

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) - LICENCIATURA**

**“CAMPAÑA DE RELACIONES PUBLICAS E IMAGEN APLICADA EN
PLATINO, S.A.”**

VICENTA LINDA NICTÉ MUÑOZ GONZÁLEZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2,014

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) - LICENCIATURA**

**“CAMPAÑA DE RELACIONES PUBLICAS E IMAGEN APLICADA EN
PLATINO, S.A.”**

**Informe Final de Ejercicio profesional Supervisado E.P.S.
Presentado al Honorable consejo Directivo por:**

VICENTA LINDA NICTÉ MUÑOZ GONZÁLEZ

Previo a optar al título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2,014

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián Chilín

Secretaria Administrativa

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 Morataya

Supervisora EPS

Licda. Floralba Perez Folgar



PLATINO

PAPELERÍA · ESCOLAR · OFICINA · TECNOLOGÍA

Guatemala, 28 de Octubre de 2,014

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Respetable M.A. Morataya:

Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted.

Por este medio le informo que **Vicenta Linda Nicté Muñoz González**, con número de carné: **200113975** estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en **PLATINO, S.A.**, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del **12 de Mayo al 26 de Julio del 2,014**. Realizando el proyecto de comunicación **"Campaña de Relaciones Públicas e imagen aplicada en Platino, S.A."**.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,



Licda. Euda Maissa Aquino Cabrera
Directora de Publicidad y Diseño

PLATINO



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

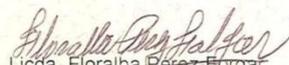
Estudiante
Vicenta Linda Nicté Muñoz González
Carné **200113975**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: "**Campaña de Relaciones Públicas e Imagen Aplicada en PLATINO, S.A.**".

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-Forgar
Supervisora de EPS




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

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por mi vida y por todas las bendiciones que me ha dado, por su amor y porque a través de la siguiente cita me habla y me inspira a avanzar...

Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas. Josue 1:9

A mi Mamá por ser una gran mujer que ha luchado incansablemente por sus hijos y me ha apoyado a cada momento, con su amor y paciencia me ha formado con valores y calidez humana.

A mi hermano José Muñoz, porque a su corta edad lucha por sus sueños y es ejemplo para muchos jóvenes de todo sueño se puede lograr con constancia, trabajo y pasión por lo que hacen.

A mi novio Alejandro López por su amor, paciencia y apoyo para motivarme a alcanzar esta meta profesional.

A Platino por abrirme las puertas y darme la oportunidad de desarrollarme como profesional y poder alcanzar muchos de mis sueños, a su Presidente Don René García y su Director General Gustavo Barrios por su cariño y creer en mí.

A Marissa Aquino mi jefa, tutora y amiga que me ha enseñado mucho del camino en la práctica de mi carrera profesional y ha dejado conocimientos valiosos para mi vida.

A mis tíos, tías, primos y primas por su cariño y estar siempre pendientes de mí.

A mis amigas, cómplices y apoyo durante mi carrera Alejandra López y Karen Aguilar.

A Don Luis Clara (+), Willy García y Doña Menta por su cariño y porque han dejado en mí una huella imborrable.

A Junior por estar junto a mí en cada desvelada.

... Gracias

INDICE

1. Introducción.....	1
2. Justificación	2
3. Diagnóstico.....	3
3.1 Institución.....	3
3.1.1 Antecedentes.....	3
3.1.2 Marco filosófico.....	4
3.1.3 Departamento de Publicidad y Diseño.....	5
3.1.4 Infografía de la institución.....	5
3.2 El problema comunicacional.....	6
3.3 Técnicas de recolección.....	7
3.3.1 Observación.....	7
3.3.2 Entrevista a profundidad	8
3.3.3 Encuesta	12
3.4 Foda.....	13
4. Plan de Comunicación	16
4.1 Proyecto a desarrollar	16
4.2 Descripción técnica de la estrategia del proyecto	16
4.3 Objetivo General	16
4.4 Objetivos Específicos	16
4.5 Actividades que operativizan la estrategia	17
4.6 Financiamiento	18
4.7 Presupuesto	18
4.8 Grupo Objetivo	18
4.9 Área Geográfica de Acción	19
4.10 Cuadro Operativo de la Estrategia	19
5. Informe de ejecución	20
5.1 Logotipo de Estándares de Calidad en el servicio.....	20
5.2 Diseño y diagramación de boletín informativo.....	20
5.3 Manual de estándares de calidad "Imagen Personal.....	21
5.4 Diseño de Uniformes propuesta Retail y Mayoreo.....	21

5.5 Diseño, diagramación, arte final e impresión de cuadros con La filosofía Platino en marco de madera y manta vinílica.....	22
5.6 Diseño, diagramación, arte final e impresión de cuadros Acrílicos para oficinas con la filosofía Platino.....	23
5.7 Elaboración de Presentación Manual de Estándares de Calidad "Imagen Personal"	24
6. Análisis de resultados	25
7. Conclusiones	26
8. Recomendaciones	27
9. Bibliografía.....	28
10. Anexos	29

1. INTRODUCCIÓN

En febrero 2,014 la autora del presente informe comienza sus prácticas del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la empresa Platino, S.A. dentro del departamento de Publicidad y Diseño con el fin de apoyar de forma activa proyectos de comunicación que al desarrollarse ofrezcan mejoras a la institución.

Durante la fase diagnóstica por medio de observación y documentación utilizando instrumentos como entrevistas y encuestas realizadas en diferentes áreas de la empresa se logró detectar oportunidades de mejoramiento tanto a nivel de departamento como de Platino en general.

Dentro de los problemas detectados está el manejo de las relaciones públicas directamente relacionado al tema de la imagen personal y de igual importancia la necesidad dentro del departamento de Publicidad y Diseño por comunicar a toda la empresa los avances y el desarrollo de los proyectos que se van realizando según la planificación anual presentada a inicio de año.

Platino es una empresa que constantemente busca la excelencia y es por ello que la creación y desarrollo de propuestas que apoyen y contribuyan en el funcionamiento de los procesos dentro de la institución fomentan en los colaboradores el espíritu de servicio que la empresa persigue institucionalizar.

2. JUSTIFICACIÓN

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala forma líderes profesionales y éticos que traen consigo la responsabilidad de generar cambios que impacten en su entorno, comunidad y cambios de orden social que generen desarrollo a un país que urge en la necesidad de solucionar problemas políticos, sociales y culturales.

La autora del presente informe realizó sus prácticas del Ejercicio Profesional Supervisado en la empresa Platino, S.A. institución formada hace 19 años bajo conceptos de comercialización, distribución y promoción de artículos de oficina, papelería, escolar y tecnología, cuyo enfoque principal es prestar un servicio personalizado, profesional y ético tanto a sus clientes internos y externos como a sus proveedores. La epesista realizó un diagnóstico dentro de la institución con el fin de evaluar antecedentes y detectar problemas de carácter comunicacional y proponer planes con estrategias que al cumplirse aporten beneficios para el desarrollo de la institución.

La importancia en el desarrollo de un plan que apoye en la proyección de la imagen y valores que la empresa busca institucionalizar brinda un soporte a las relaciones públicas que la empresa necesita para con sus clientes y proveedores con el fin de lograr confianza en el entorno público de la entidad. A nivel interno constituir un grupo de colaboradores con un objetivo común en el que exista una comunicación efectiva, con sentido de pertenencia a la organización.

3. DIAGNOSTICO

3.1 Institución

Platino, S.A. empresa líder en el ramo de útiles escolares, suministros de oficina, papelería, ubicada en la 6ª. Avenida 7-45 Zona 9, ciudad capital.

3.1.1 Antecedentes

Platino nace hace 20 años bajo conceptos innovadores de comercialización , distribución y promoción de artículos de oficina, papelería, escolar, hogar y tecnología, teniendo como objetivo principal ofrecer un servicio personalizado, profesional y ético hacia sus proveedores, clientes y amigos, así como surtir de las mejores marcas y productos de prestigio mundial, con alta calidad y precios competitivos.

Ofrece una cobertura completa de distribución, sirviendo a cientos de oficinas y librerías en la ciudad capital, como en el interior del país, proyectándose también a nivel Centroamericano.

Es una empresa cuyo principal enfoque radica en el servicio, cuenta con un alto prestigio que ha sido logrado a través de un comportamiento íntegro y honesto dentro de la comunidad a la que pertenece.

Platino se apoya en un equipo de profesionales dinámicos, calificados, de comprobada confiabilidad y demostrada capacidad y que contribuyen con su conocimiento y experiencia al logro de su principal objetivo: “El desarrollo de relaciones comerciales productivas y duraderas hacia nuestros amigos / clientes y proveedores”.

Durante 18 años fungen labores ubicados en la 5 avenida 1-57 Zona 9 donde contaban con un espacio reducido y es en el año 2,012 que se trasladan a sus nuevas instalaciones, un edificio moderno, creado con el propósito de brindar a colaboradores, clientes y proveedores comodidad y ambiente agradable. Ubicado en la 6 avenida 7-45 Zona 9.

3.1.2 Marco Filosófico

Platino es una empresa que busca constantemente la excelencia en el servicio, siendo su lema a nivel interno que el servicio comienza entre los mismos colaboradores.

Como parte de su filosofía es reflejar una administración eficiente en recursos, creando relaciones de confianza entre colaboradores, clientes y proveedores.

Platino maneja un sistema de calidad total cuyo objetivo principal es asegurar que todo el mundo en la empresa:

- Hace todo lo que se espera.
- Todo lo hace bien.
- Todo lo hace a tiempo.
- Introduce innovaciones en su propio trabajo.
- Se preocupa y contribuye a los logros en equipo

Todos estos puntos sin necesidad de una continua supervisión.

Bajo la premisa “Primero es el cliente, deje lo que esté haciendo y ¡ATIENDALO!” la institución refleja que el giro del negocio se basa mucho en el servicio y que es fundamental para cada colaborador mantener su actitud en todo momento para ejercer el mismo.

3.1.3 Departamento de Publicidad y Diseño

El equipo está conformado por una Directora, su asistente, diseñadores, auxiliar y promotores. En el departamento se desarrollan las diferentes estrategias Publicitarias y de comunicación que serán de apoyo a la empresa en el logro de su meta. Tienen a su cargo la imagen de la empresa, publicidad, relaciones públicas, comunicación, diseño de empaques, promociones, activaciones e imagen de marca. Se apoya en una agencia de publicidad que es un intermediario entre Platino y los medios de comunicación.

3.1.4 Infografía de la institución





3.2 El problema comunicacional

Las personas que colaboran en las empresas se convierten en sus embajadores y son los responsables de transmitir la credibilidad de los productos y/o servicios que estas ofrecen, dentro de los problemas detectados está el manejo de las relaciones públicas directamente relacionado al tema de la imagen personal donde se encuentra la necesidad de conseguir en los colaboradores el espíritu y la imagen que la empresa pretende sea percibida en el exterior.

De igual importancia es detectada dentro del departamento de Publicidad y Diseño la necesidad de comunicar a toda la empresa los avances y el desarrollo de los proyectos que se van realizando, esto para mantener una comunicación efectiva y

dar a conocer el trabajo que mes a mes el departamento tiene a su cargo con el aporte de cada integrante del equipo.

3.3 Técnicas de recolección

Las técnicas utilizadas para la realización del diagnóstico fueron las descritas a continuación:

- Observación de procesos dentro de la institución y el departamento de Publicidad y Diseño para la detección de debilidades y posterior análisis para propuestas de estrategias a proponer.
- Entrevista con la directora del departamento de Publicidad y Diseño Licda. Euda Marissa Aquino Cabrera y el Director de Procesos Lic. Rodrigo García.
- Encuesta realizada a toda la fuerza de ventas de la empresa tomando en cuenta ambos canales de venta Mayoreo y Retail para conocer la comunicación que mantienen y como se desenvuelven en su entorno, con los clientes, con sus compañeros, con sus directivos y su pertenencia a la empresa.

3.3.1 Observación

A partir de febrero del 2,014 se inició el proceso de observación en la empresa Platino, S.A. y su departamento de Publicidad y Diseño, dando como resultado una mejor percepción de la cultura organizacional, filosofía y las formas de trabajo que se desarrollan en la institución de acuerdo a el área a que se pertenezca.

A continuación se detallan varias de las deficiencias encontradas a través de lo observado:

A nivel general Platino:

- Necesidad en el cuidado de la imagen personal que cada colaborador debe presentar según las normas dentro de la empresa.
- Falta de información en las carteleras sobre el uso correcto del uniforme.
- Incomodidad de los asesores con la vestimenta designada para su uso diario.

Dentro del departamento de Diseño y Publicidad:

- Se necesita desarrollar nuevas propuestas para el uniforme de la fuerza de ventas de los canales Mayoreo y Retail.
- La necesidad de que la Empresa conozca el trabajo que desarrolla el departamento y el impacto que está teniendo para el alcance de las metas de la institución.
- Falta de difusión de las innovaciones que el departamento propone y con ello que cada integrante del equipo pueda dar a conocer sus habilidades y sus fortalezas en el desarrollo de nuevas propuestas.
- Problemas de comunicación entre departamentos relacionados.

3.3.2 Entrevista a profundidad

Para el presente informe se entrevistó a la Licenciada Euda Marissa Aquino Cabrera Directora del departamento de Publicidad y Diseño para conocer sus observaciones acerca de las necesidades que actualmente son prioritarias trabajar y el desarrollo publicitario que actualmente se lleva a cabo en Platino .y el Director de Procesos Rodrigo García que trabaja en conjunto con ventas y nos aporta sus observaciones sobre mejoras, incidentes con que frecuentemente afronta su departamento ya que está directamente en contacto con los clientes.

Entrevista 1. Directora de Publicidad y Diseño Licenciada Euda Marissa Aquino.

1) ¿Qué necesidades percibe a nivel general?

La principal necesidad que se requiere de inmediato cubrir son programas de comunicación entre departamentos relacionados que serían ventas, compras y mercadeo es un área de enfoque y una debilidad que hay que trabajar.

2) ¿Qué tipo de campaña han trabajado para apoyar?

De este tipo se trabajó el año pasado el proyecto PASION POR LAS MARCAS cuyo objetivo era que los asesores conocieran beneficios y características de diferenciación de productos y temporada escolar, para que tuvieran los argumentos adecuados y así reforzar la venta con nuestros clientes.

Esto porque también una de las principales deficiencias que se tienen, es que se tiene un amplio portafolio con más de 7,000 códigos y es difícil para el asesor tener conocimiento pleno de las características, códigos y descripciones de los artículos.

Ese fue el principal aporte que se hizo para el conocimiento en el área de ventas y por ende con esto brindar un mejor servicio a nuestro cliente.

3) De qué manera influye el departamento de publicidad en la imagen de los asesores

En el aspecto visual trabajamos con uniformes acorde a la temporada que se está viviendo, tal es el caso actual que, estamos trabajando uniformes alusivos al mundial, esto para que el asesor se sienta motivado con los cambios del mismo y los clientes perciben un ambiente diferente en la sala de ventas, estos proyectos de cambio de uniforme nos ayuda a incluir las marcas que actualmente trabajamos.

El trato específico de los asesores con los clientes, depende del departamento de ventas, ellos son quienes rigen esta parte.

4) ¿Ustedes son los encargados de la imagen de las salas de ventas?

Nuestro principal aporte en ambas salas de ventas, es la parte visual, como la rotulación exterior, interna tanto de las tiendas como del edificio en general.

5) ¿Actualmente qué tipo de plan se está ejecutando, a nivel campaña publicitaria y a nivel servicio que tipo de apoyo se está brindando?

En el caso de Mayoreo estamos trabajando apoyos promocionales para nuestros clientes.

6) ¿Tienen algún plan de imagen interno en el que estén trabajando, aprovechando que acaban de salir de la temporada fuerte?

Actualmente no contamos con ningún plan de apoyo a la fuerza de ventas para su desarrollo comercial y que los clientes vean los beneficios de esto. Actualmente no hemos desarrollado algún proyecto al respecto.

7) ¿Es un punto importante trabajar en ello?

Es una necesidad que aún no se ha cubierto.

8) ¿A nivel publicidad que está trabajando Platino con medios externos?

Este año estamos utilizando medios alternos, en años anteriores hemos trabajado mucho con medios internos, pero vemos la necesidad de involucrar otro tipo de estrategia por los alcances que se desean obtener y por la proyección de la empresa.

Estamos haciendo una combinación de medios impresos, radio, publicidad móvil, adicional nos estamos iniciando en el área de las redes sociales ya que es un vínculo muy importante y nos puede permitir llegar a mucha personas que aún no nos conocen.

9) Por lo visto su trabajo es bastante amplio y el mismo abarca muchas áreas de la empresa.

Es correcto, sin embargo un apoyo específico en el tema de servicio para Asesores de Venta aun no lo hemos trabajado.

10) Es un tema muy importante, puesto que ustedes están muy relacionados con el departamento de ventas y son un gran apoyo para ellos.

Creo que hemos descuidado la parte integral del asesor, puesto que tendríamos que contribuir y apoyarlos con su crecimiento profesional, para un enfoque de imagen de relaciones públicas con un servicio adecuado, y enseñarles cómo expresarse, como presentarse ante los clientes.

Entrevista 2. Director de Procesos Licenciado Rodrigo García.

1) ¿Qué inconvenientes son los más frecuentes y que afectan directamente su labor en el cumplimiento de un buen servicio?

Trabajo directamente con ventas y entre los problemas más frecuentes es que olvidan colocar órdenes de compra, no comunican una información exacta y esto nos crea inconvenientes que al final afectan los costos y presupuesto.

Un problema que si es directamente de mi departamento es que no cuento con colaboradores con un perfil adecuado que tengan conocimiento del trato con el cliente.

2) Puede mencionarme 3 mejoras que usted propondría como recomendación para las áreas que crean necesiten más apoyo dentro de la empresa.

En ventas considero que es necesario un estudio de mercado para potencializar nichos de mercado que aún no hemos trabajado.

En el caso de los asesores de Telemarketing sería bueno que tengan a la vista todos los productos del portafolio de forma que les sirva como recordación y se pueda realizar una mayor rotación de productos y con esto un menor tiempo de almacenaje en bodegas.

Recomendaría a ventas tener orden y una comunicación fluida en el desarrollo de su trabajo.

3.3.3 Encuesta

Para conocer el clima laboral, debilidades y problemas dentro de la empresa se realizó una encuesta con 11 preguntas a la fuerza de ventas que son los mayores representantes de la imagen que proyecta Platino pues son ellos los que tienen el contacto directo con los clientes.

Se encuestó a 23 asesores del canal de venta Retail y 36 asesores del canal de ventas Mayoreo siendo ellos el 100% de colaboradores que se desempeñan en esta área.

Los objetivos de la encuesta realizada son:

- Conocer el tipo de comunicación que manejan con sus clientes y compañeros.
- Identificar los obstáculos que pueden interferir para realizar un trabajo efectivo.
- Determinar su ambiente de trabajo tanto con sus compañeros como con su jefe inmediato.
- Reconocer los aportes que realiza de forma individual para mejorar su ambiente laboral.

A continuación se detallan los resultados más relevantes:

- Según el canal de venta así es el contacto que los asesores tienen con el cliente. Para Mayoreo un 86% de los colaboradores encuestados señala que el cliente para ello es un amigo y socio comercial, mientras que por el contrario el canal de ventas al detalle señala 74% de los 23 encuestados que el cliente solamente es un socio comercial, esto se debe a que es una tienda de autoservicio y es corto el periodo de tiempo que tienen contacto con el cliente.

- El 100% de los encuestados (36 asesores de mayoreo y 23 asesores de tienda al detalle) indican que las mayores atribuciones que el cliente requiere de ellos es inmediatez en el servicio, resolución inmediata de problemas y ofrecimiento de productos nuevos.
- En su mayoría los encuestados de ambos canales de ventas señalan que comparten una comunicación efectiva en su departamento.
- De los encuestados el canal de ventas mayoreo se destaca en un 100% a considerarse ejemplo de servicio al cliente en su apoyo mutuo. Por el contrario el canal de ventas al detalle muestra según la encuesta que tienen dificultad en su interacción entre ellos mismos, sin embargo comentan que están en búsqueda de aprender formar de mejorar esa debilidad.
- Los 59 asesores encuestados indican que su mayor fortaleza radica en el servicio que prestan a sus clientes como herramienta de defensa ante la competencia.
- Dentro del aporte que los 59 asesores brindan a la mejora en su ambiente de trabajo sobresalen la confianza, el compañerismo, apoyo, trabajo en equipo, actitud positiva, orden y compromiso.
-

3.4 FODA

Fortalezas

1. Su experiencia de 20 años en el ramo librero le permite tener solidez en el mercado.
2. Cuenta con toda la infraestructura necesaria para brindar a sus colaboradores, proveedores y clientes un ambiente agradable y las herramientas necesarias para el desarrollo de relaciones comerciales.
3. Su enfoque en el servicio le brinda un valor agregado al giro comercial que maneja la empresa.

4. Búsqueda constante en la excelencia.
5. La honestidad y transparencia en las negociaciones son carta de presentación que la hace una entidad confiable y respetable.

Oportunidades

1. Cuenta con dos tipos de negocio que permite abarcar una mayor parte del mercado en su venta al Mayoreo y Retail.
2. Se encuentra en constante innovación, buscando nuevos espacios y nichos de mercado aprovechables que den paso a desarrollar negociaciones y acercarse más a su grupo objetivo.
3. Tiene el respaldo de marcas de prestigio a nivel nacional e internacional lo que permite negociaciones que beneficien tanto a la marca como a la propia institución.
4. Sus instalaciones están diseñadas para brindar comodidad y seguridad a todo aquel que los visite, ya que fueron creadas con el fin de facilitar al visitante todo lo necesario según sus necesidades (168 parqueos bajo techo con seguridad, cómodas y amplias salas Mayoreo y Retail, gradas eléctricas, elevadores, atención personalizada, servicios sanitarios, parqueo gratis)
5. Platino Se encuentra ubicado en un punto accesible y en un área comercial cercana a bancos, edificios de oficinas, restaurantes lo que permite un mayor tránsito de personas.
6. La diversidad de productos que maneja permite abarcar un amplio segmento de mercado (Arte, papeles, suministros de oficina, plumas finas, tecnología, escolar, manualidades).

7. El compromiso que ha adquirido en distribuir productos de alta calidad y con precios competitivos afianza las relaciones comerciales con sus clientes.

Debilidades

1. Poca comunicación entre los departamentos de la empresa.
2. Seguimiento a solicitudes específicas de clientes Mayoristas.
3. Orden de procesos internos en Depto. de ventas.

Amenazas

1. Entrada de nuevos competidores con costos más bajos.
2. Incremento en las ventas de los productos sustitutos.
3. Abandono por parte de clientes por no prestar un servicio adecuado.

4. Plan de Comunicación

4.1 Proyecto a Desarrollar

“Campaña de Relaciones Publicas e imagen aplicada en Platino, S.A.”

4.2 Descripción técnica de la estrategia del proyecto

Según los resultados obtenidos en el diagnóstico es necesaria la implementación de un plan de comunicación para el departamento de Publicidad y Diseño trabajando el área de comunicación interna que permita transmitir a toda la empresa la imagen y el trabajo que se elabora dentro del área y el beneficio que se obtiene en el desarrollo de las diferentes estrategias que se implementan anualmente con el fin de lograr en conjunto la meta anual.

Parte vital para la empresa también es el tema de la imagen personal como proyección a la mejora en relaciones publicas que la empresa busca transmitir a sus clientes tanto internos como externos y el cuidado de la misma.

4.3 Objetivo General

Producir herramientas de apoyo en comunicación e imagen como soporte al departamento de Publicidad y Diseño.

4.4 Objetivos Específicos

- Realizar la línea grafica del programa de estándares de calidad que actualmente se trabaja para los colaboradores de Platino como enfoque en las Relaciones Publicas que deben manejarse antes los clientes tanto internos como externos.
- Diseñar la imagen del nuevo uniforme que portara la fuerza de ventas tanto Mayoreo como Tienda al Detalle.

- Desarrollar un boletín informativo en el cual el Departamento de Publicidad y Diseño pueda dar a conocer a departamentos relacionados los diferentes proyectos y materiales que se elaboran y que son herramientas de apoyo y desarrollo para la imagen y publicidad de Platino.

4.5 Actividades que operativizan la estrategia

Productos Multimedia:

- Boletín informativo digital "PLATINO NEWS" (Boceto, diseño y diagramación)
- Manual "Estándares de Calidad en el Servicio" (Boceto, diseño, arte final y diagramación).
- Presentación "Estándares de Calidad en el Servicio" en formato Power Point.

Productos Impresos:

- Logotipo "Estándares de Calidad en el Servicio" (Boceto y diseño)
- Cuadros en manta vinílica con Filosofía de Platino y "Estándares de Calidad en el Servicio" (Boceto, diseño, diagramación e impresión)
- Cuadros en acrílico con Filosofía de Platino y "Estándares de Calidad en el Servicio" (Boceto, diseño, diagramación e impresión).
- Manual Estándares de Calidad en el Servicio "Imagen Personal"(Boceto, diseño, arte final y diagramación e impresión).
- Piezas gráficas con presentación de propuestas para uniformes de asesores fuerza de ventas Mayoreo y Retail. (Boceto y diseño)

Talleres y capacitaciones:

- Capacitación de Manual Estándares de Calidad en el Servicio "Imagen Personal" al departamento de Publicidad y Diseño.

4.6 Financiamiento

Los materiales elaborados son financiados por la institución Platino, S.A. y el material gráfico y creatividad propios de la epesista.

4.7 Presupuesto

No.	Actividad o Producto Comunicacional	Presupuesto
1	Diseño de logotipo Estándares de Calidad en el Servicio	Q 800.00
2	Diseño y diagramación de Boletín informativo	Q 1,500.00
3	Diseño, diagramación y arte final de Manual de Imagen Personal	Q 8,000.00
4	Diseño de uniformes propuesta para Retail y Mayoreo	Q 2,500.00
5	Diseño, diagramación, arte final e impresión de cuadros con marcos de madera e impresión en manta vinílica	Q 2,791.30
6	Diseño, diagramación, arte final e impresión de cuadros En material acrílico y pernos de aluminio.	Q 7,200.00
7	Elaboración de Presentación de Manual de Imagen Personal	Q 100.00

TOTAL **Q 22,891.30**

4.8 Grupo Objetivo

59 asesores de la fuerza de ventas incluyendo ambos canales de venta mayoreo y retail, hombres y mujeres de edades comprendidas entre los 20 a 50 años de edad.

55 colaboradores administrativos, hombres y mujeres con edades entre los 19 y 65 años de edad, entre ellos Directores de departamentos y personal a su cargo.

80 colaboradores del área operativa ubicados en bodega central y bodega zona 12.

4.9 Área geográfica de Acción

Las actividades fueron desarrolladas dentro de las instalaciones de Platino, S.A., específicamente en el departamento de Publicidad y Diseño, áreas comunes de departamentos y auditorium.

4.10 Cuadro operativo de la Estrategia:

No.	Actividad o Producto Comunicacional	Objetivo Especifico	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
1	Diseño de logotipo Estandares de Calidad en el Servicio	Identificar el programa por medio de un logotipo.	Q 800.00	Epesista	Edificio Platino	Colaboradores Platino	Mayo 2,014
2	Diseño, diagramación y arte final de Manual de imagen personal	Diagramar y diseñar un manual con las normas y reglas que deberán seguir los colaboradores acerca de los diferentes estándares de calidad que se buscan desarrollar dentro de la institución como fortalecimientos a las relaciones públicas e imagen que se desea proyectar hacia el cliente externo e interno.	Q 8,000.00	Epesista	Edificio Platino / Bodega Zona 12	Colaboradores Platino	Mayo-Junio 2,014
3	Diseño de uniformes propuesta para Retail y Mayoreo	desarrollara el diseño de piezas de uniforme para fuerza de ventas con imagen de las marcas más representativas y rentables para la empresa	Q 2,500.00	Epesista	Edificio Platino	Asesores de Ventas	Junio 2,014
4	Diseño y diagramación de Boletín informativo	Diagramar y diseñar un boletín informativo con los proyectos que se van desarrollando mes a mes en el departamento de PUBLICIDAD Y DISEÑO	Q 1,500.00	Epesista	Edificio Platino / Bodega Zona 12	Depto. De Publicidad y Diseño	Junio - Julio 2,014
5	Diseño, diagramación, arte final e impresión de cuadros con marcos de madera e impresión en manta vinilica.	Desarrollar una propuesta de cuadros en los que se vea reflejado el marco filosófico de la institución.	Q 2,791.30	Epesista / proveedor	Edificio Platino / Bodega Zona 12	Colaboradores Platino	Julio 2,014
6	Diseño, diagramación, arte final e impresión de cuadros acrilicos con pernos de aluminio.	Desarrollar una propuesta de cuadros en los que se vea reflejado el marco filosófico de la institución.	Q 7,200.00	Epesista / proveedor	Edificio Platino	Colaboradores Platino	Julio 2,014
7	Elaboración de Presentación de Manual de Imagen Personal	Capacitar por medio de la presentación sobre las normas establecidas en el manual.	Q 100.00	Epesista	Edificio Platino / Bodega Zona 12	Colaboradores Platino	Julio 2,014
TOTAL			Q 22,891.30				

5. Informe de Ejecución

5.1 Logotipo de estándares de calidad en el servicio (Ver anexos)

Para identificar el programa de Estándares de Calidad en el Servicio se desarrolló una propuesta de logotipo para todo el material gráfico que se elabore, en este caso para el Manual de estándares de calidad "Imagen Personal" y cuadros con marco filosófico de la institución.

Objetivo específico:

- Representar el trabajo en equipo por medio de una pieza gráfica.
- Identificar el programa por medio de un logotipo.

Público objetivo: colaboradores de Platino, S.A.

Medio utilizado: Digital e impreso.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificio Platino y bodega Zona 12.

Presupuesto invertido en esta acción: Q 800.00

5.2 Diseño y diagramación de Boletín informativo (Ver anexos)

Comunicar los proyectos y materiales que el departamento de Publicidad y Diseño elabora para desarrollar la imagen, concepto e información que los departamentos relacionados tienen acerca de él.

Objetivos específicos:

- Diagramar y diseñar un boletín informativo con los proyectos que se van desarrollando mes a mes en el departamento de PUBLICIDAD Y DISEÑO.
- Enviarlo digital por correo electrónico.

Público objetivo: Directivos y colaboradores a su cargo de toda la empresa.

Medio utilizado: Digital, Correo electrónico.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificio Platino y Bodega Zona 12.

Presupuesto invertido en esta acción: Q 1,500.00

5.3 Manual de estándares de Calidad "Imagen Personal" (Ver anexos)

Desarrollar un manual de la línea grafica del programa de estándares de calidad en el servicio de IMAGEN PERSONAL que Platino está promoviendo, buscando presentarlo de forma dinámica, llamativa, interesante y de fácil recordación para las normas a implementar dentro de él.

Objetivos específicos:

- Diagramar y diseñar un manual con las normas y reglas que deberán seguir los colaboradores acerca de los diferentes estándares de calidad que se buscan desarrollar dentro de la institución como fortalecimientos a las relaciones públicas e imagen que se desea proyectar hacia el cliente externo e interno.
- Presentarlo a aprobación a los coordinadores del programa
- Entregarlo digital para impresión.
- Colocar impresos en las diferentes carteleras colocadas en lugares específicos dentro del edificio.

Público objetivo: Directivos y colaboradores a su cargo de toda la empresa.

Medio utilizado: Digital e impreso.

Áreas Geográficas de Impacto: carteleras dentro de lugares específicos en el Edificio Platino.

Presupuesto invertido en esta acción: Q 8,000.00

5.4 Diseño de uniformes propuesta para Retail y Mayoreo (Ver anexos)

El cuidado y comodidad en la vestimenta diaria para presentarse a laborar se ha convertido en la Imagen Personal que influye en la percepción que se tenga acerca de una persona según el lugar donde se desarrolle. Dentro de este producto

comunicacional se desarrollara el diseño de piezas de uniforme para fuerza de ventas con imagen de las marcas más representativas y rentables para la empresa.

Objetivos específicos:

- Presentar bocetos de propuestas para uniformes.
- Desarrollar cambios o nuevas presentaciones según solicitud
- Presentación de piezas finales

Público objetivo: 59 asesores en total tomando en cuenta ambos canales de venta Mayoreo y Retail.

Medio utilizado: Digital e impreso para presentación a Dirección General.

Áreas Geográficas de Impacto: Oficinas Edificio Platino y público que aprecie el uniforme de vendedores locales y departamentales.

Presupuesto invertido en esta acción: Q 1,500.00

5.5 Diseño, diagramación, arte final e impresión de cuadros con la filosofía Platino, en marco de madera e impresión en manta vinílica. (Ver anexos)

Platino maneja un sistema de calidad total con el fin de crear una cultura de servicio que se vea reflejada en cada área de la empresa, es por ello que para trascender a lo visual se desarrolló una propuesta de cuadros en los que se vea reflejado el marco filosófico de la institución.

Objetivos específicos:

- Desarrollar diseño con una diagramación clara y tipografía de fácil lectura.
- Imprimir los cuadros en dimensiones adecuadas y que sean visibles a toda persona que pueda leerlos.

- Colocar los cuadros en lugares visibles dentro del área de operaciones.

Público objetivo: Colaboradores de Platino tanto en edificio Zona 9 como en la Bodega en zona 12.

Medio utilizado: Impreso, cuadros con marcos de madera y manta vinílica.

Áreas Geográficas de Impacto: Oficinas Edificio Platino y público que aprecie el uniforme de vendedores locales y departamentales.

Presupuesto invertido en esta acción: Q 2,791.30

5.6 Diseño, diagramación, arte final e impresión de cuadros acrílicos para oficinas con la filosofía Platino. (Ver anexos)

Como implementación del marco filosófico de la institución y la recordación del sistema de calidad total se desarrolla la propuesta de cuadros en acrílico siguiendo la línea de diseño decorativo con que fueron realizadas las oficinas de Platino.

Objetivos específicos:

- Desarrollar diseño con una diagramación clara y tipografía de fácil lectura.
- Realizarlos en un tamaño adecuado
- Colocar los cuadros en lugares visibles dentro de oficinas y sala de ventas.

Público objetivo: Colaboradores ubicados en edificio Platino.

Medio utilizado: Impreso, cuadros en material acrílico y pernos de aluminio.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificio Platino.

Presupuesto invertido en esta acción: Q 7,200.00

5.7 Elaboración de Presentación Manual de estándares de calidad "Imagen Personal"

Como soporte al manual se trabajó una presentación con diapositivas para dar a conocer el material.

Objetivo específico:

- Capacitar por medio de la presentación sobre las normas establecidas en el manual.

Público objetivo: Colaboradores Platino.

Medio utilizado: Digital, presentación en power point.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificio Platino.

Presupuesto invertido en esta acción: Q 100.00

6. Análisis de Resultados

Platino es una empresa cuyo principal enfoque radica en el servicio, cuenta con un alto prestigio que ha sido logrado a través de un comportamiento íntegro y honesto dentro de la comunidad a la que pertenece y esto gracias a la cultura de valores que viven los colaboradores dentro de la institución.

Con la creación del Manual de Estándares de Calidad "Imagen Personal" integrando el logotipo que lo representa los colaboradores identifican de una forma dinámica, clara y sencilla las normas que deben respetar en cuando al cuidado de su imagen personal y lo que deben y no deben portar. Se tiene por regla que al momento de ingresar un colaborador a la empresa el departamento de Capital Humano les realiza la presentación de las normas sobre imagen personal basada en el manual elaborado.

El boletín informativo se realiza mensualmente y se presenta de forma digital en las reuniones de Directivos al comenzar cada mes, mostrando el trabajo realizado durante el periodo de tiempo del mes anterior, con lo cual el departamento de Publicidad y Diseño tiene un mayor alcance para comunicar sobre los proyectos que desarrolla tanto a nivel interno como externo.

Los cuadros elaborados bajo el marco filosófico de la institución fueron colocados en áreas específicas dentro del edificio. En el área de oficinas los cuadros acrílicos están puestos en lugares estratégicos con el fin de que los colaboradores lo tengan a la vista y haya recordación. En el área de operaciones por las dimensiones fueron colocados en lugares con mayor paso peatonal de manera que puedan leerlo y tenerlo presente.

Se desarrolló la propuesta de nuevos uniformes para la fuerza de ventas y fueron del agrado de Dirección General, no fueron enviados a confeccionarse de forma inmediata pues se tendrá como opción en los uniformes para el 2,015.

7. Conclusiones

A partir del Plan de Comunicación con las estrategias realizadas se ha obtenido los siguientes avances:

- Un manual grafico para la capacitación y comunicación de las normas que la empresa busca institucionalizar.
- Obtener claridad para el reconocimiento de las normas sobre el cuidado de imagen personal en los colaboradores de Platino.
- Se trascendió en la comunicación a toda la empresa transmitiendo por medio del boletín informativo los diferentes proyectos que el departamento de Publicidad y Diseño lleva a cabo de forma mensual.
- Se logró institucionalizar de forma gráfica dentro de las instalaciones el marco filosófico que la empresa busca estandarizar por medio de los cuadros como un recordatorio para los colaboradores que pasan diariamente por los lugares estratégicos en los que fueron colocados.
- Se capacito al equipo de colaboradores del departamento de Publicidad y Diseño por medio de la presentación del Manual de estándares de calidad en el servicio "IMAGEN PERSONAL", esto como un inicio para la utilización de la presentación.

8. Recomendaciones

- Es importante mantener una comunicación activa en las diferentes áreas de la empresa pues esto crea sentido de pertenencia e importancia dentro de un grupo de colaboradores que trabajan en pro de un mismo fin.
- Hoy en día la imagen personal que una persona proyecte es una tarjeta de presentación, los colaboradores deben tener claro que al portar un uniforme no solo representan su nombre sino la imagen de la Empresa para la cual laboran y es por ello que es un tema vital al cual debe dársele el valor que amerita.
- Una herramienta que puede utilizarse como comunicación interna es la intranet, con informaciones y datos relevantes de los diferentes departamentos bajo la supervisión de un encargado que evalúe la información que se coloca.
- La constancia y validaciones son importantes en cada proyecto que se realiza por lo que debe tenerse una mayor supervisión y control sobre las nuevas implementaciones que se realizan dentro de la empresa.

9. Bibliografía

Consultas Bibliográficas:

Charles, Mercedes / Septiembre de 1,991
Diagnóstico de Comunicación -Gestor de Cambio-

Bernal Tamayo Melissa / 2,011
Diagnóstico de comunicación fondo de empleados éxito presente.

Consultas en internet:

Metodología de la Investigación

<http://jcfmetodologia.ohlog.com/objetivos-de-la-investigacion.oh61553.html>

Portal Scibd

<http://es.scribd.com/doc/21789444/INSTRUMENTOS-DE-INVESTIGACION>

Portal Marketing - XXI

<http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-corporativa%3A-imagen,-relaciones-publicas-y-responsabilidad-social-corporativa-89.htm>

Portal Margen

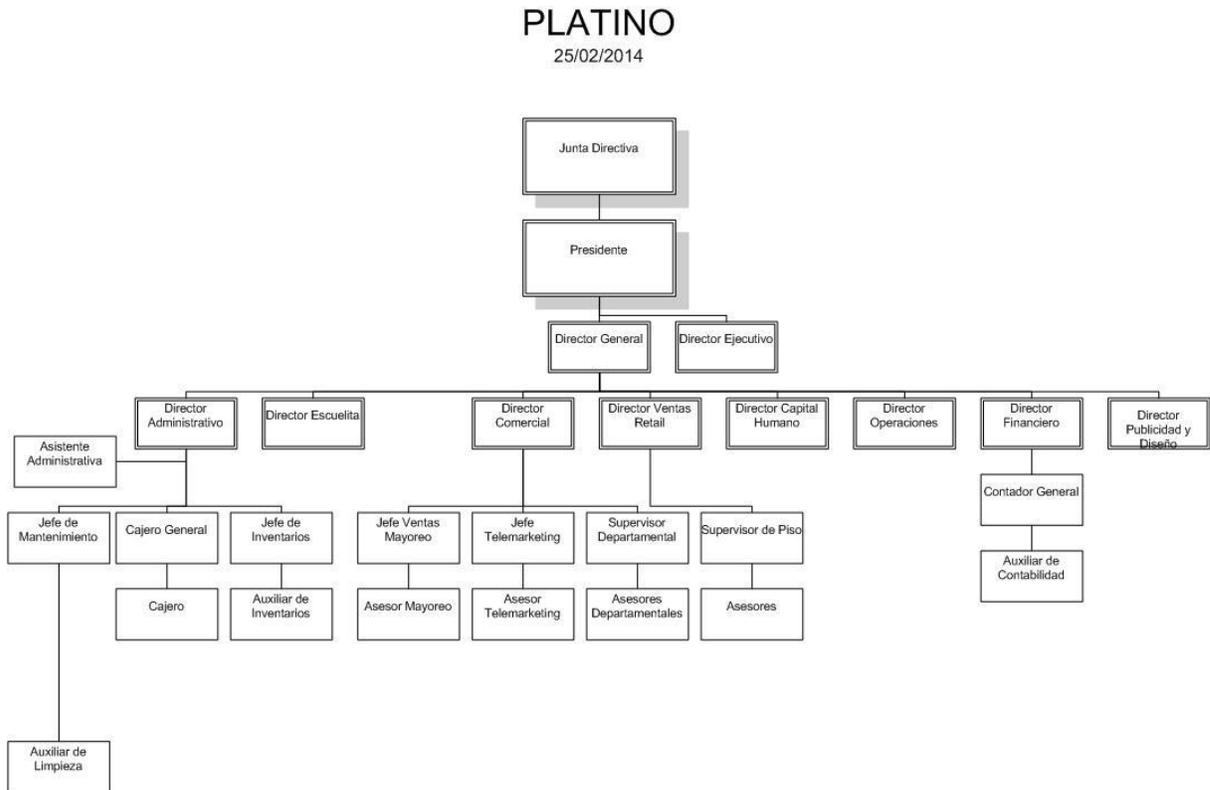
<http://www.margen.org/suscri/margen61/lopez.pdf>

Portal Ciberconta

<http://ciberconta.unizar.es/Leccion/comui/100.HTM>

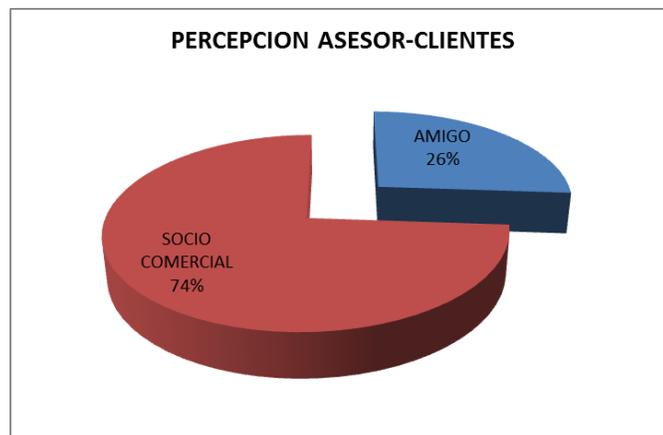
10. Anexos

a. Organigrama



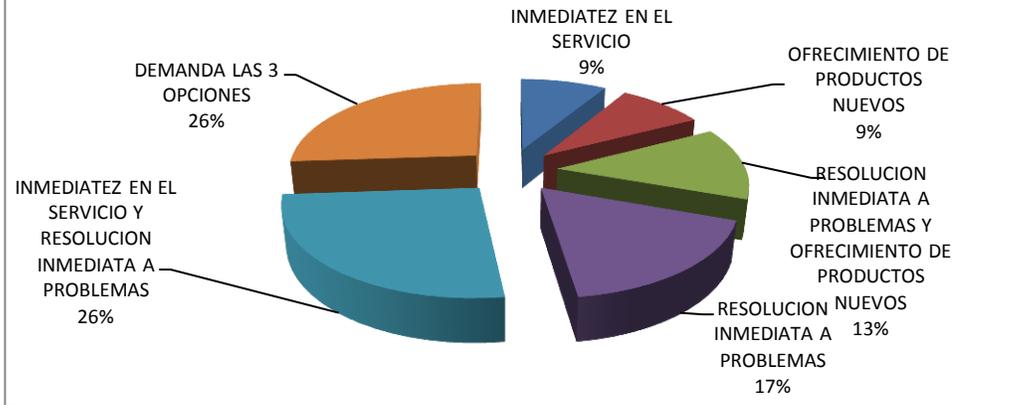
b. Gráficas

MARQUE CON UNA "X" LA PERCEPCIÓN QUE USTED TIENE HACIA SUS CLIENTES



Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Marzo 2,014

ATRIBUCIONES QUE EL CLIENTE DEMANDA DEL ASESOR



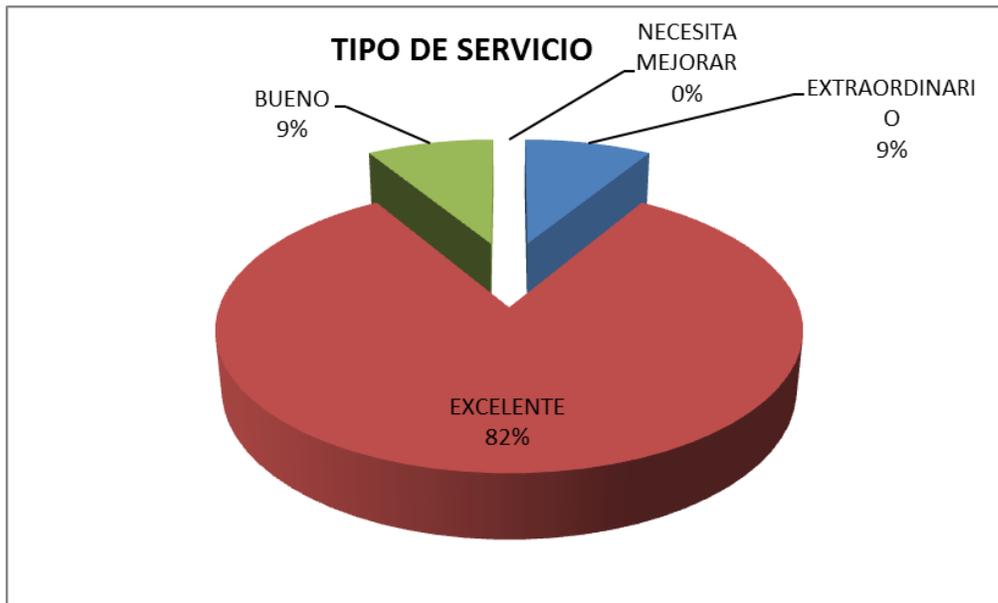
Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Marzo 2,014

¿EXISTE COMUNICACION EFECTIVA ENTRE ASESORES Y JEFE INMEDIATO?



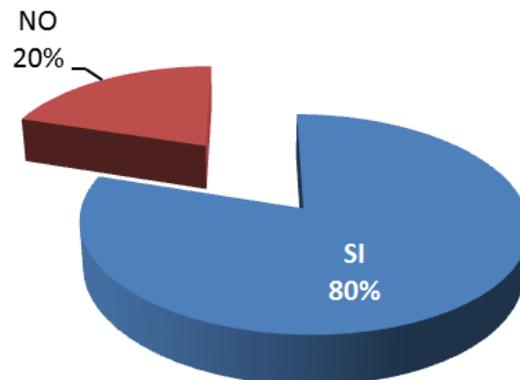
Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Marzo 2,014

QUE TIPO DE SERVICIO CALIFICA USTED QUE BRINDA A SUS CLIENTES



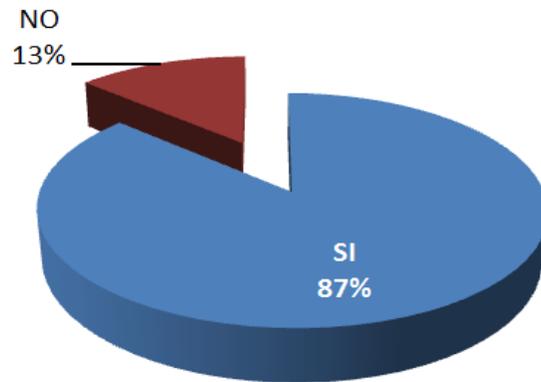
Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Marzo 2,014

¿Ha recibido información acerca de los proyectos que desarrolla el departamento de Publicidad y Diseño?



Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

¿Le Parece Interesante estar enterado de los proyectos publicitarios que se manejan en la empresa?



Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

c. Fotografías



Encuesta a fuerza de Ventas.

Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

e. Brief creativos

Boletín informativo

Fuente

Epesista Nicté Muñoz / Mayo 2,014



BRIEF CREATIVO

Dirección/ Área	Directora MARISSA AQUINO
Descripción	Boletín Informativo
Responsable y Número Telefónico	Directora Marissa Aquino 2410-9696
Fecha de Solicitud	Julio 2,014
Fecha Final de entrega de Artes	Agosto 2,014

1 ¿CUÁL ES EL SERVICIO, PRODUCTO Ó EVENTO QUE SE QUIERE COMUNICAR?

UN BOLETIN INFORMATIVO

2. OBJETIVO DEL PRODUCTO, SERVICIO Ó EVENTO.

COMUNICAR LOS DIFERENTES PROYECTOS Y FUNCIONES QUE SE DESARROLLAN DENTRO DEL DEPARTAMENTO

3 DIFERENCIAL DEL SERVICIO, PRODUCTO Ó EVENTO

3.1 QUÉ HACE? (ATRIBUTOS FUNCIONALES)

ORIENTAR AL GRUPO OBJETIVO SOBRE LOS PROYECTOS QUE SE DESARROLLAN DENTRO DEL DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y

DISEÑO.

3.2 QUÉ ME DA?(BENEFICIOS)

INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO, ESTAR ACTUALIZADOS, MAYOR EFECTIVIDAD EN LA COMUNICACIÓN.

4. GRUPO OBJETIVO O CONSUMIDOR.

Sexo	MASCULINO Y FEMENINO	Promedio de edad	19 A 60 AÑOS
Estado civil	CASADOS Y SOLTEROS	Clase social	B+ B- C+ C-
Escolaridad	DIVERSIFICADO / UNIVERSITARIOS	otro	

5. PUBLICIDAD

5.1 OBJETIVO DE LA COMUNICACIÓN.

QUEREMOS QUE EL CONSUMIDOR TENGA UNA MEJOR PERCEPCIÓN ACERCA DEL TRABAJO QUE SE LLEVA A CABO DENTRO DEL DEPARTAMENTO Y AL ESTAR INFORMADO PUEDA SER TESTIMONIO DE LOS AVANCES QUE LA EMPRESA VA TENIENDO EN RELACIÓN A ESTRATEGIAS PROPUESTAS POR EL ÁREA DE PUBLICIDAD Y DISEÑO.

5.2 QUÉ MENSAJE NO SE DEBE COMUNICAR?

ASPECTOS NEGATIVOS Y QUE AL NO ESTAR CLAROS PUEDAN CREAR CONFUSIÓN EN LAS PERSONAS QUE ESTAN RECIBIENDO EL MENSAJE

5.3PIEZAS PUBLICITARIAS A DESARROLLAR:

BOLETIN INFORMATIVO DIGITAL Y CARTEL PARA COLOCAR EN CARTELERAS DE LAS DIFERENTES ÀREAS.

Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Mayo 2,014

Desarrollo:

- Se diseñó y diagramo la línea del boletín:



Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

REDES SOCIALES

Hemos logrado el siguiente alcance

 3,550 seguidores

 22,200 seguidores



Equipo de redes sociales Nehemias Godínez / Adrianna García / Daniel López

PROMOTORIA



Librería Paraíso Guilan Zacapa / Mayoreo Departamental
Actividad con 300 Maestros



Nahuala, Solola
Mayoreo Departamental
Actividad con 500 Maestros



PROYECTO LISTAS ESCOLARES 2014 VALORE



PROYECTO LISTAS ESCOLARES 2014

VALORE

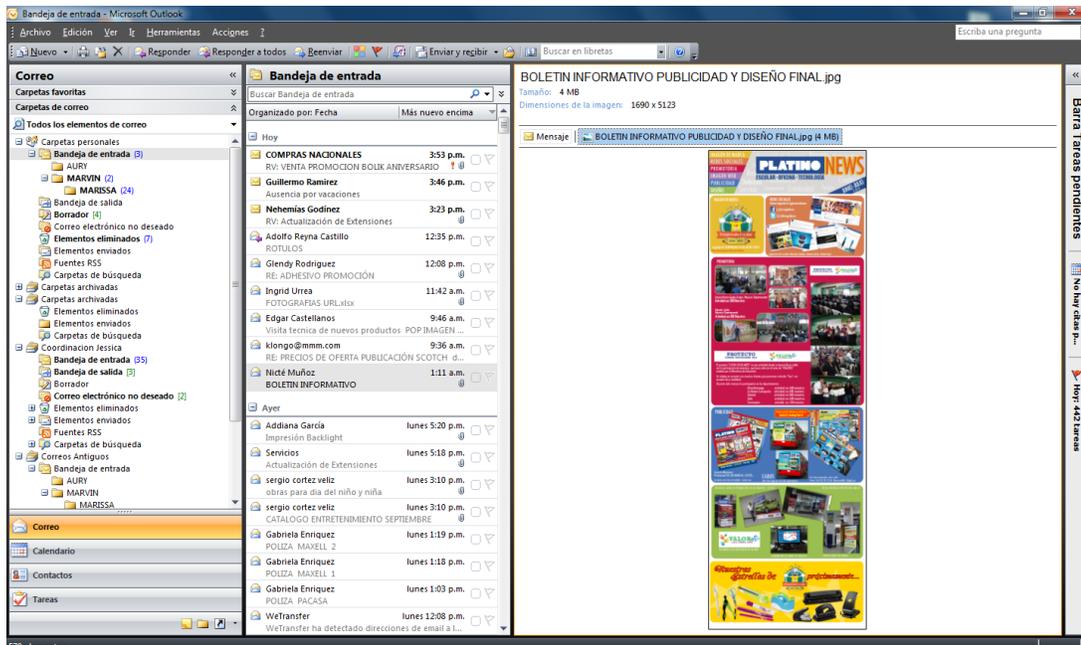
El proyecto "LISTAS ESCOLARES" es una actividad donde se desarrolla un taller con la participación de maestros, que busca reforzar el tema de "VALORES" avalado por el Ministerio de Educación.

Se trabaja en conjunto con nuestros clientes para promover artículos "foco" con escuelas de su localidad.

Durante Julio tuvimos la participación en los departamentos:

Chimaltenango	actividad con 600 maestros
La Nueva Concepción	actividad con 500 maestros
Salamá	actividad con 800 maestros
Xela	actividad con 600 maestros
Totonicapán	actividad con 500 maestros

Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2014



Mailing enviado por correo
 Fuente
 Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

BRIEF CREATIVO MANUAL DE IMAGEN PERSONAL
 Fuente
 Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014



BRIEF CREATIVO

Dirección/ Área	Directora MARISSA AQUINO
Descripción	Manual de Imagen Personal
Responsable y Número Telefónico	Directora Marissa Aquino 2410-9696

Fecha de Solicitud	Junio 2,014
Fecha Final de entrega de Artes	Julio 2,014

1¿CUÁL ES EL SERVICIO, PRODUCTO Ó EVENTO QUE SE QUIERE COMUNICAR?

MANUAL DE IMAGEN PERSONAL

2. OBJETIVO DEL PRODUCTO, SERVICIO Ó EVENTO.

CREAR LOGOTIPO PARA ESTANDARES DE CALIDAD Y DESARROLLAR LA LÍNEA DE DISEÑO PARA PRESENTAR LAS NORMAS DE FORMA CLARA Y DINÁMICA.

3 DIFERENCIAL DEL SERVICIO, PRODUCTO Ó EVENTO

3.1 QUÉ HACE? (ATRIBUTOS FUNCIONALES)

POR MEDIO DEL MANUAL DE IMAGEN PENSONAL SE TENDRÁ PLASMADAS GRAFICAMENTE LAS NORMAS DE UNA FORMA DINÁMICA Y DE FÁCIL RECORDACIÓN

3.2 QUÉ ME DA?(BENEFICIOS)

TENER UN LOGOTIPO QUE REPRESENTA LOS ESTANDARES DE CALIDAD EN EL SERVICIO QUE PLATINO BUSCA IMPLEMENTAR Y TENER UNA IMAGEN CLARA Y DE FÁCIL RECORDACIÓN EN LAS NORMAS ESTABLECIDAS.

4. GRUPO OBJETIVO O CONSUMIDOR.

Sexo	MASCULINO Y FEMENINO	Promedio de edad	19 A 60 AÑOS
------	----------------------	------------------	--------------

Estado civil	CASADOS Y SOLTEROS	Clase social	B+ B- C+ C- D
Escolaridad	DIVERSIFICADO / UNIVERSITARIOS	otro	

5. PUBLICIDAD

5.1 OBJETIVO DE LA COMUNICACIÓN.

TRASMITIR POR MEDIO DE UNA LÍNEA DE DISEÑO CLARA, DINAMICA Y DE FÁCIL RECORDACIÓN LAS NORMAS ESTABLECIDAS DENTRO DEL MANUAL Y TENER UN LOGOTIPO QUE IDENTIFICA LOS ESTANDARES DE CALIDAD NORMADO POR PLATINO EN SU PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN.

5.2 QUÉ MENSAJE NO SE DEBE COMUNICAR?

INFORMACIÓN INCOMPREENSIBLE

5.3PIEZAS PUBLICITARIAS A DESARROLLAR:

LOGOTIPO DE ESTANDARES DE CALIDAD EN EL SERVICIO / DISEÑO DE LA LÍNEA GRÁFICA DE LAS NORMAS REPRESENTADAS EN UN MANUAL.

Fuente
Épesista Nicté Muñoz / Junio 2,014

Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Junio 2,014

DESARROLLO

ARTE FINAL DE LOGOTIPO



Racional creativo de logotipo

Se elaboró la pieza trasladando una imagen limpia y moderna buscando proyectar la unión representada en las figuras unidas una con otra utilizando para cada una colores representativos de imagen que se trabaja para Tienda al Detalla y Sala Mayoreo de PLATINO.

Implementación de logotipo en piezas desarrollada para cuadros de cultura de valores:

El servicio es un acto de amor: DANDO ES COMO RECIBIMOS.	
<p>Somos una empresa que busca constantemente la excelencia en el servicio, y ese servicio ¡COMIENZA ENTRE NOSOTROS!</p> <p>Primero es el cliente: deje lo que esté haciendo y ... ¡ATIÉNDALO!</p> <p>RECUERDE: Mientras usted no se capacita, ¡SU COMPETENCIA SI LO ESTA HACIENDO!</p>	<p>SISTEMA DE CALIDAD TOTAL Su objetivo: Asegurar que todos en la empresa</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Hacen todo lo que se espera✓ Todo lo hacen bien.✓ Introducen innovaciones en su propio trabajo.✓ Se preocupan y contribuyen a los logros en equipo. <p>...SIN NECESIDAD DE UNA CONTINUA SUPERVISIÓN.</p>

ARTE FINAL PARA CUADRO DE VALORES / CUADROS INTERNOS DENTRO DE INSTALACIONES PLATINO



Foto áreas internas de transito de colaboradores
Fuente Epesista Nicté Muñoz

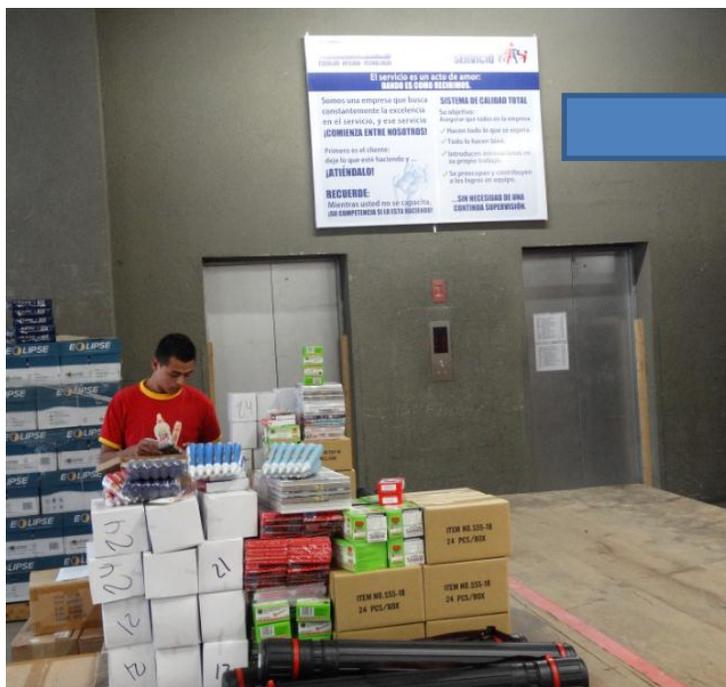


Foto áreas de empaque de productos
Fuente Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

ADAPCIÓN A MEDIDAS ARTE FINAL PARA CUADRO DE VALORES / PARA OFICINAS CUADROS ACRILICOS

ARTE FINAL



PLATINO
ESCOLAR · OFICINA · TECNOLOGÍA

ESTANDARES DE CALIDAD EN EL **SERVICIO**

**El servicio es un acto de amor:
DANDO ES COMO RECIBIMOS.**

Somos una empresa que busca constantemente la excelencia en el servicio, y ese servicio **¡COMIENZA ENTRE NOSOTROS!**

Primero es el cliente: deje lo que esté haciendo y ... **¡ATIÉNDALO!**

RECUERDE:
Mientras usted no se capacita, **¡SU COMPETENCIA SI LO ESTA HACIENDO!**

SISTEMA DE CALIDAD TOTAL
Su objetivo:
Asegurar que todos en la empresa

- ✓ Hacen todo lo que se espera
- ✓ Todo lo hacen bien.
- ✓ Introducen innovaciones en su propio trabajo.
- ✓ Se preocupan y contribuyen a los logros en equipo.

...SIN NECESIDAD DE UNA CONTINUA SUPERVISIÓN.



Foto Presentación de Propuestas para cuadros acrílicos en oficinas
Fuente Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

ARTE FINAL MANUAL DE IMAGEN PERSONAL



Hoja 1
Carta 8.5"x11"
Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

Imagen Personal

Las personas que colaboran en las empresas se convierten en sus embajadores y son los responsables de transmitir la credibilidad de los productos y/o servicios que éstas ofrecen.

Platino es una empresa que busca constantemente la excelencia en el servicio, parte de su filosofía es reflejar una administración eficiente en sus recursos por lo que el cuidado de la imagen que sus colaboradores mantengan en relación a limpieza, vestuario, higiene y conducta será parte importante en el desarrollo de los estándares de calidad en el servicio que la empresa institucionalizará y fidelizará a través de su servicio.



Imagen Personal



Dentro de los aspectos importantes a tratar tenemos:

1. Higiene



**Bañarse
diariamente**



**Utilizar desodorante
todos los días**



**Uniforme
limpio y planchado**



**Higiene Bucal
después de cada comida**



**Manos y Uñas limpias
*Hombres uñas cortas**



Hoja 3
Carta 8.5"x11"
Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

Imagen Personal



2. Presentación



Imagen Personal



Cincho
En buen estado y ajustado
NO de tela y con hebilla pequeña



Zapatos
Del mismo color del cincho.
Formales, pueden ser de amarre o de meter.

Utilizar uniforme según lo establecido por la institución

Administración



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
					Ropa Casual para ambiente de oficina



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
					Ropa Casual para ambiente de oficina



Hoja 5
Carta 8.5"x11"
Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

Imagen Personal



Viernes y Sábado no es permitido en Mujeres:



Ropa deportiva y tenis



Zapatos destapados ni destalonados



Botas encima del pantalón



Blusas cortas con tirantes, escotes pronunciados, transparentes y colores metálicos

Viernes y Sábado no es permitido en Hombres:



Ropa deportiva y tenis



Cincho



Lunes, miércoles y jueves



martes



Porta-Gafete

Tipo YO-YO



Hoja 6
Carta 8.5"x11"
Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

Imagen Personal



Utilización de Chumpas o Sueteres

Se permite solamente lo diseñado por la institución, en caso de eventos especiales como reuniones formales es permitido utilizar suéter o saco formal del mismo color del pantalón.



Uso con pantalón negro o azul



Uso con pantalón beige

Operaciones



Lunes a Viernes



Polo

Sábado



Playera



Lunes a Sábado



Jeans en buen estado no desteñido ni roto



Cincho



Lunes a Sábado



Imagen Personal



Porta-Gafete

Tipo YO-YO

Utilización de Chumpas o Sueteres

Se permite solamente lo diseñado por la institución.



Uso con pantalón azul

Asesores Retail



Lunes a Sábado



Camisa multicolor



Lunes a Sábado



Pantalón azul de gabardina



Cincho



Lunes a Sábado



Hoja 8
Carta 8.5"x11"

Fuente

Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

Imagen Personal

ESTANDARES DE CALIDAD
EN EL **SERVICIO**



Porta-Gafete

Tipo cinta

Utilización de Chumpas o Sueteres

Se permite solamente lo diseñado por la institución.



Uso con pantalón azul

Asesores Mayoreo



Lunes a Viernes



Camisa multicolor

Sábado



Polo



Lunes a Viernes



Pantalón azul de gabardina

Sábado



Pantalón beige de gabardina



Cincho



Lunes a Viernes



Sábado



Imagen Personal



Porta-Gafete

Tipo cinta

Utilización de Chumpas o Sueteres

Se permite solamente lo diseñado por la institución.



Uso con pantalón azul



Hoja 10
Carta 8.5"x11"
Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

3. Estilo

MUJERES



Tinte en el cabello

Color discreto dentro de la gama de colores naturales



Ropa

No debe utilizarse ropa ajustada con escotes de ningún tipo.



Chalecos

Queda prohibido su uso encima de blusas del uniforme



Joyas

Usarlas en tamaño discreto y de colores que combinen con el uniforme



Top

Debe ser del mismo color de la blusa del uniforme



Imagen Personal

ESTÁNDARES DE CALIDAD
EN EL **SERVICIO**



**Blusa abotonada
totalmente y dentro del
pantalón**



Accesorios para cabello

Pequeños y que combinen con el uniforme. No utilizar ganchos tipo bananas ni colas de colores.



Calcetas

No está permitido su uso, a menos que se utilice con botas y no se noten.



Maquillaje

Debe ser discreto, sin utilizar exagerado ni pálido.



Uñas

Utilizar pintura en colores discretos, bien cuidadas y de tamaño moderado.



Hoja 12
Carta 8.5"x11"

Fuente

Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

Imagen Personal



**Blusa abotonada
totalmente y dentro del
pantalón**



Accesorios para cabello

Pequeños y que combinen con el uniforme. No utilizar ganchos tipo bananas ni colas de colores.



Calcetas

No está permitido su uso, a menos que sean botas y no se noten.



Maquillaje

Debe ser discreto, sin utilizar exagerado ni pálido.



Uñas

Utilizar pintura en colores discretos, bien cuidadas y de tamaño moderado.



Imagen Personal

ESTANDARES DE CALIDAD
EN EL

SERVICIO



Hombres



Camisa

Abotonada hasta el penúltimo botón y metida dentro del pantalón



Calcetines

Del color del zapato y sin serigrafía



Pantalón

Usarlo a la altura de la cadera



Corte de cabello

Tradicional con patillas, no se permite largo.



Rasurase

Deberá presentarse rasurado, en caso de tener barba recortarla y bien cuidada



Hoja 14
Carta 8.5"x11"
Fuente

Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

Imagen Personal



Hombres



Camiseta

Cuidar que no salga del cuello de la camisa del uniforme, completamente blanca.



Carta 8.5"x11"

Hoja 15

Fuente

Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

Práctica en utilización del Manual

PRESENTACIÓN CON DIAPOSITIVAS PARA EXPOSICIÓN

PLATINO
ESCOLAR - OFICINA - TECNOLOGÍA

ESTANDARES DE CALIDAD EN EL SERVICIO

1. Higiene

- Evitar el uso de maquillaje
- Evitar el uso de perfumes
- Evitar el uso de joyas
- Evitar el uso de pendientes
- Evitar el uso de maquillaje
- Evitar el uso de maquillaje

2. Presentación

- Zapatos limpios y bien cuidados
- Cambiar el color del pantalón de acuerdo a la actividad
- Usar la camisa o playera dentro del pantalón
- Usar la camisa o playera fuera del pantalón

Administración

- Lunes - Martes - Miércoles - Jueves - Viernes - Sábado
- Lunes - Martes - Miércoles - Jueves - Viernes - Sábado

3. Estilo

Mujeres

- Tinta en el cabello: Color adecuado, dentro de la gama de colores naturales
- Ropa: No debe estar muy ajustada con detalles de ningún tipo
- Chalecos: Color apropiado a la actividad y acorde al uniforme

Hombres

- Camisa: Adecuada hasta el puño del cuello
- Calcetines: De color del cuello y acorde al uniforme
- Pantalón: Usarlo a la altura de la cadera
- Corte de cabello: Tradicional con puntita, no se permite largo

3. Estilo

- Joyas: Usarlas en cantidad discreta y de colores que combinen con el uniforme
- Tip: Debe ser del mismo color de la manga del uniforme
- Miela: Aplicada solamente en la parte superior y media del pantalón
- Calcetines: No usar calcetines de colores vivos y no se permite el uso de calcetines de colores vivos

3. Estilo

- Maquillaje: Debe ser discreto, no aplicar maquillaje en el rostro
- Maquillaje: Usar maquillaje en la cara y no se permite el uso de maquillaje

Barridos

- Deben presentarse limpios, en caso de estar sucios lavarlos y usarlos
- Camiseta: Color que no contrasta con el uniforme, siempre usar blanca

Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014



Charla impartida al Departamento de Publicidad y Diseño sobre estándares de calidad en el servicio.

Realizada 30 de Julio 2,014

Equipo de 8 participantes

Fuente Epesista Nicté Muñoz



Fuente Epesista Nicté Muñoz

ARTES FINALES DE MANUAL DE IMAGEN PERSONAL PARA ROTULOS EN CARTELERAS.

1.) CARTELERA PARA ADMINISTRACIÓN

Imagen Personal

1. Higiene

Baños diarios

Utilizar desodorante todos los días

Uniforme limpio y planchado

Higiene Bucal después de cada comida

Manos y Uñas limpias *Remover uñas cortas

2. Presentación

Zapatos limpios y hustrados

Cuidar rizado del pantalón
No gastarlo y que no se arrastre

Vestir la camisa o playera dentro del pantalón

Porta-Cafete Tipo Cinta
Aseores de Ventas

Cafete de identificación
Permanente todo el tiempo

Porta-Cafete y Cinta
En buen estado y cinta en color azul

Zapatos
Del mismo color del dicho. Formales, pueden ser de puntera o de meter.

Cincho
En buen estado y ajustado NO ser tela y con hebilla pequeña

Administración

Lunes **Martes** **Miércoles** **Jueves** **Viernes** **Sábado**

Ropa Casual para ambiente de oficina

Lunes **Martes** **Miércoles** **Jueves** **Viernes** **Sábado**

Ropa Casual para ambiente de oficina

Cincho

Lunes, miércoles y jueves martes

Porta-Cafete Tipo YO-YO

Utilización de Chumpas o Sueteres

Se permite solamente lo diseñado por la institución, en caso de eventos especiales como reuniones formales es permitido utilizar: suéter o saco formal.

Uso con pantalón negro o azul

Uso con pantalón beige

Viernes y Sábado no es permitido en Mujeres:

Ropa deportiva y tenis

Zapatos destapados

Botas encima del pantalón

Blusas con tirantes, escotes pronunciados, cortas, transparentes y colores metálicos

Ropa deportiva y tenis.

Viernes y Sábado no es permitido en Hombres:

3. Estilo

MUJERES

Tinte en el cabello
Color discreto dentro de la gama de colores naturales

Ropa
No debe utilizarse ropa ajustada con escotes de ningún tipo.

Cholosos
Queda prohibido su uso encima de blusas del uniforme

Joyas
Usarlas en tamaño discreto y de colores que combinen con el uniforme

Top
Debe ser del mismo color de la Maná del uniforme

Blusa abotonada totalmente

Accesorios para cabello
Paquetes y que combinen con el uniforme. No utilizar ganchos tipo bananas ni cordes de colores.

Calentitas
No está permitido ser rojo, o menos que se ajuste con botones y no se noten

Maquillaje
Debe ser discreto sin utilizar exagerado el pulido.

Uñas
Utilizar pintara en colores discretos. No caladas y de tamaño moderado.

Hombres

Camisa
Abotonada hasta el penúltimo botón

Calcetines
Del color del zapato y sin señalita

Pantalón
Usarlo a la altura de la cadera

Corta de cabello
Tradicional con pastillas, no se permite largo.

Rasurado
Deberá presentarse rasurado, en caso de tener barba recortarla y bien cuidada.

Camiseta
Cualquier que no salga del cuello de la camisa del uniforme, completamente blanca.

2.) CARTELERA PARA MAYOREO

Imagen Personal

1. Higiene



2. Presentación



Asesores Mayoreo



3. Estilo

MUJERES



Hombres



3.) CARTELERA PARA RETAIL



Imagen Personal

1. Higiene



2. Presentación



Asesores Retail



3. Estilo

MUJERES



Hombres



4.) CARTELARA PARA OPERACIONES

Imagen Personal

1. Higiene

Bañarse diariamente

Utilizar desodorante todos los días

Uniformo limpio y planchado

Higiene Bucal después de cada comida

Manos y Uñas limpias *Uñas cortas

2. Presentación

Zapatos limpios y lustrados

Cuidar ruedo del pantalón
No gastado y que no se arrastre

Vestir la camisa o playera dentro del pantalón

Porta-Gafete Tipo Cinta
Asesores de Ventas

Gafete de identificación
Portarlo todo el tiempo

Porta-Gafete y Cinta
En buen estado y cinta en color azul

Zapatos
Del mismo color del cincho. Formales y pueden ser de jinetero o de meter.

Cincho
En buen estado y ajustado NO de tela y con hebilla pequeña

Operaciones

Lunes a Viernes
Polo

Sábado
Playera

Lunes a Sábado
Jeans en buen estado no desteñido ni roto

Cincho
Lunes a Sábado

Porta-Gafete
Tipo YO-YO

Utilización de Chumpas o Sueteres
Se permite solamente lo diseñado por la institución.

Uso con pantalón azul

3. Estilo

MUJERES

Tinto en el cabello
Color discreto dentro de la gama de colores naturales

Ropa
No debe utilizarse ropa ajustada con escotes de ningún tipo.

Chalecos
Queda prohibido su uso encima de blusas del uniforme

Joyas
Usarlas en tamaño discreto y de colores que convienen con el uniforme

Top
Debe ser del mismo color de la Huesa del uniforme

Blusa abotonada totalmente

Accesorios para cabello
Pequeños y que combinen con el uniforme. No utilizar ganchos tipo bananera ni collares de colores.

Calcetas
No está permitido su uso, a menos que se utilice con botas y no se notes

Maquillaje
Debe ser discreto, sin utilizar exagerado ni pólvora.

Uñas
Utilizar pintura en colores discretos, bien cuidadas y de tamaño moderado.

Hombres

Camisa
Abotonada hasta el penúltimo botón

Calcetines
Del color del zapato y sin serigrafía

Pantalón
Usarlo a la altura de la cadera

Corte de cabello
Tradicional con patillas, no se permite largo.

Rasurado
Deberá presentarse rasurado, en caso de tener que recortarla y bien cuidada

Camiseta
Cuidar que no salga del cuello de la camisa del uniforme, completamente blanca.

Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2014

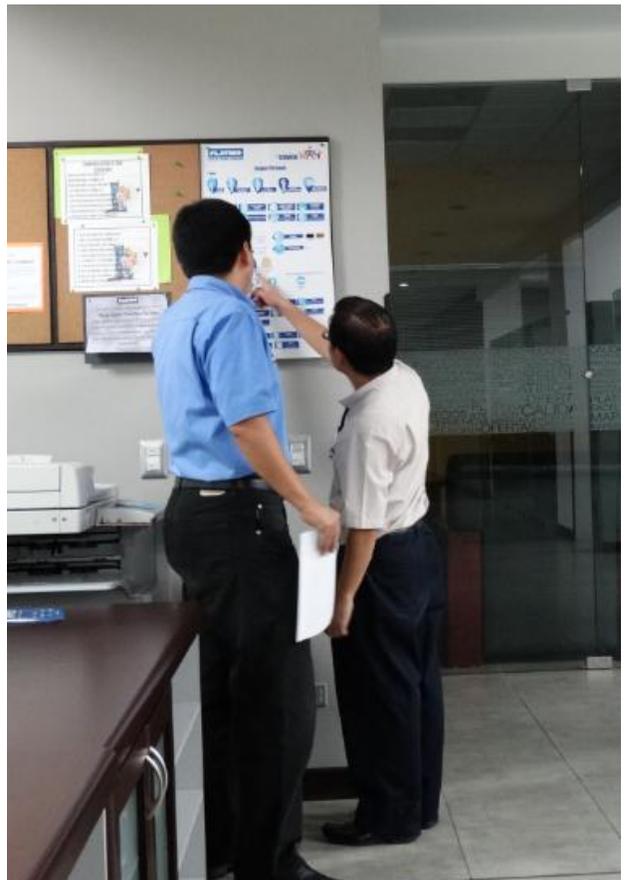
Preparación de carteles con la Imagen del Manual de Imagen Personal
Fuente Epesista Nicté Muñoz / Julio 2014



Presentación de carteles a Dirección de Capital Humano para el espacio que proporcionarían en las distintas carteleras de la empresa.



Colaboradores de administración
revisando carteles colocados
Fuente Epesista Nicté Muñoz



BRIEF CREATIVO

Dirección/ Área	Directora MARISSA AQUINO
Descripción	Uniformes con Imagen de Marca
Responsable y Número Telefónico	Directora Marissa Aquino 2410-9696
Fecha de Solicitud	Junio 2,014
Fecha Final de entrega de Artes	Julio 2,014

1¿CUÁL ES EL SERVICIO, PRODUCTO Ó EVENTO QUE SE QUIERE COMUNICAR?

UNIFORMES CON IMAGEN DE MARCA PARA FUERZA DE VENTAS

2. OBJETIVO DEL PRODUCTO, SERVICIO Ó EVENTO.

PRESENTAR UNA IMAGEN MODERNA, COMODA Y LLAMATIVA PARA QUE LOS ASESORES PUEDAN PORTAR LA IMAGEN QUE LA EMPRESA BUSCA PROYECTAR.

3 DIFERENCIAL DEL SERVICIO, PRODUCTO Ó EVENTO

3.1 QUÉ HACE? (ATRIBUTOS FUNCIONALES)

MOSTRAR UNA IMAGEN MODERNA

3.2 QUÉ ME DA?(BENEFICIOS)

COMODIDAD EN SU USO Y RECONCIMIENTO DE MARCA

4. GRUPO OBJETIVO O CONSUMIDOR.

Sexo	MASCULINO Y FEMENINO	Promedio de edad	19 A 40 AÑOS
Estado civil	CASADOS Y SOLTEROS	Clase social	- C+ C- D
Escolaridad	DIVERSIFICADO / UNIVERSITARIOS	otro	

5. PUBLICIDAD

5.1 OBJETIVO DE LA COMUNICACIÓN.

QUE LOS CLIENTES PUEDAN TENER RECORDACIÓN DE MARCA AL VER LOS LOGOTIPOS DE LAS PRINCIPALES MARCAS EN LAS CAMISAS DE LOS UNIFORMES.

5.2 QUÉ MENSAJE NO SE DEBE COMUNICAR?

UNA LINEA AMBIGUA

5.3PIEZAS PUBLICITARIAS A DESARROLLAR:

DISEÑO DE CAMISAS Y LA COMBINACIÓN DE PANTALÓN PARA EL USO.

ARTE FINAL DE LA LÍNEA DEFINIDA PARA CAMISAS DE UNIFORME

ASESORAS MAYOREO



Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

ASESORES MAYOREO



Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

ASESORAS RETAIL



Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014

ASESORES RETAIL



Fuente
Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014



Presentación de Piezas a Dirección de PUBLICIDAD Y DISEÑO.
Fuente: Epesista Nicté Muñoz / Julio 2,014