

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

**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA
INTEGRACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA EN GRUPO EMPRESARIAL RC”**

LORENZO QUISQUE HERNÁNDEZ

Licenciado En Ciencias De La Comunicación

Guatemala, Septiembre de 2015

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

**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA
INTEGRACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA EN GRUPO EMPRESARIAL RC”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

LORENZO QUISQUE HERNÁNDEZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Septiembre 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 Bártres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisor de EPS

Lic. Fernando I. Flores Barrios



Guatemala, 24 de Septiembre de 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 **Grupo Empresarial RC**, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que **Lorenzo Quisque Hernández** quién se identifica con DPI **1768546141503** y numero de carné **199921820** 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 Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, en **Grupo Empresarial RC**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del **02 de Mayo** al **17 de Julio** del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto **"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA INTEGRACION DE IMAGEN CORPORATIVA EN GRUPO EMPRESARIAL RC"**, todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por **Grupo Empresarial RC**. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista (a).

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

Atentamente,

Lic. Roberto Carlos Escoto Ramírez
Director General
Grupo Empresarial RC



16 av. "A" 1-13 Oficina "C" Sector B1 Zona 8, Mixco, Guatemala.
gruporc.gt@gmail.com
PBX: (502) 24795253



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

Guatemala, 23 de octubre de 2015

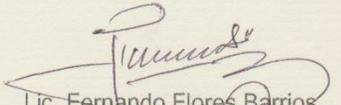
Estudiante
Lorenzo Quisque Hernández
Carné: 9921820
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

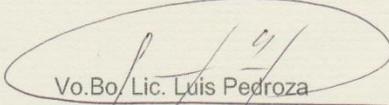
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA INTEGRACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA EN GRUPO EMPRESARIAL RC".

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"


Lic. Fernando Flores Barrios
Supervisor 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 AGRADECIMIENTO

A DIOS

Por tenerlo presente en las metas trazadas en el engranaje de la vida y es el que da la fuerza para continuar buscando las oportunidades.

A MI FAMILIA

Por el apoyo incondicional que me brindaron tanto moral como económicamente cuando necesite de ellos y así lo seguirán haciendo si necesito nuevamente de ellos.

A MIS AMIGOS

Por la amista brindad y la presión de culminar este gran proyecto, por sus palabras de apoyo

INDICE

RESUMEN	IX
INTRODUCCIÓN	X
JUSTIFICACIÓN	XI
1. DIAGNOSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO	1
1.1.1 Objetivo General.....	1
1.1.2 Objetivos Específicos	1
1.2 DE LA INSTITUCIÓN “GRUPO EMPRESARIAL RC”	2
1.2.1 Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes	2
1.2.4 Departamento o Dependencias.....	3
1.2.5 Misión.....	3
1.2.6 Visión	3
1.2.7 Objetivos Institucionales	3
1.2.8. Público Objetivo	3
1.2.9 Organigrama.....	4
1.3 METODOLOGÍA	5
1.3.1 Descripción del Método	5
1.3.2 Técnicas e instrumentos de Recolección	5
1.3.2.1 Documentación.....	5
1.3.2.2 Entrevista de profundidad.....	5
1.3.2.3 Encuestas	5
1.3.3 Cronograma del Diagnostico	6
1.4 RECOPIACION DE DATOS	7
1.4.1 Ficha de las entrevistas	7
1.4.1.2 Única Etapa	7
1.4.1.3 Entrevista 1.....	7

1.4.1.4 Entrevista 2.....	7
1.4.1.5 Entrevista 3.....	7
1.4.1.6 Entrevista 4.....	7
1.4.2. Resultados de la entrevista.....	8
1.4.3 Tablas Comparativas	9
1.4.4 Gráficas, Cuadros e Interpretaciones	10
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	15
1.5.1 Fortalezas	15
1.5.2 Oportunidades	15
1.5.3 Debilidades.....	15
1.5.4 Amenazas	15
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	16
2.1.1 Construcción	17
2.1.2 Publicidad.....	17
2.1.3 Suministro	17
2.1.4 Servicio Dental.....	18
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACION.....	18
2.2.1 Objetivo General	18
2.2.2 Objetivo Específico	18
2.3 PÚBLICO OBJETIVO.....	19
2.3.1 Demográficos.....	19
2.3.2 Socioeconómicos	19
2.4. MENSAJE.....	20
2.5 ESTRATEGIA.....	20
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	20
3. INFORME DE EJECUCIÓN	21
3.1 PROYECTO DESARROLLADO.....	21
3.1.1 Financiamiento	21
3.1.2 Presupuesto	21
3.1.3 Beneficiarios	22
3.1.4 Recursos Humanos.....	22

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	22
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	22
3.2.1 Estrategia Desarrollada.....	22
3.2.2 Acción 01 Reunión Integración de Marcas.....	23
3.2.3. Acción 02 Supervisión	24
3.2.4. Acción 03 Roll Up	25
3.4.5. Acción 04 Carpeta Personalizada.....	26
3.2.6 Acción 05 Trifoliar Informativo	27
3.2.7 Acción 06 Bifoliar de Bienvenida.....	28
3.2.8. Acción 7 Spot.....	29
3.2.9 Acción 08 Mural Informativo	30
3.2.10 Acción 09 Capacitación	31
3.2.11 Acción 10 Entrega de Proyecto Final.....	33
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:.....	34
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN).....	35
CONCLUSIONES.....	38
RECOMENDACIONES.....	39
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	40
BIBLIOGRAFÍA.....	44
E GRAFÍAS.....	44
ANEXOS.....	45

RESUMEN

Nombre de la Institución:	Grupo Empresarial RC
Nombre del Proyecto:	Estrategia de comunicación interna y externa de la integración de imagen corporativa en Grupo Empresarial RC.
Objetivos del Proyecto:	
General:	Crear una estrategia de comunicación interna y externa de la imagen corporativa en Grupo Empresarial RC, plantearla y ejecutar la nueva imagen
Objetivo Específico	Dar nueva imagen corporativa y consolidar las marcas bajo un mismo nombre comercial el cual sería GRUPO EMPRESARIAL RC. Crear los parámetros correspondientes en área de comunicación y capacitar al personal para fomentar los valores principales de GRUPO EMPRESARIAL RC
Sinopsis:	Se realizó una estrategia de comunicación interna y externa para la integración de la imagen corporativa en Grupo Empresarial Rc. se plantío a junta directiva luego de su evaluación y autorización se procedió recopilar los datos de suma importancia para desarrollar la estrategia.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de EPS se elaboró con la necesidad de poder integrar varias marcas a un solo nombre que pueda representar las misma, a través de un diagnostico comunicacional de la empresa se evaluó la necesidad de tener solo un nombre por el cual pueda ser representada la corporación.

El diagnóstico nos refleja la necesidad de integrar las marcas a un solo nombre comercial que ya está en proceso en el registro mercantil con el nombre comercial de Grupo Empresarial RC, las empresas aliadas que nos ayudó a reflejar dicha necesidad son: RC construye, Constructora San Andrés, Propublic, Dal producciones, Ev Expresión Visual, Producciones Gama, Rodec (Suministro de oficinas y limpieza), CRB Servicios y Dental RC. Se realizó una investigación donde recolectamos datos a través de encuestas y entrevistas con personal operativo como administrativo.

La estrategia conjuntamente con las acción que se ejecutaron llevaron a tener el primer cambio significativo, como la integración de marcas a un solo nombre comercial, esto llevo a que la comunicación interna y externa fuera integrada al nuevo nombre comercial de **GRUPO EMPRESARIAL RC.**

JUSTIFICACIÓN

Con el siguiente trabajo que presentamos, es la última etapa como estudiante de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, presentar un trabajo profesional y dar un aporte a un problema que se detectó por medio de un diagnóstico de comunicación dentro de una empresa verídica, dando solución y realizar una ejecución para el mejor desempeño a una problemática detectada.

Nos basamos en poder realizar un diagnóstico comunicacional detectamos deficiencias de comunicaciones, presentamos un plan de comunicación y ejecutamos con estrategias y acciones para dar la solución a la deficiencia detectada en el diagnóstico, esto con el conocimiento adquirido en la etapa de nuestra formación como profesionales de Ciencias de la Comunicación,

Esto será un aporte para el Grupo Empresarial RC, tanto en la comunicación interna como externa, llevando a posicionar en el mercado con la nueva imagen comercial del Grupo esto se llevó con una etapa de prácticas supervisadas para el mejor lineamiento a seguir.

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO

PARA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA INTEGRACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA EN GRUPO EMPRESARIAL RC

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO

1.1.1 Objetivo General

Realizar un Diagnóstico de la implementación del departamento de comunicación como implementar la nueva imagen corporativa y canales de comunicación interna.

1.1.2 Objetivos Específicos

Hacer la valuación correspondiente de la imagen corporativa y presentar la nueva imagen.

Determinar los canales de comunicación si lo tuviesen que están utilizando actualmente y cuál es el impacto que ha tenido a la fecha.

Realizar una evaluación interna de la información de los canales de comunicación y las necesidades para la ejecución de un departamento de comunicación.

1.2 DE LA INSTITUCIÓN “GRUPO EMPRESARIAL RC”

1.2.1 Ubicación Geográfica

16 av “A” 1-13 Oficina C, sector B1 zona 8 de Mixco ciudad san Cristóbal, Guatemala,
Tel: 24795253

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

Construcción	(RC Construye y Constructora San Andrés)
Publicidad	(Propublic, Proyecciones Gama, Dal producciones, Ev Expresión Visual)
Suministro	(Rodec, crb servicios)
Servicio Dental	(Dental RC)

1.2.3. Antecedentes

Grupo Empresarial RC, está en trámite de constitución en el registro mercantil como sociedad anónima, esto surgió con la necesidad de consolidar las empresas que en si estuviesen operando individualmente y formar un solo grupo que pueda representar, las empresas aliadas si cuentan con su patente y constituidas formalmente en el registro mercantil.

1.2.4 Departamento o Dependencias

- Dirección General
- Departamento de Construcción
- Departamento de Publicidad
- Departamento de Suministros de Oficina y mantenimiento
- Departamento Dental
- Departamento de Contabilidad y cobros
- Mensajería
- Departamento Operativo

1.2.5 Misión

Tener la prioridad de apoyar a nuestros clientes con nuestra experiencia y profesionalismo, darle soluciones a sus necesidades, haciéndolos competitivos a nivel regional.

1.2.6 Visión

Ser la empresa en contar con 4 servicios en un solo lugar que el cliente pueda tener presente como la empresa que cubre sus necesidades en diferentes áreas, que tenga la solvencia que cubrirá las necesidades en Construcción, Publicidad, Suministros y por qué no mencionar en el área Odontológica.

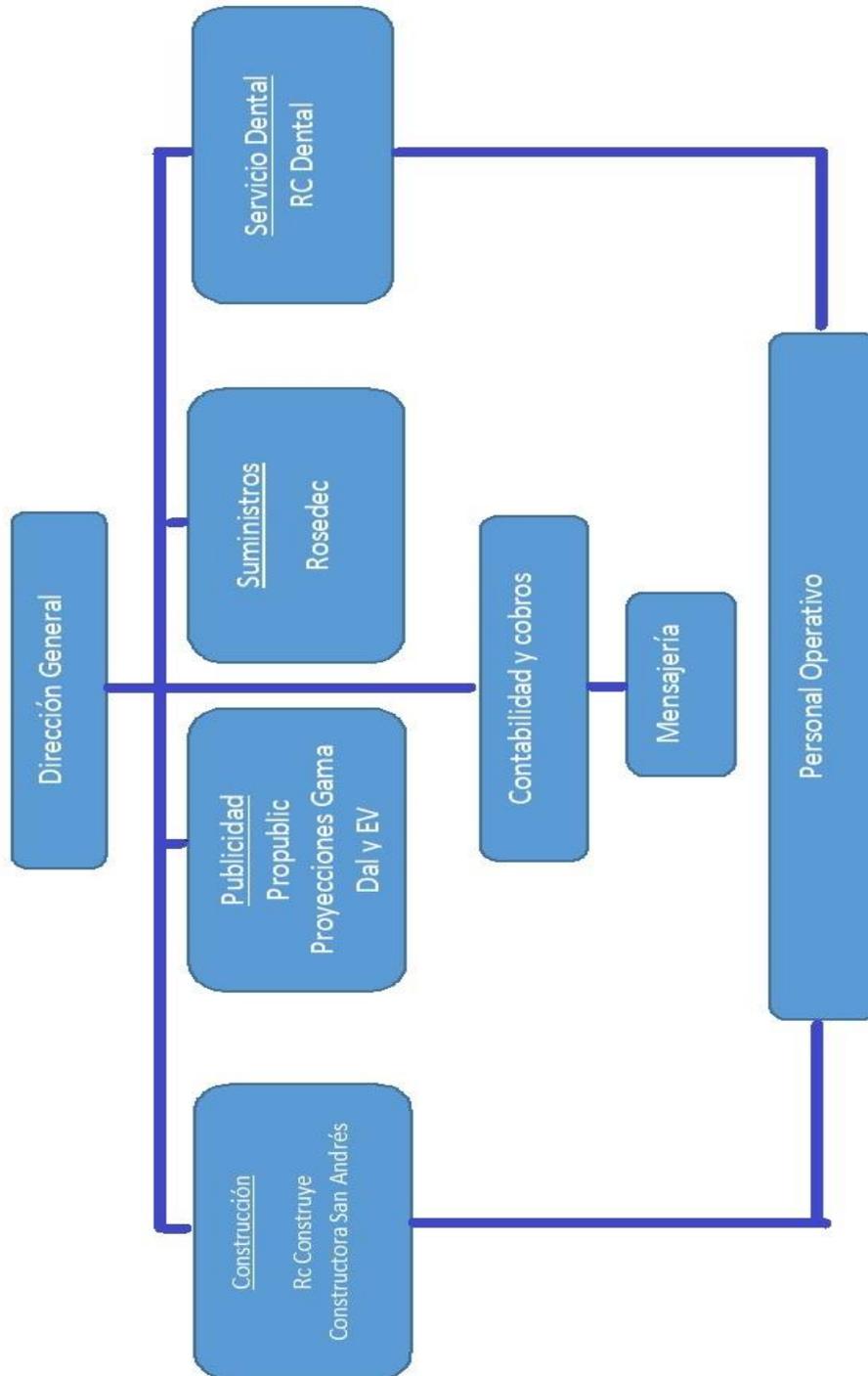
1.2.7 Objetivos Institucionales

- Cubrir la necesidades de diferentes Mercados
- Apoyar a cliente final con soluciones a sus conflictos
- Crear fuentes de trabajo
- Crear solvencia económica para sustentarse como empresa

1.2.8. Público Objetivo

Empresas privadas, personas individuales, entidades gubernamentales, ONG.

1.2.9 Organigrama



1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método

Con el fin de realizar el diagnóstico de la empresa **Grupo Empresarial RC**, se utilizará el Método Deductivo que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a un conclusión de tipo particular. (Metodología cuantitativa).

1.3.2 Técnicas e instrumentos de Recolección

1.3.2.1 Documentación

Se tiene autorizado revisar la documentación necesaria y estar informado con qué propósito fue creada las instituciones que conforman el **Grupo Empresarial RC**, en algún no tuviésemos la información necesaria recurriremos a otro instrumento que será la Entrevista a profundidad para determinar las funciones de la cada empresa que la conforman.

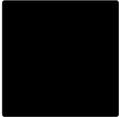
1.3.2.2 Entrevista de profundidad

Con este instrumento realizaremos las entrevistas a cada persona que juegue un rol importante en la institución y saber cuál la imagen que tienen sobre la institución.

1.3.2.3 Encuestas

Las encuestas nos servirán para obtener el punto de vista de cada trabajador sobre la empresa en cuanto a la imagen corporativa y los canales de comunicación internos que actualmente poseen.

1.3.3 Cronograma del Diagnostico

ACTIVIDADES	FECHA DE PROGRAMACIÓN				
	Semana 1 del 2 al 7 de febrero	Semana 2 del 9 al 13 de febrero	Semana 3 del 16 al 20 de febrero	Semana 4 del 23 al 27 de febrero	Semana 5 2 de Marzo
Método de Observación y recolección de información					
Entrevistas con personal que tenga a su cargo un departamento					
Realización de las encuestas al personal permanente como temporales					
Redacción de entrevistas, encuestas, información obtenida y realización de la estructura del diagnostico					
Entrega del diagnostico					

1.4 RECOPIACION DE DATOS

1.4.1 Ficha de las entrevistas

1.4.1.2 Única Etapa

Objetivo: esta única etapa tiene como punto principal saber más sobre la empresa sus orígenes a que planes a futuro, como está la imagen corporativa, y los procesos de comunicación interna como externa, realizaremos entrevistas con toma de fichas para recopilar los datos que a continuación plasmamos, se realizó con las personas que están encargadas de cada área de la empresa.

1.4.1.3 Entrevista 1

Fecha: Lunes 9 de Febrero

Duración: 7 Minutos

Objetivo: Tener la mayor información sobre la empresa, los servicios que prestan actualmente, el ambiente laboral, planes a futuro,

1.4.1.4 Entrevista 2

Fecha: Martes 10 de febrero

Duración: 5 minutos

1.4.1.5 Entrevista 3

Fecha: Miércoles 11 de febrero

Duración: 8 minutos

1.4.1.6 Entrevista 4

Fecha: Jueves 12 de febrero

Duración: 10 minutos

1.4.2. Resultados de la entrevista

El resultado de las entrevistas, que realizamos a las personas que en su debido momento el Lic. Roberto Carlos Escoto Ramírez, nos recomendó y que tiene una parte fundamental en la Empresa tenemos el siguiente índice de resultados.

La imagen corporativa, se ha realizado no en base a colores institucionales o que tengan un significado de los colores, se ha realizado de improviso y colocando lo en su debido momento lo que se considera oportuno, La comunicación interna se ha realizado por el Director General de forma verbal a los encargados de cada departamento y las necesidades que surgieron de prioridad, los cuales ellos se lo hacen llegar a su equipo de trabajo, esto con una reunión semanal de cuáles son los objetivos a cumplirse dentro de la semana siguiente, se realiza los días viernes de 11:00 am a 12:00 pm, La imagen corporativa que tienen actualmente ya está establecida en el mercado actual, tarjetas de presentación, hojas membretadas, folders, facturas, uniformes, recibos, etc. Ya lleva un logo que está establecido en el registro mercantil y que ha estado en función desde la creación de PROPUBLIC, sin tener mayores cambio, la comunicación interna y externa se realiza de varias formas, verbal, teléfono de planta, Teléfono celular con sus aplicaciones WhatsApp-Facebook-mensajes de texto, correos electrónicos, mensajería, entre otros.

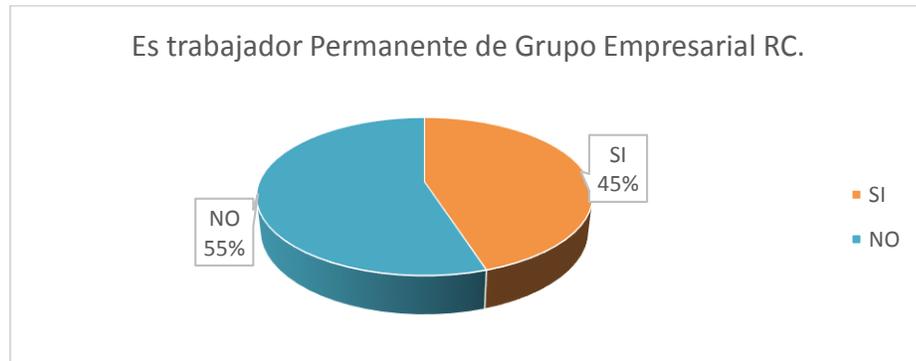
La imagen corporativa presenta un diseño estándar en los logotipos y slogan siguiendo un patrón de colores similares de las empresas que la integran, los procesos de comunicación internas como externas cumplen su objetivo pero siempre se sigue la misma referencia de proceso que se ha estado siguiendo y no se ha buscado forma de ser más concretas, minimizando el tiempo de cuando el Emisor transmite la información contra la respuesta del receptor. Con lo anterior se dará una asesoría sobre la nueva imagen que y nuevos procesos de comunicación para ser más activa la participación del personal involucrado y puedan tener otras alternativas de aplicación dentro de la empresa.

1.4.3 Tablas Comparativas

PREGUNTAS	PUNTOS DE ENCUENTRO	PUNTOS DE DESENSIÓN
Cuál es el canal de comunicación interna	Los días lunes tenemos las respectivas reuniones y cuáles son los objetivos a cumplirse en la semana, nosotros la transmitimos verbalmente a nuestros equipos de trabajo	
Qué Opina de la actual imagen del Grupo Empresarial Rc y las empresas que la conforma.	Ya estamos identificados con los logotipos y Slogan que actualmente están establecidos.	Podrían realizar una propuesta pero va ser difícil la aceptación
Que medios de comunicación utilizan actualmente	Reuniones Teléfono WhatsApp Facebook Verbalmente	
Sabes cuál es el significado de cada logotipo y su Slogan	No nos han trasmitido los valores de la empresa y no sabemos cuál es el.	La mayoría desconoce el significado y porque está colocado.
Sabes porque le colocaron esos colores a las empresas	No tampoco sabemos sobre los colores pero parecen bonitos	No todos tienen este conocimiento más que Dirección
Qué opinas si hacemos una propuesta para cambio del a imagen de Grupo Empresarial RC?	Sería una muy buena opción realizar y pasarnos copia de los valores y porque razón están colocando nueva imagen y el significado	Hay que realizar un documento que se le pasara a todos los empleados para su respectiva actualización.

1.4.4 Gráficas, Cuadros e Interpretaciones

1



1 Fuente: Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

El 45% de los Encuestados son trabajadores permanentes dentro de la Organización el otro 55% es personal Sub-Contratado para proyectos varios que actualmente este ejecutando la empresa, por consiguiente podemos obtener varios puntos de vistas sobre nuestras encuestas.

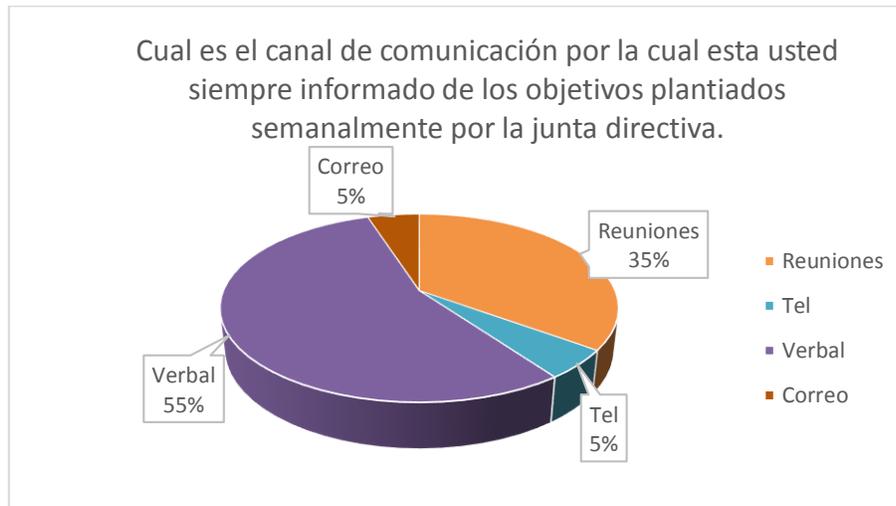
2



2 Fuente: Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

De las personas 20 personas solo el 20% conoce cuál es el significado del logo de la empresa que está siendo contratada, por lo consiguiente en la propuesta debemos de crear un manual donde daremos la información de cada logo que se estará implementando.

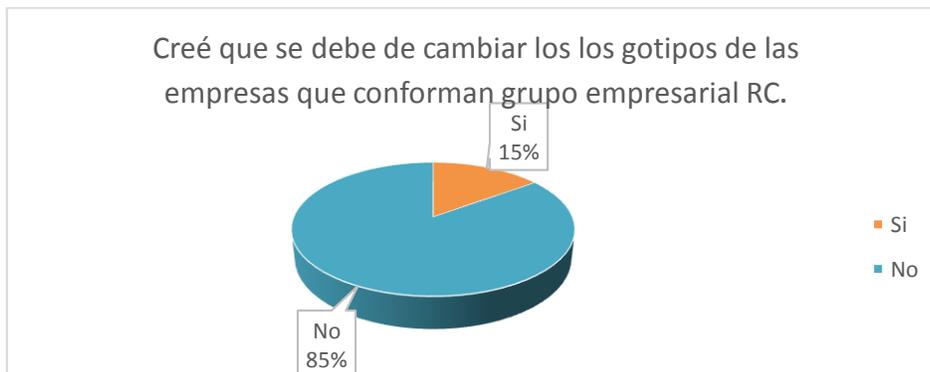
3



3 Fuente: Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

En la Grafica numero 3 damos cuenta que la información planteada por junta directiva siempre se hace saber por un grupo mayoritario porcentual que es verbalmente 55%, posteriormente la otra que le sigue son las reuniones con un 35% y teléfono como el correo solo con un 5%.

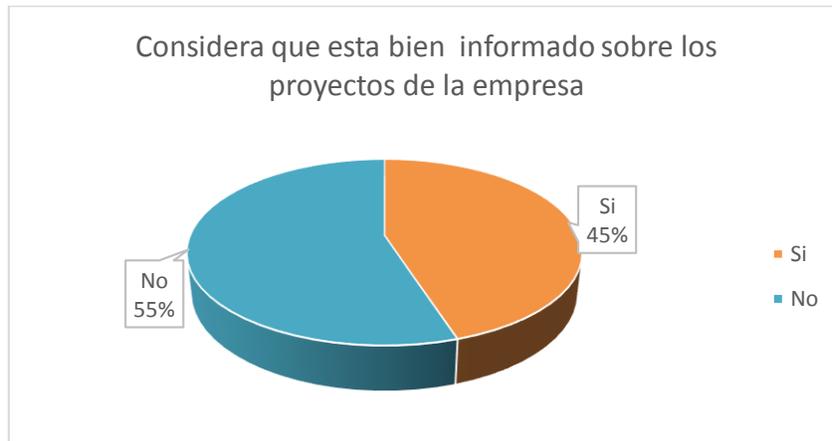
4.



4 Fuente: Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

Los empleados ya están familiarizados con los logotipos que actualmente se está manejando en grupo empresarial RC, por lo que consideran que no es necesario cambiar con un 85% de las personas y el 15% de las personas que consideran realizar un cambio y una nueva imagen.

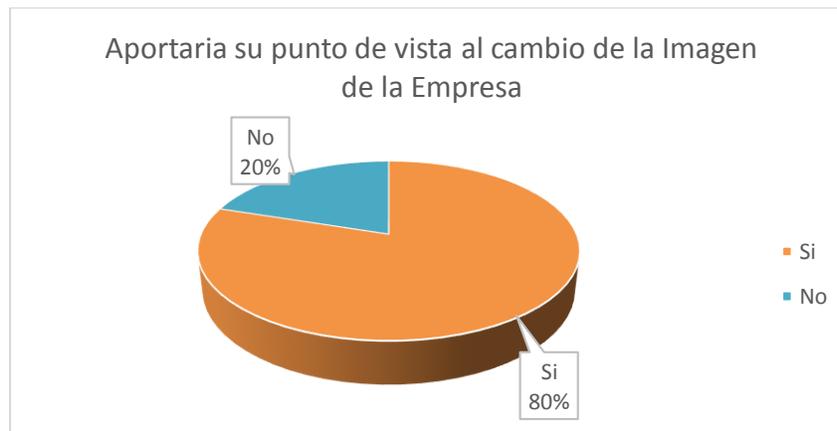
5.



5 Fuente: Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

Nuestra grafica que a continuación presentamos indica que el personal interno está informado de los proyectos que la empresa este por incorporar cada semana esto indica que el personal externo o sub-contratados son los que no tienen la información actualizada.

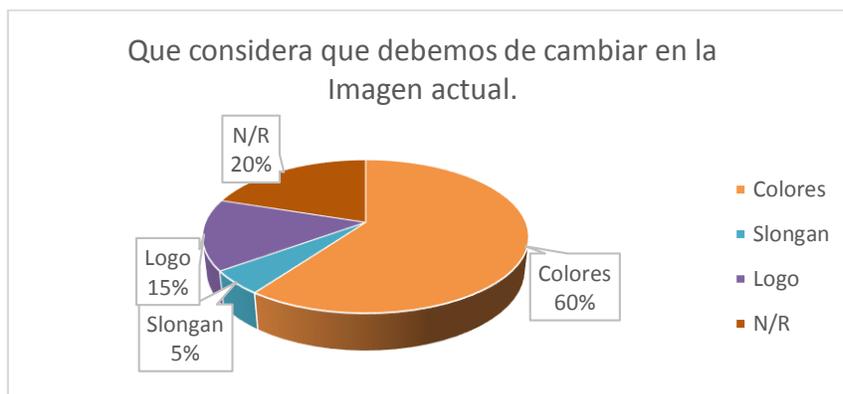
6



6 Fuente: Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

En a grafica anterior las personas que se entrevistaron están dispuestas a la colaboración de dar su punto de vista para realizar un nuevo cambio de imagen de las empresas, más el 20% no le interesa opinar sobre la misma.

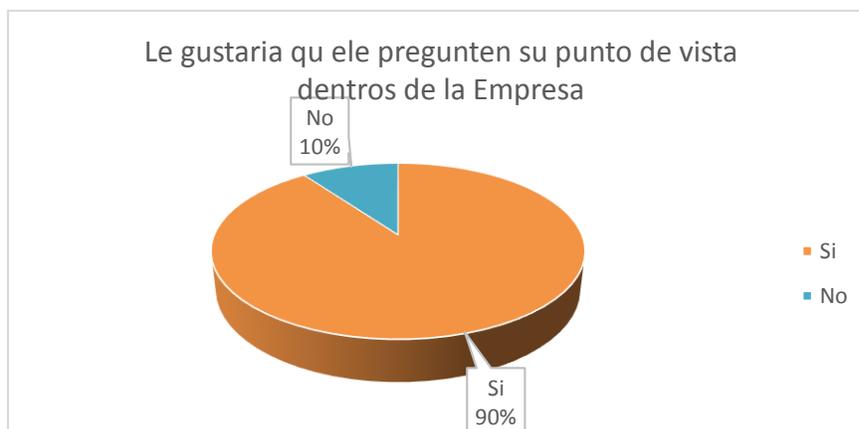
7.



7 Fuente: Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

En esta pregunta el personal coincidió de que debe de haber un cambio en los colores institucionales de las corporaciones 60% por lo consiguiente se hará una propuesta con nuevos logos ya que indica el 15% que debe de cambiar, se seguirá con la Slongan sin tener mayor cambios.

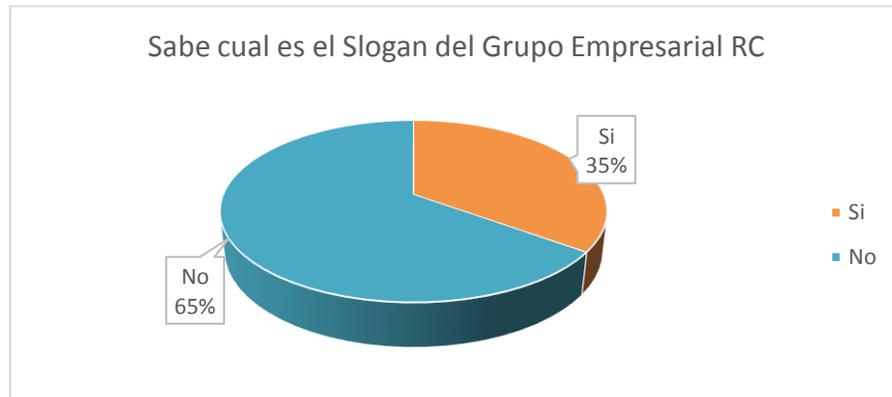
8.



8 Fuente, Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

Nuestras siguiente grafica muestra que el 90% quiere ser tomado, y dar su punto de vista para mejorar los canales de comunicación y sentirse involucrado, el 10% indica que no le interesa y solo va a realizar su trabajo.

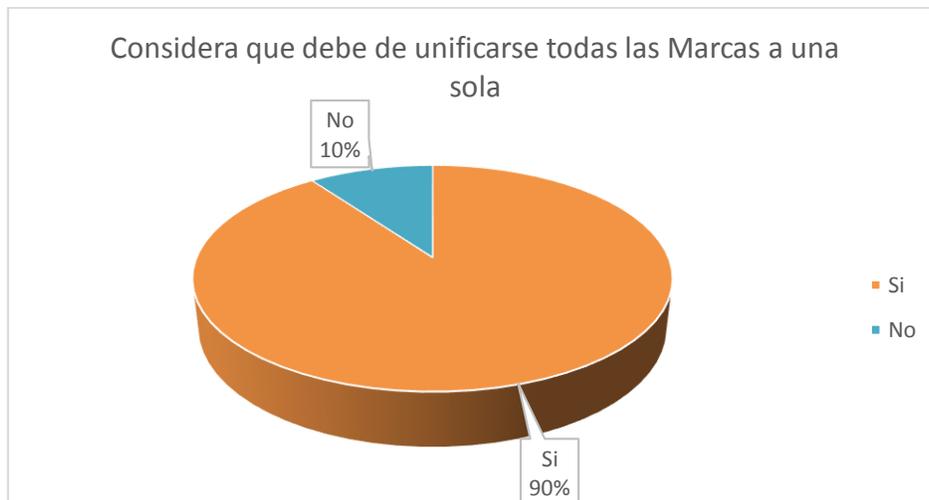
9.



9 Fuente, Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

Nuestra grafica numero 9 indica que solo el 35% de las personas saben cuál es el Slogan de Grupo Empresarial RC, y son las personas que son empleadas directas de la misma el otro 65% son personas sub-contratadas que no saben cuál es el Slogan.

10.



10 Fuente, Lorenzo Quisque Hernández, fecha del 23 al 27 de febrero

Nuestra Ultima grafica muestra que de las 20 personas encuestadas, 18 personas están de acuerdo que se unifiquen todas las marcas a una sola y 2 personas indican que está bien así como se ha estado manejando últimamente.

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Fortalezas

Entre las fortalezas es que siguen instrucción teniendo en cuenta que no poseen un departamento de comunicación ni canales adecuados para transmitir la información se ve que siguen al pie las instrucciones indicadas por las personas encargadas de cada departamento.

1.5.2 Oportunidades

Ya que no poseen un sistema de comunicación interna para transmitir indicación se hará fácil implementar nuevos procesos para llegar al cliente interno (Colaboradores) ya que poseen la iniciativa de seguir nuevos procesos implementados.

1.5.3 Debilidades

Grupo Empresarial RC, cuenta con personal Sub-Contratado por lo que se nos complicara poder llegar a ellos con facilidad por lo que los citaremos para su respectiva capacitación como es un día que no laboran será difícil que asistan a la cita el día que debe de ser sin tener algún incentivo

1.5.4 Amenazas

Todo lo planteado a Dirección para nuestra ejecución del plan de medios podemos tener la Amenaza que no apruebe todos las propuestas ya que por falta de presupuesto o un presupuesto ya asignado a la creación de un departamento de comunicación e implementar la nueva imagen corporativa pueda ser que no aprueben todos los puntos a ejecutar.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA INTEGRACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA EN GRUPO EMPRESARIAL RC

2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Proyecciones Publicitarias **PROPUBLIC**, es una empresa que se fundó en el registro mercantil 7 de Diciembre 2007, en la cual se ha venido la necesidad de fundar dentro de la misma entidad otras empresas juegan un papel importante dentro del mismo, las empresas que actualmente se desenvuelven bajo las directrices de **PROPUBLIC** son, **CONSTRUCCION:** RC Construye (Construcción y Diseño) y Constructora San Andrés, **PUBLICIDAD:** Proyecciones Gama, Dal Producciones, EV Expresión Visual, Zona Productora. **SUMINISTROS:** Rodec (Suministros de Oficina y Productos de Limpieza), **SERVICIO DENTRAL:** Dental RC, la alianza estratégica se ha estado conformando desde Dic 2007 a la fecha, según sean las necesidades por la cual se esté creando, por ser una empresa y que están divididas pero trabajan bajo un mismo lineamiento, sin embargo hay falta de interés tener un plan de comunicación y trabajar sobre una misma marca que represente a todas en el mercado actual Guatemalteco por lo que se realizara la propuesta para consolidar estas empresas bajo una sola marca **GRUPO EMPRESARIAL RC.**

2.1.1 Construcción

Rc Construye / Constructora San Andrés

Empresa fue creada sabiendo la necesidad que en su debido momento necesitaban los clientes ya cubiertos la empresa quedo fomentada ya que esta precalificada en el ministerio de comunicaciones por lo que presta los siguientes servicios: instalación de tabla yeso y cielo falso, mantenimiento de aire acondicionado, planificaciones, construcción de obra gris, venta de materiales de construcción, asesoría técnica y profesional, ventanería, fumigación, limpieza de vidrios, pintura, entre otras especializaciones.

2.1.2 Publicidad

Proyecciones Gama, Dal Producciones, Propublic, Ev Expresión Visual

Otra de las especialidades de **Grupo empresarial RC**, es la rama de la publicidad por lo cual también se han creado empresas dependiendo las necesidades que así lo solicite y entre los servicios que presta son los siguientes: Impresión pequeño y gran formato, instalaciones de vallas, activaciones de BTL, confecciones de uniformes, bordados y serigrafía, rotulación de vehículos, rótulos luminosos, producción televisiva, asesoramiento en mercadeo y RR.PP, plataforma web, redes sociales, campañas digitales, entre otras.

2.1.3 Suministro

Rodec (Suministro de oficinas y limpieza) y CRB Servicios

Bajo esta empresa funciona otras especialidades que está ingresando al mercado guatemalteco, PROPUBLIC por ser una empresa que esta abalada por Guatecompras, se ve en la necesidad de cubrir varias ofertas de contratación para los ministerios actuales entre los cuales presta los servicios de: suministros de oficina, productos de limpieza, conserjería, Outsourcing, pintura entro otras.

2.1.4 Servicio Dental

Dental RC

Es una empresa nueva que se está incorporando bajo las directrices de **Grupo Empresarial Rc**, y esta va más enfocada a la atención de personas individuales que así requieran la especialidad Odontológica, pero tiene el potencial de ser distribuidor de Equipo Odontológico y suministros Odontológicos.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACION

2.2.1 Objetivo General

Plantear a PROPUBLIC la oportunidad de implementar la estrategia de comunicación interna y externa de la integración de imagen corporativa en Grupo Empresarial RC y posicionar la marca bajo el nombre comercial de GRUPO EMPRESARIAL RC, con lo cual podemos implementar procesos de comunicación interna como externa bajo el mismo nombre comercial.

2.2.2 Objetivo Específico

Dar nueva imagen corporativa y consolidar las marcas bajo un mismo nombre comercial el cual sería GRUPO EMPRESARIAL RC.

Crear los parámetros correspondientes en área de comunicación y capacitar al personal para fomentar los valores principales de GRUPO EMPRESARIAL RC.

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

La implementación del plan de comunicación tendremos como grupo objetivo los colaboradores de Grupo Empresarial RC, Dirección, Administración y personal operativo, que actualmente está conformado por 11 colaboradores actuales dentro de la identidad, no podemos tomar en cuenta personal subcontratado ya que es solo por temporadas o cuando en si lo solicite Dirección.

2.3.1 Demográficos

	Operativo	Administración
Edad	17 a 30 años	25 a 40 años
Genero	Masculino	Masculino, Femenino
Estado Civil	Solteros y Casados	Solteros y Casados
Nivel Socioeconómico	Baja C,D	Media Alta C+B
Escolaridad	Primaria, Diversificado sin culminar	Título Universitario, y Técnicos Universitarios, Diversificados

2.3.2 Socioeconómicos

	Operativo	Administración
Estilo de Vida	Trabajo, Familia, Diversión	Trabajo, Familia, Descansar
Movilidad	Transporte Publico	Vehículo propio

2.4. MENSAJE

El mensaje que nos basaremos en información pura ya que tendremos que capacitar al personal sobre los valores de la empresa, quienes lo conforman, a donde se quiere llegar con el plan de comunicación y la integración de las empresas bajo un mismo nombre.

El mensaje se complementara con información sobre las empresas, las actividades diarias de cada colaborador y la importancia que tiene en la empresa, ellos puedan sentirse parte de un ambiente laboral acogedor

2.5 ESTRATEGIA

Se planteara a Dirección comercial la estrategia de la comunicación interna y externa para fortalecer la imagen institucional del Grupo, con la integración de las empresas que la conforman a un solo nombre comercial como su nuevo nombre comercial, estoy con el fin de darla a conocer al cliente interno como al cliente externo esto con una serie de acciones

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- Integración de imagen corporativa
- Supervisión y asesoramiento sobre los pasos que llevaremos
- Elaboración de Roll Up Informativo
- Elaboración de Carpeta Corporativa Personalizada
- Elaboración de Trifoliar Informativo
- Elaboración de Bifoliar de Bienvenida a los colaboradores
- Elaboración de Spot
- Colocación de Mural informativo (pizarra)
- Capacitación de la nueva imagen de corporativa
- Entrega de trabajo final (artes, material impreso y producido)

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA INTEGRACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA EN GRUPO EMPRESARIAL RC”

3.1.1 Financiamiento

El financiamiento de la ejecución del proyecto de EPS, fue directamente proporcionado por él Epesista.

3.1.2 Presupuesto

Presupuesto de inversión			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Pago de Diseñador Free Lance Línea Gráfica / Spot	Q1,200.00	Q 1,200.00
1	Pizarra Melanina, muro informativo	Q450.00	Q 450.00
1	Estructura Roll Up de 0.80 x 1.80 mts	Q150.00	Q 150.00
1	Impresión de Banner para Roll Up de 0.80 x1.80 mts	Q110.00	Q 110.00
10	carpetas corporativas tamaño carta troqueladas	Q18.00	Q 180.00
10	Trifoliales informativos tamaño carta bond color	Q6.00	Q 60.00
10	Bifilares de bienvenida tamaño carta bond Color	Q6.00	Q 60.00
1	Cuaderno para apuntes varios	Q4.50	Q 4.50
1	DVD Entrega de artes y spot publicitario a Gerencia	Q2.50	Q 2.50
1	Asesoría Profesional		Q10,000.00
		Total	Q12,217.00

3.1.3 Beneficiarios

Grupo Empresarial RC
Personal Administrativo
Personal Operativo
Cliente Externo

3.1.4 Recursos Humanos

RECURSOS HUMANO		
Roberto Carlos Escoto Ramírez	Director General	Capacitación
Esperanza Acevedo	Contadora	Capacitación
Cesar Medrano	Productor	Capacitación
Cesar Sandoval	Mensajero	Capacitación
Héctor Castellanos	Operativo	Capacitación
Francisco Medina	Operativo	Capacitación
Héctor Mendizábal	Operativo	Capacitación
Julio Navichoque	Operativo	Capacitación
Alberto Ruiz	Free Lance	Capacitación

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

Grupo Empresarial RC, 16 av "A" 1-13 Oficina C, sector B1 zona 8 de Mixco ciudad san Cristóbal, Guatemala, Tel: 24795253

3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS

3.2.1 Estrategia Desarrollada

Una estrategia de comunicación interna y externa para el fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa, pretendemos realizar una integración de las diferentes marcas que conforman la empresa y presentar a los colaboradores y al cliente final, una marca más sólida bajo un mismo nombre, para esta estrategia se desarrollaron las siguientes acciones.

3.2.2 Acción 01 Reunión Integración de Marcas

Se propone realizar un cambio de imagen corporativa dentro de la organización, con esto llegaremos a realizar una integración de todas las marcas dentro una nueva imagen que corresponde a GRUPO EMPRESARIAL RC, con la opinión de colaboradores de la institución para los puntos de vista y llegar a un consenso para presentar la nueva imagen.



Lorenzo Quisque Hernández (Epesista), Esperanza Acevedo (contadora),
Alberto Ruiz (Diseñador) Cesar Medrano (productor)

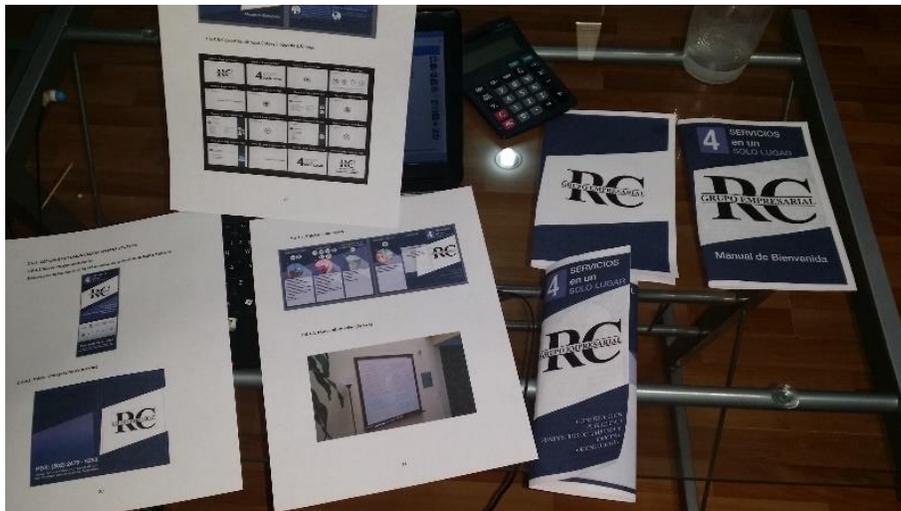
Reunión con personal administrativo para llegar a un consenso sobre la imagen de la corporación con autorización de Gerencia General.

3.2.3. Acción 02 Supervisión

Se Coordina para la Supervisión por parte del Supervisor de área de Eps a oficinas de Grupo Empresarial RC.



Lorenzo Quisque Hernández (Epesista), Lic. Roberto Carlos Escoto Ramírez (Director Grupo Empresarial RC), Lic. Fernando Flores (Supervisor Eps)



Muestrario de material a ejecutar previo a las observaciones del supervisor de EPS. Lic. Fernando Flores.

El Objetivo de la Supervisión es la evaluación de los procesos que se están implementando y con la asesoría de supervisor de área.

3.2.4. Acción 03 Roll Up

Roll Up informativo para presentación de imagen corporativa que estará expuesto como imagen institucional de la misma, con el consenso se llegó al conclusión de que debemos de incluir todos los servicios que Grupo Empresarial RC, cuenta, y las empresas que la conforman.



Arte para Roll Up de 0.80 x 2.00 mts

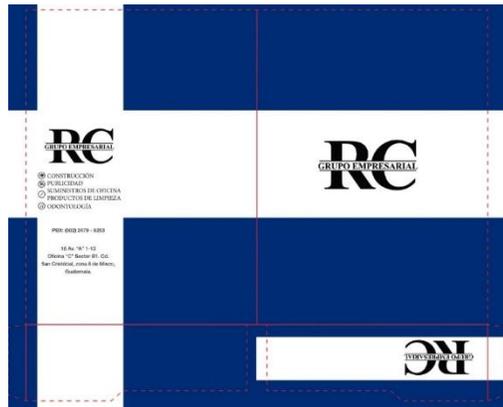


Roll ya impreso en Oficinas de Grupo Empresarial RC.

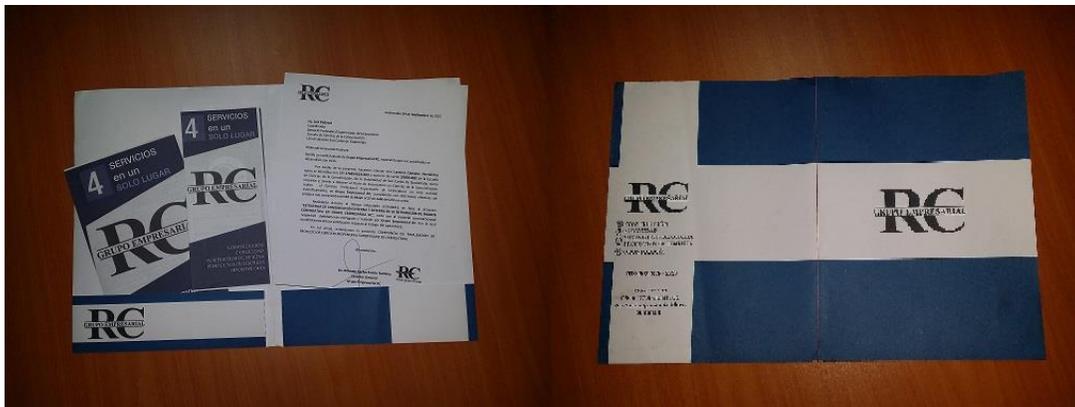
Sera elaborado un Banner de 0.80 x 2.00 más colocado en un Roll Up Metálico como material de apoyo para cuando se requiera tener imagen corporativa.

3.4.5. Acción 04 Carpeta Personalizada

Se implementaría como complemento de imagen corporativa un folder personalizado para incluir en el bifoliar y trifoliar en el proceso de capacitación como imagen para el personal de ingreso o bien ya colocado y tenga conocimiento sobre la empresa.



Arte de Carpeta Corporativa personalizada de la medida de 0.63 x 0.31 mts.
Con excedentes para pestañas interiores.



Carpeta final e impresa para la capacitación correspondiente

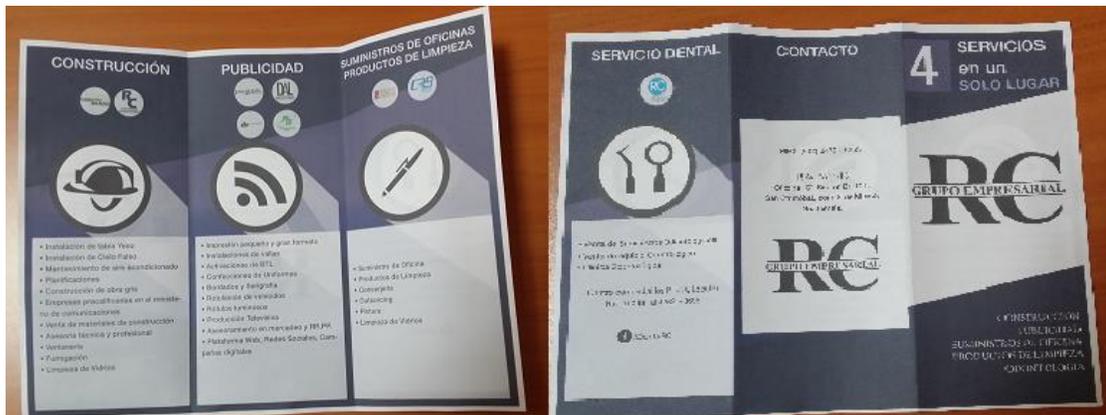
Constará el diseño de un folder tamaño carta troquelado con la nueva imagen, servicio, contacto, dirección entre otra información complementaria.

3.2.6 Acción 05 Trifoliar Informativo

Elaboración de un trifoliar informativo donde hacemos plasmamos la información sobre los 4 servicios especializados de Grupo empresarial RC. Agrupando las empresas por cada servicio especializado esto el personal de la empresa sabrá de cada servicio y a que grupo de empresa pertenece dentro de la organización.



Artes para impresión de Trifoliar informativo tamaño carta



Bifoliar impreso tamaño carta en papel bond tiro y retiro full color

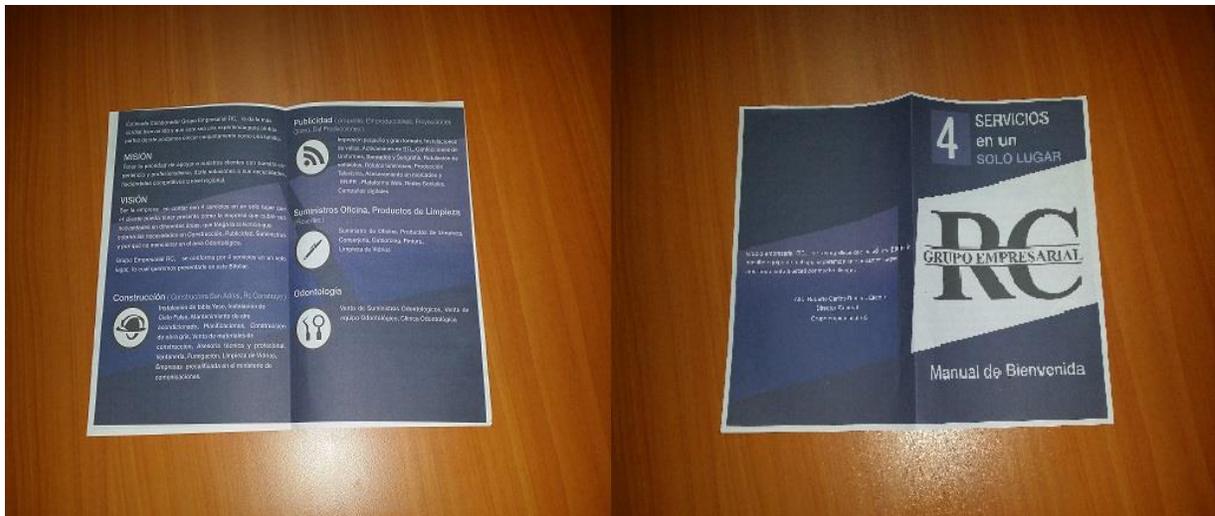
Este trifoliar nos ayuda en las capacitaciones a tener mejor control de lo que deseamos transmitir a nuestros colaboradores y aclararle sus dudas ya que será material de apoyo.

3.2.7 Acción 06 Bifoliar de Bienvenida

Realización de bifoliar de bienvenida, esta llevara plasmada la visión y misión del grupo y así mismo el desglose de los servicios que conforman el grupo empresarial esto para que el nuevo colaborador se familiarice con el Grupo con la mayor brevedad y que se sienta parte del mismo.



Artes finales de Bifoliar

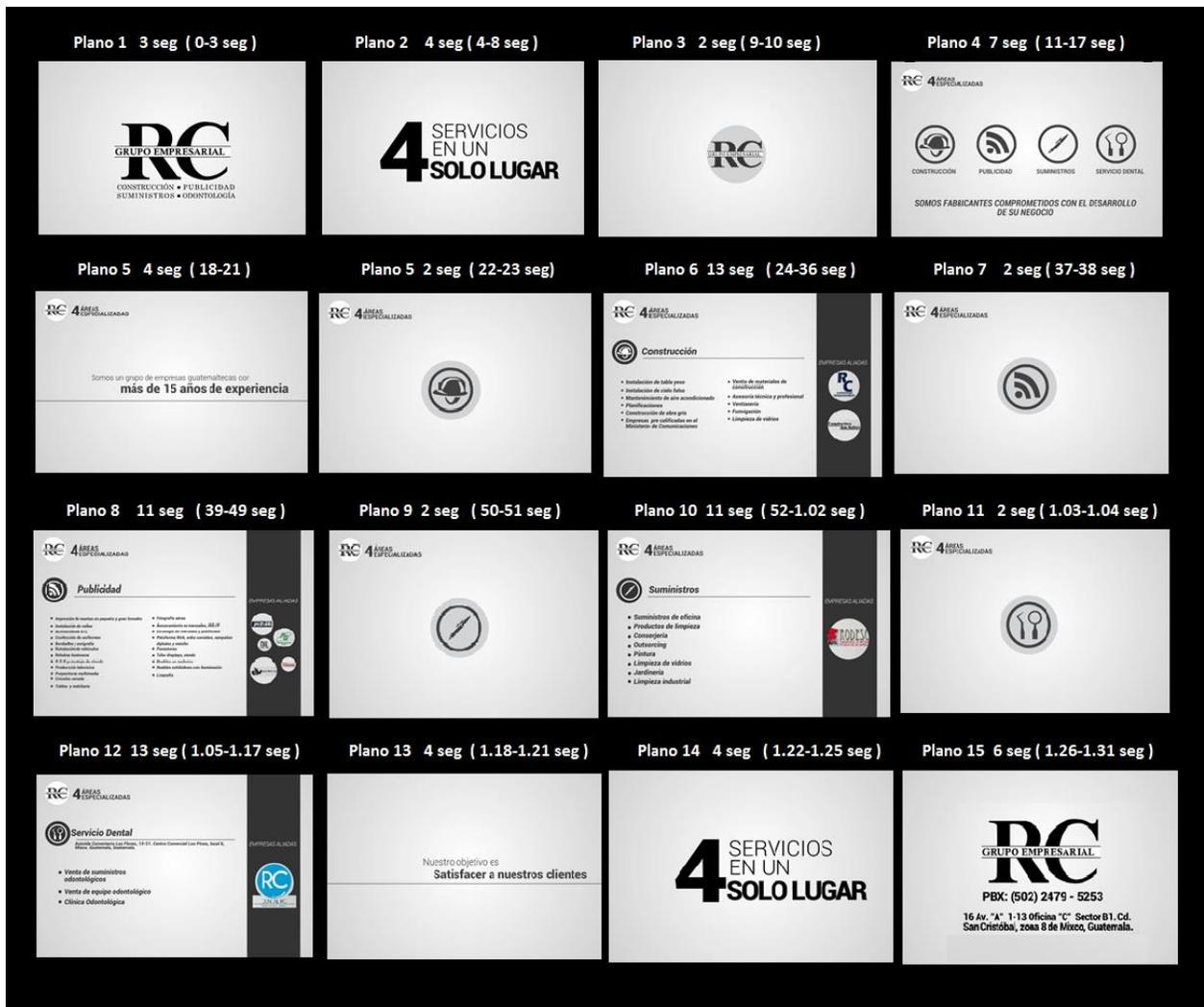


Impresión de de bifoliar en papel bond tamaño carta tiro y retiro full

Este bifoliar consta con la información de cada servicio, construcción, Publicidad, Suministros y Servicio Dental.

3.2.8. Acción 7 Spot

Elaboración de spot informativo, esto spot nos ayudara a complementar la capacitación para el grupo que actualmente labora en la empresa como para los nuevos colaboradores que se les hará una capacitación de bienvenida e información del grupo empresarial RC.

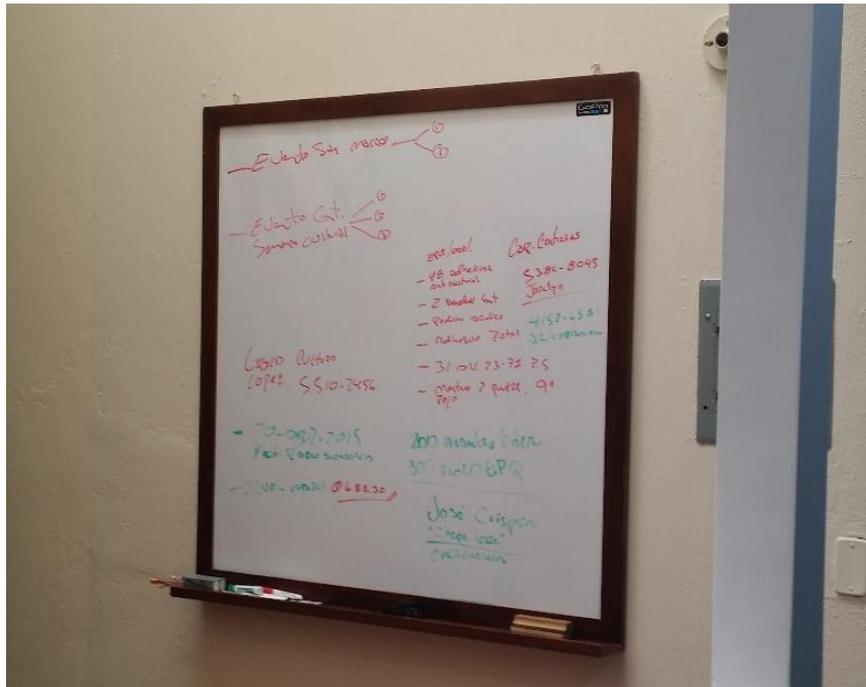


Spot constara de 1.30 segundos de elaboración

(Adjunto CD con spot incluido)

3.2.9 Acción 08 Mural Informativo

Muro informativo es una herramienta que nos ayudara para dar a conocer los nuevos objetivos por cumplir semanal mente como colocar información interés, este constara de una pizarra de 1.20 mts. Cuadrados.



Mural Informativo (pizarra) de la medida de 1.20x1.20mts

Mural Informativo el cual nos ayudara a exponer las tareas semanales y objetivos a cumplir en su debido momento nos ayudara para capacitar al personal.

3.210 Acción 09 Capacitación

Realizaremos una acción que consiste en capacitación al personal del grupo haciéndoles ver el nuevo cambio de imagen corporativa de Grupo Empresarial RC, lo que pretendemos es entregarle a cada uno una carpeta conteniendo bifoliar y trifoliar informativo sobre los servicios que actualmente está trabajando RC,

Foto 1



Capacitación del personal de Grupo Empresarial RC. Impartida por Epesita Lorenzo Quisque Hernández

Foto 2



Se ejecuta la capacitación al personal administrativo y operativo del Grupo empresarial Rc, se hace la entrega de material informativo, con el apoyo de un spot informativo.

3.2.11 Acción 10 Entrega de Proyecto Final

En Acción se hace la entrega a Gerencia General, Artes, Material final autorizado (DVD), Roll Up, Trifoliar, Bifoliar, Carpeta, Spot Informativo, Pizarra (mural Informativo) para su respectivo uso interno o como consideren pertinente.



Entrega de Proyecto final

Lorenzo Quisque Hernández Epesista

Roberto Carlos Escoto Ramírez Director General Grupo Empresarial RC

Fernando Monterroso Administrador Grupo Empresarial RC.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

Actividad	Cronograma de Actividades											
	Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Semana												
Reuniones Admon operativa toma de Información												
Elaboración Artes												
Corrección Artes												
Ejecucion y Capacitaciones al personal Admon Operativa												
Entrega de proyecto final a Direccion General												

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): José Quispe Hernández
 Carné: 198921820
 Jefe o Encargado: Roberto Carlos Escoto Ramirez
 Institución o Empresa: Grupo Empresarial RC.
 Supervisor Docente: Fernando Flores

No.	SEMANAS	HORAS PRACTICADAS							TOTAL HORAS	FIRMA Y SELLO DEL JEFE O ENCARGADO
		L	M	M	J	V	S			
1	Del: 4 al 9 Mes: MAYO	8	6	3	8	8	4	37		
2	Del: 11 al 16 Mes: MAYO	7	2	-	8	8	4	29		
3	Del: 18 al 22 Mes: MAYO	8	8	8	6	7	-	37		
4	Del: 25 al 30 Mes: MAYO	4	8	7	7	5	2	33		
5	Del: 1 al 6 Mes: JUNIO	8	7	6	2	8	4	35		
TOTAL DE HORAS PRACTICADAS								171		

Firma del Supervisor Docente: José Quispe Hernández
 Fecha: 06/06/2015



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a): Lorenzo Quisque Hernández
 Carné: 199921820
 Jefe o Encargado: Roberto Carlos Escoto Ramirez
 Institución o Empresa: Grupo Empresarial RC
 Supervisor Docente: Fernando Flores

No.	SEMANAS	HORAS PRACTICADAS							TOTAL HORAS	FIRMA Y SELLO DEL JEFE ENCARGADO
		L	M	M	J	V	S			
6	Del: 8 al 13. Mes: JULIO	8	4	2	8	3	4	29	<i>RC</i>	
7	Del: 15 al 20 Mes: JUNIO	15	2	—	—	8	4	19	<i>RC</i>	
8	Del: 22 al 27 Mes: JUNIO	4	7	6	2	4	—	23	<i>RC</i>	
9	Del: 29 al 4 Mes: JUNIO	8	2	6	—	7	4	27	<i>RC</i>	
10	Del: 6 al 11 Mes: JULIO	7	5	7	8	8	4	39	<i>RC</i>	
11	Del: 13 al 18 Mes: JULIO	2	0	4	3	1	—	10	<i>RC</i>	
TOTAL DE HORAS PRACTICADAS								145		

Firma del Supervisor Docente: [Signature]
 Roberto Carlos Escoto



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO LICENCIATURA (EPS) 2015
 Ficha de Evaluación de Práctica Profesional Supervisada



Nombre del Alumno (a):

Carné:

Jefe o Encargado:

Institución o Empresa:

Jorge Quiroz Hernández
199921820
Roberto Carlos Escoto Ramírez
Grupo Empusarami P.C.

No.	Items a calificar	Punteo 1 al 10
1	Presentación	10
2	Puntualidad	9
3	Conducta	8
4	Relaciones Interpersonales	10
5	Responsabilidad	10
6	Profesionalismo	10
7	Cumplimiento con los reglamentos internos de su institución	10

[Signature]
 Firma del Supervisor Docente



CONCLUSIONES

Luego de realizar el diagnóstico, el plan y la ejecución comunicacional para la Estrategia de Comunicación Interna y Externa de la Imagen Corporativa en Grupo Empresarial RC. Se llevó a otro nivel a dicha Corporación tanto para la imagen interna como externa haciendo factible el reconocimiento a una sola marca comercial.

Actualmente se está posicionando en el mercado con su nueva imagen Grupo Empresarial RC, capacitando al nuevo personal de operaciones con los servicios que actualmente desempeñan bajo una misma marca comercial, e igual forma la comunicación externa se da bajo el mismo nombre comercial, empezando a posicionar la marca en el mercado nacional.

RECOMENDACIONES

Se recomienda seguir con el mismo lineamiento de capacitación al personal de nuevo ingreso, bajo el mismo nombre comercial de Grupo Empresarial RC. Esto ayudara a seguir con el proceso de comunicación interna y externa.

Recomendamos seguir con los diseños de la nueva imagen comercial ya aprobados por Dirección General, esto ayudara seguir posicionando la marca en el mercado nacional y / o donde desee expandirse el Grupo Empresarial RC.

Recomendamos la buena fe del Grupo por brindar la oportunidad de realizar un Diagnóstico, propuesta y ejecución de un problema comunicacional detectado, en este caso la Imagen corporativa y ofrecernos la parte de la practica supervisada esto ayudo a ser profesional en una problemática real y dar la solución correspondiente, esto ayudo a beneficiar al grupo como al epesista.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- 1 **Alianzas:** es un acuerdo, convenio o pacto entre dos o más personas, hecha a fin de avanzar objetivos comunes y asegurar intereses en común.
- 2 **Antecedentes:** Que antecede en el tiempo o en el espacio a otra cosa o persona que se toma como referencia, que ha tenido una reseña histórica.
- 3 **Bifoliar:** es una herramienta que además de producir un gran impacto visual, permite enumerar las ventajas, beneficios y detalles técnicos de un producto determinado o de un servicio a promocionar; también es muy utilizado como herramienta de marketing por las grandes empresas
- 4 **Btl:** La técnica publicitaria «**below the line**» —que significa literalmente en castellano: *bajo la línea*— más conocida por su sigla **BTL**, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos.
- 5 **Canales de Comunicación:** Como el medio a través del cual se emite el mensaje desde el emisor al receptor. En la comunicación interpersonal el canal utilizado es el oral-auditivo y el gráfico visual, ya que intervienen tanto la comunicación verbal como la no verbal, dando un significado más complejo al mensaje.
- 6 **Competitivos:** Que es capaz de competir con otros que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en algo
- 7 **Comunicación:** fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.
- 8 **Consenso:** Acuerdo o conformidad en algo de todas las personas que pertenecen a una colectividad
- 9 **Corporación:** Es una entidad jurídica creada bajo las leyes de un Estado como una entidad legal reconocida como persona jurídica. Cuenta con sus propios privilegios y responsabilidades distintos a aquellos de sus miembros (personas naturales).

- 10 **Cronograma:** Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.
- 11 **Demográfico:** estudio de las poblaciones humanas, de su dimensión, estructura, evolución y características generales
- 12 **Diagnostico:** análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.
- 13 **Empresarial:** elementos o individuos que componen a una empresa, así como también para caracterizar a situaciones o momentos que se dan dentro del espacio de una empresa o compañía. O sea que todo aquello propio o relativo, a la empresa y los empresarios, puede denominarse y calificarse a través de la palabra que nos ocupa.
- 14 **Familiarizados:** Hacer que algo resulte familiar o conocido por alguien y que pueda realizar más fácilmente la relación
- 15 **Foda:** El Análisis DAFO, también conocido como Matriz o Análisis 'FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas y su situación externa en una matriz cuadrada
- 16 **Geografía:** En sentido amplio es la ciencia que estudia la superficie terrestre, las sociedades que la habitan y los territorios, paisajes, lugares o regiones que la forman al relacionarse entre sí
- 17 **Imagen:** Es una representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario.
- 18 **Incentivo:** Un incentivo es aquello que induce a una persona o agente a actuar de una manera determinada, y puede ser una recompensa o castigo.
- 19 **Institución:** son mecanismos de índole social y cooperativa, que procuran ordenar y normalizar el comportamiento de un grupo de individuos (que puede ser de cualquier dimensión, reducido o amplio, hasta coincidir con toda una sociedad)

- 20 Institucional:** mecanismos de orden social y cooperación que procuran normalizar el comportamiento de un grupo de individuos (que puede ser reducido o coincidir con una sociedad entera)
- 21 Integración:** Es un concepto fundamental del cálculo y del análisis matemático. Básicamente, una integral es una generalización de la suma de infinitos sumandos, infinitamente pequeños.
- 22 Metodología:** Camino o al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar el objetivo o la gama de objetivos que rige una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos.
- 23 Minimizando:** Dar a una cosa menos valor o importancia de los que tiene.
- 24 Misión:** Trabajo específico que debe cumplir una persona, grupo u organización
- 25 Objetivos:** planteo de una meta o un propósito a alcanzar, y que, de acuerdo al ámbito donde sea utilizado, o más bien formulado, tiene cierto nivel de complejidad.
- 26 ONG:** Identifica a organizaciones que no son parte de las esferas gubernamentales ni son empresas cuyo fin fundamental sea el lucro
- 27 Organigrama:** Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.
- 28 Radiografía:** Una técnica diagnóstica radiológica de forma digital (Radiología digital directa o indirecta) en una base de datos.
- 29 Recolección:** Etapa de obtención de datos para conseguir la información necesaria que permitirá llevar a cabo una investigación científica (véase, por ejemplo, tesis (investigación)).
- 30 Regional:** Se trata de un adjetivo que permite referirse a lo que está vinculado a una región (la fracción de territorio cuyos límites son determinados por diferentes características administrativas, económicas, geográficas, etc.).

- 31 Slogan:** la frase que identificara en un contexto comercial o político (en el caso de la propaganda) la expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario resumido y representado en un dicho
- 32 Spot:** Es citado en una programación televisiva o de radio (medios masivos). Es breve pero entendible destinado a la publicidad de un producto o servicio para cautivar al cliente. Es un comercial corto de 20 a 130 segundos
- 33 Sub-Contratado:** Tercerización (del neologismo inglés: *outsourcing*) es el proceso económico empresarial en el que una sociedad mercantil transfiere los recursos y las responsabilidades referentes al cumplimiento de ciertas tareas a una sociedad externa
- 34 Suministro:** Referencia al acto y consecuencia de suministrar (es decir, proveer a alguien de algo que requiere). El término menciona tanto a la provisión de víveres o utensilios como a los objetos y efectos que se han
- 35 Trifoliar:** Es una herramienta que además de producir un gran impacto visual, permite enumerar las ventajas, beneficios y detalles técnicos de un producto determinado o de un servicio a promocionar; también es muy utilizado como herramienta de marketing por las grandes empresas
- 36 Visión:** se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra.

BIBLIOGRAFÍA

DOMÍNGUEZ CALDEVILLA, David. ***La cara interna de la comunicación en la empresa***, Editorial Vision Libros, págs. 56

LUSTHAUS Charles, ADRIEN Marie-Helene, ANDERSON Gary, CARDEN Fred, MONTALVÁN PLINIO George, ***Evaluación Organizacional***, Banco interamericano de Desarrollo Washington,D.C. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, Ottawa, Canadá, 2002, págs. 217

TEJADA PALACIO, Luis. ***Gestión de la imagen corporativa: creación y transmisión de la identidad de la empresa***, Noría 1987, Universidad de Texas, págs. 204

MARTÍN MARTÍN, Fernando. ***Comunicación en Empresas e Instituciones: de la Consultoría a la Dirección de Comunicación***, Salamanca, Universidad 1995 págs.163

CORREA COLORADO, Jaime. ***Diagnostico Comunicacional: Propuesta para comunicadores sociales que trabajan con organizaciones comunitarias***, Universidad de Antioquia, Facultad Nacional de Salud Pública, págs. 10

E GRAFÍAS

Guía para elaborar un plan de comunicación 2012x

<http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/5FBD54A1-D7CF-4EAF-9EC3-43AD2FCD3A9E/0/Guiaparaelaborarunplandecomunicacion2012x.pdf>

Modelación de diagnóstico comunicacional

<http://www.monografias.com/trabajos95/modelacion-diagnostico-comunicacional/modelacion-diagnostico-comunicacional.shtml>

<http://www.palabrita.net/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>

ANEXOS

Transcripción de las entrevistas:

Nombre: Roberto Carlos Escoto Ramírez

Cargo: Director Comercial

1.Cuál es el canal de comunicación interna?

Te comento que una vez a la semana realizo una reunión con las personas que tengo asignadas a cada unidad y les trasmito la información.

2. Qué Opina de la actual imagen del Grupo Empresarial Rc y las empresas que la conforma?

Tenemos un desorden para serte sincero ya estamos en la transición de las marcas y nadie sabe para qué empresa labora solo yo les indico cuando debemos de facturar a que nombre

3. Que medios de comunicación utilizan actualmente?

Solo Reuniones

4. Sabes cuál es el significado de cada logotipo y su Slogan?

Algunas vienen de familia hereda yo estoy empezando con la empresa y si le quiero dar otro enfoque.

5. Sabes porque le colocaron esos colores a las empresas?

Si algunos y la mayoría vienen porque tiene alguna relación con algún miembro de la familia

6. Qué opinas si hacemos una propuesta para cambio del a imagen de Grupo Empresarial RC?

Si esta estoy totalmente de acuerdo.

Nombre: Esperanza Acevedo

Cargo: Administración

1.Cuál es el canal de comunicación interna?

Los lunes nos reunimos y Roberto nos da las directrices

2. Qué Opina de la actual imagen del Grupo Empresarial Rc y las empresas que la conforma?

La verdad ya estamos identificados ya tenemos una relación con las marcas

3. Que medios de comunicación utilizan actualmente?

Reuniones, Telefono, Facebook.

4. Sabes cuál es el significado de cada logotipo y su Slogan?

La verdad no se!

5. Sabes porque le colocaron esos colores a las empresas?

Tampoco Se!

6. Qué opinas si hacemos una propuesta para cambio del a imagen de Grupo Empresarial RC?

Sería una muy buena opción que nos identifiquemos sobre una misma marca.

Nombre: Cesar Medrano

Cargo: Productor

1.Cuál es el canal de comunicación interna?

Los lunes tenemos reunión siempre a primera hora y tenemos la tarea semanal la cual compartimos con los colaboradores a ejecutar.

2. Qué Opina de la actual imagen del Grupo Empresarial Rc y las empresas que la conforma?

Pues te comento cuando viene acá ya estaba y sobre esa base estamos trabajando.

3. Que medios de comunicación utilizan actualmente?

Whatsapp, teléfono, correo electrónico, reuniones.

4. Sabes cuál es el significado de cada logotipo y su Slogan?

No se vos!

5. Sabes porque le colocaron esos colores a las empresas?

Solo sé que tiene que ver algo relacionado con los familiares de la empresa.

6. Qué opinas si hacemos una propuesta para cambio del a imagen de Grupo Empresarial RC?

Sería bueno vos!

Nombre: Cesar Sandoval

Cargo: Mensajería

1.Cuál es el canal de comunicación interna?

Todas las mañana me avoco a la administración esperanza Acevedo cual va ser mi tarea del día.

2. Qué Opina de la actual imagen del Grupo Empresarial Rc y las empresas que la conforma?

Solo sé que facturan a nombre de varias empresas que la conforman pero no se al final como está conformada

3. Que medios de comunicación utilizan actualmente?

Solo teléfono

4. Sabes cuál es el significado de cada logotipo y su Slogan?

No se no me han trasmitido nada de eso

5. Sabes porque le colocaron esos colores a las empresas?

Tampoco se no me han trasmitido esa información

6. Qué opinas si hacemos una propuesta para cambio del a imagen de Grupo Empresarial RC?

Sería muy bueno así nos identificamos son una solo una marca.

Modelo de Encuesta

		Si	No								
1-	Es trabajador Permanente de Grupo Empresaria RC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
2-	Conoce que significado tiene el logo para la empresa que esta Contrado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
3-	Cual es el canal por la cual esta usted siempre informado de objetivos de los objetivos planteados semanalmente por junta directiva	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tel</th> <th>Correo</th> <th>Reuniones</th> <th>Verval</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		Tel	Correo	Reuniones	Verval	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tel	Correo	Reuniones	Verval								
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
4-	Creé que se debe de cambiar los logotipos de las empresas que conforman Grupo empresarial RC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
5-	Considera que esta bien informado sobre los proyectos de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
6-	Aportaria su punto de vista por el cambio de imagen de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
7-	Que considera que debemos de cambiar en la imagen actual	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Colores</th> <th>Slogan</th> <th>Logo</th> <th>N/R</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		Colores	Slogan	Logo	N/R	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colores	Slogan	Logo	N/R								
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
8-	Le gustaria que le soliciten su punto de vista dentro de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
9-	Sabe cual es el slogan de Grupo Empresarial RC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
10-	Considera que se debe de unificar todas las marcas a una sola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								

Vaciado de Encuestas:

- Edades de 19-22-23-25-28-32-35-45

Media: 28.62

Edad promedio de los trabajadores permanentes y subcontratados es de 28.62 años

- Sexo

Femenino 1

Masculino 19

Integración de trabajadores masculinos por ser una empresa de operaciones logísticas, mantenimiento, montaje, activaciones, construcción.

- Puestos.

En los diferentes puestos laborales corresponde a los departamentos donde podemos encontrar en el personal administrativo la fémina que lleva el control interno de archivo, facturación, planilla en los otros departamentos es más operativo y coordinación, como personal subcontratado, en los departamentos encuestados encontramos los siguientes.

Gerencia

Administración

Construcción

Publicidad

Suministros

Mensajería

Personal Operativo (sub contratados)

- Muestra de encuesta

La muestra de la encuesta se basó con un promedio de 20 personas entre ellos 9 personas de contratadas y 11 personas subcontratadas.

Reflejo de Resultados

	Si	No								
1- Es trabajador Permanente de Grupo Empresaria RC	9	11								
2- Conoce que significado tiene el logo para la empresa que esta Contrado	4	16								
3- Cual es el canal por la cual esta usted siempre informado de objetivos de los objetivos planteados semanalmente por junta directiva	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tel</th> <th>Correo</th> <th>Reuniones</th> <th>Verval</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1</td> <td>7</td> <td>11</td> </tr> </tbody> </table>		Tel	Correo	Reuniones	Verval	1	1	7	11
Tel	Correo	Reuniones	Verval							
1	1	7	11							
4- Creé que se debe de cambiar los logotipos de las empresas que conforman Grupo empresarial RC	3	17								
5- Considera que esta bien informado sobre los proyectos de la empresa	9	11								
6- Aportaria su punto de vista por el cambio de imagen de la empresa	16	4								
7- Que considera que debemos de cambiar en la imagen actual	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Colores</th> <th>Slogan</th> <th>Logo</th> <th>N/R</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>12</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>		Colores	Slogan	Logo	N/R	12	1	3	4
Colores	Slogan	Logo	N/R							
12	1	3	4							
8- Le gustaria que le soliciten su punto de vista dentro de la empresa	18	2								
9- Sabe cual es el slogan de Grupo Empresarial RC	7	13								
10- Considera que se debe de unificar todas las marcas a una sola	18	2								

Utilización de la imagen corporativa en su ejecución de eventos





Utilización la nueva imagen en material corporativo

