

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



“FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA ORGANIZACIÓN LUMUS
ILUMINACIÓN S.A.”

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

VIVIAN BEATRIZ TORRES GALICIA

2008213667

Previo a portar el título de:

LICENCIADA 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 Trijillio

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



Bulevar Liberación 4-42 Zona 13
Guatemala, Guatemala
Tel: 2440-7441

Guatemala, 23 de 10 de 2017

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 la estudiante epesista **Vivian Beatriz Torres Galicia**, con número de carné: **200821367** 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 **Lumus Iluminación S.A** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **01 de junio al 28 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "Fortalecer la imagen corporativa de la organización Lumus Iluminación S.A" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **Lumus Iluminación,S.A.**

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,


Lumus 

Ing. Dario Chevez Fong
Gerente General

Lumus 



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala 23 de octubre de 2017

Estudiante
Vivian Beatriz Torres Galicia
200821367
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 **FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA ORGANIZACIÓN LUMUS ILUMINACIÓN S.A.** 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 Noemí Hernández y Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura

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



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

A Dios: Por sus bendiciones que siempre están presentes en mi vida y por este logro que hoy puedo ver hacerse realidad.

A mis padres: Por el apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, que su ejemplo es mi guía para ser una mujer de bien.
Que este logro sea un motivo de orgullo para ustedes.

A mi Hermana: Silvia, por su ejemplo cariño y apoyo incondicional.

A Valentina: Mi hija, el sol que me hace recordar que cada día tenemos una oportunidad de vida.

A mis sobrinos: Adriana, Marcela y Adhemar, que los amo tanto,

A mis amigos, familia y seres queridos que compartieron esta etapa de mi vida, en especial a la familia Jom Ramírez por su cariño sincero.

A la familia Posadas Gutiérrez por su apoyo y cariño incondicional.

AGRADECIMIENTOS

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, por ser mi casa de estudios durante esta etapa de mi vida.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, por darme la oportunidad de ser parte de tan honorable gremio.

A MI PATRIA, GUATEMALA, por darme la oportunidad de tener una educación de alto nivel académico.

A mi hija Valentina, por su comprensión en los momentos en los que debía dedicarme a mi carrera profesional.

A Julio Posadas, por su motivación y siempre creer en mí, este logro no hubiera sido posible sin tu empuje a una mejor vida.

A mi amiga Sofia Varela, por el apoyo brindado durante esta etapa, ya que fue fundamental para poder concluir este logro, por sus palabras de aliento que estuvieron en todo momento.

A mi asesora Licda. Sandra Hernández, por su dedicación, paciencia y vocación a la docencia.

A mi jefe Dario Chevez, por su apoyo durante la realización del proyecto

INDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO I	1
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.	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:.....	3
1.2.5. Misión	3
1.2.6. Visión.....	3
1.2.7. Objetivos Institucionales:.....	3
1.2.9. Organigrama	4
1.3 Metodología	5
1.3.1. Descripción del Método	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	6
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico	7
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS	8
1.4 Gráficas e interpretación de resultados	8
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	18
1.5.1. FODA	18
1.5.2 Fortalezas.....	18
1.5.3 Oportunidades	18
1.5.4. Debilidades.....	18
1.5.5 Amenazas	18

CAPITULO II	19
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	19
2.1. Antecedentes Comunicacionales	19
2.2. Objetivos de la Comunicación	20
2.2.1 Objetivo General	20
2.2.2 Objetivos Específicos	20
2.3 Público Objetivo	20
2.4 Mensaje	21
2.5 Estrategias	21
2.6 Acciones de Comunicación	22
CAPITULO III	23
3 INFORME DE EJECUCIÓN	23
3.1. PROYECTO DE EJECUCIÓN	23
3.1.1 FINANCIAMIENTO.....	23
3.1.2 PRESUPUESTO	24
3.1.3 BENEFICIARIOS.....	25
3.1.4. RECURSOS HUMANOS.....	26
3.1.5 AREAS GEOGRAFICAS DE ACCIÓN	26
3.2. ESTRATEGIAS Y ACIONES DESARROLLADAS	27
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	30
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	31
CONCLUSIONES	32
RECOMENDACIONES	33
GLOSARIO	34
BIBLIOGRAFÍA	38
ANEXOS	40

RESUMEN

Nombre de la Institución: Lumus Iluminación S.A.

Nombre del Proyecto: Fortalecer la imagen corporativa de la organización Lumus Iluminación S.A

Objetivos del Proyecto:

General:

- Presentar un plan de comunicación interna en la organización Lumus Iluminación S.A.

Específicos:

- Fortalecer la imagen corporativa.
- Rediseño de logotipo de la organización.
- Mejorar la comunicación interna.
- Mejorar el trabajo en equipo.

Sinopsis del Proyecto:

En la empresa Lumus Iluminación S.A., se implementó el siguiente proyecto, basado en un estudio donde se diagnosticó fallas comunicacionales internas, desarrollando estrategias comunicacionales y así mejorar sus acciones dentro de la empresa y que los procesos internos fueran eficientes, como resultado tener una mejor comunicación interna y fortaleciendo su imagen e incentivar a los colaboradores y erradicar las deficiencias, así logrando una comunicación integral dentro de la empresa.

INTRODUCCIÓN

El presente documento se elaboró con la necesidad de poder identificar los problemas de comunicación interna dentro de la empresa Lumus Iluminación S.A., para integrar estrategias que fortalezcan y ayuden a los colaboradores y gerencia.

El documento está elaborado específicamente en los departamentos que integran la empresa para determinar la efectividad de las áreas entre sí y mejorar la comunicación interna dentro de la empresa. Se realizó un diagnóstico con el método cuantitativo el cual como herramienta se utilizó la encuesta con preguntas directas cerradas y con esta detectar la problemática que afectaba el desempeño laboral de la empresa.

Se les brindo herramientas para el uso de una comunicación adecuada dentro de la empresa, creyendo que como primer paso es importante la formación de acciones que creen cambios internos para poder llegar al cliente o público objetivo de la misma. Algunas empresas hoy en día están tomando un giro importante en su administración organizacional, ya que han implementado estrategias de comunicación interna y una imagen corporativa que nos da como resultado una integración desde Gerencia como demás personal llegando a un ajuste desde el mínimo detalle que hacen que puedan crecer exitosamente a un paso más acelerado, logrando una impresión en la mente de los clientes y usuarios.

JUSTIFICACIÓN

El siguiente documento de EPS se realizó dentro de la organización Lumus como un proyecto para poder diagnosticar los problemas de comunicación por los que atraviesa la empresa, la información nueva que aporta este proyecto es desarrollar un plan estratégico para mejorar las áreas de oportunidad.

Las problemáticas que resuelve este proyecto es mejorar la comunicación interna, utilizando al personal de cada uno de los departamentos, las deficiencias encontradas fueron evaluadas y basadas en sus necesidades, se realizó una serie de estrategias que fortaleciera la imagen corporativa de la institución.

Este proyecto fue pertinente en un momento crucial de la organización ya que funcionaba sin una estructura que le llevara por un lineamiento comunicacional adecuado.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

“Diagnóstico de comunicación interna de la organización Lumus Iluminación S.A”

1.1. Objetivos del diagnóstico

1.1.1. Objetivo General:

- Elaborar un diagnóstico de comunicación interna de la organización Lumus Iluminación S.A.

1.1.2 Objetivos Específicos:

- Detectar las necesidades de comunicación interna del área administrativa.
- Analizar los canales de la comunicación interna.
- Identificar los procesos actuales de la comunicación interna.
- Presentar un plan de comunicación

1.2 La institución:

Lumus Iluminación inicio inició sus actividades en 2009 por lo cual ya cuenta con más de 7 años de presencia y trayectoria en el mercado.

Desde el comienzo sus actividades, se especializaron en productos de iluminación con tecnología led. Con el transcurso de los años ha incorporado nuevas líneas de productos con el objetivo de proveer a sus clientes una solución integral a sus necesidades.

1.2.1. Ubicación Geográfica: Lumus Iluminación es una empresa constituida y ubicada en la ciudad de Guatemala, Boulevard Liberación 4-40 zona 13, edificio Airetec.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas: Lumus Iluminación en el año 2013 se integra en sociedad con la empresa Airetec, – AYRE S.A, realizando una alianza y trasladando sus oficinas al mismo edificio de la sociedad AYRE.

1.2.3. Antecedentes o Historia:

La empresa Lumus Iluminación fue creada en el año 2009 como una empresa distribuidora de luminarias y focos con tecnología LED, pero es hasta el años 2010 que se inscribe como sociedad anónima con el nombre Lumus Iluminación S.A. Inicialmente solo contaba con una pequeña oficina ubicada en Boca del monte, posteriormente realiza una alianza con Airetec S.A una empresa con má de 30 años de trayectoria con productos de Aire Acondicionado, como una sociedad para poder respaldar su imagen y crecer con un respaldo económico de mayor categoría para invertir e importar con mayor facilidad luminarias del exterior. Por lo que en el año 2013 se traslada a su ubicación actual donde también se encuentra Airetec, haciendo una alianza de equipo como una empresa madre de respaldo, teniendo la oportunidad mejorar su sala de ventas, una amplia una bodega y mantener un mayor stock. Siendo una empresa en crecimiento la única forma de realizar un contacto con el cliente final era de boca en boca o por medio de búsqueda de contactos en el directorio telefónico ya que aún no se tenía un presupuesto para realizar publicidad. Pero a pesar de su corta trayectoria, sus productos de muy alta calidad, asesoría e estudios de Iluminación por medio de DiaLux han logrado que se estén realizando proyectos a magnitudes más grandes, dando un aumento en confianza en los clientes.

1.2.4. Departamentos o dependencias:

- Gerencia general
- Gerencia de ventas,
- Asistente de gerencia,
- Ventas,
- Bodega.

1.2.5. Misión:

Proveer a nuestros clientes productos de alta calidad, soluciones y estudios luminotécnicos a buenos precios y con un excelente servicio al cliente.

1.2.6. Visión:

Ser reconocidos como una empresa responsable, eficiente y honesta con estrategias que nos permitan crecer con nuestros clientes y nuestro equipo de trabajo.

1.2.7. Objetivos Institucionales:

Se cuenta con una gran variedad de productos, dentro de los cuales podemos proveer desde residencias hasta la industria en general. Nuestro personal de ventas está bien capacitados para dar al cliente la solución más rentable, para un retorno de inversión rápido y seguro, todo esto, sin perjudicar o disminuir la calidad de nuestros productos.

1.2.8. Público Objetivo:

Se tiene como público objetivo todo mercado que necesite iluminación exterior, interior tales como Industrias, distribuidoras, bodegas, constructoras, alumbrado público, colegios, oficinas, cuartos fríos.

1.2.9. Organigrama: La empresa no cuenta con un organigrama

1.3 Metodología

1.3.1. Descripción del Método:

La investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto.

El enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de persona o lo que se investigará) acerca de los fenómenos que los rodean profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad. Se guía por áreas o temas significativos de investigación, sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y después de la recolección y análisis de los datos.

<http://me-todos.blogspot.com/2012/02/investigacion-cualitativa-segun.html?m=1>

Con esta información se ha decidió que de los distintos tipos de métodos, con el que mejor se podía trabajar para este proyecto, es el Método de investigación Cuantitativa, ya que por medio de una recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas sobre la situación actual en la que se encuentra la empresa Lumus, partiendo de visitas periódicas con el encargado de la empresa como demás personal y posteriormente pasar una encuesta a los distinto los departamento y obtener una idea general de datos actuales para poderlos cuantificar y así ser evaluados.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección:

Este instrumento usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Sanpieri 2006 pág. 5)

Según la evaluación física a la organización, El método cuantitativo también conocido como investigación cuantitativa, empírico-analítico, racionalista o positivista es aquel que se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información y datos; este intenta especificar y delimitar la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables, la generalización de cada uno de los resultados obtenidos para deducir una población y obtener resultados que puedan darnos una idea central de los problemas que podemos solucionar por medio de estrategias que fortalezcan las áreas que lo requieran para mejorar sus imagen corporativa y fortalecer los medios de comunicación interno.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:

	ENERO					FEBRERO			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
PROPEDEUTICO			■						
VISITA OBSERVATORIA				■					
RECOLECCIÓN DE DATOS				■	■				
PASO DE ENTREVISTA					■				
PASO DE ENCUESTA						■			
TABULACIÓN DE ENCUESTA							■		
PASO DE DATOS DE ENTRE.							■		
INDUCCIÓN DE CLASSROOM							■		
ASESORIA								■	
CONSTRUCCIÓN FINAL								■	■
ENTREGA DE DIAGNOSITCO									■

<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/diagrama-gantt-sirve>

1.4 Recopilación de datos

1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas:

Gráfica 1

¿Conoce usted los planes de trabajo comunicacionales de la empresa?



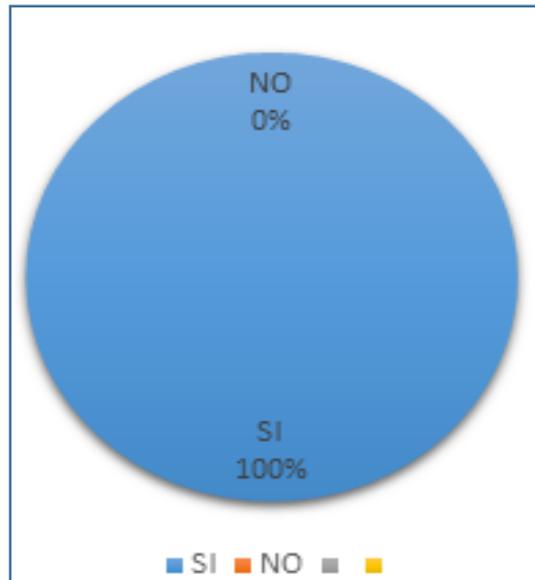
Fuente: Vivian Torres

Interpretación:

El 100% de los encuestados contestaron que no conoce los planes de trabajo comunicacionales de la empresa.

Gráfica 2

¿Considera que se encuentran en un ambiente agradable, con la facilidad de comunicación?



Fuente: Vivian Torres

Interpretación:

El 100% de los encuestados contestaron que se encuentran en un ambiente agradable, con una facilidad de comunicación.

Gráfica 3

¿Conoce sus atribuciones por medio de algún informe escrito?



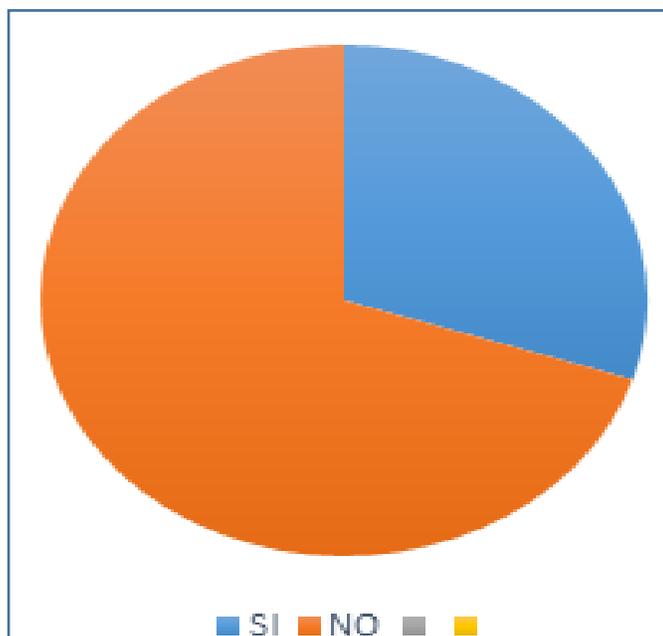
Fuente: Vivian Torres

Interpretación:

El 100% de los encuestados contestó que no conocen sus atribuciones por algún medio escrito.

Gráfica 4

¿Cree que la comunicación es viable dentro de los distintos departamentos existentes de la empresa



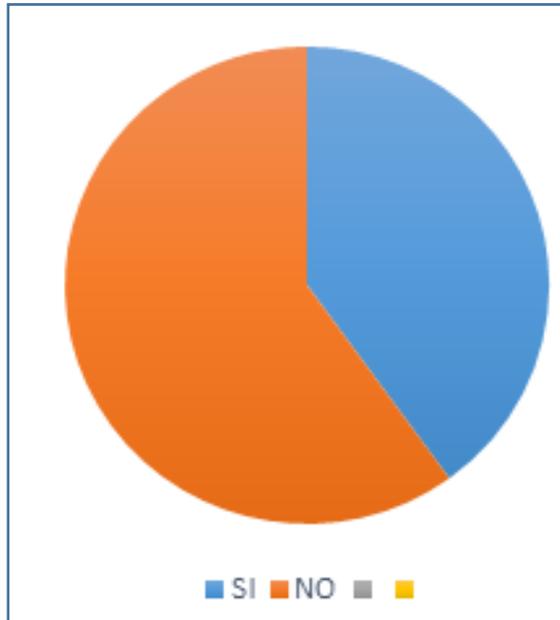
Fuente Vivian Torres

Interpretación:

El 30% de los encuestados indicaron que si es viable la comunicación dentro de los distintos departamentos, mientras que el 70% cree es la comunicación con los otros departamentos es deficientes.

Gráfica 5

¿Considera usted que la empresa le brinda las herramientas necesarias, para una comunicación rápida y eficaz de solución de problemas?



Fuente. Vivian Torres

Interpretación:

El 40% de los encuestados indicaron que no se encuentran las herramientas necesarias para la solución rápida de problemas, mientras que el 60% cree si es eficaz las herramientas actuales.

Gráfica 6

¿Cree usted que se podría mejorar la comunicación interna con un plan de comunicación?



Fuente: Vivian Torres

Interpretación:

El 90% de los encuestados indicaron que si se podría mejorar la comunicación actual por medio de un plan comunicacional, mientras que el 10% cree que no va a mejorar.

Gráfica 7

¿Existe alguna referencia de la comunicación utilizada del área de ventas hacia el cliente final?



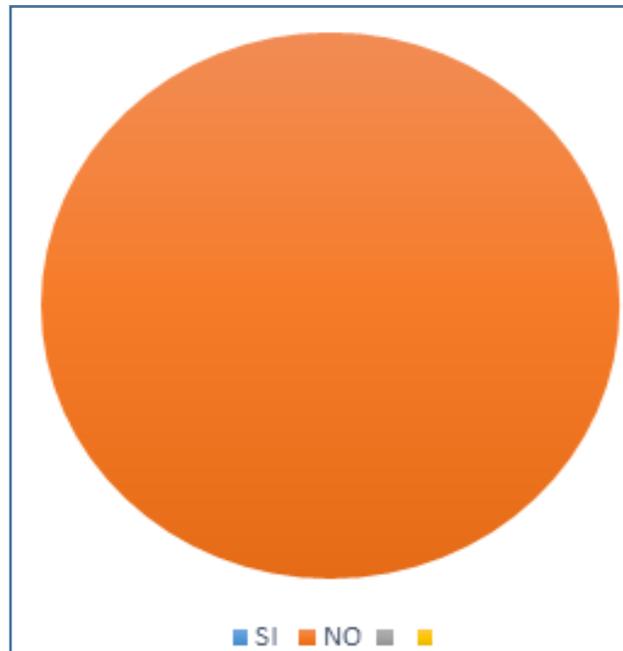
Fuente: Vivian Torre

Interpretación:

El 100% de los encuestados indicaron que no se utiliza ningún tipo de referencia de la comunicación utilizada en el área de ventas con el cliente final.

Gráfica 8

¿La empresa realiza reuniones periódicas?



Fuente: Vivian Torres

Interpretación:

El 100% de los encuestados indicó que no se realizan reuniones dentro de la empresa.

Gráfica 9

¿Cree usted que realizar reuniones periódicas puede mejorar el ambiente comunicacional interno y externo de la empresa, para un crecimiento eficaz?



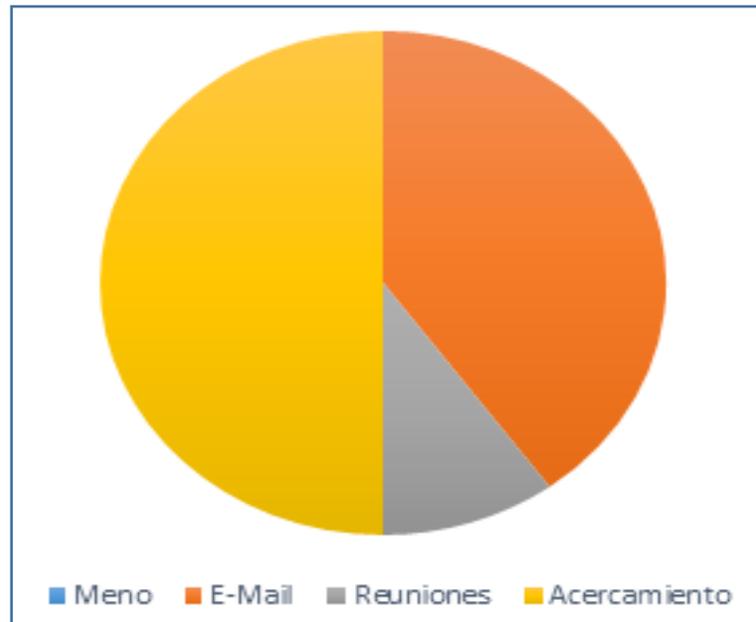
Fuente: Vivian Torres

Interpretación:

El 100% de los encuestados indicaron que si funcionaria reuniones para mejorar la comunicación interna y externa de la empresa.

Gráfica 10

¿Cuáles son las formas de comunicación dentro de la empresa?



Fuente: Vivian Torres

Interpretación:

El 50% de los entrevistados indicaron que para la solución de problemas utiliza el acercamiento directo, mientras que el 40% si necesita una resolución de problemas lo realiza por medio de un correo electrónico y 10% restante por medio de una reunión pero no planificada.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1. FODA

1.5.2 Fortalezas

- Existe una comunicación abierta entre los departamentos.
- Facilidad de Gerencia hacia cualquier duda sobre los productos, dando una facilidad de respuesta a los clientes.

1.5.3 Oportunidades

- El personal se adapta rápidamente a los cambios.
- Se toma en cuenta las opiniones de todos los empleados teniendo una comunicación interna participativa.

1.5.4. Debilidades

- No existen reuniones de trabajo.
- Debilidad en los procesos de comunicación interna
- No contar una de comunicación interna adecuada
- No tener de un plan de comunicación
- No tener lineamientos claros en el área de la comunicación
- Información dispersa

1.5.5 Amenazas

- La comunicación no cuenta con procesos internos.
- No hay un seguimiento de la comunicación realizada.
- Existe división entre los departamentos.

CAPITULO II

2. Plan de Comunicación

“Fortalecer la imagen corporativa de la organización Lumus Iluminación S.A.”

2.1. Antecedentes Comunicacionales

La empresa Lumus Iluminación fue creada en el año 2009 como una empresa distribuidora de luminarias y focos con tecnología LED, pero es hasta el años 2010 que se inscribe como sociedad anónima con el nombre Lumus Iluminación S.A. Inicialmente solo contaba con una pequeña oficina ubicada en Boca del monte, posteriormente realiza una alianza con Airetec S.A una empresa con má de 30 años de trayectoria con productos de Aire Acondicionado, como una sociedad para poder respaldar su imagen y crecer con un respaldo económico de mayor categoría para invertir e importar con mayor facilidad luminarias del exterior.

Por lo que en el año 2013 se traslada a su ubicación actual donde también se encuentra Airetec, haciendo una alianza de equipo como una empresa madre de respaldo, teniendo la oportunidad mejorar su sala de ventas, una amplia una bodega y mantener un mayor stock. Siendo una empresa en crecimiento la única forma de realizar un contacto con el cliente final era de boca en boca o por medio de búsqueda de contactos en el directorio telefónico ya que aún no se tenía un presupuesto para realizar publicidad. Pero a pesar de su corta trayectoria, sus productos de muy alta calidad, asesoría e estudios de Iluminación por medio de DiaLux han logrado que se estén realizando proyectos a magnitudes más grandes, dando un aumento en confianza en los clientes.

A la presente fecha la empresa Lumus Iluminación S.A., no evidencia, ningún antecedente comunicacional

2.1| Objetivos de la Comunicación

2.2.1 Objetivo General

- Presentar un plan de comunicación interna para la organización Lumus Iluminación S.A.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Fortalecer la imagen corporativa
- Mejorar el clima laboral y el equipo de trabajo en equipo
- Reforzar los procesos de comunicación interna.

2.3 Público Objetivo

El público objetivo de este plan de comunicación presenta las siguientes características:

EDAD	Los colaboradores comprenden entre las edades de 25 a 47 años.
SEXO	El 55% de sexo femenino y 45% restante de sexo masculino.
NIVEL SOCIOECONOMICO	C3,D1,D2
IDIOMA	Español
ZONA GRAFICA	Casco urbano de la capital

2.4 Mensaje

¡UN TRABAJO, UNA FAMILIA...TU LUGAR....Lumus!

El mensaje, un concepto clave de la comunicación que nos ayuda a transmitir la idea que queremos que nuestro público objetivo posicione en sus actividades diarias, para mejorar su estado de ánimo y que la comunicación interna sea más eficaz con su entorno.

2.5 Estrategias

- Mejorar el clima laboral por medio de reuniones y charlas motivacionales periódicamente.
- Fortalecer la identidad corporativa, por medio de realizar un rediseño en su imagen actual.
- Implementar herramientas que faciliten la comunicación directa interna.

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción.	“Fortalecer la imagen corporativa de la organización Lumus Iluminación S.A.”
Problema	Una imagen corporativa simple sin enfoque comunicacional
Producto	Reforzamiento de imagen en facturas, recibos, tarjetas de presentación, hojas membretadas
Objetivo comunicacional	Fortalecer el ambiente laboral con una comunicación efectiva
Tipo de mensaje	Informativo, inductivo y motivacional
Público objetivo	Interno y externo
Medio de difusión	Variante según documento

2.6 Acciones de Comunicación

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción.	“Fortalecer la imagen corporativa de la organización Lumus Iluminación S.A.”
Problema	No existe motivación comunicacional que motive al personal
Producto	Variante durante los procesos de integración
Objetivo comunicacional	Crear una identidad corporativa interna
Tipo de mensaje	Identidad corporativa interna
Público objetivo	Interno
Medio de difusión	10 unidades de cada una de las propuestas.

PROGRAMA DE CHARLA, CAPACITACIONE Y TALLER

Tema	Persona que expone	Objetivo	Personas que asistirán	Día	Lugar	Implemento a utilizar
Atención al cliente/ Charla	Sr .Luis Ramírez	Fortalecer la comunicacional con el cliente	Departamento de ventas	28/06	Instalaciones de Airetec-Lumus	Cañonera Pantalla
Relaciones Interpersonales/ Capacitación	Sr. Luis Ramírez	Mejorar las relaciones interpersonales	Departamento de gerencia, ventas y administrativo	7 /11	Panadería San Martin	A discreción del motivador
Trabajo en equipo/ Taller	Sr. Cristian Aguilera	Mantener un ambiente integral	Todos los departamento	14/06	Oficinas de Lumus/	A discreción del motivador

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DE EJECUCIÓN

Fortalecer la imagen corporativa de la organización Lumus Iluminación S.A

3.1.1 FINANCIAMIENTO

En una empresa como Lumus, que ha tenido un avance en los últimos dos años y sus incrementos en ventas han evolucionado positivamente, los recursos en cuanto a su situación financiera para realizar proyectos de implementación como en este caso un estudio de estrategia de comunicación para ser implementado dentro de la empresa puede ser muy bajo, por lo que se trató que los gastos a realizarse fueran mínimos y demostrar que algunos cambios se podían realizar dando pequeños pasos para que la empresa Lumus logre un avance comunicacional internamente.

De lo contrario, se utilizó presupuesto del epesista

3.1.2 PRESUPUESTO

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Financiamiento
Rediseño del logotipo1	1	Q2,200.00	Q2,200.00	Epesista
Rediseño para el papel membretado	1	Q300.00	Q300.00	Epesista
Rediseño de tarjetas de presentación	1	Q300.00	Q300.00	Epesista
Charla de atención al cliente	1	Q250.00	Q250.00	Epesista
Capacitación relaciones interpersonales	1	Q500.00	Q500.00	Lumus
Charla trabajo en equipo	1	Q600.00	Q600.00	Epesista
Elaboración de tazas	20	Q20.00	Q400.00	Epesista
Cambios a página web (pendiente)	1	Q800.00	Q800.00	Epesista
Asesoría comunicacional	1	Q10,000.00	Q10,000.00	
Total			Q15,350.00	

Financiamiento	Monto
Epesista	Q4,850.00
Empresa	Q500.00

3.1.3 BENEFICIARIOS

BENEFICIARIOS	BENEFICIO
Primarios: Empresa de Lumus Iluminación S.A. Departamentos de: Ventas Gerencia Administrativo	<p>Luego de la charla y capacitación realizadas hasta el momento se ha motivado al personal ya indicado, además que el cambio de imagen ha sido aceptado porque ellos mismos en fueron generando ideas para que el diseñadora tomara sus referencias y crear así un idea final.</p> <p>Con la que se espera que la última charla de trabajo en equipo que aún queda pendiente de el plus para que las relaciones interpersonales sean mejoradas a un nivel de cooperación entre unos y otros para mejorar el ambiente laborar y sea notorio cuando se tenga el contacto con el cliente.</p>
Secundarios: Clientes de Lumus iluminación S.A.	Al mejorar el ambiente interno con los distintos departamentos, se ha tenido una mejor respuesta con los clientes y la atención brindada.

3.1.4. RECURSOS HUMANOS

PERSONAL	CARGO	ACTIVIDAD
Ing. Dario Chevez	Gerente Comercial	Apoyo y colaboración para elaboración e implementación de estrategias propuestas e implementación del mismo.
Rudy Roblero	Diseñador	Diseñar nueva imagen
Luis Ramírez	Charlas	Dar charlas a los empleados desde gerencia, departamento de ventas y administrativos.

3.1.5 AREAS GEOGRAFICAS DE ACCIÓN

El plan se llevó a cabo en las instalaciones de Airetec S.A, ubicado en Boulevard Liberación 4-42 zona 13.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Fortalecer la imagen corporativa

- **Objetivo Comunicacional:** Crear una identidad corporativa más fresca y fácil posicionamiento por sus nuevos colores y diseño.
- **Descripción:**

Se trabajó un nuevo diseño de material impreso con el nuevo diseño que se trabajó con la colaboración del personal interno como parte de involucrar a los distintos departamentos y sus opiniones para sentirse integrados dentro de este proceso.

Al logotipo se le hizo un cambio total, un color verde para connotar el sentido ecológico de la marca a la vez destacar dentro del nombre de la empresa, resaltando una imagen profesional fresca y que a su vez llame la atención.

Se creó un eslogan, ya que la empresa carecía del mismo. En cuanto a la elaboración se eligió “Vanguardia en iluminación” el cual se enfoca en destacar la tecnología de última generación en lámparas. El eslogan es fundamental para dar a conocer una empresa en el mercado.

El color corporativo fue uno de los elementos más importantes, debido a que determinará uno de los identificadores básico

- Elaboración de nueva imagen y diseños de recibo
- Elaboración de nueva imagen y diseños de factura
- Elaboración de nueva imagen y diseños de tarjetas de presentación
- Elaboración de nueva imagen y diseño de página de Facebook

Fortalecer la imagen como empresa de manera interna.

- **Objetivo Comunicacional:** Que el personal de la empresa se sienta identificado con objetos que sean personalizados para usos personales haciéndolos parte del día a día en sus actividades.

- **Descripción**

Como primera propuesta de esta estrategia, se realizó la entrega de tazas con el nombre de la empresa, teniendo una gran aceptación por el personal, ya que además de se sintieron motivados para realizar sus labores ya que un obsequio siempre puede motivar y más si es de la institución donde se pasa el mayor tiempo del día.

Fortalecer la imagen corporativa, con charlas sobre la importancia de la atención al cliente.

- **Objetivo Comunicacional:** Mostrarles al personal de la institución que la atención al cliente, es tan importante como cualquier otra actividad dentro de los procesos diarios, que la atención al cliente da una comunicación agradable desde el primer contacto hasta la finalización de cada proceso sin importar el departamento que en que se tenga este contacto.

- **Descripción**

Tema de la charla: Fortalecer la comunicación con el cliente

Fecha: 28 de junio

Instalaciones: Lumus / Airetec

Expositor: Luis Ramírez

Participantes: Personal de ventas y administrativo

Fortalecer la imagen corporativa por medio de talleres.

- **Objetivo Comunicacional:** Se ha demostrado que el trabajo en equipo puede generar cambios positivos en cualquier actividad, pero cuando son utilizados dentro de una empresa pueden mejorar aspectos tan básicos como un ambiente laboral más agradable, el apoyo entre los colaboradores de los distintos departamentos puede hacer que toda función a realizarse se pueda ejecutar como un engranaje haciendo que todo funcione eficazmente.

- **Descripción**

Este taller se basó en la importancia del trabajo en equipo, por lo que fue necesario que estuviera el personal o representantes de cada departamento de la institución, el expositor fue una persona muy positiva y logro motivar al personal por medio de técnicas que podrán utilizar en distintos entornos posibles a ejecutarse.

Fortalecer la imagen corporativa por medio de capacitaciones.

- **Objetivo Comunicacional:** Mostrar al personal de todos los departamentos la importancia de comprender qué es lo que representa una relación interpersonal correcta con los trabajadores. A los nuevos supervisores, sobre todo a aquellos que han arribado a sus puestos desde abajo, a menudo se les aconseja mantener cierta distancia social con los trabajadores. por lo que se realizara en un lugar fuera de la oficina.

- **Descripción**

Actividad aún pendiente para el 7 de septiembre

Lugar a realizarse: Panadería San Martin

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MES	Junio				Julio			
SEMANA	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Coordinación de actividades								
Diseño de materiales digitales								
Reproducción de materiales a utilizar								
Colocación de materiales								
Primera reunión mensual								
Charla de atención al cliente								
Entrega de tazas al personal								
Taller trabajo en equipo								
Segunda reunión mensual								
Capacitación relaciones interpersonales								
Ejecución de impresión de material								
Tercera reunión mensual								

<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/diagrama-gantt-sirve>

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
<p>Fortalecer la Identidad de la Imagen Corporativa.</p> <p>Como objetivo se modificó la estructura de la papelería para mejorar su imagen.</p>	<p>De los 6 trabajadores de la empresa el total fueron integrados a la elaboración del nuevo diseño que la Gerencia aprobó; diseños de papelería, pocillos, con logotipo impresos.</p>	<p>Personal se sienta motivado a mejoras constantes y a ser tomados en cuenta en estos cambios.</p>
<p>Fortalecer la Identidad de la Imagen Corporativa.</p> <p>El objetivo fue implementar actividades que integraran al personal de la organización.</p>	<p>De las 6 personas que integran el personal de la empresa Lumus a los 3 departamentos existentes:</p>	<p>Durante este periodo se logró realizar dos reuniones programadas, con el tema de la importancia de relaciones interpersonales.</p>
<p>Fortalecer la Identidad de la Imagen Corporativa.</p> <p>El objetivo fue Implementar herramientas que faciliten la comunicación directa interna.</p>	<p>Aun en ejecución</p>	<p>Aun en ejecución</p>

CONCLUSIONES

- Lumus Iluminación, es una empresa que cuenta con 8 años de estar dentro del comercio guatemalteco, siendo una empresa con el respaldo de Airetec S.A, es necesario que Lumus sea reconocida con la misma solides que ha logrado Airetec por un trayecto de más de 30 años, por lo que se implementó una serie de estrategias efectivas para lograr reposicionar a nivel interno creando un refuerzo de sentimiento de calidad y efectividad para la comunicación y así lograr fortalecer la empresa Lumus iluminación S.A.
- La implementación de charlas, capacitaciones como reuniones periódicas, se dio con la idea de motivar al personal a que siga laborando con eficiencia y en equipo ya que las relaciones interpersonales adecuadas pueden mejorar notoriamente los canales de comunicación y mejorar los procesos, ya que al sentirse integrados se pueden identificar con la empresa y laborar con mayor entusiasmo y realizar su mayor esfuerzo comprometidos con la empresa y marca.
- Se logró unificar los diferentes departamentos en las diferentes actividades que se realizaron logrando establecer una mejor relación dentro del personal que labora en la empresa.
- Se pudo observar la aceptación al realizar obsequios a los empleados como en este caso las tazas con el logo de la empresa para que este posicionada la marca, pero que sobre todo para que el personal interno se sienta

RECOMENDACIONES

- Se recomienda continuar con las charlas y capacitaciones para que se sientan motivados, como las reuniones regularmente, para que el personal se sienta integrado y que las continúe la interacción con el propósito de incentivar y motivar el ambiente laboral interno y tener mejores resultados en sus desarrollo como empresa.
- Desarrollar una mayor participación y motivación en los distintos ejes de la empresa, que el personal se sienta parte de una misma marca, que se puedan realizar una interacción dentro de los distintos departamentos como apoyo dentro de las distintas actividades y así lograr un mejor nivel interno.
- Llevar a cabo llamadas o encuestas a los clientes para poder obtener cada cierto tiempo información sobre los estándares deseados, basados en los parámetros de las charlas implementadas regularmente y su aprovechamiento interno para poder verificar si el resultado es el deseado con el cliente final.
- Es importante seguir implementando obsequios a los empleados como en este caso las tazas con el logo de la empresa para que este posicionada la marca, pero que sobre todo para que el personal interno se sienta motivado.

GLOSARIO

Acción: De acción

Poner en funcionamiento un mecanismo o parte de él, dar movimiento.

Efecto a realizar una actividad en algún tiempo o lugar.

Analizar:

Someter algo a un análisis.

Apropiado:

Ajustado y conforme a las condiciones o a las necesidades de alguien o de algo.

Capacitar:

Hacer a alguien apto, habilitarlo para algo.

Circunstancia:

Conjunto de lo que está en torno a alguien; el mundo en cuanto mundo de alguien.

Condición:

Estado, situación especial en que se halla alguien o algo.

Comunicación:

Acción y efecto de comunicar o comunicarse.

Trato, correspondencia entre dos o más personas.

Diagnostico:

Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

Diseño:

Proyecto, plan que configura algo.

Disposición:

Precepto legal o reglamentario, deliberación, orden y mandato de la autoridad.

Estrategia:

En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Efecto:

Fin para que se hace algo.

Examinar:

Inquirir, investigar, escudriñar con diligencia y cuidado algo.

Fortalecer:

Confirmar, corroborar

Identidad:

Hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca.

Identificar:

Dicho de dos o más cosas que pueden parecer o considerarse diferentes: Ser una misma realidad.

Idea:

Imagen o representación que del objeto percibido queda en la mente.

Idóneo:

Adecuado y apropiado para algo.

Integrar:

Dicho de diversas personas o cosas: Constituir un todo

Inducción:

Acción y efecto de inducir.

Mensaje:

Comunicación entre colectividades, instituciones o entidades.

Mecanismo:

Medios prácticos que se emplean en las artes.

Observar:

Guardar y cumplir exactamente lo que se manda y ordena.

Orden:

Colocación de las cosas en el lugar que les corresponde.

Planificar:

Hacer plan o proyecto de una acción.

Proyectar:

Idear, trazar o proponer el plan y los medios para la ejecución de algo.

Producto:

Caudal que se obtiene de algo que se vende, o el que ello reditúa.

Regla:

Aquello que ha de cumplirse por estar convenido en una colectividad.

Segmentar:

Cortar o partir algo en segmentos.

Transmisión:

Acción y efecto de transmitir.

BIBLIOGRAFÍA

- Cesar A. Bernal. (2010). Metodología de la Investigación. Colombia : Pearson Educación.
- 2013,03. Ejemplo de Ficha Bibliográfica de Entrevista. Revista Ejemplode.com. Obtenido 03, 2013, de http://www.ejemplode.com/13-ciencia/2750-ejemplo_de_ficha_bibliografica_de_entrevista.html
- Aracelly Mérida Gonzales (2009), Manual para elaborar y presentar la tesis. Guatemala: USAC-ECC
- Guillermo Zúniga Diéguez. (2006). Técnicas de estudio de Investigación. Guatemala: Usac.
- Hernández Sampieri, R. (1998). *Metodología de la Investigación*. México, D.F. : McGraw-Hill Editores
- Melgar, Luis Alexander. 2,010. 2 ed. Teoría y etapas para el desarrollo del proyecto de investigación y guía para la presentación de informe del proyecto. s.e.Guatemala. 94 p.

E- GRAFIA

https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf

<http://dle.rae.es/?id=9Ka81Rt|9KjLpix>

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38758233/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYY

<http://me-todos.blogspot.com/2012/02/investigacion-cualitativa-segun.html?m=1>

ANEXOS



ENCUESTA



GENERO: MASCULINO FEMENINO EDAD: 20 A 25 26 A 40 DE 40 AÑOS A MÁS
TIEMPO DE LABORAR EN LA EMPRESA 1 A 3 AÑOS 4 AÑOS EN ADELANTE

1. ¿Conoce usted los planes de trabajo comunicacionales de la Empresa?

SI No

2. ¿Considera que se encuentra en un ambiente agradable, con la habilidad de comunicación?

SI No

3. ¿Conoce sus atribuciones por medio de algún informe escrito?

SI No

4. ¿Cree que la comunicación es viable dentro de los distintos departamentos existentes de la empresa?

SI No

5. ¿Considera Ud. que la empresa le brinda las herramientas necesarias, para una comunicación rápida y eficaz de solución de problemas?

SI No

6. ¿Cree Ud. que se podrían mejorar la comunicación interna con un plan de comunicación?

SI No

7. ¿Existe alguna referencia de la comunicación utilizada del área de ventas hacia el cliente final?

SI No

8. ¿La empresa realiza reuniones periódicas?

SI No

9. ¿Cree Ud. que realizar reuniones periódicas puede mejorar el ambiente comunicacional interno y externo de la empresa, para un crecimiento eficaz?

SI No

10. ¿Cuales son las formas de comunicación dentro de su empresa?

Memo Correo E. Reuniones programadas Acercamiento directo

ANEXO DE MATERIAL IMPRESO



EP-2440-7441

LUMUS ILUMINACIÓN, S.A.
Boulevard Liberación 4-42, zona 13

www.lumus.biz

Descripción	Cantidad	Precio (Unitario)	Total
Luminarias LEUKEN 180W 220VAC 21,600lm.	5	Q4,106.00	Q20,525.00
		TOTAL	Q20,525.00

Precios incluyen IVA.

FORMA DE PAGO: 70% anticipo y 30% contra entrega. **TIEMPO DE ENTREGA:** Sujeto a existencias o 15 días hábiles.

5 años de garantía.

Esta garantía no aplica bajo las siguientes condiciones:

Mala instalación eléctrica. (Cables viejos que pueden provocar cortos circuitos, variaciones de voltaje fuera de lo normal, etc.)

Actos de Dios (terremotos, incendios, inundaciones, derrumbes o cualquier otro fenómeno natural).

Actos de vandalismo (robos, golpes directos a las luminarias, etc.)

Cualquier duda o comentario estoy a su

disposición. Saludos cordiales,

Ing. **Doris**
Gonzalez

Gerente de
Ventas
Tel: 2440-7441

Material impreso de la empresa Lumus Iluminación antes de llevar a cabo proyecto EPS

Hoja de cotización



2.6.2.1.5. Factura

Lumus I **LUMUS ILUMINACION, SOCIEDAD ANONIMA** **FACTURA SERIE "A1"**
 17 CALLE 27-58 ZONA 18 APTDO. "K" **2-26-3943**
 JARDINES DE SAN ISIDRO, GUATEMALA, GUATEMALA

MT. 888888-3

Nombre:		CIB		AAA	
Dirección:		MT			
CODIGO	CANT.	DESCRIPCION	TOTAL		
		SUJEYO A PAGOS TRIMESTRALES			
TOTAL EN LETRAS			TOTAL Q.		

FIRMA DE CONFORMIDAD

Material impreso de la empresa Lumus Iluminación antes de llevar a cabo proyecto EPS
 Tarjetas de presentación y factura



~~Eh-2440-7441~~

www.lumus.biz

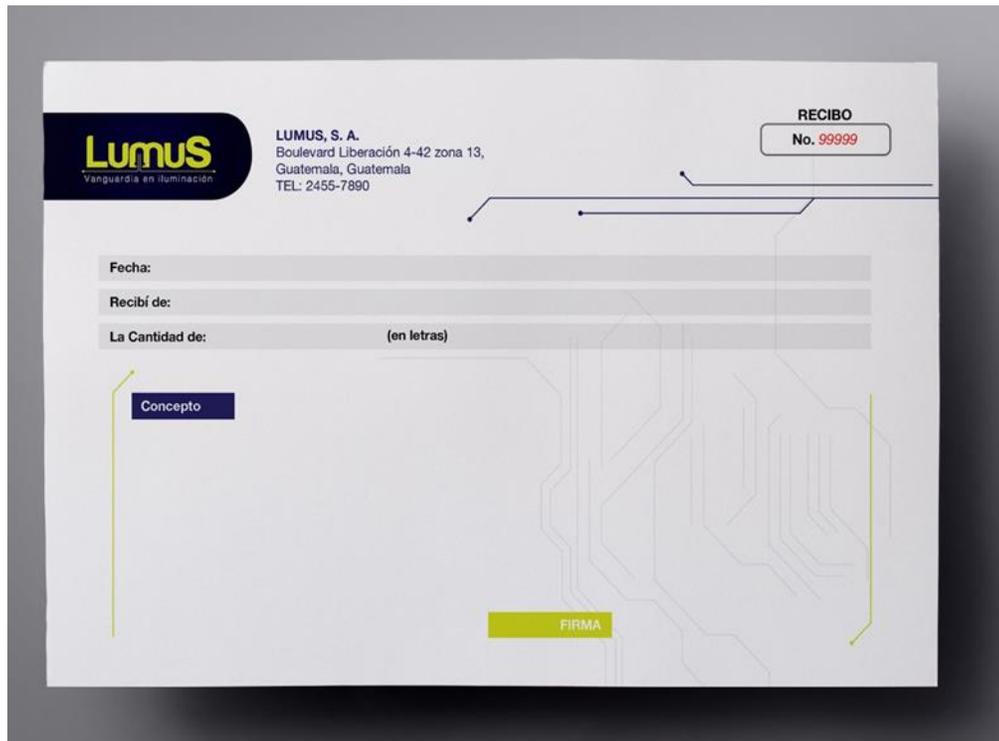
LUMUS ILUMINACIÓN, S.A.
Boulevard Liberación 4-42, zona 13



NORIBACHI

Material impreso de la empresa Lumus Iluminación antes de llevar a cabo proyecto EPS

Hoja membrete



Nueva imagen corporativa, de papelería en recibos para ser entregados a los clientes.
Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian Torres



Nueva imagen corporativa, de papelería en hojas membretadas para documentos a enviar, cartas, archivos, información.

Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian Torres



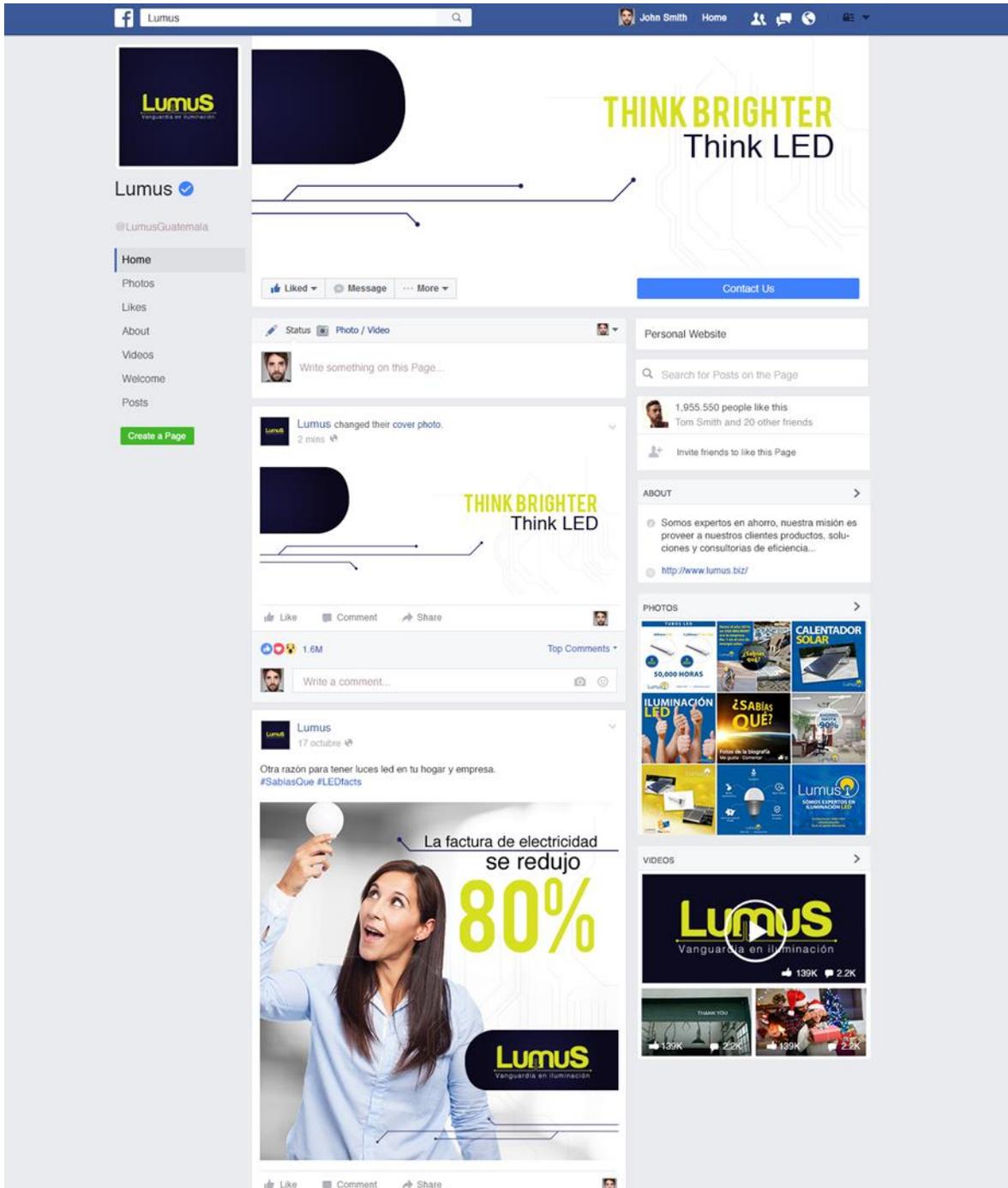
Nueva imagen corporativa, presentación de nuevo estilo en cotizaciones, con más espacio para que la información sea visible.

Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian Torres

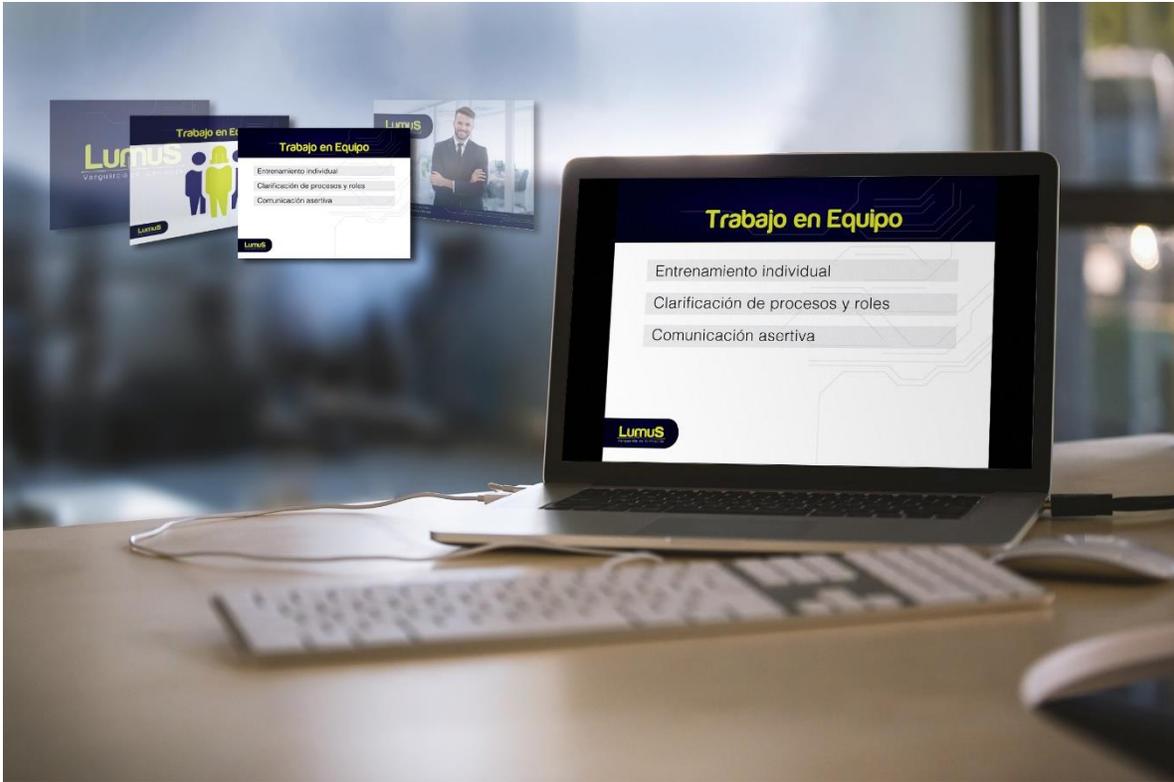


Nueva imagen corporativa, cambio de tarjetas de presentación con nuevo diseños en ambos lados de las mismas.

Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian Torres



Dirección electrónica. Somoslumus@lumus.biz Nueva imagen corporativa



Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian Torres

LUMUS
Vanguardia en iluminación

Propuesta de Logotipo Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian Torres



Propuesta de Eslogan, Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian Torres



Tipografía, Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian Torres



Javier Gómez, departamento de ventas



Lic. Francisco Egger, gerente comercial

Entrega de tazas, Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian
Torres



Charla atención al cliente, Proyecto a cargo, por Epesista: Vivian Torres



Taller sobre la importancia del trabajo en equipo, Proyecto a cargo, por
Epesista: Vivian Torres



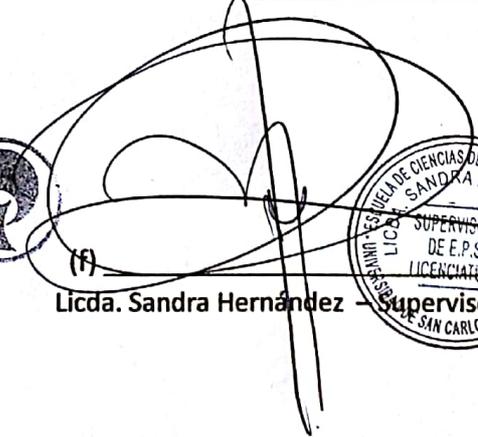
Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Vivian Beatriz Torres Galicia
No. Carné y DPI: 200821367 DPI: 246761253 0101
Jefe o Encargado (a): Ing. José Darío Chevez Fong
Institución o Empresa: Lumus Iluminación S.A
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: 05 / Al: 09	Junio	8	6	7	7	6	4	38 horas
2	Del: 12 / Al: 16	Junio	8	8	5	8	6	3	38 horas
3	Del: 19 / Al: 23	Junio	7	8	8	6	5	4	35 horas
4	Del: 26 / Al: 30	Junio	6	8	7	6	6	5	38 horas
5	Del: 03 / Al: 07	Julio	8	8	5	6	8	5	40 horas
6	Del: 10 / Al: 14	Julio	6	5	6	4	6	5	32 horas
7	Del: 17 / Al: 21	Julio	7	8	8	7	5	5	40 horas
8	Del: 24 / Al: 28	Julio	6	5	8	7	7	6	39 horas
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 

 Ing. Darío Chevez Fong

(f) 

 Licda. Sandra Hernández - Supervisor EPSL

