborda problemas reales y no solo debates reales. Un plan para la acción que busca ir generando puntos de encuentro entre las alteridades presentes en cada situación. (p. 9)

Scheinsohn (1997) es otro autor que aborda esta temática y plantea la comunicación estratégica como una interactividad, “una hipótesis de trabajo que interviene para asistir a los procesos de significación, ya sean estos en empresas o en cualquier otro sujeto social”. (p.15).

Estos autores en el desarrollo de conceptos le otorgan un papel especial al contexto situacional en el que se dan las interacciones, al lugar protagonista que ocupan los integrantes de todo este proceso.

Aparece aquí nuevamente el concepto de **prosumidor** abordado al inicio del marco teórico. En este punto se les asigna un rol activo y decisor a los integrantes de la organización. Generadores de propuestas, impulsores de sugerencias y actores de cambios que diariamente hacen aportes y deben esforzarse para que los procesos se desarrollen.

Uno de los desafíos de la comunicación en un mundo fluido es entonces identificar aquella parte de la solución que cada actor puede y quiere abordar porque responde de alguna manera a sus intereses y necesidades actuales en torno a la problemática. Por esto es que decimos que toda estrategia de comunicación debe centrarse en lo situacional. (Massoni, 2008, p. 8)

Discapacidad e Inclusión

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) indica que el concepto de personas con discapacidad incluye: “A quienes tienen deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, en interacción con diversas barreras, pueden obstaculizar su participación plena y efectiva en la sociedad en pie de igualdad con los demás”. (OMS, 2021).

Según el Informe Mundial sobre la Discapacidad, alrededor del 15% de la población vive con alguna

forma de discapacidad. Las mujeres tienen más probabilidades de sufrir una discapacidad que los hombres y las personas mayores más que los jóvenes.

En este contexto, en el año 2009 la Organización Mundial de la Salud elaboró un Modelo Social que concibe la discapacidad como la restricción social que aísla y excluye a la persona de la plena participación social, como consecuencia de las condiciones particulares de la naturaleza del individuo.

Analizado desde esta óptica es la sociedad la que margina e incapacita a las personas, sin considerar todo lo que tienen para brindar. Desde el Modelo Social se sostiene y se afianza la idea que los aportes de las personas con discapacidad se encuentran íntimamente relacionados con la inclusión y la aceptación de las diferencias.

De este modo cobra sentido e importancia el concepto de **inclusión** que hace alusión a acciones concretas que permitan que las personas con discapacidad tengan igual acceso a la información y oportunidades que el resto de las personas. Hablar de inclusión no sólo significa pensar en una discapacidad, también supone reflexionar sobre numerosos colectivos que muchas veces quedan excluidos del mercado laboral como personas trans, travestis, homosexuales, entre otras.

En el caso particular de este proyecto se aborda una discapacidad mental. La inclusión de una persona con discapacidad en ámbitos laborales representa una cuestión de equidad, de igualdad de derechos, integrando y brindando iguales oportunidades a todos y todas. Es un desafío en las organizaciones desarrollar esta tarea, que no solo beneficia y estimula a la persona que posee una discapacidad, sino también a todo su entorno y al resto de sus integrantes. En el caso de Agroenergía la persona incorporada posee un retraso mental leve que no dificulta su labor y contacto con sus pares.

Comunicación Clara

Para que sea efectiva y sobre todo equitativa consideramos vital incorporar el concepto de **Comunicación Clara** brindado por Prodigioso Volcán (2020): “La Comunicación Clara es transmitir de forma fácil, directa, transparente, simple y eficaz información relevante para la ciudadanía. Se adapta a los diferentes canales actuales (papel, móviles, ordenadores y otros dispositivos) y a sus especificidades” (p. 8).

En esa concepción hablar de claridad no solo supone pensar en la ciudadanía sino también considerar y repensar lo que se sucede dentro de las empresas, implica también reflexionar sobre las capacidades de todos sus integrantes, trabajando por igualarlas y haciéndolas accesibles a todos de manera transparente y clara.

Según los autores de esta publicación, Mario Tascón y Estrella Montolio el objetivo de esta comunicación es incrementar la eficiencia de las empresas, promoviendo una comunicación que el público pueda entender y usar sin dificultades. Pero, además:

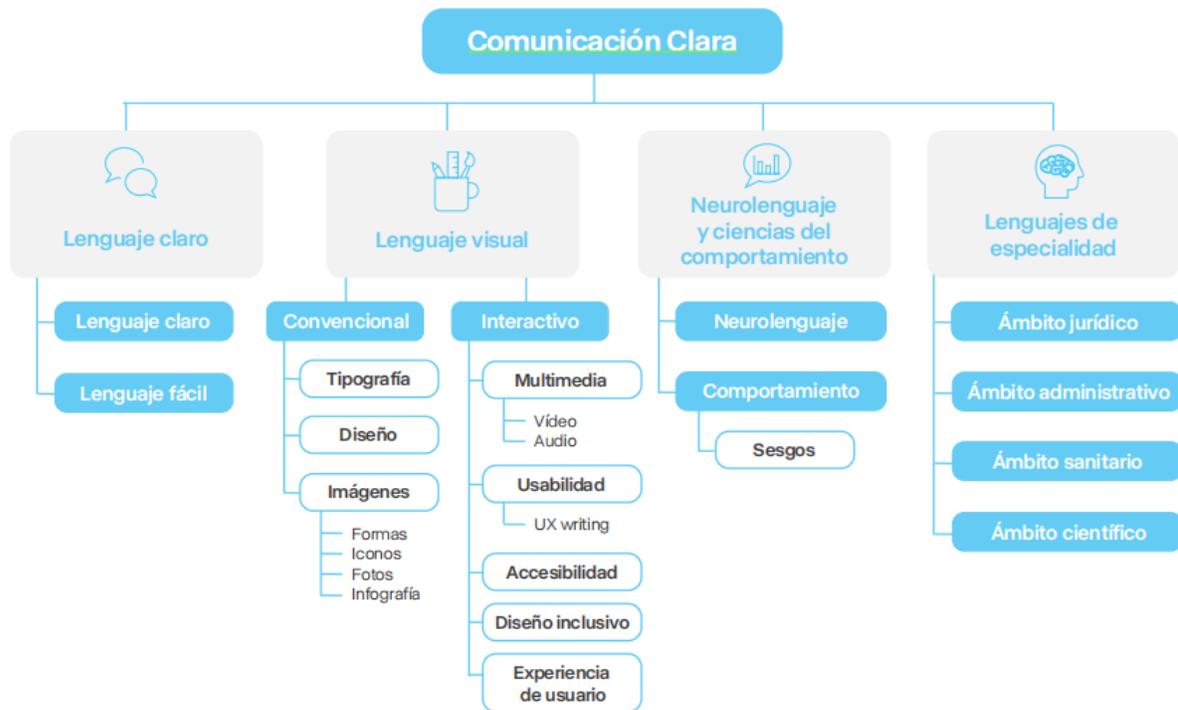
La Comunicación Clara implica un cambio de cultura comunicativa en la Administración y las compañías. El objetivo es que los ciudadanos comprendan, se sientan seguros y estén en el centro de la actividad pública. Para implementarla es preciso contar con una metodología clara y rigurosa, que implica a buena parte de la organización. (Tascón y Montolio, 2020, p.8)

Queda expuesto aquí con esta descripción la importancia del papel de todo el equipo de trabajo que en conjunto debe ocuparse de alcanzar los objetivos propuestos. Las metodologías y pautas de trabajo pueden ser claras y explicadas, pero de nada servirán sin el compromiso de los y las integrantes de la empresa en la inclusión como base para avanzar hacia metas comunes.

Hay lineamientos que también deben tenerse en cuenta, al momento de pensar el proceso comunicativo dentro de una empresa. Las comunicaciones además de buenos textos necesitan también de buenos diseños, imágenes, complementos gráficos que son quienes refuerzan y completan la información, y sobre todo hacen a la comprensión del mensaje que se quiere comunicar.

Texto, imágenes y diseño deben adaptarse a cada tipo de canal y dominar cada una de sus particularidades. Las comunicaciones se adecuarán así de manera clara a los diferentes canales de comunicación como mails, dispositivos móviles, páginas web, documentación impresa, señalética, videos interactivos y demás medios de comunicación.

Desde “El Derecho a Entender” (2020) se estableció un diagrama que permite visualizar la convergencia de las diferentes disciplinas que hacen a la Comunicación Clara.



* Fuente: Manual el Derecho a Entender (2020)

Cada uno de estos componentes tienen sus propias particularidades a considerar: Lenguaje Claro: está integrado también por el lenguaje fácil, en este punto se marca la importancia que sea comprensible para personas con discapacidad cognitiva o intelectual.

La utilización de un lenguaje sencillo y claro no debería implicar necesariamente la utilización de lenguaje infantil o demasiado coloquial, basta con que no sea confuso y el mensaje esté bien estructurado. El lenguaje fácil (o de lectura fácil) también está dirigido a personas con baja formación cultural o problemas de tipo social. El lenguaje claro ni más ni menos debe poder ser leído de manera simple, sin sobresaltos, de corrido, sin pararse a pensar o a interpretar “lo que habrá querido decir”, y según los autores esta claridad en la forma de comunicación está estrechamente vinculada con la efectividad de los mensajes.

En esta efectividad, entra en juego también la cartelería que debe ser descifrada, comprendida en décimas de segundos, simplificando el proceso cognitivo, es vital aquí el rol del diseñador en poder graficar con los recursos a su disposición el mensaje que se quiera dar.

Lenguaje Visual: desde la rama convencional implica la combinación de textos, imágenes y formas; entran en juego también la tipografía, la composición de imágenes, los íconos, símbolos, infografías,

fotos, imágenes y demás recursos que en su conjunto forma un todo.

Dentro del lenguaje visual también entra el lenguaje interactivo que es un espacio en constante movimiento y que continuamente se va modificando con la incorporación de nuevos recursos y utilidades tecnológicas. Es vital aquí la claridad a la hora de comunicar ante tantas opciones de recursos; la disciplina que se ocupa de esto es la usabilidad, que implica la optimización de cada uno de los elementos interactivos que se utilicen.

Estrella Montolio y Mario Tascón autores de la publicación *El derecho a Entender* incluyen en el lenguaje interactivo 3 nociones que se encuentran estrechamente relacionadas con el tema de estudio de este trabajo final. Se trata del diseño universal, la accesibilidad y el diseño inclusivo.

La accesibilidad es un atributo, mientras que el diseño inclusivo es un método. La accesibilidad y el diseño inclusivo deben ir de la mano para lograr experiencias que no solo cumplan las exigencias legales, sino que sean útiles y abiertas a todos. El diseño universal se refiere al diseño de un entorno que sea accesible y usado en el mayor abanico de situaciones sin necesidad de que sea adaptado. (Montolio y Tascón, 2020 p. 20)

En julio de 2015 la Unidad de Diseño Gráfico del Departamento de Información Pública de la ONU en Nueva York diseñó un nuevo símbolo de accesibilidad: una figura con los brazos abiertos simboliza la inclusión para las personas sin distinción de sus capacidades. Incluye la accesibilidad de la información, servicios, tecnologías de la comunicación, así como el acceso físico.

Neurolingüística y Ciencias del Comportamiento: esta disciplina se ha puesto de moda y pretende descifrar cómo la mente procesa la información que recibe y la interpreta, prestando atención a cómo se comprenden o interpretan los mensajes. “El neurolingüístico centrado en el usuario proporciona criterios multidisciplinarios útiles para un diseño de calidad cognitivo y lingüístico de los documentos”. (Montolio y Tascón, 2020, p.25).

Lenguajes de Especialidad: esta arista a considerar al momento de pensar una comunicación clara tiene mucho que ver con el contexto en el cual se efectúen los mensajes.

Así, será vital prestar atención al público a quienes están dirigidos nuestros mensajes, pensar también en el momento en el que pueden llegar a ser recibidos e interpretados y al menos tratar de predecir los efectos que puedan llegar a causar. Para ello debemos conocer los recursos comunicativos y lingüísticos que poseen los y las destinatarios de nuestros mensajes.

Los autores establecen también una serie de ventajas que implica la comunicación clara;

- Disminuye la insatisfacción y la percepción de falta de transparencia.
- Aumenta la confianza de las personas en las instituciones, empresas o entidades que usan Comunicación Clara.
- Mejora la reputación de los organismos que la promueven.
- Potencia la interacción con la gente. Hace fluido el intercambio de información entre la administración y la ciudadanía.
- Democratiza el acceso a la información.
- Supone un ahorro económico. Acorta el tiempo y el esfuerzo invertido en la lectura, agiliza los trámites y optimiza el tiempo de gestión. Disminuye las dudas, quejas y consultas de la ciudadanía.
- Reduce la ansiedad que provoca la difícil comprensión de documentos y procedimientos administrativos.
- Facilita las traducciones automáticas en internet y los sistemas de procesamiento de lenguaje como, por ejemplo, los lectores para invidentes

Estas ventajas y objetivos que suponen la utilización de las técnicas de la Comunicación Clara, al igual que los objetivos que guían el trabajo final de esta especialización fueron pensados desde los 17 objetivos de desarrollo sostenible propuestos desde la Organización de las Naciones Unidas que marcan la agenda 2030.

Lograr las metas de los 17 ODS requiere poner el foco en las personas, en sus derechos y en sus necesidades. En este sentido, la Comunicación Clara propone herramientas para transmitir de forma fácil, directa, transparente, simple y eficaz información relevante para la ciudadanía, por cualquiera de los diferentes canales actuales y adaptada a sus particularidades.

Esta concepción de comunicar con claridad y simpleza encuentra relación con el objetivo 16 que postula promover sociedades inclusivas y construir instituciones eficaces, con el número 10 que propone reducir las desigualdades, también con el número 5 que pretende visibilizar y empoderar a todas las mujeres y niñas reorientando los mensajes con perspectiva de género y con el 17 que busca promover alianzas más eficaces que aprovechen la experiencia y las estrategias de las asociaciones.

Las funcionalidades de las plataformas digitales

Pensar la comunicación interna inclusiva para una empresa, y en el contexto en el que se desarrollan las tareas laborales y personales en la actualidad implica reflexionar también sobre la multiplicidad de plataformas que nos habitan. **Plataformas** que van surgiendo y se multiplican, también se van modificando y hacen que constantemente los ritmos y las formas de trabajo sean cambiantes.

Se reconoce que en la última década del siglo XX se experimentó, producto de la digitalización, un desarrollo ininterrumpido de plataformas y aplicaciones destinadas a satisfacer nuevas demandas comunicacionales, asociadas al desarrollo de las redes y la web. “Estas aplicaciones cubrían necesidades de comunicación, entretenimiento, educación y trabajo en el marco del desarrollo de nuevas formas de organización sociocultural” (Irigaray y Lovato, 2014, p. 20).

En este marco, en la publicación Hacia una Comunicación Transmedia Irigaray y Lovato toman el concepto de Reilly (2005) que desarrolla conceptos sobre la madre de todas las plataformas, se trata de la Web 2.0:

Es la red como plataforma, que abarca todos los aparatos conectados; las aplicaciones de web 2.0 son las que mejor sacan provecho de las potencialidades de esa plataforma: el software como un servicio en continua actualización y que mejora conforme se usa, consumiendo y mezclando datos de múltiples fuentes, incluidos los usuarios individuales, que aportan sus propios datos y servicios de tal forma que permiten la reutilización por los demás, creándose así efectos de red mediante una arquitectura de participación” (p.20).

En estos procesos emerge la idea de interacción, de respuesta, de ida y vuelta entre los usuarios y productores de contenidos que en esta cadena se vuelven una unidad, adoptando vínculos fluctuantes.

Siguiendo al español Orihuela (2011): “las interacciones entre los gestores de la plataforma, la propia plataforma, sus usuarios y los desarrolladores de aplicaciones, constituyen un ecosistema que evoluciona a gran velocidad y que impacta en otros ecosistemas comunicativos, especialmente los medios sociales, la comunicación organizacional” (p. 28).

Contenidos Digitales: características y formas de producción

Hablar de plataforma nos lleva a pensar en la forma en que se comunica el contenido a través de estos espacios. Pensamos en piezas digitales, interactivas que tienen determinadas características.

Los **contenidos digitales** tienen particularidades propias que también es preciso describir. Juan Carlos Camus (2009) en la publicación “Tienes 5 Segundos” establece:

Interacción: Es una de sus cualidades principales y tiene que ver con la capacidad de los espacios digitales para ser utilizados y modificados de acuerdo a las acciones que vaya realizando el propio usuario.

Es él quien define el tiempo que emplea en su visita a la plataforma, decide cuando ingresa, sale y se mantiene, así como el orden que le da a la información.

Actualización: los contenidos digitales están en constante modificación, no se mantienen estables porque la información y los datos van variando continuamente. Se renuevan y pueden tener mutaciones. “De allí que muchas aplicaciones web hayan adquirido el apellido “beta” para indicar la connotación de que están en permanente estado de desarrollo” (Camus, 2014, p. 18).

Múltiples Medios o Multimedia: generalmente se adaptan a diferentes medios, tienen esa facilidad de poder incluirse en diversos soportes audiovisuales, sobre todo en la época tecnologizada en la cual vivimos.

Según Camus es fundamental en este punto que las ofertas de contenidos audiovisuales cumplan con todas las normas de accesibilidad web. Existe en la actualidad una página de internet española donde se ofrece la “Guía Breve de Accesibilidad Web”.

En la misma se establecen las pautas de accesibilidad para el contenido web se desarrollan en cooperación con personas y organizaciones de todo el mundo, con el fin de ofrecer un estándar único y compartido que satisfaga las necesidades de las personas, organizaciones y gobiernos a nivel internacional. Los documentos explican cómo hacer el contenido web más accesible para las personas con discapacidad

No Lineal: otra característica de los contenidos digitales es que no son lineales, no siguen un transcurso estricto guiado por reglas o pasos pensados por el autor, sino que es intermitente y personal a cada usuario. Además, se encuentran vinculados a otros temas por lo que pueden recibir visitas no programadas desde otros sitios

Personal: el usuario de los contenidos digitales le aporta valor y significado a los contenidos que consume por lo que le otorga nuevos sentidos, transformándolos y adecuándolos a sus percepciones. De esto se desprende que el contenido final suele ser personal, único y con el punto de vista del usuario que lo utiliza; es él quien lo moldea a su estilo.

Múltiples Dispositivos de Acceso: claramente no existe un único dispositivo de acceso, sino que los soportes son múltiples y por lo tanto cada uno ofrece experiencias diferentes a los usuarios. Algunos pueden ser: computadora personal, teléfonos celulares, televisión, consolas de video juego

Contenidos que se relacionan: Todo en la red suele funcionar en modo hipervínculo, donde todo está relacionado con todo y convergen puntos en común. Los contenidos se conectan entre sí, “mediante enlaces (también conocidos como hipervínculos) que permiten que los usuarios puedan acceder de manera simple a elementos que estén relacionados con los recursos que está viendo o utilizando” (Camus, 2009, p. 21).

Los usuarios distribuyen contenido: se encuentran ubicados en diferentes medios y/o soportes a los cuales puede accederse de manera asincrónica en el momento en que el usuario lo desee. Incluso están ubicados en distintas plataformas a la vez lo que posibilita también su ágil circulación y difusión. Hoy es muy común por ejemplo a través de la plataforma Whatsapp reenviar información, fotos, videos y diferentes tipos de formatos archivos.

Los contenidos adquieren múltiples formatos: esta característica se relaciona con la anterior y refiere a la capacidad que los contenidos tienen hoy de poder reproducirse en diferentes formatos, facilitando su circulación. Implica esto además que deben poder reproducirse en los diferentes dispositivos; esto resulta un desafío, ya que deben estar correctamente codificados.

Juan Camus (2009) creó un modelo llamado Margarita para mostrar el proceso mediante el cual se crea contenido. El **Modelo Margarita** está compuesto por 7 elementos que se interrelacionan entre sí; “cada uno de sus elementos es una curva que nace desde los contenidos, crece y luego vuelve como retroalimentación hacia los mismos contenidos, de forma similar a como se dibujan los pétalos de esa flor” (p.37).

De esta manera cada contenido que se crea contribuye al siguiente y todos forman un conjunto que se va retroalimentando. El modelo está compuesto por las siguientes partes:

- Definir: es la primera etapa y se relaciona con pensar el contenido que se quiera crear acorde a los objetivos propuestos. Debe considerarse la plataforma y el contexto en que el usuario lo decodificará.
- Crear: se incluyen todos los contenidos que serán parte de la plataforma. Deben analizarse las características de cada uno y su adaptación a los diferentes soportes.
- Mediatizar: en esta etapa se recopilan todos los contenidos y se los organiza de manera afín a cada forma de reproducción como audio, video, texto. Es fundamental acá considerar la

accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

- Interactivar: implica pensar cómo será la forma de interacción que tendrá el producto con sus usuarios. Deben elaborarse propuestas de acción a partir de los contenidos diseñados.
- Envasar: una vez cumplidas las etapas anteriores es momento de considerar las cuestiones técnicas que permitirán difundir y reproducir los contenidos en la o las plataformas elegidas.
- Publicar: es el momento de presentarle al usuario todo lo planificado y producido en las etapas anteriores.
- Gestionar: constituye ésta la etapa final del modelo, donde se realizará un balance de todo lo realizado y de los resultados obtenidos. Se analizará también el uso y las percepciones de los usuarios de modo de mejorar o repetir las acciones desarrolladas.

Accesibilidad a todos los contenidos

Retomando a Juan Carlos Camus este autor le da vital importancia al tema de la accesibilidad web entendiéndose como “la capacidad de facilitar el acceso de las personas con capacidades diferentes, Incluyendo dentro de ellas la de la visión, el audio, físicas, del habla, cognitivas y neurológicas, por nombrar sólo algunas de las más importantes” (Camus, 2009, p.87).

El autor remarca que alrededor del 10% de la población de cualquier país está compuesto por personas con discapacidad por lo que deben considerarse este punto así también como la edad de los usuarios. Para ello sugiere utilizar las normas de World Wide Web Consortium (2022) para la construcción de un sitio web accesible y determina además una serie de consejos al momento de pensar un sitio web accesible.

En el caso de las **imágenes** deben ir acompañadas de un texto que explique su contenido, no basta solo con la imagen sino también es preciso que sea acompañada con el relato de lo que representa. La información que se incluya será escuchada por la persona que acceda a la página.

Al momento de pensar el **audio** se debe considerar que puede ser escuchado por personas con algún problema de audición o también por personas que accedan a dispositivos que no permitan la reproducción de sonido, en este caso será preciso transcribir el contenido de manera audible.

Al pensar en **videos** dentro de una página web accesible, al igual que en el caso de las imágenes es necesario incluir subtítulos con un resumen de lo que acontece o muestra el video, una descripción que facilite la comprensión para aquellas personas que no podrán verlo y/o escucharlo.

Los **enlaces** son otro punto a tener en cuenta, cada vez que se ofrecen hipervínculos dentro de los sitios web, es adecuado asignarles teclas que funcionan como atajos de teclado de tal manera de activarlos mediante el uso del teclado, en lugar de utilizar el mouse.

Los **colores** son otro de los puntos a prestar atención si pensamos en personas que tienen dificultades con la visión y se les complica su distinción.

Finalmente, Camus considera que es fundamental tener en cuenta la **estructura de contenidos** para pensar la accesibilidad de la web al momento de facilitar la lectura por parte de browsers lectores. Debe utilizarse una estructura web determinada que facilite a los softwares de lectura trabajar con etiquetas. En los tramos iniciales de programar una página web que respete los principios inclusivos, los especialistas en la temática determinan que es esencial consultar en primer término las Web Content Accessibility Guidelines. Son los principios rectores para programar webs accesibles. Este contenido forma parte y es publicado por World Wide Web Consortium (W3C).

Estas reglas son un conjunto de directrices que especifican cómo hacer el contenido web más accesible, especialmente a personas con discapacidades, pero también a otros agentes con algún impedimento en por ejemplo la detección de los colores o los sonidos. La versión actual de estas directrices es la WCAG 2.0, publicada en diciembre de 2008 y convertida en estándar ISO/IEC 40500:2012 en octubre de 2012. WCAG 2.1, con una propuesta de recomendación en abril de 2016.

Los mismos se actualizan a medida que surgen nuevos avances y pueden consultarse a través del sitio web <https://www.w3.org/WAI/>; se aplican tanto para web como para celulares.

En la página pueden visualizarse los principios rectores que deben respetar los sitios; actualmente se establecen 4:

- 1) **Perceptible:** La información y los componentes de la interfaz de usuario deben estar presentables para los usuarios de manera que puedan percibirlos.
- 2) **Operable:** Los componentes de la interfaz de usuario y la navegación deben estar operativos.
- 3) **Comprensible:** La información y el funcionamiento de la interfaz de usuario deben ser comprensibles.
- 4) **Robusto:** El contenido debe ser lo suficientemente sólido como para que pueda ser interpretado por una amplia variedad de agentes de usuario, incluidas las tecnologías de asistencia.

Planificación de la Plataforma



Planificación de la plataforma

Con la información recolectada, su análisis y el aporte teórico de especialistas en el tema es momento de poner en práctica todo lo investigado y estudiado. Para ello trabajamos según etapas de trabajo que se organizaron de la siguiente manera:

- 1) Investigación y análisis de la Web Actual de Agroenergía. Fortalezas y Debilidades. Correspondencia con los Principios WCAG.
- 2) Programación y aplicación de una plataforma de comunicación interna. Beneficios. Utilidades. Costos. Modalidad de implementación y Comunicación al personal.

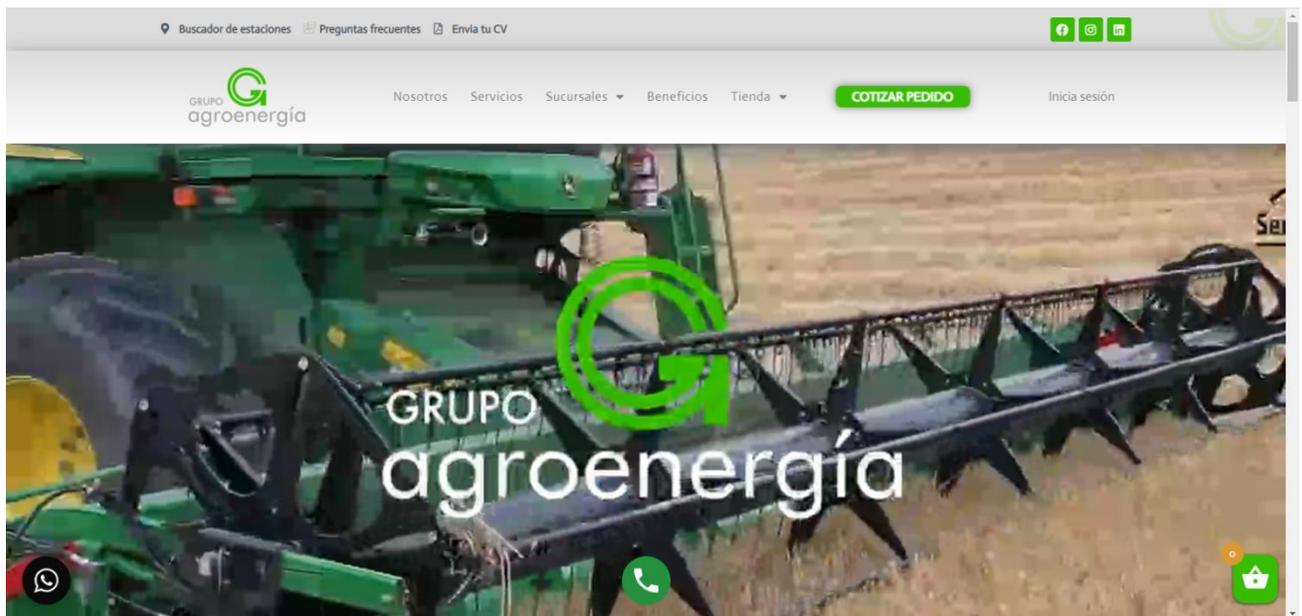
Investigación y análisis de la Web Actual de Agroenergía



Investigación y análisis de la Web Actual de Agroenergía. Fortalezas y Debilidades. Correspondencia con los Principios WCAG.

Como relatamos con anterioridad, Grupo Agroenergía ya cuenta con una página web diseñada y publicada en el año 2020. El acceso a las misma es a través del link www.grupoagroenergia.com.ar Previo a esto la empresa contaba con una web puramente institucional donde sólo se nombraban las estaciones de servicio, su ubicación, contacto y servicios. Esta web resultaba obsoleta y poco interactiva para quienes ingresaban a solicitar información. En el año 2020 especialistas en diseño web y diseño gráfico abordaron la plataforma incorporando nuevas funcionalidades, pestañas y recursos. También se agregaron nuevas fotografías y módulos de acceso que permiten cotizar pedidos, chatear con representantes, solicitar asesoramiento y hacer compras a través de una sección especial que hoy está en desuso.

La página no recibe actualización periódica, las noticias o acciones que la empresa realiza en la comunidad o para su personal se comunican a través del Instagram de la firma <https://www.instagram.com/grupo.agroenergia/>



* Captura de pantalla portada principal www.grupoagroenergia.com.ar

Para llevar adelante esta etapa de planificación de la plataforma indicamos cómo estará conformada y estructurada la web. Parte del contenido y del diseño e imagen actual se mantendrá y otro tanto deberá modificarse de modo de adaptarse a los lineamientos de una web accesible.

Para ello se irán analizando los puntos contemplados en los lineamientos que establecen las WCAGS, se determinarán qué secciones pueden mantenerse y aquellas que será necesario modificar.

En la publicación “Accesibilidad Web WCAG 2.1 de forma sencilla” (2018) de las autoras Olga Revilla Muñoz y Olga Carreras Montoto además de detallar cada uno de los principios especifican al inicio de la publicación las cuestiones que deben tener en cuenta diseñadores, desarrolladores web, creadores de contenido y demás profesionales involucrados en la temática.

Como vimos con anterioridad las WCAG 2.1 están organizadas en 4 capas cuya complejidad va creciendo exponencialmente: los principios son la base de la accesibilidad web; luego se dividen en pautas que actualmente son 14 y tienen el objetivo de agrupar de manera lógica los criterios de conformidad que evaluarán la página.

Estos criterios son 78 y son evaluables dependiendo de varios factores; pueden estar en 3 niveles diferentes A (el más bajo) AA (nivel medio) AAA (es el más alto de todos). Cada criterio a su vez propone técnicas a seguir y documenta errores a evitar con el fin de lograr la conformidad.

Principios WCAGS

A continuación, y a modo de análisis haremos un abordaje de cuál es la situación actual de la página web de Agroenergía en relación a los principios de WCAGS. En primer término, explicamos el principio y sus implicancias; y luego en letra cursiva, y para diferenciar del resto del cuerpo del texto damos nuestro punto de vista sobre cómo funciona cada principio en la Página Web de Agroenergía.

Perceptible: La información y los componentes de la interfaz de usuario deben estar presentables para que los mismos puedan percibirlos.

Una de las pautas de este principio establece que deben proporcionarse alternativas de texto para cualquier contenido que no sea de texto. De este modo, las personas que lo necesiten pueden tener opciones a modificar en la web de acuerdo a su necesidad, como puede ser la letra grande, braille, el habla, símbolos o un lenguaje más simple. Esto también suele usarse en la reproducción de videos y en el uso de fotografías. En las páginas accesibles estos recursos van acompañados de una descripción oral que explica lo que puede verse.

En el caso de la página de Agroenergía este principio no está respetado ya que se utilizan fotografías y videos sin la correspondiente explicación de que es lo que se muestra. Las fotografías son originales, es decir, fueron realizadas en una sesión de fotos de la que participó personal de la empresa y de cada una de las sucursales.

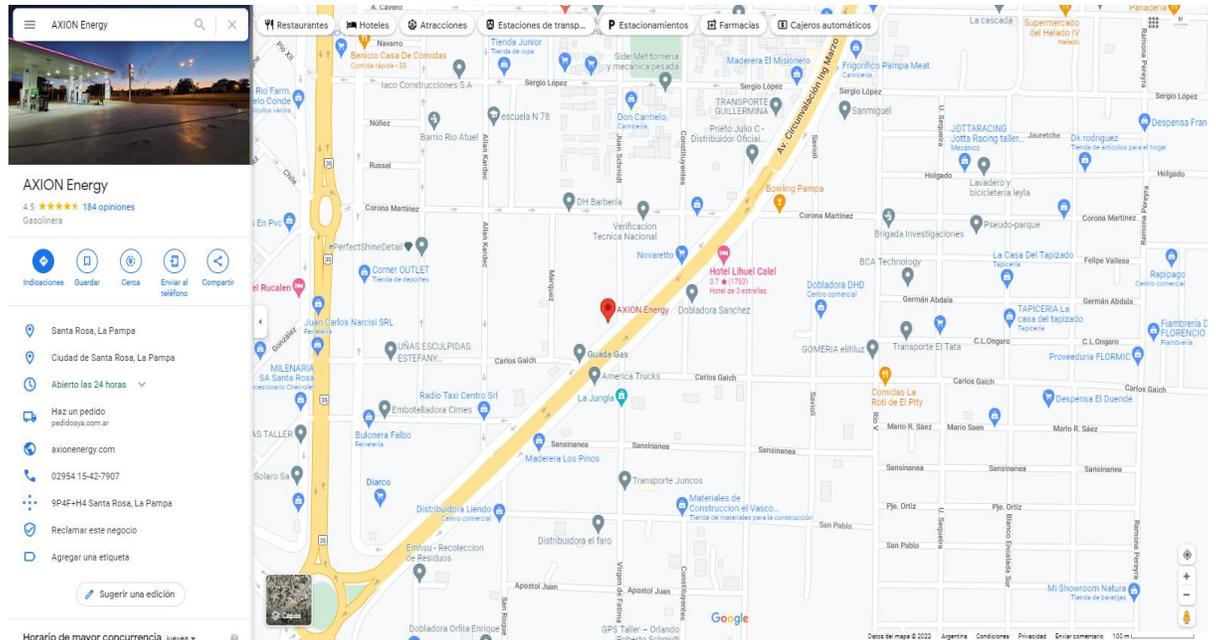
En el caso de los videos la mayoría son aportados por las compañías petroleras. En ambos casos, en su mayoría se trata de momentos, experiencias que se viven en la firma, pero no existe ninguna explicación que haga de soporte a las imágenes y videos. No se encuentra habilitada una función de este tipo.

En el principio perceptible existe también una característica que indica que el contenido debe ser **adaptable**, es decir que pueda presentarse de diferentes formas sin perder la información o la estructura. Incluye también características que deben contemplarse y que se encuentran relacionadas con la información, lo sensorial, la orientación y la identificación de los propósitos de entrada de datos.

En la página de Agroenergía, en el inicio, ni bien se accede a ella se presenta un video con audio y texto. La estructura de la página es simple, un formato muy usado en este rubro. La información y la secuencia, el orden del contenido es amigable. Incluye un menú el cual se encuentra dividido en: Nosotros, Servicios, Sucursales, Tienda.

Desde el menú de sucursales se puede ingresar a cada una de las unidades de negocio de la firma. Resulta extraño y confuso que tanto para la función web como para la versión para celular, "linkeando" a cada sucursal el tipo de programación dirige a una página de google maps donde marca la ubicación de la sucursal en un enlace a otra página.

En este punto figura el horario de apertura y la dirección, con una foto aportada por la plataforma.



* Captura de pantalla de la página www.grupoagroenergia.com.ar con conexión a googlemaps

En la opción de “Tienda” existen 3 opciones a considerar: En Promoción, Aceites y Lubricantes y Limpiador de Motores. En el caso de estos 3 accesos se encuentran vacíos e inoperativos dificultando su comprensión y/o utilidad para el usuario.



* Captura de pantalla de la página www.grupoagroenergia.com.ar con tienda vacía

Como expusimos en el inicio de esta directriz debe identificarse el propósito de entrada que recopila información sobre el usuario. Debe estar correctamente programado y ser clara su posterior utilización.

En el caso de la página de Agroenergía, en el inicio se encuentran campos para completar con datos; nombres, teléfono, ciudad y provincia, mail y producto de interés. Pero en ningún momento se indica para que se requiere toda esta información. Además, en la opción de producto de interés solo hay un menú desplegable con opciones limitadas de elección: combustibles, insumos, entre otros.

De este análisis en particular se desprende que este link resulta confuso, no aporta claridad sobre la utilización y el fin de los datos cargados. Es posible que el usuario que navegue en este sector de la página se sienta desorientado.



The screenshot shows the contact form on the Agroenergía website. At the top, there is a navigation bar with the logo and menu items: "Nosotros", "Servicios", "Sucursales", "Beneficios", "Tienda", "COTIZAR PEDIDO", and "Inicia sesión". Below the navigation bar is a progress indicator showing 1/2. The main heading is "Ingrese sus datos de contacto". The form consists of several fields: "¿Cuál es su nombre?", "¿Cuál es su número de teléfono?", "¿Qué tipo de productos necesita?" (with a dropdown menu showing "Combustibles"), and "Provincia" (with a dropdown menu showing "Buenos Aires"). Below the form is a "SIGUIENTE" button. At the bottom, there are four service cards: "Energía Agro" (AGRO. Lubricantes, ureas, estando en cada estación de la cadena agrícola), "Estaciones de servicio" (6 sucursales en la Provincia de La Pampa, Santa Rosa, Castrol, Coloma), "Tiendas" (Cómodas y totalmente equipadas para que el descuento sea más), and "Lubricantes" (Aceites, fluidos y lubricantes de alto rendimiento para el cuidado del motor).

* Captura de pantalla de la página www.grupoagroenergia.com.ar ingreso de datos contacto

Continuando con el estudio de cada uno de los principios junto con sus directrices y particularidades, existe otro que se llama **distinguible**. Debe facilitar a las personas usuarias ver y escuchar el contenido, incluida la separación del primer plano y del fondo. Esta directriz atiende a 3 componentes esenciales al momento de la programación de una página web: el color, el sonido y el texto. En el caso del uso del color no debe utilizarse para transmitir información y también debe evitar que aquellas personas que no pueden percibir diferencias en el color no puedan identificar enlaces. El color no debe utilizarse como el único medio visual para transmitir información, indicar una acción, provocar una respuesta o distinguir un elemento visual. Con el sonido pasa algo similar, esta directriz

establece que en situaciones en donde haya reproducción automática de sonido por más de 3 segundos debe haber un mecanismo que permita pausar o detener el audio, así como controlarlo independientemente del nivel del volumen general del sistema.

En relación al texto, este principio establece pautas sobre la posibilidad de cambiar su tamaño, la incorporación del texto en las imágenes y el contraste y el espaciado de los mismos. En este punto debe prestarse especial atención a la posibilidad que el texto informe o exprese lo que la imagen muestra. Existe también un contenido que no es texto, se trata del “texto alternativo”; y se agrega dentro del atributo ALT. Como su nombre lo indica, da información de modo alternativo a una imagen y ayuda a traducir elementos puramente visuales al texto, para que puedan ser leídos por un lector de pantalla y ser comprensibles como interfaz sonora.

El atributo ALT permite a las tecnologías asistivas (por ejemplo: lectores de pantalla) acceder a la información que se haya puesto en la descripción de la imagen, para proveer a usuarios no visuales la información que está dada por la imagen. Si la imagen no estuviera o si no fuera posible cargarla por un problema de conexión, la programación permitirá mostrar ese texto permitiendo a cualquier usuario acceder a esa descripción y no perderse la información que brinda esa imagen.

Analizando la página web de Agroenergía visualizamos que está diseñada en color verde, naranja y en menor medida gris. Explorando sus funcionalidades, no se detectó que el uso de los colores haga a su operatividad, han sido utilizados para visualizar mejor el acceso a algún link, pero no determinan su operatividad porque se agregan otros recursos como letras en negritas y recuadros.



* Captura de pantalla del ítem “cotizar pedido” en de la página www.grupoagroenergia.com.ar

Con el sonido se detectaron inconvenientes; en la versión de pc, en el inicio, se reproduce automáticamente un video con sonido, se trata de música ambiental de fondo. No se encuentran visibles con claridad la posibilidad de poder pausarlo o adelantarlos, así como de bajar o subir el volumen.

En la versión de teléfonos celulares si es posible controlar estos recursos fácilmente.

Pasando a las imágenes que se utilizan en la Web de Agroenergía descubrimos que se usan fotografías de situaciones y momentos que hacen alusión a contenidos o informaciones que expone la página.

A modo de ejemplo, para informar que las sucursales cuentan con cajero automático se utiliza una fotografía que retrata ese momento; para informar el servicio de venta de combustible mayorista se muestra una imagen de un campo que es el sector que más utiliza este servicio. Los lectores de pantalla no pueden leer texto incrustado en imágenes. Si hay información esencial incrustada como texto en la imagen debemos incluir lo esencial como texto alternativo.



** Captura de pantalla de la página www.grupoagroenergia.com.ar con foto y texto incrustado*

Además, en la mayoría de los casos estas imágenes tienen un texto incrustado. No son muchas las que se usan, pero sí se detectó que por ejemplo se usa una para cargar el CV donde el texto se encuentra dentro de la imagen dificultando su comprensión. En ningún caso se utiliza el atributo "alt" que ayude a la comprensión de las mismas; no se encuentra habilitada o configurada esta opción en la página.



* Captura de pantalla de la página www.grupoagroenergia.com.ar con foto y texto incrustado

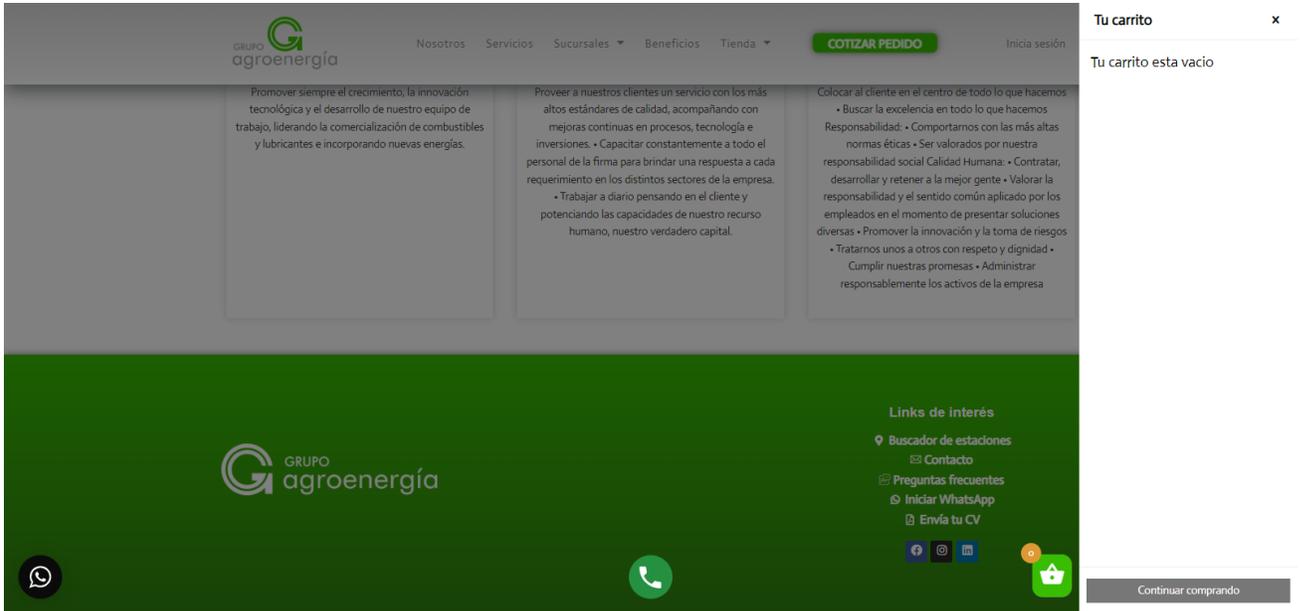
Operables: los componentes de la interfaz de usuario y navegación deben estar operativos.

Este principio establece que toda la página debe funcionar correctamente, es decir que cada una de las ventanas y de las opciones a las cuáles el usuario accede deben funcionar y cumplir su propósito. A veces puede suceder que hay secciones de una web que no se encuentran operativas o que incluso requieren para su apertura contar con determinados programas instalados.

Esto puede dificultar la navegación dentro de la web llevando a abandonar su uso. También puede darse que haya secciones que se encuentren inactivas, fuera de funcionamiento o desactualizadas, generando desinterés en el usuario.

En la página de Agroenergía puede observarse que se van sumando actualizaciones como la incorporación de nuevas sucursales con su ubicación y datos de contacto.

En contraposición, se observan secciones que nunca se han completado o actualizado como el carrito de compras o tienda donde no se observa ningún producto. Pasa lo mismo con la opción de promociones que se encuentra inactiva.



* Captura de pantalla de la página www.grupoagroenergia.com.ar con sección inactiva

Entre sus requerimientos, el principio operable establece que la página debe funcionar con un teclado accesible, es decir que toda la funcionalidad de la misma sea posible desde un teclado sin requerir tiempos específicos para la pulsación de teclas individuales.

También refiere al tiempo y su uso dentro de la página. Al navegar por la web elegida el usuario debe tener el tiempo suficiente para hacer uso de ella, estudiarla, comprenderla, leerla, sin que la página automáticamente pase a otra sección o cambie el contenido que muestra.

Existen páginas web que cuentan con secciones o aplicativos que pueden estar en funcionamiento por determinado lapso de tiempo. Ejemplo de esto pueden ser juegos, trivias, encuestas, donde el usuario tiene un lapso de tiempo para resolver una situación. En este caso los principios WCAGS establecen que el tiempo, de estar presente, debe poder ampliarse, pausarse, detenerse, apagarse y presentar excepciones. De este modo quienes hacen uso de estos recursos poseen la posibilidad de manejar el tiempo de navegación.

En la web de Agroenergía no se detectó que el tiempo sea condición para navegar la página. Su estructura es bastante simple y no incluye funcionalidades extraordinarias.

En este apartado se determina también que el contenido diseñado en la web no debe ocasionar convulsiones ni reacciones físicas en los usuarios. Las páginas web no deben contener ningún elemento que parpadee más de tres veces en cualquier período de un segundo.

En la actualidad existen también páginas web que utilizan variedad de recursos gráficos como animaciones, vídeos, íconos, ilustraciones que además de hacerla moderna, en movimiento y actual

requieren también de la interacción del usuario, provocando un ida y vuelta entre la página y el usuario. Estas animaciones generan la sensación de agilidad, interacción, acción y productividad. Una página accesible siempre puede apelar al uso de estos modernos recursos siempre y cuando la animación de movimientos desencadenada por la interacción se pueda desactivar, salvo que la animación sea esencial para la funcionalidad o la información que transmite.

Navegando la web no se detectó ningún tipo de animación, ni recursos que requieran movimientos y hagan a la funcionalidad de la página. Si existe en el inicio el logo en el sector superior izquierdo que se acerca y aleja, pero sin ningún objetivo específico.

También se observa un video que aparece en el inicio con reproducción automática que se puede pausar y reactivar sólo clickeando en él (sin botones específicos de play o pausa).

Dentro del principio navegable se establece que la página para ser accesible debe al menos ser navegable; esto implica que debe proporcionar formas de ayudar a los usuarios a navegar, encontrar contenido y determinar dónde se encuentran.

Para ello la página debe estar estructurada de una manera intuitiva que guíe de manera simple y no engorrosa a sus pestañas brindando la información que cada sección transmita. En esto es vital el uso de títulos acordes al contenido proporcionado que describan el tema o el propósito. También debe haber un orden de enfoque donde el usuario vaya guiando su interés de manera ordenada con opciones simples de volver al inicio y retomar su elección, conservando el sentido y su operatividad.

En caso de contener enlaces el propósito de cada uno debe poder determinarse a partir del título del mismo o del texto del enlace junto con su contexto mediante programación, excepto cuando el propósito sea ambiguo para los usuarios en general.

En este principio está incluido una pauta que tiene que ver con localización dentro de la página web. Refiere esto a la posibilidad de proporcionar una forma para que el usuario se oriente dentro de la misma y encuentre información relacionada. Este criterio es útil para las personas con poca capacidad de atención que pueden confundirse al seguir una larga serie de pasos de navegación.

La página de Agroenergía es simple y con escasa información, posee una estructura básica e incluso podría considerarse que se encuentra en período de realización ya que hay varias secciones que no están totalmente completas. Navegando cada pestaña observamos que se repite información confundiendo al usuario que requiere buscar algún dato específico.

En el link “Servicios” se repite la estructura de la información que aparece en el link “Nosotros”. El contenido es insuficiente y existe también otro link denominado “beneficios” que aparece inactivo pero que al clickearlo repite y expone la misma información que la página anterior que se visitó.



* Captura de pantalla de www.grupoagroenergia.com.ar donde se repite la misma información

Comprensible: este principio establece que la información y el funcionamiento de la interfaz de usuario debe ser comprensible. Además, el texto debe ser legible.

Para ello, uno de los puntos a considerar es el idioma en el cual está escrita la página que se puede determinar por programación y depende también del país en el que se encuentre, en este caso la empresa.

Debe considerarse también el idioma de las partes, las palabras inusuales, el uso de abreviaturas, la pronunciación y el nivel de lectura del usuario. Puede ocurrir que en algunas páginas web con contenido especializado se dificulte la comprensión; ya sea por el tema tratado como por el uso de vocabulario técnico.

El contenido debe redactarse de la manera más clara y sencilla posible, indicando incluso si se requiere una habilidad de lectura avanzada que el nivel de educación secundaria inferior (más de 9 años de escuela). En casos en que el texto no pueda hacerse más legible deberá incluirse contenido complementario.

Estos casos no se han detectado en la página web de Agroenergía. La redacción es simple con puntos seguidos y frases cortas.

Las abreviaturas que se usan en el texto son conocidas y aplicadas usualmente como kilómetro (km.), avenida (avda.) gas natural comprimido (GNC) o curriculum vitae (CV).

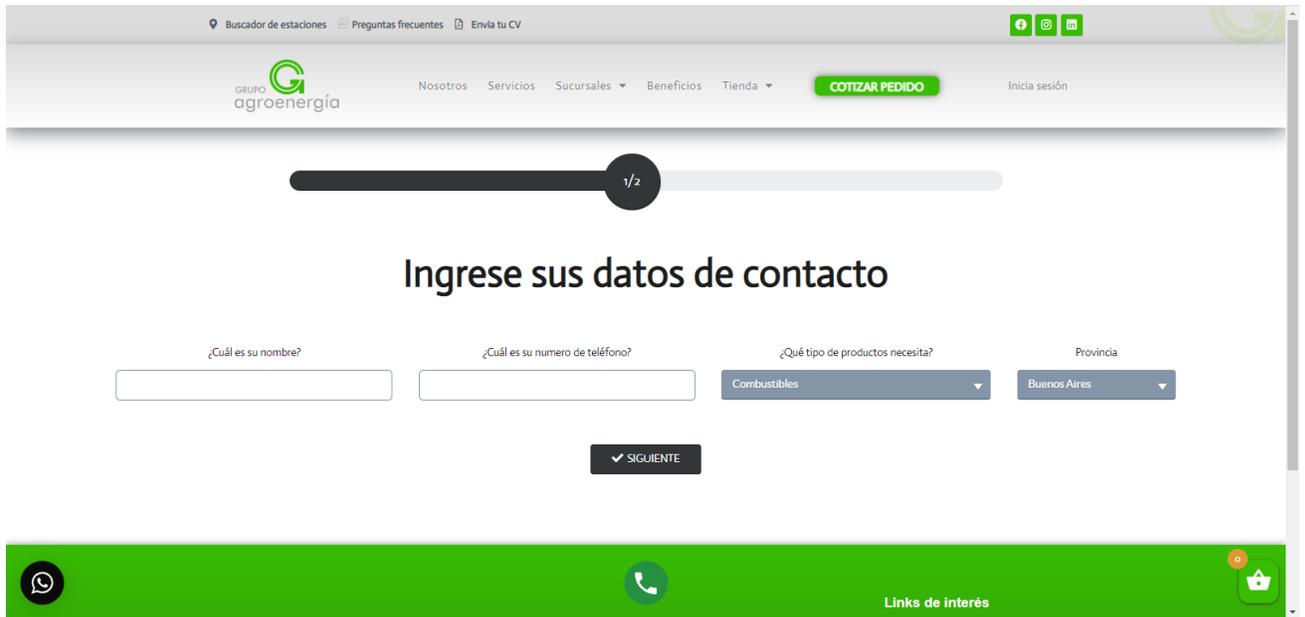
En el principio comprensible existe una pauta denominada Previsible que establece que la web debe aparecer y funcionar de manera predecible; es decir que a medida que se navega, la misma debe seguir un hilo y no cambiar rotundamente el foco de atención.

Pueden aparecer en la página elementos que cambien el foco de atención o el orden de lectura, pero estos no deben ser abruptos y de manera simple debe poder volverse al punto en el cual se estaba navegando, siguiendo un orden y una línea.

Muchas veces existen en las páginas formularios en los cuales los usuarios pueden llenar sus datos por ejemplo para solicitudes de empleos, cotizaciones, entre otros. Cuando se programe este tipo de contenido debe prestarse atención a la manera de comunicar los pasos y los procesos requeridos, así como el fin de los mismos. Especificando pasos y finalizando la carga.

En la web de Agroenergía existen 3 entradas en las cuales el usuario puede cargar sus datos; puede hacerlo para cotizar un pedido, para cargar el curriculum vitae y en el inicio ni bien se accede a la página para ingresar los datos de contacto. En este último caso el mecanismo y la información requerida es igual a la opción de cotizar pedido. Los datos requeridos son nombre y apellido, número de teléfono, tipo de producto que se solicita, provincia y correo electrónico.

En el caso del curriculum vitae además de los datos anteriores debe especificarse el área de interés y también está activa la posibilidad de cargar un documento o archivo en diferentes formatos como Jpg, Word o Pdf. Se incluye también la opción que el usuario pueda redactar información personal o motivaciones para acceder a un puesto laboral.



* Captura de pantalla de la página www.grupoagroenergia.com.ar en pestañas inicio y cotizar pedido.



* Captura de pantalla de la página www.grupoagroenergia.com.ar en pestaña de carga CV

Robusto: este constituye el último principio establecido por las Pautas de Accesibilidad para el Contenido Web (Content Accessibility Guidelines / WCAG). Este principio establece que el contenido debe ser lo suficientemente sólido como para que pueda ser interpretado por una amplia variedad de agentes, incluidas las tecnologías de asistencia.

Esto se refiere tanto al contenido como a la estructura del mismo y para ello los elementos deben tener etiquetas de marcado de inicio y final completas, debe seguirse también una estructura de datos clara. Analizando las características de este principio visualizamos que tiene estrecha relación con los lenguajes de programación, es decir a la forma y estructura que la página está programada. Para que cumpla los requisitos de los WCAG debe contemplarse que en el lenguaje de su programación estén contemplados las tecnologías de asistencia.

Es válido aclarar que la tecnología asistida, permite a personas con discapacidad acceder de manera independiente a una computadora y también a una página web, potenciando de esta forma su participación e inclusión. Algunas tecnologías son por ejemplo la asistencia con el texto-a-voz y la predicción de palabras.

La intención de este Criterio de Conformidad es garantizar que las Tecnologías de asistencia (AT) puedan recopilar información, activar (o configurar) y mantenerse al día sobre el estado de los controles de la interfaz de usuario en el contenido.

En el caso de la página web de Agroenergía, www.grupoagroenergia.com no detectamos que la web esté configurada o programada para ser utilizada a través de tecnologías de asistencia que permitan su accesibilidad a personas con discapacidad.

Reflexiones acerca del abordaje

Concluido este análisis y en base también a las entrevistas realizadas a directivos de la empresa² es importante acomodar y adaptar la web a los lineamientos expuestos.

Es oportuno este accionar debido a que, según los aportes de los responsables, la página se encuentra desactualizada y es objetivo de la firma ponerla nuevamente en funciones para hacerla operativa.

Es preciso también elevar todo este análisis a los directivos de modo que tengan en cuenta la investigación realizada y sea posible la aplicación de los principios WCAG a la web de Grupo Agroenergía.

Un punto fundamental en el cual haremos hincapié es en la incorporación de un módulo o ingreso particular a personal de la firma. Cuestión que merece especial atención y que es motivo de realización de este trabajo final. No existe ningún programa, plataforma o sistema especial que sea usado por personal interno de la firma y que permita una comunicación fluida entre las partes.

² ver Anexo 1 y 2.

Según las entrevistas realizadas a responsables de la empresa la forma de comunicación entre los empleados y empleadas y de ellos con sus superiores es a través de grupos de WhatsApp.

Con esta modalidad se comunican reuniones, capacitaciones, se informan cuestiones relacionadas a cada sucursal, se realizan saludos de cumpleaños, etc. WhatsApp en esta empresa es el medio por el cual sucede la comunicación interna de la empresa.

Sumado a ello, la totalidad del personal no está al tanto de lo que sucede en toda la empresa, ya que los grupos son de cada sucursal y están integrados por los encargados y encargadas, junto con el personal operativo, y en algunos casos integrantes de la gerencia, de recursos humanos o del sector comercial.

Esto demuestra que existen miembros de la empresa, como el gerente general, que forma parte de numerosos grupos de WhatsApp, donde circula todo tipo de información y los mensajes muchas veces no son registrados.

A través de esta red social hay informaciones que se pierden, que no se interiorizan y se disipan en el día a día de la empresa. No resulta apto que este canal de comunicación se mantenga en el tiempo y sea la única forma de comunicación entre los integrantes de la empresa.

En base a lo relevado en las etapas de investigación, para el desarrollo de la nueva plataforma se propone no sólo prestar especial atención a la estructura, tipografía, diseño y uso de colores de manera de hacerla intuitiva y accesible para todos los usuarios de esta intranet, sino también repensar el contenido de la misma.

Es necesario que la nueva plataforma contemple cuestiones operativas relacionadas con la solicitud de vacaciones, recibos de sueldos, legislación del sector, usos de uniformes, así también como módulos destinados a que el personal cuente con espacios de reflexión y concientización sobre temas de interés social.

De este modo se programará un módulo destinado a cargar informaciones y contenido relacionado a temas como accesibilidad, discriminación, inclusión, discapacidad, cuidado del medio ambiente, higiene y seguridad, entre otros.

Es válido en este punto pensar también que este contenido debe estar acompañado de capacitaciones o espacios de encuentro dirigidos por personal especializado que profundicen los conocimientos propuestos.

Existen en la actualidad alternativas de cursos sobre diferentes temas como accesibilidad en espacios de trabajo, violencia en el ambiente laboral, uso inclusivo del lenguaje, entre otras opciones

que en algunos han sido dictados por profesionales especializados para el personal de Grupo Agroenergía. Es importante profundizar estos espacios, con talleres que tengan por fin la interacción del personal de modo de generar y afianzar lazos.

Hay organizaciones que se dedican a esto; que organizan jornadas de trabajo; sería vital incluir un programa de encuentros presenciales que se comunique a través de la nueva plataforma y donde se incluya también material teórico y práctico.

Programación y aplicación de una plataforma de comunicación interna, digital e inclusiva

Beneficios. Utilidades. Costos.

Modalidad de implementación y Comunicación al personal.



Programación y aplicación de la plataforma de comunicación interna digital inclusiva. Beneficios. Utilidades. Costos. Modalidad de implementación y Comunicación al personal.

Actualmente la página web de Agroenergía es de libre ingreso, cualquier persona puede acceder desde un explorador de internet. En base al análisis completo de esta página y de las aplicaciones investigadas recientemente se considera que sería necesaria una modalidad de logueado interno donde los empleados y empleadas pueden registrarse y acceder a contenidos propios de la empresa, que tengan relación con su función y desempeño dentro de la misma.

Actualmente la página cuenta con una sesión pensada para este logueado pero nunca fue activada y puesta en funcionamiento. De esta manera la nueva plataforma propuesta estará integrada por dos módulos de acceso, uno destinado al público en general, clientes, y personas que requieran información sobre la firma; y otro módulo de acceso para el personal interno que podrá ingresar a través de un usuario y contraseña.

Funciones Actuales de la Página Web

www.grupoagroenergia.com.ar

- consultar precios,
- cotizar compras de combustibles y/o lubricantes,
- conocer las promociones o descuentos que brindan diferentes medios de pago,
- ubicación de las sucursales,
- obtener información referente al sector,
- coordinar transporte y logística,
- Acceso a cuenta personal: A partir de esta pantalla cualquier usuario puede configurar su nombre y contraseña para acceder a su propio perfil. De estar activa totalmente en esta sección sería posible conocer promociones con tarjetas de créditos, solicitar combustible, configurar métodos de pago, coordinar transporte y logística y configurar dirección postal.

Por su diagramación puede decirse que está destinada a clientes de la empresa que hacen compras asiduas y tienen cuenta corriente dentro de la misma. Podría ser por ejemplo utilizada por clientes del sector agropecuario, ya que es posible coordinar el envío y organizar la logística de entrega de combustible.

A continuación, se exhiben capturas de pantallas de estas funcionalidades que desde sus inicios fueron configuradas pero que nunca se activaron; estas secciones nunca han sido utilizadas por usuarios, clientes o personal de la firma; sólo se crearon al momento de configurar la web, pero se encuentran sin ningún tipo de registro o actualización.

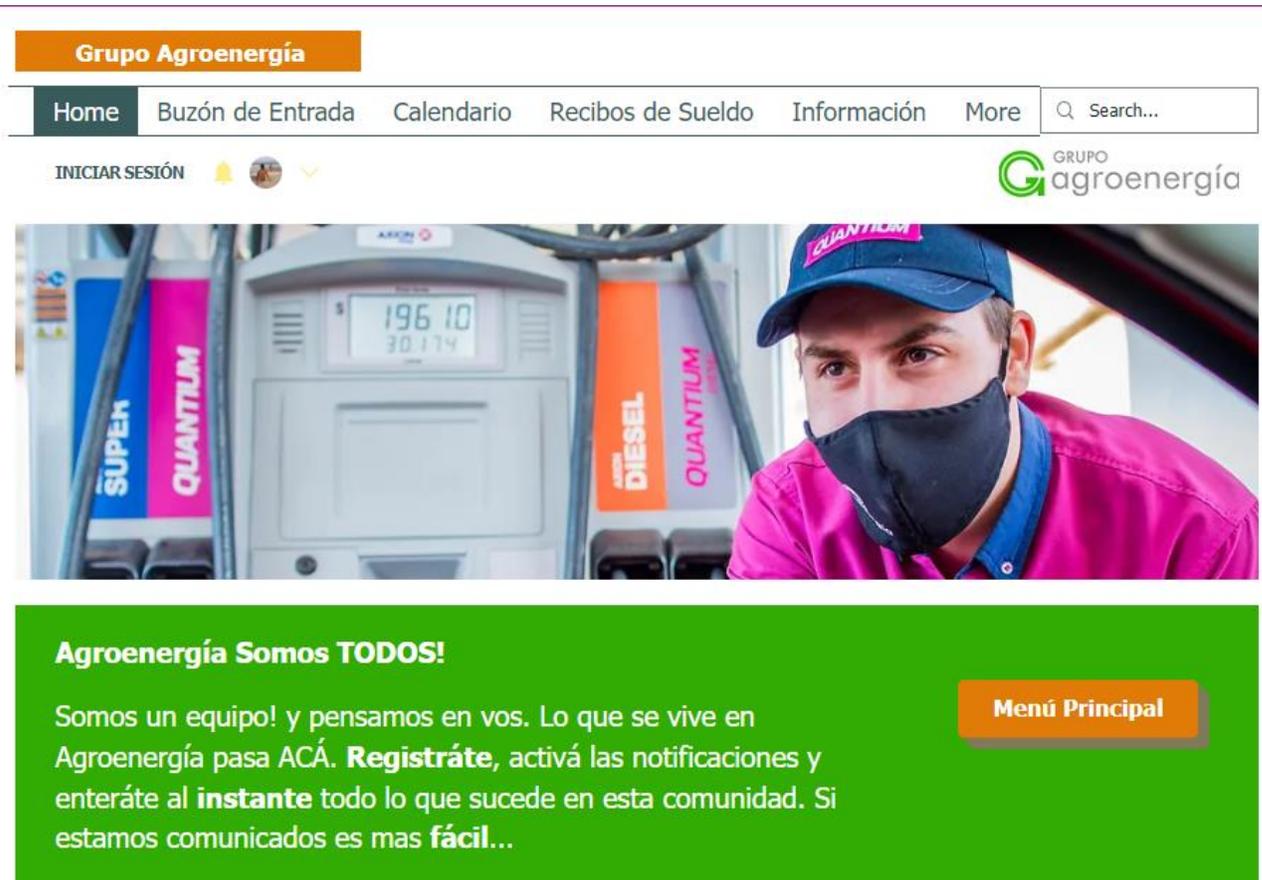
* Captura de pantalla actual de ingreso a cuenta personal de www.grupoagroenergia.com.ar

* Captura de pantalla funcionalidades de cuenta personal de www.grupoagroenergia.com.ar

Nueva Propuesta: En base a lo expuesto con anterioridad, se pensó una nueva programación y diseño para que el personal de Agroenergía pueda completar sus datos e ingresar a la nueva plataforma de uso interno.

Para su realización se consideraron los lineamientos inclusivos aportados por las WCAG y Los 9 Pasos para la Comunicación Clara (Prodigioso Volcán, 2020).

Para su diseño se pensó en el uso de colores y tipografías, así como la configuración de esta sección en su conjunto. Se tuvo en cuenta no sólo la diagramación sino también la funcionalidad de cada pestaña para los integrantes de la firma.



* Captura de pantalla diseñada por Wix – Módulo Home

A través de este módulo especial el personal puede tener acceso a:

- Buzón de entrada: para conocer todas las novedades de la empresa. Funciona como un correo electrónico y permite revisar mensajes, eventos, cumpleaños, incorporaciones, capacitaciones y reuniones.
- Calendario: a través de esta sección se puede organizar y planificar de manera simple y ordenada cambios de turnos, ausencias, fechas de vencimientos administrativos, días de cumpleaños, entre otras. Visualmente contiene una estructura de calendario de manera que la información que se

incluye es comprensible y organizada.

- **Recibos de Sueldos:** permite visualizar y descargar los recibos de sueldo del personal. A través de este módulo es posible acceder al historial salarial de cada uno de los empleados y empleadas que forman parte de la empresa.
- **Información impositiva y normativa relacionada con el rubro (combustible).** Variables, estadísticas, vencimientos, etc. Se puede acceder desde este link a normativas y reglamentaciones provistas por la Secretaría de Energía de la Nación.
- **Organigrama:** Funciones, puestos de trabajo y responsabilidades por función. Organigrama funcional y nominado con contacto personal de cada integrante de la empresa.
- **Sucursales.** Ubicación y contacto de cada una de las sucursales de la empresa.
- **Funciones y personal por unidad de negocio.** Permite ver quienes integran cada sucursal.

→ **Buzón de Entrada**



Novedades. En esta sección podrás revisar tus mensajes. Eventos, cumpleaños, incorporaciones, capacitaciones y reuniones.

→ **Calendario**



Planificación y Organización. De manera simple y ordenada visualizará reuniones, cambios de turnos, ausencias.

→ **Recibos de Sueldo**



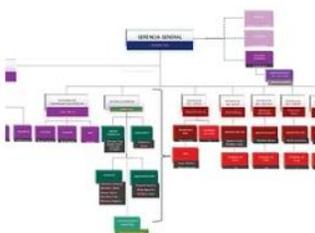
Descargá de recibo de sueldo. Segmentado por año y mes se puede acceder al historial salarial dentro de la empresa.

→ **Información**



Datos. Información impositiva y estadísticas del sector. Índices, variables, vencimientos. Acceso a la web de la Secretaría de Energía.

→ **Organigrama**



Organigrama. En este ingreso puedes conocer todos los integrantes de la empresa. Sus responsabilidades y funciones.

→ **Sucursales**



Ubicación y Contacto. De cada una de las sucursales de la empresa. Funciones y personal por unidad de negocio.

* *Captura de pantalla de diseñada por wix / Módulos de Acceso*

Módulo destinado a cada sucursal. Este constituye un apartado especial. De acuerdo a las entrevistas realizadas y a información vertida por la empresa detectamos que cada sucursal tiene su dinámica propia, con particularidades que difieren del resto.

Esto se debe principalmente a dos factores; por un lado, a que cada sucursal constituye por sí misma una unidad de negocio con diferente número de empleados, empleadas y responsabilidades; y por otro lado porque cada sucursal responde a compañías petroleras que tienen sus propias características. Sumado a esto se encuentran distantes geográficamente.

Agroenergía posee estaciones de bandera blanca, de la compañía Axion Energy y de Puma Energy, esta situación hace que existan requerimientos y reglas particulares, incluso cada compañía posee promociones especiales que varían a lo largo del año y que se suman a acciones promocionales que la empresa lleva adelante en su conjunto.

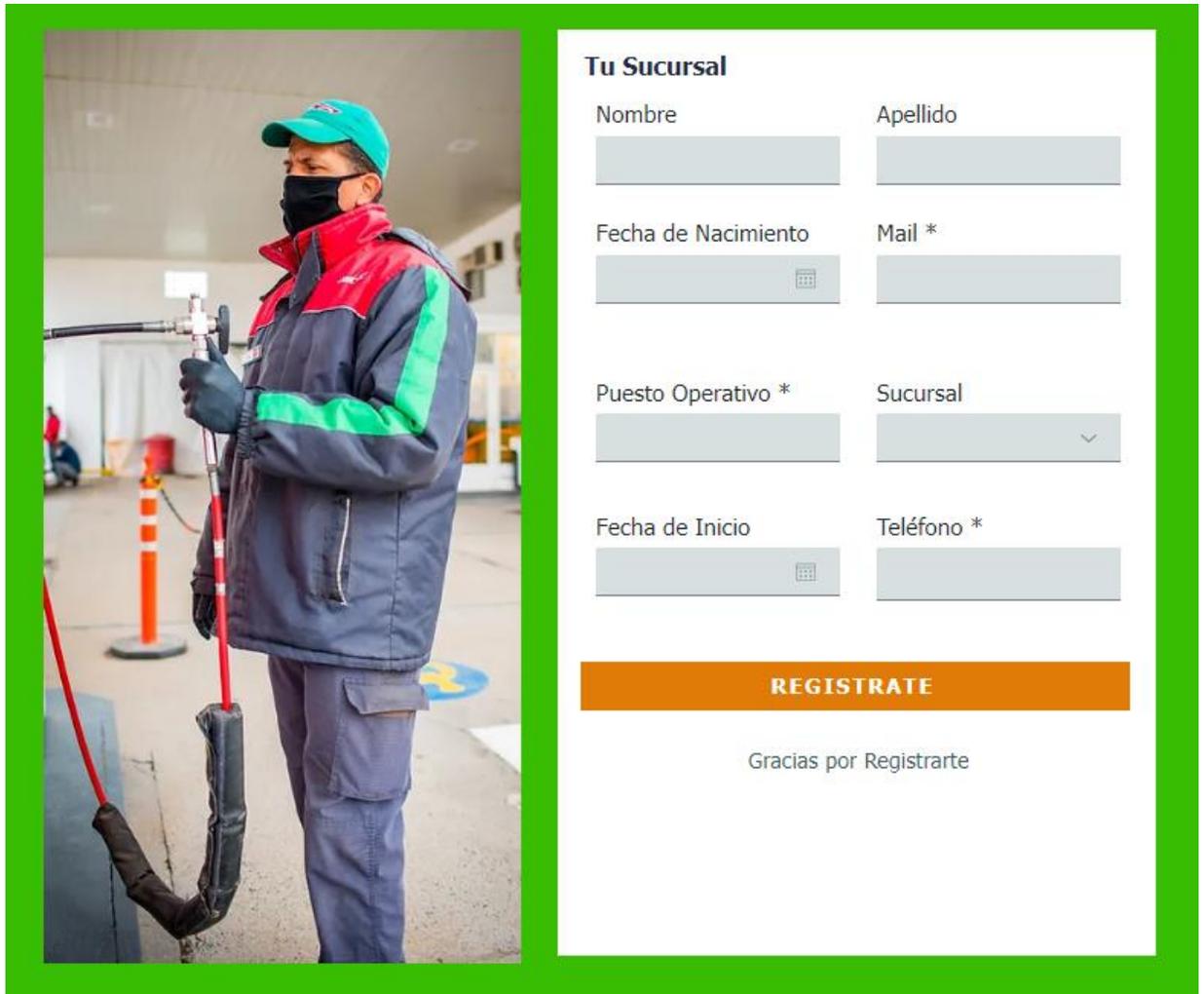
Además, y respecto al número de integrantes y responsabilidades de cada sucursal, hay algunas que cuentan con un amplio staff de personal administrativo y otras que poseen mayor cantidad de personal en playa. Además, hay asesores profesionales externos que no forman parte del día a día de la empresa y que muchas veces no tienen acceso a información de la empresa.

Por estos motivos es que se incluye un módulo especial para cada sucursal donde se comunican cuestiones específicas relacionadas con cada una de ellas.

Sumado a esto en un apartado especial se prevé la carga de información y contenido relacionado con diferentes temas de interés tanto para el rubro, como de impacto e interés social en general. Este contenido está relacionado también con talleres y capacitaciones que se brindan desde la empresa tales como inclusión laboral, violencia laboral, higiene y seguridad, entre otros.

Existen en La Pampa organizaciones que diseñan capacitaciones y encuentros diagramados a medida de lo que la Empresa necesita. Una de ellas es el Equipo Improve conformado por una nutricionista, una bioquímica, una psicóloga y una profesionalidad en meditación. Con este equipo se trabajó en el año 2021 en un encuentro llamado “El Cerebro Femenino” que estuvo organizado para el Día de la Mujer.

Con ellas se puede trabajar en el armado de encuentros programados a desarrollar en varias oportunidades en el año en temáticas como Pausas Activas, Lenguaje Inclusivo, Inteligencia Emocional, Gestión del Tiempo, Trabajo en Equipo, Comunicación Efectiva, entre otras. Las mismas se pueden orientar en alguno de sus módulos a la discapacidad y la inclusión.



** Captura de pantalla de diseñada por wix / Registro por sucursal*

Comunicación Clara al interior de la empresa

El concepto "Comunicación Clara" diseñado y expresado por Mario Tascón y Estrella Montolio pone a la comunicación como una herramienta capaz de incrementar la eficiencia de las empresas, promoviendo una interacción que el público pueda entender y usar sin dificultades. Implica además una reorganización dentro de la cultura comunicativa de la empresa que, para llevarla adelante y cumplirla, requiere de una metodología que debe respetarse y practicarse de manera rigurosa.

Es fundamental aquí la responsabilidad y la exigencia de los altos mandos, pero también el compromiso y la pertenencia de los integrantes de la firma. El trabajo en equipo junto con una herramienta, digital en este caso, que ordene y articule las funciones de cada integrante permiten el fluir de las comunicaciones y en consecuencia la eficiencia de cada sector en particular y de la empresa en su conjunto.

Para que la “Comunicación Clara” funcione y logre su objetivo convergen variables a atenderse y respetarse.

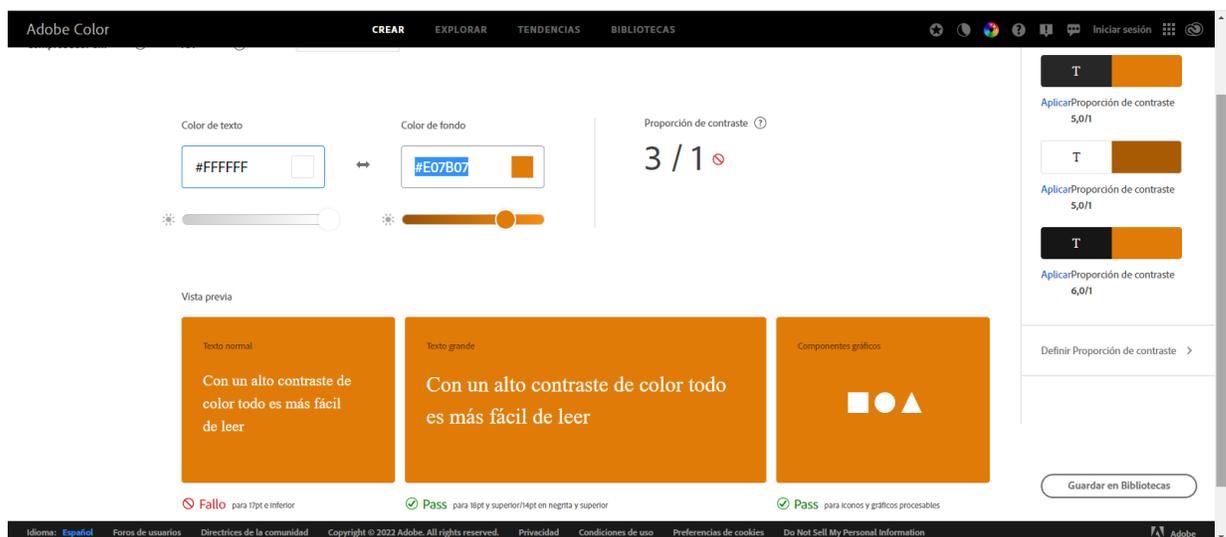
Lenguaje Claro: la información redactada en cada uno de los módulos es simple y sin términos confusos de modo que pueda ser comprendida por todos y todas. No se usan conceptos complejos que obstaculicen la comprensión de los usuarios.

Lenguaje Visual: en este punto entran en juego en su conjunto textos, imágenes y formas; junto con la tipografía, la composición de imágenes, los íconos, símbolos, infografías, fotos y demás recursos que en su totalidad forman un todo que debe comprenderse de manera simple por cada uno de los usuarios de la plataforma.

Por esto el uso del color es uno de los puntos a considerar. El naranja y el verde elegidos en esta oportunidad fueron modificados de modo de lograr un mejor contraste y visibilidad.

Existe una aplicación que permite probar y elegir colores y combinaciones que son accesibles sobre todo a personas con diferentes tipos de daltonismo y también para lograr un contraste que permita su legibilidad. Esta aplicación se llama Adobe Color y posibilita ir probando combinaciones y configurando diferentes paletas de colores.

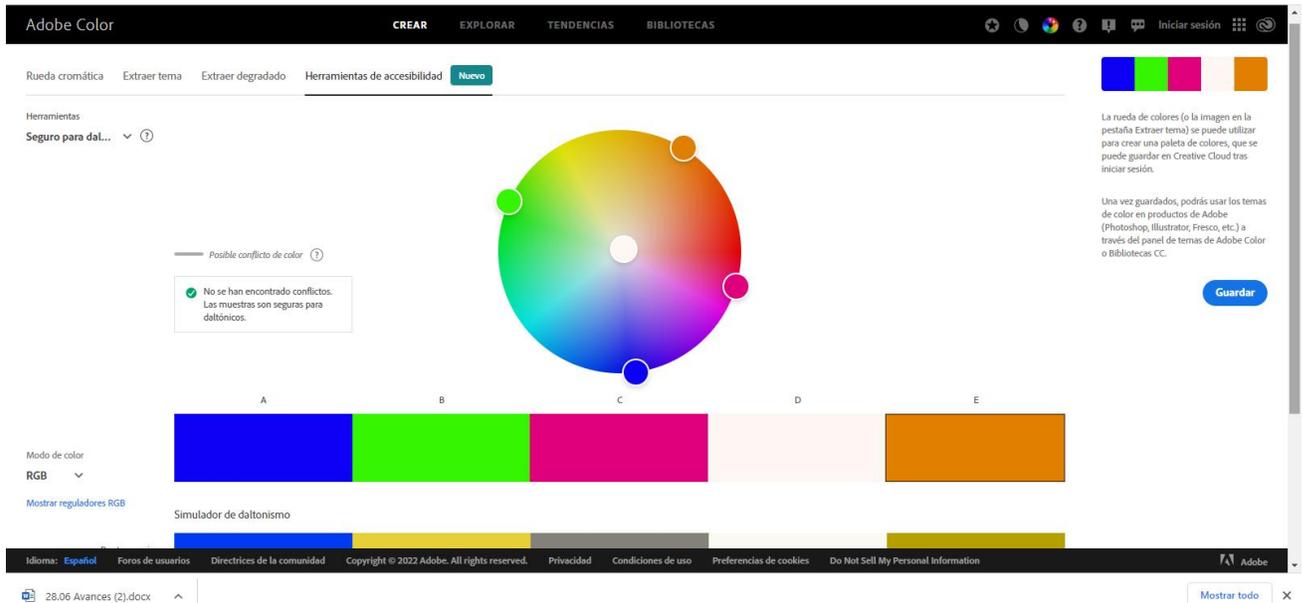
Se tienen en cuenta tamaños de tipografías, uso de íconos, tipo de letras y permite ensayar en línea posibilidades de composiciones y usos.



* Captura de pantalla color.adobe.com/es/create/color-contrast-analyzer

También es posible utilizar una herramienta de accesibilidad que a través de múltiples opciones permite determinar qué colores pueden ser visualizados por personas con diferentes grados de

daltonismo. Es posible en esta opción guardar la paleta de colores.



* Captura de pantalla <https://color.adobe.com/es/create/color-accessibility>

De este modo se respetó el uso de los colores originales, pero se los adaptó de manera que sean accesibles y puedan obtener una mayor y mejor legibilidad.

La tipografía también constituye un punto a tener en cuenta al momento de considerar criterios de accesibilidad web. Para ello en la configuración se utilizó la misma familia tipográfica. Se trata de la tipografía Tahoma que es una fuente de uso común posible de ser encontrada en diferentes programas; esto posibilita la apertura desde cualquier aplicación sumado a que resulta familiar para el usuario.

Según Carie Fisher (2018) en Diseño Contenido Accesible: Tipografía, Estilo de Fuente y Estructura “La forma más fácil de hacer accesible su tipografía es elegir una fuente común y limitar el número de fuentes en su sitio Web”.

Por este motivo en la plataforma diseñada se utilizó sólo esta fuente en su versión negrita y light. Se evitaron tipografías manuscritas, de fantasía y se prestó atención a que pueda ser utilizada con caracteres en mayúscula y en minúscula. El uso de tipografías manuscritas o de fantasía suelen ser agradables a la vista, sobre todo en el diseño gráfico, pero al momento de la lectura pueden ocasionar confusiones.

Otro elemento a considerar es el tamaño de la fuente; según la publicación Diseño Contenido Accesible, los tamaños de fuente deben establecerse en por lo menos 14px o mayor. En el caso de

la plataforma diseñada los tamaños seleccionados fueron de 17px en adelante.

Se limitó también el uso de variaciones de la fuente como cursiva, mayúsculas y otros métodos de diseño que pueden dificultar la lectura del contenido.

Al momento de la legibilidad también se prestó atención al interlineado y a la distancia entre los diferentes caracteres de modo que las palabras y letras no se interpongan, logrando así una fluidez en la lectura. Sobre todo, cuando se utilizaron tipografías en negrita que por su grosor podían entorpecer y generar confusión.

Para algunas personas con discapacidades en la visión la lectura de largas líneas de texto también puede ser una barrera ya que pueden presentar dificultad para mantener y seguir el flujo del contenido. De esta manera se pensaron textos cortos diseñados en bloques estrechos no justificados; porque al ser justificados muchas veces se generan blancos entre cada palabra que puede complejizar la lectura.

En el momento de la redacción y el diseño se evitó también la utilización del color como condicionante para realizar determinada acción. Por este motivo se empleó en su defecto los subrayados o la utilización de tipografía en negrita o en mayúscula.

El uso de imágenes y/o fotografías también fue de especial tratamiento al momento de pensar la plataforma. En todos los casos se utilizaron fotografías originales y propias de la empresa. Las personas que allí aparecen forman parte de la firma e incluyen a personal administrativo, gerencial y de playa. En ningún caso se superpuso texto en las imágenes para no confundir al usuario.

Lenguaje de Especialidad: la redacción de la página web de Agroenergía no implica los mismos condicionantes o supuestos que se tienen en cuenta al momento de redactar la plataforma para uso interno. A la web de acceso libre puede acceder el público en general a buscar información sobre un determinado tema.

En el caso de una plataforma de uso interno los usuarios son personal de la firma que ya poseen conocimientos previos relacionados con el rubro, se trata del público interno de Grupo Agroenergía. Tienen acceso al organigrama, al manual de funciones de la empresa, la ubicación y el contacto de todas las sucursales, la descarga de los recibos de sueldo, la posibilidad de conocer todas las novedades de la firma, y organizar y planificar un calendario de actividades, entre otras funciones.

Es válido aclarar que las 3 capturas de pantalla que aparecen en esta propuesta fueron diseñadas de manera amateur con la plataforma Wix y se utilizaron de modo de ejemplo para graficar y mostrar

en imágenes los puntos tratados relacionados con el uso del color, la tipografía, el tamaño, etc. El contenido es el que propone incorporarse en la nueva plataforma de uso interno.

Cronograma

Para llevar adelante este Plan fue necesario contar con un cronograma de tareas o actividades que guiaron el proceso y todas las etapas que forman parte del mismo. Esto permitió coordinar el trabajo, establecer tiempos y responsabilidades y contemplar todas las variables que deben considerarse al momento de iniciar el trabajo de campo.

Existe un diagrama afín a estas tareas, recibe el nombre de Diagrama o Cronograma de Gantt. José Manuel Mille Gallán (2004) en el Manual Básico de Elaboración y Evaluación de proyectos lo describe de la siguiente manera:

En esencia es una planificación en forma de matriz de doble entrada, en la que las filas sirven para indicar las actividades que se desarrollarán para conseguir los objetivos y las columnas se utilizan para especificar los términos de tiempo concretos de duración de cada una de las actividades. (Mille Galán, 2004, p. 44)

Este cronograma establece fases de trabajo que mantienen relación con los objetivos que guían el trabajo. También está incluido y estipulado el tiempo aproximado de duración del desarrollo de cada una de estas etapas. Las actividades se organizan temporalmente sub dividiéndolas en fases o etapas y de ser necesario se agrega también el responsable de ejecutarlas.

El cronograma puede ser de gran utilidad para hacer el seguimiento y la evaluación del proceso del proyecto ya que permite tener en cada momento una idea de la manera de cómo se van desarrollando las actividades y cumpliendo los plazos previstos. En caso contrario, se pueden introducir las observaciones necesarias.

Además, las actividades tendrán un plazo de ejecución que deberá respetarse en la medida de lo posible porque en el transcurso del trabajo de campo también deberán contemplarse los imprevistos. Mille Galán incluye también las “actividades sin cronograma” que son aquellas que no se pueden temporalizar pero que también están incluidas en la investigación, estas se pueden incorporar y describir dentro del proyecto.

La planificación de este trabajo final estuvo sistematizada a la luz de los aportes de Mille Galán que siguiendo sus lineamientos y a través de este diagrama de doble entrada permite ordenar las tareas y respetar plazos previstos.

Conclusiones



Grupo Agroenergía inició un proceso inclusivo en el año 2019 con la incorporación a su staff laboral de una persona con discapacidad, una acción concreta ejecutada en un contexto específico.

En base a la investigación realizada llegamos a la conclusión que para que esta medida aislada se implemente en la organización y cobre sentido debe nutrirse de variables que completen el proceso.

Al inicio de este trabajo nos propusimos los siguientes objetivos que fuimos desarrollando a lo largo de la investigación:

Objetivo General

- Planificar un sistema de comunicación institucional interna digital con perspectiva inclusiva.

Objetivos Específicos

- Investigar los procesos de interacción que se dan entre los públicos internos del Grupo Agroenergía.
- Proponer una acción comunicacional que dinamice la gestión interna del Grupo Agroenergía.
- Generar contenidos digitales y acciones internas inclusivas.

Para **planificar un sistema de comunicación institucional integral digital y con perspectiva inclusiva**, objetivo central de este trabajo fue necesario conocer en profundidad el funcionamiento de la empresa, analizar su documentación y conocer su desarrollo diario.

En base a toda la información recolectada, al análisis documental, entrevistas efectuadas a directivas, y teniendo como base las plataformas digitales actuales y la dinámica diaria de la firma se pensaron etapas de trabajo a ejecutar dentro de la empresa; entre las que se incluyen:

- reuniones informativas periódicas de actualización con todo el personal y por sucursal,
- readecuación de la web siguiendo lineamientos inclusivos y habilitando funciones que hoy están desactivadas,
- readecuación de toda la señalética informativa de todas las sucursales,

- incorporar talleres y/o capacitaciones programadas durante el año con temáticas inclusivas.
- diseño, programación e implementación de una sección en la web o intranet de la empresa que sea de acceso interno para el personal de la firma.

Este último punto es fundamental y es la base de los objetivos postulados a lo largo de este trabajo final. En la actualidad no existe un sistema de comunicación interna de carácter digital que sea usado por todo el staff de Grupo Agroenergía. Los medios de comunicación utilizados son principalmente WhatsApp y en menor medida el correo electrónico, solo utilizado por el personal administrativo, quedando exceptuado el personal de playa.

Por este motivo es que de la investigación desarrollada surgió la necesidad de contar con una plataforma de uso interno para agilizar las comunicaciones e interacciones y centrarlas en un mismo canal. Como profesionales de la comunicación se determinaron los enlaces, el contenido, la modalidad de interacción y la estructura de funcionamiento. Es necesario el trabajo conjunto con profesionales de diseño gráfico y la programación web que ejecuten los lineamientos propuestos.

Entre los objetivos específicos necesarios para avanzar en este camino también ha sido vital **investigar los procesos de interacción que se dan entre los públicos internos del Grupo Agroenergía**. Se consideraron variables relacionadas con el seguimiento y acompañamiento de las tareas diarias del personal, la capacitación y actualización de todos los y las integrantes del cuerpo laboral, y el abordaje integral del Departamento de Recursos Humanos en su papel de coordinar cada función y puestos laborales de manera inclusiva e integradora.

Se obtuvo información a partir del diálogo directo con el personal de la firma, sus aportes indicaron la importancia de contar con una aplicación de uso general e integral por todo el equipo de trabajo.

Entre las acciones comunicacionales que se proponen de modo de **dinamizar la gestión interna de los y las integrantes de Grupo Agroenergía** se postula la importancia que haya reuniones periódicas presenciales entre los miembros de cada sucursal, y reuniones grupales semestrales con todo el personal.

Es vital que toda la empresa tenga conocimiento de lo que sucede en cada sector, y para que esto se dé de manera ágil y considerando que las sucursales se encuentran en distintas ubicaciones es importante contar con un sistema de comunicación interno que posibilite el conocimiento de lo que sucede en cada lugar. Hoy acontecen acciones aisladas que pasan desapercibidas para el personal de algunas sucursales, sobre todo las ubicadas en el interior de la provincia.

Para esto, la plataforma deberá permitir el acceso a notificaciones que pueden consultarse en

cualquier momento desde dispositivos móviles o de escritorio y también se propone el envío de un documento mensual con todas las novedades de cada sucursal de modo que todos los integrantes se notifiquen de las acciones en marcha y proyectos a futuro.

A través de esta plataforma se podrá también descargar recibos de sueldo, visualizar el calendario de actividades y reuniones, conocer información relacionada con la jornada laboral y estatuto de trabajo, la normativa, novedades impositivas, ausencias y vacaciones, actualizaciones salariales, entre otras.

Para llevar adelante estas tareas es necesario **generar contenidos digitales y acciones internas inclusivas**. Para eso es esencial que el contenido enviado sea claro, interactivo, y estimulante a la lectura. Hay herramientas que colaboran en este proceso; plataformas digitales que organizan y simplifican la tarea diaria, programas de organización interna de recursos humanos, página web que sistematizan datos y brindan experiencias de usuario interactivas.

Todo esto debe acompañarse inevitablemente de interacciones diarias entre sus integrantes que vayan en el mismo sentido y que en conjunto determinen la cultura organizacional de la empresa. Talleres, capacitaciones y espacios de encuentro entre todo el personal resultan acciones fundamentales a la hora de generar y proponer temas disparadores para trabajar y desarrollar en grupo.

La Comunicación Clara implica pensar la cultura organizacional de la empresa donde sus integrantes se sientan seguros y estén en el centro de la toma de decisiones, se auto perciban parte de todo el proceso. Es preciso contar con una metodología clara y rigurosa, que incluya toda la organización, desde los mandos altos hasta el personal que recién se inicia, para que desde la base se incorporen los lineamientos propuestos.

Continuamente generamos y producimos nuevas informaciones y comunicaciones de modo tal que se convierte en una tarea habitual estar atentos a la manera en que nos comunicamos y a los términos que empleamos cuando nos desenvolvemos dentro de las organizaciones.

Este estudio desarrollado a lo largo de la Especialización es factible de ser aplicado a otras instituciones o empresas de similares características. La experiencia profesional en la ciudad de Santa Rosa permite asegurar que resta mucho trabajo organizativo y comunicacional con un enfoque inclusivo en pequeñas y medianas empresas de la provincia de La Pampa.

Corroboramos también que ante la experiencia cercana de fragilidad y vulnerabilidad en la que nos instaló la pandemia, asistimos al nacimiento de una poderosa sensibilidad a favor de cuidar el tejido social fuera del cual no es realizable nada y promover desde todas las dimensiones, organizaciones,

empresas y ciudadanía en general igualdad de oportunidades.

Es mucho el trabajo por realizar y el aprendizaje a incorporar. Un proyecto con estas particularidades supone un desafío y un compromiso a largo plazo, donde es necesario e imprescindible la responsabilidad no sólo de las organizaciones sino de toda la sociedad; para que entre todos y todas nos comprometamos en el camino tan necesario y gratificante de la inclusión.

Bibliografía



Bibliografía

Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, y técnica*. España. Netbiblo S.L.

Carreras Montoto, O. y Revilla Muñoz O. (2018). *Accesibilidad Web WCAG 2.1*. España. Itákora Press.

Camus, J.C. (2009) *Tienes 5 Segundos*.
Recuperado de <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/cl/legalcode>

Fisher, C. (2018) *Diseño Contenido Accesible: Tipografía, Estilo de Fuente y Estructura*
Recuperado de <https://webdesign.tutsplus.com/es/articles/designing-accessible-content-typography-font-styling-and-structure--cms-31934>)

Guía Breve de Accesibilidad Web (2022)
<http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/>

Igarza, R. (2008). *Móvil, Digital, Entretenido: La Sociedad del Ocio Intersticial*.
Recuperado de <http://nuevosmedios.files.wordpress.com/2008/03/artmovil-digital-y-entretenido-igarza-2008.doc>.

Irigaray, F. y Lovato, A. (2014). *Hacia la Comunicación Transmedia*. - 1a ed.
Rosario. UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

López, A. y Cabello, R. (2017). *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías*.
Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Rada Tilly: Ediciones del gato gris.

Massoni, S. y Gore E. (2008). *Los desafíos de la Comunicación en un mundo fluido*.
Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Mille Galán, J. (2004). *Manual Básico de Elaboración y Evaluación de Proyectos*. Universidad de Coruña. Barcelona, España.

Organización Mundial de la Salud. Naciones Unidas. www.un.org.es.
Objetivos de Desarrollo Sostenible.
Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/inequality/>

Organización Panamericana de la Salud. (2021) <https://www.paho.org/>.
Recuperado de <https://www.paho.org/es/temas/discapacidad>

Orihuela, J. L. (2011). *Mundo Twitter*
Barcelona, Alienta Editorial.

Ortuzar, I. y García Lucero, D. (2002) *Metodología de la Investigación Aplicada (A la Comunicación) Tomo 2 – Unidades IV y V*
Córdoba. Universidad Nacional de Córdoba Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.
Escuela de Ciencias de la Información.

Peña Timón V. y Mañas Valle S. (2015) *Narración digital, lectorautor, prosumidor y realidad*.
Maracaibo, Venezuela en Biblioteca digital. Universidad del Zulia.
Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5834786>

Montolio E., Tascón M. Prodigioso Volcán. (2020). *Manual El Derecho a Entender. Comunicación Clara*.
Recuperado de <https://www.prodigiosovolcan.com/>

Prodigioso Volcán. *Contribuir a los ODS a través de la Comunicación Clara*.
Recuperado de <https://www.prodigiosovolcan.com/proyectos/contribuir-a-los-ods-a-traves-de-la-comunicacion-clara/>

Scheinsohn, D. (1997). *Más allá de la imagen corporativa*.
Buenos Aires. Argentina. Ediciones Macchi.

Shell.com.ar (2014). *Personas con Discapacidad*.
Recuperado de www.shell.com.ar/oportunidades-laborales/diversidad-e-inclusion/personas-con-discapacidad.html

Surtidores.com (2009) *Diversidad e inclusión: Como YPF promueve la igualdad de oportunidades en su cadena de valor.*

Recuperado de

<https://surtidores.com.ar/diversidad-e-inclusion-como-y-pf-promueve-la-igualdad-de-oportunidades-en-su-cadena-de-valor/>

Toffler, A..(1980) *La Tercer Ola.*

Colombia, Plaza & Janes. S.A.. Editores.

Recuperado de <https://cudeg.com.uy/wp-content/uploads/2017/10/La-tercera-ola.pdf>

Uranga, W. (2008) *Prospectiva Estratégica desde la Comunicación.* Buenos Aires, Argentina.

Recuperado de

http://www.periodismo.undav.edu.ar/asignatura_cc/csb06_diseno_y_gestion_de_politicas_e_n_comunicacion_social/material/uranga5.pdf

Visión Sustentable (2020) *Alianza con Premio para Armar un Mundo Mejor.*

Recuperado de

<https://www.visionsustentable.com/2020/08/04/alianza-con-premio-para-armar-un-mundo-mejor/>

Wenger, E. (1998) en *Hacer visible lo invisible. Una Introducción a la formación en el trabajo* de Ernesto Gores y Marisa Vázquez Mazzini.

Argentina: Editorial Granica.

Wikipedia (2008) *Web Content Accessibility Guidelines.*

Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Web_Content_Accessibility_Guidelines

World Wide Web Consortium (2022) Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos.

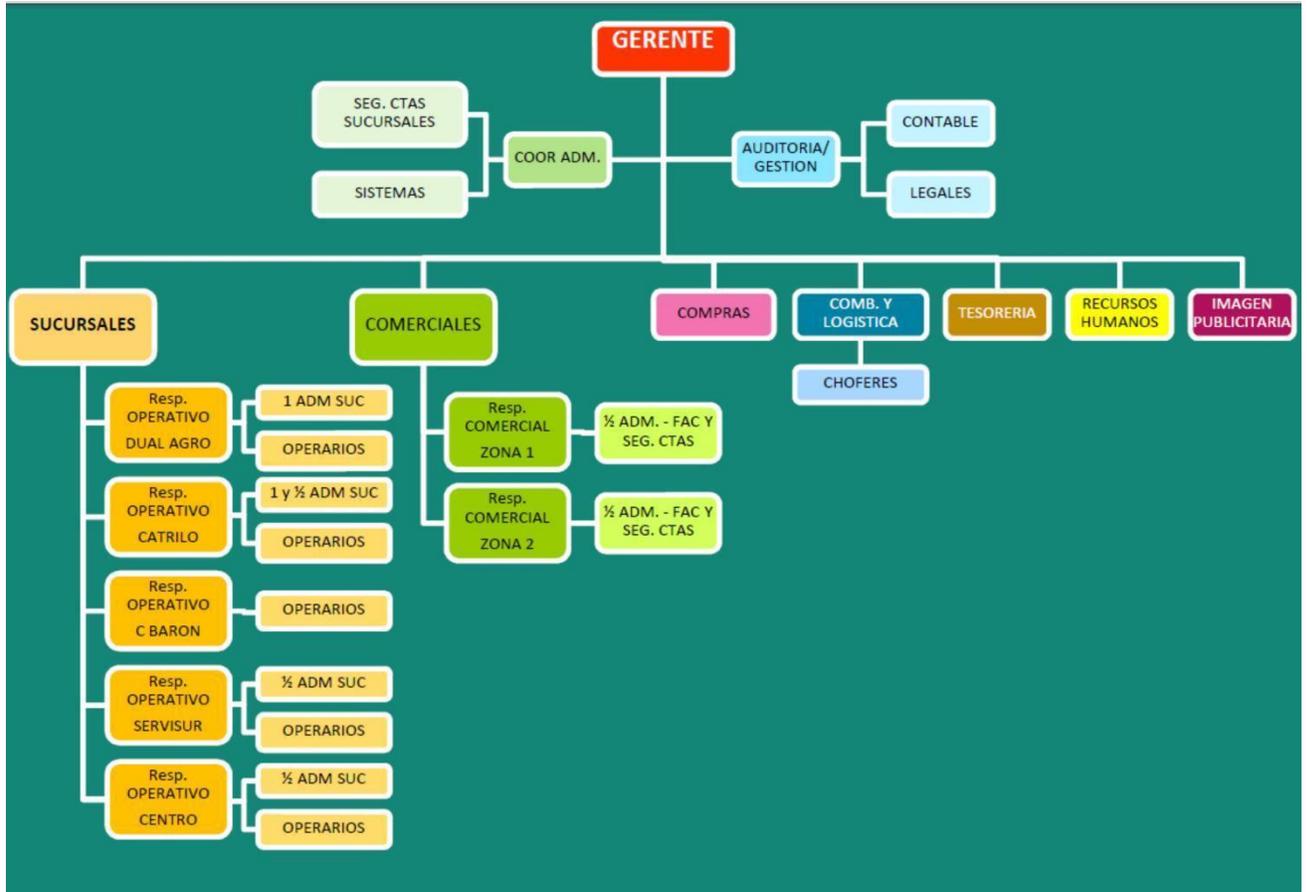
Recuperado en <https://www.w3.org/>

Anexo

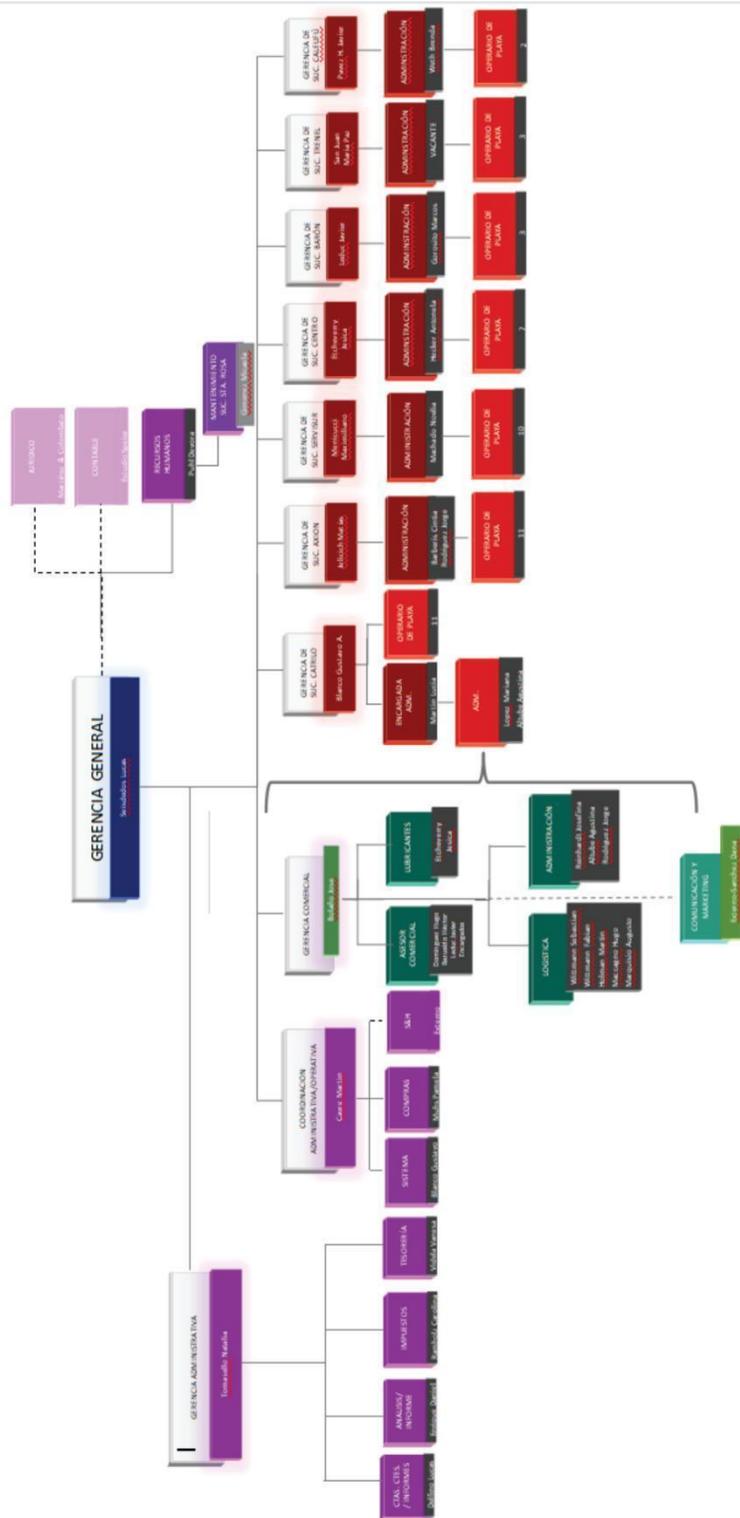


Anexo

Boceto Organigrama confeccionado en el año 2021



Organigrama Operativo por funciones confeccionado en el año 2022



Entrevista a RESPONSABLE DE RRHH / Dévora Puhl

Martes 31 de mayo de 2022

- Existe actualmente en la empresa algunas personas con discapacidad? ¿De ser así que funciones cumple?

En el mes de septiembre del año 2019 ingresa a trabajar Nicolás en el área de Playa de la Estación Puma de Grupo Agroenergía. Esta constituye la primera experiencia inclusiva al incorporar una persona con una discapacidad (retraso mental leve).

- Continúa trabajando aún en la empresa y como ha sido su modalidad de contratación?

En el inicio Nicolás tuvo un contrato por seis meses con renovación de 6 meses posteriores. Nicolás continúa hoy en cumple funciones en coordinación con el área de Recursos Humanos de Grupo Agroenergía.

La iniciativa de su contratación fue de manera conjunta con la CECLA Cámara de Expendedores de Combustibles, Lubricantes y Afines de La Pampa y el área de Discapacidad de la Provincia de La Pampa, que inicialmente se hicieron cargo de los aportes.

Pasado el año con esta modalidad de trabajo, Nicolás comienza a ser empleado exclusivo de la Empresa a finales del año 2020, renunciando a su pensión nacional por discapacidad. Esta fue una decisión familiar, junto a sus padres y a su mujer. A la fecha Nicolás tiene 34 años y hace 3 años que es parte de Grupo Agroenergía.

- ¿Cómo es el día a día de Nicolás en la Empresa? ¿Qué funciones cumple?

Tiene una gran capacidad de trabajo, compromiso con las tareas, ganas de superarse y sumar nuevos desafíos. Participa de las reuniones grupales como el resto de los empleados y si requiere una mayor atención de parte del encargado de su sucursal, se trata del seguimiento diario pero enriquecedor.

Sus funciones diarias se desempeñan en el sector playa donde carga combustible a todo tipo de vehículos y suele realizar también el cobro y la facturación.

Como todos los empleados y empleadas utiliza el sistema de la empresa con su propio usuario y contraseña. Allí carga sus ventas, cierres de turno y demás cuestiones operativas que hacen a su función diaria dentro de su turno de trabajo que es de 8 horas diarias.

- Cómo es trabajar con el resto de sus compañeros y compañeras?

Todos destacan el aporte y el entusiasmo que genera contar con una persona como Nicolás en el equipo. Siempre desarrolla nuevos vínculos y fortalece el equipo de trabajo. Aporta valores y suma cualidades y desafíos al grupo laboral.

En el caso de Nicolás continuamente intenta superarse sumando y proponiendo nuevas responsabilidades, haciendo además amistades en sus nuevos compañeros.

- A partir de esta experiencia la empresa ha evaluado sumar nuevas personas con discapacidad a sus puestos laborales?

Es una inquietud que tenemos constantemente. Se deben analizar muchos factores y en particular el lugar de trabajo y los jefes directos. También requiere de tiempo, análisis y un correcto seguimiento de cada persona de ahí que es se pretende a futuro incorporar nuevas personas de acuerdo a puestos laborales puntuales que deben cubrirse. Supone hacer un trabajo a conciencia y para eso no se toman decisiones apresuradas, y las mismas deben ser en sintonía con la autorización del directorio.

Entrevista a GERENTA ADMINISTRATIVA / Natalia Tomasello

Martes 31 de mayo de 2022

- Grupo Agroenergía cuenta con página web actualizada?

La página de Grupo Agroenergía fue actualizada en el año 2020 y a finales del 2021 se modificó la gestión de la web. Actualmente existen muchas funciones que no se encuentran activas como el carro de compras. Si se ha actualizado información sobre las sucursales, donde se han agregado las nuevas junto con la direcciones, teléfonos y datos de contactos.

La agencia que se encarga de estas tareas está radicada en Buenos Aires y también efectúa las placas de redes sociales.

- Que programa de gestión, administración y comunicación interna utiliza la Empresa?

Los empleados utilizan el programa AICON. Cuando ingresa una nueva persona a la empresa se le otorga un usuario y contraseña, de acuerdo a sus funciones y/o responsabilidades tiene acceso a diferentes pestañas. Este programa es puramente administrativo y de gestión no se realizan comunicaciones internas.

- Cómo se comunican diariamente? ¿Cómo se informan sobre reuniones de personal?

Cada sucursal tiene un grupo de whats app con su encargado. El personal de playa no tiene mail, el personal administrativo si posee cuentas de correo electrónico provistas por la empresa.

Hemos mantenido reuniones con desarrolladores de aplicaciones, existen algunas experiencias interesantes en el mercado donde los empleados pueden interactuar, estar informados, descargar sus recibos de sueldo, contar con información laboral, etc. Pero detectamos que las interfaces no son amigables, interactivas ya que son muy rígidas y se asemejan a un correo electrónico.

Ese formato no nos ha sido de utilidad, es una deuda pendiente.

- Funciona el grupo de Whats app para comunicarse con el personal?

Funciona como una situación intermedia, pero podría funcionar mejor, porque se confunden muchas veces los ámbitos personales con los laborales y ahí informaciones que se pierden, así como debates que se dan fuera del horario laboral.

Si considero que en este rubro más allá de las informaciones digitales, los carteles, los comunicados lo que siempre suma y da resultado es la comunicación cara, la palabra de tu superior informándote una medida o una acción siempre da el resultado óptimo.

¿Existe alguna modalidad especial de comunicación?

En la playa en algunos sectores de la cabina existe un tipo de cartelera donde se pegan comunicados, informaciones impositivas, laborales, etc. Pero no de manera formal. Sería interesante contar con un sistema que englobe todo, comunicaciones formales e informales, desde comunicados internos, acciones de la empresa en la comunidad, cumpleaños, fechas especiales, cambios de puestos, nuevas incorporaciones. Todo en un sólo lugar, pero sí en formato tipo de red social, interactivo, de fácil uso donde incluso puedan responderse encuestas, hacer concursos, etc. Debe ser una APP amigable donde los empleados incentiven su uso.

Entrevista ENCARGADA de Puma Agroenergía Suc. Centro / Jessica Echeverry

Miércoles 21 de abril de 2023

¿Cuántos empleados cuenta esta sucursal?

Contamos con 8 empleados en total, entre operarios y responsables de playa. Todos desarrollan funciones en el sector de la playa no tenemos personal propio en el shop de esta estación. Son 6 varones y 2 mujeres. También en la oficina hay una persona en administración que me hace de soporte sobre todo en facturación.

¿Cuánto hace que estás a cargo de este grupo?

Hace un año recién. Siempre estuve en el área de compras y en el manejo de lubricantes, en el sector comercial. Tenía un trabajo bastante solitario, podría decirse. Esto supuso un desafío porque tengo que manejar personal; a la vez tengo que estar disponible todo el tiempo, pero tengo también el beneficio de tener flexibilidad con mis horarios.

¿Cómo es el trabajo de Nicolás? ¿Y cómo es su relación con el resto del grupo?

Cuando inició Nicolás yo no estaba de encargada en esta estación. Se inició como operario de playa y con el tiempo fue tomando más responsabilidades y tareas. Sumó conocimientos en el uso del programa de facturación, cobro, pagos, manejo de efectivo, cierre de turnos, es uno más del equipo de trabajo. Tiene una excelente relación con sus compañeros.

¿Requiere algún trato especial? ¿Hay alguna política inclusiva especial propuesta por la empresa?

Ninguno, es uno más. Y cada vez que surge un problema o cuestión a resolver, él las trata personalmente, es muy frontal y directo. Si algo le molesta lo plantea directamente con claridad y educación.

No tenemos ningún lineamiento especial desde nuestros superiores, Nicolás hasta el momento es y ha sido la única persona con discapacidad de la empresa. En mi caso particular no tengo constancia que vayan a ingresar más personas o que haya una política empresarial respecto a la inclusión de personas con discapacidad.

¿Cómo se comunican con el personal y entre superiores?

A través del Whats App, participamos de varios grupos, con el personal, de encargados, con el gerente y también de diferentes temas como lubricantes, proveedores, logística, con el personal

administrativo también.

También tenemos correo electrónico, pero lo usamos solamente para el envío de documentación y para alguna cuestión puntual.

¿Qué información se envían a través de los grupos de WhatsApp?

De todo tipo, sobre reuniones, cambios de turnos, también se avisa si hay faltas, ausencias, roturas o fallas en la playa. Ese tipo de cosas en los grupos donde está el personal. Pero también en el grupo donde están los integrantes de administración la información es sobre cuentas corrientes, compras, pagos, ventas, y ese tipo de cuestiones.

Entrevista a OPERARIO de Playa de Puma Agroenergía Suc. Centro / Nicolás Ohaco

Miércoles 21 de abril de 2023

¿Cuánto hace que arrancaste a trabajar acá?

Ya hace tres años, casi cuatro. Y siempre en la playa y en esta estación. Mi puesto es de ayudante y también estoy a cargo de turnos, de encargado de playa, voy rotando.

Antes de Agroenergía, ¿trabajaste en algún otro lugar?

Yo trabajé de chofer de camiones, trabajaba en una empresa familiar, Viajaba lejos, conozco el norte y el sur de La Pampa. Ahí estuve años y llevaba hacienda, también estuve en el campo trabajando allí. Después empecé en Agroenergía con un convenio con CECLA.

¿Qué tareas haces en la Playa?

Siempre en la playa, hago despacho, uso la computadora y todo el programa de pagos y cobros. Manejo la computadora y efectivo, también tarjetas de crédito, y cálculos en cuenta corriente.

¿Quién te enseñó a usar estos programas?

Mis compañeros con el transcurso del tiempo, no tuve capacitación especial, fui aprendiendo con el tiempo.

¿Participas de encuentros o capacitaciones que brinda la empresa al personal?

Tenemos capacitaciones de higiene y seguridad y de manejo de cargas, apagar incendios y ese tipo de cosas que se pueden pasar en la playa. Hay otras que son solo para el personal administrativo relacionadas con otros temas como salud, violencia, uso del tiempo, y otros temas.

¿Cómo se comunican entre los compañeros y con la encargada?

Por Whats App tenemos varios grupos, uno con los compañeros, otro por el tema de sistemas y por si no anda el programa, otro de los compañeros y la encargada y otro más donde solo recibimos mensajes y no podemos escribir donde nos comunican los objetivos, logros y esas cosas, es tipo lista de difusión. En total son 4 grupos de WhatsApp.

También tenemos un solo correo electrónico para todos que lo podemos abrir solamente en la computadora.

¿Participas de algún grupo con el resto de las estaciones?

No, sólo el grupo de esta estación, no estoy en un grupo con las otras estaciones. El de acá somos 8 y ahí nos escriben si hay alguna reunión o si no nos informan cara a cara.

¿Recibís algún apoyo o acompañamiento de la Cámara de Expendedores de Combustibles, Lubricantes y Afines o de la Dirección de Discapacidad?

Cuando empecé a trabajar en Agroenergía los primeros 4 meses estuve en contacto con ellos porque mi convenio de trabajo era con la empresa y con CECLA. Teníamos reuniones, después entré a Agroenergía como personal estable, sería fijo; estuve 6 meses a prueba y después ya totalmente de Agroenergía. Nunca más tuve contacto con ellos.

¿Crees que hay algo que se pueda mejorar en la Empresa?

La forma de comunicación. Que haya más comunicación y que sean más llevaderas las cosas, digamos que la empresa haya más encuentros claro, que sea mejor el trabajo en grupo, que sea mejor y que sea más unido

Problemas va a haber en todo trabajo, entre compañeros también, pero hablando y comunicándonos más se pueden evitar. Con la encargada puedo hablar mucho, pero con más respeto porque es mujer, es más sensible con el encargado varón era más bruto era distinto el trato, pero igual con Jessica puedo hablar de todo.

Sería importante para mí estar más comunicado con todos, con el resto de la empresa. Yo se usar redes sociales, el teléfono, subir fotos, mandar archivos por eso creo que debería haber una forma de poder ser parte y aprender de estos programas. Los conocimientos básicos los tengo y estoy en condiciones de seguir aprendiendo siempre, y siempre y cuando me enseñen y capaciten.

Presupuesto Implementación y Licencia de Uso Software UAALOO



Gestión de Recursos Humanos

AGROENERGÍA SA.
SERVISUR SRL.
LOGÍSTICA ACTIVA SA.
DON ANTONIO SRL.
At. Mauro Lapaco

EMISIÓN : 5 / Agosto /2022

PRESUPUESTO	VALOR	DETALLE	TOTAL
Licencia Uaaloo RH Propuesta hasta 85 usuarios. (firmas electrónicas bonificadas) Soporte: Correo electrónico durante periodo de cada licencia.	\$ 18.700.-	Mensual	\$ 18.700.-
Implementación – Configuración (Dentro de los 15 días) Configuración según la política del cliente. Administración de roles de acuerdo a las preferencias del cliente. Incorporación de logos en los diversos portales de acceso. Alta de las claves de acceso de los usuarios. Notificación de contraseñas a cada uno de los usuarios. Habilitación General del Sistema. *A los efectos de la implementación y configuración el cliente deberá entregar la información requerida por Uaaloo.	\$ 9.350.-	Única vez	\$ 9.350.-
Academia uaaloo (Formación – Capacitación) Capacitación Inicial: (2) sesiones. Capacitación online durante el proceso de implementación. Seguimiento y soporte de capacitación durante los 15 días siguientes a la implementación a todos los usuarios.	Bonificado		Bonificado