

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

**"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD, EN LA
EMPRESA AGUA PURA D´LAS NUBES, EN EL MUNICIPIO DE
CHIMALTENANGO, DEPARTAMENTO DE CHIMALTENANGO"**

EVELYN NOEMI GUERRA GÓMEZ

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Noviembre de 2015

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

**"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD, EN LA
EMPRESA AGUA PURA D´LAS NUBES, EN EL MUNICIPIO DE
CHIMALTENANGO, DEPARTAMENTO DE CHIMALTENANGO"**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

EVELYN NOEMI GUERRA GÓMEZ

Previo a optar el título de

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Noviembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bátres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez Folgar



Guatemala, 28 de Septiembre del 2015

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

Estimado Licenciado Pedroza:

Reciba un cordial saludo de la empresa Agua Pura D'las Nubes, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que **Evelyn Noemi Guerra Gómez, quien se identifica con DPI 2547548990101 y número de carné 200417338 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad, específicamente en el área de comunicación y publicidad, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del 4 de mayo al 13 de junio del año en curso.**

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto "Estrategia de comunicación para la creación del departamento de Comunicación Social y Publicidad en la empresa Agua pura D'las Nubes, en el municipio de Chimaltenango, departamento de Chimaltenango", todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado, por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista.

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,

Lic. Oscar Francisco López González
Gerente General



Excelencia en purificación
Teléfono: 5853-7741
Quintas Los Aposentos | Chimaltenango



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

Guatemala, 23 de octubre de 2015

Estudiante
Evelyn Noemi Guerra Gómez
Carné: 200417338
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

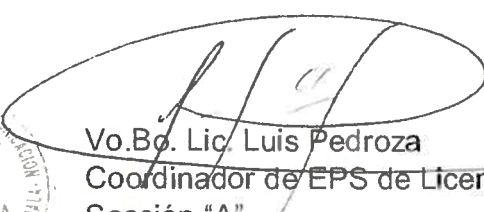
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD EN LA EMPRESA AGUA PURA D'LAS NUBES, EN EL MUNICIPIO DE CHIMALTENANGO, DEPARTAMENTO DE CHIMALTENANGO".

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 Folgar
Supervisora de EPS Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

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

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A DIOS

Por haberme regalado la vida, por su infinito amor y misericordia, por darme salud y los medios necesarios para culminar esta meta y por darme fuerzas para no dejarme vencer en el transcurso del camino.

A MIS PADRES

A José Luis Guerra y Rebeca de Guerra por apoyarme en todo momento, por su gran amor y sacrificios que me han brindado, por ser ese motor que necesito e inculcarme siempre los caminos de Dios, los amo con todo el corazón.

A MIS HERMANOS

A Elizabeth, Prisci, Daniel, porque cada uno de ellos me ha brindado su amor incondicional y siempre están a mi lado apoyándome de una u otra manera, son mi sangre y los amo mucho.

A MI FAMILIA

En general por su apoyo en todo momento, en especial a mi abuelita Pilar que ya está en el cielo, por ser mi segunda mamá que siempre me brindo su amor y apoyo incondicional.

A UNA PERSONA MUY ESPECIAL

Kristian Orellana, por ser mi compañero de batalla por apoyarme cuando más lo necesito, por brindarme su amor y paciencia, por enseñarme a ver la vida de otra forma y por ser parte de mi vida.

A MIS AMIGOS

De la Universidad por apoyarme y brindarme su amistad, en especial a Gloria y Nancy porque siempre pasamos momentos alegres y difíciles que nos enseñaron a ser mejores personas, Dios las Bendiga.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Por haber abierto sus puertas y darme la oportunidad de ser una profesional egresada de esta gloriosa casa de estudios.

A MIS CATEDRATICOS

Por brindarme su conocimiento, por enseñarme a ser una profesional, por su tiempo y paciencia en todo momento en especial a Licda. Floralba Pérez Folgar.

A LA EMPRESA AGUA PURA D´LAS NUBES

Por haberme abierto las puertas para alcanzar esta meta, por su confianza, atención y apoyo incondicional y por la experiencia adquirida en su prestigiosa empresa.

INDICE

RESUMEN	IX
INTRODUCCIÓN	XI
JUSTIFICACIÓN	XII
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO	01
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	01
1.1.1. Objetivo General	01
1.1.2. Objetivos Específicos	01
1.2. INSTITUCIÓN	
1.2.1. Ubicación geográfica	02
1.2.2. Croquis que conduce a la empresa agua pura D' Las Nubes	02
1.2.3. Antecedentes	05
1.2.4. Departamentos de la empresa y sus funciones	06
1.2.4.1. Departamento Gerencial	06
1.2.4.2. Departamento de Producción	06
1.2.4.3. Departamento de Comunicación Social y Publicidad	06
1.2.4.4. Departamento de ventas	07
1.2.5. Misión.....	07
1.2.6. Visión	07
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	07
1.2.8 Objetivo General	07
1.2.9. Público Objetivo	07
1.2.10. Estructura orgánica de la empresa Agua Pura D' Las Nubes	07
1.2.10.1. Gerencia.....	07
1.2.10.2. Secretaria	07
1.2.10.3. Contador	07
1.2.10.4. Agente de seguridad	07
1.2.10.5. Personal de limpieza	08
1.2.10.6. Gerente de producción	08
1.2.10.7. Operario de los procesos de filtración	08
1.2.10.8. Operario de Embalado y etiquetado	08
1.2.10.9. Asistente de ventas	08
1.2.10.10. Distribución y ventas	08
1.2.10.11. Encargado de almacenamiento y despacho	08

1.2.10.12. Transportistas.....	08
1.2.10.13. Organigrama general de la empresa Agua Pura D’ Las Nubes	08
1.2.11. Nuestros Valores	09
1.2.12 Logotipo y Eslogan de Agua Pura D’ Las Nubes	10
1.2.12.1. LOGOTIPO.....	10
1.2.12.2. Slogan	10
1.3. METODOLOGÍA	11
1.3.1. Descripción del método	11
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	11
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	12
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	13
1.4.1. Interpretación de las entrevistas.....	13
1.4.2. Entrevista dirigida a miembros de la Junta Directiva, Gerencia General y Gerencia de ventas	13
1.4.3. Resultados de las entrevistas.....	14
1.4.4. Interpretación de las encuestas.....	15
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	18
1.5.1 Descripción de la situación interna de la empresa.....	18
1.5.2. Descripción de la situación externa de la empresa.....	18
1.5.3. FODA.....	19
1.5.3.1. Fortalezas	19
1.5.3.2. Oportunidades.....	19
1.5.3.3. Debilidades	19
1.5.3.4. Amenazas	19
 CAPÍTULO II	
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	20
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	20
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	21
2.2.1. Objetivo General	21
2.2.2. Objetivos Específicos	21
2.3. Público Objetivo	22
2.4 El Mensaje	23
2.5 Estrategias	23

2.6 Acciones de comunicación	23
CAPITULO III	
3. INFORME DE EJECUCIÓN	26
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	26
3.1.1. Financiamiento	26
3.1.2. Presupuesto	27
3.1.3. Beneficiarios.....	28
3.1.4. Recursos Humanos.....	28
3.1.5. Área geográfica de Acción	28
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	28
3.2.1. ESTRATEGIAS DESARROLLADAS	29
3.2.2. ACCIONES DESARROLLADAS	32
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	44
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN).....	45
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES	47
GLOSARIO DE TÉRMINOS	48
BIBLIOGRAFÍA	52
EGRAFÍA	53
ANEXOS	54
Transcripción completa de las entrevistas.....	55
Modelo de la encuesta	55
Vaciado de la encuesta.....	57
Fotografías.....	63

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Agua Pura D'las Nubes

Nombre del Proyecto:

"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD, EN LA EMPRESA AGUA PURA D'LAS NUBES, EN EL MUNICIPIO DE CHIMALTENANGO, DEPARTAMENTO DE CHIMALTENANGO"

Objetivos del Proyecto:

General:

Creación temporal del departamento de comunicación social y publicidad en la empresa Agua Pura D'las Nubes.

Específicos:

- Tener un espacio físico para la Oficina de Comunicación Social y publicidad.
- Obtener recurso económico, tecnológico y mobiliario para la implementación del departamento.
- Capacitar al personal para que tenga conocimiento en el manejo del departamento.
- Dar a conocer a nivel general las funciones y atribuciones del departamento de comunicación Social y Publicidad.

SINOPSIS

El presente proyecto se realizó con la intención de que la empresa Agua Pura D'las Nubes posea un departamento que se encargue de la comunicación social y la publicidad, gracias al apoyo del Gerente General fue posible realizarlo y demostrar la importancia del departamento.

Se realizó un cronograma de actividades conteniendo estrategias para su desarrollo, lanzamientos y promociones de marca, todo con la aprobación del Gerente General y Gerente de Ventas.

Se demostró la importancia del departamento de comunicación Social y Publicidad en la Empresa Agua Pura D'las Nubes con el objetivo de ser creado de forma permanente, se realizaron charlas informativas para el personal, promociones de marca, publicidad exterior y en televisión, manejo de redes sociales y charlas impartidas en escuelas, todo con el fin de dar a conocer mejor la marca y obtener mejores ventas en cuanto al producto de la empresa, se elaboró un boletín informativo para todo el personal conteniendo temas importantes para su desarrollo en cuanto a ventas.

La ejecución del proyecto se logró durante los meses de práctica del EPS, se requirió de tiempo y recurso económico, el Gerente General quedo satisfecho y convencido de que exista un departamento de comunicación social y publicidad dentro de la empresa, el cual será de mucho beneficio para su desarrollo, ya que la misma está en crecimiento y próximamente será trasladada a otras instalaciones.

INTRODUCCIÓN

El departamento de Comunicación Social y Publicidad es el encargado de velar por el buen manejo de la comunicación externa e interna, tiene responsabilidad social, mantiene informados a los consumidores, clientes potenciales, realiza promociones, actividades que impulsen las relaciones publicas a nivel personal y por los medios de comunicación, como también en las redes sociales, mantiene conferencias y charlas motivacionales beneficiando de esta forma a los trabajadores para una efectiva comunicación con el cliente

El presente proyecto nos muestra la importancia de la existencia de un departamento encargado de la comunicación social y la publicidad, las funciones que realiza y las estrategias para que la empresa obtenga mayores beneficios a través de una buena organización comunicacional.

Se creó temporalmente el departamento de comunicación social y publicidad en la empresa Agua Pura D' Las Nubes, el cual se encargó de elaborar estrategias de comunicación, publicidad, promociones de marca, manejo de redes sociales y charlas informativas, esto con la finalidad de permitir el crecimiento en el mercado y para que los trabajadores conocieran las funciones que realiza el mismo.

JUSTIFICACIÓN

Durante la etapa de observación y en base al diagnóstico de comunicación realizado en la empresa Agua Pura D'las Nubes, se pudo determinar la inexistencia del departamento de comunicación social y publicidad, el cual es de vital importancia en toda empresa, encargado velar por la imagen, el desarrollo y posicionamiento en el mercado a través de las diferentes actividades que realiza, así mismo facilita la información por medio de los diferentes medios de comunicación y el proceso para la creación de campañas que permitan su crecimiento.

El proyecto de comunicación fue realizado con el objetivo de la creación temporal del departamento que beneficie el desarrollo interno y externo de la empresa Agua Pura D'Las Nubes y que a futuro pueda ser habilitado de forma permanente.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Identificar el estado actual del proceso de comunicación de la empresa hacia el cliente.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Investigar los medios de comunicación que utiliza la empresa para enviar el mensaje al consumidor.
- Observar las actividades que realiza la empresa para mantener la comunicación con el cliente.
- Analizar la metodología utilizada en el proceso de comunicación para con el grupo objetivo.
- Definir en la cadena de mando el responsable de mantener la comunicación para con el segmento.

1.2. Institución:

Empresa Agua Pura D' Las Nubes

1.2.1. Ubicación geográfica:

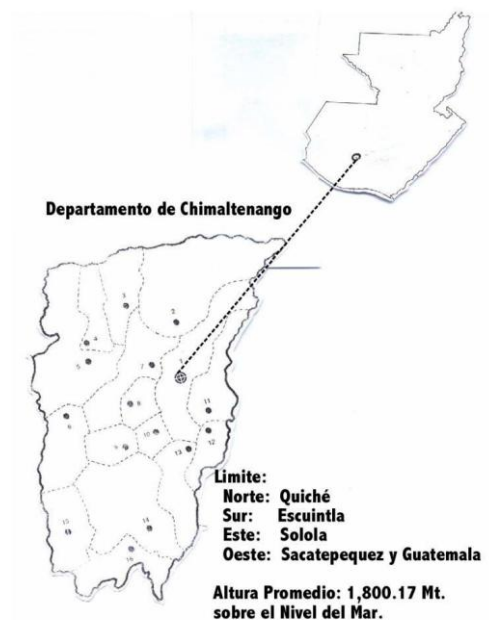
Municipio de Chimaltenango, departamento de Chimaltenango

Población:

135,378 habitantes

Estimación de la población, 2014 Instituto Nacional de Estadística (INE)

Departamento de Chimaltenango Gráfica 1

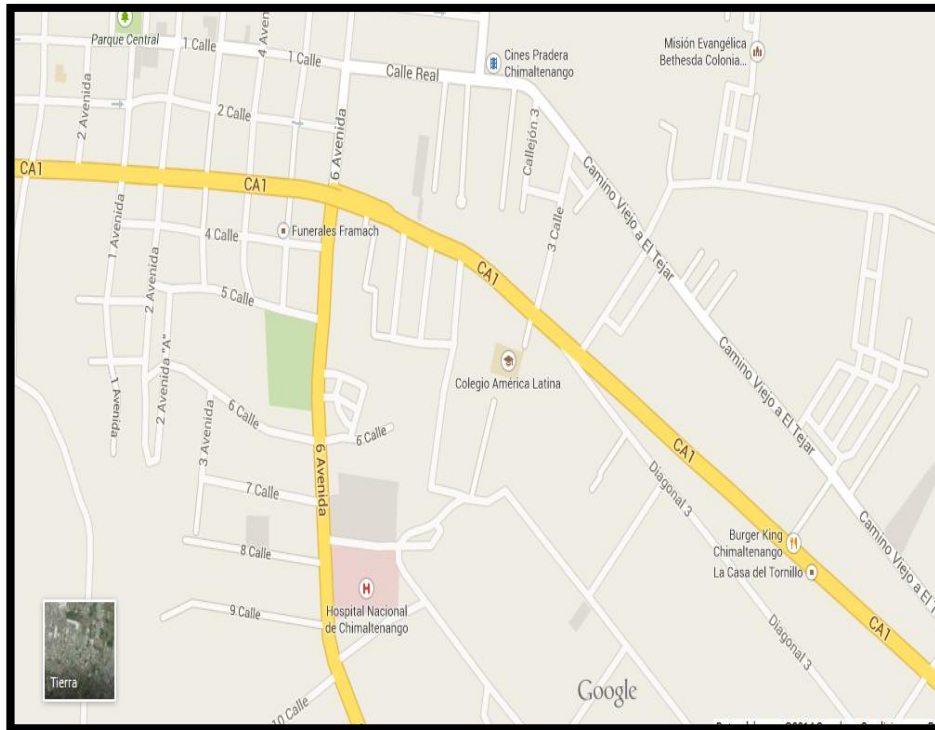


Fuente: Google maps

1.2.2. Croquis que conduce a la empresa agua pura D' Las Nubes:

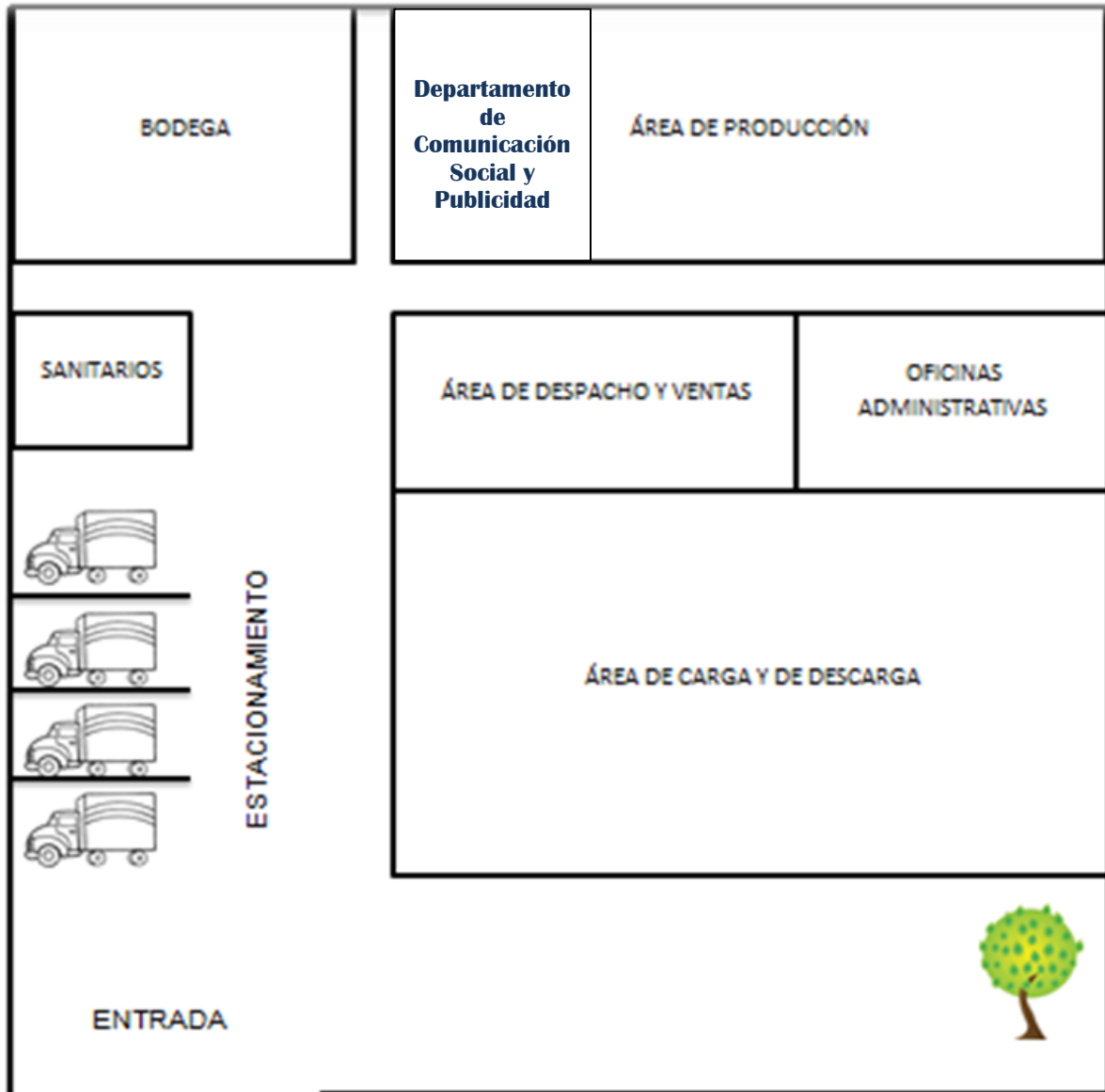
Las instalaciones de la planta de producción y oficinas de la empresa Agua Pura D' Las Nubes se encuentran ubicadas en la Colonia Quintas Los Aposentos, zona 2 del municipio de Chimaltenango.

Ubicación de la planta Agua Pura D' las Nubes Gráfica 2



Fuente: google maps

**Instalaciones de la empresa
Agua Pura D' Las Nubes
GRÁFICA 3**



FUENTE: Agua Pura D' las Nubes

1.2.3. ANTECEDENTES

Agua Pura D' Las Nubes, es una empresa que se dedica al filtrado y purificación de agua potable por varias formas, la empresa utiliza cuatro filtros que son: 1) Filtro de Sedimento, los cuales se usan para reducir las partículas sólidas transportadas por el agua. 2) Filtro de Carbón, que se utiliza para eliminar cloro, mal olor y patógenos como bacterias. 3) Filtro de Suavizador de Resina Catiónica que sirve para remover la dureza del proceso del agua conocido como proceso único. 4) Filtro Pulidor, usado para retirar cualquier partícula que se haya escapado.

Concluido el proceso de filtrado y purificación del agua potable, luego viene su distribución, cuyo destino principal es la cabecera departamental de Chimaltenango y sus municipios, con miras de expandirse a otros departamentos cercanos, las instalaciones están ubicadas en Quinta los aposentos II. Los productos que manejan son, bolsas, garrafones, botellas y refrescos.

Tras dos años de constante crecimiento, Agua Pura D' Las Nubes cuenta con aproximadamente 22 colaboradores y trabaja con más de 800 hogares chimaltecos.

La empresa Agua Pura D' Las Nubes está comprometida con la calidad, el cumplimiento de normas, estándares de inocuidad y buenas prácticas de manufactura para garantizar a los clientes y consumidores una experiencia saludable.

1.2.4. Departamentos de la empresa y sus funciones

En la actualidad la empresa tiene tres departamentos, los cuales están ubicados dentro de sus instalaciones. Uno de los departamentos con mayor número de empleados es el área de ventas. A continuación se describen las actividades y funciones que realizan cada uno de los departamentos.

1.2.4.1. Departamento Gerencial

Este departamento es el encargado de coordinar, administrar y supervisar todos los recursos de la empresa (materiales, humanos, y financieros) para alcanzar los objetivos propuestos por la organización, además de buscar las estrategias para garantizar las operaciones en el mercado a largo plazo.

1.2.4.2. Departamento de Producción

Este departamento es el encargado de la transformación de la materia prima, buscando la optimización de los recursos. Entre las metas está la eficiencia en la producción, el mantenimiento preventivo de los filtros, la maquinaria, el control de los ciclos de producción, prever y controlar procesos que ayuden a minimizar desperdicios de materia prima.

1.2.4.3. Departamento de Comunicación Social y Publicidad

Es el encargado de velar por el buen manejo de la comunicación externa e interna, tiene responsabilidad social, mantiene informados a los consumidores, clientes potenciales, realiza promociones, actividades que impulsen las relaciones publicas a nivel personal y por los medios de comunicación, como también en las redes sociales. Mantiene conferencias y charlas motivacionales beneficiando de esta forma a los trabajadores para una efectiva comunicación con el cliente. * **(Este departamento se agregó para la ejecución del presente proyecto.)**

1.2.4.4. Departamento de ventas

Es el encargado de comercializar los productos de la empresa, además de mantener comunicación constante con los clientes, recibir pedidos, verificar que los clientes reciban el producto a tiempo, cantidad, y lugar requerido, a su vez buscar nuevos compradores.

1.2.5. Misión

Somos una empresa chimalteca dedicada a la filtración, purificación y distribución de agua potable manteniendo estándares de calidad, respondiendo en forma oportuna y ágil a los requerimientos de nuestros clientes por medio de una logística de distribución eficaz.

1.2.6. Visión

Ser la empresa chimalteca líder de purificación y distribución de agua potable, distinguiéndose nuestra actividad por la calidad del producto, con eficiencia y eficacia con la que servimos a nuestros clientes.

1.2.7. Objetivos Institucionales

1.2.8 Objetivo General

Brindar un producto de alta calidad, con alto nivel de servicio y eficiencia.

1.2.9. Público Objetivo

El segmento buscado por la empresa son hombres y mujeres a partir de los 14 años en adelante, ya que estos son laboralmente activos.

1.2.10. Estructura orgánica de la empresa Agua Pura D' Las Nubes:

A continuación se presenta la estructura orgánica de la empresa:

1.2.10.1. Gerencia

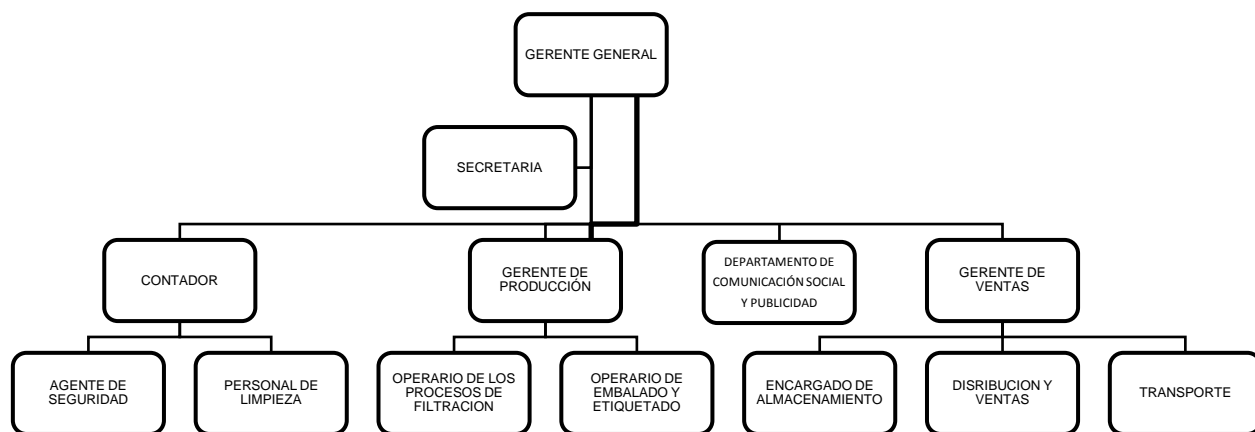
1.2.10.2. Secretaria

1.2.10.3. Contador

1.2.10.4. Agente de seguridad

- 1.2.10.5. Personal de limpieza
- 1.2.10.6. Gerente de producción
- 1.2.10.7. Operario de los procesos de filtración
- 1.2.10.8. Operario de Embalado y etiquetado
- 1.2.10.9. Asistente de ventas
- 1.2.10.10. Distribución y ventas
- 1.2.10.11. Encargado de almacenamiento y despacho
- 1.2.10.12. Transportistas

1.2.10.13. Organigrama general de la empresa Agua Pura D' Las Nubes:



Fuente: Agua Pura D' las Nubes

1.2.11. Nuestros Valores

- **Ética:** Mantener una actitud y conducta empresarial de altos valores morales hacia nuestros empleados, clientes y comunidad.
- **Puntualidad:** Entregar todos los pedidos a tiempo y de la mejor manera posible.
- **Calidad:** Ofrecer siempre productos que superen las expectativas del cliente abarcando todos los criterios de calidad.
- **Integridad:** Mantener y observar en la empresa rectitud, probidad, dignidad y sinceridad, cualquiera que sea la circunstancia que se nos presente dentro del campo de nuestro trabajo.
- **Competitividad:** Ser una empresa comprometida a utilizar todos los recursos, productos y servicios con eficiencia y eficacia para impactar favorablemente y tomar ventaja dentro del mercado.
- **Servicio al cliente:** Función fundamental en la empresa, que la distinguirá de la competencia y contribuirá sustancialmente al logro de los objetivos, hacerlo siempre con efectividad y cumpliendo lo ofrecido de forma cordial.
- **Profesionalismo:** En todo el trabajo que se realice y los servicios que brinde, así como en los compromisos que asume actuar apegados a los principios que profesa y dando resultados que cumplen altas normas de calidad y eficiencia.
- **Servicio:** Estar atentos a las necesidades del cliente, haciéndolo sentir que él es nuestra prioridad.
- **Confianza:** Establecer una relación de amistad con los clientes y colaboradores.
- **Liderazgo:** Estar siempre a la vanguardia, ofreciendo al mercado productos innovadores y tecnología de punta.

1.2.12 Logotipo y Eslogan de Agua Pura D' Las Nubes

La empresa posee un logotipo y eslogan que la identifican. Estos elementos le han permitido tener presencia de marca en el segmento en el que se manejan, pues los clientes se sienten identificados con ellos.

1.2.12.1. LOGOTIPO



1.2.12.2. Slogan

- Agua pura D' Las Nubes excelencia en purificación

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del método

Este diagnóstico de comunicación fue enfocado en el método descriptivo en base a la definición descrita por Mario Tamayo y Tamayo (1991) en su libro El Proceso de la investigación científica, fundamentos de investigación, donde hace referencia al método descriptivo comprendiendo el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre la realidad de hecho y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. El proceso del diagnóstico se fundamenta en libros, manuales, artículos y entrevistas especializadas, también se consultaron algunos artículos de la web como material de apoyo para el diagnóstico.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

La primera técnica del diagnóstico fue la observación participante, que fue realizada en las instalaciones de la planta de producción y oficinas de la empresa Agua Pura D' Las Nubes que se encuentran ubicadas en la Colonia Quintas Los Aposentos, zona 2 del departamento de Chimaltenango, en esta actividad fue utilizada una agenda para anotaciones importantes, cámara de video y de fotografías como material de apoyo.

La observación tenía como fin primordial, conocer e indagar en los procesos de comunicación interna y externa efectuados en la empresa. Así mismo observar la relación laboral, las actividades de cada departamento y funcionamiento de cada área.

Durante el proceso se realizaron entrevistas al gerente general y al gerente de ventas con la intención de conocer las herramientas que utilizan en la transmisión del mensaje hacia el consumidor y los medios de comunicación utilizados para darle publicidad a su empresa. Se realizó una guía con las preguntas para mantener el debido orden y captar la mayor cantidad de información.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES
 MES DE FEBRERO DEL 2015
 TABLA 1

Actividad	SEMANAS			
	1	2	3	4
Presentación y entrega de carta en Oficina de la empresa Agua Pura D'Las Nubes				
Etapa de Observación				
Entrevistas a Gerente General y Gerente de Ventas				
Interpretación de entrevistas				
Elaboración de Informe final				
Finalización del diagnóstico				

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Interpretación de las entrevistas

1.4.2. Entrevista dirigida a miembros de la Junta Directiva, Gerencia General y Gerencia de ventas.

¿Qué opina usted sobre la creación de un departamento de comunicación dentro de la empresa y cuáles son sus beneficios.?

Miembro 1, Junta de Accionistas

El día miércoles 18 de febrero del año 2015, siendo las 14 horas, se entrevistó a uno de los miembros de la junta de accionistas, con respecto al tema de la creación del departamento de Comunicación social y publicidad, para lo cual él respondió: En toda empresa es parte fundamental mantener una buena comunicación con los colaboradores para el desarrollo de la misma, implementar el departamento de comunicación social y publicidad nos ayudará a mejorar la imagen de la empresa y dar a conocer de una mejor forma el producto a través de actividades y redes sociales que permitan su posicionamiento en el mercado.

Miembro 2, Junta de Accionistas

Siendo las 15:00 horas del mismo día que se entrevistó al miembro 1 de la Junta de Accionistas, se dio cita el miembro 2 para responder a la misma: Actualmente la empresa se encuentra en desarrollo administrativo y crecimiento en todo sentido, al iniciar no se pensó en implementar un departamento que nos abra brecha en el mercado y nos permita estar más cerca del consumidor. Derivado de la propuesta que usted nos ofrece estamos considerando implementarlo ya que sabemos la importancia que tiene el mismo en el campo mercadológico, además tenemos conocimiento de que éste nos permite conocer la opinión del cliente interno, el cual nos da una oportunidad de ver nuestras ventajas y nuestras puntos a mejorar.

Gerente General

El día jueves 19 de febrero del 2015 siendo la semana 3 del mes de febrero, llevando la actividad según el cronograma establecido en el diagnóstico, se dio cita el Lic. Francisco López Gerente General y propietario de la empresa D'Las Nubes a las 15:00 horas en las instalaciones del mismo para llevar a cabo la entrevista y así conocer el proceso de comunicación de la empresa hacia el cliente, el Gerente General de la empresa mostro interés particular en la implementación del departamento siendo estas sus palabras: reconozco la importancia y realce que tiene la empresa al tener un espacio que maneje todo lo relativo a la imagen de la corporación y el producto, esto nos viene a facilitar algunos procesos dentro de la empresa dándole énfasis directo a la creación de nuevas campañas que permitan avanzar en el mercado, donde existe mucha competencia y resulta necesario prestarle especial atención.

Gerente de Ventas

Siendo las 16 horas del mismo día en que se entrevistó al Gerente General de dicha empresa, se dio cita con el Gerente de Ventas para conocer la perspectiva y metodología que maneja dicho departamento con respecto al tema de la comunicación social y publicidad de la empresa. El Gerente de Ventas hace mención que durante la existencia de la empresa no ha existido personal para el tema de comunicación, por lo tanto es el departamento el encargado de manejar algunos temas de comunicación y publicidad, yo estoy consciente de que tener un departamento para tales fines, aparte de hacer una organización más formal crea una mejor imagen corporativa y además de esto ayuda de forma directa al incremento en ventas, por lo cual trae grandes beneficios al vendedor.

1.4.3. Resultados de las entrevistas

Durante la entrevista se dieron a luz diferentes aspectos que ayudan y afectan dicho tema, entre ellos tenemos:

- La falta de un departamento de comunicación
- Ausencia en la utilización de los diferentes medios de comunicación
- Escasez de retroalimentación en los gustos y preferencias para enviar una nueva

publicidad.

- Dentro de las entrevistas se refleja la preocupación en la cadena de mando por manejar de forma empírica y poco acertada la comunicación y relación con el segmento del mercado.
- Actualmente el departamento de ventas se encarga de manejar algunos temas de comunicación y publicidad.
- La comunicación es parte fundamental para el desarrollo de una empresa.

1.4.4. Interpretación de las encuestas

A continuación se presentan las graficas de los resultados obtenidos por la encuesta realizada a miembros de la junta directiva y gerencia.

Grafica 1



Fuente: Diagnóstico comunicacional

Análisis: Con base al 100% de los encuestados, la situación actual de la empresa sin tener un departamento que se encargue de la comunicación social y publicidad es regular, ya que esto limita a la empresa en diferentes ámbitos mercadológicos.

Gráfica 2



Fuente: Diagnóstico comunicacional

Análisis: Actualmente el 50% respondió que, los medios más utilizados son las redes sociales, ya que es un sitio efectivo que nos permite promocionar nuestro producto e interactuar con los consumidores, el 50% menciona que es publicidad exterior pintura en paredes y vallas publicitarias.

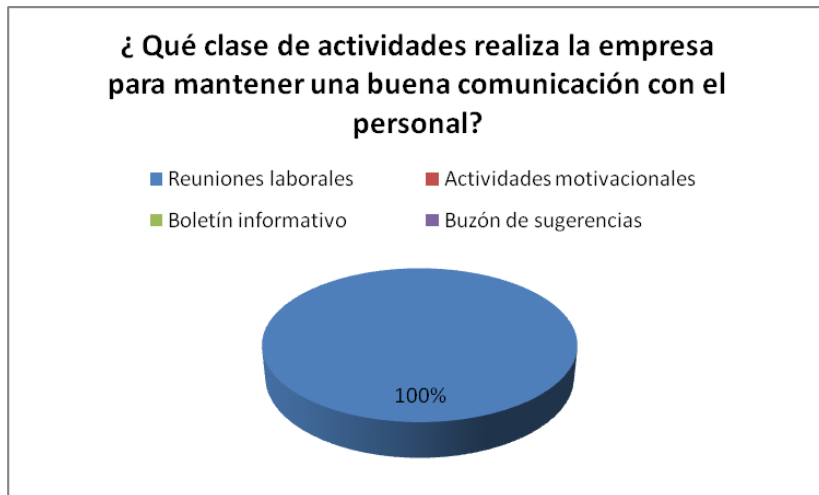
Gráfica 3



Fuente: Diagnóstico comunicacional

Análisis: El 100% de los encuestados respondieron que actualmente no existe una personas encargada de velar y viabilizar la comunicación social y la publicidad con el consumidor.

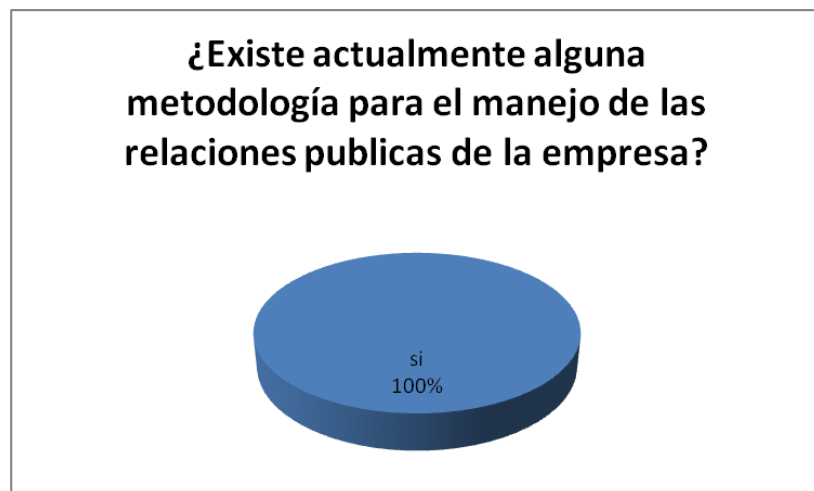
Gráfica 4



Fuente: Diagnóstico comunicacional

Análisis: La totalidad de los encuestados respondieron que se realizan reuniones periódicas con el personal para tratar diferentes temas de interés para la empresa.

Gráfica 5



Fuente: Diagnóstico comunicacional

Análisis: La empresa actualmente tiene como política hacer uso del producto para introducirse en actividades sociales, deportivas y de alguna de otra índole, de esta forma crea buenas relaciones y publicidad para la misma.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Descripción de la situación interna de la empresa

Agua Pura D' Las Nubes posee el recurso humano calificado y responsable de las funciones, quienes tienen la capacidad para elaborar el trabajo de filtración que se requiere para tener procesos de calidad, cada uno de ellos cuenta con espacios asignados, con el mobiliario y equipo adecuado para poder ejecutar sus tareas.

El terreno en donde está situado es propio, las instalaciones constan de un nivel, las áreas son con espacio y un ambiente agradable, el lugar es limpio, el ambiente de su alrededor es tranquilo y por lo tanto el trabajador puede concentrarse en sus labores.

El mobiliario y equipo se encuentra en perfectas condiciones y siguen mejorando la calidad para brindar el espacio físico deseable al colaborador. El área gerencial tiene a su cargo computadoras, archivos y muebles para dar un mejor servicio al cliente.

Los documentos legales, las facturas, envíos y libros contables, son autorizados por la SAT. La empresa brinda todas las prestaciones de Ley.

Los días de labores son de lunes a viernes de 6:00 a.m. a 18:00 horas, además, utilizan la red social FACEBOOK entre otros publicidad BTL y ATL.

1.5.2. Descripción de la situación externa de la empresa

El ambiente externo en el que se desarrollan las actividades de Agua Pura D' Las Nubes, tiene aspectos positivos y negativos que afecten de forma directa el crecimiento y mejoramiento continuo.

1.5.3. FODA

1.5.3.1. Fortalezas

- Crecimiento notorio.
- Estabilidad del personal y especialización en las funciones.
- Buen uso de los filtros.
- Excelente ubicación.
- Transporte propio.
- Instalaciones propias.
- Buen tiempo para la entrega del producto.
- Buen posicionamiento en el mercado.

1.5.3.2. Oportunidades

- Expansión a nuevos nichos de mercado a través de la comunicación.
- Acceso a nueva tecnología y medios de comunicación.
- Expansión en la línea de productos.
- Aumentar la participación en el mercado con mejoras en la comunicación.
- Empresas asesoras.

1.5.3.3. Debilidades

- Mejoramiento en el control de calidad
- No posee personal técnico para el mantenimiento de los filtros
- No cuenta con estrategias de comunicación
- Carece de incentivos
- No posee manuales administrativos
- No tiene una estructura organizacional establecida

1.5.3.4. Amenazas

- Nuevos competidores
- Publicidad por parte de los competidores
- Cambio en el gusto de los clientes
- Nuevas disposiciones tributarias

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Agua Pura D'las Nubes actualmente no cuenta con un departamento estable de comunicación social y publicidad, por lo tanto es necesaria la implementación y conocimiento del mismo para el mejor funcionamiento de la empresa, siendo este el que contribuye al fortalecimiento de la imagen institucional, manteniendo el enlace de comunicación con el cliente y el cliente potencial.

El departamento de Comunicación Social y Publicidad es el encargado de velar por el buen manejo de la comunicación externa e interna, tiene responsabilidad social, mantiene informados a los consumidores, clientes potenciales, realiza promociones, actividades que impulsen las relaciones publicas a nivel personal y por los medios de comunicación, así también en las redes sociales. Mantiene conferencias y charlas motivacionales beneficiando de esta forma a los trabajadores para una efectiva comunicación con el cliente.

2.2.OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Creación temporal del departamento de comunicación social y publicidad.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Tener un espacio físico para la Oficina de Comunicación Social y publicidad.
- Obtener recurso económico, tecnológico y mobiliario para la implementación del departamento.
- Capacitar al personal para que tenga conocimiento en el manejo del departamento.
- Dar a conocer a nivel general las funciones y atribuciones del departamento de comunicación Social y Publicidad.

2.3. Público Objetivo

a. Definición demográfica:

El grupo objetivo está integrado por hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 5 a 80 años, estado civil indistinto, amas de casa, estudiantes de sexo femenino y masculino, con ingresos familiares de Q.2,500.00 mensuales.

b. Definición psicográfica:

El grupo objetivo es activo, innovador y con necesidad de obtener nuevos productos y con alta responsabilidad familiar, por lo que regularmente prefiere utilizar agua purificada para su consumo. Se preocupan por mantenerse saludable y en forma y por ello procuran ingerir alimentos naturales y bebidas que ayuden a la salud.

c. Público interno:

Actualmente la empresa cuenta con veintidós (22) colaboradores distribuidos entre la alta gerencia, gerencia media, producción, ventas, contabilidad y secretaría. Se debe tener en consideración que en el presente año la empresa pretende incrementar el personal en un 25%.

d. Público externo:

La empresa actualmente abastece aproximadamente a 1,300 hogares distribuidas en las áreas de Sacatepéquez, Chimaltenango, Guatemala.

2.4 El Mensaje

Tu entorno no vive sin agua
cuida tu salud cuida tu cuerpo
"Agua Pura D'las Nubes"

2.5 Estrategias

- Exponer a la Junta Directiva la importancia de habilitar un espacio para el departamento de Comunicación Social y Publicidad dentro de la empresa.
- Realizar un presupuesto con los insumos necesarios para la implementación del departamento.
- Realizar una reunión con el personal para conocer sus capacidades y habilidades en cuanto al tema de Comunicación Social.
- Utilizar los diferentes medios de comunicación, charlas y promociones para dar a conocer el departamento de Comunicación Social y Publicidad.

2.6 Acciones de comunicación

- Reuniones gerenciales para transmitir la información de la importancia del departamento de Comunicación Social y Publicidad (Acción de comunicación interna).
- Elaboración y entrega del presupuesto conteniendo los insumos necesarios para la implementación del departamento

- Evaluación de aptitudes al personal de la empresa para establecer su conocimiento en cuanto al departamento de Comunicación Social y Publicidad, y si es apto para formar parte del departamento.



**EVALUACIÓN PARA ESTABLECER
LOS CONOCIMIENTOS DEL PERSONAL EN LOS TEMAS:
COMUNICACION SOCIAL Y PUBLICIDAD**



NOMBRE _____

Fecha: _____

INSTRUCCIONES: A continuación se presenta una serie de preguntas, marque con una "X" dentro del cuadro en la respuesta que elija.

1- ¿Se considera una persona extrovertida y con iniciativa?

SI NO

2- ¿Tiene conocimientos sobre comunicación social o relaciones públicas?

SI NO

3- ¿Qué tipos de redes sociales sabe utilizar?

Facebook twitter instagram blogspot

otros

4- ¿Ha trabajado anteriormente en el área de relaciones públicas?

SI NO

5- ¿Qué programas de publicidad y edición de video sabe utilizar?

Illustrator Photoshop Premiere Pro Audition

Flash Professional

Otros especifique: _____

- Creación y utilización de redes sociales: fan page, facebook, y twitter, elaboración y utilización de boletín informativo, publicidad exterior, charlas informativas y publicidad en medios de comunicación.
- Propuesta de información básica para perfil de facebook y fan page:

Breve descripción de la historia de la empresa, año de fundación, producto que ofrece, esto con el fin de que los usuarios conozcan más de la empresa y puedan ser consumidores potenciales.

TEMA	CONTENIDO
Breve descripción	La purificadora “Agua Pura D’las Nubes”, es una empresa chimalteca fundada en el año 2012, dedicada a la filtración, purificación, embasado y distribución de agua purificada.
Misión	Somos una empresa chimalteca dedicada a la filtración, purificación y distribución de agua potable manteniendo estándares de calidad, respondiendo en forma oportuna y ágil a los requerimientos de nuestros clientes por medio de una logística de distribución eficaz.
Visión	Ser la empresa chimalteca líder de purificación y distribución de agua potable, distinguiéndose nuestra actividad por la calidad del producto, con eficiencia y eficacia con la que servimos a nuestros clientes.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD EN LA EMPRESA AGUA PURA D'LAS NUBES, EN EL MUNICIPIO DE CHIMALTENANGO, DEPARTAMENTO DE CHIMALTENANGO"

3.1.1. Financiamiento

En el transcurso de la ejecución del plan de comunicación se utilizó presupuesto de la empresa y de mi persona.

3.1.2. Presupuesto

PRESUPUESTO GENERAL UTILIZADO EN EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD

No.	Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
1	8	Refacción para 2 reuniones gerenciales	Q. 10.00	Q. 80.00
2	20	Hojas para apuntes reunión gerencial	Q. 0.15	Q. 3.00
3	8	Lapiceros para reunión gerencial	Q. 2.00	Q. 16.00
4	2	Alquiler de cañonera para reunión gerencial (2 reuniones)	Q. 150.00	Q. 300.00
5	8	Impresión del estudio para reunión gerencial (2 reuniones)	Q. 4.50	Q. 36.00
6	3	Impresión del presupuesto insumos necesarios para la creación del departamento, reunión gerencial	Q. 2.00	Q. 6.00
7	20	Refacciones para charla y evaluación con personal de la empresa	Q. 12.00	Q. 240.00
8	20	Impresión de evaluaciones para personal de la empresa	Q. 1.00	Q. 20.00
9	5	Cartulinas para carteles. material de apoyo para la charla (Evelyn Guerra)	Q. 2.00	Q. 10.00
10	100	Refacciones para estudiantes de Escuela los Aposentos Chimaltenango, charla sobre la importancia de consumir agua purificada y promoción de la marca. (Evelyn Guerra)	Q. 1.50	Q. 150.00
11	100	Bolsas de agua Pura D'las Nubes (4 paquetes)	Q. 0.50	Q. 50.00
12	24	Botellas de agua pura D'las Nubes (2 paquetes)	Q. 2.50	Q. 60.00
13	1	1 garrafón de agua pura D'las Nubes	Q. 10.00	Q. 10.00
14	1	Alquiler de cañonera (Evelyn Guerra).	Q. 150.00	Q. 150.00
15		Creación y utilización de redes sociales: Facebook, twitter	Q. 00.00	Q. 00.00
16	2	Cubetas de pintura color celeste, (publicidad en las paredes de: cancha Papi Gool y Rastro Municipal).	Q. 350.00	Q. 700.00
17	2	Galones de pintura color azul marino	Q. 60.00	Q. 120.00
18	2	Galones de pintura blanca	Q. 60.00	Q. 120.00
19	1	Spot Publicitario para TV	Q. 500.00	Q. 500.00
20	20	Boletín informativo (Evelyn Guerra)	Q. 1.00	Q. 20.00
			TOTAL	Q.2,591.00

* Gastos realizados por cuenta de la empresa y de la estudiante

3.1.3. Beneficiarios:

El presente proyecto se realizó con el objetivo de conocer la importancia y funciones que tiene el departamento encargado de la comunicación y publicidad en la empresa Agua Pura D'las Nubes, el cual vino a mejorar la comunicación externa e interna en: ventas, promociones de marca, imagen, publicidad y mejorar la calidad del personal en atención al cliente. Dicho proyecto beneficia a la empresa, al Gerente General, a encargados de las diferentes áreas, a los trabajadores y a los clientes potenciales.

3.1.4. Recursos Humanos:

Personal	Puesto	Actividad
Lic. Oscar Francisco López González	Gerente General	Autorizó las actividades, facilito el manejo de las estrategias, realizó comentarios en las Charlas impartidas al personal.
Jireh López	Gerente de Ventas	Compartió su punto de vista en las charlas informativas, aportaciones en diseños y aceptación de las actividades.

3.1.5. Área geográfica de Acción:

El plan de comunicación se realizó en el departamento de Chimaltenango, en la empresa Agua pura D'las Nubes ubicada en Quintas Los Aposentos, zona 2 del municipio de Chimaltenango.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS:

Para que el plan de comunicación asumiera un buen funcionamiento, se creó un departamento temporal de comunicación dentro de la empresa Agua Pura D'las Nubes, con el fin de desarrollar de una mejor forma todas las acciones.

3.2.1. ESTRATEGIAS DESARROLLADAS

ESTRATEGIA 01:

Para la ejecución del plan de comunicación se expuso ante la Junta Directiva sobre la importancia de habilitar un espacio para el departamento de Comunicación Social y Publicidad dentro de la empresa.

IMAGEN 1

EXPOSICION DE LA IMPORTANCIA DEL ESPACIO FÍSICO PARA EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

ESTRATEGIA 02:

Con el fin de la creación del departamento de Comunicación Social y Publicidad se elaboró el presupuesto que contiene los insumos necesarios para la implementación del departamento de Comunicación Social y Publicidad.

PRESUPUESTO DE INSUMOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD

No.	Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	Cotización nombre de la empresa
1	1	Computadora	Q.5,000.00	Q.5,000.00	Click Net
2	1	Impresora	Q. 500.00	Q. 500.00	Click Net
3	1	Tinta para impresora	Q. 60.00	Q. 60.00	Click Net
4	1	Pago mensual de Internet	Q. 150.00	Q. 150.00	Claro
5	1	Teléfono	Q. 150.00	Q. 150.00	Claro
6	1	Escritorio	Q. 300.00	Q. 300.00	La Curacao
7	1	Silla con rodos	Q. 450.00	Q. 450.00	La Curacao
8	1	Archivo	Q. 300.00	Q. 300.00	La Curacao
9	4	Sillas para los clientes	Q. 45.00	Q. 180.00	Maxi Despensa
10	2	Resma de hojas tamaño carta	Q. 35.00	Q. 70.00	Librería Santa María
11	1	Rotulo de la Oficina de Comunicación Social y Publicidad (manta vinilica de 1 metro cuadrado.)	Q. 45.00	Q. 45.00	Mega Rótulos
		Total	Q. 7,035.00	Q.7,205.00	

Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

ESTRATEGIA 03:

Para el buen funcionamiento del plan de comunicación se calendarizó una reunión con el personal para evaluar las capacidades y conocimientos en cuanto al tema de comunicación social y publicidad, esto con el fin de implementar el departamento dentro en la empresa y hacer de su conocimiento la importancia del mismo, demostrar que el área requiere personas capaces, extrovertidas, que manejen el tema y que tengan buenas relaciones publicas, de esta forma identificar y conocer la capacidad que tienen los trabajadores para ocupar el área mencionada.

ESTRATEGIA 04:

Creación temporal y funcionalidad del departamento de Comunicación Social y Publicidad el cual es el encargado de la utilización de los diferentes medios de comunicación, lanzamientos para dar a conocer la marca, elaboración de diseños para redes sociales, publicidad, promoción de marca, charlas informativas externas e internas.



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

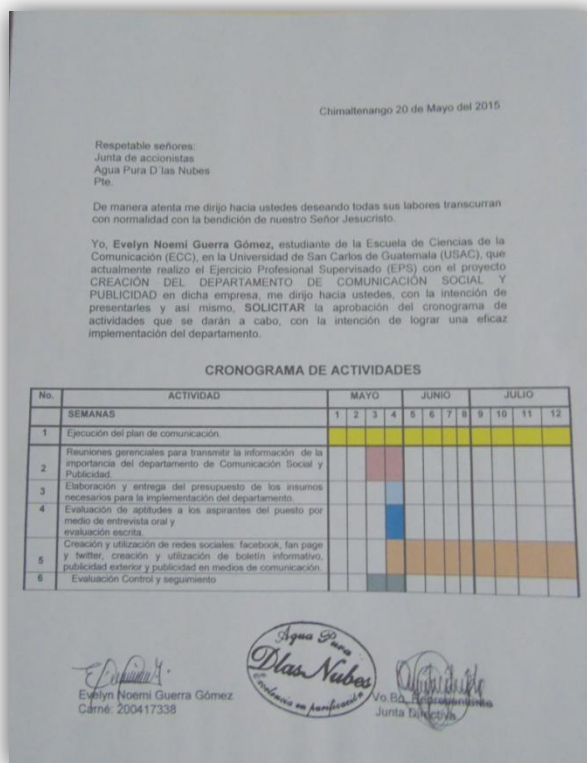
3.2.2. ACCIONES DESARROLLADAS

ACCIÓN 01:

Reuniones gerenciales para transmitir la información de la importancia del departamento de Comunicación Social y Publicidad . (Acción de comunicación interna).

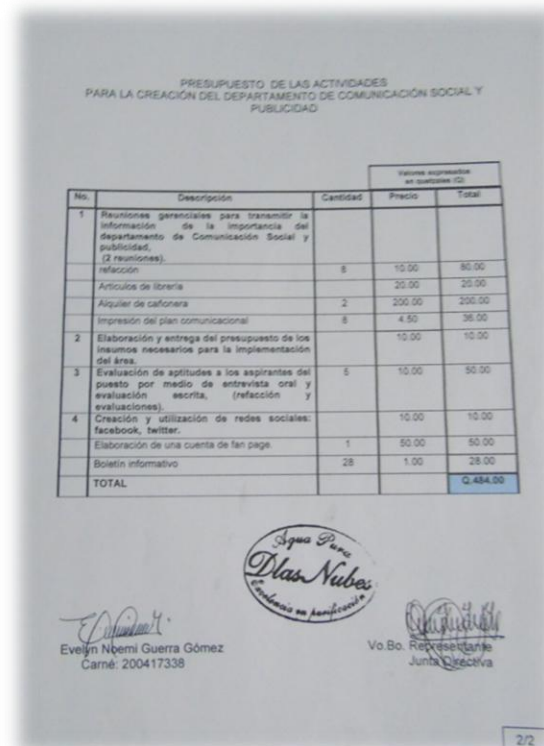
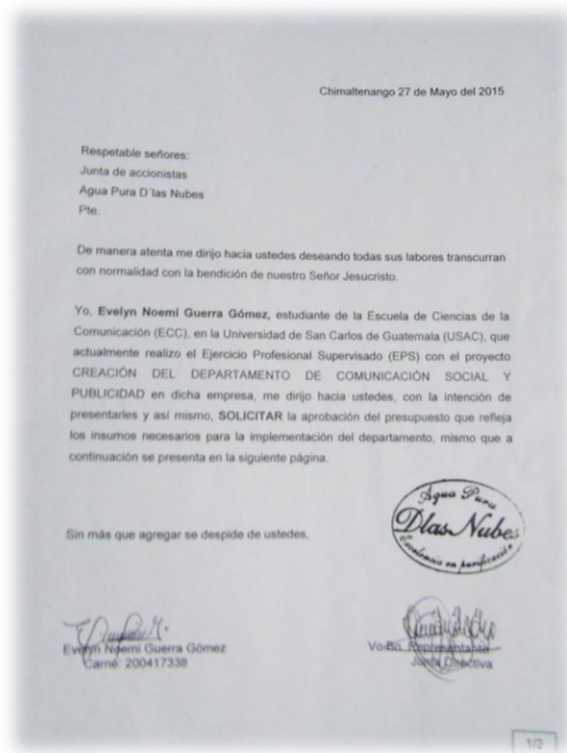
El día miércoles 20 de Mayo del corriente año a las 8:00 a.m. se sostuvo una reunión con la Junta Directiva de la empresa Agua Pura D'Las Nubes, en las instalaciones de la misma, esto, con la intención de transmitir la información e importancia en la creación de un departamento que vele por una buena comunicación social y publicidad, de forma externa e interna de la empresa. Se realizó la presentación de las actividades que se darán durante el ejercicio profesional supervisado (EPS) a la Junta Directiva, y a solicitud de éstos, se redactó una carta donde se documenta la aprobación de las mismas, todo esto, con la intención de mantener la confidencialidad de sus socios.

IMAGEN 1
CARTA APROBADA POR JUNTA DIRECTIVA
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



La segunda reunión se sostuvo el día miércoles 27 de Mayo del corriente año a las 8:00 a.m., estando presentes los representantes de la Junta Directiva de la empresa Agua Pura D'Las Nubes, se realizó la presentación del presupuesto de las actividades que son necesarios para la implementación del departamento de comunicación social y publicidad. A solicitud de éstos, se redactó una carta donde se documenta la aprobación de las mismas, todo esto, con la intención de mantener la confidencialidad de sus socios.

IMAGEN 2
CARTA APROBADA POR JUNTA DIRECTIVA
PRESUPUESTO DE LAS ACTIVIDADES PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO
DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD



ACCIÓN 02:

Elaboración y entrega del presupuesto conteniendo los insumos necesarios para la implementación del departamento.

IMAGEN 1
ENTREGA DE PRESUPUESTO



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

ACCIÓN 03:

Evaluación de aptitudes por medio de entrevista oral y escrita a los empleados de la empresa Agua Pura D'las Nubes, esto con el fin de conocer sus habilidades y capacidades con respecto al tema del Comunicación Social y Publicidad, logrando de esta forma capacitarlos para que conozcan el departamento y así poder habilitarlo dentro de la empresa.



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

ACCIÓN 04:

Con el fin de conocer el trabajo que realiza el departamento de Comunicación Social y Publicidad se creó temporalmente el mismo realizando las siguientes funciones: creación y utilización de redes sociales: facebook, y twitter, creación y utilización de boletín informativo, publicidad exterior, charlas informativas, publicidad en medios de comunicación y promoción de marca.

CHARLAS PARA EL PERSONAL DE LA EMPRESA AGUA PURA D´LAS NUBES

El día 29 de Mayo del 2015, se realizó una charla con el personal de la empresa Agua Pura D´las Nubes, donde se impartieron los siguientes temas:

- Relaciones Públicas
- Publicidad
- Servicio al Cliente
- Comunicación
- Importancia del departamento de Comunicación Social y Publicidad

FOTOGRAFIAS DE LA REUNIÓN CHARLA SOBRE LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

El día 12 de Junio del 2015, se llevo a cabo una charla informativa con el personal de la empresa Agua Pura D'las Nubes, donde se impartió el tema de "Servicio al Cliente"



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, Junio 2015



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, Junio 2015

REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER

Durante las semanas de práctica se utilizaron las redes sociales existentes y se creó la pagina de Twitter que son indispensables para mantener una buena comunicación con los clientes, de esta forma llegar a nuestro mercado objetivo.

Creación de artes para colocar en facebook y twitter.

IMAGEN 1 PORTADA DE FACEBOOK AGUA PURA D´LAS NUBES



IMAGEN 2 PORTADA DE TWITTER AGUA PURA D´LAS NUBES



Imagen 1

Arte final para portada de facebook



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

PUBLICIDAD

ARTES PARA MEDIOS IMPRESOS

Imagen 1

Arte final para Valla Publicitaria



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

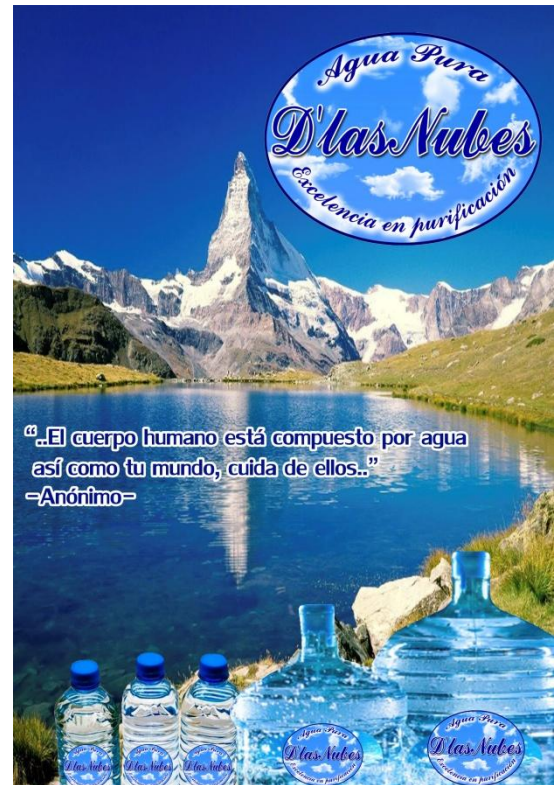
PROPUESTA DE VOLANTE PARA PROMOCIONAR EL PRODUCTO AGUA PURA D'LAS NUBES



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

Imagen 2

Arte final afiche publicitario



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

Publicidad exterior:

Dentro de las actividades del proyecto de comunicación y publicidad se lograron realizar dos actividades donde se pintaron las paredes de la cancha de Papi Gool y Rastro Municipal de Chimaltenango.

- A principios del mes de Mayo se inició la gestión en la Municipalidad de Chimaltenango para colocar publicidad, en la pared que pertenece al Rastro Municipal, utilizando la técnica de brocha gorda. La solicitud fue autorizada a finales del mismo mes. La finalidad de utilizar ubicaciones con mayor afluencia de personas es el reconocimiento de la marca, estar presentes en la mente de los consumidores, hasta poder ser el top mind en el mercado objetivo.

PUBLICIDAD EXTERIOR EN RASTRO MUNICIPAL



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

El día viernes 5 de junio se solicitó a los propietarios de las canchas "Papi goal" poder hacer uso de las paredes frontales que resguardan las mismas para poder pintarlas con la marca de la empresa Agua Pura D'las Nubes, el día miércoles 10 de junio se logro la aprobación de los propietarios de la cancha la cual se entrego al señor Jireh López Gerente de Ventas de la empresa, se procedió a pintar el espacio.

Esta publicidad en las instalaciones nos permitió dar a conocer la marca y producto permitiendo incursionar en un segmento más joven del mercado objetivo.

AUTORIZACIÓN PUBLICIDAD EN CANCHAS DE PAPI GOOL



PUBLICIDAD EXTERIOR EN CANCHAS DE PAPI GOOL



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, junio 2015

Boletín informativo:

En seguimiento a las charlas impartidas hacia el personal de la empresa Agua Pura D'las Nubes se elaboró y entregó un boletín informativo con temas de interés para el buen funcionamiento y desarrollo de su área de trabajo.

- Relaciones Públicas
- Publicidad
- Servicio al Cliente
- Comunicación
- Importancia del departamento de Comunicación Social y Publicidad



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, Junio 2015.



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, Junio 2015.

CHARLA Y PROMOCIÓN DE MARCA ESTUDIANTES DE ESCUELA LOS APOSENOS CHIMALTENANGO

TEMA "LA IMPORTANCIA DE CONSUMIR AGUA PURIFICADA"

El día 28 de Julio del 2015, se realizó una charla con los y las estudiantes de la Escuela los Aposentos, el tema que se impartió fue la importancia de consumir agua purificada, gracias al apoyo de la Junta Directiva de la Empresa y la colaboración de la Directora Lesli Pérez del Centro Educativo. Este lanzamiento de comunicación se realizó con la finalidad y el propósito de que el Departamento de Comunicación Social y Publicidad cumpla con sus funciones dentro de la empresa, se promocionó la marca Agua Pura D'las Nubes y se interactuó con los estudiantes.



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, Julio 2015.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES




Universidad de San Carlos de Guatemala USAC
 Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado EPS
 Creación del departamento de Comunicación




No.	ACTIVIDAD	MAYO				JUNIO				JULIO			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	SEMANAS												
1	Ejecución del plan de comunicación.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Reuniones gerenciales para transmitir la información de la importancia del departamento de Comunicación Social y Publicidad.			■	■								
3	Elaboración y entrega del presupuesto de los insumos necesarios para la implementación del departamento.				■								
4	Evaluación de aptitudes a los aspirantes del puesto por medio de entrevista oral y evaluación escrita.				■								
5	Creación temporal del departamento de Comunicación Social y Publicidad: creación y utilización de redes sociales fan page, facebook y twitter, elaboración de boletín informativo, publicidad exterior, charlas informativas, publicidad en medios de comunicación y promoción de marca.				■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Evaluación Control y seguimiento.			■	■								

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)

Durante las semanas de ejecución de la práctica se pudo comprobar la importancia del departamento de Comunicación Social y Publicidad, todas las actividades programadas fueron ejecutadas con éxito en la empresa, el Lic. Francisco López Propietario y Gerente General de la empresa Agua Pura D'las Nubes firmo el control de actividades y comprobó la necesidad del área, la cual será implementada con permanencia en las nuevas instalaciones en el Km. 58 del departamento de Chimaltenango.



**CONTROL DE ACTIVIDADES PARA LA CREACIÓN DEL
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD**

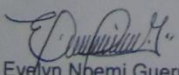


Fecha: 15 de junio de 2015


Encargado del control: Jireh López

INSTRUCCIONES: A continuación se presenta una serie de actividades, marque con una "X" si la actividad fue o no realizada.

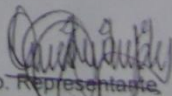
No.	Actividad	Cumplimiento		Observaciones
		SI	NO	
1	Primera reunión gerencial para presentar la propuesta para implementar el departamento de comunicación social y publicidad.	X		
2	Segunda reunión gerencial para transmitir la información de la importancia del departamento de Comunicación Social y Publicidad.	X		
3	Elaboración y entrega del presupuesto de los insumos necesarios para la implementación del área.	X		
4	Evaluación de aptitudes a los aspirantes del puesto por medio de entrevista oral y evaluación escrita.	X		
5	Creación y utilización de redes sociales: facebook, fan page y twitter, creación y utilización de boletín informativo, publicidad exterior y publicidad en medios de comunicación.	X		
6	Elaboración de una cuenta de fan page.		X	Esta actividad no se realizó, debido a que los integrantes de la junta directiva desean mantener el facebook existente, esto con la intención de conservar la confidencialidad del mismo.



Evelyn Npemi Guerra Gómez
Carné: 200417338



Agua Pura
D'las Nubes
Estadística en purificación



Vo.Bo. Representante
Junta Directiva

CONCLUSIONES

En toda empresa es necesario tener un departamento de Comunicación Social y Publicidad, puesto que este permite la comunicación e interacción con los consumidores.

Es de vital importancia la utilización del departamento de Comunicación Social y publicidad como medio de difusión interno entre jefes y colaboradores.

La implementación de un departamento encargado específicamente para crearle publicidad a la empresa permite el crecimiento en el mercado e identificación con la marca.

Es uno de los pilares fundamentales para iniciar un posicionamiento mercadológico, abriendo puertas a nuevos clientes potenciales.

RECOMENDACIONES

Se recomienda crear de forma permanente el departamento de Comunicación Social y Publicidad dentro de la empresa.

Realizar promociones de marca para tener mejor posicionamiento en el mercado.

Todos los trabajadores de la empresa deben mantener una buena comunicación con los jefes inmediatos.

Mantener activas las redes sociales para transmitir la información necesaria con los consumidores.

Realizar estrategias publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación: Televisión, radio y medios impresos.

Crear boletines informativos mensuales para que el personal de la empresa este actualizado y a la vanguardia de los avances en comunicación.

Brindar a los trabajadores actividades que promuevan la unión del equipo y motivación para desempeñar un mejor trabajo.

Mantener el enlace y buena comunicación con los consumidores.

GLOSARIO DE TERMINOS

Publicidad: es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar (o mantener mediante la recordación) un producto o marca en la mente de un consumidor.

Comunicación: es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, alterando el estado de conocimiento de la entidad receptora.

Relaciones Publicas: o sus siglas RR. PP., son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en acciones presentes y a futuro.

Agua: es una sustancia cuya molécula está formada por dos átomos de hidrógeno y uno de oxígeno (H₂O). Es esencial para la supervivencia de todas las formas conocidas de vida

Filtración: proceso no unitario de separación de sólidos en suspensión en un líquido mediante un medio poroso, que retiene los sólidos y permite el pasaje del líquido.

Clientes: persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra.

Unidad de mando: Principio organizativo que establece que cada supervisado debe informar solo a un superior, que evidentemente preserva la línea continua de autoridad.

Autoridad: Facultad o capacidad de una posición superior para dar órdenes, establecer metas o premisas y que estas sean cumplidas.

Proceso: es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que al interactuar juntas en los elementos de entrada los convierten en resultados

Presupuesto: al cálculo y negociación anticipada de los ingresos y egresos de una actividad económica

Insumo: es todo aquello disponible para el uso y el desarrollo de la vida humana, desde lo que encontramos en la naturaleza, hasta lo que creamos nosotros mismos, es decir la materia prima de una cosa.

Lanzamiento: corresponde a un acto que busca impulsar algo, con el fin de promoverle o transportarlo para que recorra una distancia.

Marca: es una identificación comercial primordial y/o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.

Empaque: es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

Boletín informativo: es una publicación distribuida de forma regular pasiva, generalmente centrada en un tema principal que es del interés de sus suscriptores.

Accionistas: es un socio capitalista que participa de la gestión de la sociedad en la misma medida en que aporta capital a la misma. Por lo tanto, dentro de la sociedad tiene más votos quien más acciones posee.

Gerente: denomina a quien está a cargo de la dirección o coordinación de una organización, institución o empresa, o bien de una parte de ella, como un departamento o un grupo de trabajo.

Liderazgo: es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos.

Confianza: es la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación y pensamientos. La confianza se verá más o menos reforzada en función de las acciones.

Observación: es la adquisición activa de información a partir de el sentido de la vista.

Empresa: es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes.

Ética: es la rama de la filosofía que estudia la bondad o la maldad de los comportamientos.

Moral: el conocimiento de lo que el ser humano debe hacer y/o evitar para conservar estabilidad social.

Análisis FODA: es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada.

Análisis: puede referirse a estudio minucioso de un asunto, noticia, suceso, revistas, etc.

Charla: Una **conversación** es un diálogo entre dos o más personas que intervienen alternativamente expresando sus ideas o afectos sin seguir una planificación.

Costo: es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien, servicio o actividad.

Servicio: es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente.

Estrategia o estrategia corporativa, conjunto de acciones que alinean las metas y objetivos de una organización.

Innovación: es un cambio que introduce novedades, además, en el uso coloquial y general, el concepto se utiliza de manera específica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación económica.

BIBLIOGRAFÍA

- Tamayo y Tamayo, Mario "El proceso de la investigación científica Fundamentos de investigación" México, España, Argentina 5ta. edición (1991)
- Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo "Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo" Guatemala 2014, 8.^a edición 2da. reimpresión.
- Rebeil, MA. Antonieta "Comunicación Estratégica en las Organizaciones" 1ra. Edición, Editorial Trillas, México DF, 2016.
- Chávez Norberto "La imagen corporativa" Teoría y metodología de la identificación institucional. Gustavo Gili, México, 1994.
- Marín Antonio Lucas "La comunicación en la empresa y en las organizaciones" Bosch, Barcelona, 1997

EGRAFÍA

<https://www.google.com>

<https://www.facebook.com> (Agua Pura de las Nubes)

<https://www.ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/.../plan-de-comunicacion/principal>

<https://es.wikipedia.org>.

<http://www.comunicologos.com/t%C3%A9cnicas/diagn%C3%B3stico-comunicacional/>

http://www.soc.unicen.edu.ar/newsletter/nro11/novedades/diagnostico_comunicacional_facso_expocom.pdf

ANEXOS

Transcripción completa de las encuestas

Encuesta realizada a miembros de la junta directiva y gerencia.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN 2015
EVELYN NOEMI GUERRA GÓMEZ 200417338



FORMATO DE ENCUESTA

ENCUESTA DIRIGIDA A: _____

Chimaltenango, _____ de febrero de 2,015

Estimado señor, buena tarde. El motivo de la presente encuesta es para conocer el estado actual de la empresa sin tener un departamento que se encargue de la comunicación social y la publicidad, por lo tanto es necesario responder a las siguientes preguntas. Agradeciendo de antemano su tiempo y colaboración.

Instalaciones de la empresa Agua Pura D´Las Nubes.

Preguntas:

1- ¿ Cual es el estado actual de la empresa sin tener un departamento de comunicación social y publicidad?

bueno_____ regular_____ malo_____

Por qué_____

2- ¿ Cuales son los medios de comunicación que más utiliza la empresa para comunicarse con el consumidor?

Redes sociales _____ tv _____ radio _____ otros _____

Especifique _____ -

3- ¿ Actualmente existe una persona encargada de ver la comunicación social y la publicidad de la empresa?

si _____ no _____

por qué _____ -

4- ¿ Qué clase de actividades realiza la empresa para mantener una buena comunicación con el personal?

Reuniones laborales _____ Actividades motivacionales _____ Boletín informativo _____

Buzón de sugerencias _____

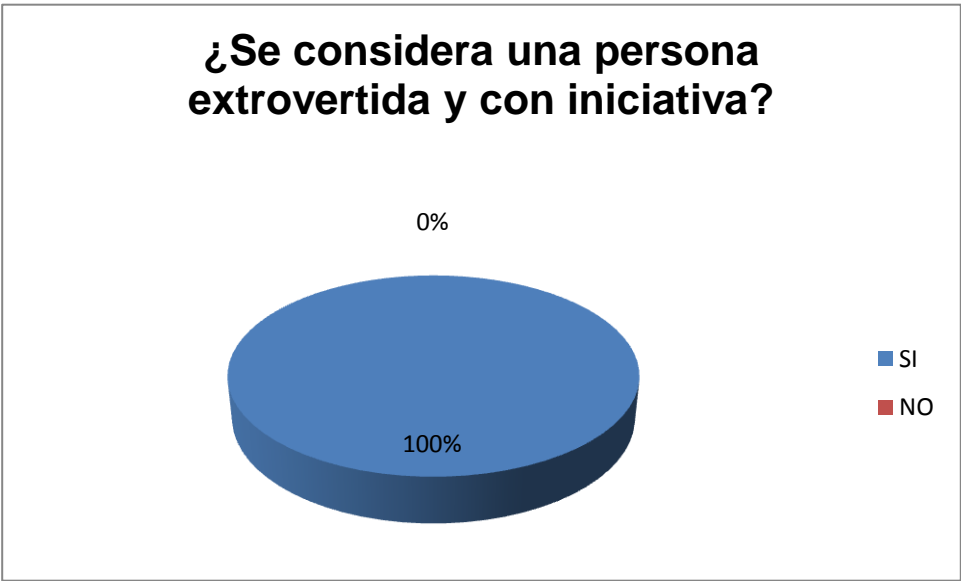
5- ¿ Existe actualmente alguna metodología para el manejo de las relaciones publicas de la empresa?

si _____ no _____

¿cuál? _____ -

Resultados de las evaluaciones, entrevista oral y escrita a los empleados de la empresa Agua Pura D'las Nubes, esto con el fin de conocer sus habilidades y capacidades con respecto al tema del Comunicación Social y Publicidad, logrando de esta forma capacitarlos para que conozcan el departamento y así poder habilitarlo dentro de la empresa.

Gráficas 1



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

Análisis:

La encuesta realizada muestra que todos los trabajadores son personas extrovertidas, de esta forma ellos pueden realizar el trabajo en la empresa, manteniendo una buena comunicación con el cliente.

Gráficas 2

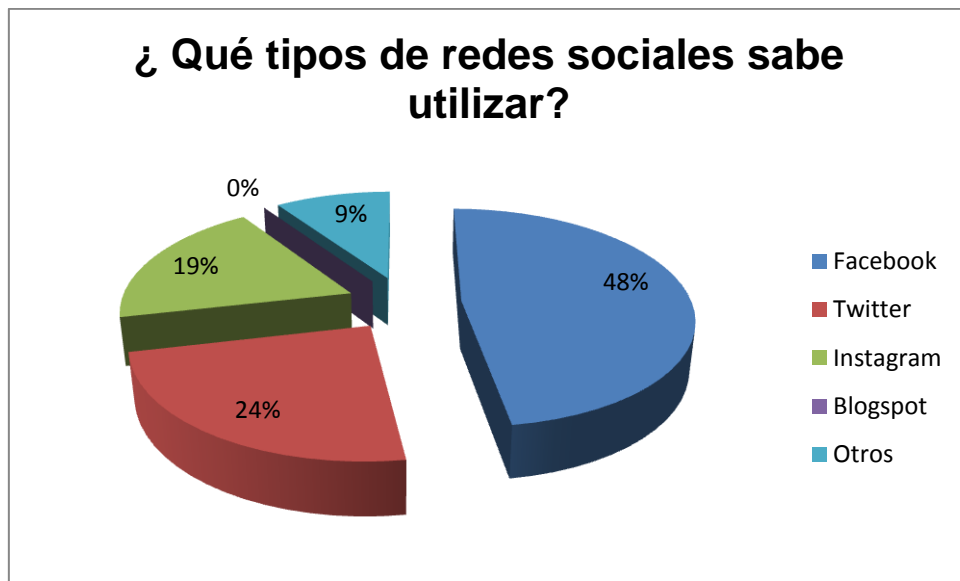


Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

Análisis:

El 86% de los trabajadores no tienen conocimiento con respecto al tema de comunicación social y publicidad, el 7% que equivale a 1 persona dijo conocer del tema, y el otro 7% desconoce el tema, por tal razón es necesario que los trabajadores conozcan la importancia de la comunicación social y publicidad por medio de un departamento que sea el encargado de manejar la información para realizar un mejor trabajo en la empresa, llegando de esta forma a mantener un mejor posicionamiento en el mercado.

Gráficas 3

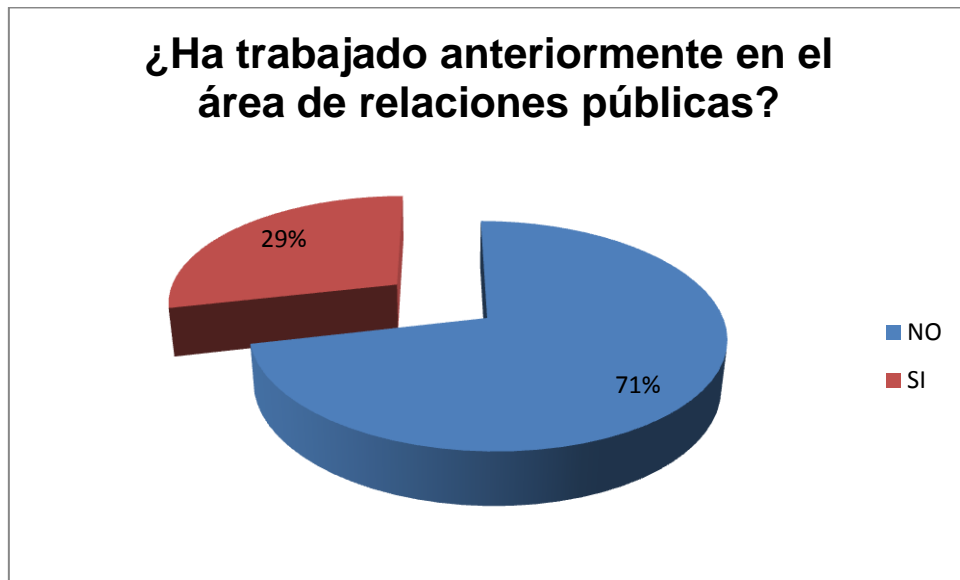


Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

Análisis:

El 48% de los trabajadores que equivale a su mayoría utiliza facebook, es importante que los trabajadores conozcan y puedan utilizar las redes sociales, las ventajas y alcances que tienen para mantener una mejor comunicación con los clientes y promocionar el producto de la empresa Agua Pura D'las Nubes.

Gráficas 4

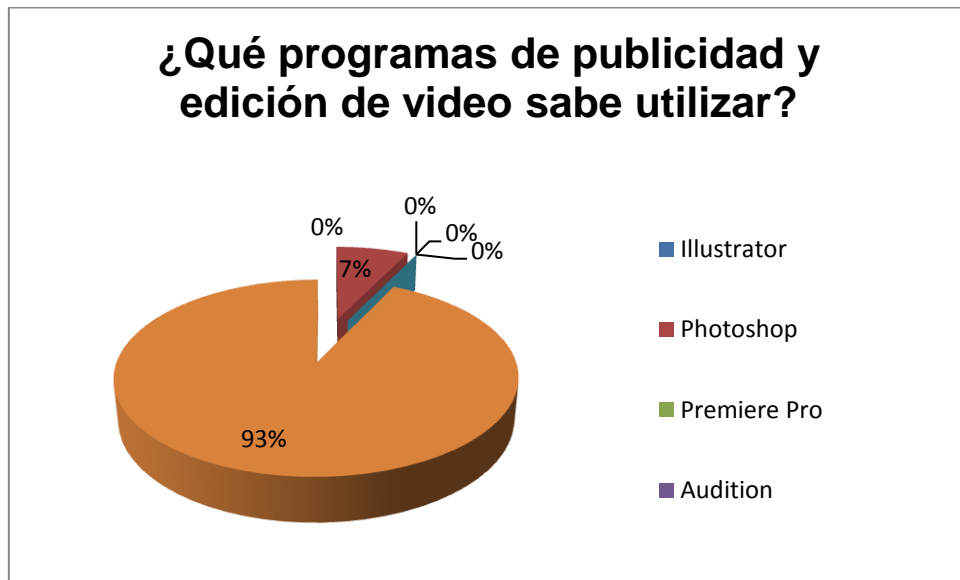


Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

Análisis:

El 71% de los trabajadores no ha trabajado en el departamento de Relaciones Públicas y desconoce su función, el 29% ha trabajado y conoce el tema, por esta razón es importante que los trabajadores conozcan las funciones que realiza el departamento de Relaciones Públicas, para mantener una imagen positiva de la empresa, y así, generar una buena promoción de la marca.

Gráficas 5



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, mayo 2015

Análisis:

La gráfica muestra que los trabajadores no tienen conocimientos en programas de publicidad y edición de video, conocer y saber manejar estos programas dentro de una empresa es indispensable, la persona encargada del departamento de comunicación social y publicidad necesita tener el conocimiento y saber utilizar diferentes programas para facilitar su trabajo y dar a conocer su conocimiento a través del mismo.

FORMATO DE CONTROL Y SEGUIMIENTO EVALUACIÓN



CONTROL DE ACTIVIDADES PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD



Encargado del control: Jireh López

Fecha: 15 de junio de 2015

INSTRUCCIONES: A continuación se presenta una serie de actividades, marque con una "X" si la actividad fue o no realizada.

No.	Actividad	Cumplimiento		Observaciones
		SI	NO	
1	Primera reunión gerencial para presentar la propuesta para implementar el departamento de comunicación social y publicidad.	X		
2	Segunda reunión gerencial para transmitir la información de la importancia del departamento de Comunicación Social y Publicidad.	X		
3	Elaboración y entrega del presupuesto de los insumos necesarios para la implementación del área.	X		
4	Evaluación de aptitudes a los aspirantes del puesto por medio de entrevista oral y evaluación escrita.	X		
5	Creación temporal del departamento de Comunicación Social y Publicidad: creación y utilización de redes sociales facebook y twitter, elaboración de boletín informativo, publicidad exterior, charlas informativas, publicidad en medios de comunicación y promoción de marca.	X		
6	Elaboración de una cuenta de fan page.		X	Esta actividad no se realizó, debido a que los integrantes de la junta directiva desean mantener el facebook existente, esto con la intención de conservar la confidencialidad del mismo.

Evelyn Noemi Guerra Gómez
Carné: 200417338

Vo.Bo. Representante
Junta Directiva

FOTOGRAFÍAS

PROMOCION DE MARCA AGUA PURA D´LAS NUBES COLEGIO LICEO CANADIENSE BOSQUES DEL PORVENIR

El día 26 de agosto del 2015, se promocionó la marca Agua Pura D´las Nubes en el colegio Liceo Canadiense, gracias a la invitación realizada como patrocinadores del evento.



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, Agosto 2015

Supervisión de la práctica realizada por Licda. Floralba Pérez Folgar 22 de Junio del 2015



Fuente: Guerra, Evelyn, Guatemala, junio 2015