

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



"Estrategias de comunicación interna y externa para fortalecer la imagen corporativa de la empresa Dos Lunas"

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Jose Daniel Munguia

Carné: 201122360

Previo a portar el título de:

LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2017

Consejo Directivo:

Director: M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

MA. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura:

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura:

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández




Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

CARTA FINIQUITO

Guatemala, 12 de Octubre de 2017



DOS LUNAS

-  (502) 2369-2473
-  www.doslunas.com
-  Guatemala
Ciudad de Guatemala

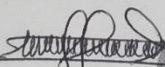
Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

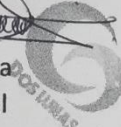
Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **Jose Daniel Munguia** con número de carné: **201122360** 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 la empresa **Dos Lunas** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **01 de junio** al **31 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA DOS LUNAS"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **"DOS LUNAS"**

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

Atentamente,


Manuel Berganza
Gerente General
Dos Lunas



CARTA DE DICTAMEN



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



Guatemala 13 de octubre de 2017

Estudiante
José Daniel Munguía
Carné: 201122360
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

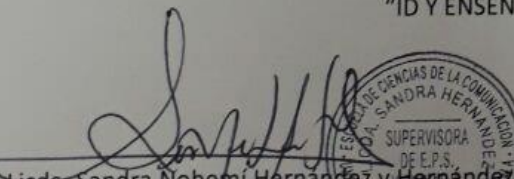
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **"Estrategias de comunicación interna y externa para fortalecer la imagen corporativa de la empresa Dos Lunas."** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

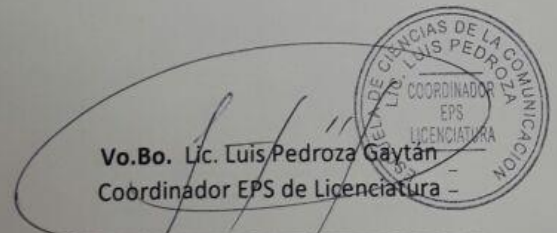
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura




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



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



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

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Marvia.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre Luis.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis familiares.

A mi hermano Abner por ser el ejemplo de un hermano mayor y del cual aprendí aciertos y de momentos difíciles; a mi tía Pina, a mi tía Josefina, a mi tío Federico y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de este proyecto.

¡Gracias a ustedes!

AGRADECIMIENTOS

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, donde me he forjado profesionalmente.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos con mi persona.

AI LICENCIADO LUIS PEDROZA gracias por brindarme un apoyo incondicional y especial en este proyecto.

A MSc. SERGIO MORAYATA, agradecimiento especial por brindarme el espacio en nuestra querida ECC.

A LICENCIADA SANDRA HERNANDEZ, agradecimiento por toda la paciencia y esfuerzo con mi proyecto.

A la EMPRESA DOS LUNAS, por brindarme un espacio para la realización de mi proyecto.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN - ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	1
1.2.1 Ubicación Geográfica	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	1
1.2.3. Antecedentes	2
1.2.4. Departamentos	2
1.2.5. Misión	2
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	4
1.3.1. Descripción del Método	4
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	5
1.3.3. Cronograma del diagnóstico	7
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	8
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas	9

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	24
1.5.1. Fortalezas	24
1.5.2. Oportunidades	24
1.5.3. Debilidades	24
1.5.4. Amenazas	24

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	25
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	25
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	26
2.2.1. Objetivo General	26
2.2.2. Objetivos Específicos	26
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	26
2.4. MENSAJE	27
2.5. ESTRATEGIAS	27
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	30

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	48
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	48
3.1.1. Financiamiento	48
3.1.2 Presupuesto	48
3.1.3 Beneficiarios.....	49
3.1.4 Recursos Humanos	50
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	50
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	51
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	67
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	68

CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	72
GLOSARIO DE TÉRMINOS	73
BIBLIOGRAFÍA	74
E GRAFÍA	74
ANEXOS	75
Modelo de la Encuesta	75
Vaciado de la Encuesta	76
Check List de acciones	77
Carta emitida por la institución de entrega de materiales	78

RESUMEN

Nombre de la institución:

Empresa Dos Lunas

Nombre del proyecto:

"Estrategias de comunicación interna y externa para fortalecer la imagen corporativa de la empresa Dos Lunas"

Objetivos del proyecto:

General:

- Elaborar un plan de comunicación interna y externa en la empresa Dos Lunas.

Específicos:

- Modificar los elementos de imagen corporativa que se adecuen al estilo de servicio que presta la empresa Dos Lunas.
- Diseñar un plan estratégico de imagen corporativa para la empresa Dos Lunas con el fin de lograr su posicionamiento en el mercado.
- Elaborar material con la nueva imagen corporativa, con el fin de mejorar su posicionamiento en el mercado.

Sinopsis del proyecto:

Se analizó la situación por medio de un diagnóstico de comunicación, para luego realizar sugerencias para su fortalecimiento.

La primera etapa se basó en Comunicación Interna para motivar al equipo de trabajo, para que ellos se conviertan en primeros Voceros de la Empresa Dos Lunas, mediante el uso de acciones de comunicación.

Siguiendo con la Comunicación Externa teniendo como objetivo desarrollar actividades dirigidas a crear, mantener o mejorar la relación con los clientes, proyectar una imagen positiva y promover los productos y servicios. Esto se alcanzó por las siguientes acciones de comunicación, fortalecer la imagen corporativa y elaborar material promocional con la nueva imagen.

INTRODUCCIÓN

El Plan de Comunicación contiene las pautas de la estrategia de comunicación de la empresa Dos Lunas, diseñada teniendo en cuenta toda la problemática de la entidad y de acuerdo con su dimensión y sus características.

La comunicación externa de una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios.

En el mundo actual se ha observado como las organizaciones tienen una visión clara de la importancia de la imagen corporativa, siendo una variable determinante al momento de ofrecer un servicio. Es así como grandes y pequeñas empresas en los diferentes segmentos del mercado, se orienta por la línea de ofrecer una imagen moderna y que se posicionen en la mente de sus clientes. Ya que a través de esta se distingue a un producto o servicio, se puede interpretar como un resumen en sí misma del entorno de la organización.

Esta empresa comienza a introducirse al mercado y necesita ser reconocida para llegar al éxito, por ello se vio en la necesidad de requerir una identidad visual corporativa.

JUSTIFICACIÓN

Es importante este proyecto debido a que la comunicación externa es uno de los tipos de comunicación y se convierte en una herramienta muy importante en nuestros tiempos debido a que vivimos en una sociedad altamente competitiva, preocupada por un constante desarrollo comercial y tecnológico, buscando tener una identidad propia para darse a conocer dentro del mercado laboral, que nos permite diferenciar a primera vista la identidad de una empresa, sea cual sea.

El aporte que genera este proyecto es crear una imagen positiva de la empresa Dos Lunas, uno de los objetivos de la comunicación externa, resulta sumamente importante que las empresas se preocupen de la percepción que los diferentes públicos tienen sobre sus organizaciones. Los públicos se encuentran constituidos por todos aquellos individuos o instituciones que tienen algún contacto con la organización en cualquier momento específico de su desarrollo. Bien sean los públicos internos (empleados, directivos o accionistas), los públicos externos (proveedores y distribuidores), es importante que todos posean una imagen adecuada de nuestra organización. Resolviendo de esta manera el mayor problema que presenta la empresa en cuanto a su comunicación externa.

Se realizará este proyecto para generar en Dos Lunas una buena imagen, aquella en donde los mejores profesionales se identifiquen y deseen trabajar, con quien los proveedores deseen tener tratos comerciales, donde los clientes quieren comprar sus productos pues gozan de buena fama, sus valores sean reconocidos y sus empleados mismos los reflejen.

Es posible la realización del proyecto porque se cuenta con la anuencia de la empresa Dos Lunas, la disposición de los recursos suficientes para su ejecución y es viable desde el punto técnico y financiero con apoyo de la empresa y el epesista, obteniendo como beneficio el ser identificada y diferenciada ante el público consumidor de este servicio, destacarse ante sus competidores y darle una mejor presentación y personalidad a la empresa.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

- Elaborar un diagnóstico de comunicación interna y externa en la empresa Dos Lunas.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Analizar si la comunicación se ha convertido en una herramienta estratégica dentro la empresa Dos Lunas.
- Identificar el uso de la comunicación externa en Dos Lunas.
- Determinar el estado actual de la imagen corporativa de la empresa Dos Lunas.

1.2. LA INSTITUCIÓN

1.2.1 Ubicación Geográfica

Colonia Tecún Uman, Zona 15 Casa 1

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Actualmente la empresa Dos Lunas, no cuenta con ayuda económica ni alianzas estratégicas.

1.2.3. Antecedentes

Esta empresa surge en el año 2015, como una iniciativa de su fundador Manuel Berganza, el cual mira un nicho de mercado en soluciones integrales en BTL, corporativas, sociales y espectáculos. Formado por un equipo pequeño pero talentoso y multidisciplinario que mezcla pasión + creatividad para lograr experiencias de marca memorables para todos. Trabajándole a marcas como barras tosh. (No se cuenta actualmente con antecedentes se procedió a realizar la pregunta directa al fundador)

1.2.4. Departamentos

- Gerencia: la cabeza pero la cual sin todo su equipo no funcionaria, se encarga de realizar tratos, tratar con clientes, proveedores, conseguir alianzas, encargados del control financiero, la mayor parte del tiempo se está escuchando y conversando para que las cosas marchen bien.
- Creatividad y Diseño: resuelve artística y técnicamente la realización del mensaje adaptándolo a cada uno de los medios elegidos para difundirlo. El departamento creativo mantiene contacto directo con el departamento de producción, responsable de transformar las ideas en mensajes reales.
- Cuentas: responsable de estudiar el mercado y las necesidades de los clientes para desarrollar estrategias efectivas. Ofrece servicio de publicidad y mercadeo. Produce una atmosfera agradable, honesta para atraer a nuevos clientes.
- Producción: transforma las ideas en mensajes reales, encargado desde las órdenes de trabajo hasta los materiales y el trato con proveedores.

1.2.5. Misión

Desarrollar acciones innovadoras que permitan crear un vínculo de los clientes.

1.2.6. Visión

Crecimiento exponencial, convirtiéndonos en la primera opción de soluciones integrales para el mercado.

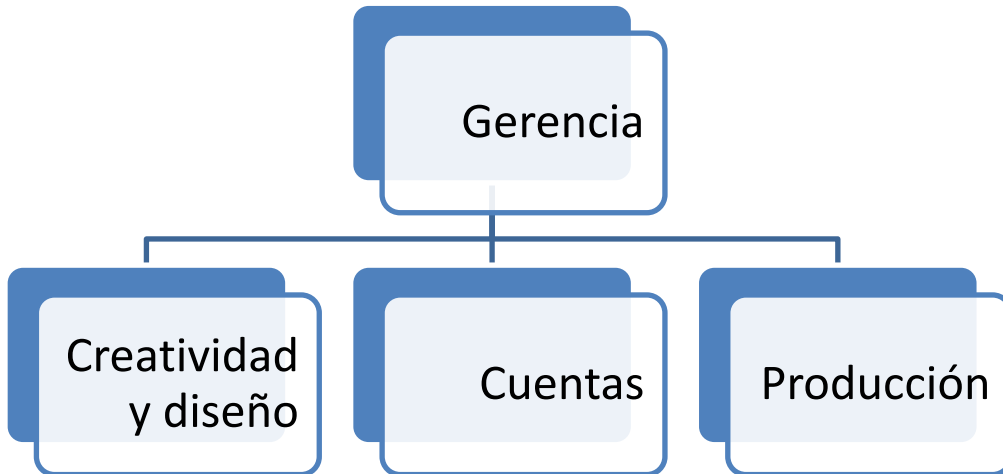
1.2.7. Objetivos Institucionales

- Proveer soluciones, crear y desarrollar proyectos de imagen y publicidad tomando como punto de partida estrategias integrales de comunicación con altas dosis creativas.
- Impactar al mercado, recordación, presencia, innovación, creatividad, originalidad entre otras es nuestra meta.
- Generar fidelización que todo producto o marca necesita.
- Preservar la viabilidad financiera.

1.2.8. Público Objetivo

Son los trabajadores y clientes, para cumplir con todas las exigencias a nivel interno (Empresa) y los clientes, para generar nuevas oportunidades en las cuales se tenga una Imagen Corporativa que permita darse a conocer en el mercado, permitiendo así formular nuevas estrategias y conseguir nuevos clientes que le interese utilizar canales de comunicación directa con sus clientes, con altas dosis de creatividad y sentido de oportunidad y más económicos que los medios ATL, y que deseen recibir un feedback instantáneo.

1.2.9. Organigrama



Fuente: Empresa Dos Lunas

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

"Una investigación con enfoque cuantitativo, usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías." (Sampieri, 2006, pag:5)

"Experimento de campo, un estudio de investigación efectuado en una situación realista en la que una o mas variables independientes son manipuladas por el experimentador en condiciones tan cuidadosamente controladas como lo permite la situación" (Sampieri, 2006, pag:201) "Investigación de campo, recoge datos de la situación actual, es la recolección directamente de la realidad donde ocurren los hechos sin manipular o controlar variables algunas" (Arias, 1999, p: 28).

Se utilizó como método principal la investigación científica ya que se quiere obtener nuevos conocimientos y la aplicación para la solución a problemas o interrogantes en la empresa Dos Lunas.

Es necesaria la investigación cuantitativa debido a que ayudará a tomar decisiones en base a los números y cantidades sobre los cuales se puede aplicar un análisis estadístico en la empresa Dos Lunas.

Es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en la empresa Dos Lunas y estudiar la situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

“Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener información”. Arias (1999).

- **Observación**

"La observación científica como método consiste en la percepción directa del objeto de investigación. La observación investigativa es el instrumento universal del científico. La observación permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos. "

(URL: <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>, la página se consultó 24 de enero de 2017 a las 3:16 p.m.).

En este caso, planteo conocer en primera instancia con una observación directa con el personal de la empresa que hizo posible la creación de la matriz FODA, las oportunidades y amenazas y las capacidades internas, fortalezas y debilidades de la

empresa, cuyo propósito será el de identificar mediante el uso de esta herramienta y así poder establecer un adecuado diagnóstico sobre la situación actual del mercado de servicio y mantenimiento de la empresa la cual facilitara un conocimiento de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la empresa Dos Lunas, existen en el entorno.

- **Cuestionario**

"Cuestionarios, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir" (Sampieri, 2006, pag:310) "Preguntas cerradas contiene categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas". (Sampieri, 2006, pag:310).

Se utilizó una encuesta focalizada ya que se definió un tema en específico, Comunicación Externa y se planificará los temas que abarcará la entrevista por medio de una guía. Consistió en la búsqueda, obtención e interpretación de la información de la empresa Dos Lunas; con el propósito de identificar el perfil de Comunicación Externa que representa la empresa en este momento, para ello fue necesario conocer la población, conformada por los trabajadores y la cartera de clientes, la cual está conformada por doce de los veinticuatro trabajadores y diez clientes. Se procedió a la aplicación de las encuestas la cual consto de diez items tipo cerrada de opciones múltiples, donde de manera clara y sencilla se le solicita al encuestado su opinión en el tema de Comunicación Externa e Imagen Corporativa de la misma, con el propósito de identificar a través de los resultados las oportunidades de mejoras y de esta manera aportar soluciones a la problemática antes mencionada, luego de obtener los datos necesarios se procedió a representar de forma gráfica los resultados de dicha encuesta, por medio del grafico circular y por último el análisis de las diferentes respuestas dadas por los trabajadores y clientes de la empresa Dos Lunas.

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

NO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	ENERO																													FEBRERO																							
			16	17	18	19	20	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24																					
1	PROPEDEUTICO	JOSE MUNGUIA																																																					
2	ELABORACION DE LA INTRODUCION	JOSE MUNGUIA																																																					
3	ELABORACION DE LA JUSTIFICACION	JOSE MUNGUIA																																																					
4	DIAGNOSTICO	JOSE MUNGUIA																																																					
5	PLANTEAMIENTO DEL TITULO DEL DIAGNOSTICO	JOSE MUNGUIA																																																					
6	OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO	JOSE MUNGUIA																																																					
7	PLANTEAMIENTO DE LA METODOLOGIA	JOSE MUNGUIA																																																					
8	ELABORACION DE LA MATRIZ DE ENCUESTAS	JOSE MUNGUIA																																																					
9	RECOPIACION DE DATOS	JOSE MUNGUIA																																																					
10	OBSERVACION	JOSE MUNGUIA																																																					
11	CUADROS, GRAFICAS, INTEPRETACION DE DATOS	JOSE MUNGUIA																																																					
12	RADIOGRAFIA DE LA INSITUCION	JOSE MUNGUIA																																																					

Fuente: José Daniel Munguia-2017

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

Se observo que no cuenta con una buena comunicación externa, teniendo en cuenta que uno de los componentes de la comunicación externa es la imagen corporativa se observa que no se tiene una personalidad o esencia que la distinga y esto trae las algunas consecuencias ya que no puede ser identificada ni diferenciada entre las demás empresas, tampoco puede realizar algún tipo de campaña publicitaria, no puede persuadir ni atraer al público, no puede darse a conocer ni vender su servicio.

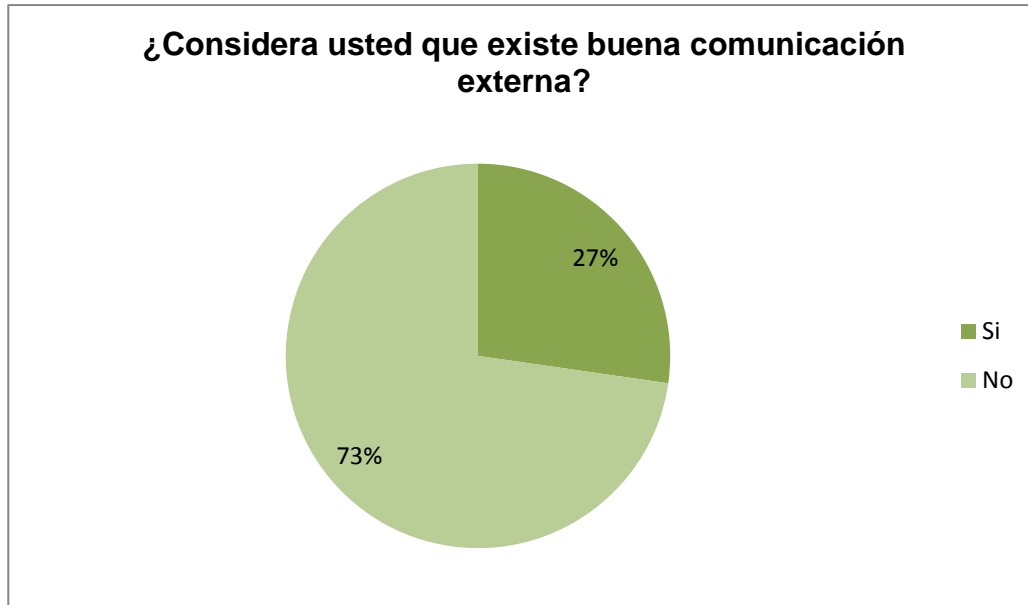
Los resultados arrojados son puntos claves porque nos permite visualizar la situación actual de la comunicación externa de la Empresa Dos Lunas, por los resultados obtenidos la comunicación exterior con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general no es muy buena y no existe una alta integración.

La comunicación externa no está vinculada a departamentos tales como relaciones públicas y comunicación corporativa. Los miembros de Dos Lunas no pueden realizar funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la empresa. No existe un sentimiento de pertenencia de los empleados, no se sienten identificados con la organización y por lo cual no transmiten una imagen positiva hacia fuera.

No cuenta con una buena comunicación externa por ende no se encuentra bien posicionada en el mercado. Se considera que la debilidad más grande es que no se cuenta con una imagen corporativa.

1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

Grafica No.1

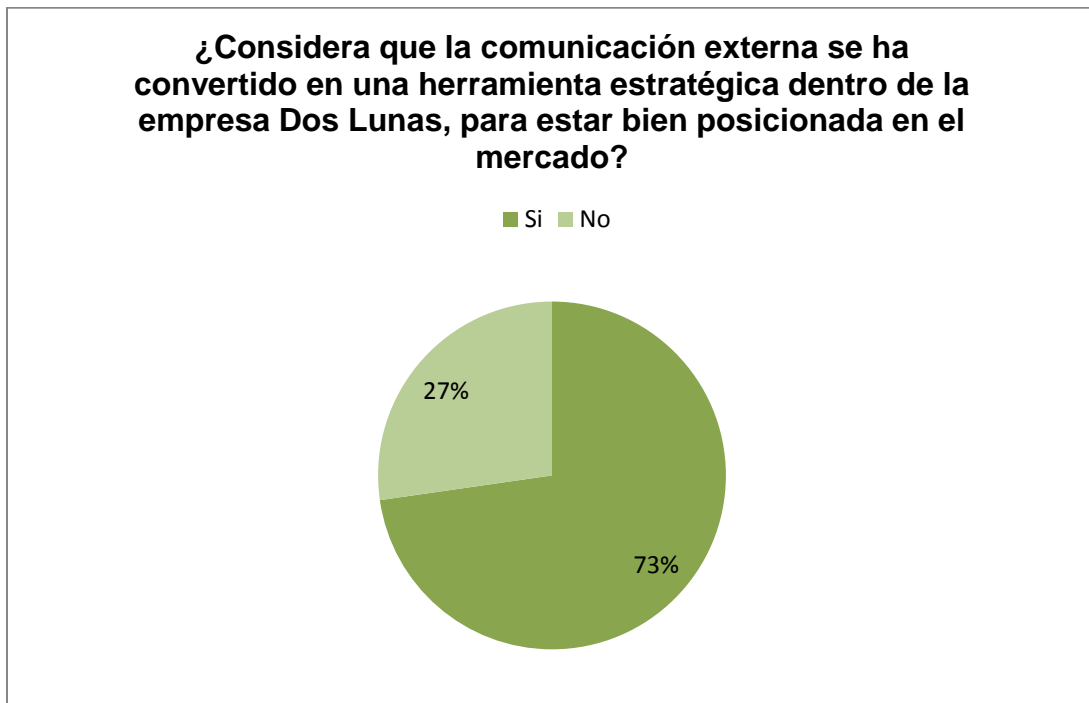


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Los resultados obtenidos con respecto a que si se considera usted que existe buena comunicación externa, el 27% afirman que si existe buena comunicación externa, mientras que un 73% consideran que no, lo que representa que el encuestado siente que no hay buena comunicación destinada a los públicos externos de una empresa Dos Lunas.

Grafica No.2

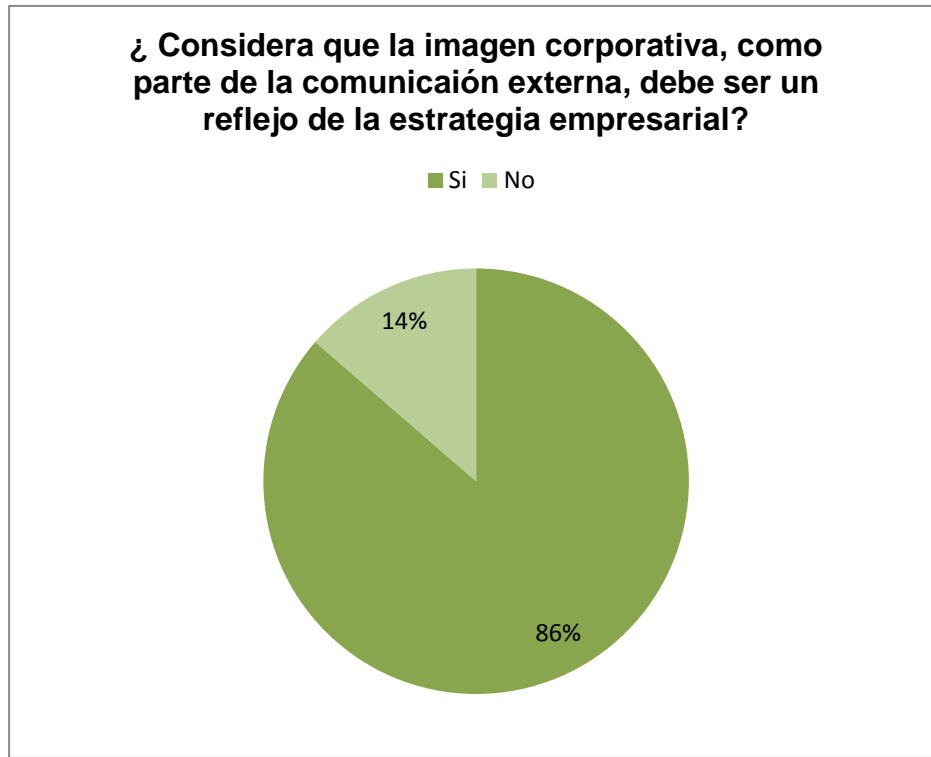


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Los resultados obtenidos con respecto a que si se considera que la comunicación externa se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de la empresa Dos Lunas, para estar bien posicionada en el mercado, el 73% afirman que si, mientras que un 27% consideran que no, lo que representa que el encuestado considera que la comunicación externa se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de la empresa Dos Lunas para poder posicionarse en el mercado.

Grafica No.3

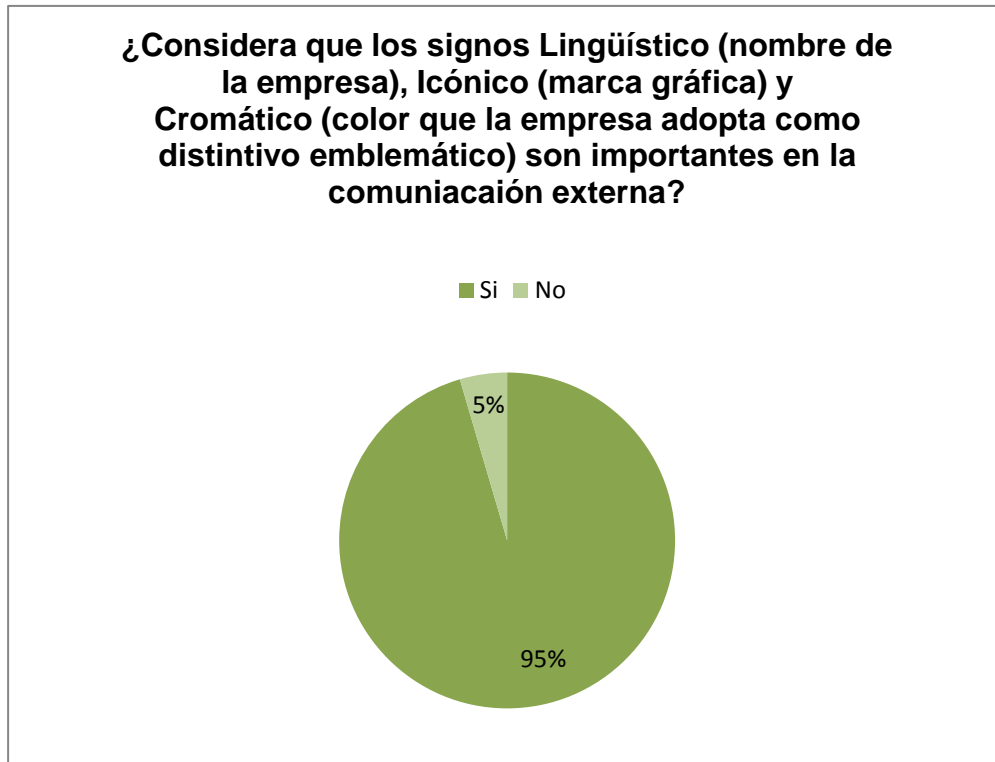


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Los resultados obtenidos con respecto a que si se considera que la imagen corporativa, como parte de la comunicación externa, debe ser un reflejo de la estrategia empresarial, el 86% afirman que si, mientras que un 14% consideran que no, lo que representa que la imagen corporativa, como parte de la comunicación externa, debe ser un reflejo de la estrategia empresarial para que el mercado tenga conocimiento, una opinión y una valoración positivas de la organización y, por tanto, de los productos y servicios que ofrecen.

Grafica No.4

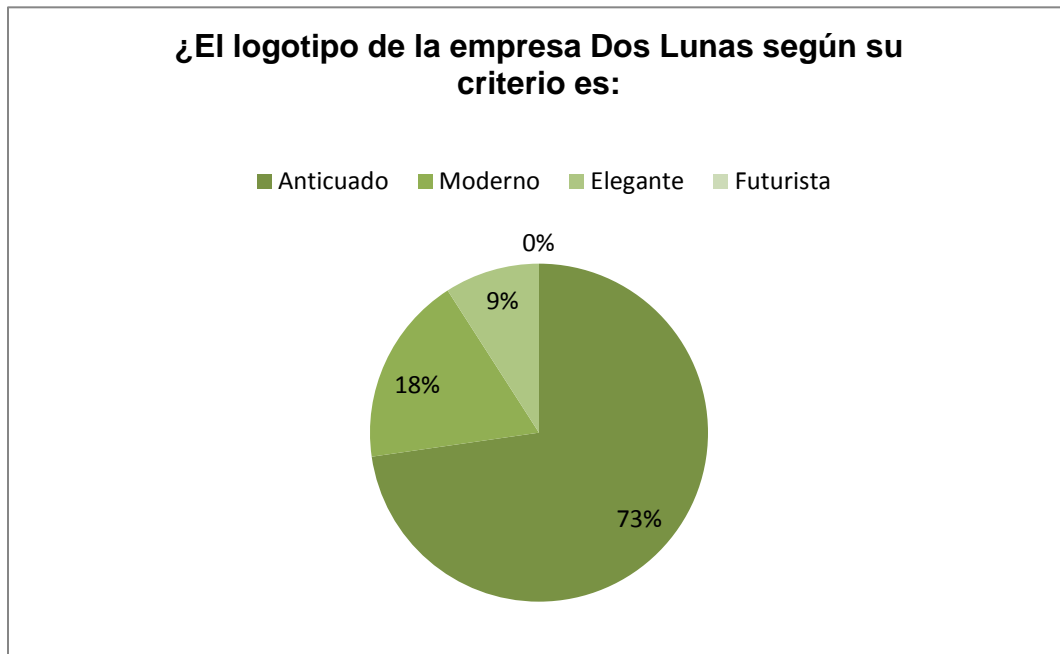


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Los resultados obtenidos con respecto a que si se considera que los signos Lingüístico (nombre de la empresa), Icónico (marca gráfica) y Cromático (color que la empresa adopta como distintivo emblemático) son importantes en la comunicación externa, el 95% afirman que si es importante en la comunicación externa, mientras que un 5% consideran que no, lo que indica que la imagen corporativa, como parte del sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir-facilitar el reconocimiento y la recordación de la empresa Dos Lunas, en cuanto a la comunicación externa.

Grafica No.5

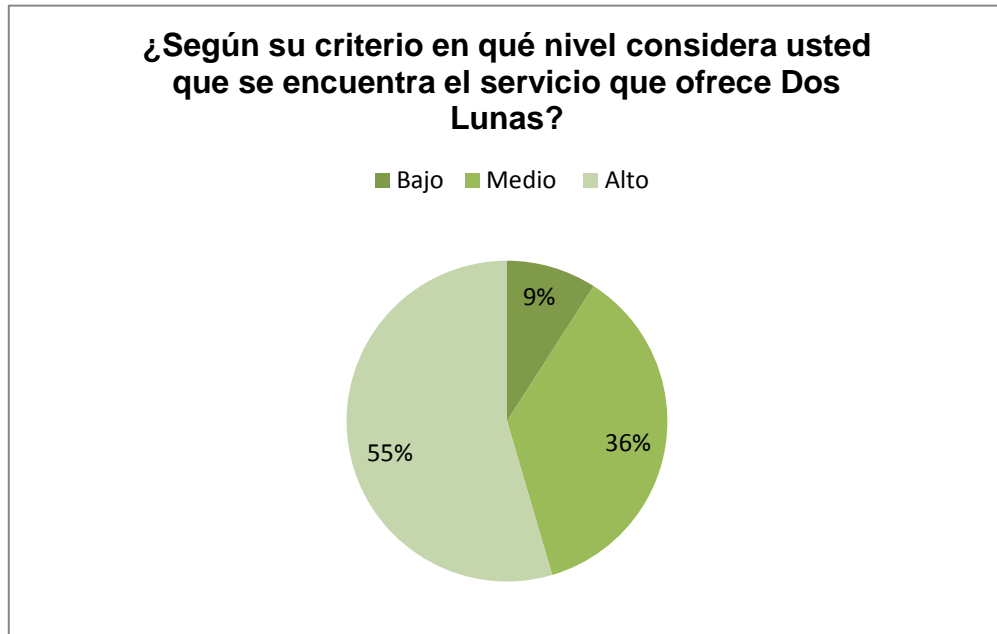


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

En la gráfica presentada se observa que los encuestados se inclinan en que el logotipo es anticuado para la empresa, con una representación cuantitativa del 73% lo que confirma la preocupación de dicha imagen, en cuanto a la comunicación externa. Sin embargo la segunda mención hace referencia que es moderna con una representación cuantitativa del 18%, mientras que el 9% de los encuestados responde que es elegante. Los resultados arrojados en esta pregunta son puntos claves porque nos permite visualizar la situación actual de la imagen corporativa y la comunicación externa, y que por los resultados obtenidos son percibidos antes los clientes externos de una manera anticuada.

Grafica No.6

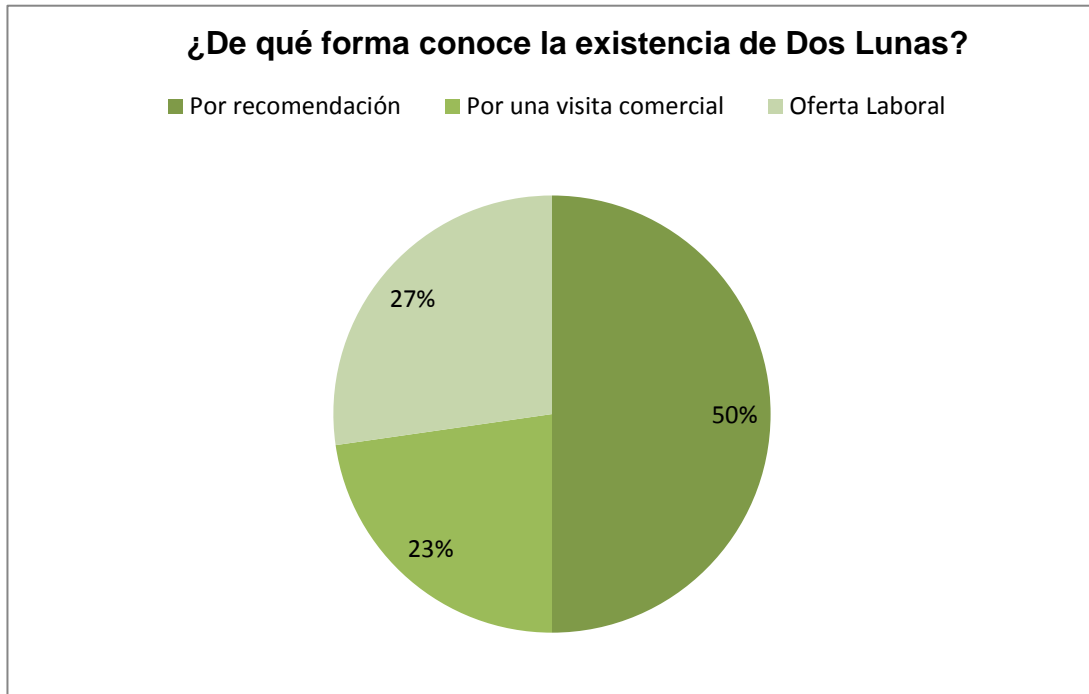


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Los resultados emitidos por los encuestados en relación al nivel de servicio que presta Dos Lunas, de lo cual se obtuvo que el 9% expreso que es muy bajo, el 36% señalo que la calidad del servicio es medio y el 55% expreso que es alto. Estos resultados obtenidos nos interpretan que la interacción entre los clientes y el grupo que conforman a Dos Lunas es favorable, pero de igual forma en lo que respecta a la comunicación externa, la misma debe ser mejorada y de esta forma mantener la satisfacción de los clientes en todos los contextos.

Grafica No.7

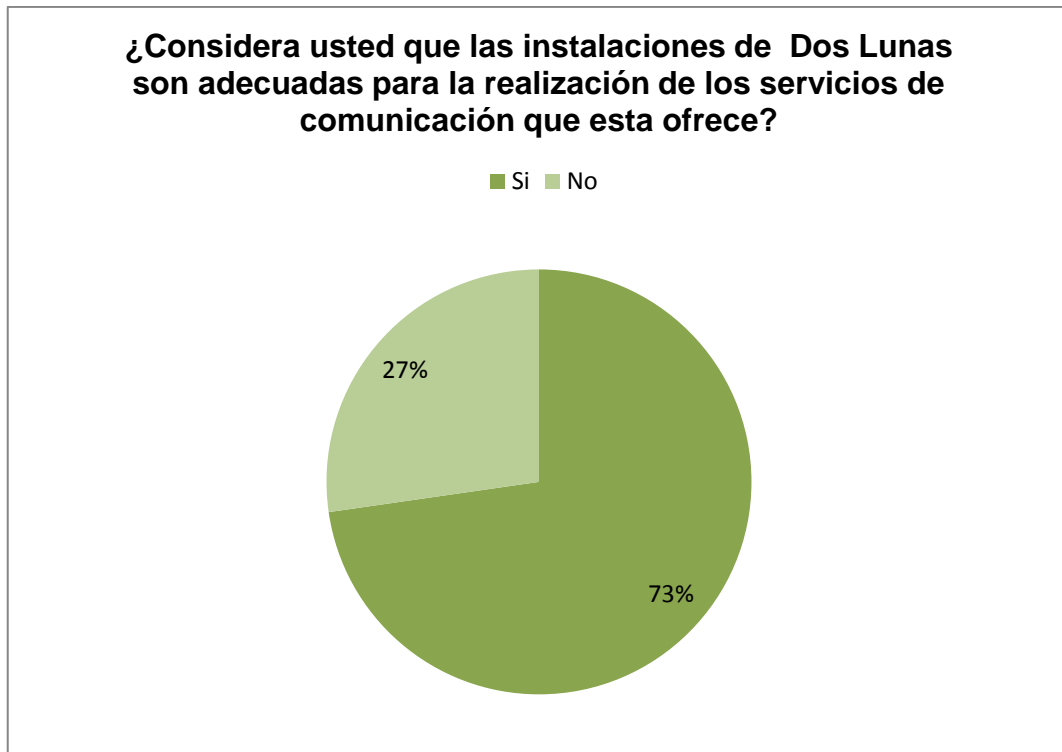


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

En relación a la interrogante de cómo conoce a la empresa, un 50% indico que por recomendación, otro 27% a través de una oferta laboral y un 23% por medio de una visita comercial. Esta información revela que parte de los encuestados son captados por recomendación, lo que afirma que el servicio prestado por Dos Lunas es confiable, teniendo en cuenta que la comunicación externa es el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa, directamente o a través de medios de comunicación o como a sus proveedores, clientes. En la actualidad, el promover las visitas comerciales serviría como estrategia de capturar clientes y dar a conocer a la organización.

Grafica No.8

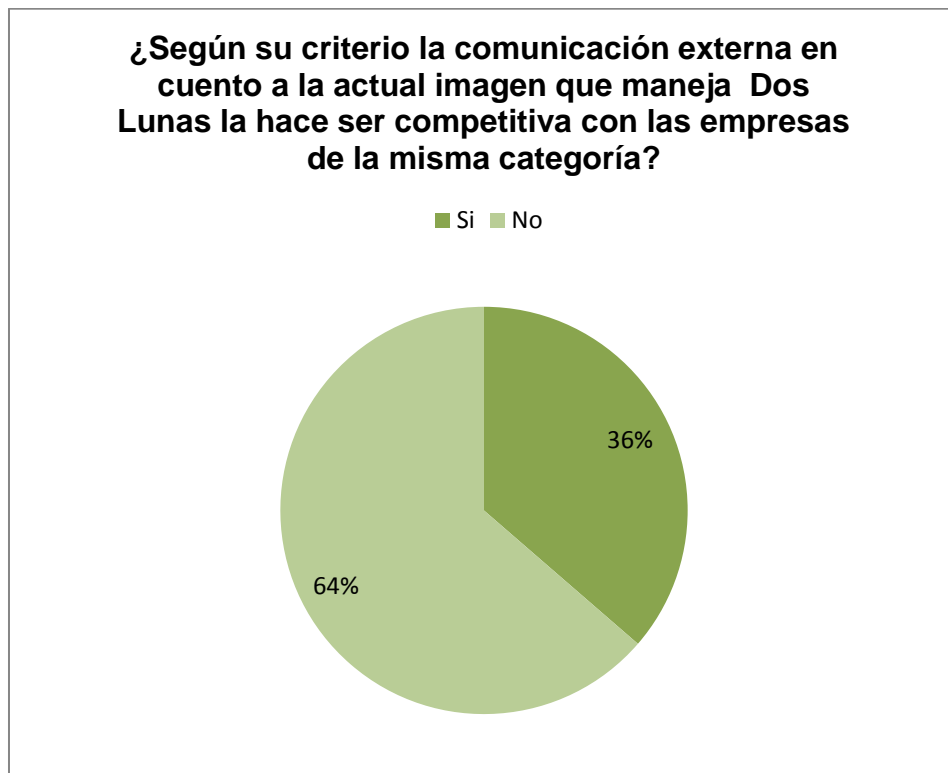


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Los resultados obtenidos, con respecto a que si se considera que las instalaciones de Dos Lunas son adecuadas para la realización de los servicios que esta ofrece, el 73% afirman que es adecuado el espacio para prestar el servicio ofrecido, mientras que un 27% consideran que no son adecuadas las instalaciones, lo que representa que el encuestado se siente cómodo cuando permanece en las instalaciones de Dos Lunas, logrando un sentimiento de pertenencia de los empleados, transmitiendo una imagen positiva, logrando una buena comunicación externa.

Grafica No.9

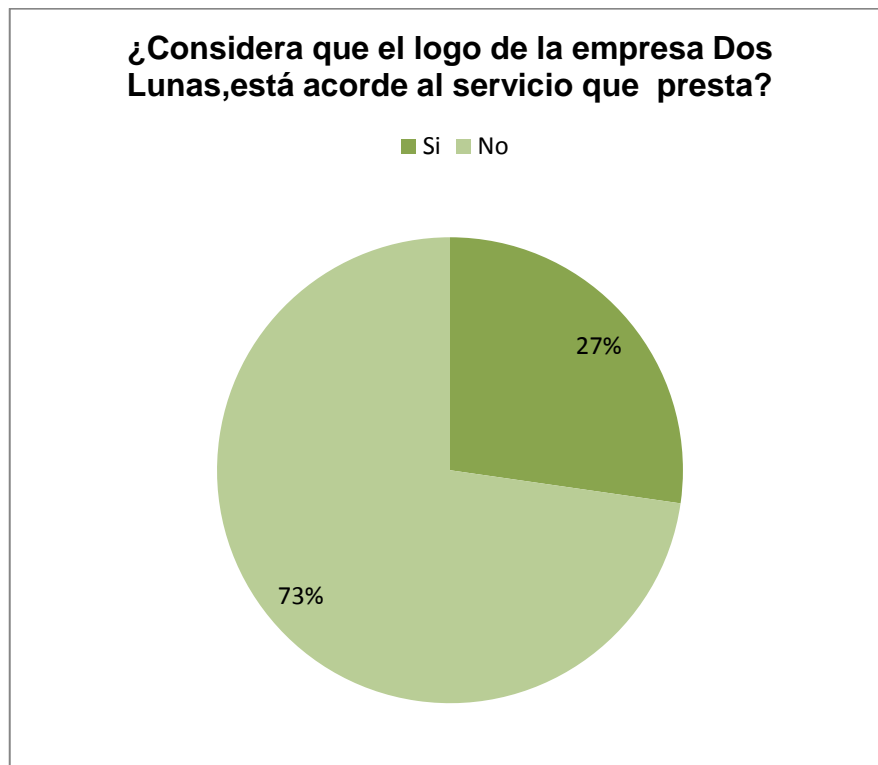


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Con un 64% de respuesta, la comunicación externa en cuento a la imagen actual de Dos Lunas, para los encuestados no es considerada competitiva dentro de mercado en el cual se desenvuelve. Mientras que el 36% opina que si es competitiva con la competencia. En este sentido, se requiere dar un giro a su imagen para mejorar la comunicación externa y hacer la misma más moderna, así que es necesario actualizar en todo lo inherente a lo que significa un nuevo cambio, para de esta forma poder mantenerse en el mercado.

Grafica No.10

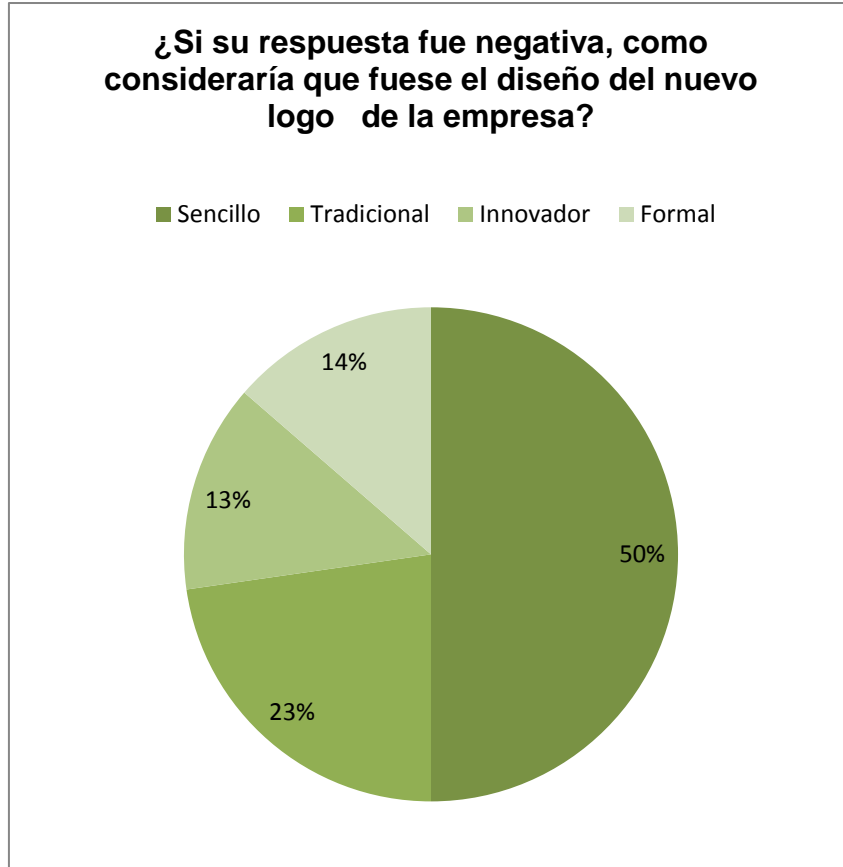


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Un 73 % responde de manera negativa la interrogante, el resto con un 27% respondió afirmativamente a la pregunta, lo que implica que es necesario realizar un plan estratégico de imagen corporativa que permita posicionar en el mercado a Dos Lunas, y fortalecer la percepción del cliente.

Grafica No.11

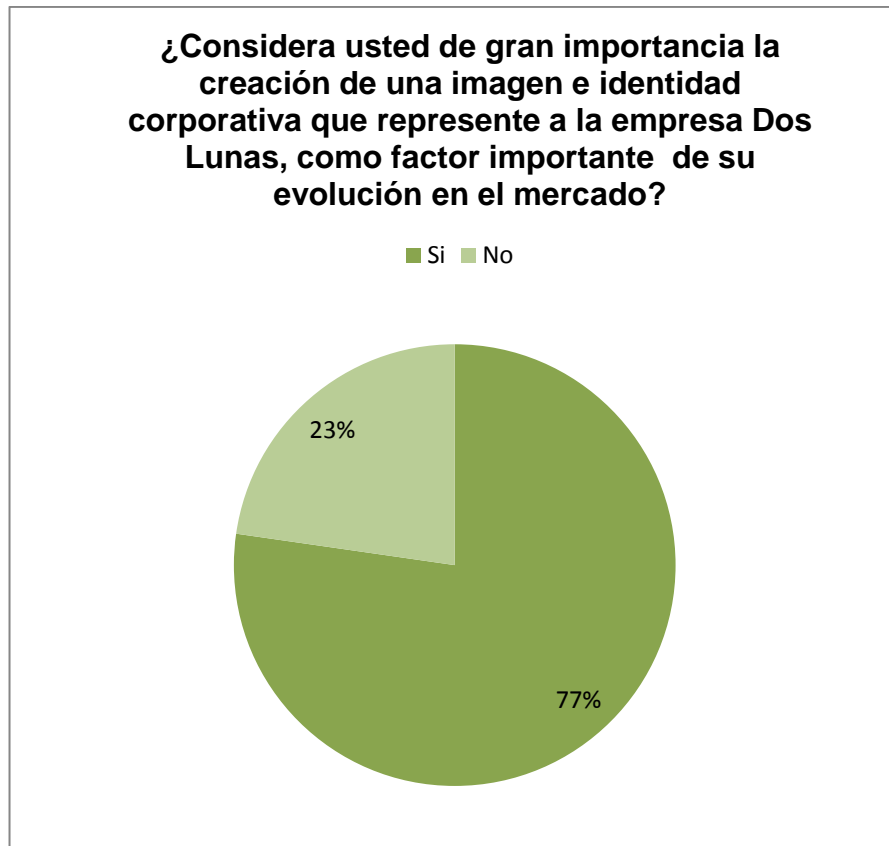


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

En la pregunta realizada el 50% apunto que el nuevo logo debería ser sencillo, mientras que un 23% opina que debería ser tradicional, los dos últimos opinan con un 14% que debería ser innovador y formal. Esto implica que debe ser un diseño capaz de persuadir en la mente del consumidor, con colores cálidos, dibujos representativos y pocas letras.

Grafica No.12

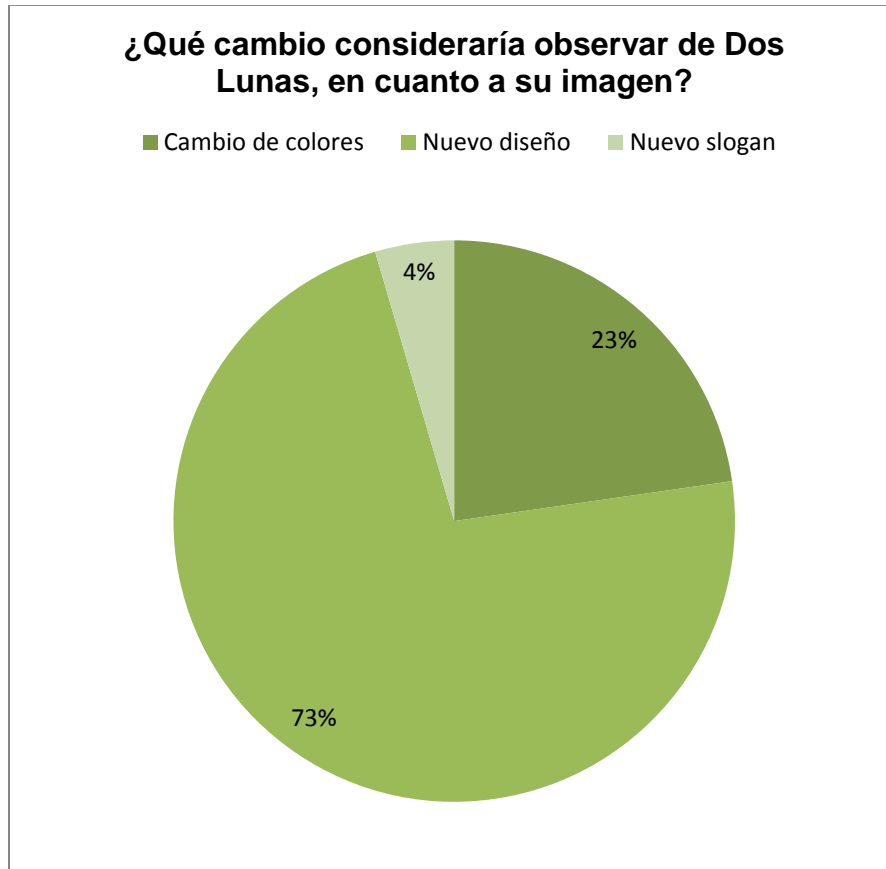


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Un 77% respondió afirmativo a la pregunta. Una nueva imagen incursionara a Dos Lunas en el camino de la innovación, a ser identificada; es por ello, la importancia de hacer un cambio que permita evolucionar en el tiempo. Y un 23% expresó que no es necesaria la creación de una nueva imagen e identidad corporativa para mejora de la comunicación externa.

Grafica No.13

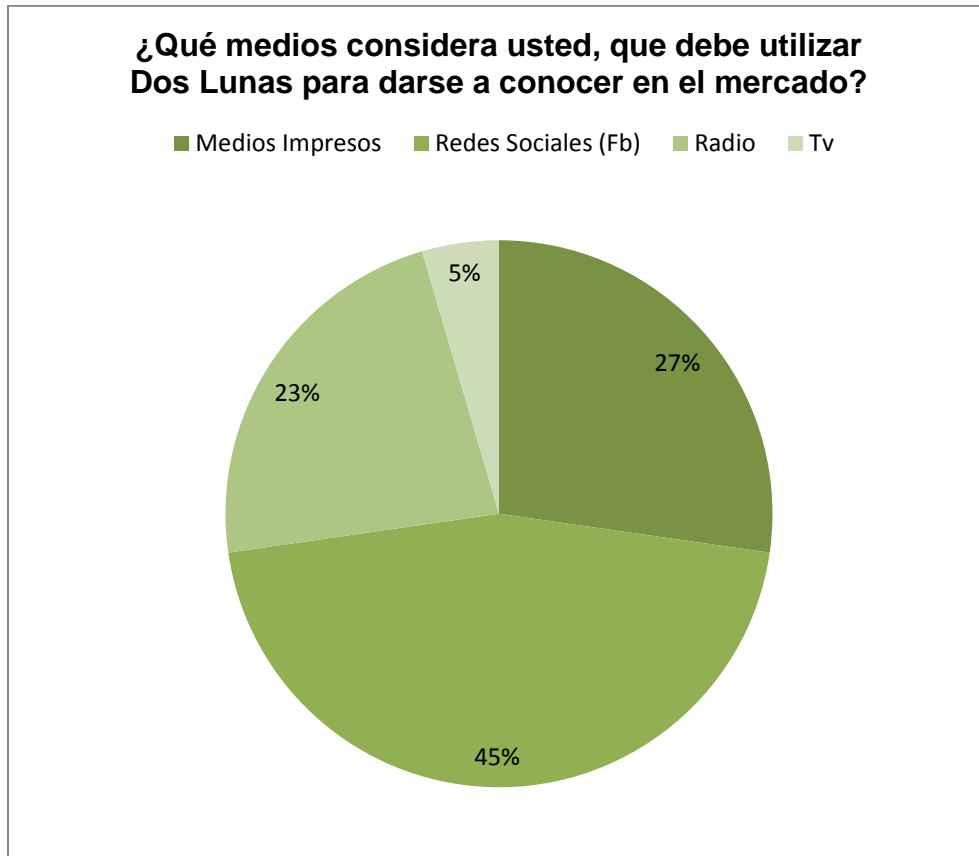


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

El porcentaje más alto correspondió al cambio con respecto a un nuevo diseño con un 73%. Opinión la necesidad de hacer una nueva imagen para Dos Lunas que permita posicionar aun más en el mercado. Mientras que el resto de los encuestados con un 27% opina lo contrario.

Grafica No.14

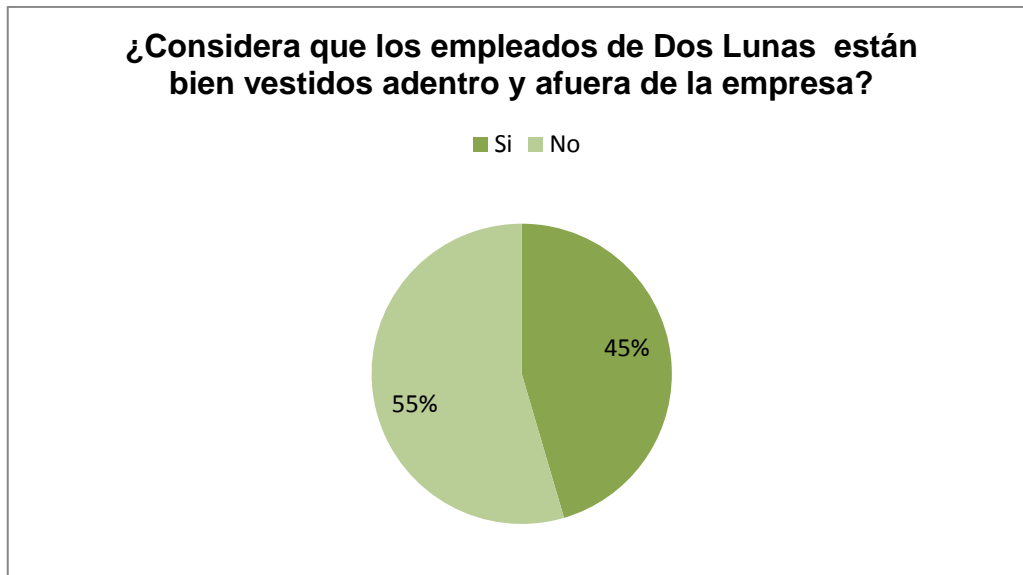


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

El porcentaje más alto correspondió al 45 % con respecto a Redes Sociales/FB. Lo que implica que se hace necesario realizar una campaña en Redes Sociales/ FB capaz de promover los servicios que ofrece Dos Lunas y que atraigan más clientes.

Grafica No.15



Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Interpretación:

Los resultados obtenidos, con respecto a que si se considera que los empleados de Dos Lunas están bien vestidos adentro y afuera de la empresa, el 45% afirman que si, mientras que un 55% consideran que no, lo que representa que el encuestado no posee un sentimiento de pertenencia, tomando en cuenta que el uso de uniforme ayuda a la buena comunicación externa.

Análisis general de los datos obtenido a través de las encuestas realizadas

Se concluyo por los resultados obtenidos que no se cuenta con una buena comunicación externa y que la comunicación es una herramienta estratégica para que Dos Lunas este bien posicionada en el mercado. Existen serios problemas con respecto a la imagen corporativa.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1. Fortalezas

- Personal calificado.
- Atención personalizada de calidad.
- Instalaciones físicas adecuadas.
- Competitividad de los precios de los servicios que se ofrecen.

1.5.2. Oportunidades

- Aparición de nuevos clientes en el mercado.
- Los clientes actuales mantienen expectativas positivas, con respecto al desarrollo y participación de la empresa en el mercado.
- Nuevo diseño de la imagen.
- Ubicación a nivel nacional
- Alianzas
- Tener un plan estratégico de comunicación

1.5.3. Debilidades

- No posee una buena comunicación externa
- No se considera importante la comunicación en cuanto a imagen corporativa.
- Es indiferente los signos de comunicación como la Lingüística, Icónica y Cromática.
- La imagen actual no es buena.
- No poseen objetivos de comunicación adecuados para transformar la imagen actual de la empresa en la imagen ideal para cada uno de los públicos.

1.5.4. Amenazas

- Grandes competidores en el mercado.
- Ser una empresa pequeña.
- Estar iniciando.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Esta empresa surge en el año 2015, como una iniciativa de su fundador Manuel Berganza, el cual mira un nicho de mercado en soluciones integrales en BTL, corporativas, sociales y espectáculos. Formado por un equipo pequeño pero talentoso y multidisciplinario que mezcla pasión + creatividad para lograr experiencias de marca memorables para todos. Trabajándole a marcas como barras tosh, empresa a la cual se apoyo con el montaje y logística en su sesión de educación continua y regulación de la ingesta alimentaria. Y prestando el servicio de BTL, Stands, Posicionamiento de marca para el Evento Corporativo en donde el glamour de Hollywood fue el tema central en esta noche de gala, donde los amigos de Pozuelo premiaron el liderazgo y la innovación de sus colaboradores.

Actualmente la empresa únicamente cuenta con la red social Fb, donde promociona sus servicios y solo posee el logotipo. Cuenta con los departamento de creatividad y diseño, departamento de cuentas y producción.

Los estudios previos antes de este plan de comunicación se pueden mencionar el de Estrategia para el Fortalecimiento de Comunicación Organizacional e Imagen Institucional de la Municipalidad de Jocotenango del Departamento de Sacatepéquez presentada por Jorge Adolfo De Jesús Sandoval Per en el año 2012, y el trabajo presentado por Fernando Ismael Flores Barrios en el año 2014 titulado “Estrategia de Comunicación de la Imagen Institucional de la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -Usac-”

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

- Elaborar un plan de comunicación interno y externo en la empresa Dos Lunas.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Crear los elementos de imagen corporativa que se adecuen al estilo de servicio que presta la empresa Dos Lunas
- Diseñar un plan estratégico de imagen corporativa para la empresa Dos Lunas con el fin de lograr su posicionamiento en el mercado.
- Elaborar material con la nueva imagen corporativa, con el fin de mejorar su posicionamiento en el mercado.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

- Aspectos demográficos: población urbana, jóvenes-adultos, guatemaltecos.
- Aspectos psicográficos: con gran liderazgo, extrovertido
- Aspectos socioeconómicos clase media baja.
- Públicos externos: proveedores, distribuidores, clientes de la empresa Dos Lunas, es importante que todos posean una imagen adecuada de nuestra organización.
- Aspectos demográficos: población urbana, adultos, guatemaltecos.
- Aspectos psicográficos: con gran liderazgo, extrovertido, nivel de cultura alto
- Aspectos socioeconómicos clase media alta, clase alta.

2.4. MENSAJE

"Nosotros somos tu complemento" Formando con la empresa (el cliente) un equilibrio dinámico, cuando existe un equilibrio es sinónimo de bienestar. Este mensaje se plasma por medio del símbolo de dos lunas, de colores opuestos colocadas en juego armonioso que simbolizan a la empresa Dos Lunas y a su cliente complementándose e inseparables para lograr un éxito en lo que se desee promocionar. Logrando una transformación en la marca, complementándose y evolucionando por que se tiene claro que todo se encuentra en continuo movimiento y cambio, de que absolutamente nada permanece fijo e invariable, que todo evoluciona, y que en ningún momento se mantiene estancado y parado en el tiempo, así como eso pasa en el mercado nosotros cambiamos con la marca (cliente).

2.5. ESTRATEGIAS

- Imagen Corporativa
 - Creación de logotipo : Transmitir información por medio de la comunicación visual, es la identidad por la que los clientes identifican a la empresa Dos Lunas y distinguen de la competencia. Por medio de las actividades de:
 - Lluvia de Ideas del Logotipo
 - Bocetaje del Logotipo
 - Diseño del Logotipo
 - Tipografía
 - Teoría Del Color
 - Vectorización
 - Aprobación por el Cliente
 - Implementación

- Papelería corporativa: Transmitir la filosofía de Dos Lunas, su manera de trabajar, generando más confianza y obteniendo una identidad corporativa con una coherencia y uniformidad que es percibida por el público de una manera mucho más receptiva valorando la empresa de una manera mucho más positiva con un mayor grado de aceptación que la competencia. Por medio de las actividades de:
 - Lluvia de Ideas
 - Bocetaje
 - Diseño
 - Cotización
 - Aprobación
 - Implementación

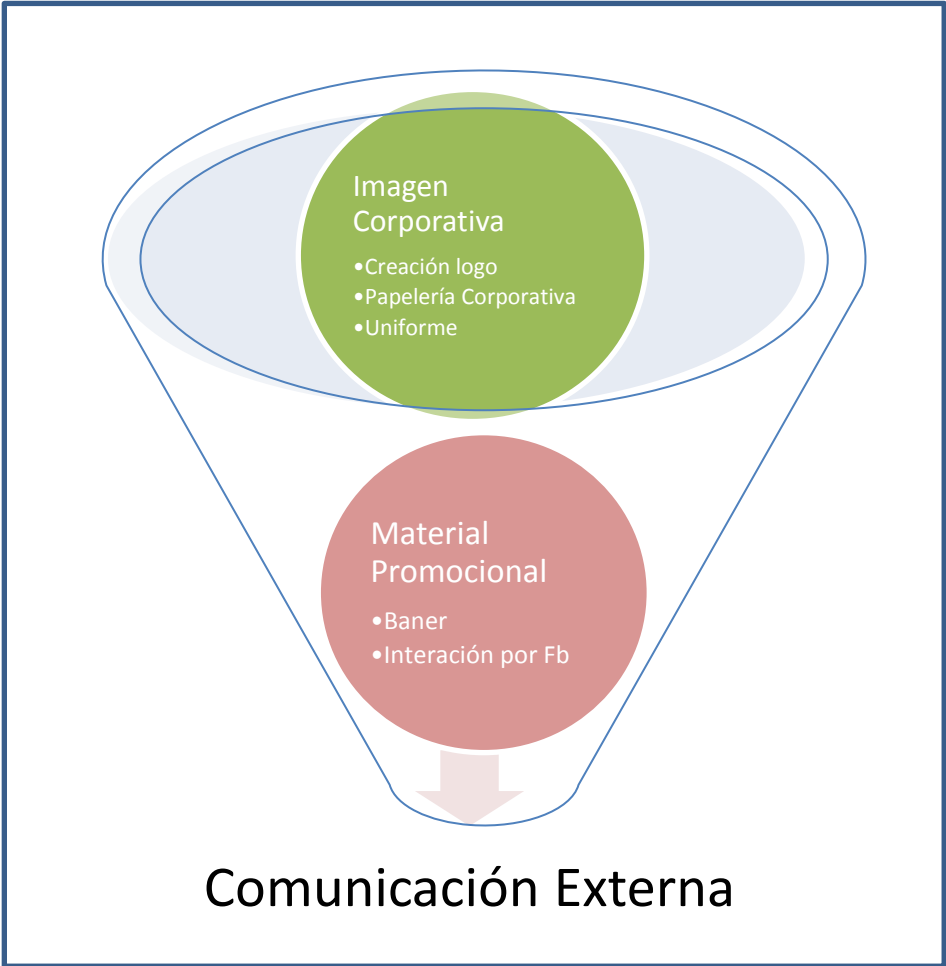
- Uniformes y Gafetes: Los miembros de la empresa Dos Lunas se sienten identificados y pueden convertirse en los Primeros Voceros. De esta manera se proyecta una imagen sólida y consolidada creando lealtad a la empresa. Por medio de las actividades de:
 - Propuesta
 - Cotización
 - Aprobación
 - Implementación

- Material Promocional
 - Baner o Roll Up: Promocionar y divulgar de manera eficaz los servicios e identificar a la empresa a los ojos del consumidor y lograr un buen posicionamiento siendo identificados en los eventos que realiza. Por medio de las actividades de:
 - Propuesta
 - Cotización

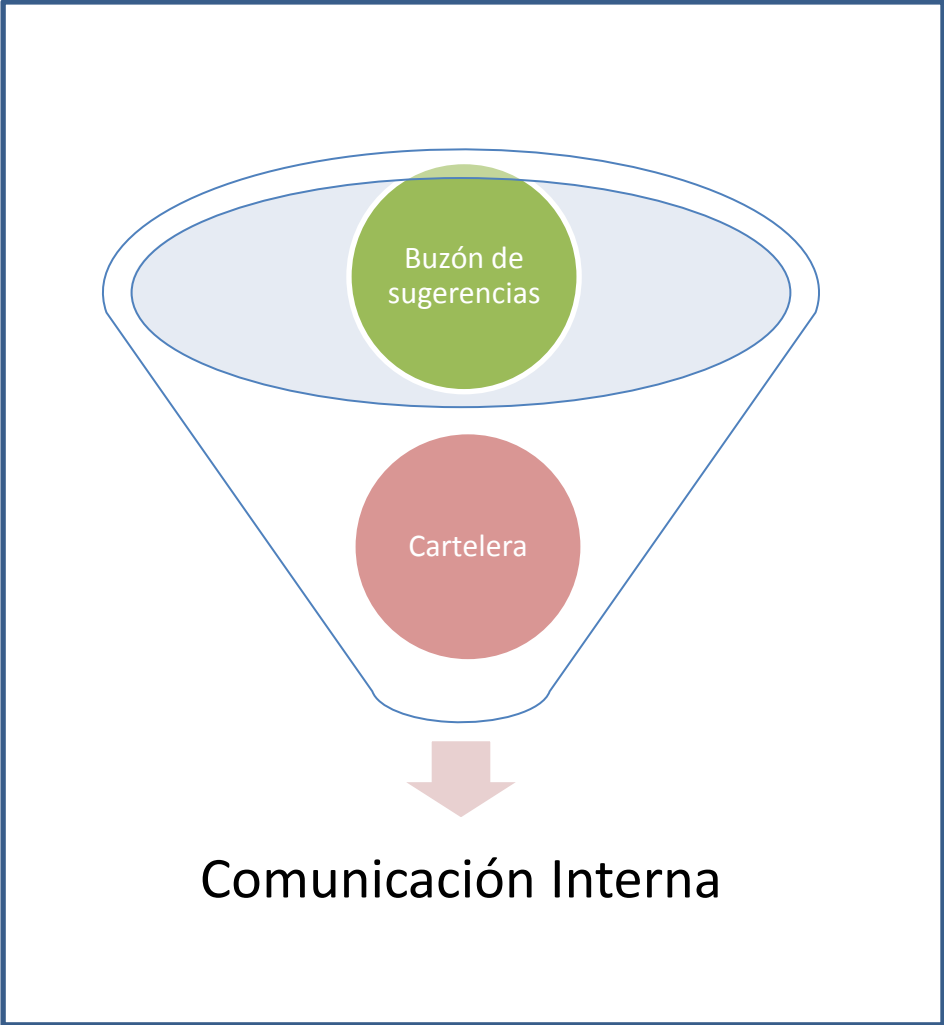
- Aprobación
 - Implementación
- Interacción en página de Fb: Difundir y publicitar a la empresa Dos Lunas, logrando comunicar a sus clientes y a la población en general, las razones por las cuales deben preferir y comprar sus productos y servicios.
- Lluvia de Ideas
 - Bocetaje
 - Diseño
 - Aprobación
 - Implementación

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Comunicación Interna y externa



Fuente: Jose Daniel Munguia-2017



Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción.	Cartelera y buzón de sugerencias
Problema	Existe escasez de flujos de información ascendentes que conlleva a la dificultad para que fluya la información.
Producto	Buzón de Sugerencias..
Objetivo comunicacional	Mejorar la comunicación ascendente, permitiendo la retroalimentación de abajo hacia arriba, teniendo como objetivo que los empleados de Dos Lunas puedan expresar sus opiniones o sugerencias.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Interno (empleados)
Medio de difusión	El buzón de sugerencias será una caja física, a la cual se le cortara un agujero lo suficiente grande para poder echar trozos de papel, pero no tan grande como para que puedas volver a sacarlos de forma fácil. Se colocara una señal prominente para que se sepa que se desean recibir sugerencias para mejorar. La ubicación será un lugar visible y concurrido, con participación de todos y el responsable de

canalizar y garantizar la eficacia de este medio será el área de comunicación y gerencia, monitoreándolo una vez por semana para lograr el feedback que motivará a los trabajadores a seguir tomando la iniciativa de plantear ideas y estimular a los trabajadores a que compartan su talento. .

Bocetos:

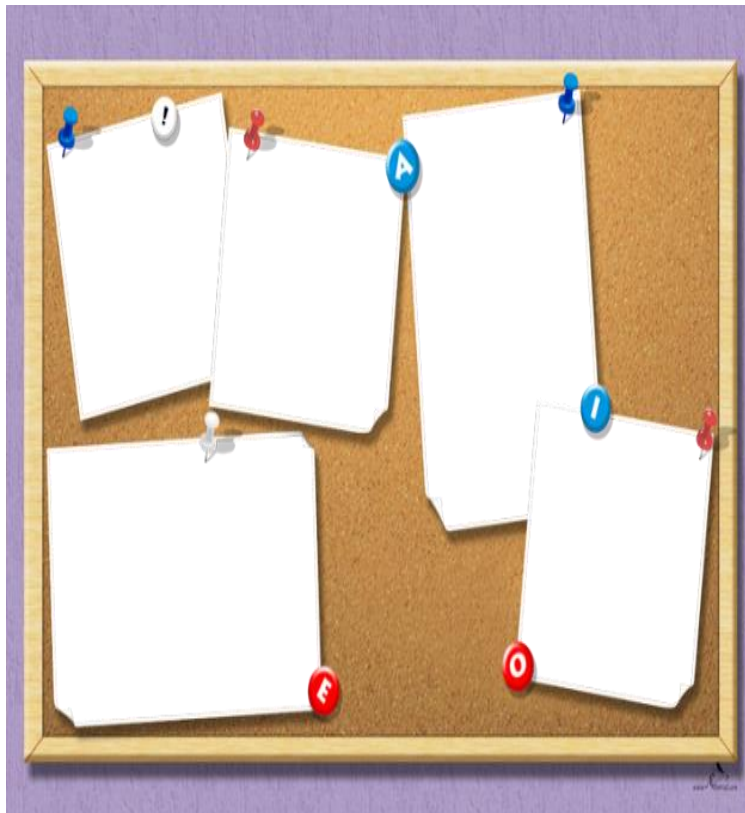


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción.	Comunicación Interna
Problema	Poca comunicación descendente, suele ser escasa. La falta de confianza para hablar con los superiores jerárquicos. La información se obstaculiza, se bloquea.
Producto	Cartelera.
Objetivo comunicacional	<p>Informar al personal de la empresa Dos Lunas, los hechos, datos e información de importancia para el desempeño de sus cargos o roles.</p> <p>Motivar a los empleados de Dos Lunas hacia el logro de objetivos comunes y crear un ambiente de trabajo estimulante y cordial, con el público interno.</p>
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Interno (empleados)
Medio de difusión	<p>Impreso:</p> <p>El primer aspecto considerado es el tamaño, se buscara un formato rectangular de 2 x 1 metros. Podrá ser de mayor o menor tamaño, lo esencial es mantener la proporción. El material en que se va a elaborar la cartelera, se recomienda de material poroso como el corcho, para que se facilite la fijación y retiro de avisos.</p> <p>En la cartelera de la empresa Dos Lunas maneja un solo tema impreso en papel tamaño 21.59cm*27.94 cm. Generalmente de gran impacto visual, la virtud que tienen es que</p>


concentran la atención del lector en una idea central muy concreta. Serán emitidos por directivos de la empresa, pero también pueden haber mensajes de las mismas áreas, donde comuniquen sus avances por medio de departamento de creatividad y diseño. Colocada en lugar visible y concurrida se renovara el contenido una vez por semana.

Bocetos:

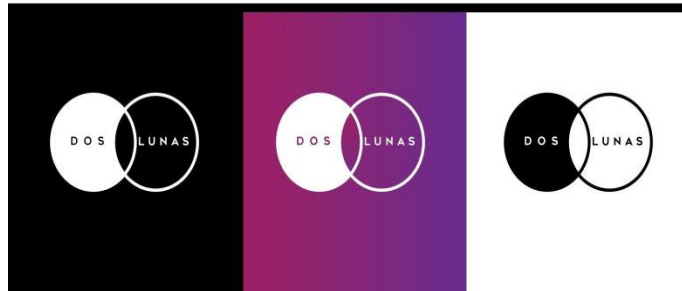


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Imagen Corporativa

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción.	Comunicación Externa - Imagen corporativa
Problema	No existe buena comunicación, los clientes potenciales no identifican a la empresa Dos Lunas, y no permite diferenciarla de la competencia.
Producto	Logotipo
Objetivo comunicacional	El logotipo tiene como objetivo transmitir información por medio de la comunicación visual, es la seña de identidad por la que los clientes identificarán la empresa Dos Lunas y distinguirá de la competencia.
Tipo de mensaje	Informativo e Persuasivo
Público objetivo	Interno (empleados) Externo (clientes)
Medio de difusión	Impreso y Digital.
Bocetos: Propuesta No. 1 	

Propuesta No. 2



Propuesta No. 3

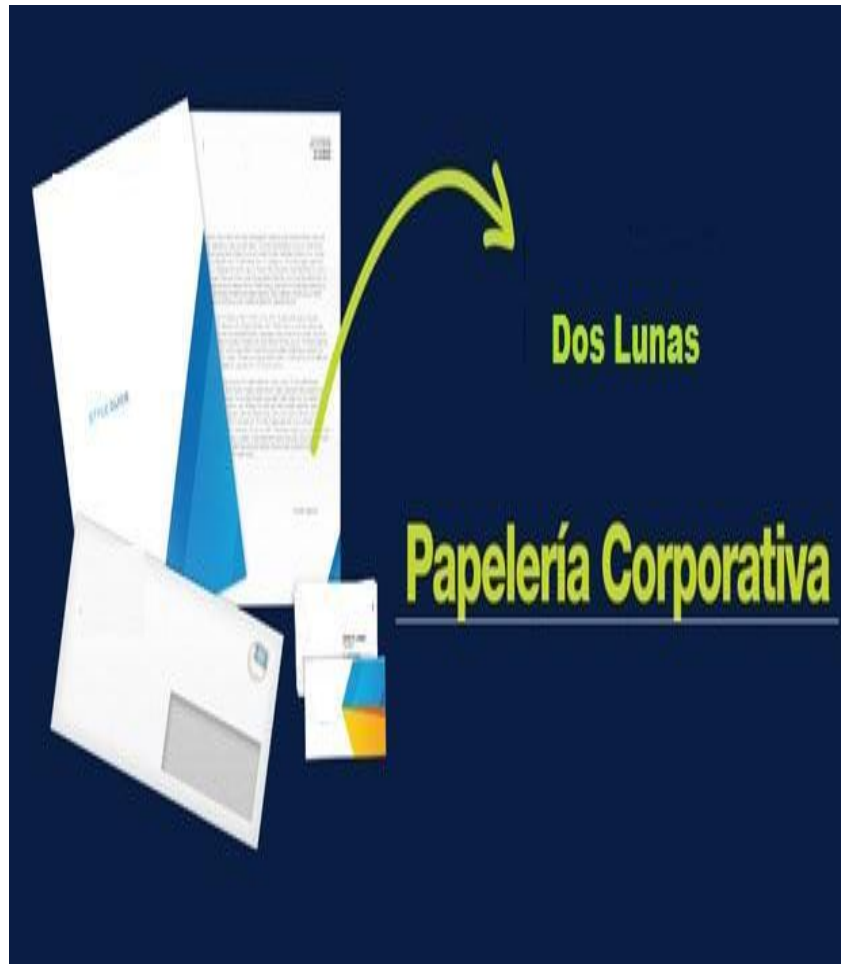


Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción.	Comunicación Externa - Imagen corporativa
Problema	No existe buena comunicación, los clientes potenciales no identifican a la empresa Dos Lunas, y no permite diferenciarla de la competencia.
Producto	Papelería Corporativa (Hojas Membretadas, tarjetas de presentación, folder y sobre manila.)
Objetivo comunicacional	Transmitir la filosofía de Dos Lunas, su manera de trabajar, generando más confianza y obteniendo una identidad corporativa con una coherencia y uniformidad que será percibida por el público de una manera mucho más receptiva valorando la empresa de una manera mucho más positiva con un mayor grado de aceptación que la competencia.
Tipo de mensaje	Informativo e Persuasivo
Público objetivo	Interno (empleados) Externo (clientes)
Medio de difusión	Impreso: <ul style="list-style-type: none"> ● Hojas membretadas: Medidas de 97.94* 21.59 en un tiraje de 500. ● Tarjetas de presentación: Medidas de 5*9 en un tiraje de 100. ● Folder: Medidas de 29*45 en un tiraje de 250.

- Sobre manila: Medidas de 30.5*23 en un tiraje de 250.

Bocetos:



Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

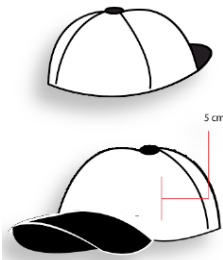
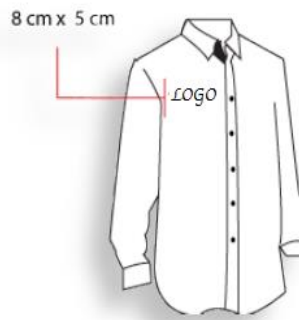
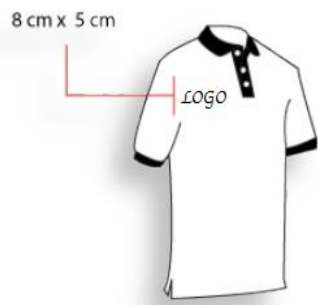
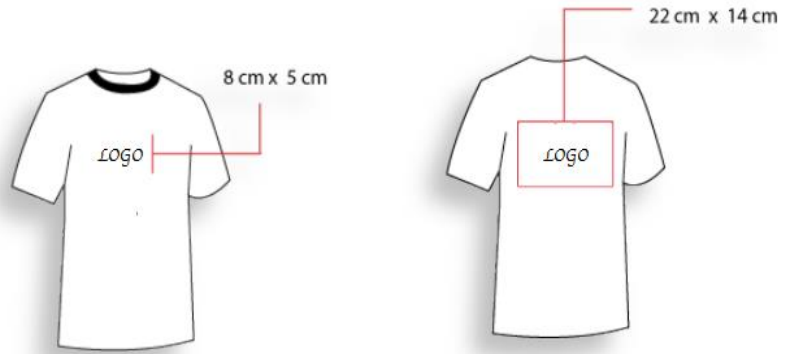
Acción 3	
A qué estrategia responde la acción.	Comunicación Externa - Imagen corporativa
Problema	Los empleados de Dos Lunas no posee un sentimiento de pertenencia, a los clientes se les dificulta identificar quiénes son los representantes de la empresa, connotan falta de seriedad y de compromiso.
Producto	Uniforme y gafete
Objetivo comunicacional	Lograr que los miembros de la empresa Dos Lunas se sientan identificados y puedan convertirse en los Primeros Voceros, se encuentran en un lugar especial de influencia hacia los Públicos Externos debido al nivel de información y conocimiento que poseen de la organización misma. De esta manera se proyectara una imagen sólida y consolidada creando lealtad a la empresa.
Tipo de mensaje	Persuasivo
Público objetivo	Interno (empleados)
Material	Los gafetes se sugieren sean impresos en material PVC full color. Se sugiere que los uniformes sean del siguiente material: *Camisa tipo polo en tela picke 100% algodón, con cuello y puño de diferente color, con bordado al

pecho. Para el personal de administrativo.
*Playera 100% algodón, blanca o de color hilo 20 con cuello y puño de diferente color con impresión adelante. Para el personal producción.
*Gorras en tela de gabardina con botón y velcro en la parte trasera, con bordado o serigrafía. Para el personal de producción.

Bocetos Gafetes:



Bocetos Uniformes:



Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Material Promocional





Acción 4	
A qué estrategia responde la acción.	Comunicación Externa - Material Promocional
Problema	La empresa Dos Lunas no cuenta con material promocional donde pueda divulgar sus servicios, no puede ser identificado en los eventos que realiza.
Producto	Roll up
Objetivo comunicacional	Promocionar y divulgar de manera eficaz los servicios e identificar a la empresa a los ojos del consumidor y lograr un buen posicionamiento siendo identificados en los eventos que realiza.
Tipo de mensaje	Informativo Persuasivo
Público objetivo	Externo (clientes)
Medio de difusión	Los roll ups, tipo de publicidad en formato display con la característica de ser auto enrollables. Con estructura superior de aluminio se puede enrollar y desenrollar el soporte gráfico sin necesidad de realizar ningún tipo de instalación, fácilmente transportable debido a su ligereza utilizado en eventos. Las medidas sugeridas para la empresa Dos Lunas 0.60*1.80 Mts o 0.80*2 Mts, la impresión es fácilmente intercambiable. Así, la empresa puede cambiar el soporte gráfico sin

	necesidad de comprar uno nuevo, altamente resistente y ofrece una resolución de imagen excelente que llamara la atención de tus potenciales clientes, incrementar tus ventas.
Medidas:	0.60*1.80 Mts
Bocetos:  Fuente: Jose Daniel Munguia-2017	

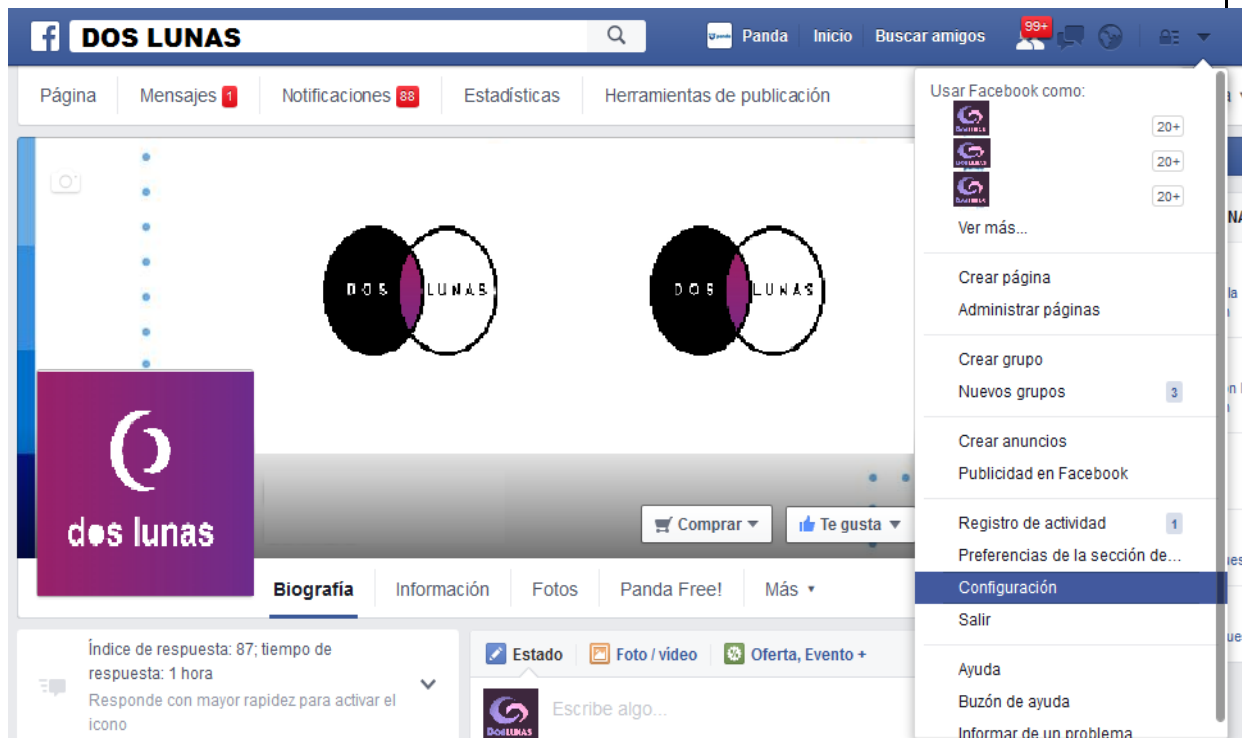
Acción 5	
A qué estrategia responde la acción.	Comunicación Externa - Material Promocional
Problema	No existe interés en seguir la Fan Page de Dos Lunas, debido a que existe mucho tiempo transcurrido desde la última publicación.
Producto	Página de FB
Objetivo comunicacional	Difundir y publicitar a la empresa Dos Lunas, para comunicar a sus clientes y a la población en general, las razones por las cuales deben preferir y comprar sus productos y servicios. Dos Lunas transmitirán la imagen deseada de su marca y persuadirá a la gente de comprar lo que ella vende.
Tipo de mensaje	Persuasivo
Público objetivo	Externo (clientes)
Material	Digital : Publicaciones de nuevos post atractivos a través de la Fan Page, para sumar nuevos seguidores, es necesario que para proyectar una imagen innovadora, se deban hacer cambios modestos a la imagen que proyecta el portal. Para esto se plantea cambiar el diseño gráfico, el rediseño incluirá modificaciones al logo y transmitir el mensaje que de ese sentir de servicio innovador y generar confianza en los públicos de interés de la empresa Dos Lunas.

<p>Porcentaje del público objetivo</p>	<p>Para logara aumentar los Likes en Facebook y entretener a la audiencia a la vez, se propone organizar nuevas publicaciones.</p> <p>Se utilizaran fotografías atractivas de eventos que la Empresa a realizado, con el efecto de ser compartidas y lograr conseguir más Me Gusta y atraer nuevos usuarios a la Fan Page.</p> <p>Se actualizara la pagina diariamente y se publicaran post, para lograr interesar y retener a los seguidores, compartiendo contenidos relevantes para la audiencia.</p>
---	--

Calendario editorial

JULIO					
Actividades	Responsable	3 al 7	10 al 14	17 al 21	24 al 28
IMPLEMENTACION	Jose Daniel Munguia	 Creación	 Promoción servicios	 Promoción servicios	 Promoción servicios

Bocetos:



Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

Estrategias de comunicación interna y externa para fortalecer la imagen corporativa de la empresa Dos Lunas.

3.1.1. Financiamiento

En un 73% los gastos fueron asumidos por el epesista. El 27% lo proporciono la empresa dos Lunas.

Financiamiento	Monto	Porcentaje
Epesista	Q4,340.00	71%
Empres Dos Lunas	Q1,800.00	29%
Total de Proyecto	Q6,140.00	100%

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
1	Búzon de Sugerencias	Q100.00	Q100.00	Epesista
1	Tablón de anuncios	Q200.00	Q200.00	Epesista
1	Diseño del Logotipo	Q360.00	Q360.00	Epesista
500	Hojas membretadas: Medidas de 97.94* 21.59.	Q0.72	Q360.00	Epesista
100	Tarjetas de presentación: Medidas de 5*9	Q1.00	Q100.00	Epesista
250	Folder: Medidas de 29*45	Q1.44	Q360.00	Epesista
250	Sobre manila: Medidas de 30.5*23	Q1.44	Q360.00	Epesista
24	Gafete	Q15.00	Q360.00	Epesista
4	Polos	Q135.00	Q540.00	Epesista
20	Playeras	Q90.00	Q1,800.00	Dos Lunas
20	Gorras	Q60.00	Q1,200.00	Epesista
2	Roll up	Q200.00	Q400.00	Epesista
TOAL DE PROYECTO			Q6,140.00	

Asesoría

Descripción	Costo total
Asesoría profesional	Q 16,000.00

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficios
Beneficiarios Primarios- Empresa Dos Lunas Empleados y directivos de la empresa Dos Lunas	El beneficiario principal es dirigido a este grupo, ya que dado que los empleados de la empresa Dos Lunas se encuentran en un lugar especial de influencia hacia los Públicos Externos debido al nivel de información y conocimiento que poseen de la organización misma. De modo que los empleados se sientan identificados y puedan convertirse en sus Primeros Voceros.
Beneficiarios Secundarios- Público en General Clientes de la empresa Dos Lunas	El beneficiario secundario se dirige a los Clientes es importante que todos posean una imagen adecuada de la empresa Dos Lunas. Proyectando una imagen positiva en dichos públicos haciendo que los mismos experimenten simpatía hacia la empresa Dos Lunas, generando una imagen positiva de la empresa.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Msc Manuel Berganza	Gerente General Empresa Dos Lunas	Asesoría y aprobación en los diseños de los materiales que se utilizaron en las acciones realizadas durante la Práctica Profesional.
Licda Jennyfer Gutierrez	Departamento de Creatividad y Diseño	Asesoría y apoyo en el diseño de los materiales que se utilizaron en las acciones realizadas durante la Práctica Profesional.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

Empresa Dos Lunas, Colonia Tecún Uman, Zona 15 Casa .

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Estrategia: Comunicación Interna

Objetivo Comunicacional:

La estrategia de la Comunicación interna tiene como objetivo motivar al equipo de trabajo y retener a los mejores talentos de la empresa. Para que los empleados de la empresa Dos Lunas sean los primeros Voceros de la Empresa.

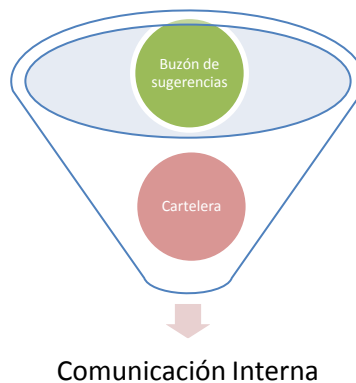
Descripción:

Se realizó un buzón de sugerencias que se elaboro con una caja física, a la cual se le corto un agujero lo suficiente grande para poder echar trozos de papel, pero no tan grande como para que puedan volver a sacar de forma fácil. Se coloco una señal prominente para que se sepa que se deseaban recibir sugerencias para mejorar. La ubicación fue un lugar visible y concurrido, con participación de todos y el responsable de canalizar y garantizar la eficacia de este medio fue el área de gerencia, monitoreándolo una vez por semana para lograr el feedback que motivara a los trabajadores a seguir tomando la iniciativa de plantear ideas y estimular a los trabajadores a que compartan sus observaciones.

Se coloco una cartelera de forma rectangular lo esencial fue mantener la proporción. El material en que se elaboro la cartelera, fue un material poroso como el corcho, para que se facilite la fijación y retiro de avisos. La cartelera de la empresa Dos Lunas manejo un solo tema impreso en papel tamaño carta. Fueron emitidos por la gerencia de la empresa, que incluirá información y palabras de motivación para el personal. Se coloco en lugar visible y concurrido se renovó el contenido una vez por semana, excepto los de información general.

Acciones Desarrolladas:

- Buzón de sugerencias: Mejoro la comunicación ascendente, permitiendo la retroalimentación de abajo hacia arriba, teniendo como objetivo que los empleados de Dos Lunas puedan expresar sus opiniones o sugerencias. Por medio de las actividades de:
 - Implementación
- Cartelera: Se informo al personal de la empresa Dos Lunas, los hechos, datos e información de importancia para el desempeño de sus cargos o roles. Motivar a los empleados de Dos Lunas hacia el logro de objetivos comunes y crear un ambiente de trabajo estimulante y cordial, con el público interno. Por medio de las actividades de:
 - Implementación



Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Imágenes:



Msc. Manuel Berganza, Gerente Empresa Dos Lunas, en reunión con el epesista Jose Munguia para aprobar la estrategia.-Junio y Julio 2017-



Presentación final del buzón de sugerencias elaborado por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-



Presentación final de la cartelera elaborada por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-

Estrategia: Externa

Objetivo Comunicacional:

La estrategia de la Comunicación externa tiene como objetivo desarrollar actividades dirigidas a crear, mantener o mejorar la relación con los clientes, proyectar una imagen positiva y promover los productos y servicios.

Descripción:

Se procedió a una lluvia de ideas, luego a realizar un bocetaje examinando todos los aspectos, se diseño y vectorizo la propuesta, posteriormente se siguió la fase de aprobación por el cliente para terminar con la implementación se adecuada y coherente de las actividades de comunicación a los diferentes objetivos.

Acciones Desarrolladas:

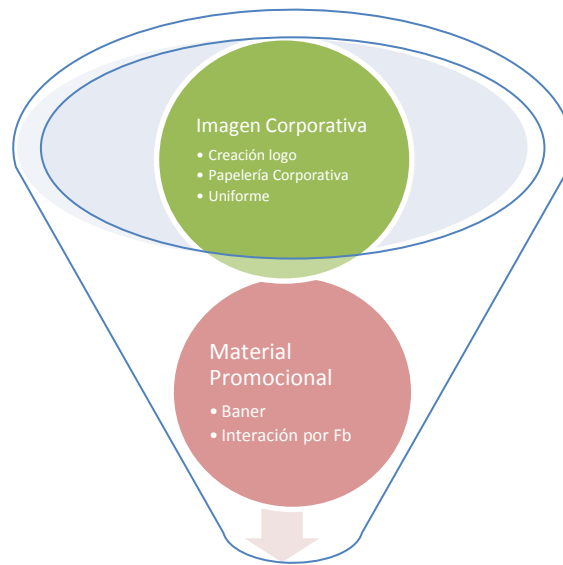
- Imagen Corporativa
 - Creación de logotipo : Transmitir información por medio de la comunicación visual, es la identidad por la que los clientes identifican a la empresa Dos Lunas y distinguen de la competencia. Por medio de las actividades de:
 - Lluvia de Ideas del Logotipo
 - Bocetaje del Logotipo
 - Diseño del Logotipo
 - Tipografía
 - Teoría Del Color
 - Vectorización
 - Aprobación por el Cliente
 - Implementación

- Papelería corporativa: Transmitir la filosofía de Dos Lunas, su manera de trabajar, generando más confianza y obteniendo una identidad corporativa con una coherencia y uniformidad que es percibida por el público de una manera mucho más receptiva valorando la empresa de una manera mucho más positiva con un mayor grado de aceptación que la competencia. Por medio de las actividades de:
 - Lluvia de Ideas
 - Bocetaje
 - Diseño
 - Cotización
 - Aprobación
 - Implementación

- Uniformes y Gafetes: Los miembros de la empresa Dos Lunas se sienten identificados y pueden convertirse en los Primeros Voceros. De esta manera se proyecta una imagen sólida y consolidada creando lealtad a la empresa. Por medio de las actividades de:
 - Propuesta
 - Cotización
 - Aprobación
 - Implementación

- Material Promocional
 - Baner o Roll Up: Promocionar y divulgar de manera eficaz los servicios e identificar a la empresa a los ojos del consumidor y lograr un buen posicionamiento siendo identificados en los eventos que realiza. Por medio de las actividades de:
 - Propuesta

- Cotización
 - Aprobación
 - Implementación
- Interacción en página de Fb: Difundir y publicitar a la empresa Dos Lunas, logrando comunicar a sus clientes y a la población en general, las razones por las cuales deben preferir y comprar sus productos y servicios.
- Lluvia de Ideas
 - Bocetaje
 - Diseño
 - Aprobación
 - Implementación



Comunicación Externa

Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Imágenes:



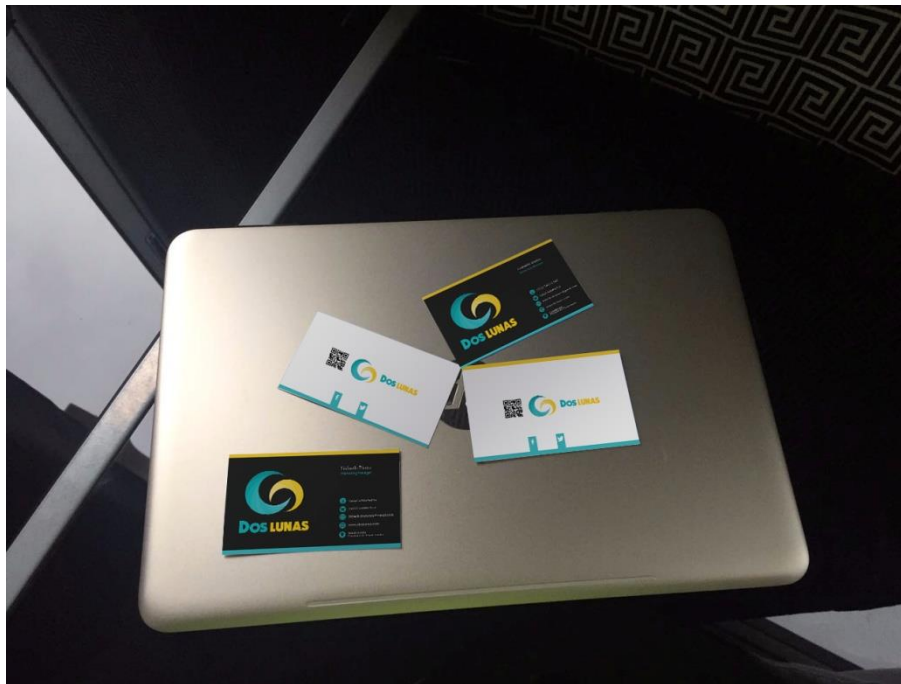
Msc. Manuel Berganza, Gerente Empresa Dos Lunas, en reunión con el epesista Jose Munguia para aprobar logotipo.-Junio y Julio 2017-



Logotipo final elaborado por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-



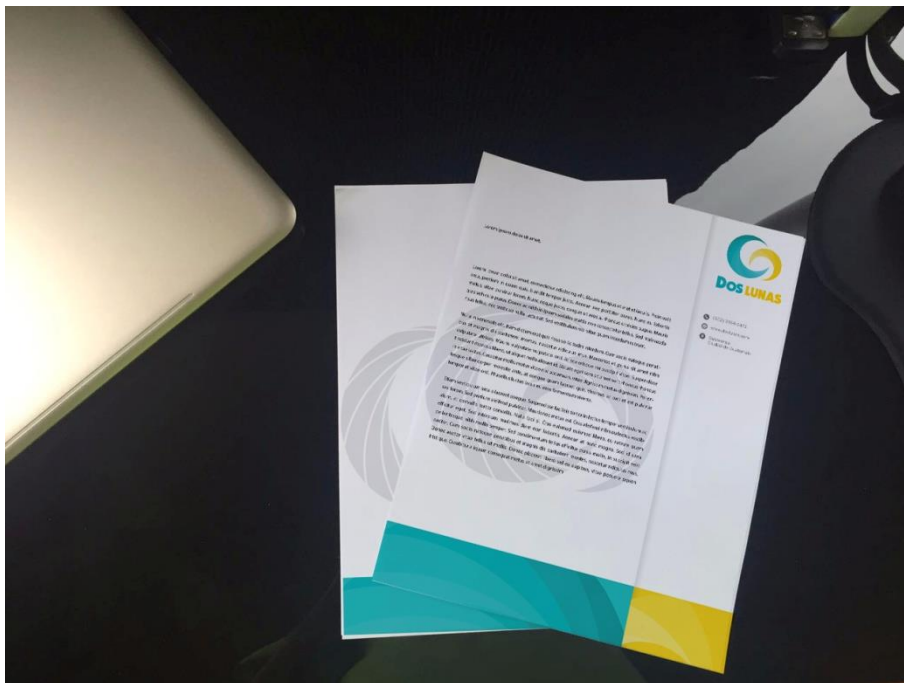
Diseñado final de tarjeta de presentación de la empresa Dos Lunas elaborada por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-



Entrega de las tarjetas de presentación elaboradas por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-



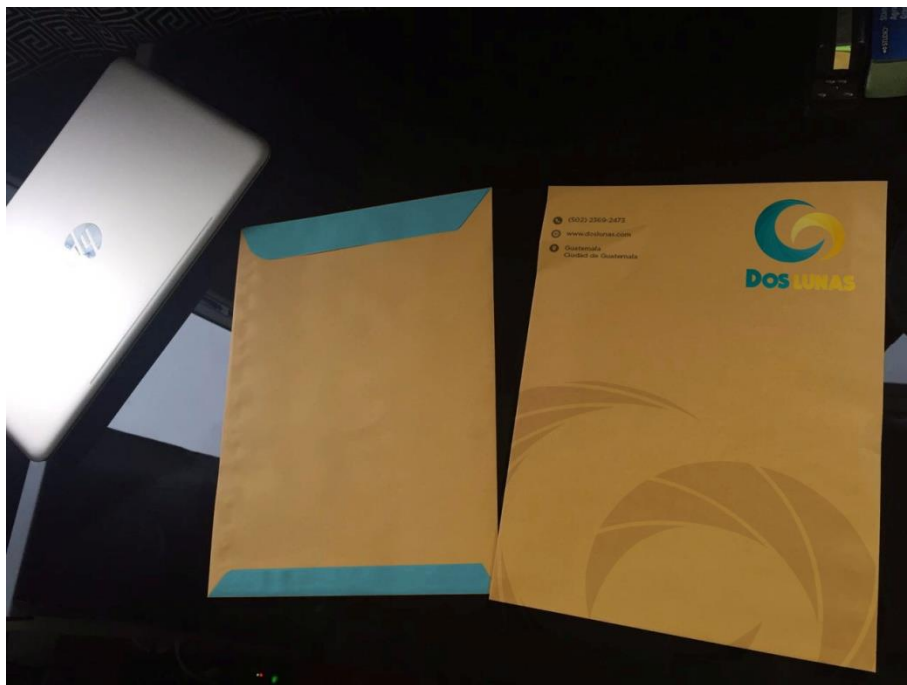
Diseño final de hoja membretada de la empresa Dos Lunas elaborada por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-



Entrega de hojas membretadas elaboradas por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-



Diseño final de sobre de la empresa Dos Lunas elaborado por el epeista Jose Munguia.- Julio 2017-



Entrega de sobres elaborados por el epeista Jose Munguia.- Julio 2017-



Diseño final del folder de la empresa Dos Lunas elaborado por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-



Entrega de folder de la empresa Dos Lunas elaborados por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-



**Diseñado final de uniformes de la empresa Dos Lunas elaborado por el epeista Jose Munguia.-
Julio 2017-**



**El Msc. Manuel Berganza, Gerente Empresa Dos Lunas, luciendo la camisa tipo polo elaborada por
el epeista Jose Munguia.- Julio 2017-**



Diseñado final de gafete de la empresa Dos Lunas elaborado por el epeista Jose Munguia.- Julio 2017-




Entrega de gafete para los empleados de la empresa Dos Lunas elaborado por el epeista Jose Munguia.- Julio 2017-



Diseño final de roll up de la empresa Dos Lunas elaborado por el epesista Jose Munguia.- Julio 2017-



Entrega de roll up en la actividad realizada por Dos Lunas, elaborado por el epesista Jose Munguia, -Julio 2017-



Dos Lunas BTL
@DosLunasBTL


Inicio

Información

Fotos


• BTL • PROMOCIONALES • EVENTOS CORPORATIVOS

Y MÁS

 **Dos Lunas BTL** agregó 6 fotos nuevas — en 📍 Hilton Garden Inn Guatemala City.









30 de agosto de 2016 · 🌐

Un honor haber acompañado a Galletas Tosh apoyando con el montaje y logística en su sesión de educación continua y regulación de la ingesta alimentaria.

 **Dos Lunas BTL** agregó 13 fotos nuevas — en 📍 Adriatika Hotel Boutique.

5 de septiembre de 2016 · 🌐

El glamour de Hollywood fue el tema central en esta noche de gala, donde nuestros amigos de Pozuelo premiaron el liderazgo y la innovación de sus colaboradores.

8 publicaciones de nuevos post post atractivos a través de la Fan Page de Dos Lunas, para sumar nuevos seguidores, elaboradas por el epesista Jose Munguia - Julio 2017-

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

No.	Actividades	Responsable	JUNIO				JULIO			
			5 al 9	12 al 16	19 al 23	26 al 30	3 al 7	10 al 14	17 al 21	24 al 28
1	REALIZAR EL PLAN DE TRABAJO	Jose Daniel Munguia								
COMUNICACIÓN INTERNA										
BUZON DE SUGERENCIAS										
1	IMPLEMENTACION	Jose Daniel Munguia								
CARTELERA										
2	IMPLEMENTACION	Jose Daniel Munguia								
COMUNICACIÓN EXTERNA										
IMAGEN CORPORATIVA										
LOGOTIPO										
1	LLUVIA DE IDEAS DEL LOGOTIPO	Jose Daniel Munguia								
2	BOCETAJE DEL LOGOTIPO	Jose Daniel Munguia								
3	DISEÑO DEL LOGOTIPO	Jose Daniel Munguia								
4	TIPOGRAFIA	Jose Daniel Munguia								
5	TEORIA DEL COLOR	Jose Daniel Munguia								
6	VECTORIZACION	Jose Daniel Munguia								
7	APROBACION POR CLIENTE	Jose Daniel Munguia								
8	IMPLEMENTACION	Jose Daniel Munguia								
PAPELERIA CORPORATIVA										
1	LLUVIA DE IDEAS	Jose Daniel Munguia								
2	BOCETAJE	Jose Daniel Munguia								
3	DISEÑO	Jose Daniel Munguia								
4	COTIZACION	Jose Daniel Munguia								
5	APROBACION POR CLIENTE	Jose Daniel Munguia								
6	IMPLEMENTACION	Jose Daniel Munguia								
UNIFORME Y GAFETE										
1	PROPUESTA	Jose Daniel Munguia								
2	COTIZACION	Jose Daniel Munguia								
3	APROBACION POR CLIENTE	Jose Daniel Munguia								
4	IMPLEMENTACION	Jose Daniel Munguia								
MATERIAL PROMOCIONAL										
ROLL UP										
1	PROPUESTA	Jose Daniel Munguia								
2	COTIZACION	Jose Daniel Munguia								
3	APROBACION POR CLIENTE	Jose Daniel Munguia								
4	IMPLEMENTACION	Jose Daniel Munguia								
PAGINA DE FB										
1	LLUVIA DE IDEAS	Jose Daniel Munguia								
2	BOCETAJE	Jose Daniel Munguia								
3	DISEÑO	Jose Daniel Munguia								
4	APROBACION POR CLIENTE	Jose Daniel Munguia								
5	IMPLEMENTACION	Jose Daniel Munguia								

Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia Comunicación interna	Indicadores Cuantitativos (Participación)	Indicadores Cualitativos (Comentario u opiniones)
Buzón de sugerencias Objetivo: Mejorar la comunicación ascendente, permitiendo la retroalimentación.	1 Buzón de sugerencias Los 24 trabajadores pudieron dar su opinión.	"Puedo expresar mi opinión y dar sugerencias para mejorar."
Cartelera Objetivo: Informar de hechos, datos e información importante, mensajes de motivación.	1 cartelera 8 mensajes de motivación y 2 circulares informativas.	"Excelente iniciativa de publicar frases celebres que llamen a la reflexión y que se pueda tener acceso a la información de la empresa."
Estrategia Comunicación externa	Indicadores Cuantitativos (Participación)	Indicadores Cualitativos (Comentario u opiniones)
Imagen Corporativa Creación de logotipo Objetivo: Transmitir información por medio de la comunicación visual, para que	Logotipo	" El nuevo logo es sencillo e innovador. El diseño es capaz de persuadir en la mente del consumidor, con

<p>los clientes identifique a la empresa Dos Lunas y se distinga de la competencia.</p>		<p>colores cálidos, dibujos representativos y pocas letras."</p>
<p>Imagen Corporativa Papelería corporativa Objetivo: Transmitir la filosofía de Dos Lunas, su manera de trabajar, generando más confianza y obteniendo una identidad corporativa con una coherencia y uniformidad.</p>	<p>Hojas membretadas en un tiraje de 500. Tarjetas de presentación en un tiraje de 100. Folder en un tiraje de 250. Sobre manila en un tiraje de 250.</p>	<p>"La papelería corporativa de Dos Lunas está presente en muchas de las relaciones con clientes, por lo tanto tener una papelería corporativa cuidada y con coherencia da la oportunidad de transmitir el mensaje que la empresa quiere comunicar."</p>
<p>Imagen Corporativa Uniformes y Gafetes Objetivo: Lograr que los empleados de la empresa Dos Lunas se sienten identificados y pueden convertirse en los Primeros Voceros.</p>	<p>24 gafetes 4 polos 20 playeras 20 gorras</p>	<p>" De esta manera se proyecta una imagen sólida y consolidada creando lealtad a la empresa Dos Lunas."</p>
<p>Material Promocional Baner o Roll Up Objetivo: Promocionar y divulgar de manera eficaz los servicios.</p>	<p>1 roll up</p>	<p>" Se identificar a la empresa a los ojos del consumidor y logra un buen posicionamiento</p>

		siendo identificados en los eventos que realiza."
Material Promocional Interacción en página de Fb Objetivo: Difundir y publicitar a la empresa Dos Lunas, logrando comunicar a sus clientes y a la población en general, las razones por las cuales deben preferir y comprar sus productos y servicios.	8 publicaciones de nuevos post atractivos a través de la Fan Page, para sumar nuevos seguidores.	"Proyectan una imagen innovadora, logrando conseguir más "Me Gusta" y atraer nuevos usuarios a la Fan Page."

CONCLUSIONES

1. Se concluyo por los resultados obtenidos en el diagnóstico que no se cuenta con una buena comunicación externa y que la comunicación es una herramienta estratégica para que Dos Lunas este bien posicionada en el mercado. Como resultado de las encuetas a clientes y trabajadores se estableció que existen serios problemas con respecto a la imagen corporativa; que pueden tener una solución viable y rápida, con una correcta planificación.
2. Después de realizar el plan puede confirmarse que la comunicación interna y externa de la empresa Dos Lunas puede mejorar aplicando las estrategias correspondientes, llevando un buen control y realizando una evaluación pertinente.
3. Se puede concluir, respecto a la estrategia implementada y sus acciones concernientes, que fueron un éxito para la empresa, proporcionando una identidad visual apropiada y precisa, tanto interna como externa. Así también se logró la correcta imagen corporativa con la utilización de los colores, logotipo para su exposición al público. Con ello también se consiguió que los colaboradores se identificaran con la nueva identidad visual y fueron los primeros voceros de Dos Lunas.
4. En la evaluación y control se pudo inferir que la estrategia fue implementada con éxito y sin dejar en proceso o inconclusa alguna acción estipulada.

RECOMENDACIONES

1. Para la Escuela de Ciencias de la Comunicación, tomar en cuenta las estrategias elaboradas con éxito para su documentación, exposición y propagación dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a manera de incentivo para futuros egresistas e imagen positiva de esta metodología para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
2. Incentivar a otras instituciones a que abran sus puertas para futuros egresistas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
3. Para la empresa Dos Lunas continuar con la labor de mantener al público objetivo y colaboradores de la institución al tanto de la identidad visual que ahora se maneja, para seguir alentando el sentimiento de pertenencia y lograr un mejor posicionamiento de marca.
4. Darle continuidad a dichas estrategias y acciones las cuales deberán ser controladas y evaluadas a discreción del equipo de comunicación o gerencia, conforme la necesidad de tiempo de evaluación de cada estrategia.
5. Dentro del presupuesto 2018 no debe ser descartada la identidad corporativa de los colaboradores a través de un uniforme, que los identifique plenamente, debido al deterioro de los mismos.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- 1. Comunicación interna:** actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización.
- 2. Comunicación externa:** actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.
- 3. Identidad Corporativa:** La identidad corporativa es la identidad visual y física con la que relacionarán. Se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo, posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma. La imagen que refleje la empresa a través de la personalidad, la hará identificarse de las demás, y colocarse en mayor o menor escala. Los signos de la identidad visual corporativa son de diversa naturaleza.
- 4. Signo Lingüístico:** el nombre es un elemento de designación verbal que el diseñador convierte en una grafía diferente, puede ser un modo de escritura exclusiva llamada logotipo, o un mensaje literal.
- 5. Signo Icónico:** se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo. Cualquiera que sea su forma y su intencionalidad expresiva, este cristaliza en un símbolo (un signo convencional portador de significados), que cada vez responde más a las exigencias sociales.
- 6. Signo Cromático:** Consiste en el color, o los olores, que el complejo adopta como distintivo emblemático.

BIBLIOGRAFÍA

1. Arias, Fidias.(1999). El Proyecto de Investigación. Caracas: Episteme.
2. Capriotti, P. (2008) Planificación estratégica de la imagen corporativa. Argentina: Ariel Comunicación.
3. Hernandez Sampieri, Roberto.(2006). Metodología de la Investigación, México DF: McGraw-Hill Interamericana Editores
4. Hartline, M. (2011). Estrategias de Marketing. México, México: Thomson
5. Homs Quiroga, Ricardo (1990), La comunicación en la empresa. México, D.F.: Grupo Editorial iberoamericano.
6. Gary L. Kreps (1995) “La Comunicación en las Organizaciones”, Estados Unidos: Ed. Addison -Wesley Iberoamericana.
7. Gibson, J., Ivancevich J., y Donnelly J. (1983) Organizaciones, Conducta, Estructura, España: Interamericana 1ª edición en español.
8. Sheinsohn Daniel. 1998. Dinámica de la comunicación y la imagen corporativa. Argentina: Fundación OSDE.

E GRAFÍA

1. URL: <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>, la pagina se consulto 24 de enero de 2017 a las 3:16 p.m.
2. <http://www.estudiodecomunicacion.com/online/tendencias-en-comunicacion-externa/>, la pagina se consulto 3 de junio de 2017 a las 2:30 p.m.
3. <http://www.abcomunicaciones.com/2016/09/15/tendencias-en-comunicacion-interna-para-2017/>, la pagina se consulto 3 de junio de 2017 a las 6:43 p.m.

ANEXOS

Modelo de la Encuesta



ENCUESTA S PARA LA EMPRESA DOS LUNAS

Por medio de la presente, se hace llegar la siguiente encuesta, la cual posee una serie de preguntas, con el propósito de recolectar información de la empresa Dos Lunas, respecto de acuerdo a su criterio y área. Sus respuestas serán anónimas y confidenciales, representando el punto de vista que tenga usted de la empresa, sus declaraciones serán utilizadas para dar solución a determinadas problemáticas presente dentro de la empresa, buscando el mejoramiento continuo y la excelencia de nuestro servicio ofrecido. A fin de satisfacer plenamente sus necesidades.

Instrucciones de llenado:

- 1.- Lea cuidadosamente cada pregunta.
- 2.- Marque con una 'X' la alternativa que usted crea conveniente.

- () Clientes () Trabajador
- 1) ¿Considera usted que existe buena comunicación externa?
Si () No()
 - 2) ¿Considera que la comunicación externa se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de la empresa Dos Lunas, para estar bien posicionada en el mercado?
Si () No()
 - 3) ¿Considera que la imagen corporativa, como parte de la comunicación externa, debe ser un reflejo de la estrategia empresarial?
Si () No()
 - 4) ¿Considera que los signos Lingüístico (nombre de la empresa), Icónico (marca gráfica) y Cromático (color que la empresa adopta como distintivo emblemático) son importantes en la comunicación externa?
Si () No()
 - 5) ¿El logotipo de la empresa Dos Lunas según su criterio es:
Anticuado () Moderno () Elegante () Futurista ()
 - 6) ¿Según su criterio en qué nivel considera usted que se encuentra el servicio que ofrece Dos Lunas ?
Bajo() Medio() Alto ()
 - 7) ¿De qué forma conoce la existencia de Dos Lunas?
Por recomendación() Una visita comercial () Oferta laboral ()
 - 8) ¿Considera usted que las instalaciones de Dos Lunas son adecuadas para la realización de los servicios que esta ofrece?
Si () No()
 - 9) ¿Según su criterio la comunicación externa en cuanto a la actual imagen que maneja Dos Lunas la hace ser competitiva con las empresas de la misma categoría?
Si () No()
 - 10) ¿Considera usted que el logo de la empresa está acorde al servicio que presta?
Si () No()
 - 11) Si su respuesta fue negativa, como consideraría que fuese el diseño del nuevo logo de la empresa?
Sencillo() Tradicional () Innovador () Formal ()
 - 12) ¿Considera usted de gran importancia la creación de una imagen e identidad corporativa que represente a la empresa Dos Lunas, como factor importante de su evolución en el mercado?
Si () No()
 - 13) ¿Qué cambio le consideraría observar de Dos Lunas, en cuanto a su imagen?
Cambio de colores () Nuevo diseño () Nuevo slogan ()
 - 14) ¿Qué medios considera usted, que debe utilizar Dos Lunas para darse a conocer en el mercado?
Medios Impresos () Redes sociales/ Eñ () Radio () Tv ()
 - 15) ¿Considera que los empleados de Dos Lunas están bien vestidos adentro y afuera de la empresa?
Si () No()

Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Vaciado de la Encuesta

1 **¿Considera usted que existe buena comunicación externa?**

Si	6	27%
No	16	73%
Total	22	100%

2 **¿Considera que la comunicación externa se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de la empresa Dos Lunas, para estar bien posicionada en el mercado?**

Si	16	73%
No	6	27%
Total	22	100%

3 **¿Considera que la imagen corporativa, como parte de la comunicación externa, debe ser un reflejo de la estrategia empresarial?**

Si	19	86%
No	3	14%
Total	22	100%

4 **¿Considera que los signos Lingüístico (nombre de la empresa), Icónico (marca gráfica) y Cromático (color que la empresa adopta como distintivo emblemático) son importantes en la comunicación externa?**

Si	21	95%
No	1	5%
Total	22	100%

5 **El logotipo de la empresa Dos Lunas según su criterio es:**

Anticuoado	16	73%
Modeno	4	18%
Elegante	2	9%
Futurista	0	0%
Total	22	100%

6 **¿Según su criterio en qué nivel considera usted que se encuentra el servicio que ofrece Dos Lunas?**

Bajo	2	9%
Medio	8	36%
Alto	12	55%
Total	22	100%

7 **¿Según su criterio en qué nivel considera usted que se encuentra el servicio que ofrece Dos Lunas?**

Por recomendación	11	50%
Por una visita comercial	5	23%
Oferta Laboral	6	27%
Total	22	100%

8 **¿Considera usted que las instalaciones de Dos Lunas son adecuadas para la realización de los servicios de comunicación que esta ofrece?**

Si	16	73%
No	6	27%
Total	22	100%

9 **¿Según su criterio la comunicación externa en cuento a la actual imagen que maneja Dos Lunas la hace ser competitiva con las empresas de la misma categoría?**

Si	8	36%
No	14	64%
Total	22	100%

10 **¿Considera que el logo de la empresa Dos Lunas, está acorde al servicio que presta?**

Si	6	27%
No	16	73%
Total	22	100%

11 **¿Si su respuesta fue negativa, como consideraría que fuese el diseño del nuevo logo de la empresa?**

Sencillo	11	50%
Tradicional	5	23%
Innovador	3	14%
Formal	3	14%
Total	22	100%

12 **¿Considera usted de gran importancia la creación de una imagen e identidad corporativa que represente a la empresa Dos Lunas, como factor importante de su evolución en el mercado?**

Si	17	77%
No	5	23%
Total	22	100%

13 **¿Qué cambio consideraría observar de Dos Lunas, en cuanto a su imagen?**

Cambio de colores	5	23%
Nuevo diseño	16	73%
Nuevo slogan	1	5%
Total	22	100%

14 **¿Qué medios considera usted, que debe utilizar Dos Lunas para darse a conocer en el mercado?**

Medios impresos	6	27%
Redes sociales (fb)	10	45%
Radio	5	23%
Tv	1	5%
Total	22	100%

15 **¿Considera que los empleados de Dos Lunas están bien vestidos adentro y afuera de la empresa?**

Si	10	45%
No	12	55%
Total	22	100%

Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Check List de acciones

Actividad	Realizada	No realizada	Descripción
Buzón de sugerencias	✓		1 Buzón de sugerencias
Cartelera	✓		1 cartelera
Logotipo	✓		Creación de un nuevo logotipo
Papelería corporativa	✓		500 Hojas membretadas 100 Tarjetas de presentación 250 Folder 250 Sobre manila
Uniformes y Gafetes	✓		24 gafetes 4 polos 20 playeras 20 gorras
Banner	✓		1 roll up
Interacción en página de Fb	✓		8 publicaciones en Fan Page

Fuente: Jose Daniel Munguia-2017

Fichas de registro de horas



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): José Daniel Munguía
No. Carné y DPI: 201122360 - 2201092490101
Jefe o Encargado (a): Msc. Manuel de Jesús Berganza Chavarría, Gerente General
Institución o Empresa: Dos Lunas
Supervisor de EPSL: Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 1 / Al: 2	Junio				8	8		16
2	Del: 5 / Al: 9	Junio	7:30	6:30	7:50	7	8		36:10
3	Del: 12 / Al:16	Junio	6:45	8	7:30	5:30	6:30		33:25
4	Del: 19 / Al: 23	Junio	7:15	8	4:30	7	8		34:45
5	Del: 26 / Al: 30	Junio	6:25	6:30	8	7:15	7:30		35
6	Del: 3 / Al: 7	Julio	8	6:30	8	5:40	6:30		34
7	Del: 10 / Al: 14	Julio	8	7:30	7:10	6	7		35:40
8	Del: 17 / Al: 21	Julio	6:10	8	6	7:45	8		35:55
9	Del: 24 / Al: 28	Julio	7:20	8	4:45	8	7:30		34:95
10	Del: 31 / Al:	Julio	5:30						5:30
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 
Msc. Manuel de Jesús Berganza Chavarría
Gerente General Dos Lunas

(f) 
Licda. Sandra Hernández
Supervisora de EPSL