

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



**Plan de comunicación interna de la Agencia de Publicidad 4am Saatchi & Saatchi
para el correcto uso de material de trabajo y concientización de la separación de
desechos.**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

RAÚL ANDRÉS SANDOVAL CAJAS

Previo a optar al título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2016

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Guatemala, 10 de Agosto de 2016

Lic. Luis Pedroza

Coordinador

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epesista **Raúl Andres Sandoval Cajas** con número de carné: **200820852** 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 institución específicamente en **On Tv**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 25 de Mayo al 05 de Agosto del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **“Plan de comunicación interna de la Agencia de Publicidad 4am Saatchi & Saatchi para el correcto uso de material de trabajo y concientización de la separación de desechos.”** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **4am Saatchi & Saatchi**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y, para los usos en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,



Ana Paulina Revolorio

Directora On Tv

16 calle 1-01 Plaza Obelisco Local 18 A, Segundo Nivel Zona 10, Guatemala, Centro América

PBX: 2429-1111

www.ontv.com.gt



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante
Raúl Andrés Sandoval Cajas
Carné: 200820852

Escuela de Ciencias de la Comunicación

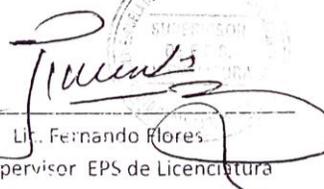
De mi consideración:

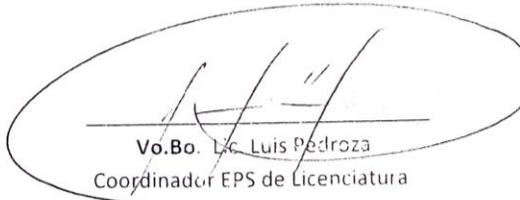
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título "Plan de comunicación interna de la Agencia de Publicidad 4am Saatchi & Saatchi para el correcto uso de material de trabajo y concientización de la separación de desechos." El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura


Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



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

A MI FAMILIA

Por siempre estar a mi lado en todos los procesos de mi vida y apoyarme, en especial a mis abuelos, Consuelo de Cajas y Gilberto Cajas (Q.E.D.) porque este sueño lo iniciaron ellos mucho tiempo atrás, y nunca dudaron de mí.

A mi madre Ruth Elena Cajas, que más que mi madre, es mi confidente y es como mi hermana, por ayudarme cada vez que tenía la oportunidad y brindarme la gran idea de seguir esta carrera.

A mis tíos Jorge Lambour y Mayra de Lambour por siempre estar a mi lado pendientes y ayudarme en cualquier cosa que pudiera necesitar.

A mi hermana Cindy Gabriela y mi sobrino Luciano Nicolás por cada momento que pasamos juntos.

A MIS AMIGOS

Que estuvieron conmigo durante todos estos años de la carrera que llegó a su fin, y me ayudaron a superar cada etapa que atravesé, brindándome su apoyo incondicional.

A mi gran amigo Lester Paredes, por abrirme las puertas de su casa y su tiempo dedicado a mi persona en cada momento de nuestra amistad.

A mis mejores amigas Alejandra y Deymi, que durante tantos años hemos podido compartir nuestros triunfos, nuestra amistad incondicional, apoyándonos y dándonos consejos mutuamente.

AGRADECIMIENTOS

A Ana Paulina Revolorio por darme la oportunidad de laborar y realizar mi EPS de Licenciatura en la empresa On Tv y a todos los compañeros de la agencia por brindándome su apoyo.

A los Licenciados del EPS, Lic. Luis Pedroza, Lic. Fernando Flores, Licda. Sandra Hernández, que me dieron la oportunidad de entrar al EPS y por sus consejos para que pudiera salir satisfactoriamente.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación y a la Universidad de San Carlos de Guatemala por acogerme como su estudiante y egresar de la mejor casa de estudios de nivel superior, dándome las herramientas para la superación académica.

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	III
JUSTIFICACIÓN.....	IV

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	2
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión	4
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	4
1.2.8. Público Objetivo	4
1.2.9. Organigrama	5
1.3. METODOLOGÍA.....	6
1.3.1. Descripción del Método.....	6
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	6
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	9
1.4. RECOPIACION DE DATOS.....	10
1.4.1. Resultado de las Encuestas.....	10
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	17
1.5.1. FODA Comunicacional.....	17

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	18
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	18
2.2.1. Objetivo General.....	18
2.2.2. Objetivos Específicos.....	19
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	19
2.4. MENSAJE.....	21
2.5. ESTRATÉGIAS.....	21
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	22

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	24
3.1.1. Financiamiento.....	24
3.1.2. Presupuesto.....	24
3.1.3. Beneficiarios.....	25
3.1.4. Recursos humanos.....	25
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	26
3.2. ESTRATÉGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	26
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	33
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN).....	34

CONCLUSIONES.....35

RECOMENDACIONES.....36

GLOSARIO DE TÉRMINOS.....37

BIBLIOGRAFÍA.....40

ANEXOS.....41

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Agencia de Publicidad 4am Saatchi & Saatchi

Nombre del Proyecto:

Plan de comunicación interna de la Agencia de Publicidad 4am Saatchi & Saatchi para el correcto uso de material de trabajo y concientización de la separación de desechos.

Objetivos del Proyecto:

- **General:** Crear por medio de un plan comunicacional, una estrategia que contenga una comunicación interna en la agencia de publicidad 4am Saatchi, para que el material de desecho sea clasificado correctamente. Y así mismo crear una concientización ambiental y social dentro de los trabajadores para llevar el proyecto a cabo.
- **Específicos:** Crear con empresas dedicadas al cuidado del medio ambiente, lazos de trabajo para que el proyecto camine adecuadamente.

Que los trabajadores de la agencia 4am Saatchi, tengan conocimientos sobre el cuidado de los materiales de trabajo y así mismo que puedan aprender en base a charlas e información, como se tienen que manejar cada uno de estos desechos.

Que la empresa se proyecte como “Empresa Verde”, ya que esto es importante como visualización para clientes y personas ajenas a la empresa.

Sinopsis de Proyecto: El proyecto se basa en crear y transmitir conciencia social ambiental hacia los que conforman la agencia 4am Saatchi & Saatchi. Teniendo en cuenta que este tipo de proyectos no estaban siendo contemplados por la misma, se concretó que era de suma importancia implementar este tipo de hechos para una mejora interna.

En base a investigación y comunicación interna se tomaron en cuenta los factores que podrían ayudar a realizar el proyecto, desde Recursos Humanos, jefes y los diferentes departamentos de trabajo que conforman la agencia se incluyeron para sacar resultados y así ponerlo en marcha.

Como resultado final se logró crear poco a poco un hábito de reciclaje interna, siempre llevado de la mano de charlas de concientización y mensajes que se transmitían de diferentes formas a los trabajadores.

INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta el informe final de comunicación, que corresponde al Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la carrera de Licenciatura en Comunicación, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizado en la Agencia de Publicidad 4am Saatchi & Saatchi y en el departamento de producción On Tv.

En el trabajo de investigación se detectó un problema del cual la agencia no se había percatado, la falta de concientización para llevar a cabo una separación adecuada de recursos que se desechaban y podían ser reciclados y manejados de forma adecuada.

Por lo cual a través de recaudación de información y métodos de investigación, se pudo constatar que creando un sistema de concientización hacia el personal interno de la agencia y la colocación de recipientes adecuados para que los desechos se pudieran depositar de forma correcta, se podría generar en la mente del grupo objetivo un pensamiento diferente y así comenzar a crear un cambio de cómo re utilizar los recursos.

Este es un tema que todas las empresas o entidades deben de tomar en cuenta para el desarrollo interno, se sabe que cada vez necesitamos más de los recursos naturales con los que contamos, y no ayudar a los mismos nos afecta en la vida diaria poco a poco.

Considerar el aprovechamiento de materiales de trabajo y el reciclaje como responsabilidad empresarial, es algo con lo cual este EPS se basó para su realización y ponerlo en marcha dentro de la agencia fue algo vital.

JUSTIFICACIÓN

Tomando en cuenta que se me brindó la oportunidad de poder realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado en la agencia 4am Saatchi & Saatchi y específicamente en el departamento de producción On Tv, como profesional considero importante aplicar los conocimientos adquiridos durante los años de estudio en la Escuela de Ciencias de Comunicación de la USAC y ponerlos en práctica para crear un proyecto que beneficie a dicha agencia de publicidad, cubriendo las necesidades de comunicación e información entre las diversas áreas de trabajo que existen y que interactúan entre ellos mismos.

Considerando que esta agencia de publicidad es una de las más grandes de Guatemala y de suma importancia, se debe de mantener un buen control de calidad sobre sus recursos, ya que el desempeño que se maneja internamente es muy alto, con lo cual esta investigación realizada servirá para mejorar en las debilidades internas de comunicación y sobre todo beneficiara a toda la empresa.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Determinar la situación actual en que se encuentra la Agencia de Publicidad 4am Saatchi & Saatchi y el departamento de producción On tv, en relación a su comunicación interna.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar cual o cuales son los problemas comunicacionales que se tienen dentro de la agencia.
- Obtener diferentes opiniones y comentarios de los equipos de trabajos con los cuales cuenta la agencia de publicidad.
- Presentar un plan comunicacional el cual ayude a mejorar el nivel de trabajo de la empresa.

1.2. INSTITUCIÓN: INART S.A. ON TV, 4AM SAATCHI & SAATCHI

1.2.1. Ubicación Geográfica:

La ubicación de las oficinas de On Tv se encuentran en la 16 calle 1-01 Zona 10 Segundo nivel local 18A, dentro del C.C. Plaza Obelisco.

1.2.2. Integración y Alianzas estratégicas:

On Tv es hermana de la agencia 4am Saatchi & Saatchi, la cual labora dentro de la misma como un brazo de producción informativo. Dicha agencia pertenece a una firma internacional de diferentes agencias distribuidas en Centro América y Sudamérica, teniendo así apoyo unas de las otras, con el fin de lograr la satisfacción de los clientes.

1.2.3. Historia:

Fundada a mediados de los 90's con una trayectoria de más de 20 años en los medios de comunicación. Su fundador es Juan Luis Martínez, el cual trajo la idea de una empresa similar en República Dominicana, la cual se dedica a la comercialización de notas periodísticas transmitidas en televisión.

Esta idea se transmitió a los canales de televisión abierta, ALBAVISION, creando un acuerdo de que solo INART S.A, On Tv con su nombre comercial, es la única empresa permitida a vender espacios de notas empresariales en dicha cadena televisiva, pautando en Noti 7, Telediario y T13 Noticias, en un espacio especial durante la transmisión de noticias.¹

1.2.4. Departamentos o Dependencias:

Recursos Humanos

Es el área encargada de la contratación supervisión y soporte de las necesidades de cada uno de los empleados; es apoyo en cuanto a la necesidad de las diferentes áreas de trabajo dentro de la empresa.

Departamento de Cuentas

Es el área encargada de tratar con el cliente acerca de los motivos por los cuales ellos se están contactando con la agencia y es el medio de comunicación entre el cliente y los empleados de la agencia. Son los encargados de la distribución y coordinación de la información la cual se va a trabajar en el proceso publicitario, tanto interna como externamente.

¹ Documentos internos de la agencia.

Departamento de Creatividad

Es donde se realizan todos los artes que el área de cuentas les traslada, donde se encuentran los diseñadores gráficos, arte finalistas, graficadores, entre otros. Aquí se trabajan desde los diseños de un afiche, hasta vallas y material gráfico visual. Este departamento es el más característico de una agencia de publicidad ya que en ellos se centra la posibilidad de encontrar una forma de llegar al grupo objetivo que el cliente desea de una forma única, especial y diferente a lo acostumbrado en la publicidad.

Departamento de Medios

Son los encargados de la comunicación entre la agencia de publicidad y los medios de comunicación como lo son proveedores, medios televisivos, radiales, pauta en material impreso desde revistas a periódicos. También se trabajan acuerdos con los diferentes medios para llegar a un acuerdo entre ellos, cuentas y el cliente.

Departamento Digital

Manejan toda el área tanto de redes sociales como de pautas y publicaciones en internet. Son los que realizan publicidad en Facebook, Twitter, Instagram y demás redes. Dentro de esta área también están los que pautan a nivel de mensajería MMS a través de empresas de telefonía y donde realizan estudios de campo sobre promocionales que estén en ese momento a disposición del público.

On Tv

On Tv es una empresa privada, extensión de la agencia de publicidad 4am Saatchi & Saatchi, que se dedica a la producción audiovisual de notas empresariales.

Está encargada de realizar publrreportajes, los cuales se encargan de cubrir eventos deportivos, lanzamientos de productos, grupos sociales y de temas los cuales nuestros clientes quieran dar a conocer al público en 90 segundos en los noticieros de la cadena Albavisión. Enfocados a realizar producciones de acuerdo a lo que los clientes soliciten con la mayor efectividad posible.

1.2.5. Misión:

Retar el presente para transformar con ideas, mercados, marcas y personas

1.2.6. Visión:

Ser una LOVEMARK.

1.2.7. Objetivos Institucionales:

- Hacer que la gente se enamore de productos y servicios de los clientes con los que cuentan.
- Crear LOVEMARKS que, a diferencia de las marcas, generen lealtad más allá de la razón.
- Creer apasionadamente en el poder de las ideas para diferenciar y motivar, y así, poder tener un mundo mejor.²

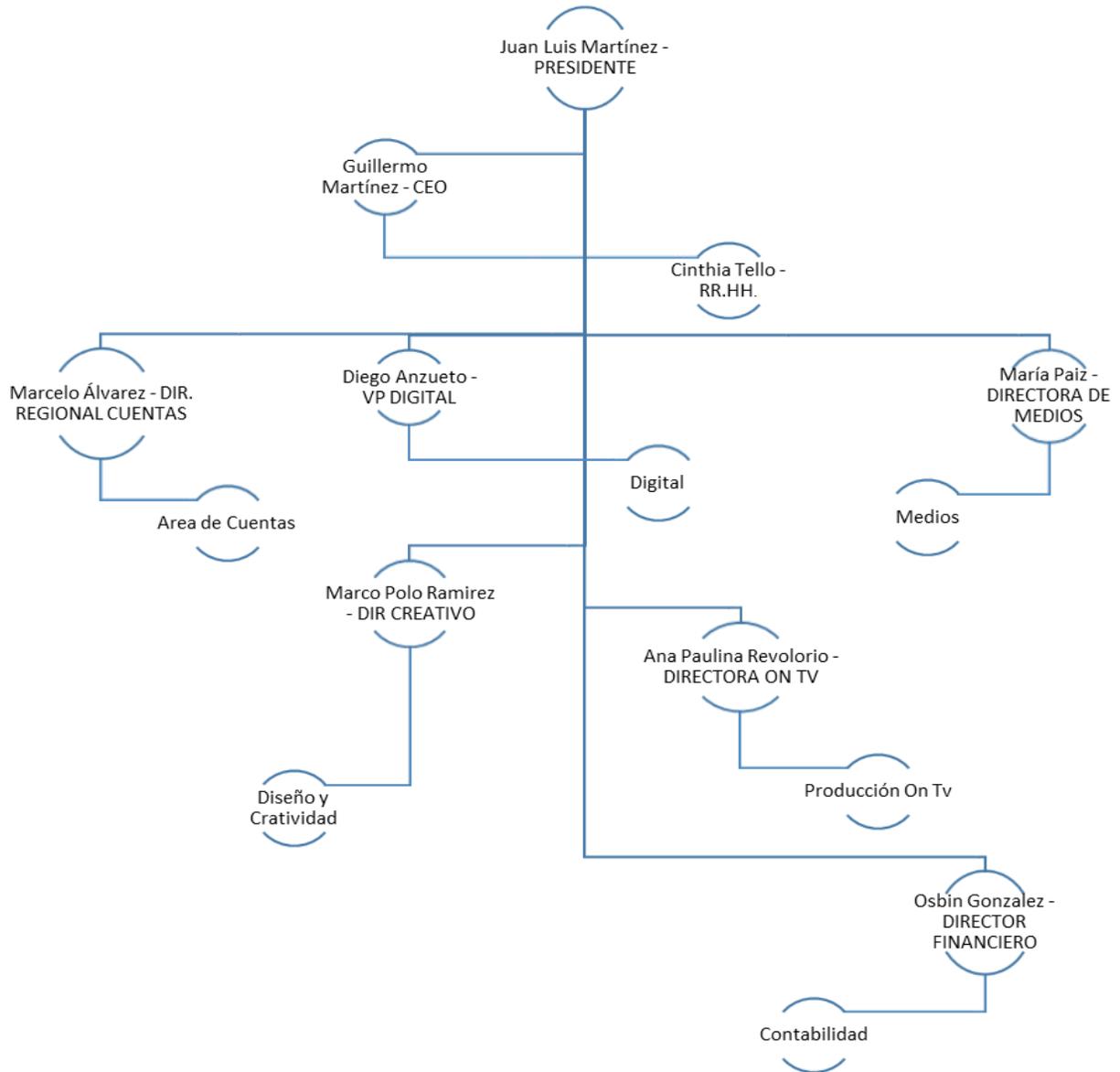
1.2.8. Público Objetivo:

Empresas grandes y pequeñas, personas individuales, instituciones y todos los interesados en realizar una publicidad efectiva y que llegue a ser una LOVEMARK.

El público objetivo está enfocado hacia el mercado creciente de necesidades las cuales los empresarios ven como cubrir, y en ese momento es donde aparece la empresa, para darles respuesta a dichas necesidades y exigencias las cuales se respaldan con profesionalismo y mucha creatividad.

² Network de la página de la agencia www.4amsaatchi.com

1.2.9. Organigrama:³



³ Directorio UGAP 2016, Página 2 y página 19

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Para realizar un estudio a fondo se realizaran diferentes planteamientos los cuales nos ayudarán a encontrar en sí cual es el problema que se quiere detectar.

La observación y las entrevistas serán los métodos de recolección de datos los cuales se utilizaran, por ser los más efectivos a la hora de requerir información acerca de la agencia de publicidad y como se manejan internamente y poder así deducir variables.

“El estudio del acto de enseñanza utiliza como principal instrumento de investigación, sistemas o planos de observación de acontecimientos o comportamientos”. Como toda ciencia la enseñanza y el entrenamiento necesitan de grabaciones objetivas. La observación constituye un método de toma de datos destinados a representar lo más fielmente posible lo que ocurre, la realidad. Piéron (1986).⁴

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Observación:

En la primera fase del diagnóstico se observaron las distintas áreas de trabajo dentro de 4am Saatchi & Saatchi y On Tv, los grupos de trabajadores, el equipo tecnológico que utilizan, material y recursos como papelería y librería; y sus distintas actividades internas.

Se observó la falta de orden y utilización de recursos de la empresa como lo son; papel para impresión, mal uso de material y la incorrecta recolección de material para reciclaje, lo que lleva a una consecuencia de desperdicio en recursos y en el control de calidad, ya que no es aplicado en dichas situaciones, con la cual se genera mayores gastos a la empresa.

⁴ “El método de observación como instrumento de análisis. www.ugr.es PID

Entrevistas:

Se llevaron a cabo 5 entrevistas cortas: A la Licenciada Ana Paulina Revolorio Directora de On Tv, Cinthia Tello Coordinadora de Recursos Humanos de la empresa, Alejandra Castillo Encargada de Suministros y recursos, Ronald Molina Área Digital TIGO y Ramiro González del Área de Contabilidad, para conocer distintas opiniones y comentarios sobre como la empresa utiliza los recursos y materiales con los cuales cuentan, si ven algún desperdicio o mala utilización de los mismos y cómo perciben una manera de mejorar este problema.

A la pregunta: ¿Ah observado que en su empresa se tiene un mal uso de recursos y materiales de trabajo? Todos coinciden que en los diferentes departamentos de la agencia se puede observar que algunas personas no aprovechan los materiales con los que cuentan y Cinthia Tello comenta: *“Una de las áreas que tienen más gasto de recursos es Creatividad, es cierto que en una agencia de publicidad se genera mucho esto pero siempre es bueno ver cómo reducir gastos”*. A lo que Ramiro González de Contabilidad me responde que *“Mantiene siempre un dialogo con el área de RR.HH. para tratar de reducir gastos, ya que el cómo contador que lleva registro de compras a librería se ha dado cuenta que si se consume mucho”*. *“Yo llevo el control de que cosas le doy a cada quien y algo muy recurrente, es ver pilas de papel impreso desperdiciado por equivocaciones”*, algo que fue usual verlo en la etapa de observación del diagnóstico.

A la pregunta: ¿En la empresa existe algún método de control de calidad en los materiales que se les proporciona? Se coincide en que la empresa no maneja ningún material de apoyo o de información con respecto al tema, o por lo menos los trabajadores de la misma no cuentan con ningún conocimiento al respecto. *“La verdad desde que ocupe el puesto no estoy enterada de que exista algún sistema de información para los empleados acerca del control de calidad”*, nos comentó Cinthia Tello de Recursos Humanos. A lo cual confirmó Alejandra, *“A mí no se me ha implementado ningún control sobre los recursos o materiales los cuales se entrega a los empleados”*, con esto se puede interpretar que la agencia tiene poco control sobre la utilización y gastos de los recursos que los empleados manejan al momento de realizar sus labores.

A la pregunta: ¿Qué se entiende por buen uso de recursos y control de calidad? “El control de calidad puede ser desde la forma de trabajar del empleado hasta el buen manejo de los recursos que se le proporciona, en este caso el control de calidad con respecto al recurso es muy bajo, ya que la calidad del trabajo disminuye al tener muchos errores y mala utilización de la misma” nos comenta Ana Paulina Revolorio Directora de On Tv. A lo que Ronald de TIGO Media nos dice *“En nuestro caso utilizamos bastantes DVDs y papelería para entregar informes y muchas veces luego de imprimir o de quemar los DVD’s hay cambios y ese material se tira para generar uno nuevo, a lo que se convierte en desperdicio.”*

A la pregunta: ¿Mejoraría la productividad si existiera un control de calidad en cuanto a los recursos que la empresa proporciona? *“Realmente si existiera un control de entrega y calidad en los suministros nos favorecería ya que cada uno aprovecharía al máximo el uso de cada uno de ellos para la optimización de nuestro trabajo”*, nos comentó Ronald de TIGO MEDIA. *“Financieramente una empresa entre menos débito establezca, mayor ganancia obtiene, con lo cual si la agencia tiene menos gasto de recursos se produce una mejora en crecimiento no solo tanto económico si no productivo”*, comenta Ramiro González del Contabilidad.

A la pregunta: ¿Qué sugerencia daría para que los empleados tomen las medidas necesarias para reducir el mal uso de los materiales? *“sería que en cuanto al uso de papel, poder colocar contenedores los cuales nos servirían para que el papel que ya no sirva, se recicle y así no se vaya todo a la basura común.”* Nos dice Cinthia Tello de Recursos Humanos, esto nos dice que en la empresa existe el reciclaje pero no abarca todas las áreas, ya que solo un poco parte es lo que se va a reciclaje. Y que falta información dentro de la empresa.

Otra sugerencia por parte de Ana Paulina Revolorio Directora de On Tv fue: *“Entre más recursos electrónicos se utilicen es mejor tanto para los trabajadores como para la empresa, ya que teniendo la facilidad de mandar por correo la información, es mejor que imprimirlo y mandarlo físicamente”*.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico:

Descripción de Actividades	Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Curso Propedéutico sobre Informe del Diagnóstico								
Construcción del Diagnóstico								
Comenzar el proceso de observación dentro de la empresa								
Realizar entrevistas y pasar las encuestas								
Tabular datos de la encuesta e interpretar las entrevistas								
Terminar y ordenar Informe de Diagnóstico								

Tabla 1

- Del 19 al 22 de Enero las clases presenciales sobre elaboración del Informe de Diagnóstico.
- Del 25 de Enero al 27 de Febrero se realiza la construcción del Informe Final del Diagnóstico que se está realizando en la empresa para el EPS.
- Del 25 de Enero al 5 de Febrero se realiza la Observación en la empresa como método de investigación, para documentación y recabar información acerca del problema que se planteará.
- Del 8 al 12 de Febrero se realizarán las entrevistas correspondientes y se pasan las encuestas a los empleados de las diferentes áreas de la empresa.
- Del 15 al 20 de Febrero ya con las entrevistas y las encuestas realizadas, se pasa a tabular datos y las respectivas respuestas que se obtuvieron.
- Del 22 al 26 de Febrero es la etapa para ordenar correctamente el informe a presentar, con todos los requisitos que se piden.
- 29 de Febrero entrega del Informe Final de Diagnóstico realizado.

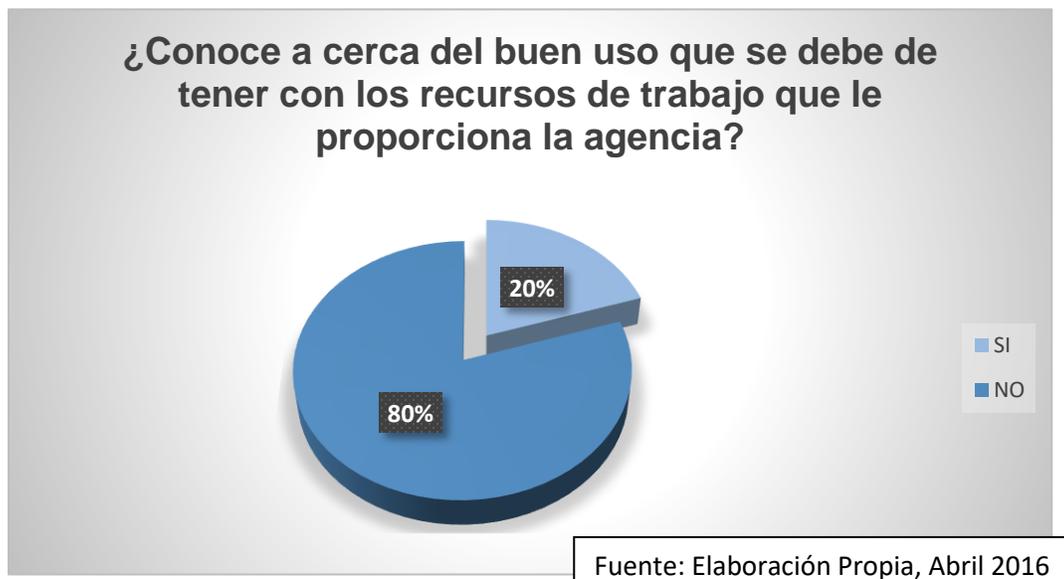
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Resultados de Encuesta:

Graficas Estadísticas:

La encuesta fue realizada a 50 empleados de la empresa y en base a sus respuestas se dieron estos resultados:

- Gráfica 1:



El 80% de los encuestados nos indican que no poseen el conocimiento, lo cual es un resultado preocupante ya que los recursos que se utilizan se ven en cierto modo desperdiciado y con mal uso. Mientras que el 20% tienen conocimiento, pero no es adquirido dentro de la agencia si no en lugares de trabajo anteriores e investigaciones realizadas por su persona.

Por el mismo motivo que la misma empresa no lleva a cabo proyectos de concientización cuando los nuevos empleados entran a la agencia es que se ven reflejados estos resultados.

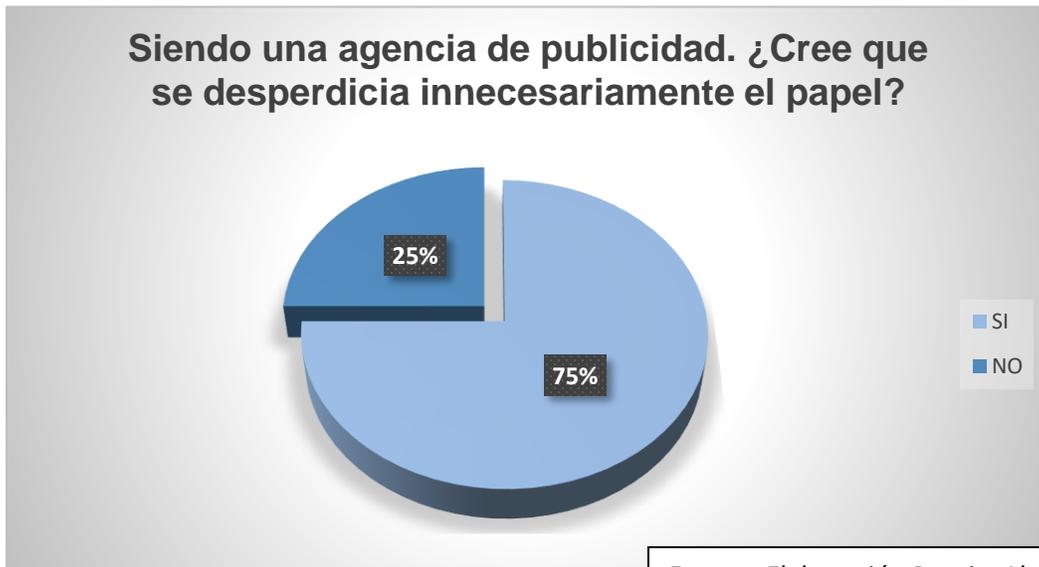
- Gráfica 2:



En las diferentes áreas de trabajo encuestadas se pudo notar que:

- En Creatividad el 60% de los empleados utilizan en su mayoría papelería para desempeñar su trabajo, el 6% utiliza discos para su respectivo archivo y el 34% otro tipo de material.
- En área de Cuentas el 47% de los encuestados utilizan el papel, el otro 27% discos y la minoría de 26% otros.
- En contabilidad el 80% de los empleados utilizan en su mayoría el papel para reportar ingresos y egresos de la empresa, en cuanto al uso de discos ninguno los utiliza, y otros artículos de oficina el 20%.
- En Medios es el área donde más consumo de papelería se puede observar con un 74%, discos un 14% y otros con 12%.

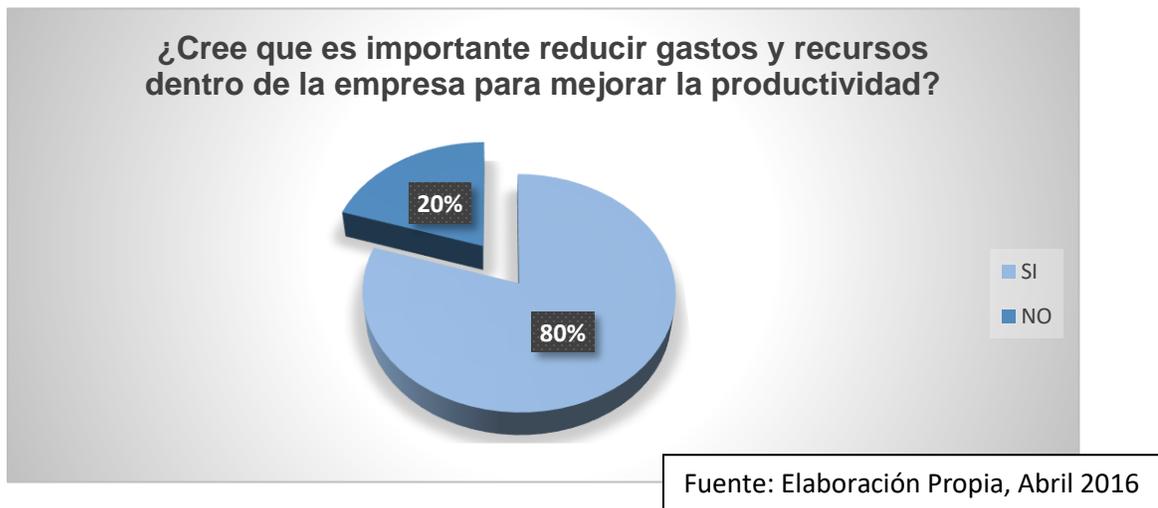
- Gráfica 3:



El indicador de esta pregunta nos muestra que efectivamente hay una conducta de desperdicio de papel dentro de la empresa ya que con un 75% los empleados respondieron esto. Y con un 25% la respuesta fue que creen que no se desperdicia.

Esto lleva a pensar que aunque los trabajadores de la agencia tienen el conocimiento de desperdicio de material de trabajo, en específico papel, no llevan a cabo alguna acción para contrarrestar este problema o si quiera tener una conducta correcta para que esto no ocurra, llevando así un ciclo en el cual no se pueda solucionar el problema.

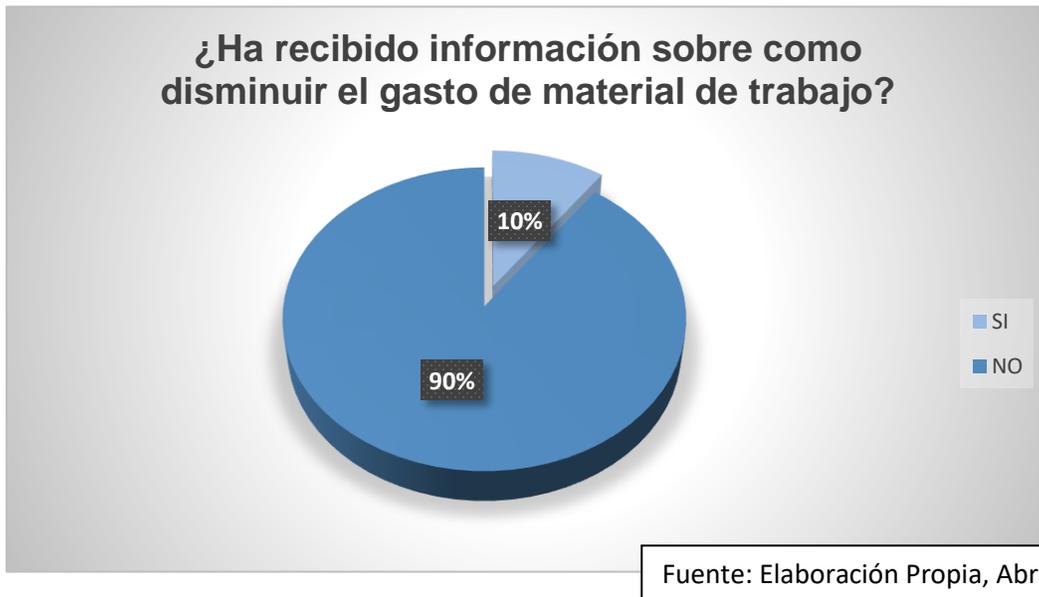
- Gráfica 4:



Con un 80% de los encuestados la respuesta fue positiva, esto nos dice que los empleados y encargados están dispuestos a tomar en cuenta una iniciativa para reducir gastos para que la productividad sea mayor.

El 20% restante nos respondió que no, ya que para ellos es necesario en su día a día laboral utilizar todos los recursos para la efectividad de su trabajo. Puede que exista alguna oposición o malestar al momento de poner en práctica un proyecto de mejora de recursos, pero que en general no afectará en mayor resultado tomando en cuenta el bajo porcentaje de personas.

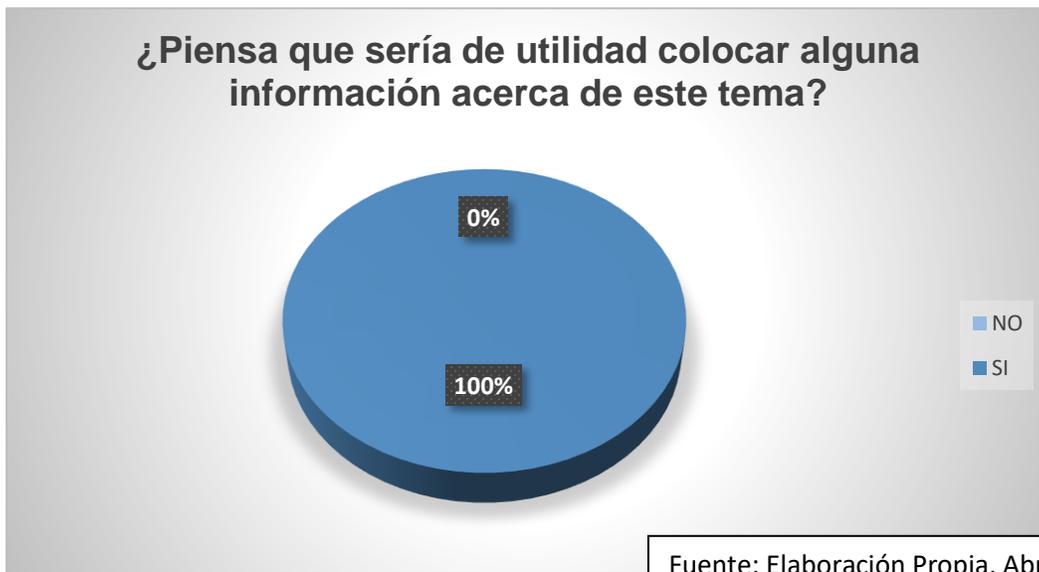
- Gráfica 5:



El 90% respondió que no recibe o tiene algún método de información acerca de cómo reducir el consumo de material con el que trabaja, mientras que el 10% nos afirma que si tiene información pero se creó fuera de esta empresa.

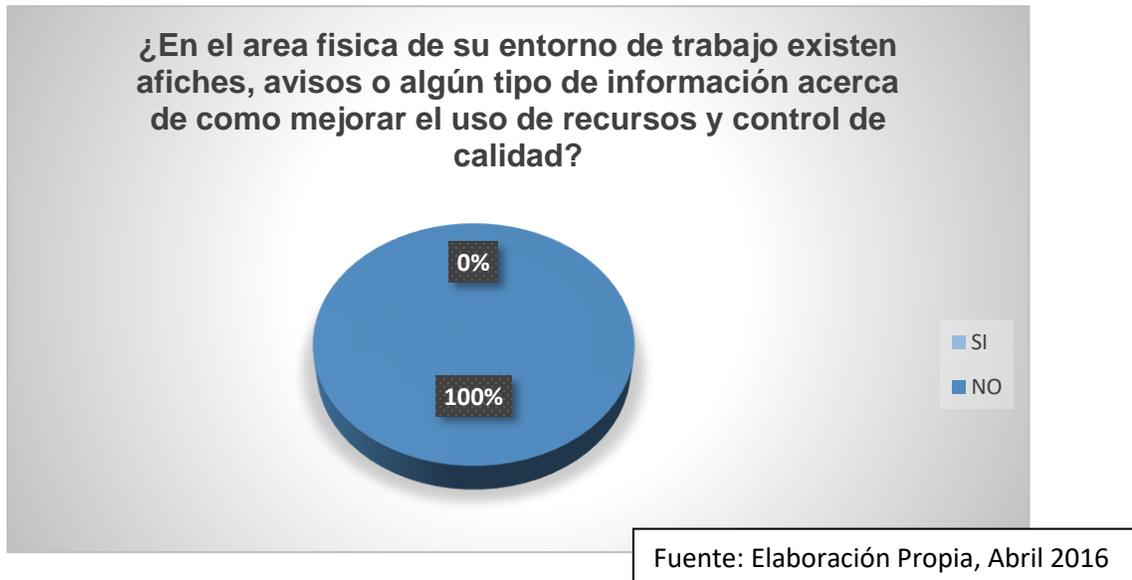
Lo que se hace notar es que de parte de la empresa existe una total despreocupación acerca del tema, ya que es un porcentaje demasiado alto de empleados los que no poseen información y esto genera un problema interno al cual se le tiene que poner suma atención.

- Gráfica 6:



Tomando en cuenta las respuestas de la pregunta anterior, se coincide que si es necesaria la información y capacitación para el buen uso de los recursos y el control de calidad de la empresa, ya que el 100% respondió que debería de haber más conocimiento sobre el mismo ya q sería de beneficio tanto para la empresa como para cada uno de los empleados estar capacitados y así poder desarrollarse al máximo en sus labores.

- Gráfica 7:



El 100% de encuestados respondió que no existe información alguna referente al tema, con lo cual se demuestra la falta de interés para cuidar y minimizar los recursos dentro de la empresa.

- A la pregunta:

Alguna sugerencia para tener un buen control de calidad sobre los recursos que se utilizan en la empresa:

Fueron varias las sugerencias que se obtuvieron por parte de los encuestados, todos llegaron a la conclusión que sería de beneficio para la empresa tener una supervisión y estadística exacta en cuanto al control de recursos y la calidad que cada uno conlleva, así mismo mencionaron material de apoyo como afiches, platicas a la hora de ingresar a la misma, áreas para depositar material reciclable y cualquier tipo de material que pueda ayudar.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1. FODA Comunicacional:

F ortalezas	<ul style="list-style-type: none">• Están en la disposición de apoyar un proyecto comunicacional interno.• Poseen la capacidad interna de lograr un cambio circunstancial dentro de la empresa.• El apoyo y la comunicación de los empleados es muy fluida y sin problemas.
O portunidades	<ul style="list-style-type: none">• Crear conciencia interna sobre el desperdicio de recursos tanto humanos como materiales.• Mejorar constantemente los productos.• Contrarrestar la mala utilización de recursos con los que cuenta la agencia.• Consolidarse como una empresa que cuida el control de calidad interno.
D ebilidades	<ul style="list-style-type: none">• Uso inadecuado de material con el que se cuenta.• Falta de control de calidad en material.• Falta de recursos para abarcar todas las áreas de producción.• Poco seguimiento de las operaciones internas.
A menazas	<ul style="list-style-type: none">• La constante rotación de personal dentro de la agencia.• Lograr llegar a todos los empleados con el mensaje ya que se divide en varias áreas.• Disminución del grupo objetivo al que va dirigido el proyecto

CAPÍTULO II

2. “Plan de comunicación interna de la Agencia de Publicidad 4am Saatchi & Saatchi para el correcto uso de material de trabajo y concientización de la separación de desechos.”

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

En base al diagnóstico realizado, en los departamentos de creatividad, medios y contabilidad son donde más recursos se consumen por la fuerte carga de trabajo que se realiza con material de la empresa. La agencia es creada para satisfacer los objetivos del público en cuanto a publicidad y creatividad tomando todas sus ramas en cuenta, pero dentro de la misma no se posee un nivel de control de calidad apropiado por parte de los que la conforma.

Dentro de la agencia existe un canal de comunicación interno por medio de los correos electrónicos de la misma, donde se puede dar a conocer algún mensaje o información importante a todo el personal. Con respecto al tema de este plan de comunicación la empresa no posee ningún método de charlas o mensajes hacia los empleados sobre el uso de recursos que poseen, por lo mismo no se tiene alguna concientización por ningún medio acerca de esto.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General Plan Comunicacional:

Como objetivo general se pretende elaborar un Plan de comunicación, para mejorar la información en el uso adecuado de los recursos con los cuales cuenta la agencia 4 am Saatchi & Saatchi y sus diferentes áreas de trabajo.

2.2.2. Objetivos Específico Plan Comunicacional:

- Orientar a través de ideas y acciones efectivas donde existan alternativas para reducir el porcentaje del mal uso de recursos.

- Fortalecer el control de calidad por medio de una estrategia de comunicación.
- Crear una concientización interna del personal de trabajo para el cuidado de los recursos que utilizan, tanto la re utilización como reciclaje.

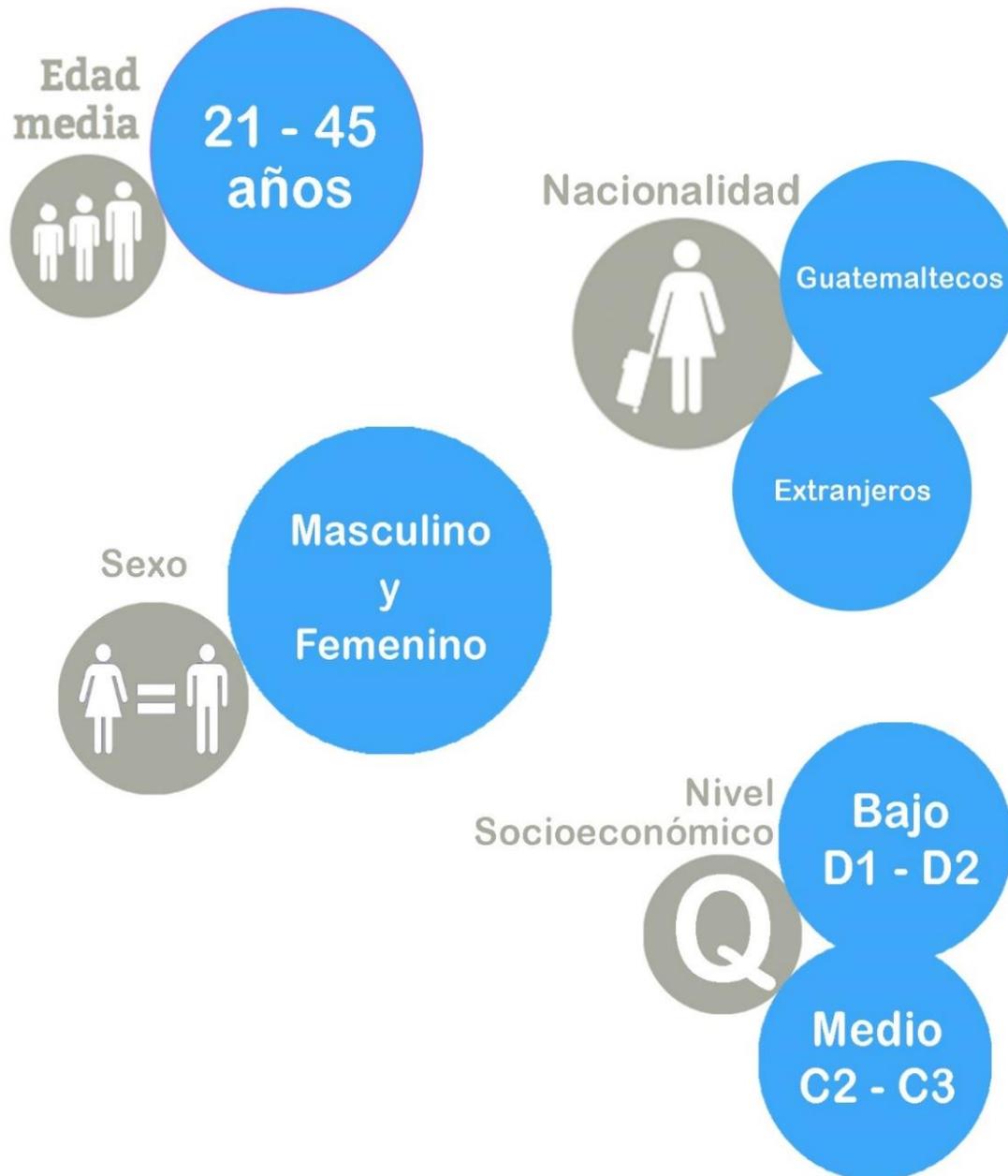
2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Público Interno de la empresa:

- En la descripción Geográfica, el plan estratégico va dirigido a las personas que laboran dentro de la agencia de publicidad 4am Saatchi & Saatchi y al departamento de producción On Tv, situada en la Ciudad Capital de Guatemala.
- En la descripción Demográfica, la edad media es mayor de los 21 años ya que en la agencia se encuentra mucho personal tanto joven como más adulto, ambos sexos, estado civil variado ya que existen solteros, como casados y en el área académica, todos son profesionales que estudian en la Universidad o egresados de la misma, con carreras como diseño, publicidad, relaciones públicas, mercadeo y administración. Con niveles socioeconómicos bajo y medio.⁵
- En la descripción Psicográfica, el estilo de vida del público objetivo es tanto familiar, profesional y recreativa, son personas que gustan de realizar su trabajo diario en la empresa y tienen un círculo de amistad lo cual les ayuda a realizar dichas labores.

⁵ Estudio nivel socioeconómico página web UGAP

Representación Gráfica de Público Objetivo:



2.4. MENSAJE

“A veces es bueno ser un Re Aprovechado...”

El mensaje es poder crear una conciencia interna sobre cómo aprovechar el máximo de los materiales y recursos con los que se cuentan dentro de la agencia, y así mismo siguiendo un plan de concientización por medio de las diferentes estrategias comunicacionales del EPS, el correcto manejo y separación de los desechos que se producen.

2.5. ESTRATÉGIAS

Comunicación Interna:

Planificar reuniones con el departamento de Recursos Humanos eventualmente para evaluar temas que ayuden a desarrollar el plan de comunicación y también evaluar el mismo.

Organización y Diseño:

Incentivar a los empleados por medio de apoyo audiovisual por medio de comunicación interna dentro de la empresa.

Conciencia y Responsabilidad Social:

Con el plan de crear una responsabilidad sobre consumo de recursos de la empresa, se pondrán en marcha diferentes actividades para que los empleados conozcan más sobre el tema y puedan unirse al programa.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Comunicación Interna

- Pláticas y reuniones con diferente áreas de la agencia, para la estructuración de formas de apoyo hacia el programa del plan comunicacional y así crear una imagen de concientización.
- Realizar capacitaciones dentro de la agencia por parte de entidades que se dedican a la educación ambiental y manejo de recursos reciclables.

CAPACITACIONES DE CONCIENTIZACIÓN	
Actividad	Objetivos
Primera visita del grupo de capacitación a las instalaciones	Realizar una investigación para conocer cómo se encuentra la situación de la empresa, en cuanto al nivel de cuidado de recursos y reciclaje.
Charlas informativas	Informar a los empleados de la empresa sobre cómo realizar el proceso de separación de materiales desechables y los beneficios que esto conlleva.
Evaluación del proceso	Evaluación por parte de la entidad, sobre cómo se está avanzando en las actividad y la entrega de estadísticas mensuales.
Actividades con el personal	Reforzar la convivencia interna de la empresa y que la actividad de reciclaje pueda seguir adelante aún terminado el EPS.

Tabla 2

Hora	14:30 PM
Lugar	Sala de reuniones principal de la agencia 4am Saatchi
Expositor	Personal de "Amigos de la Naturaleza" Guatemala
Temas	Concientización, manejo de recursos, evaluaciones

Tabla 3

Organización y Diseño

- Creación diseños adecuados al tema y que puedan impactar al grupo objetivo.
- Colocación del material impreso dentro del área física de la empresa.

MATERIAL IMPRESO	
Objetivo Comunicacional	Reforzar la comunicación interna e informar de manera fácil a los empleados sobre nuestro objetivo.
Medidas	56g
Material	Papel Texcote en impresión láser.
Tiraje	10 afiches
Distribución	El material será colocado en las carteleras y muros de la agencia, donde puedan ser observados estratégicamente.

Tabla 4

Conciencia y Responsabilidad Social

- Envío de información semanal diferente a través de los correos electrónicos internos.
- Colocar recipientes especiales para el reciclaje de diferentes materiales para crear una responsabilidad social entre los empleados.
- Utilizar papel reciclado para hacer fotocopias que sirvan para información interna de la empresa y no tengan tanta relevancia.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Plan de comunicación interna de la Agencia de Publicidad 4am Saatchi & Saatchi para el correcto uso de material de trabajo y concientización de la separación de desechos.”

3.1.1. Financiamiento

El proyecto desarrollado en este EPS en la agencia de publicidad 4am Saatchi & Saatchi, fue un patrocinio por parte de la empresa “Amigos de La Naturaleza”, la cual nos brindó el apoyo desde las charlas informativas, capacitaciones y materiales de reciclaje para colocar dentro de las instalaciones de la agencia.

3.1.2. Presupuesto Invertido

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO	FINANCIAMIENTO
1. Diseño de artes para material impreso y web	5	Q. 250.00	Q. 1,250.00	Empresa
2. Compra de recipientes reciclaje	6	Q. 150.00	Q. 900.00	Patrocinio
3. Apoyo para organización de Capacitaciones internas	Indefinido	Q. 0.00	Q. 1,500	Patrocinio
TOTAL			Q. 3,650.00	

Tabla 5

3.1.3. Beneficiarios

Tanto la empresa como los empleados de la misma fueron los beneficiarios de esta estrategia de comunicación, ya que la empresa ahora se puede mostrar como una entidad que cuida al medio ambiente, “*Empresa Verde*”, reducir gastos de materiales y ayudar a mejorar poco a poco el lugar donde vivimos. Por parte de los empleados, pudieron aprender sobre la conservación del medio ambiente por medio de las charlas y así mismo no solo como ayudar dentro de la empresa sino también en sus hogares y poder transmitir el mensaje a otras personas, haciendo una cadena de información.

3.1.4. Recursos Humanos

PERSONAL	PUESTO	ACTIVIDAD
Cinthia Tello	Encargada Recursos Humanos	Ayuda para la realización de las diferentes estrategias que se implementaron. Planificación y reuniones con la empresa que ayudó en el proyecto.
Lic. Fernando Ruiz	Director Depto. Arte Final	Diseño de los artes para los afiches con información del proyecto.
Lic. Fernando Torre	COO	Revisión del proyecto para la divulgación interna de la empresa.
Licda. Ana Paulina Revolorio	Directora On TV	Supervisión y aprobación de las actividades realizadas.

Tabla 6

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

El Plan de Comunicación se ejecutó dentro de la agencia de publicidad 4am Saatchi & Saatchi, departamento On Tv, ubicada en la 16 calle 1-01 zona 10, C.C. Plaza Obelisco, local 18 A segundo nivel, en la Ciudad de Guatemala, Guatemala.

3.2. ACCIONES Y ESTRATEGIAS DESARROLLADAS

Primera Estrategia Desarrollada: COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivo Comunicacional

Planificar reuniones con el departamento de Recursos Humanos eventualmente para evaluar temas que ayuden al desarrollo el plan de comunicación y también evaluar el mismo

Descripción

Junto con Recursos Humanos lograr concretar las ideas que se tenían y ponerlas en práctica de forma adecuada y de acuerdo con la comunicación interna de la empresa, ya que la agencia tiene lineamientos propios a la hora de comunicar cierta información a los empleados.

Acciones Desarrolladas

a. Acción 1

Se tuvo la primera visita del Gerente de Operaciones de la empresa “Amigos de La Naturaleza”, donde se sostuvo una plática sobre como poder desarrollar el proyecto, y cómo ellos podrían ayudarnos tanto con las capacitaciones como el material para utilizar en el proceso. Se estipularon fechas para cada una de las actividades programadas, el proceso de reciclaje y extracción de desechos que se generarán en la agencia.

b. Acción 2

Se realizó la charla informativa a los empleados de la agencia sobre cómo funciona el proyecto de reciclaje y mejor uso de recursos, y así mismo crearles una concientización para que pongan en práctica lo visto y así llevar adelante el plan de comunicación.

Fotografías

- Primer Visita de Amigos de La Naturaleza

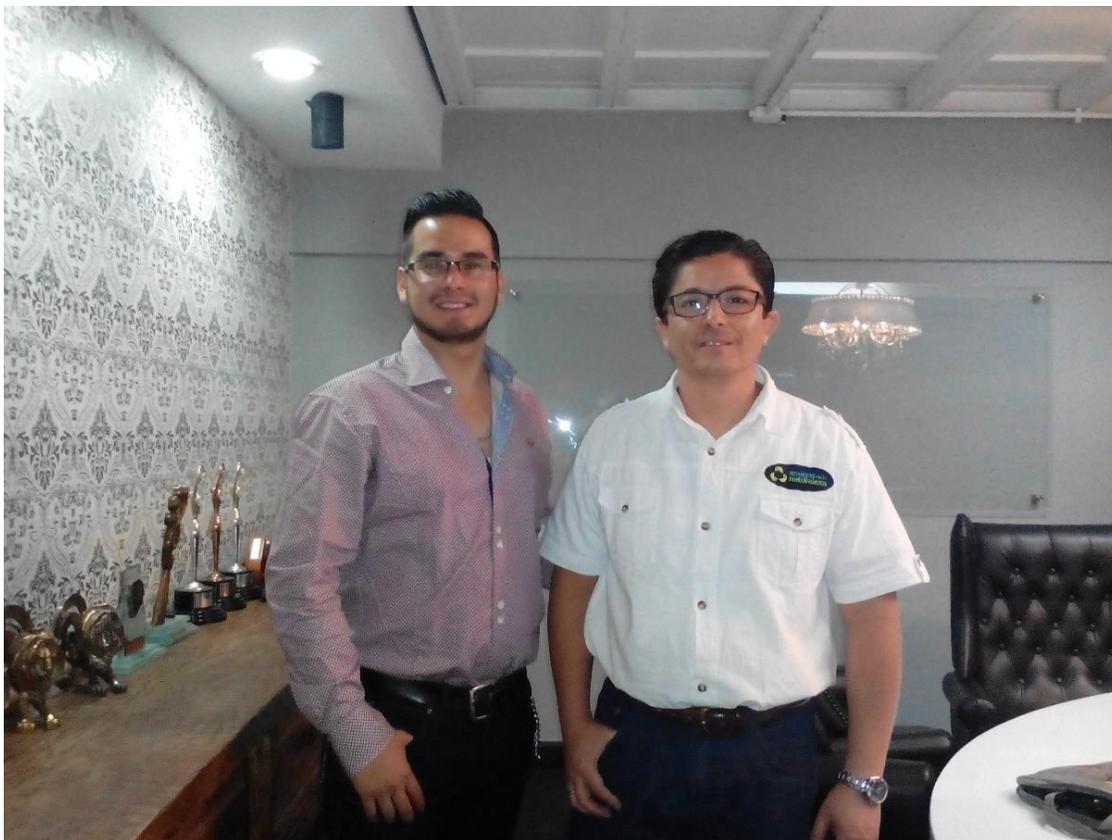


Primer reunión de Epesista Raul Sandoval, con el Gerente de Operaciones de Amigos de La Naturaleza, Licenciado Raúl Bonilla, junto con Encargada de RR.HH. de la agencia 4am Saatchi & Saatchi, Cinthia Tello. Julio 2016.

- Charla informativa y capacitación



Al finalizar la capacitación se realizó una evaluación a los participantes, donde pudieron saber cuánto habían aprendido en la reunión.



Epesista Raúl Sandoval con Gerente de Operaciones de Amigos de La Naturaleza, Lic. Raúl Bonilla, luego de la charla realizada con éxito en las instalaciones de la agencia de publicidad 4am Saatchi & Saatchi, Agosto del 2016.

Segunda Estrategia Desarrollada: ORGANIZACIÓN Y DISEÑO

Objetivo Comunicacional

Crear una idea y un diseño apropiado para invitar a los empleados de la agencia a participar del proyecto.

Descripción

Reuniones con el equipo de diseño y el COO de la agencia, para realizar los diferentes artes que se enviarán vía correo electrónico, con la información de las charlas y creación de concientización interna de la agencia. Estos artes deberían de ir de acuerdo a las normativas internas de la agencia ya que se tiene una línea de diseño interna para este tipo de actividades.

Acciones desarrolladas

a. Acción 1

Crear los diseños para una “campana expectativa” y el de la invitación a la reunión para la charla informativa con Amigos de la Naturaleza. El director de arte final de la agencia fue el encargado de realizar dichos artes, ya que es el diseñador de la comunicación interna. Se pasó por un proceso de aprobación por parte del COO de la agencia.

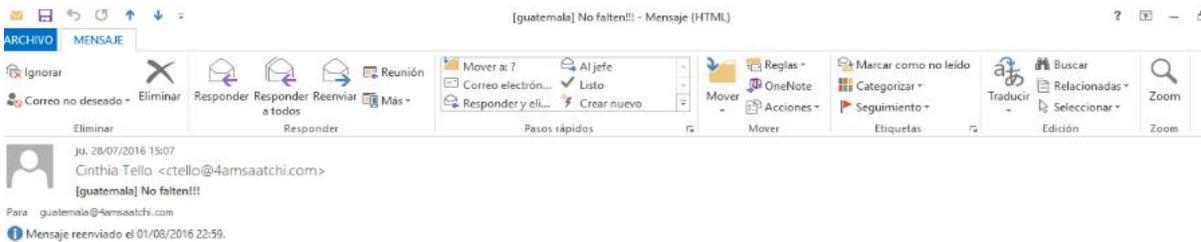
b. Acción 2

Enviar por correo electrónico los artes finales y aprobados para poder comenzar con las comunicaciones internas e informales sobre el proyecto.

Imágenes:



Artes de “Campaña Expectativa” y la invitación a la charla interna con la empresa Amigos de la Naturaleza para la capacitación.



Screen Shot de e-mail enviado en cadena interna a la agencia, mostrando la información de la charla de concientización.



Uno de los varios recipiente colocados para reciclaje de papel, ubicado dentro de las instalaciones de la agencia 4am Saatchi & Saatchi. Agosto 2016.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Descripción de Actividades	Mayo				Junio				Julio				Agos
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
Ejecución del Plan de Comunicación													
Platicas con Recursos Humanos para crear y Evaluar propuestas de apoyo al plan comunicacional													
Reunión con “Amigos de la Naturaleza”													
Creación y envío de boletín digital a través De los correos electrónicos													
Charla por parte de “Amigos de la Naturaleza”													
Instalación de recipientes para Reciclaje													

Tabla 7

- Del 25 de Mayo a la primera semana de Agosto se ejecutará el Plan de Comunicación
- Desde la primera semana de Junio se comienzan las pláticas y reuniones constantes con Recursos Humanos para realizar el proyecto. Se tienen reuniones seguidas ya que tanto el epesista como Recursos Humanos tiene que seguir el proceso para darle ejecución.
- Segunda semana de Julio se comienza por crear una campara de expectativa dentro de la agencia a los empleados.
- 29 de Julio primer charla informativa acerca del proyecto y realización de concientización a los empleados.
- Primer semana de Agosto se instalan los recipientes para reciclaje, luego de haber realizado las charlas respectivas.

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	INDITADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p>COMUNICACIÓN INTERNA</p> <p>Reuniones con Recursos Humanos para desarrollar el plan de comunicación y realizar evaluaciones.</p>	<p>De las 40 personas que se tenía planeado participaran en la charla, asistieron un total de 30. Con lo cual se puede concluir que la concientización por medio de las charlas tuvo un alcance de 75%. (Algunos no participaron por motivos laborales).</p>	<p>Algunos participantes luego de la charla se interesaron por realizar la misma actividad dentro de colonias donde viven.</p>
<p>ORGANIZACIÓN Y DISEÑO</p> <p>Crear una idea y diseños para realizar las respectivas invitaciones a los empleados</p>	<p>Los correos con la información de las charlas y sobre cómo iban a funcionar los recipientes llego a un 90% de los trabajadores de la agencia, con lo cual 50 de 60 trabajadores tuvieron acceso a esta información.</p>	<p>Debido al tema, es mejor que se mande el mensaje por correo y no desperdiciando papel en afiches e impresiones, comento Fernando Flores, COO de 4am Saatchi.</p>
<p>CONCIENCIA Y RESPONSABILIDAD</p> <p>Crear en el grupo objetivo una concientización de reciclaje y cuidado del medio ambiente y recursos de trabajo.</p>	<p>Del grupo de 60 colaboradores los cuales tienen acceso a los recipientes para el reciclaje se observó que al poco tiempo de colocarlos, 40 lo estaban utilizando. Siendo estos un 66% del total de colaboradores.</p> <p>Luego de la charla y la realización de una prueba, el 90% de los asistentes contestaron correctamente a las preguntas.</p>	<p>La agencia puede mostrarse como una empresa verde, ayudando al medio ambiente.</p> <p>Que mejor forma de comenzar a hacer cambios por muy pequeños que sean, que donde uno trabaja y puede dar el ejemplo.</p> <p>Aparte de ayudar a cuidar el ambiente, se genera trabajo para terceras personas.</p>

Tabla 8

CONCLUSIONES

En este proyecto del Ejercicio Privado Supervisado para optar al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se tomó bastante tiempo para la realización tanto de diagnósticos, planes de comunicación y estrategias para que pudiera concluir exitosamente.

Muchas de las empresas nacionales ya sean grandes o pequeñas no toman en cuenta este tipo de conciencia ambiental empresarial, por lo que un paso a la vez es parte del cambio que se quiere lograr no solo para las empresas si no para que el pensamiento de la sociedad cambie. Se puede creer que el cuidado ambiental y el desarrollo económico no van de la mano, pero al ver cómo un pequeño cambio en la educación y conducta de los trabajadores puede generar un gran resultado, se tiene la posibilidad de realizar un gran proceso de desarrollo a gran escala en este tema.

Como resultado final dentro de la agencia 4am Saatchi & Saatchi se puede observar un comportamiento diferente de los trabajadores en cuanto al tema del reciclaje. Se Logró captar la atención del grupo objetivo y así mismo que ellos mismos pusieran en marcha el proyecto.

La ayuda de cada una de las personas involucradas en el EPS fue de mucho beneficio en lo que respecta a la organización, planificación y ejecución. Se creó un nuevo plan de comunicación interna la cual no será solo por un tiempo, si no que esto se quedará dentro de las instalaciones para que prosigan con todo lo que se pudo realizar.

En base de que en la agencia no existía un tema de concientización y manejo de desechos, es apropiado concluir que el proyecto desarrollado fue un éxito.

RECOMENDACIONES

- Ya que el programa de concientización es nuevo en la agencia, se recomienda seguir realizando las charlas informativas a las diferentes áreas que conforman la empresa para que la comunicación interna siga el proceso.
- Se recomienda siempre estar al tanto de los recipientes de reciclaje y las fechas de extracción de basura, para poder coordinar con la empresa que se encargará de realizar el reciclaje.
- Se recomienda difundir información acerca de la concientización de los desechos que producen los empleados, a través de las cadenas de e-mails que se manejan internamente.
- Promover la mayor re utilización de material de trabajo que se pueda, ya que también es un factor de beneficio económico para la empresa.
- Se recomienda que a cada nuevo integrante que se una a la empresa conozca sobre las normas internas de reciclaje y uso de recursos, para que desde u principio comiencen a apoyar el proyecto.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Beneficiario (s) : Es la Persona que recibe o tiene Derecho para recibir Beneficios que resulten de ciertos actos.

Calidad: Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie. Buena o mala calidad.

CEO: (Chief Executive Officer), Consejero delegado o Director ejecutivo, es el máximo responsable de la gestión y dirección administrativa de la empresa.

Comunicación Interna: Son procesos o actividades que se realizan dentro de una empresa u organización, para mantener la buena relación laboral y social con los miembros de la misma.

Concientización: es una acción que se relaciona con la toma de conciencia acerca de una situación determinada, con mostrar una verdad y/o hacer conocer las consecuencias de las propias decisiones. Concientizar es profundizar en el conocimiento de la realidad.

Contrarrestar: Disminuir o anular el efecto o la influencia de cierta cosa con el efecto o la influencia de otra.

COO: (Chief Operations Officer), en una empresa es la persona que tiene el cargo de Director de Operaciones.

Conllevar: Implicar, traer como consecuencia alguna acción.

Cronograma: Representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.

Desechos: Son aquellos materiales, sustancias, objetos, cosas, entre otros, que se necesita eliminar porque ya no ostenta utilidad.

Desperdicio: Cosa o parte de ella que queda después de haberla utilizado o que se desperdicia por descuido.

Encuesta: Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

FODA: Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.

Gráfica: Se entiende a la representación de datos, a través de líneas, superficies o símbolos para determinar la relación que estos mantienen entre sí.

Incursión: Dedicación de una persona o grupo a una actividad en específico.

Lovemark: Anglicismo que hace referencia al concepto creado por Kevin Roberts que define la posición de una marca dentro de una cultura. La empresa atrae al consumidor a través de los sentidos y logra mantener una relación leal y estable gracias a que es capaz de introducir emoción en la forma de relacionarse.

Nacionalidad: Condición que reconoce a una persona la pertenencia a un estado o nación, lo que conlleva una serie de derechos y deberes políticos y sociales.

Nivel Socioeconómico: Es un atributo del hogar que caracteriza su inserción social y económica. Está basado en el nivel de educación, el nivel de ocupación y el patrimonio.

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.

Organización: Forma como se dispone un sistema para lograr los objetivos de forma correcta y ordenada.

Planificación: Conjunto de medios empleados para establecer un proceso para la realización de un proyecto.

Productividad: Capacidad de producción por unidad de trabajo, refiérase a los empleados, en una unidad específica de empresa.

Proyecto: Idea de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios.

Público Objetivo: El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

Rating: Nivel de audiencia de un programa de televisión o radio.

Reciclaje: Es un proceso cuyo objetivo es convertir desechos en nuevos productos o en materia para su posterior utilización.

Recipiente: Cualquier objeto o utensilio cóncavo que sirve para contener una cosa en su interior.

Recolección de datos: Es la actividad que consiste en la recopilación de información dentro de un cierto contexto.

Recursos: Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o para llevar a cabo una empresa

Reutilizar: Es la acción de volver a utilizar los bienes o productos y darles otro uso. Es cualquier operación mediante la cual los residuos se vuelven a utilizar.

Técnicas: Es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso del Val (1997). “El libro del Reciclaje”, editorial RBA, España.
- Carlos Fernández Collado; Roberto Hernández Sampieri (2014). “Metodología de la Investigación”, editorial McGraw-Hill.
- Comisión Europea (2001). “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”.
- Manuel Rodríguez Becerra (1995). “Ecoeficiencia: Un buen negocio ambiental”, Bogotá Colombia.
- Sabine Braun, Kirsten Bauer (1996). “El medio Ambiente y la Gestión Empresarial”, editorial Fundación Tierra para la versión castellana.

ANEXOS



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
de Licenciatura 2016



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Raul Andres Sandoval Cajas
No. De Carné: 200820852
Jefe o Encargado (a): Ana Paulina Revolorio, Directora On Tv.
Institución o Empresa: On Tv, 4am Saatchi & Saatchi
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 23 / Al: 27	Mayo	5	5	5	5	5	x	27 Hrs
2	Del: 30 / Al: 03	Mayo - Junio	5	5	5	5	7	x	27 Hrs
3	Del: 05 / Al: 10	Junio	5	7	5	5	5	x	27 Hrs
4	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	5	5	7	5	x	27 Hrs
5	Del: 20 / Al: 24	Junio	7	5	5	5	5	x	27 Hrs
6	Del: 27 / Al: 01	Junio - Julio	5	5	5	7	5	x	27 Hrs
7	Del: 04 / Al: 08	Julio	5	5	6	6	6	x	28 Hrs
8	Del: 11 / Al: 15	Julio	5	5	7	5	5	x	27 Hrs
9	Del: 18 / Al: 22	Julio	5	5	7	5	5	x	27 Hrs
10	Del: 25 / Al: 29	Julio	5	5	5	7	5	x	27 Hrs
11	Del: 1 / Al: 05	Agosto	5	6	6	5	7	x	29 Hrs
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 Hrs

(f)
Firma y Sello jefe (a) o Encargado

(f)
Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL

4AM
SAATCHI & SAATCHI

ENCUESTA REALIZADA:



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Proyecto EPS
Licenciatura en Ciencias de La Comunicación



Encuesta para Diagnóstico y Estrategia de Comunicación interna en la Agencia de Publicidad y Producción On Tv

Dirigida a empleados de las diferentes áreas internas de la empresa

Instrucciones: Marque con una x la respuesta que considere adecuada.

Género M F Área de trabajo: _____

- 1 ¿Conoce acerca del buen uso que se debe de tener con los recursos de trabajo que le proporciona la agencia? SI NO
- 2 ¿En su area de trabajo que materiales y/o recursos son los que más se utilizan?

- 3 Siendo una agencia de publicidad, ¿Cree que se desperdicia innecesariamente el papel?
SI NO
- 4 ¿Cree que es importante reducir gastos y recursos dentro de la empresa para mejorar la productividad?
SI NO Porque: _____

- 5 ¿Ha recibido información sobre como disminuir el gasto de material de trabajo, ejemplo: papel, tinta, Dvd's, electricidad, etc? SI NO
- 6 ¿En el area fisica de su entorno de trabajo existen afiches, avisos o algún tipo de información a cerca de como mejorar el uso de recursos y como tener un buen control de calidad?
SI NO
- 7 ¿Piensa que sería de útil colocar alguna información acerca de este tema?
SI NO
- 8 Alguna sugerencia para tener un buen control de calidad sobre los recursos que se utilizan en la empresa:

