

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



“Propuesta de Comunicación para Agua Pura Mejor Vida”

BRENDA BEATRIZ MAZARIEGOS IZEP

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2014.

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

“Propuesta de Comunicación para Agua Pura Mejor Vida”

Informe Final De Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

BRENDA BEATRIZ MAZARIEGOS IZEP

Previo a optar al Título de

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

Guatemala, Noviembre de 2014.

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina.

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres.

Representantes estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez Folgar



Guatemala 31 de julio de 2014.

Estimado M.A. Morataya:

Por este medio la empresa Agua Pura Mejor Vida hace constar que, Brenda Beatriz Mazariegos Izep, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien se identifica con número de carné 200017057 ejerció de forma profesional, eficiente y productiva el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) en dicha empresa, realizando exitosamente el estudio de comunicación para el desarrollo que lleva por nombre: "Fortalecimiento de la Imagen Institucional de Agua Pura Mejor Vida "

Atentamente,


Lic. César Carrera
Gerente General
aguapuramejorvida@gmail.com
Cel.: 5016-6421



Calzada Justo Rufino Barrios 2-60 Local 6 Zona 21
Teléfono: 24494389 Móvil: 54591735
aguapuramejorvida@gmail.com



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

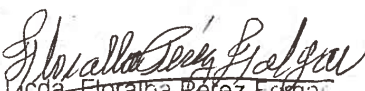
Estudiante
Brenda Beatriz Mazariegos Izep
Carné **200017057**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

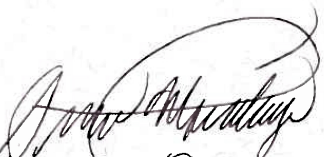
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: "**Propuesta de Comunicación para Agua Pura Mejor Vida**".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez-Forga
Supervisora de EPS




Vb. Bo. M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfonos: (502) 2476-9926
(502) 2443-9500 extensión 1478
Fax: (502) 2476-9938
www.comunicacionusac.com.gt

**Para efectos legales, únicamente el (la) autor (a)
es responsable del contenido de este trabajo.**

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen María:

Por la sabiduría, discernimiento y bendiciones derramadas en mi vida y por no dejarme sola en ningún momento.

A mi madre:

Juana María Izep

Es la persona a quien le debo todo lo que soy y a quien ofrezco este triunfo. Gracias madre, por estar siempre a mi lado. ¡La quiero!

A mi esposo:

Julio Morales

Por su amor, comprensión y apoyo brindado en todo momento para poder realizar este sueño, que hoy, ya es una realidad. Te Amo cielo, gracias por estar siempre a mi lado.

A mis hijos:

César Emilio, Yorbi René y David Estuardo; quienes fueron mi inspiración para seguir adelante con este proyecto de vida. Los amo.

A mis abuelos y tíos:

Cada uno de ustedes puso un granito de arena en mi vida.

A mis suegros y cuñados:

Por el ánimo y apoyo incondicional brindado en todo momento. Gracias, porque me permitieron ser parte de su familia.

A mis amigas y amigos:

Por su amistad, entusiasmo y apoyo para continuar en los momentos difíciles.

RESUMEN

Universidad:

Universidad de San Carlos de Guatemala

Unidad Académica:

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Título:

“Propuesta de Comunicación para Agua Pura Mejor Vida”

Autor:

Brenda Beatriz Mazariegos Izep

Problema Investigado:

Fortalecimiento de Imagen de Agua Pura Mejor Vida.

Objetivos:

Fortalecer la Imagen Institucional de la empresa Agua Pura Mejor Vida, a través de una campaña publicitaria dirigida a los consumidores de este producto.

Metodología:

Descriptiva

Instrumentos Utilizados:

La Encuesta

Análisis concluyente:

De acuerdo al diagnóstico se determinó que había que exteriorizar la información, de todo el proceso que se lleva a cabo dentro de la Planta Purificadora de Agua y realizar una campaña para un posicionamiento de marca en el mercado.

ÍNDICE

1. Introducción	1
2. Justificación	2
3. Capítulo I	3
4. Diagnóstico de Comunicación	4
4.1 Objetivo	4
4.1.1 Objetivo General	4
4.1.2 Objetivos Específicos	4
4.2 Institución	4
4.2.1 Ubicación Geográfica	5
4.2.2 Departamento o Dependencia de Agua Pura Mejor Vida	5
4.2.3 Integración y Alianzas Estratégicas	8
4.2.4 Misión	11
4.2.5 Visión	12
4.2.6 Objetivos Institucionales	12
4.2.7 Público Objetivo	12
4.2.8 Organigrama	13
4.3 Foda	13
4.3.1 Fortalezas	13
4.3.2 Oportunidades	14
4.3.3 Debilidades	15
4.3.4 Amenazas	15
4.4 Metodología	16
4.4.1 Metodología	16
3.5 Instrumentos	16
3.5.1 Observación	16
3.5.2 Cronograma	17
4. Radiografía de la Institución	18
4.1 Descripción de la Comunicación Interna	18
4.2 De la Infraestructura	18
4.3 Canales de Comunicación Interna	20
4.4 Rumores	21
4.5 Descripción de Comunicación Externa	21
4.6 Campañas Realizadas	21
4.7 El Plan Estratégico que se está Ejecutando	21
4.8 El Plan Estratégico que se va a Ejecutar	22
4.9 Presupuesto de Comunicación para el presente año	23
Capítulo II	24
5. Plan de Comunicación	25
5.1 Antecedentes	25
5.2 Infografía	26

5.3	Objetivo General	27
5.4	Objetivos	27
5.5	Tabla de Ejecución para la Campaña de Comunicación De Agua Pura Mejor Vida	30
5.6	Diagrama del Plan de Comunicación	32
5.7	Calendario	41
5.8	Presupuesto de Comunicación	41
5.8.1	Control y Seguimiento	43
	Capítulo III	44
6.	Informe EPS	45
6.1	Artes Finales que se realizaron para “Agua Pura Mejor Vida”	47
7.	Conclusiones	58
8.	Recomendaciones	59
9.	Bibliografía	60
	Anexos	61
10.	Anexos	62
10.1	Matriz o vaciado de Encuesta	64

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe se basa en una propuesta comunicacional para el fortalecimiento de la Imagen de Agua Pura Mejor Vida, esto con el propósito de solucionar los problemas internos y externos de imagen y reposicionamiento de marca que se tiene.

La empresa necesita exteriorizar a sus clientes todo lo relacionado al proceso de purificación de agua, que se realiza paso a paso dentro de la planta purificadora y demostrar que se cumple con las reglas que exige el Ministerio de Salud Pública.

Así mismo el Departamento de Mercadeo tiene como objetivo primordial conocer la opinión de sus clientes para saber cuáles son sus ventajas o desventajas competitivas ante la cartera de clientes con la que se cuenta actualmente.

Para esto se realizó una metodología descriptiva. Aquí se buscó especificar todo lo relacionado a la Imagen Institucional de la empresa, conocer y solucionar los errores que se estaban cometiendo dentro y fuera de la misma y accionar inmediatamente estrategias comunicacionales que hicieran de Agua Pura Mejor Vida una empresa altamente competitiva.

Sin embargo, en el proceso de investigación que se llevó a cabo, se demostró que se tiene debilidad en el servicio a domicilio ya que es demasiado tardado y adicional los clientes desconocen el Proceso de Purificación de Agua. Con esto se diseñó e imprimió en material digital Mesh para el vidrio de atención al cliente el “Proceso de Purificación de Agua”; se uniformó al personal y mejoró el sistema que se tenía en los pedidos a domicilio.

2. JUSTIFICACIÓN

En el Marco del Ejercicio Profesional Supervisado de la carrera de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se realizó una Estrategia Comunicacional para la empresa Agua Pura Mejor Vida.

Al iniciar el trabajo de investigación pudimos darnos cuenta que la empresa necesitaba conocer urgentemente la opinión de sus clientes para poder accionar en los resultados que arrojaran las encuestas.

La empresa internamente cumplía a cabalidad con un proceso de purificación de agua, mantenía su papelería en orden pero le faltaba organizar, designar y uniformar lo que ya tenía, aunque ya contaba con una imagen institucional había que reposicionar la marca y llegar nuevamente al target y recordarle que existía la empresa en el mercado de Plantas Purificadoras de Agua.

Esto nos obligó a realizar una Estrategia Comunicacional de medios en punto de venta y medios alternos, por supuesto sin dejar a un lado las redes sociales, que es lo que actualmente se manejan por la mayoría de personas. Se le dió movimiento a la FanPage, se crearon diseños para el fortalecimiento de imagen y se autorizaron impresiones digitales para el punto de venta y BTL (medio alterno) esto se propuso con el fin de buscar nuevos clientes.

Un factor importante fue que el cambio de imagen, ayudó a que los clientes al llegar al punto de venta supieran como y porque se realizaba cada proceso que anteriormente ellos solamente veían sin saber qué era lo que realmente sucedía adentro.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

3. Diagnóstico de Comunicación

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo General

Fortalecer la Imagen Institucional de la empresa Agua Pura Mejor Vida, a través de una campaña publicitaria dirigida a los consumidores de este producto.

3.1.2 Objetivos Específicos

Evaluar los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas a los clientes, acerca de Agua Pura Mejor Vida.

Plantear la posibilidad de continuar impartiendo jornadas médicas en beneficio de las personas que visitan la planta de purificación de agua.

Elaborar promociones en punto de venta y a domicilio para cambiar la mala imagen que puedan tener los clientes de Agua Pura Mejor Vida.

Conceptualizar y diseñar material impreso para: mantas Vinílicas, mesh para ventana con proceso de purificación de agua, esto con el fin de que las personas conozcan la calidad de producto que consumen.

3.2 Institución

Agua Pura Mejor Vida, consiste en la fabricación, envasado y comercialización de agua purificada. Las principales actividades consisten en la recepción de agua, clasificación de cloro, filtración ablandamiento de agua, su purificación por medio de

luz ultravioleta y a base de ozono, llenado, sellado del producto y su venta. La materia prima es abastecida por medio del sistema de distribución municipal alternando con la compra de agua a una compañía privada en camiones cisterna, previo análisis microbiológico y físico-químico del agua. Para el proceso se utiliza una bomba de agua de un caballo de fuerza, una dosificadora de cloro, filtro de sedimentos, filtro de carbón activado, filtro de resinas catiónicas, lámpara ultravioleta y purificador a base de ozono. El envasado del agua purificada se lleva a cabo en forma manual utilizando garrafones plásticos de cinco galones, mediante una tubería provista de boquillas con llave de paso. Los envases se tapan manualmente con tapones plásticos. Las instalaciones se encuentran dentro de un local comercial que cuenta con todos sus servicios solicitados.

3.2.1 Ubicación Geográfica

Agua Pura Mejor Vida se encuentra ubicada en la Calzada Justo Rufino Barrios Comercial dos guión sesenta local número seis zona veintiuno, municipio de Guatemala, departamento de Guatemala, terreno que cuenta con un área total de cuarenta metros cuadrados.

Las dimensiones específicas del local son de 8 x 5 metros cuadrados, cuenta con la distribución solicitada por parte del Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales Guatemala, C.A. (MARN).

Agua Pura Mejor Vida se compone con el siguiente equipo para poder brindar un servicio al 100%

3.2.2 Departamentos o Dependencia de Agua Pura Mejor Vida

Agua Pura Mejor Vida cuenta con el siguiente recurso humano:

- **Gerente General:**

Frecuentemente el Gerente General es el ejecutivo que tiene la responsabilidad de ingresar los elementos de costos e ingresos de una empresa, además vela por las funciones de Mercadeo y Ventas, así como las operaciones diarias. Usualmente es el responsable de dirigir las funciones de planificación estratégicas (Wikipedia, 2014).

Entre sus funciones se encuentran:

Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo, respondiendo a los objetivos trazados.

Coordinar y analizar las ventas registradas.

Autorizar las campañas publicitarias, para la promoción de ventas en coordinación con el Gerente de Mercadeo.

- **Gerente de Mercadeo y ventas:**

El Gerente de Mercadeo, crea y ejecuta estrategias que deben de responder a los objetivos de rentabilidad, ajustándose al presupuesto de ventas, apoyándose con la publicidad y promoción del producto y respondiendo al FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas y ventajas competitivas) de la empresa (3w3search.com, 1998-2003).

Es la persona encargada de las siguientes funciones:

Planea, dirige y controla en conjunto todas las ventas de la empresa.

Controla y ejecuta estudios de mercadeo, analiza resultados y apoya en el desarrollo del producto.

Asesora y visita a los clientes.

Proyecta metas y presupuestos de ventas y controla la cartera de clientes.
Elabora el plan de Mercadeo y Presupuesto de ventas.

- **Encargada de Planta:**

Sus funciones son:

Abrir y cerrar la planta purificadora.

Recibir las llamadas telefónicas que entran de los pedidos a domicilio.

Atención al cliente.

Lavado, desinfectado y llenado de garrafones en planta.

Control de mantenimiento y servicio al equipo de la empresa.

Adicional, manejo administrativo.

- **Motorista Repartidor**

Sus atribuciones son:

Es el encargado de distribuir todos los pedidos a domicilio que los clientes solicitan.

Verificar que el servicio que se preste a los clientes sea de óptima calidad.

Cuidar el control de calidad en el servicio al cliente.

Realizar servicio de mensajería en el momento que se le requiere.

- **Contador**

Funciones del cargo:

Manejo de cuentas contables de Agua Pura Mejor Vida.

Presentar los estados financieros anuales.

Representante de la empresa ante la Sat.

- **Mantenimiento y Limpieza**

Asignaciones de este puesto:

Persona encargada de mantener limpia toda la purificadora.

Barrer, trapear, sacar basura, limpiar vidrios y equipo completo.

Servicio de limpieza.

- **Agente de Seguridad**

Persona contratada para lo siguiente:

Encargado de cuidar los locales, donde se encuentra Agua Pura Mejor Vida.

El servicio del agente de seguridad es completo.

3.2.3 Integración y Alianzas Estratégicas

Cada cierto tiempo se realizan jornadas oftalmológicas con el fin de brindarles un servicio de salud extra a nuestros clientes que visitan Agua Pura Mejor Vida, o personas del sector de escasos recursos que no pueden asistir con un especialista y pagar un valor más elevado.

Según indicó el Lic. Julio César Morales Gerente General de Agua Pura Mejor Vida, se ha logrado hacer alianzas estratégicas con la Parroquia San Miguel Febres Cordero, ubicada en la Colonia Venezuela zona 21, realizando donaciones del producto para asambleas, retiros, actividades especiales de la parroquia y a cambio ellos promocionan la marca de Agua Pura Mejor Vida en cada una de las actividades.

Las bolsas de agua, es una alianza estratégica que se ha realizado con otra empresa para darle un servicio completo a nuestros clientes y así poder satisfacer sus necesidades completas de consumo en la línea de este producto.

Otra alianza estratégica es la empresa distribuidora de plásticos de donde se realiza la compra de tapones para el envasado del garrafón, compra de garrafones pet, policarbonato y en general todos los plásticos que se necesita para llevar a cabo el proceso de purificación completo.

Lo mismo ocurre con otras empresas que nos apoyan, en mantenernos informados de todos los productos nuevos que ingresan, para la línea de purificadoras, esto con el fin de mantener una mejor calidad del producto.

- **Proceso de Purificación**

Depósito de Agua

Los depósitos fabricados con las mejores resinas de plietileno (material inerte a bacterias) contienen internamente una capa blanca lisa que evita la formación de bacterias, facilita la limpieza y permite observar la claridad del agua. Además paredes sólidas de color oscuro que impiden el paso de luz, evitando así la formación de algas y bacterias.

Agua Pura Mejor Vida, cuenta con el siguiente equipo para poder brindar un producto 100% confiable.

Bomba Hidroneumática

El agua se suministra a los equipos de filtración mediante una bomba hidroneumática, la cual proporciona el caudal y la presión necesaria para llevar a cabo eficientemente la filtración.

Filtro de Sedimentos

Este filtro retiene las impurezas grandes (sólidos hasta 10 micras) que trae el agua al momento de pasar por las camas de arena.

Filtro Suavizador

Este filtro remueve del agua minerales pesados para el organismo disueltos en la forma de Calcio, Magnesio, y Hierro. La remoción de estos minerales se logra por medio de un proceso de intercambio iónico al pasar el agua a través del tanque de resina.

Filtro de Carbón

El agua se conduce por columnas de Carbón Activado. Este carbón activado elimina eficientemente el cloro, malos sabores, olores y colores, además de una gran variedad de contaminantes químicos orgánicos, tales como: pesticidas, herbicidas, metilato de mercurio e hidrocarburos clorados.

Filtro Pulidor

La función de este filtro es retener las impurezas pequeñas (sólidos hasta 5 micras). El pulidor es fabricado polipropileno grado alimenticio (FDA).

Ultravioleta

Funciona como germicida, anula la vida de las bacterias, gérmenes, virus, amebas, algas y esporas que vienen en el agua. Los microorganismos no pueden proliferarse ya que mueren al contacto con la luz.

Cámara de Ozono

Inmuniza contaminantes microbiológicos y preserva mayor tiempo el producto (Agua Pura).

Lavado Exterior

De manera muy independiente se lleva a cabo el proceso de recepción y lavado exterior del garrafón, el cual se realiza por medio de un proceso mecanizado, jabón biodegradable y anti grasa con agua ozonizada y suavizada.

Lavado Interior

Después del lavado exterior el garrafón se lava interiormente mediante una solución sanizante y biodegradable a presión y se enjuaga con agua ozonizada y suavizada a presión.

Llenadora

Finalmente se llena el garrafón con agua 100% pura, se coloca un tapón nuevo con su respectivo sello de garantía, se seca y se entrega al cliente.

3.2.4 Misión

Brindar a nivel empresarial e individual agua 100% purificada cumpliendo con los estándares de calidad requeridos, aportando un beneficio a la salud y la economía.

3.2.5 Visión

Posicionarnos como empresa líder, iniciando en el sector sur y expandiéndonos a toda la capital, abasteciendo a nivel empresarial e individual con agua de la mejor calidad y excelente servicio al cliente.

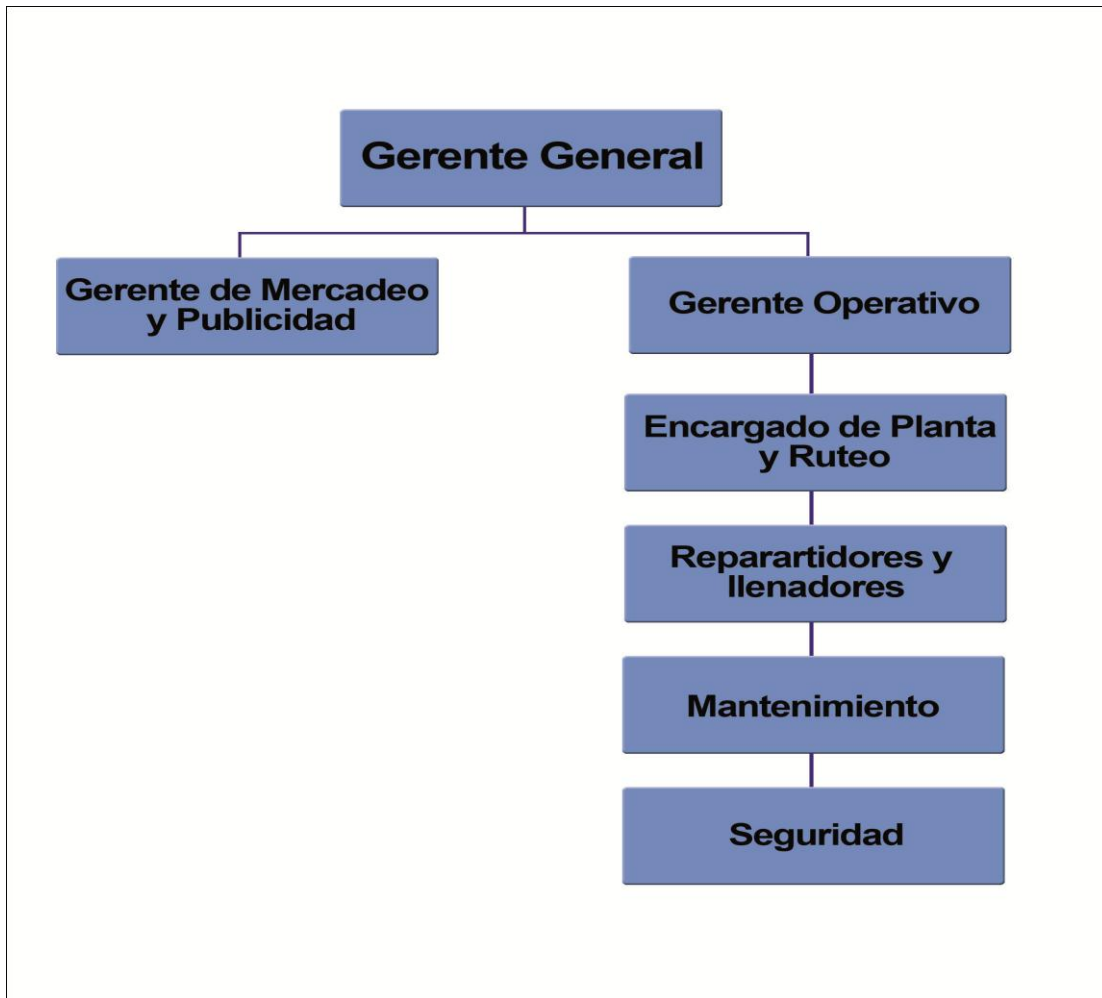
3.2.6 Objetivos Institucionales

Abastecer agua 100% pura a nivel empresarial e individual, a través de nuestro sistema de tratamiento y purificación de agua, bajo los mejores estándares de calidad y controlada por medio de pruebas periódicas.

3.2.7 Público Objetivo

Considerando el objetivo de la investigación, el público meta del estudio son los clientes (en planta y a domicilio) de las diferentes colonias de la zona 21 capitalina; específicamente la colonia Justo Rufino Barrios, que será la muestra del plan piloto para expandir el estudio a las diferentes colonias que conforman la cartera de clientes de la empresa.

3.2.8. Organigrama



3.3 FODA

3.3.1 FORTALEZAS

La empresa cuenta a nivel de instalaciones con un lugar amplio de 40 metros cuadrados que hace de esta una de las purificadoras con mejor imagen según los resultados arrojados en los análisis de las encuestas.

Agua Pura Mejor Vida se encuentra ubicada en un lugar estratégico, siendo este la Calzada de la Justo Rufino Barrios; avenida por la cual convergen gran número de colonias que conforman parte de la zona 21.

Cómo bien se mencionó, la empresa Purificadora de Agua, se encuentra ubicada una de las calzadas principales de la zona 21. Es por eso, que posee un gran parqueo en su frente en donde se ha observado que los clientes que entran y salen de las diferentes colonias se estacionan a llenar y recoger sus tambos sin ningún problema de tráfico.

El personal de Agua Pura Mejor Vida cuenta según el análisis de las encuestas con buena imagen, ya que poseen uniforme diario, gafetes de identificación, una presentación y aspecto agradable al público y una atención personalizada

Los estándares de calidad se basan en análisis mensual del agua y mantenimiento del equipo semanal que brinda a los clientes un producto de calidad

Precios competitivos dentro del mercado, combinados con publicidad y promoción del producto dirigida al público meta

Capacitaciones constantes al personal, con el fin de ampliar los conocimientos del personal en relación al producto que se distribuye.

3.3.2 OPORTUNIDADES

El cierre de varias empresas de llenado y envasado de garrafones en el sector, han hecho que Agua Pura Mejor Vida incremente su volumen de venta, ya que según las encuestas realizadas se ve un incremento de clientes nuevos.

El sector de la zona 21 se ha convertido en un sector empresarial y en el perímetro de la purificadora de agua se encuentran varias Ofibodegas relativamente recién construidas y otras en construcción; así como proyectos habitacionales que hacen que el número de clientes potenciales se incremente.

Lanzamiento de la nueva línea de producto: la bolsa de agua, tiene como resultado, ampliar el mercado de ventas.

Conocimiento del proceso de purificación, a todos los consumidores de Agua Pura Mejor Vida.

Ya que Agua Pura Mejor Vida cuenta con una amplia base de datos, se analiza por parte de la gerencia, la introducción de nuevas líneas de producto de primera necesidad, ofreciéndoles a los clientes una gama de servicios.

3.3.3 DEBILIDADES

La falta de un vehículo con mayor cantidad de tambos para su distribución hace que la entrega del producto se haga más lenta y la cantidad de venta diaria sea menor.

Se cuenta con muy poco personal que hace que haya un descontrol a la hora de quedarse sin uno de los empleados, ya que solo uno es encargado de su área.

No se cuenta con servicio a domicilio para otras zonas aledañas, dejando a esos otros mercados sin cobertura.

El personal desconoce los objetivos institucionales, misión y visión, así como la ficha técnica del equipo de purificación.

Poco control en el manejo de las finanzas de la empresa.

3.3.4 AMENAZAS

Actualmente el mayor problema es el del contador de agua, ya que tiene problemas de fuga.

La compra constante de cisternas de agua, puede elevar los costos y así generar un aumento del precio del producto.

La zona 21 está clasificada como zona roja y la delincuencia que impera en este lugar hace que muchos comercios cierren operaciones por las extorciones a negocios de parte de mareros de las diferentes clicas.

El incremento de purificadoras de agua dentro del sector ha hecho que los precios sean cada vez más bajos y no se pueda competir.

3.4 Metodología

Descriptiva

3.4.1 Metodología

El fin de utilizar la Metodología Descriptiva, es describir en qué situación a nivel comunicacional se encuentra actualmente la Planta Purificadora de Agua “Agua Pura Mejor Vida”.

Aquí se trata de especificar todos los detalles de Imagen Institucional que tiene la empresa ante sus clientes, y conocer a profundidad los errores que se están cometiendo dentro y fuera de ella y así poder ejecutar las estrategias comunicacionales para mejorar su imagen.

3.5 Instrumentos

3.5.1 Observación

Si bien se puede observar se tienen varios puntos a tratar:

Agua Pura Mejor Vida está interesada en realizar los cambios que sean necesarios, con el fin de brindar un mejor servicio a cada uno de sus clientes, ya que es a ellos a quienes les tienen que dar lo mejor.

Si existe una situación de queja de parte de los clientes, es el servicio a domicilio, al parecer es demasiado tardado y eso causa bastante inconformismo en los clientes.

Según las reglas internas que maneja la empresa, cada uno de sus colaboradores son parte importante para la Imagen externa de la empresa y son ellos los que conocen a los clientes y saben de sus necesidades, pero si el mensaje de ellos no llega claro a la empresa, no se sabrá que decisiones tomar para realizar un cambio.

Cuando llega un cliente insatisfecho a la empresa es como un golpe fuerte para ellos, porque el objetivo primordial es mantener satisfecho al cliente y no causarle molestia alguna.

Sin embargo Agua Pura Mejor Vida está buscando ser diferente a las otras plantas purificadoras de agua y quiere ejecutar cambios que sean de beneficio para todos y así ser una de las mejores del sector de la zona 21.

3.5.2 Cronograma

Actividad	Enero	Febrero	Marzo
1era Etapa	20 al 24 de Enero Propedéutico	Del 03 al 07 de Febrero Realización de encuestas a las personas en la Planta Purificadora.	El 03 de Marzo. Entrega del Informe de la primera fase de Diagnostico.
	25 al 31 de Enero Lectura de folletos	Del 10 al 14 de Febrero Tabular encuestas e investigar.	
		Del 17 al 21 de Febrero Complementar informe del Diagnóstico	
		Del 24 al 28 de Febrero terminar de recopilar información de la empresa.	

4. Radiografía de la Institución

4.1 Descripción de la Comunicación Interna

El departamento de Mercadeo y Ventas de Agua Pura Mejor Vida tiene estructurado un sistema de reuniones mensuales con su personal de trabajo, todo esto con el fin de coordinar el movimiento interno de la empresa ya que esta cuenta con aproximadamente 400 clientes a los cuales se les distribuye el producto (agua purificada) día con día y cada uno de ellos presenta algún descontento o satisfacción con el servicio prestado y el canal más inmediato que se tiene, es el del motorista repartidor quien mantiene la comunicación diaria con los clientes.

Con el fin de mejorar esta comunicación se le ha equipado al motorista con teléfono celular, stickers de la purificadora con logotipo, para mantener la presencia de marca.

Las llamadas entrantes de los clientes a la purificadora son recibidas por la encargada de planta, en quien se canaliza toda la información externa e interna de los clientes de la empresa y de forma inmediata se tiene que trasladar a Mercadeo y Ventas, si en algún momento, existe algún inconveniente.

Para poder y trasladar un mensaje interno, la única forma que maneja la empresa es por medio de llamadas y notitas escritas a mano en escritorio, esto les ha causado un poco de problemas internos.

4.2 De la Infraestructura

Agua Pura Mejor Vida se encuentra ubicada en un Local Comercial de la Calzada Justo Rufino Barrios 2-60 de la zona 21, loca No. 6, cuenta con un espacio de 40 metros cuadrados, el cual no cuenta con divisiones, para mejor control de calidad. Ocupa una parte donde tiene instalado todo el equipo de purificación de agua y en otra, mobiliario de oficina.

La empresa cuenta con un equipo completo y aprobado por (Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales Guatemala, 2010) junto al Ministerio de Salud Pública, para llevar a cabo el proceso de lavado y llenado de garrafones con Agua 100% purificada.

Equipo de Purificación:

- Depósito de Agua
- Bomba Hidroneumática
- Tanque de Salmuera
- Filtro de Sedimentos
- Filtro Suavizador
- Filtro de Carbón
- Filtro Pulidor
- Ultravioleta
- Cámara de Ozono
- Una pila con azulejos para lavado exterior
- Una mesa de metal lavadora de interior de garrafones con su bote plástico.
- Una mesa llenadora de acero inoxidable
- Botes plásticos para desinfectar tapones

Mobiliario:

Una mesa y 2 sillas plásticas para la persona encargada de planta que recibe las llamadas para los pedidos a domicilio.

Un escritorio y silla para la Gerente de Mercadeo y Ventas, un teléfono de línea y su rauter de internet, una laptop, impresora, todos sus accesorios de oficina para ese departamento.

Dos sillas plásticas para los clientes que visiten la planta (mientras esperan su garrafón).

Una manta vinílica de 3.10 x 0.70 metros, tensada en la parte de enfrente del local con el nombre de la empresa y su slogan.

Adicional, una mini valla de 2 x 1 metros, en lona vinílica, con la oferta y número de teléfono de la planta purificadora.

4.3 Canales de Comunicación Interna

El sistema de comunicación interna de Agua Pura Mejor Vida está de la siguiente manera:

Canal de Comunicación escrita: Se tiene una base de datos de todos sus clientes con especificaciones respectivas, nombre completo, dirección, teléfono y detalles para conocer la ubicación de nuestro cliente, esto con el fin de brindarle un servicio más personalizado.

Circulares notificando algún cambio de horario o fechas importantes de descanso.

Notificaciones para mantener el control de calidad dentro del personal.

Canal de Comunicación Oral:

Se realizan Reuniones semanales con todo el personal.

En algunas ocasiones realizan actividades recreativas para mejor convivencia.

Canales tecnológicos:

Comunicación vía móvil, se manejan mensajes de texto o whatsapp, el cual permite mantenerse más comunicados.

4.4 Rumores

Dentro de la empresa se han dado varios rumores entre los trabajadores, ya que muchas veces no se informan con sus superiores acerca de la duda que en algún momento tienen.

Estos conflictos han surgido por mala comunicación que en algún momento se da en la empresa.

4.5 Descripción de Comunicación Externa

La empresa cuenta con Fan Page (Agua Pura Mejor Vida) en la cual se mantiene informados a los clientes de las ofertas o nuevos productos con los que cuenta la purificadora y así mantenerse actualizados.

También se realizan volanteos frecuentes para activar la marca y así incrementar la cartera de clientes.

4.6 Campañas Realizadas

Volanteo en puntos de afluencia, como por ejemplo: mercados, tráfico y pasos peatonales.

Pauta publicitaria en contraportada en una Revista Local (Revista MejorVida) por medio de la cual llegaba a su grupo objetivo y causo un buen posicionamiento en el sector.

4.7 El Plan Estratégico que se está Ejecutando

Es de llevar a cada cliente que se visita un volante donde lleva la oferta en planta y a domicilio.

Para mantener la presencia de marca en los clientes se mandó a impresión unos Stikers para pegar en la refrigeradora o en el lugar que ellos decidan.

Se está realizando alianzas estratégicas con la Parroquia San Miguel Febres Cordero, en las actividades de retiro o parroquiales se les proporciona Garrafrones de Agua Purificada y a su vez se promociona la marca.

4.8 El Plan Estratégico que se va a Ejecutar

La estrategia comunicacional a proponer para el proyecto de “Fortalecimiento de la Imagen Institucional de Agua Pura Mejor Vida” es buscar solucionar la problemática de insatisfacción del cliente en su servicio a domicilio, en el resultado de encuestas se mostró bien marcada la inconformidad en este servicio. Adicional a esto la poca información que se tiene del proceso de purificación de la planta purificadora.

La estrategia comunicacional para la planta purificadora de agua, parte de reconocer las debilidades que se tiene como empresa y así poder proponer el proyecto para el mejoramiento de la Imagen Institucional de la misma.

La estrategia de Fortalecimiento de Imagen que se propone, es iniciar con una campaña para dar a conocer el Proceso Completo de Purificación del Agua, a través de diferentes medios, adicional se propondrá la contratación de una persona más para el puesto de motorista que poye directamente en la repartición de los pedidos a domicilio, esto con el fin de mejorar el punto en contra que tiene la planta purificadora y con ellos realizar una promoción de BTL para borrar el descontento que tiene los clientes con Agua Pura Mejor Vida, ya que a pesar de esos inconvenientes ellos aun siguen siendo fiel a la empresa.

Se realizaran lluvia de ideas para realizar conceptos creativos para la campaña publicitaria y de BTL que se pueda realizar.

Se va a proponer continuar con las Jornadas Médicas en el punto de venta, esto con el fin de darle un valor agregado al producto.

También se estarán realizando rifas, concursos, música, animación en el punto de venta, para promocionar el nuevo producto que son Bolsas de Agua por fardo y lograr que todas las personas de las colonias aledañas a la planta purificadora conozcan del servicio y disfruten de las actividades.

4.9 Presupuesto de Comunicación para el presente año

Presupuesto Para Impresos	Presupuesto para Mantas Vinílicas	Presupuesto para Extras
Q. 5,000.00	Q. 4,800.00	Q. 3,000.00
TOTAL PRESUPUESTO: Q. 12,800.00 Para el año 2014 en publicidad		

CAPÍTULO II

CAPÍTULO II

5. Plan de Comunicación

5.1 ANTECEDENTES

La empresa abrió sus puertas al público 10 de diciembre de 2010, y su primer lanzamiento de imagen fue el 3 de marzo de 2011, dando a conocer los beneficios de comprar Agua Pura Mejor Vida, publicado en primer lugar en la rotulación en el punto de venta, con mantas vinílicas, adhesivos y señalización en mini vallas de 2x1 metros. Además, se colocó un rótulo señalizando el precio del llenado en garrafón y señalizando la entrada al estacionamiento.

Posteriormente, se diseñó e imprimió un trifoliar y volante en donde se daba a conocer el proceso de purificación del agua; con cada uno de los pasos que posee el equipo industrial. Esto con el objetivo de concientizar al grupo objetivo de que el agua que están consumiendo llena todas las expectativas y normar de higiene en la limpieza, llenado y distribución del producto...

Todo esto con un volanteo de casa en casa y en semáforos en las entradas y salidas de la zona 21 para crear confianza en las familias de las diferentes colonias que conforman el sector sur de la capital.

En Septiembre del año 2011 se creó la Fanpage de Facebook en donde se invitó a todos los clientes a darle Like a la página y en agradecimiento se lanzó una promoción de un garrafón gratis por cada like dado. Así, se logró la base de datos para invitar e informar a los clientes de la Fanpage a conocer cada una de las ofertas que Agua Pura Mejor Vida lanza mes con mes.

Se sacaron circulares a cada uno de los clientes para informar de los feriados o cambios dentro de la estructura interna de la empresa y también actuó como medio de comunicación con cada uno de los clientes.

Por consiguiente, lo dicho anteriormente ha servido para llegar al grupo objetivo, y que la comunicación sea de ambas vías; haciendo un marketing personalizado dirigido a distancia, siendo efectivo y productivo.

5.2 Infografía



5.3 Objetivo General:

El fortalecimiento de la Imagen Institucional de Agua Pura Mejor Vida.

5.4 Objetivos:

- Reposicionar la Imagen de Agua Pura Mejor Vida
- Demostrarle al cliente frecuente el proceso que lleva el agua para purificarse
- Ganar su confianza y respeto
- Mantener al target satisfecho de lo que consume
- Crear nuevas ideas para beneficiar al cliente
- Realizar promociones en punto de venta
- Generar movimiento en el punto de venta

Público Objetivo

Clientes que visitan la Planta Purificadora de Agua y a los que se les lleva el servicio a domicilio, directamente son las personas que residen en la zona 21 y algunas de otras colonias que llegan al punto de venta o llaman para que se les lleve a domicilio; estas son personas desde 20 a 70 años, en su mayoría hombres que visitan la planta y mujeres en las casas.

Adicional a este target que ya se ha logrado conquistar, se desea llegar a posibles nuevos clientes a los que se les va a llegar con otro tipo de publicidad y así lograr un impacto en ellos e incrementar la cartera de clientes que actualmente tiene Agua Pura Mejor Vida y poder ser la mejor del sector de la zona 21.

Como toda empresa quiere posicionarse entre las mejores y nada mejor que empezar por este sector.

Mensaje.

“Saludablemente Mejor”

Ésta frase será utilizada en toda la publicidad que se maneje para Agua Pura Mejor Vida y así lograr Fortalecer la Imagen de la empresa.

Estrategia

Demostrarle al cliente la calidad de producto y servicio que ofrece Agua Pura Mejor Vida y ganar su confianza y fidelidad a través de una campaña publicitaria que lo convenza de que está comprando el mejor producto.

Lograr el fortalecimiento de la Imagen Institucional de Agua Pura Mejor Vida ante sus clientes activos y potenciales, realizando la siguiente estrategia:

Elaborar diseños con el proceso completo de purificación de agua. Este va impreso en un material adhesivo mesh, para colocarlo en el vidrio de atención al cliente en la planta purificadora, con el fin de que cada cliente que visite el punto de venta se informe del proceso que lleva al purificar el agua.

Realizar arte para volantes con la misma información del proceso de purificación y reforzar la oferta que se tiene actualmente y la que hace que los clientes sean fieles a Agua Pura Mejor Vida.

Colocar banner en la parte de enfrente de la planta purificadora para promover el servicio a domicilio y las bolsas de agua que se tienen a la venta.

Realizar jornadas médicas que se han venido realizando; esto con el fin de brindarle un valor agregado a los clientes y así ellos se sentirán satisfechos de con Agua Pura Mejor Vida.

Dentro del valor agregado se va a realizar una tarjeta de cliente frecuente y al acumular una cierta cantidad de visitas y por cada compra realizada, el cliente se hará acreedor a una de las promociones según la temporada.

Promover y dar movimiento a la FanPage (Facebook) con el fin de mantener informados a los clientes de todos los servicios, horarios, promociones o cualquier cambio que se de en algún momento dentro de Agua Pura Mejor Vida.

Comprar un Hosting y nombre de dominio.com para tener presencia en la Web y posicionar Agua Pura Mejor Vida en los buscadores con más ranking

Ejecutar una campaña de BTL (Below the Line) en puntos estratégicos, para llegar de forma directa al target. Para poder ejecutar la campaña completa se van a realizar algunas negociaciones con Centro Comerciales para promover el producto.

Conceptualizar y diseñar todos los artes para: banners, mantas vinílicas, volantes, rótulos de activaciones de marca y todo lo relacionado a la campaña publicitaria que se va a manejar para el Mejoramiento de Imagen de Agua Pura Mejor Vida.

5.5 Tabla de Ejecución para la Campaña de Comunicación

De Agua Pura Mejor Vida

Medio	Etapas de la Estrategia	Descripción	Pautas Ejecutadas	Pautas No Ejecutadas o Pendientes
Volantes	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Campaña De BTL	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Stikers	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Tarjeta de Cliente Frecuente	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Impresión en Mesh	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Rotulo Principal	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Mini Valla En Punto De Venta	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Banners En punto	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	

De Venta	Tres	Ejecución	✓	
FanPage	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Página Web	Uno	Diseño		X
	Dos	Producción		X
	Tres	Ejecución		X
Jornadas Medicas	Uno	Diseño		X
	Dos	Producción		X
	Tres	Ejecución		X
Presentación Digital	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Etiquetado Del Equipo	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Tarjetas De Presentación	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	
Afiches	Uno	Diseño	✓	
	Dos	Producción	✓	
	Tres	Ejecución	✓	

5.6 Diagrama del Plan de Comunicación

Volante:

AGUA PURA MEJORVIDA

¡SALUDABLEMENTE MEJOR!
Lavado, Desinfectado y Llenado de Garrafones con Agua 100% Pura y Ozonizada

**Por que tú lo pediste, Nuevamente!!!
Martes, Jueves y Sábado**

En Planta A domicilio
2 x \$12* | **\$16***
*Aplican Restricciones

DISPENSADORES DE AGUA

	POLULAR A solo: \$50.00		REDONDO A solo: \$90.00
--	---	--	---

Haz tus pedidos al: **2449-4389**
5459-1735

Calz. Justo R. Barrios 2-60 Local 6, Zona 21
(Amplio parqueo con seguridad)

EN... AGUA PURA MEJORVIDA

¿Cómo sabe usted que el agua que compra es purificada?

"No se deje engañar..."

Nuestro Proceso de Purificación Garantiza un Producto 100% Confiable y Saludable

Calz. Justo R. Barrios 2-60 Local 6 Zona 21
Licencia Sanitaria No. 152-2011 y Registro No. 002-2011

Racional Creativo:

El arte de volantes que se realizó para la campaña de Comunicación de Agua Pura Mejor Vida fue con el fin de transmitirle credibilidad a clientes actuales y potenciales, ya que se diseñó el proceso de purificación de agua, los precios en planta y a domicilio, la línea de productos con los que se cuenta y por supuesto los números telefónicos para comunicarse a planta.

El volante se imprimió en papel bond a un color de tinta (azul) tiro y retiro y la distribución se propuso que se realizara en semáforos y puntos estratégicos de

entrada y salida de la zona 21, ya que muchos de los clientes pasan en vehículo y otros llaman a domicilio.

Campaña de BTL:



Racional Creativo:

Estos artes fueron creados para la campaña de BTL, creando una plaqueta en azul en forma de burbujas, la cual da un enfoque de frescura que se quiere transmitir a los clientes potenciales y lo mejor para ellos, el Precio, Agua 100% purificada y Variedad de Productos.

Esta impresión va, una de cada lado en las mochilas publicitarias que usan los Bannerman, quienes distribuyen los volantes en puntos estratégicos del sector de la zona 21.

Stikers:



Racional Creativo:

El diseño de Stikers se realizó en color azul con blanco, y el ¿Por qué? Pues muy sencillo, el azul es el color institucional de Agua Pura Mejor Vida, su significado es fresco y tranquilizante; Blanco, porque representa la pureza y eso es lo que se desea transmitir a los clientes. Adicional este fue creado con el fin de que cada uno de los clientes tenga el número telefónico a la mano y pegado en la cocina.

Tarjeta de Cliente Frecuente:

		CONTROL DE GARRAFONES		
		Pedidos al: 5459-1735 y 2449-4389		
Cliente: _____	Fecha: _____			
Garrafones pagados: _____	Q. _____			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Firma del encargado: _____				GRATIS

Racional Creativo:

Esta tarjeta se realizó con el fin de que cada uno de los clientes de la Planta Purificadora de Agua sea fiel y constante en su compra, porque después de nueve garrafones el de decimo se le da gratis. A esto le llamamos “Plus” un valor agregado al producto.

Impresión Digital en Mesh:



Racional Creativo:

Este es el arte para la impresión digital en mesh para el vidrio de la parte de enfrente de la Planta Purificadora de Agua, aquí se continuó con la plaqueta de burbujas de agua de fondo y el Proceso de Purificación de Agua que se maneja en la empresa, esto responde a la interrogante de la mayoría de los clientes (según encuestas), el diseño se realizó de forma secuencial, ya que es la forma en que está instalado el equipo y gráficamente para que sea entendible para los clientes. Las flechas rojas indican el flujo del agua.

Aquí se promocionó la FanPage y la Página Web que se está trabajando actualmente, con el fin de mantener una comunicación a través de las redes con los clientes y así conocer sus opiniones acerca del producto.

Rotulo Principal:

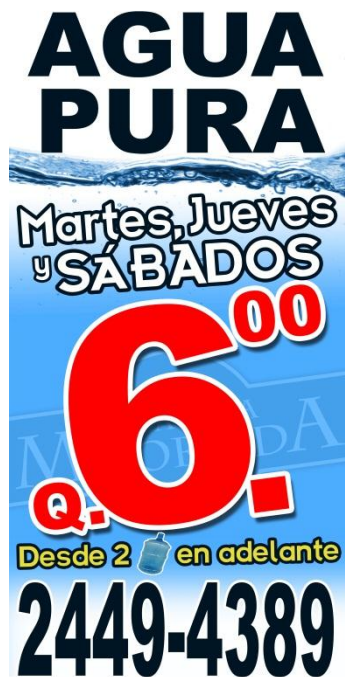


Racional Creativo:

Este arte se realizó con el fin de posicionar la marca e imagen de Agua Pura Mejor Vida, junto al mismo su slogan "Saludablemente Mejor" y por consiguiente el número telefónico de planta.

De Fondo podemos ver siempre la plaqueta de burbujas y agua, que connotan frescura.

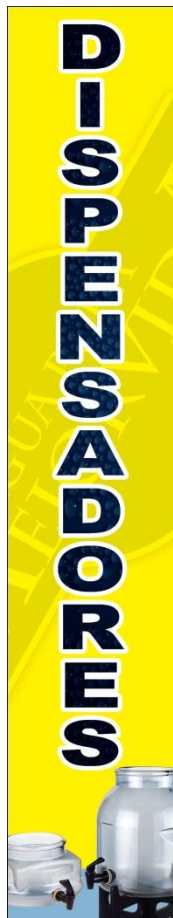
Arte para Mini Valla en Punto de Venta:



Racional Creativo:

Este es el diseño que se realizó para la mini valla, la cual está colocada en punto de venta, aquí se continuó con la misma plaqueta de fondo, pero colocando Agua Pura en grande para las personas que van en vehículo y los peatones y así sepan que se vende Agua Pura, junto a esto el precio y número telefónico para los pedidos a domicilio o cualquier consulta.

Arte Para Banners del Frente de la Planta Purificadora:



Racional Creativo:

Los dos Banners se diseñaron con el fin de promocionar los productos que están a la venta en Agua Pura Mejor Vida y reposicionando la marca.

Estos tienen fondo amarillo con el fin de llamar la atención y que sean visibles a los ojos de cada uno de los clientes que llegan a la Planta Purificadora de Agua.

Etiquetado de Equipo:



Racional Creativo:

Esto diseñó para etiquetar cada uno de los equipos y así enlazar la información que se colocó en el Mesh con el proceso de purificación de agua. Con esto que se realizó las personas ahora si saben que el producto que están consumiendo lleva un proceso completo y confiable.

Este es el resultado de lo que los clientes expresaron en las encuestas realizadas.

Tarjetas de Presentación:



Racional Creativo:

Toda empresa debe contar con sus propias tarjetas de presentación, la cual nos dice a qué lugar o marca se representa; esto fue lo que se diseñó para el Gerente General y Gerente de Mercadeo.

Afiches de Bolsas de Agua:



Racional Creativo:

Se realizó este arte final para afiches de promoción de las Bolsas de Agua en la parte frontal de la planta, esto antes de colocar el Mesh y los Banners. Pero ahora se empezarán a distribuir a los clientes para generar más movimiento de este producto.

FanPage de Agua Pura Mejor Vida:

The screenshot displays the Facebook interface for the 'Agua Pura Mejor Vida' fan page. The main content is a large infographic titled 'Proceso de Purificación' (Purification Process). It details the following steps:

- FILTRO PULIDOR:** (termina de retener partículas de hasta 50 micrones)
- CAMARA DE LUZ ULTRAVIOLETA:** (Esteriliza amebas, bacterias, virus, esporas, etc)
- CAMARA DE OZONO:** (Inmuniza microorganismos y preserva el agua envasada)
- Lavadora:** (Desinfección del garrafón dentro y fuera con jabón biodegradable y antigrasa con agua suavizada y ozonizada)

The infographic also lists the components of the filter: 1. Filtro de Sedimentos (Retiene partículas hasta 10 micrones), 2. Filtro de Carbón (Absorbe cloro, mal olor, sabor y color), and 3. Filtro de Carbón. It claims to provide 'Agua 100% Desinfectada y Limpia' and 'Agua 100% pura, se coloca en garrafones con Agua 100% pura'.

Below the infographic, the page shows 143 likes and a post by Checha Carrera from August 3rd, 2013, titled 'Infografía de Agua Pura Mejor Vida, realizada por la Epesista Beatriz Mazariegos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC, al realizar sus practicas supervisada en Nuestra Empresa!!!'. The post includes a smaller version of the infographic and mentions '200 CLIENTES A DOMICILIO'.

On the right side, there is a 'ESTA SEMANA' (This Week) summary showing 0 likes, 2 shares, and 0 messages. Below that is a 'Reciente' (Recent) list of visitors, including Brenda Chacón, Telmis Morales, Fernando Flores, and others.

Racional Creativo:

En la FanPage de Agua Pura Mejor Vida se continuo con la interacción entre los seguidores y la empresa, alimentando con información acerca del equipo, temas de interés, horarios y fechas de apertura de la planta y anunciando los días de feriado con anticipación, esto con el fin de no dejar a los clientes desabastecidos de agua purificada.

5.7 Calendario

Actividad	Mayo	Junio	Julio
Impresión Mesh	X		
Volantes	X		
Banners	X		
Jornadas Médicas		X	
Tarjeta de Cliente Frecuente		X	
FanPage			X
Página Web			X
Campaña de BTL			X

5.8 Presupuesto de Comunicación

Estrategia	Descripción	Presupuesto	Área Geográfica	Fecha de Ejecución
Impresión Mesh	Proceso de Purificación de Agua en punto de venta.	Q. 350.00	Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	15 de mayo de 2014
Volantes	Proceso de Purificación y reforzar la oferta que ya se tiene. Estos impresos en tiro y retiro.	Q. 900.00	Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	25 de mayo de 2014

Banners	Se promocionaran las bolsas de agua y la venta de dispensadores.	Q. 400.00	Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	30 de mayo de 2014
Jornadas Médicas	Realizar una negociación con algún Médico especialista para calendarizar varias jornadas médicas en el punto de venta.	Q. 800.00	Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	15 de Junio de 2014
Tarjeta de Cliente Frecuente	Diseñar e imprimir la tarjeta de Cliente Frecuente para empezar a distribuirla a cada cliente.	Q. 450.00	Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	30 de Junio de 2014
FanPage	Diseñar y subir Banners a la FanPage con promociones, información o frases de salud.		Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	10 de Julio de 2014
Página Web	Ejecutar la compra de Hosting y dominio para diseñar la página Web de Agua Pura Mejor Vida y así llegar a la Web y poder expandir la venta.	Q. 900.00	Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	15 de Julio de 2014
Campaña de BTL	Diseñar y Ejecutar la campaña de BTL (Below the Line) y con esto complementar el fortalecimiento de imagen de Agua Pura Mejor Vida e incrementar la cartera de clientes. Ésta activación de marca se realiza bajo previa calendarización.	Q. 1,200.00	Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	30 de Julio de 2014

Adhesivos para Clientes	Diseñar e imprimir Adhesivos para clientes frecuentes. Pueden pegarse en refrigeradoras o muebles	Q. 500.00	Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	15 de Julio de 2014
Asesoría	Servicio de Asesoría Comunicacional para Agua Pura Mejor Vida	Q. 10,000.00	Calzada Justo Rufino Barrios zona 21	30 de Julio de 2014

5.8.1 Control y Seguimiento

De parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se realizara la visita de los supervisores del EPS como apoyo y seguimiento de la Campaña de Comunicación que se ejecute para “Agua Pura Mejor Vida”.

Se va a diseñar un cuadro o calendario donde la persona encargada de planta y motorista llene una pequeña ficha en donde marque o describa datos completos de las personas que hagan alguna observación de la publicidad que se está ejecutando y que punto de vista tienen al respecto.

Con los clientes nuevos, si llegan al punto de venta o llaman para solicitar su pedido a domicilio, hacerle la pregunta ¿De qué forma se enteró de Agua Pura Mejor Vida?, con esto se sabrá cuál de los medios utilizados fue el más efectivo para la campaña que se está realizando.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

6. Informe EPS

Las prácticas fueron realizadas en una Planta Purificadora de Agua con el nombre de “Agua Pura Mejor Vida” ubicada en la Calzada Justo Rufino Barrios zona 21. La práctica dio inicio el 05 de mayo de 2014 en un horario de 8:00 a 5:00 p.m.

Durante la primera semana de practica fue recopilación de información completa de la empresa, para tener mayor conocimiento del trabajo que se lleva a cabo en dicha empresa, también se estuvo apoyando al personal en parte del trabajo para conocer y vivir cada una de las circunstancias que se presentan día a día con cada uno de los clientes y con el personal mismo.

En base a esta información se realizó una presentación digitalizada de la empresa.

Luego se inició el trabajo de redacción de encuestas para revisión y aprobación de preguntas y así poder pasarlas a cada uno de los clientes que visitaban la Planta Purificadora de Agua, esto con el fin de conocer la opinión de cada uno de ellos; fue un trabajo arduo porque algunos no querían contestar las encuestas pero se les explicó por qué se necesitaba conocer su opinión.

Con los resultados que arrojaron las encuestas, se procedió a realizar una estrategia de comunicación para el Fortalecimiento de Imagen de Agua Pura Mejor Vida, trabajando en los puntos débiles de la empresa y reforzando los buenos. También se realizó un análisis de la competencia, con el fin de conocer el nivel competitivo que se tiene.

La Estrategia de Comunicación definida para el Fortalecimiento de Imagen de Agua Pura Mejor Vida fue la siguiente:

- Exteriorizar el proceso de Purificación de Agua y que las personas conocieran, que proceso lleva el producto que consumen y si realmente es confiable para su familia. Y definido esto se concluyó que se debía realizar lo siguiente:
- Etiquetar el equipo y capacitar al personal indicándole que proceso realiza cada uno de ellos.
- Diseñar e instalar un Adhesivo o Mesh en el vidrio de atención al cliente, con el proceso de Purificación de Agua, porque cuando el cliente llega, lo primero que hace es leer la información colocada en el punto de venta y esto hará que tenga la confianza de preguntar, si tiene alguna duda, o sabrá que el producto que consume es confiable.
- Realizar banners promocionales de los productos que se tienen a la venta dentro de la Planta Purificadora de Agua.
- Cambiar el Rotulo Principal de la Planta, donde el nombre y logotipo de la empresa, con el paso del tiempo se han ido deteriorando.
- Colocar una Mini Valla Publicitaria en el punto de venta para que las personas y vehículos que pasan a diario, puedan verla y saber que existe una venta de Agua Purificada.
- Se mandaron a diseñar e imprimir volantes a un color de tinta, para distribuirle a los clientes fijos y a los posibles clientes. Con estos volantes, también se realizó una campaña de BTL, la cual es un medio alterno bastante funcional en estos tiempos.
- Adicional, también se diseñaron, Stikers con los números telefónicos de la Planta, tarjetas de clientes frecuentes como un plus para ellos, afiches para promover las bolsas de agua, los cuales fueron distribuidos en varios puntos estratégicos.
- Banners en punto de venta, estos para promover e informar a los clientes que visitan la Planta Purificadora de Agua, acerca de los productos que se tienen a la venta.
- También se propuso la Pagina Web, pero esta si se tiene en proceso, ya que aún se están trazando estrategias para realizarla.

- La Fan Page también se trabajó con subir fotos, arte de proceso de purificación y mantenerla en movimiento constante.
- Todo el material publicitario que se manejo fue instalado por mi persona con el apoyo del personal de Agua Pura Mejor Vida.
- Las estrategias trazadas para el Fortalecimiento de la Imagen de Agua Pura Mejor vida, fueron evaluadas, diseñadas y realizadas con el fin de lograr mantener estable a la empresa, en un mercado 100% competitivo.

6.1 Artes Finales que se realizaron para “Agua Pura Mejor Vida”

1.

AGUA PURA MEJORVIDA

¡SALUDABLEMENTE MEJOR!
Lavado, Desinfectado y Llenado de Garrafones con Agua 100% Pura y Ozonizada

Por que tú lo pediste, Nuevamente!!!
Martes, Jueves y Sábado

En Planta A domicilio
2 x **Q.12*** | **Q.16***
*Aplicar Restricciones

DISPENSADORES DE AGUA

POLULAR A solo: Q.50.00	REDONDO A solo: Q.90.00
---	---

Haz tus pedidos al:
2449-4389
5459-1735

Calz. Justo R. Barrios 2-60 Local 6, Zona 21
 (Amplio parqueo con seguridad)

EN... AGUA PURA MEJORVIDA

¿Cómo sabe usted que el agua que compra es purificada?

¡Nuestro Proceso de Purificación Garantiza un Producto 100% Confiable y Saludable!

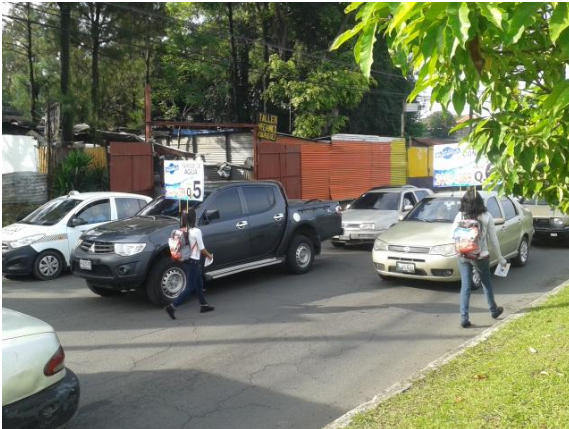
2449-4389 y 5459-1735
 Calz. Justo R. Barrios 2-60 Local 6 Zona 21
 Licencia Sanitaria No. 152-2011 y Registro No. 002-2011

Diagrama del Proceso de Purificación:

El proceso comienza con el **Problema de Agua Pura** que pasa por: **Filtro de Sedimentos**, **Filtro de Carbón Activado**, **Filtro de Membranas**, **Filtro de Osmosis**, **Filtro de UV**, **Limpieza de Eau Ultrafina**, **Temperatura de Osmosis**, **Tartrato**, **Tratamiento**, **Envase**, **Almacenamiento**, **Lavado**, **Envase**, **Limpieza de Garrafones**.

Volante: Este arte se realizó para el reposicionamiento de Agua Pura Mejor Vida y distribuirlo a clientes de la planta y posibles clientes. Se distribuyó de carro en carro en puntos estratégicos de entrada y salida de la zona 21. El volante se realizó según la información del poco conocimiento del proceso de purificación de Agua.

2.



3.



Así se distribuyó el volante en puntos estratégicos con el fin de llegar a Nuevos clientes y fortalecer la imagen con los clientes de cartera.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014

4.



5.



Adhesivos: Este arte fue utilizado en el mes de julio para los rótulos publicitarios de los banner man, en cara y contra cara para la activación de marca de Agua Pura Mejor Vida.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014

6.



Este arte se envió a impresión digital en adhesivo y se colocó en planchas de coroplast que van en mochilas publicitarias y son utilizadas por promotores capacitados para la distribución de material en puntos estratégicos.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014

7.

AGUA PURA MEJORVIDA

CONTROL DE GARRAFONES
Pedidos al: 5459-1735 y 2449-4389

Cliente: _____ Fecha: _____

Garrafones pagados: _____ Q. _____

○ ○ ○ ○ ○

○ ○ ○ ○ ○ **GRATIS**

Firma del encargado: _____

Tarjeta de cliente Frecuente: Este es el arte para la tarjetita de cliente frecuente para la cartera de Agua Pura Mejor Vida.

8.



Stikers: Aquí podemos ver el arte realizado para Stikers de Agua Pura Mejor Vida con el logo y los números telefónicos de la planta y celular para lograr buena comunicación con ellos.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014

9.



Mesh: Uno de los resultados arrojados por las encuestas fue; que muchos de los clientes no conocían el Proceso de Purificación de Agua y con esta información colocada en planta en impresión digital “Mesh” ahora ya saben cuál es realmente el proceso.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014

10.



Antes de colocar el Mesh

11.



Después: Ya colocado.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014

12.



Rotulo Principal: Este es un diseño modificado de Lona Vinílica que identifica a “Agua Pura Mejor Vida” pero que no se ha enviado a impresión hasta nueva orden, el arte quedó en digital para la empresa.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 15 de Julio de 2014

13.



Aquí se puede ver dónde va ir tensada la nueva lona vinílica.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 15 de Julio de 2014

14.



Tarjeta de Presentación: Este es un arte de tarjeta de presentación para los Gerentes o asesores de la empresa.

15.



Mini Valla: Lona Vinílica de doble cara para exterior en punto de venta y funciona como señalización. Fueron impresas y colocadas en una estructura metálica.

16.



Lona vinílica ya instalada en punto de venta de “Agua Pura Mejor Vida”.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 15 de Julio de 2014

17.



Banner en punto de venta Dispensadores.

18.



Banner en punto de venta Bolsas.

19.



Aquí ya instalado el Banner.

20.



Banner de dispensadores.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 15 de Julio de 2014

21.



Etiquetado de Equipo: Este es un adhesivo donde se imprimieron los nombres de cada uno de los filtros de purificación de agua. Esto complementa la información del Mesh en el vidrio.

22.



Identificación de equipo completo, para conocimiento del proceso de purificación de Agua. Esto es parte del plan de comunicación que se propuso para el fortalecimiento de imagen de la empresa.

23.



Afiches de Bolsas de Agua: Se imprimieron para colocar en punto de venta y parroquias, casas, tiendas, escuelas y otros puntos estratégicos para promoción de las mismas.

24.



Estos afiches se colocaron en el vidrio de atención al cliente.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014

25.



Una panorámica de Agua Pura Mejor Vida.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 05 de Junio de 2014

7. CONCLUSIONES

- La empresa Agua Pura Mejor Vida, brinda un excelente servicio al cliente y lo más importante es que tiene toda la disposición de realizar los cambios que sean necesarios para mejorar su servicio.
- Las Estrategias de Comunicación aplicadas a la empresa permitieron que los clientes vieran que se tiene toda la disponibilidad de brindarle una mejor atención.
- El departamento de Mercadeo es el encargado de continuar con las pautas y procesos que no se lograron ejecutar y que serán de beneficio para mantener a flote la empresa en un mercado altamente competitivo al cual se enfrenta día con día.
- Con el trabajo que se realizó, se pudo observar la respuesta positiva de las personas que visitan y llaman a la Planta Purificadora de Agua.

8. RECOMENDACIONES

- Para que se mantenga el posicionamiento de marca al cual se logró llegar durante el trabajo que se realizó en la empresa de Agua Pura Mejor Vida, es recomendable realizar reuniones y capacitaciones constantes con el personal, esto con el fin de conocer las opiniones o comentarios que realizan los clientes.
- No permitir que se llegue al deterioro completo del material publicitario colocado en punto de venta, ya que esto permitirá que la empresa refleje una buena imagen.
- Ya que a partir de ahora se cuenta con un departamento de comunicación activo, hay que mantener las redes sociales actualizadas, de esta forma los clientes se mantendrán informados de los nuevos productos, o los días y horarios de atención en la Planta Purificadora de Agua
- Continuar con la unión del personal y jefes que existe hasta el momento, ya que eso permitirá que la empresa crezca y llegue a ser una de las mejores del sector.

9. Bibliografía

- 3w3search.com. (1998-2003). *tripod*. Obtenido de ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id65.html
- Bordenave, J. D., & de Carvalho, H. M. (1978). *Planificación y Comunicación*. Quito-Ecuador: Ciespal.
- Cabezas, H. (2000). *Metodología de la Investigación*. Guatemala: Piedra Santa.
- Carrera, J. C. (Noviembre de 2011). Estrategia de Comunicación para la Revisión, Actualización y Divulgación del Reglamento de Propiedad Horizontal del Condominio Nimajuyú 1, con el fin de lograr una convivencia armoniosa entre vecinos del Lugar. Guatemala, Guatemala.
- Collado, C. F. (2002). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas, S.A. de C.V.
- elosiodelosantos. (2000). Obtenido de http://www.elosiodelosantos.com/calculadoras/tamanyio_muestra.htm
- Hancock, A. (1981). *Planificación de la Comunicación para el Desarrollo*. Quito-Ecuador: Andina.
- Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales Guatemala, C. (05 de Marzo de 2010). Guatemala, Guatemala.
- Pinto, C. H. (2001). *El Plan Publicitario*. Guatemala.
- Sopalú, L. M. (Noviembre de 2012). Propuesta de Comunicación para el Fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Guatemala. Guatemala, Guatemala.
- Wikipedia. (2014). *Wikipedia.com*. Obtenido de es.m.wikipedia.org/wiki/Gerente_general

ANEXOS

10. ANEXOS



La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala con el apoyo de Agua Pura Mejor Vida, están realizando esta encuesta con el fin de fortalecer la Imagen Institucional de la empresa.

ENCUESTA

1. **Sexo:** Femenino Masculino
2. **Edad:** _____Años
3. **En que colonia vive?**
Vásquez Guajitos Colonia J.R.B. Condominio Nimajuyu
Colonia Venezuela Otras
4. **¿Por qué compra agua envasada?**
Salud Higiene Economía Por seguridad
5. **¿Qué cualidades observa al momento de seleccionar la planta purificadora de agua?**

Higiene Precio Servicio al Cliente Instalaciones

Calidad del Producto

6. ¿Por qué eligió Agua Pura Mejor Vida?

Higiene Proceso de Purificación de Agua Ubicación
Precio

7. ¿Conoce usted el proceso de purificación de esta planta?

Si No

8. ¿Qué considera que le hace falta o debe mejorar Agua Pura Mejor Vida?

Rapidez en el Servicio Más Publicidad Atención al Cliente

Más Personal Está todo bien Otras

9. ¿Está usted de acuerdo con el producto, precio y calidad de Agua Pura Mejor Vida?

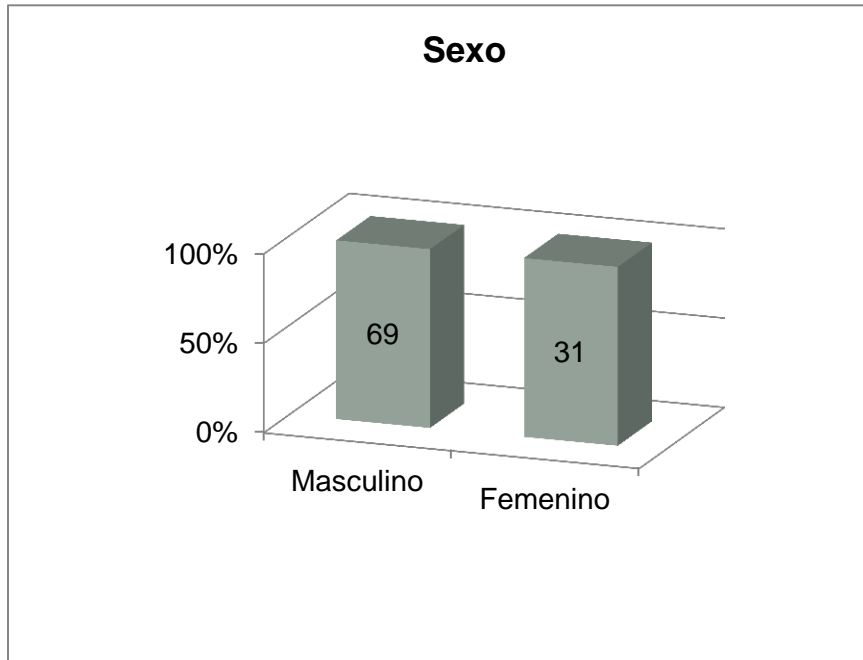
Si No

10. ¿De 1 a 10 que porcentaje de calificación le da a Agua Pura Mejor Vida en su servicio al cliente y por qué?

01 02 03 04 05 06 07 08 09 10

7.2 Matriz o Vaciado de Encuesta

1. Sexo: Masculino Femenino

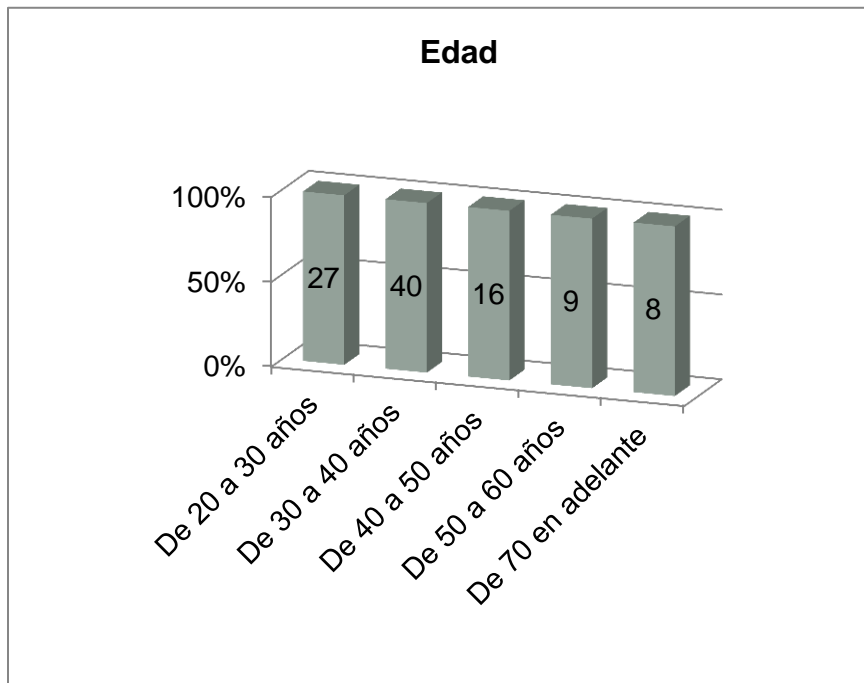


Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

Los resultados indicaron el siguiente dato:

Según la muestra tomada a los clientes que visitan la Planta Purificadora de Agua, el 69% son hombres y el 31% son mujeres. Esto nos permite conocer que la mayoría que visitan la Planta, para comprar el producto, son hombres.

2. Edad: De 20 a 30 años De 30 a 40 años
 De 40 a 50 años De 50 a 60 años
 De 70 en adelante



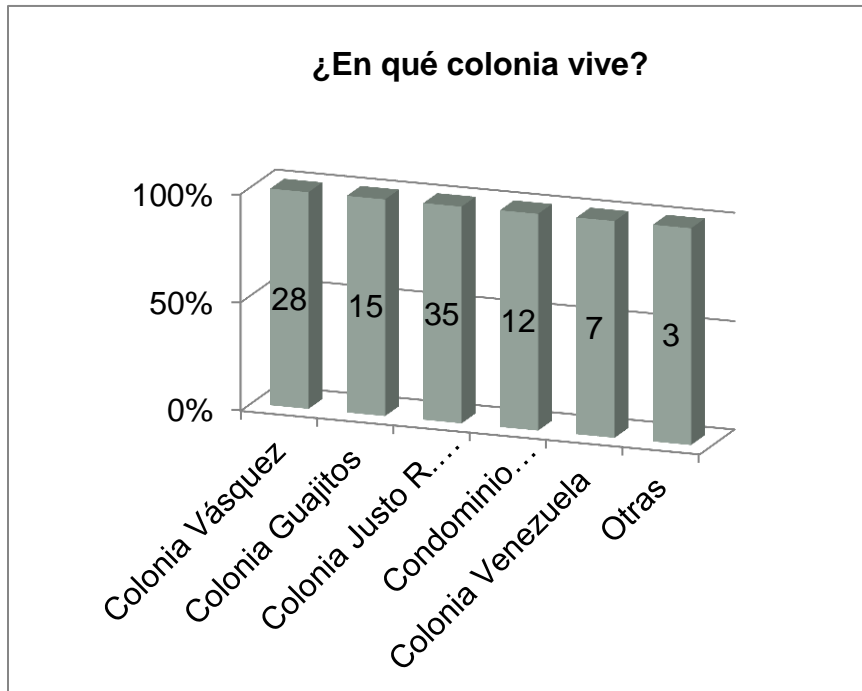
Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

En relación a las edades los resultados fueron:

Los resultados de las personas encuestas, según las edades fueron:

De 20 a 30 años un 27%, de 30 a 40 años un 40%, de 40 a 50 años un 16%, de 50 a 60 años un 9% y de 70 años en adelante un 8%. Por lo tanto, las personas de edad media, son las que más visitan la Planta Purificadora de Agua.

3. ¿En qué colonia vive?

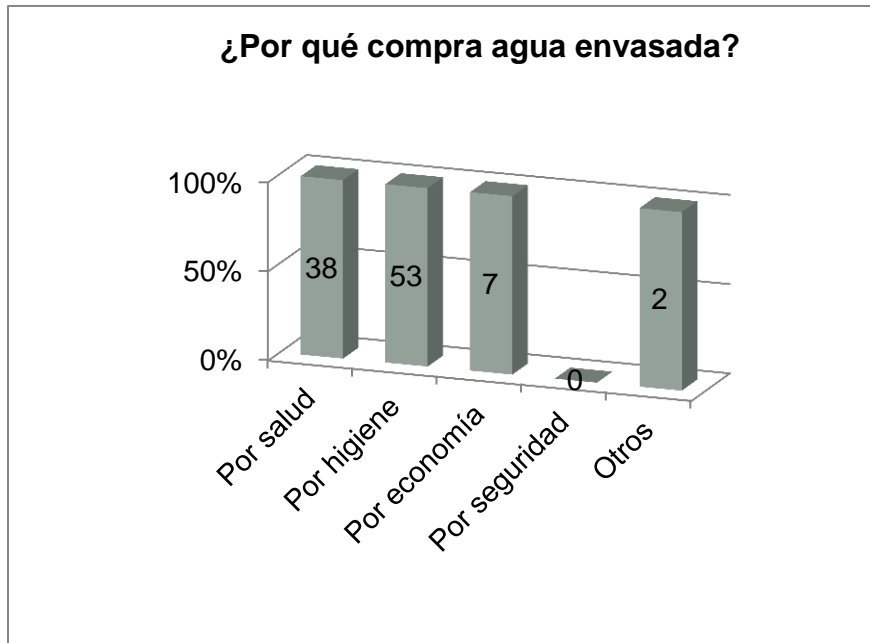


Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

Los resultados fueron:

El 28% de los encuestados viven en la colonia Vásquez, el 15% en la colonia Guajitos, el 35% vive en la colonia Justo Rufino Barrios, el 12% en el Condominio Nimajuyu, el 7% vive en la colonia Venezuela y el otro 3% en otras colonias.

4. ¿Por qué compra agua envasada?

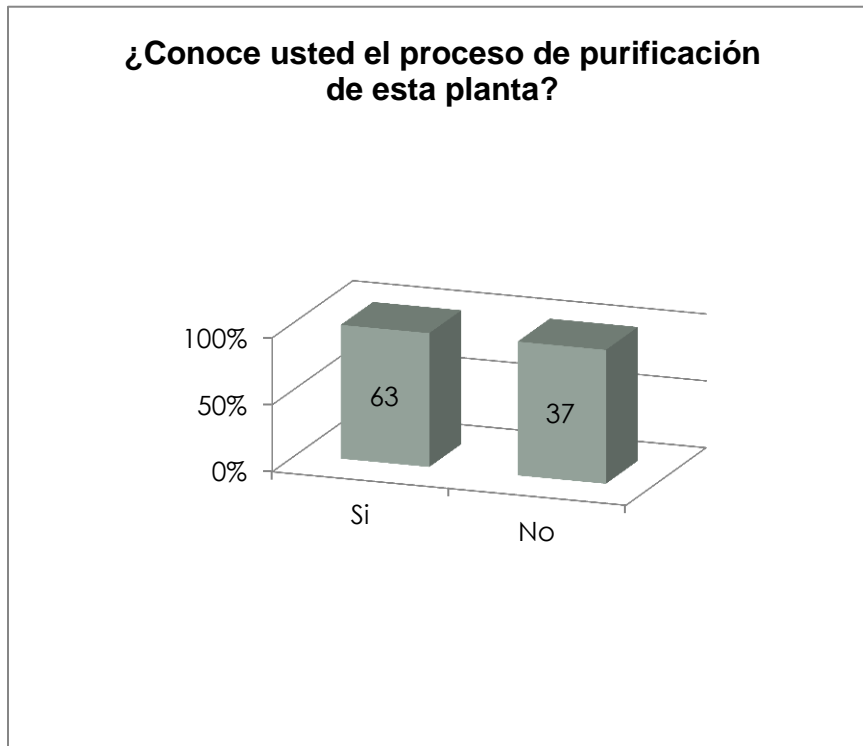


Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

Los resultados demostraron el siguiente dato:

El 38% de personas encuestadas compran agua envasada por salud, el 53% la compra por higiene, el 7% por economía, el 0% por seguridad y otros un 2%. Por lo tanto según estos datos nos indican que la mayoría la consumen por higiene y salud.

5. ¿Conoce usted el proceso de purificación de agua de esta planta?



Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

Las encuestas arrojaron el siguiente dato:

El 63% de personas que visitan la planta purificadora de agua sí conoce el proceso que se realiza para purificar el agua y el 37% no tiene conocimiento de cómo se lleva a cabo este proceso.

6. ¿Qué cualidades observa al momento de seleccionar una planta purificadora de agua?



Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

Las encuestas arrojaron el siguiente dato:

El 31% de las personas selecciona la planta purificadora de agua por higiene, el 29% por precio, el 23% por calidad en el servicio, el 9% por las instalaciones y el 8% por el servicio al cliente.

7. ¿Qué considera que le hace falta o debe mejorar Agua Pura Mejor Vida?



Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

Las encuestas arrojaron el siguiente dato:

El 31% de la población considera que se debe mejorar en rapidez en llenado, el 21% incluir más personal, el 19% que está bien en todo, el 15% en más publicidad, el 9% en atención al cliente y el 5% otros.

8. ¿Por qué eligió Agua Pura Mejor Vida?

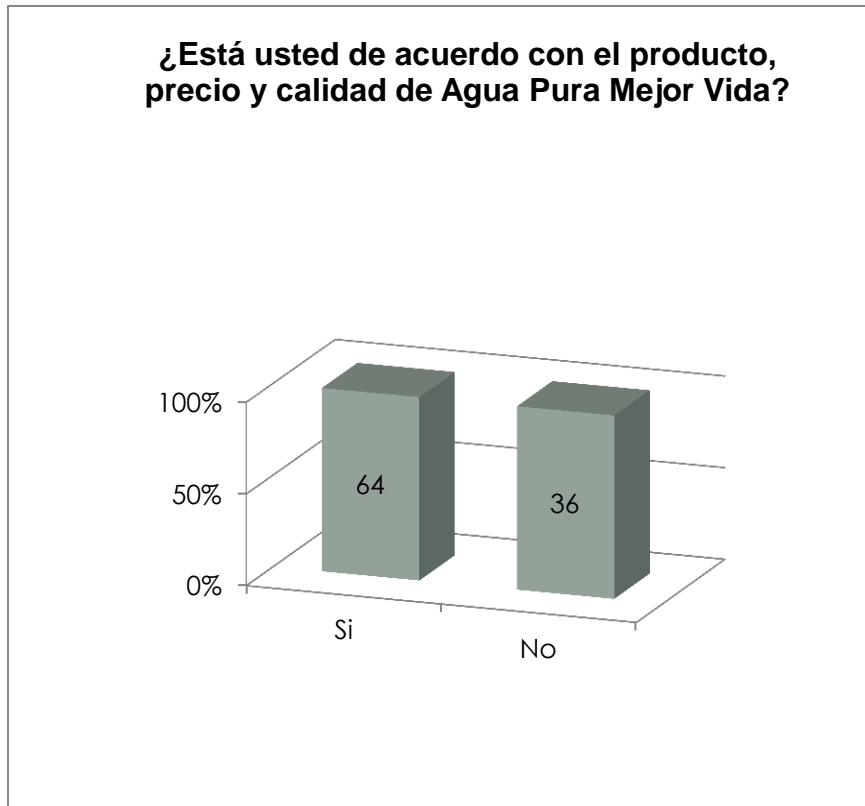


Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

Los resultados fueron los siguientes:

El 33% de personas indicaron que eligieron Agua Pura Mejor Vida por Higiene, el 16% por el proceso de purificación de agua, el 9% por la ubicación, el 39% por el precio, el 1% por la Atención y Servicio, el 2% por el sabor del agua y en otros arrojó el 0%, por lo tanto la mayoría de las personas eligieron la marca por el precio.

9. ¿Está usted de acuerdo con el producto, precio y calidad de Agua Pura Mejor Vida?

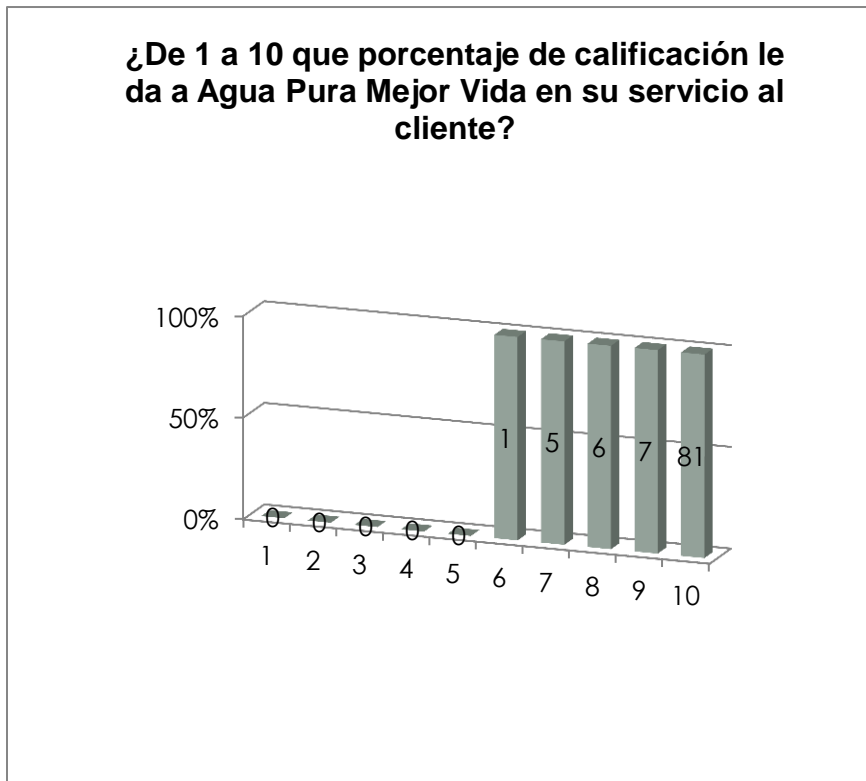


Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

Las encuestas realizadas a las personas indicaron lo siguiente:

El 64% de las personas que visitan la planta purificadora indicaron que sí, están de acuerdo con el producto, precio y calidad de Agua Pura Mejor Vida y el 36% no está de acuerdo por cualquier razón que tengan.

10. ¿De 1 a 10 que porcentaje de calificación le da a Agua Pura Mejor Vida en su servicio al cliente?



Por: Brenda Beatriz Mazariegos
15 de febrero de 2014

Las encuestas realizadas arrojaron el siguiente dato:

El 81%% de las personas encuestas le dan un 10 en el servicio al cliente a Agua Pura Mejor Vida, el 7% le da un 9, el 6% le da un 8, el 5% le da un 7 y el 1% indicaron que le dan un 6 y el 0% respondieron de 1 a 5. Esto nos indica que la empresa tiene un buen servicio al cliente.

Manual de Imágenes



Una vista amplia, de Agua Pura Mejor Vida.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 05 de Junio de 2014



Identificación del Equipo con vinil adhesivo y siempre manejando la línea institucional con colores y logotipo.



Impresión del proceso de purificación de agua en vinil adhesivo Mesh en vidrio de atención al cliente.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014



Fachada de la Planta Purificadora de Agua y el personal con el Gerente General.



El personal de la planta: Motorista, Encargada de Producción y Gerente de Mercadeo.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014



Banner promocionando los dispensadores que se distribuyen en Agua Pura Mejor Vida.



Banner con promoción de bolsas de agua pura en fardo de 25.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014



Material impreso de volantes y stickers que se trabajo como material de apoyo a ventas.



Tarjeta impresa de control de garrafones para los clientes de planta que llegan a llenar sus garrafones.



Ejecución de la campaña propuesta de BTL de Agua Pura Mejor Vida.



Promotoras distribuyendo a los vehículos volantes diseñados para esta campaña.

Por: Brenda Mazariegos

Fecha: 10 de Julio de 2014



Recibiendo la agradable visita de la La Licda. Floralba.



Mini valla colocada en punto de venta.



Supervision de EPS.



Encargada de producción en llenado de garrafones de Agua Pura Mejor Vida.

Por: Brenda Mazariegos
Fecha: 10 de Julio de 2014