

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



PLAN DE COMUNICACIÓN PARA ARCA DE NOÉ, S.A.

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MILTON GUILLERMO RUIZ GARCÍA

200722559

Previo a portar el título de:

LICENCIADO 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 Trujillo

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaité del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

MA. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Ávalos

Coordinador de EPS Licenciatura

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Guatemala, 18 de OCTUBRE 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 el(a) estudiante(a) epesista **Milton Guillermo Ruiz García** con número de carné: **200722559** 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 el departamento de mercadeo cumpliendo con **300 horas efectivas de práctica** comprendidas del 05 de junio al 29 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "**Plan de comunicación para Arca de Noé**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: Arca de Noé, 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,

Lic. Mauricio Jaschkowitz

Director Comercial Arca de Noé, S.A.



Avenida Reforma 6-39 zona 10 Centro Corporativo Guayacán Cuarto Nivel • PBX.: 2223-2100 •

www.arcadenoe.com.gt



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

Guatemala 23 de octubre de 2017

Estudiante
Milton Guillermo Ruiz García
200722559
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

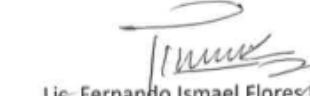
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN PARA ARCA DE NOÉ**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

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"


Lic. Fernando Ismael Flores Barrios
Supervisor EPS de Licenciatura




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



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



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

DEDICATORIAS

- A DIOS:** Creador y factor primordial en mi vida. Agradezco a Él la vida y el poder concluir una etapa más en la carrera de la vida.
- A MIS PADRES:** Mirtala García (Biki) y Guillermo Ruiz (Telmo), por ser el ejemplo de lucha y perseverancia, por enseñarme a caminar y hacer de mí lo que hoy soy. Gracias por todo. Los amo.
- HESSIE:** Por ser la mujer escogida por Dios para mi vida, gracias por todo tu apoyo, por estar siempre para mí, por darme aliento y por ser lo que siempre pedí. Gracias mi amor. Te amo, baby.
- VALENTINA:** Mi más grande tesoro. Has conquistado mi corazón con tu amor, el cual es la fuerza que me impulsa a ser mejor día con día. Esto es por ti mi Chaparris. Te amo muchísimo.
- A MIS HERMANOS:** Álvaro, José, Elí, Erick, Blanca, Claudia, Sergio, Rocío, y César. Gracias por su apoyo incondicional. Estoy feliz de tenerlos en mi vida.
- A MIS SOBRINOS:** Brandon, Daniel, Adrián. Espero ser un buen ejemplo para ustedes. Los amo.
- A MI FAMILIA:** Abuelos, tíos, primos, primas, suegros, cuñados. Gracias por su cariño y por ser parte importante en mi vida.
- A MIS AMIGOS Y AMIGAS:** En especial a mis pastores Carlos y Maribel, por guiarme en el camino de la fe. A mis bros: Gabo, Sonny, Katy, Coro, por creer en mí y aportar valor en mi vida. Los quiero mucho. A Moris J. por enseñarme a ver el lado creativo de las cosas. Gracias máster.

AGRADECIMIENTOS

A **DIOS** mi creador, fuera de Él no soy nada.

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA** por ser mi casa de estudios y por hacer de mí un profesional.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** por abrirme las puertas de su unidad académica. Gracias a todos mis compañeros y docentes por sus enseñanzas.

Al **M Sc. SERGIO MORATAYA**, por el espacio brindado en la ECC.

Al **Lic. LUIS PEDROZA** por dar el apoyo y permitirme desarrollar este proyecto.

Al **Lic. FERNANDO FLORES**, por su asesoría y por su apoyo.

A **ARCA DE NOÉ, S.A. (VitamáS)** Por abrirme las puertas y darme su confianza. Gracias por ser parte fundamental para el logro de mis sueños.

A quienes de una u otra forma han coincidido conmigo en el camino de la vida, gracias por estar ahí y ayudarme a ser mejor.

RESUMEN

Nombre de la institución

Arca de Noé, S.A.

Nombre del Proyecto

Plan de comunicación para Arca de Noé, S.A.

2.2. Objetivos

Objetivo general

Fortalecer el área de comunicación digital para la empresa Arca de Noé, S.A. realizando manejo de redes sociales y relanzando su página web con el fin de comunicarse con sus clientes.

Objetivos específicos

- Utilizar las redes sociales, Facebook e Instagram como canales de comunicación con el cliente. En concreto la función de un community manager.
- La realización de un video informativo con contenido de los elementos que forman la nueva imagen de la empresa.
- La actualización y relanzamiento de la página web www.arcadenoe.com.gt Haciendo todo el diseño web de la misma.

SINOPSIS

Arca de Noé, S.A. tiene más de 40 años en el mercado guatemalteco proveyendo productos y servicios para el cuidado y el bienestar de las mascotas en general. Sus necesidades de comunicación a nivel digital son bastante extensas y no contaban con personal que administrara sus redes sociales. Se sabe que las mismas son hoy por hoy un canal fuerte de comunicación hacia el consumidor. Es aquí donde la participación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con el “Plan de Comunicación para Arca de Noé, S.A.” se hace necesaria.

Este plan pretende fortalecer la comunicación digital de la empresa, dando a conocer su cambio de imagen, productos, servicios, actividades y todo lo relacionado con el mundo digital. A su vez también fortalecer el canal de comunicación de la página web de la empresa, la cual estaba obsoleta y sin mayor dinamismo.

Este proyecto nace de dos etapas anteriores como lo son un diagnóstico comunicacional y el planteamiento de una estrategia de comunicación digital. Las debilidades comunicacionales de mayor necesidad que fueron identificadas están en el área digital. Sus redes sociales no contaban con el dinamismo suficiente, la percepción no era la mejor y la página web se encontraba obsoleta, con poco movimiento y desactualizada. En la ejecución de la estrategia de comunicación se tomó como base las solicitudes de la empresa y la misma se basó mayormente a lo planteado en la propuesta de comunicación elaborada por el epsista.

INTRODUCCIÓN

Un país, una civilización se puede juzgar por la forma en que trata a sus animales.

Mahatma Gandhi.

Los animales con el pasar del tiempo han sido domesticados por el hombre, con la finalidad de convivir con ellos. Cuando se habla de animales domésticos viene a la mente; un perro, un gato, incluso animales como caballos o algunas aves.

Los animales de compañía son todos aquellos que el ser humano ha introducido a sus ambientes, estos son también llamados mascotas, hoy en día estas mascotas para muchos son parte importante de la familia y, normalmente, estos animales tienen un efecto positivo en las personas.

Los perros, gatos, aves y peces son de momento los animales más cercanos a la familia, aunque, siempre hay excepciones. En cuanto a mascotas de compañía algunos prefieren a los roedores, reptiles y otras veces animales mucho más exóticos.

Los cuidados que estas mascotas necesitan van mucho más allá de la simple alimentación. Hay cuidados específicos para estos animales, visitas al veterinario, medicamentos, entre muchos otros.

En el presente informe se detalla información derivada de un proceso de observación realizado en la empresa Arca de Noé, S.A. la cual presta servicios y ofrece productos para las mascotas de compañía, esto, como parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Esta información fue obtenida por medio de un diagnóstico comunicacional realizado en dicha empresa.

Se encontrará en este documento la descripción de la empresa, historia, sus problemas comunicacionales y sus posibles soluciones con el fin de mejorar la imagen de la misma y que reciba la percepción que se merece.

El proyecto consta de tres fases que detallan su realización: Fase diagnóstica. En esta fase se realiza la observación necesaria para la identificación de los problemas

comunicacionales que la empresa presenta y de esa forma encontrarle posibles soluciones.

La segunda fase es la de la elaboración de una plan de comunicación o una estrategia, la cual dicta cuales son los pasos a seguir para mejorar la imagen de la empresa y emplear su comunicación de forma más efectiva. La información para este punto del informe sale previamente de la fase diagnóstica.

La tercera y última fase es la de la ejecución de dicho plan o estrategia. Aquí se cumplen los factores detallados en el mismo y que se ejecutó en la empresa Arca de Noé, S.A. Así como el respectivo análisis de los resultados obtenidos en las tres fases de las que consta este proyecto.

JUSTIFICACIÓN

Las necesidades son cambiantes y la forma de comunicarse también. Quienes poseen mascotas saben en la mayoría de los casos que sus cuidados son de suma importancia y siempre buscan el poder darles lo mejor.

La empresa, actualmente, cuenta con las mejores instalaciones, los productos de mejor calidad y los instrumentos adecuados para realizar sus servicios. Los consumidores están apegados a la marca no solo por su trayectoria en el mercado guatemalteco, sino también por la solidez que proyectan.

Informar a sus consumidores que siempre se trata de innovar, no solo en productos, en imagen y también ofreciendo ambientes más cómodos es importante. Comunicando de la mejor forma todo lo que en el punto de venta existe es primordial. Arca de Noé tratar de crear experiencias de compra y no ser despachadores de productos.

El Plan de Comunicación para Arca de Noé, puede llegar al consumidor que interactúa en sus diferentes plataformas digitales como lo son las redes sociales Facebook, Instagram y su página de internet, informando sobre la empresa, sus servicios y los productos que ofrecen, sin dejar de mostrar el lado de innovación y que la empresa quiere dar a conocer.

El plan de comunicación para Arca de Noé, puede ser beneficioso, para sus colaboradores y sobre todo para los consumidores de sus productos o servicios. Las acciones del plan muestran el uso e interacción de las redes sociales y la página web como canales accesibles con los cuales el consumidor puede acercarse un poco más a la marca.

Contenido

DEDICATORIAS.....	VI
AGRADECIMIENTOS.....	VII
RESUMEN	VIII
SINOPSIS	IX
JUSTIFICACIÓN.....	XII
Contenido	13
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 Objetivos del Diagnóstico.....	2
1.1.1 Objetivo general	2
1.1. 2 Objetivos específicos	2
1.2 La institución.....	2
1.2.1 Ubicación geográfica	2
1.2. 2 Integración y alianzas estratégicas.....	2
1.2.3 Antecedentes	3
1.2.4 Departamentos.....	3
Director comercial.....	4
Gerente de mercadeo	4
Brand Manager (Gerente de marca)	4
Gerente de operaciones.....	4
Gerente de logística y cadena de abastecimiento	4
Gerente de recursos humanos	5
Médicos veterinarios.....	5
Jefes de tienda.....	5
Asesores / vendedores	5
1.2.5 Misión.....	5
1.2.6 Visión	6
1.2.7 Objetivos institucionales	6
1.2.8 Público objetivo.....	6
1.2.9 Organigrama.....	8
1.3 Metodología	9
1.3.1 Descripción del método	9

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección	10
1.3.3 Cronograma del diagnóstico	14
1.4 Recopilación de datos	15
1.4.1 Interpretación de encuestas	15
Ficha de las entrevistas	16
Interpretación de las entrevistas	17
1.5 Radiografía de la institución	19
CAPÍTULO II.....	20
2. Plan de comunicación.....	20
2.1 Antecedentes comunicacionales.....	20
2.2 Objetivos de comunicación	25
2.2.1 Objetivo general	25
2.2.2 Objetivos específicos.....	25
2.3 Público objetivo	25
2.4 El mensaje	26
2.5 Estrategias de comunicación.....	26
2.6 Acciones de comunicación	27
Acciones comunicacionales.....	28
CAPÍTULO III.....	29
3. Informe de ejecución.....	29
3.1 Proyecto desarrollado	29
3.1.1 Financiamiento.....	29
3.1.2 Presupuesto.....	29
3.1.3 Beneficiarios	30
3.1.4 Recursos humanos	30
3.1.5 Área Geográfica de acción.....	30
3.2 Estrategias desarrolladas.....	31
Estrategia #1 - Redes sociales	31
Estrategia #2: Página web	36
Acciones desarrolladas.....	37
Objetivo comunicacional.....	40
Acciones desarrolladas.....	40
Control y seguimiento	43

CONCLUSIONES 44

RECOMENDACIONES 45

GLOSARIO DE TÉRMINOS 46

BIBLIOGRAFÍA 47

E-GRAFÍA..... 48

ANEXOS 49

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

En este apartado vemos la situación actual del Departamento de Mercadeo y Publicidad de Arca de Noé, S.A para lo cual se efectuó la recopilación de información y se planteó un análisis de los principales problemas que se encontraron en el mismo. Se constató que existe la oportunidad de mejorar en lo que a comunicación tanto interna como externa se refiere. Se plantea una serie de soluciones comunicaciones para apalejar esos problemas detectados.

El diagnóstico es “el punto de partida para el diseño de cualquier proyecto que pretenda dar respuesta a una problemática. Es la etapa que permite conocer a la población o comunidad, identificar sus necesidades y ordenar esa información para intentar cambiar la realidad”. (EDUPAS Cuadernillo “Elaborando Proyectos de Comunicación para el desarrollo” mayo 2006).

A través del diagnóstico identificamos el proyecto que debemos planificar, ejecutar y comunicar.

Al plantear un proyecto de comunicación que aporte al desempeño de la marca se debe estar claro y dentro de la situación actual de la misma, claramente, desde un punto comunicacional. Para ello es importante realizar un diagnóstico. El diagnóstico desde la perspectiva de la comunicación es un análisis específico de las características de producción, circulación, recepción y significación de sentidos en un grupo o comunidad al cual estudiamos.

1.1 Objetivos del Diagnóstico

1.1.1 Objetivo general

Evaluar los procesos de comunicación de la empresa y ver áreas de oportunidad en los mismos.

1.1. 2 Objetivos específicos

- Analizar las herramientas de comunicación que utiliza Arca de Noé.
- Identificar si la empresa cuenta con estrategias de comunicación y que medios utiliza de forma frecuente.
- Indagar sobre las necesidades de comunicación y la frecuencia con la que utilizan los medios de comunicación.
- Presentar un plan de comunicación para la empresa Arca de Noé y que responda a las necesidades de comunicación que la empresa necesite.

1.2 La institución

Arca de Noé, sociedad anónima.

1.2.1 Ubicación geográfica

Las oficinas centrales de Arca de Noé, S.A. se encuentran ubicadas en Avenida La Reforma 6-39, Zona 10 Centro Corporativo Guayacán 4to nivel en la ciudad capital de Guatemala, Guatemala. De ahí parten todas sus sucursales para un total de 24 ubicaciones. Las cuales se encuentran ubicadas en las zonas 05, 06, 07, 09, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, zonas 08 y 10 de Mixco, San Lucas Sacatepéquez y Quetzaltenango.

1.2. 2 Integración y alianzas estratégicas

Arca de Noé cuenta con proveedores en Guatemala, México y Estados Unidos con los cuales se ha establecido por muchos años una relación comercial importante. Importa productos de alta calidad, con fines específicos, los cuales buscan satisfacer las necesidades de sus consumidores de igual forma cuenta con aliados importantes para la divulgación de sus productos y/o servicios y sus estrategias comerciales por medio de canales de comunicación: agencia de publicidad, medios impresos, medios digitales,

plataformas en televisión y la comunicación que se da en el punto de venta. Estas alianzas han creado un vínculo importante entre la empresa y su mercado objetivo.

1.2.3 Antecedentes

ARCA DE NOÉ, S.A. es una sólida organización con tradición con más de 40 años de servicio en Guatemala. La organización se ha desarrollado de forma dinámica, lo cual le permite contar, actualmente, con sólido prestigio dentro del mercado al cual pertenece.

ARCA DE NOÉ, S.A. fue fundada un 7 de abril de 1976. Desde el inicio de operaciones en Guatemala la estructura, productos y servicios de ARCA DE NOÉ se han diversificado, provocando como resultado la complejidad de sus procesos.

Actualmente, cuenta con 23 tiendas y una adicional que es el servicio a domicilio que es considerada como la número 24, cuenta a su vez con la tienda para mascotas más grande de Guatemala, es reconocida como Mega Arca ubicada en la zona 13 capitalina. Esta tienda es reconocida como una de las más grandes de Centroamérica. (Manual de Inducción a personal nuevo – Arca de Noé. 2012)

1.2.4 Departamentos

Perfil de los colaboradores

Arca de Noé cuenta, actualmente, con 172 colaboradores distribuidos entre los puntos de venta y las oficinas centrales. Algunos de los puestos de trabajo son: Presidente, Director comercial, Gerentes de Mercadeo, Operaciones, IT, Finanzas, RRHH, Logística y Cadena de abastecimiento, Brand Manager, Coordinadores de tiendas, Jefes de tiendas, Médicos Veterinarios, Vendedores asesores, entre otros.

A continuación se describen las funciones de los puestos clave mencionados.

Presidente

Es la cabeza de la organización. Tiene como funciones primordiales definir los objetivos principales de la empresa, velar porque estos se cumplan, así como la creación de nuevos proyectos y nuevas oportunidades de negocio.

Director comercial

Su función es consiste en organizar, unir y fomentar la comunicación entre los departamentos comerciales, de logística, de mercadeo y velar por que se cumplan los objetivos de la empresa.

Gerente de mercadeo

Seguir las instrucciones que vienen de dirección comercial y unificar las mismas con el plan de mercadeo y las estrategias tanto de comunicación como de publicidad que presenta la empresa. Presentar opciones innovadoras, ejecutable con el fin de fidelizar al cliente con la marca.

Brand Manager (Gerente de marca)

Maneja de manera estrecha la relación con la agencia de publicidad y los medios de comunicación. Ejecuta los proyectos citados por la gerencia de mercadeo en los tiempos establecidos, vela por la implementación de acciones mercadológicas y hace la mejores negociaciones con los medios de comunicación, ya sea impresos, digitales, radiales o de televisión, estar en constante contacto con los puntos de venta y velar porque todo lo que se quiera comunicar se cumpla y llegue a su destino.

Gerente de operaciones

Tiene a su cargo la coordinación y personal de tiendas, sus funciones principales son velar porque los objetivos de ventas, comerciales y organizacionales lleguen a todo el personal de puntos de venta, se cumplan y se obtenga el resultado esperado.

Gerente de logística y cadena de abastecimiento

Tiene una tarea esencial en la organización, sus funciones primordiales son establecer la relación con los proveedores de productos tanto locales como internacionales,

coordinar el que los productos siempre estén en el punto de venta, y manejar los niveles de inventario de la mejor forma posible.

Gerente de recursos humanos

Su trabajo consiste en reclutar al personal tanto de oficinas centrales como de puntos de ventas y velar porque a estos se les acredite su salario, se cumplan sus condiciones laborales, brindar capacitación constante a cada uno de los colaboradores.

Médicos veterinarios

Trabajo técnico y realizado en puntos específicos, atienden en consulta externa a los pacientes animales que así lo requieran, colocan inyecciones, sueros, toman muestras de sangre, atienden emergencias y trabajan muy de cerca con el departamento de recursos humanos en el tema de capacitaciones al personal. Velan por el bienestar de los animales en los distintos puntos de venta.

Jefes de tienda

Personal estrictamente para el punto de venta. Su trabajo consiste en llevar los controles del personal a su cargo, toda la gestión administrativa, controles de inventario y asesoría al cliente.

Asesores / vendedores

Son los asignados en su mayoría al servicio al cliente, asesorar, informar al cliente con el fin de cerrar la venta de los productos y/o servicios que se ofrecen.

1.2.5 Misión

Ofrecer productos y servicios para mascotas, orientados a velar por su bienestar con el compromiso diario de brindar un servicio de la más alta calidad, a través de la formación y capacitación de nuestros colaboradores, basados siempre en nuestros valores.

1.2.6 Visión

Ser la empresa que provea mascotas, productos y servicios innovadores con el más amplio surtido a precios competitivos.

1.2.7 Objetivos institucionales

- Ofrecer a sus consumidores productos de alta calidad.
- Dar a conocer de forma contundente los productos y/o servicios que la empresa ofrece a sus consumidores.
- La empresa se interesa constantemente por desarrollarse en forma efectiva, brindando resultados tangibles que apoyen el incremento de la productividad, calidad y servicio.
- Innovar constantemente y ofrecer un portafolio más amplio en lo que ha servicios y productos se refiere.
- Promover el cuidado animal en todas sus áreas y apoyar entidades que se dedican al rescate de animales de la calle.

1.2.8 Público objetivo

Se trata del público al que se dirige las acciones de comunicación y/o al que se pretende vender el producto o servicio. Es importante tenerlo claramente definido e identificado para aumentar las posibilidades de acierto en tus acciones de Marketing. (Virginia Borges, Método Marketing 2017)

Población guatemalteca entre los 15 y 65 años de edad, en su mayoría mujeres, que posean una mascota en casa y que velen por el bienestar de la misma, nivel socioeconómico A, B, C+. con intereses en temas educativos, negocios, familia, viajes, mascotas.

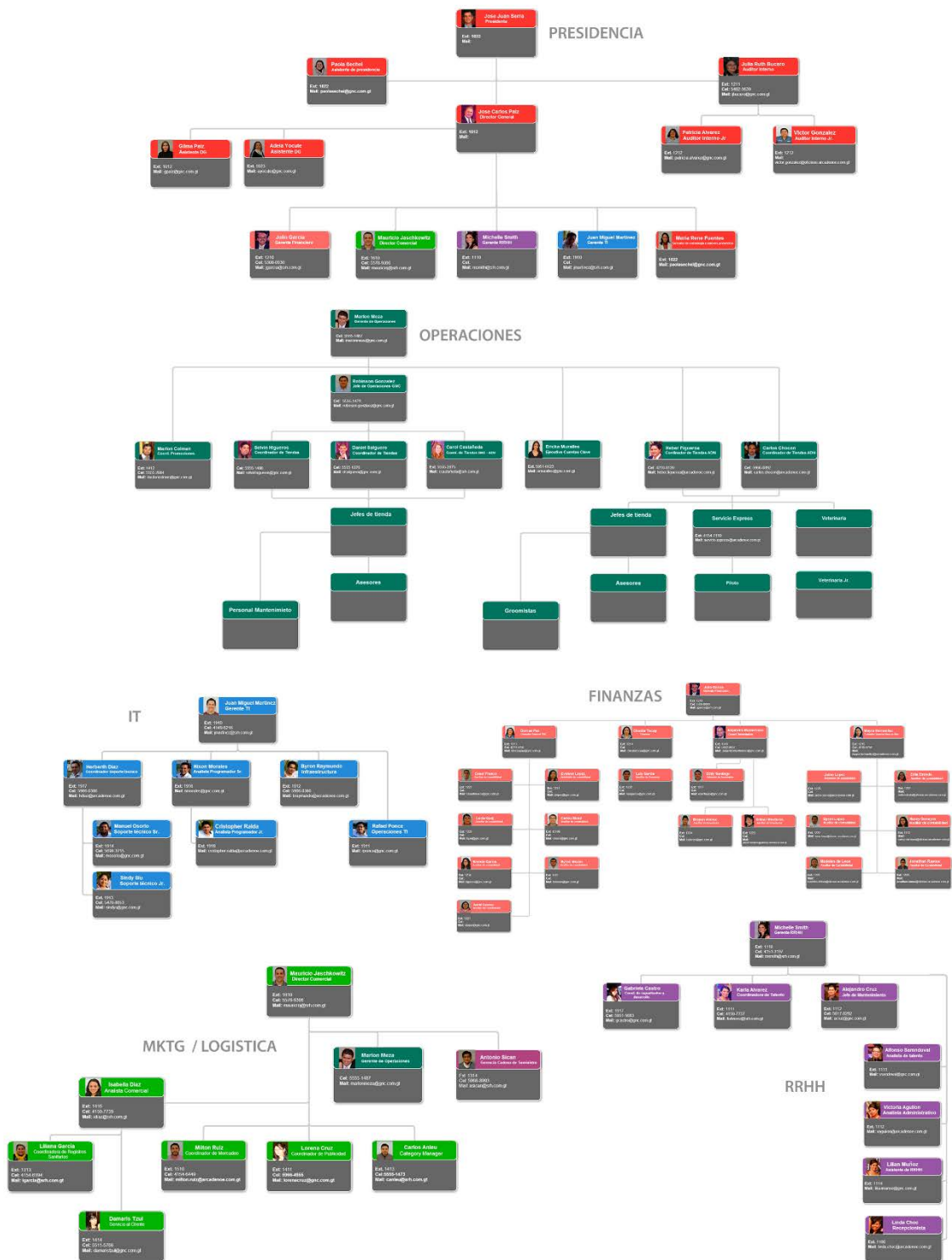
Animal Lovers: Se ubican en varios sectores de Guatemala. Ellos buscan siempre lo mejor para sus mascotas y las ven como un miembro más de la familia, salen a pasear

con ellas y buscan siempre actividades y lugares en los cuales puedan ser incluidas. Sus intereses son mascotas, carreras, parques, educación de mascotas y retail de mascotas.

Familias: Por lo regular salen a pasear, tienen un perrito o gato, viven en un una casa en complejo residencial o apartamento por lo que desean que su mascota esté sana, limpia y libre de enfermedades o cualquier cosa que ponga en riesgo la salud de su familia.

Intereses: Temas relacionados con niños, mamás, educación, salud, salud preventiva y psicología.

1.2.9 Organigrama



1.3 Metodología

1.3.1 Descripción del método

La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. (Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, Pilar, Metodología de la investigación – sexta edición, 2014).

Investigación exploratoria. El objetivo primordial de este tipo de investigación es facilitar una mayor penetración y comprensión del problema que enfrenta el investigador. (Diccionario Marketing, 2016).

La investigación experimental consiste en la manipulación de una (o más) variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular. (Franco, Y, Tesis de investigación, 2014).

La investigación aplicada, guarda íntima relación con la básica, pues depende de los descubrimientos y avances de la investigación básica y se enriquece con ellos, pero se caracteriza por su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. La investigación aplicada busca el conocer para hacer, para actuar, para construir para modificar. (Franco, Y, Tesis de investigación, 2014).

El inicio de la investigación es de carácter exploratorio para terminar como descriptiva. La información recabada en la investigación dará pie a proponer una solución adecuada a la problemática encontrada use la investigación descriptiva porque acerca a una definición y a la presentación de las variables de forma más organizada, también ayuda a conocer los componentes del proceso comunicativo como las formas comunicacionales e información de carácter técnico, etcétera.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Con la finalidad de obtener información y en una buena cantidad con referencia a las necesidades conocidas utilizaré los instrumentos de la observación y la entrevista a los departamentos responsables de la comunicación para la empresa, mercadeo y dirección comercial. Entre estos los gerentes de Mercadeo y al Director comercial de Arca de Noé, S.A. con el fin de conocer las situaciones actuales de la empresa, procesos, actividades, personal involucrado y todo a lo que comunicación se refiere. Para tener información fidedigna para la elaboración del diagnóstico comunicacional.

La observación: Es un proceso de recolección de información de manera sistemática, válida y confiable, que requiere atención voluntaria (intencionalidad), dirigida hacia un objeto de conocimiento (temática, sujeto, grupo, situación, entre otros) para obtener información del objeto de conocimiento y las posibles relaciones que se establecen (Nelsy Carrillo de Arellano, Técnicas de la observación y sus respectivos instrumentos, 2011).

La observación Según Miles es: Comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden al paso del tiempo y los patrones que se desarrollan (Miles, Huberman, Saldaña, 2013; y Jorgensen, 1989).

Hay distintos tipos de observación entre ellos se pueden mencionar los siguientes:

Observación estructurada: Esta clase de observación se aboca a lo cuantitativo y es la realizada a la hora de observar un problema que ha sido definido con claridad. Esta observación permite realizar un estudio preciso de los patrones que quieren medirse y observarse. La observación estructurada es la idónea a la hora de realizar investigaciones del tipo concluyente por que impone límites al investigador para incrementar tanto la objetividad como la precisión para obtener la información requerida.

Observación no estructurada: Este tipo de observación se la considera una técnica cualitativa, que no recurre a la determinación de categorías predeterminadas para

registrar los acontecimientos a observar, como la estructurada. De todas maneras, una vez realizada la observación se suelen formular categorías para lograr una interpretación de los datos.

La observación participante: Esta observación deviene de un investigador que se integró en un grupo y actuó como un miembro más del mismo. Lo que el investigador, quien puede o no informar sobre su proyecto de investigación. Debe lograr es que su presencia no influya de ninguna manera en la actividades del grupo para que no existan distorsiones.

Ficha de observación:

FICHA DE OBSERVACIÓN - ARCA DE NOÉ, S.A.				
NOMBRE:	Milton Guillermo Ruiz García			
FECHA:	1 A 10 DE FEBRERO 2,017			
LUGAR:	OFICINAS CENTRALES - ARCA DE NOÉ, S.A.			
TEMA:	PROCESOS COMUNICACIONALES			
	1: REGULAR	2: BUENO	3: MUY BUENO	4: EXCELENTE
COMUNICACIÓN - INTERNA				
Es buena la comunicación de la empresa, entre sus colaboradores?			3	
El personal hace uso correcto de los canales de comunicación			3	
La comunicación es siempre buena entre los departamentos?		2		
COMUNICACIÓN - EXTERNA				
Cómo es la percepción del cliente hacia la empresa?			3	
Fomentan la comunicación con su cliente?			3	
Cuentan con estrategias para llegar a su cliente?		2		
Hacen uso correcto de los medios de comunicación?		2		
NECESIDADES DE COMUNICACIÓN				
Presenta oportunidades para mejorar los procesos comunicacionales?			3	
Existen necesidades comunicacionales que puedan convertirse en oportunidades?			3	
Hay apertura para recibir apoyo en temas de comunicación			3	

Milton Guillermo Ruiz García, febrero, 2017.

La observación tiene propósitos específicos y los cuales sirvieron para determinar diferentes factores. Puedo decir que esta técnica me sirvió para observar a personas, hechos, acciones, comportamientos, con la finalidad de hacerme de información para su posterior investigación.

También me sirvió para entender cuáles son los factores que interviene en los procesos comunicaciones como el entorno, formas de comunicación, los ambientes sociales, los comportamientos de los individuos o grupos, los hechos que son importantes, entre otros.

La información obtenida me sirve para sacar algunas conclusiones e ir pensando en un plan de comunicación que pueda ayudar a fortalecer la comunicación hacia su consumidor final, factores importantes como saber que no se cuentan con estrategias adecuadas, uso eficiente de los medios de comunicación, oportunidades de mejora. Comunicar de forma efectiva los intereses de la empresa y lo que se quiera proyectar hacia el grupo objetivo.

Otro instrumento que se utilizó en el presente diagnóstico es la entrevista, a personajes importantes dentro de la operación de la empresa.

La entrevista: Es una relación directa entre personas por la vía oral, que se plantea unos objetivos claros y prefijados, al menos por parte del entrevistador, con una asignación de papeles diferenciales entre el entrevistador y el entrevistado, lo que supone una relación asimétrica". (Silva, F. y Pelachano, V. 1979, La entrevista).

La entrevista cualitativa: Es una técnica en que una persona (entrevistador) solicita información de otra o de un grupo (entrevistados o informantes), para obtener datos sobre un problema determinado. Presume al menos las existencias de dos personas y la posibilidad de interacción verbal. (Rodríguez, Flores & García, 1,999).

Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana. Proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar. (Galindo, 1998 Guía de conversación, Pág. 277).

Las entrevistas proporcionan datos de interés, al establecer un diálogo con otra persona se obtiene una fuente de información la cual es importante para el desarrollo de una investigación. La entrevista me sirve para conocer un poco más de cerca los procesos comunicacionales que existen dentro de la empresa, así, como las diferentes necesidades que se pueden presentar, es un contacto directo con los responsables de la operación de la empresa.

1.3.3 Cronograma del diagnóstico

Se detalla las actividades en las cuales se realizó el diagnóstico comunicacional para

CRONOGRAMA DIAGNOSTICO ARCA DE NOÉ, S.A.										
NO	ACTIVIDAD	01 a 10 FEBRERO	03 FEBRERO	07 FEBRERO	09 FEBRERO	10 FEBRERO	11 A 15 FEBRERO	15 A 21 FEBRERO	21 A 24 FEBRERO	24 FEBRERO
1	Observación									
2	Contacto con las gerencias									
3	Búsqueda de información									
4	Redacción de encuestas									
5	Aplicación de encuestas									
6	Interpretación de los datos recopilados.									
7	Redacción del diagnóstico de comunicación									
8	Revisión del diagnóstico.									
9	Presentación del diagnóstico.									

Arca de Noé, S.A.

Milton Guillermo Ruiz García, febrero, 2017.

1.4 Recopilación de datos

1.4.1 Interpretación de encuestas

Entrevistas Gerente de mercadeo, Director comercial, Empresa Arca de Noé, S.A.

Ficha de la entrevista:

Tema de la entrevista: Procesos de comunicación de Arca de Noé.

Fecha de la entrevista: 10 de febrero de 2017

Lugar: Oficinas centrales Arca de Noé, S.A.

Nombre del entrevistado: Licda. Ana Lucía Paiz Olivares

Puesto: Gerente de Mercadeo

Instrumento: pregunta/respuesta

1. ¿Cómo son los procesos de comunicación interna y externa de Arca de Noé?

INTERNO: comunicación abierta y directa con el departamento de operaciones y otros departamentos para asegurar la ejecución e implementación de todas las estrategias comerciales. EXTERNO: comunicación a través de diferentes medios para llegar a los puntos de contacto donde están nuestros clientes y clientes potenciales.

2. ¿Qué necesidades presenta hoy por hoy a nivel de comunicación Arca de Noé, S.A.? Nuestra mayor necesidad es Comunicar y transmitir todo lo que significa la nueva imagen de Arca de Noé y establecer una estrategia de comunicación digital para redes sociales que informe al cliente sobre la empresa y lo que tiene para el cuidado de sus mascotas.

3. ¿Qué medios utiliza Arca de Noé para hacer llegar la comunicación hacia su público objetivo?

- Redes sociales (FB, TL e IG)
- Medios Impresos
- Medios Outdoor (Ocasionalmente)
- Televisión

4. ¿Cuál es el reto más grande de comunicación para Arca de Noé?

El mayor reto es dar a conocer y transmitir todo lo que es Arca de Noé, los cambios que se están haciendo, hablar de nuestra calidad en el servicio, atención y asesoría que

brindamos. Decir que los productos son seleccionados para cuidar, proteger, consentir y jugar con sus mascotas. Ser innovadores y creativos para poder optimizar el presupuesto.

Ficha de las entrevistas

Tema de la entrevista: Necesidades de comunicación de Arca de Noé.

Fecha de la entrevista: 10 de febrero de 2017

Lugar: Oficinas centrales Arca de Noé, S.A.

Nombre del entrevistado: Licenciado Mauricio Jaschkowitz Mishaan

Puesto: Director comercial Arca de Noé.

Instrumento: pregunta/respuesta

1. ¿Qué necesidades presenta hoy por hoy a nivel de comunicación Arca de Noé, S.A.? Necesita una generación de tráfico en función de los valores de la marca. Necesitamos incrementar la venta por cliente y contribuir a su educación en la categoría.
2. ¿Cuál es el motivo por el cual se decidió hacer un cambio de imagen para la marca Arca de Noé? Revitalización de la marca, uniformar y volverla más "Universal".
3. ¿Qué se espera del cambio de imagen de Arca de Noé? Una sensación de "refresco", tanto para clientes como colaboradores. Que cambie nuestra mentalidad hacia los nuevos fines de la marca.
4. ¿En que beneficia este cambio de imagen a los clientes y colaboradores de Arca de Noé? Estamos en una empresa "nueva", a la que se le está invirtiendo en su renovación y esto da una percepción muy positiva y de crecimiento a futuro.

Interpretación de las entrevistas

Después de realizar las entrevistas con la gerente de Mercadeo y el director comercial de Arca de Noé, S.A. se puede verificar que tienen los canales tradicionales de comunicación interna, forma verbal, correo electrónico, WhatsApp. A nivel externo cuentan con sus estrategias comerciales como medios impresos periódicos, televisión y mayormente, los medios digitales como las redes sociales, Facebook, Instagram y en algunos casos medios externos como vallas o mupis. No se cuentan con estrategias de comunicación digital definidas, para la comunicación con el cliente externo por lo que muchas veces los resultados de la comunicación son fallidos.

La empresa está realizando un importante cambio de imagen y no existe la estrategia adecuada para darlo a conocer, se carece de una estrategia digital o de medios que pretendan informar sobre este cambio o que comuniquen sus productos y servicios. Se cuentan con una variedad de medios para poder comunicarse con el grupo Objetivo, más no una estrategia determinante para lograr comunicar efectivamente.

Hay una necesidad comunicacional hacia el consumidor. Para esto existen algunas deficiencias a la hora de ejecutar la comunicación, informar bien al público objetivo sobre los productos, servicios, generar tráfico a los puntos de venta. Esta es una necesidad primordial que no se está cumpliendo, la ejecución clara y una estrategia completa de comunicación no se está dando.

Se requiere de una renovación ya que en esta categoría de negocio los consumidores son un tanto exigentes y sus demandas son amplias. Se busca sobresalir en referencia a la competencia, es por eso que surge dar un uso correcto a la imagen institucional de la empresa.

Se busca la oportunidad de llegar e informar a los colaboradores, darles un sentido de pertenencia a una empresa que busca mejorar constantemente y que les haga mejorar como personas.

Se informa a los clientes para que sepan que se está invirtiendo en mejorar tanto la imagen institucional como en mejorar los servicios que Arca de Noé ofrece.

No existe educación e información hacia el cliente o consumidor. Esto en tema de que es lo mejor para su mascota, Arca de Noé cuenta con más de cuatro mil productos para las distintas necesidad de las mascotas y no se están comunicando con eficiencia.

Tabla comparativa de entrevista

TABLA COMPARATIVA DE ENTREVISTAS		
Técnicas de recopilación de información.	Ventajas	Desventajas
E N T R E V I S T A S	• Existe oportunidad de llegar al público objetivo, por los medios de comunicación que utilizan	• Carencia de estrategias comunicacionales
	• El Público objetivo tiene conocimiento de la marca.	• Personas que aun no conocen la marca.
	• Diversidad de medios de comunicación	• No se están aprovechando al máximo los medios.
	• Oportunidad de informar a su público objetivo	• No hay contenido informativo que sea suficiente, para comunicar.
	• Están realizando cambios importantes que se pueden comunicar	• No existe material digital que informe sobre los cambios.

Milton Guillermo Ruiz García, febrero, 2017.

1.5 Radiografía de la institución

FODA Comunicacional Arca de Noé

FODA COMUNICACIONAL	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Diversidad de medios para hacer el proceso comunicativo.• Cuenta con los recursos necesarios para realizar el proceso comunicacional. Presupuesto.	<ul style="list-style-type: none">• No existen con estrategias comunicacionales.• No existen los lineamientos necesarios para planes comunicacionales.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Oportunidad de Generar una estrategia de comunicación efectiva.• Existen los canales adecuados para el proceso comunicativo.	<ul style="list-style-type: none">• Inexistencia de contenidos informativos comunicacionales.• No hay utilización adecuada de los medios de comunicación.

Milton Guillermo Ruiz García, febrero, 2017.

CAPÍTULO II

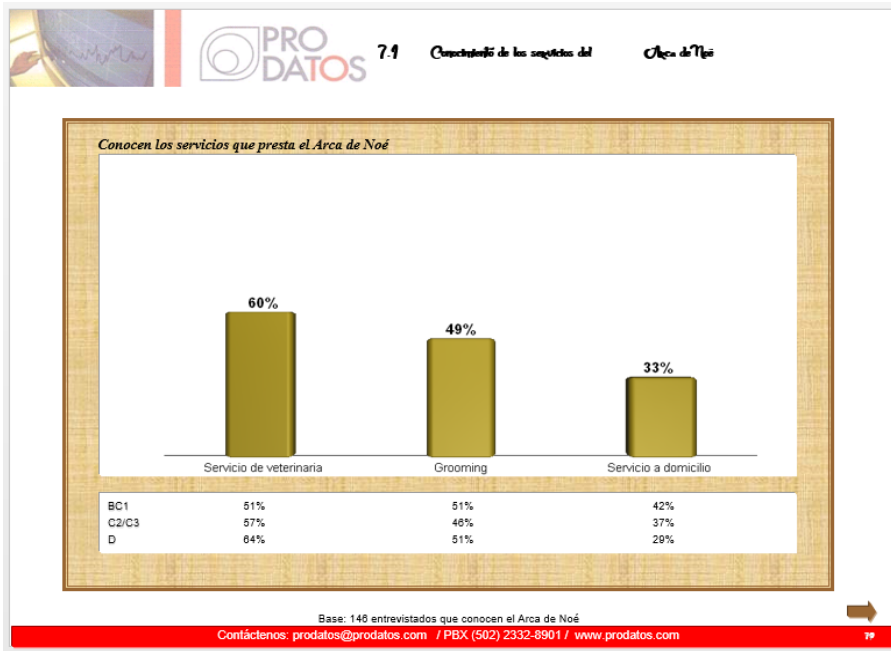
2. Plan de comunicación

2.1 Antecedentes comunicacionales

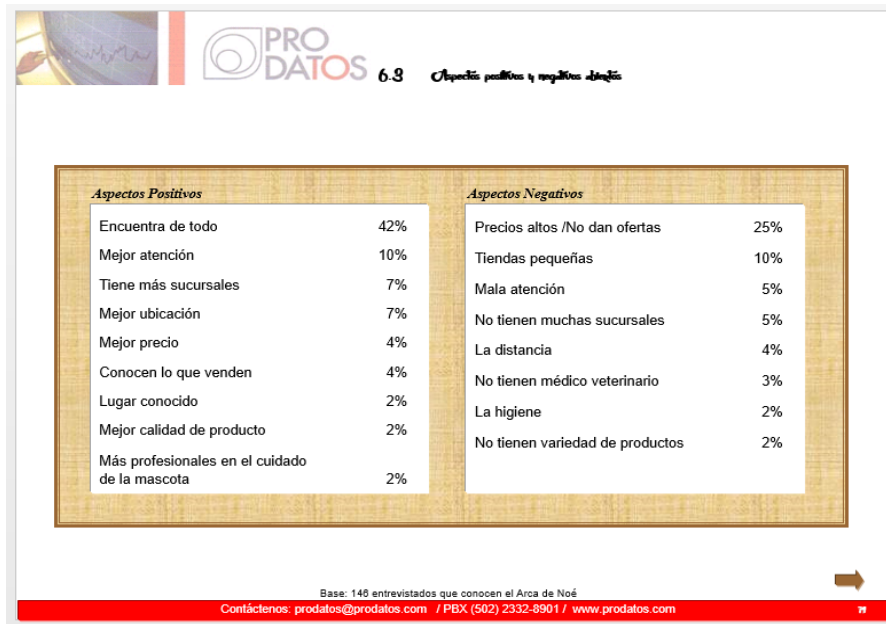
Arca de Noé en los últimos años ha utilizado distintos medios de comunicación para darse a conocer y para informar a su consumidor sobre sus productos, servicios, promociones, eventos y actividades que se realiza y que forman parte de un plan de mercadeo. La empresa tiene más de cuarenta años en el mercado y se ido actualizando en el uso de medios, impresos, televisión, radios y en los últimos tiempos las redes sociales. Estas últimas son en este momento su canal más fuerte de comunicación hacia el consumidor. Dado el cambio en este momento no se ha comunicado en ninguno de los medios que la empresa usa, no hay una estrategia plasmada para dar a conocer el cambio lo cual da una buena oportunidad de dar el mensaje correcto a su público objetivo.

EL proyecto de comunicación aportará al desempeño de la marca, informando con claridad a sus consumidores sobre se debe estar claro y estar dentro de la situación actual de la misma, claramente desde un punto comunicacional. En el año 2008 la empresa realizo un estudio de mercado, el cual dio datos importantes, que son relevantes sobre personas que tienen una mascota en casa, los cuidados que les dan y como perciben a la marca al cual en su momento no se le sacó mucho provecho, mucha información sobre ese estudio me servirá para la realización del plan.

Para este estudio se utilizó la investigación cuantitativa, el método de encuestas en hogares y las entrevistas personales cara a cara con el uso de un cuestionario estructurado, El universo fue: amas de casa, nivel socioeconómico BCD de la ciudad de Guatemala. Se realizó en las fechas del 18 al 30 de julio de 2008. En dicho estudio las personas opinaron lo siguiente: Dos de los aspectos importantes que las personas buscan en una tienda de artículos para mascotas son la ubicación (cercanía y accesibilidad) y precios accesibles. (Estudio de Mercado, Arca de Noé, 2008).



Arca de Noé – Estudio de mercado, 2008



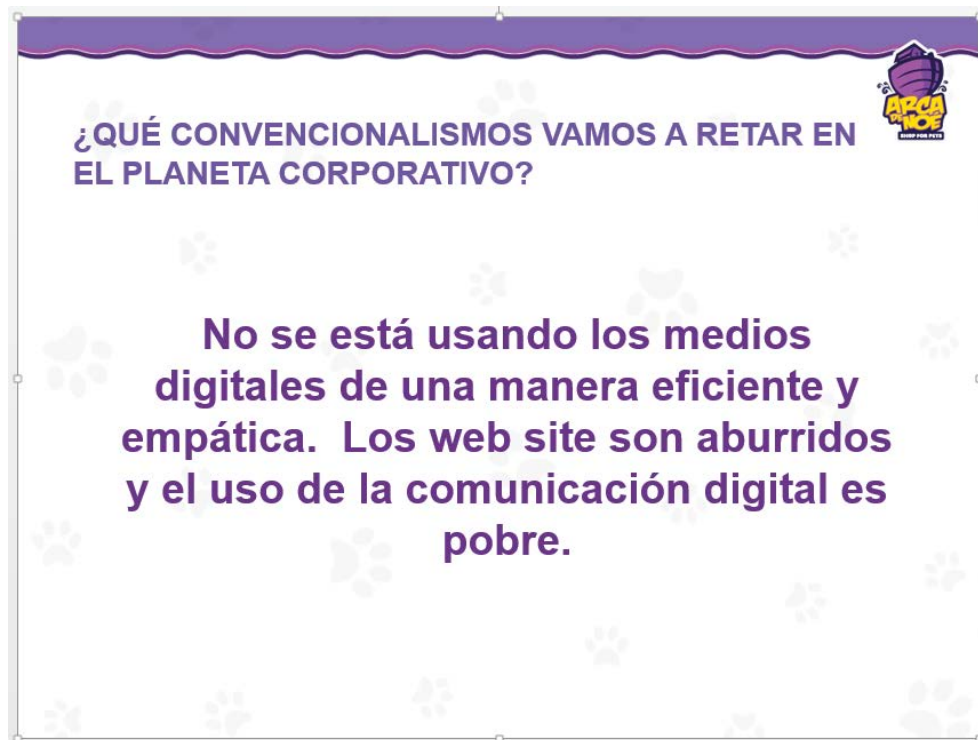
Arca de Noé – Estudio de mercado, 2008

Las conclusiones del estudio de mercado nos dan información importante, como decir que el 62.5% de los hogares entrevistados, poseen una mascota, en su mayoría perros. El alimento en ese año los entrevistados dicen comprarlo en supermercados, afirman conocer la marca, pero no todos son clientes de sus productos, debido a la percepción de precios altos y tiendas pequeñas.

La gente opinó que es importante la ubicación de las tiendas, puntos accesibles y para entonces se percibía poco dinamismo en los puntos, los aspectos positivos son que tiene mucha variedad, la cantidad de sucursales y contaban con una buena atención. Así mismo en el año 2015 se realizó una dinámica denominada “tipping point” en el cual la empresa reunió a varios colaboradores para determinar valores de la marca y determinar la esencia de la misma, dando como resultado información muy importante que también servirá de apoyo para este plan.

La dinámica se realizó en agosto del año 2015. En el proceso estratégico se incluyó al personal que labora para la empresa, gerencias, altos y medios mandos, así mismo como la participación de público externo, que fue entrevistado para dar sus puntos de vista, opiniones acerca de la marca. El tipping point o proceso de Markitectura® Fue desarrollado por la agencia de publicidad Pancho & Co. Explica en manera amplia 4 variables: Donde está la empresa hoy, Porque está allí, Donde quiere estar y que va a hacer para estar allí. Hace alusión a convencionalismos que existen en el “sistema planetario” en el que se encuentra la marca, este sistema abarca los “planetas” Corporativo, Comunicación, Plaza (ubicaciones), Consumidor. Se toma como base el sistema corporativo donde los medios digitales no están siendo bien utilizados o no están siendo bien aprovechados, tampoco el sitio web tiene mayor dinamismo.

No se demuestra empatía en la comunicación y el sitio web es aburrido. Los medios digitales son actualmente una plataforma con mucho auge y brinda oportunidades de llegar al consumidor de manera eficiente.



Markitectura® realizada por Pancho & Co. Agosto 2015

Así mismo se usará la información del resultado del planeta comunicación: el cual nos dice que hay poca información que no hablamos el lenguaje del consumidor. En resumen las estrategias no están siendo las adecuadas para llegar al mismo. La comunicación muchas veces no conecta con el público objetivo. Hay mucha oportunidad para comunicarse de forma eficiente.

Indica también que las páginas de los proveedores que Arca de Noé tiene en su cartera, son mucho más informativas a diferencia de la de las tiendas para mascotas, utilizan su página web como punto de venta y que las tiendas están enfocadas a precios y ofertas, vender específicamente y no informar, es allí donde se pierde la comunicación con el consumidor.

¿QUÉ CONVENCIONALISMOS VAMOS A RETAR EN COMUNICACIÓN?



Todos hacen lo mismo, utilizando los mismos medios y de la misma manera. El precio es el factor diferencial en la comunicación.

Markitectura® realizada por Pancho & Co. Agosto 2015

2.2 Objetivos de comunicación

2.2.1 Objetivo general

Comunicar de forma efectiva el cambio de imagen para la empresa Arca de Noé, así como también sus productos y servicios, problema que se evidenció en el diagnóstico comunicacional.

2.2.2 Objetivos específicos

- Informar sobre el cambio de imagen a los consumidores.
- Crear una estrategia comunicacional para medios digitales para llegar al consumidor.
- Utilizar las redes sociales y la página de internet como canal de comunicación y reforzándolos para informar sobre el cambio.
- Elaborar material digital informativo para comunicar el cambio de imagen y una estrategia digital para redes sociales y así dar a conocer sus productos y servicios.

2.3 Público objetivo

- Población guatemalteca entre los 15 y 65 años de edad, en su mayoría mujeres, que posean una mascota en casa y que velen por el bienestar de la misma, nivel socioeconómico A, B, C+. Con intereses en temas educativos, negocios, familia, viajes, mascotas.
- Animal Lovers: Se ubican en varios sectores de Guatemala, ellos buscan siempre lo mejor para sus mascotas y las ven como un miembro más de la familia, Salen a pasear con sus mascotas y buscan siempre actividades y lugares en los cuales se pueda incluir las mascotas. Sus intereses son mascotas, carreras, parques, educación de mascotas y retail de mascotas.
- Familias: Por lo regular salen a pasear, tienen un perrito o gato, viven en una casa en complejo residencial o apartamento, por lo que desean que su mascota esté sana, limpia y libre de enfermedades o cualquier cosa que ponga en riesgo la salud de su familia. Intereses: Cosas de niños, mamás, educación, salud, salud preventiva, psicología.

2.4 El mensaje

Arca de Noé. S.A. se caracteriza por ofrecer productos y servicios de calidad, que mejoran la vida de sus principales clientes, las mascotas. Con una imagen renovada, la esencia de la empresa sigue siendo la misma, un excelente servicio y la mejor calidad en sus productos. El mensaje del plan de comunicación será: Nos renovamos, pero conservamos el ADN de servicio y calidad. Haciendo referencia a que el exterior cambia más la esencia de la marca no.

2.5 Estrategias de comunicación

Para lograr alcanzar los objetivos, se realizará la estrategia comunicacional que cuenta de los siguientes pasos o elementos:

- **Redes Sociales:** Estrategia de medios digitales, basado principalmente en redes sociales. Facebook e Instagram. Lo que incluye realización de artes digitales, programación y posteo de los mismos. La finalidad de la estrategia en redes sociales es informar sobre el cambio de imagen, informara sus consumidores sobre los productos y servicios.
- **Página Web:** Se hará un cambio en la página web de la empresa que, actualmente, posee la imagen anterior y se cambiará por diseños con la nueva imagen. La página contara con presencia en los motores de búsqueda o Google Adsense. Para tener más alcance y su medio de difusión también lo será las redes sociales.
- **Video institucional:** Se hará un video promocional que informe sobre el cambio realizado. La evolución de la marca, las tiendas, los elementos gráficos, en fin comunicar la serie de cambios que están próximos a suceder. Su difusión se hará por medio de las distintas redes sociales, que la empresa maneja. No mayor a un minuto.

- Entrega de Materiales: Se programará reunión para hacer la entrega oficial del plan de comunicación a Dirección comercial y si fuese posible a presidencia.

2.6 Acciones de comunicación

Realización de estrategia para medios digitales. Utilización de elementos e imágenes que pertenecen a la nueva línea gráfica de la empresa. Se hará entrega de lo siguiente:

- Realización de materiales digitales, con las especificaciones para pauta pagada en redes sociales. Elaboración de cronograma, programación de material digital en las redes sociales y seguimiento a la interacción de las mismas.
- Cambio de la página web. Uso de programador externo, el diseño gráfico del sitio y la estructura del mismo corre por el epsista.
- Video institucional en arte final, para publicación en redes sociales. Producción y post producción por el epsista y un apoyo externo.
- Programar reunión de entrega de materiales a dirección comercial y presentar avances de la ejecución del plan de comunicación.

Acciones comunicacionales

ACCIONES COMUNICACIONALES	
ACCION #1	
Estrategia a la que corresponde.	Redes sociales.
Problema:	Desconocimiento del cambio de imagen en
Objetivo comunicacional	Dar a conocer en redes sociales el cambio de
Tipo de mensaje	Informativo.
Publico Objetivo	Externo.
Medio de Difusión	Redes Sociales: Facebook, Instagram. Formato
ACCIONES COMUNICACIONALES	
ACCION #2	
Estrategia a la que corresponde.	Página Web
Problema:	La página actual es obsoleta. Tanto en diseño
Objetivo comunicacional	Alinear el cambio de la página web al cambio
Tipo de mensaje	Informativo.
Publico Objetivo	Externo.
Medio de Difusión	Realización del diseño gráfico de la nueva
ACCIONES COMUNICACIONALES	
ACCION #3	
Estrategia a la que corresponde.	Vídeo institucional
Problema:	Comunicación de los cambios que se están
Objetivo comunicacional	Comunicar de manera gráfica y en vídeo los
Tipo de mensaje	Informativo.
Publico Objetivo	Externo.
Medio de Difusión	Producción y post producción del video
ACCIONES COMUNICACIONALES	
ACCION #4	
Estrategia a la que corresponde.	Reunión
Problema:	Dar a conocer el plan a las autoridades
Objetivo comunicacional	Presentar el Plan a autoridades.
Tipo de mensaje	Informativo.
Publico Objetivo	Interno.
Medio de Difusión	Presentacion del Plan y entrega de materiales.

Milton Guillermo Ruiz García – mayo 2017.

CAPÍTULO III

3. Informe de ejecución

3.1 Proyecto desarrollado

Plan de comunicación para Arca de Noé, S.A.

3.1.1 Financiamiento

Arca de Noé, por ser una empresa seria y que tiene una estructura de manejo de negocio adecuada, cuenta con un presupuesto asignado para el área de mercadeo y publicidad, mismo presupuesto que está siendo utilizado para la realización del plan de comunicación. El financiamiento del plan comunicacional está cubierto en su totalidad por la empresa Arca de Noé, S.A.

3.1.2 Presupuesto

Presupuesto para DIGITAL - JUNIO 2017								
No.	Rubro	USD	T.C.	QTZ.	QTY	TOTAL	Financiamiento	
1	Asesoría comunicacional	USD 700.00	7.35	Q5,145.00	1	Q 5,145.00	Epesista.	
2	Diseño Gráfico	USD 20.00	7.35	Q 147.00	60	Q 8,820.00	Epesista.	
3	Remodelación Website	USD 761.95	7.35	Q5,600.33	1	Q 5,600.33	Arca de Noé	
4	Inversion por post en redes sociales.	USD 211.73	7.35	Q1,556.22	1	Q 1,556.22	Arca de Noé	
5	Compra de fotos Shutterstock artes en RRSS	USD 140.00	7.35	Q1,029.00	1	Q 1,029.00	Arca de Noé	
6	Realización Video Institucional	USD 285.75	7.35	Q2,100.26	1	Q 2,100.26	Arca de Noé	
7	Pauta Pagada Video en redes.	USD 75.00	7.35	Q 551.25	1	Q 551.25	Arca de Noé	
TOTALES						Q	24,802.06	
EPESISTA MILTON GUILLERMO RUIZ							Q	13,965.00
ARCA DE NOÉ, S.A.							Q	10,837.06

Milton Guillermo Ruiz García. Junio 2017.

3.1.3 Beneficiarios

Los principales beneficiarios son los consumidores, a ellos les interesa el cuidar bien de sus mascotas y Arca de Noé ofrece todo lo ellos necesitan para el cuidado de las mismas e informarles claramente ayuda a su decisión de compra.

El segundo beneficiario es la empresa ya que con esta estrategia de comunicación se interactuó con los consumidores, se le dio seguimiento a sus necesidades y se cumplió con lo que la empresa necesitaba.

3.1.4 Recursos humanos

- Lic. Mauricio Jaschkowitz Mishaan
Director comercial Arca de Noé, S.A.
Revisión, autorización y toma del seguimiento al del proyecto de comunicación para la empresa.
- Ana Lucía Paiz Olivares
Gte. Mercadeo. (Renuncia a la empresa a junio 2,017).
- Milton Guillermo Ruiz García
Epsista de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación, Diseñador gráfico y ejecutor del Plan de comunicación para Arca de Noé, S.A.
- Carlos Alonzo
Productor audiovisual y fotógrafo profesional.
Apoyo externo en producción y edición de vídeo.
- Astrid Castellanos
Programadora senior
Programador del Sitio Web

3.1.5 Área Geográfica de acción

Arca de Noé, S.A. 7^a. Avenida 4-20 zona 09, ciudad de Guatemala y Centro corporativo Guayacán Avenida Reforma 6-39 Zona 10 4to. Nivel.

3.2 Estrategias desarrolladas

Las estrategias desarrolladas para el plan de comunicación para Arca de Noé, S.A. son la administración y generación de contenido para las redes, realización de un video informativo con fines comerciales y el rediseño de la página web www.arcadenoe.com.gt a continuación se verá desglosada cada una de las estrategias.

Estrategia #1 - Redes sociales

Objetivo comunicacional

El objetivo comunicacional de esta estrategia responde a las carencias de una community manager en la empresa, no había quien generara contenido y diera seguimiento a las publicaciones en redes.

Descripción: Se realizó una programación y un calendario de pauta en redes sociales, así mismo se diseñaron cada uno de los post que fueron parte de este calendario, se revisó presupuesto y se definió cuanta cantidad de plata se iba a pagar para impulso de los post. Se realizó un cambio de imagen el cual se dio a conocer en las redes social, por medio de un gift, una foto de perfil, una portada de Facebook y los post llevaban ya los elementos de la nueva imagen, como también el mensaje en el copy.

Por lo que se tomaron las siguientes acciones:

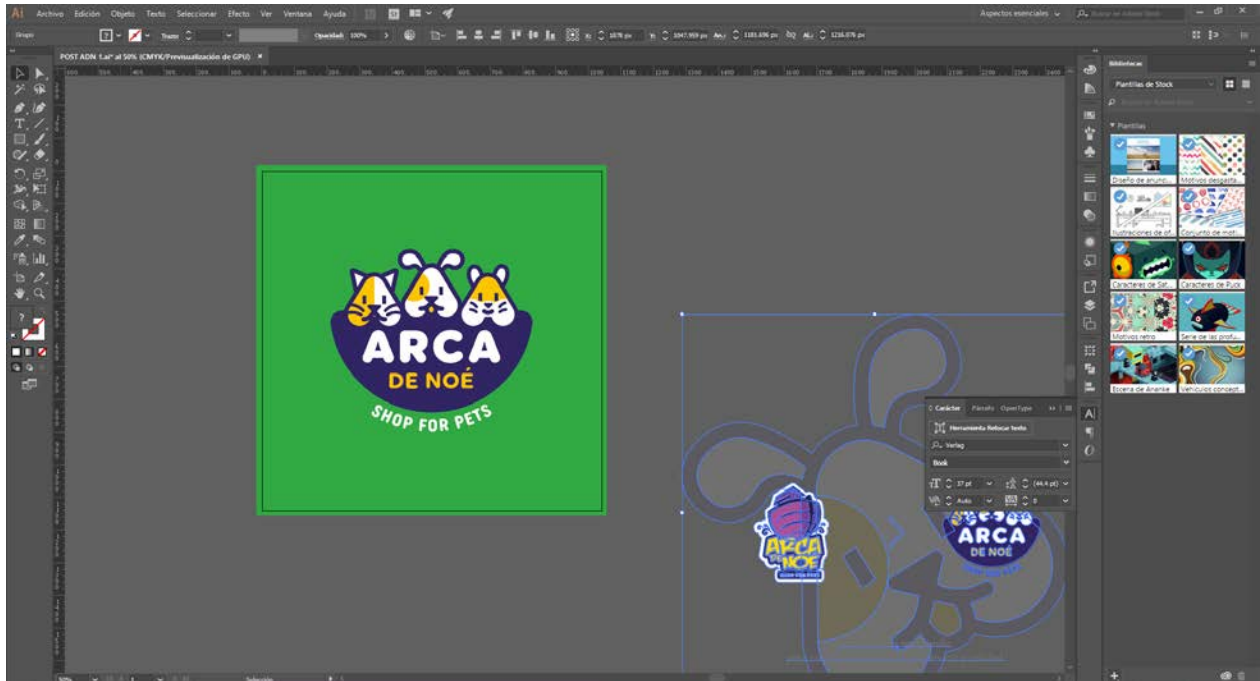
- Elaboración de estrategia de medios digitales.
- Diseño gráfico de cada una de las piezas.
- Calendarización de pauta para las redes sociales Facebook e Instagram.
- Programación de Post en las dos redes sociales.
- Dar seguimiento a las consultas de los consumidores realizadas en estas plataformas.

PROGRAMACIÓN FACEBOOK E INSTAGRAM - JUNIO 2017							
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	
			1	2	3	4	
			Cambio foto de perfil y cover de facebook. Cambio de foto de perfil en Instagram.				
			Nos estamos renovando. Pero conservamos el mismo AdN de Servicio y calidad.				
5	6	7	8	9	10	11	
			Video Gift Animado transición de logotipos.	Post: Redbarn fetchers	Quando todo los demás falla, abraza a tu mascota.	Gatos / Ninja Catnip Toy.	
			Nos estamos renovando. Pero conservamos el mismo AdN de Servicio y calidad.	¡Aprovecha esta oferta y consiente a tu mejor amigo! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	¡Te deseamos un fin de semana lleno de abrazos! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Ninja Catnip Toy un fantástico juguete para tu minino. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	
					POST CARRERA GNC	Fotos de olimpiadas cananias Parque las Américas.	
					¿Y tú ya te inscribiste? #CorreConElCorazón y ayuda a los chicos del Instituto neurológico de Guatemala. Tickets la venta en todas las tiendas GNC Guatemala.	No Copy.	
12	13	14	15	16	17	18	
Los pelos son parte de la decoración de mi hogar.	Backcountry Merrick. Treats para perros.		Alimentos para peces.	Quien es el favorito de papá?	Perfect Pearl	Como llegue a tener tant suerte...?	
¿Like si tu casa está decorada por tu mascota!	Treats Backcountry para tu peludo. Treats sin granos.		15% de descuento en alimento para peces.	¿Listos para el día del padre?	Shampoo para perro de pelo negro.	¿Cómo llegué a tener tanta suerte?	
Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.		Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.		Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	
Consejos de Cuidado de pelo.	Consejos de Cuidado de las orejas		Consejos de Cuidado de los dientes				
Semana del #CuidadoCanino Tip 1. Evita problemas de piel y ruidos en el pelo de tu mejor amigo. D #ArcaDeNois #ShopForPets	Semana del #CuidadoCanino Tip 2. Revisa con frecuencia las orejas y oídos de tu mejor amigo y previene infecciones severas en tu mejor amigo. #ArcaDeNois #ShopForPets	Historias de Instagram	Semana del #CuidadoCanino Tip 3. Los dientes de tu perro son importantes. #ArcaDeNois #ShopForPets	Historias de Instagram	Historias de Instagram	Historias de Instagram	
Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.		Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.				
			Día de adopciones.				
			#DiaDeAdopciones Plaza Madero Atanasio Domingo 18-6 de 10am a 2 pm. Ven y conoce a tu mejor amigo. D — con Mascotas X Amor en Plaza Madero Atanasio.				
19	20	21	22	23	24	25	
Sustrato de coco.	Post Dana hospital Veterinario.	Shampoo perros pelo blanco.	La vida es mejor, llena de pelos.	Merrick Purrfect Bistro.	Los seres más pequeños...	Shampoo anti pulgas.	
Sustrato de COCO para repiles.	Felices de tener un nuevo integrante de la familia @danhospitalvetgi un hospital veterinario con atención en #Emergencia24horas Bienvenido #Dana #HospitalVeterinario	Shampoo de perro para pelo blanco y negro a #PrecioGUAU Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	¿Mirate de pelos! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	¿Ya conoces nuestros alimentos húmedos para gato? #MerrickTheBestFoodEver Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	▼ Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Shampoo especial contra pulgas y garrapatas. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	
			Día de adopciones.			POST CARRERA GNC.	
			#DiaDeAdopciones Este domingo 25.6 en Plaza Madero Roosevelt con nuestros amigos de Mascotas X Amor de 10 a 2 pm. Ven y conoce a tu mejor amigo.			DÍA DEL EVENTO.	
26	27	28	29	30			
Grooming Parque las Américas.	Las almas más nobles.	NM Stain and Odor remover.	Cuando veo los ojos de un animal.	Merrick.			
Desuento de Grooming en Parque Las Américas De martes a jueves T. 26374292 / 23665803 Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	¡Que vivan por siempre! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Retrueme manchas y olores en tu casa. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	¡El MEJOR amigo! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	¿Conoces los beneficios del alimento Merrick? Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.			

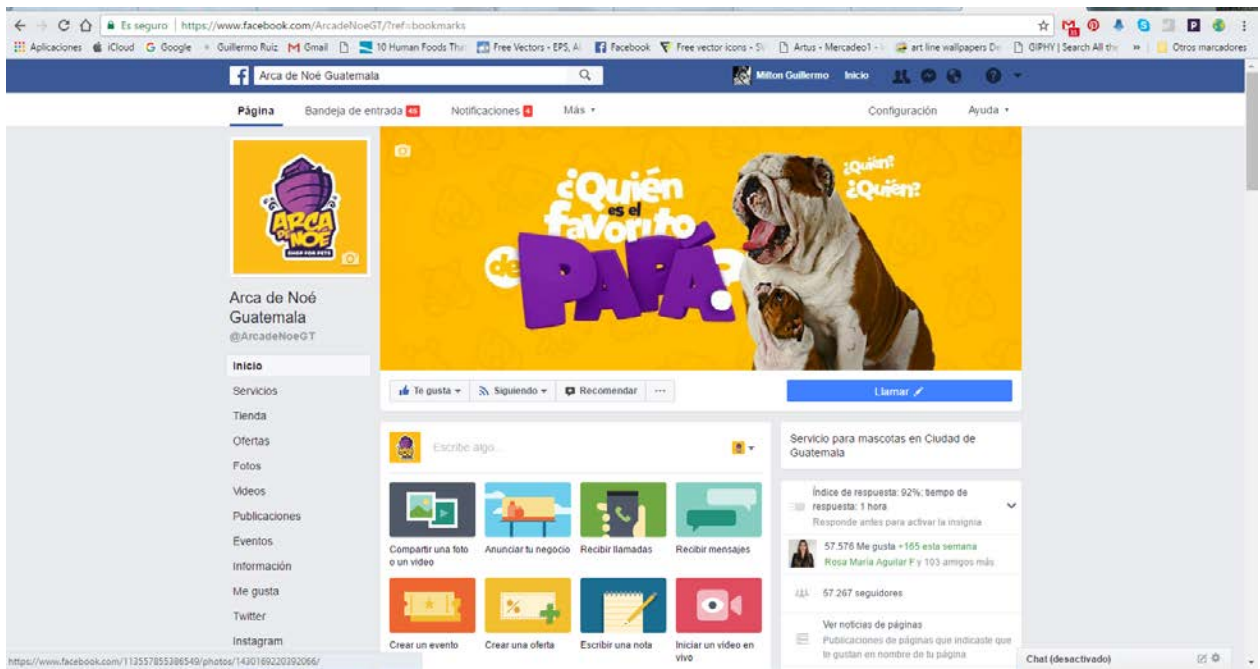
Pauta pagada.

Copy del Post.

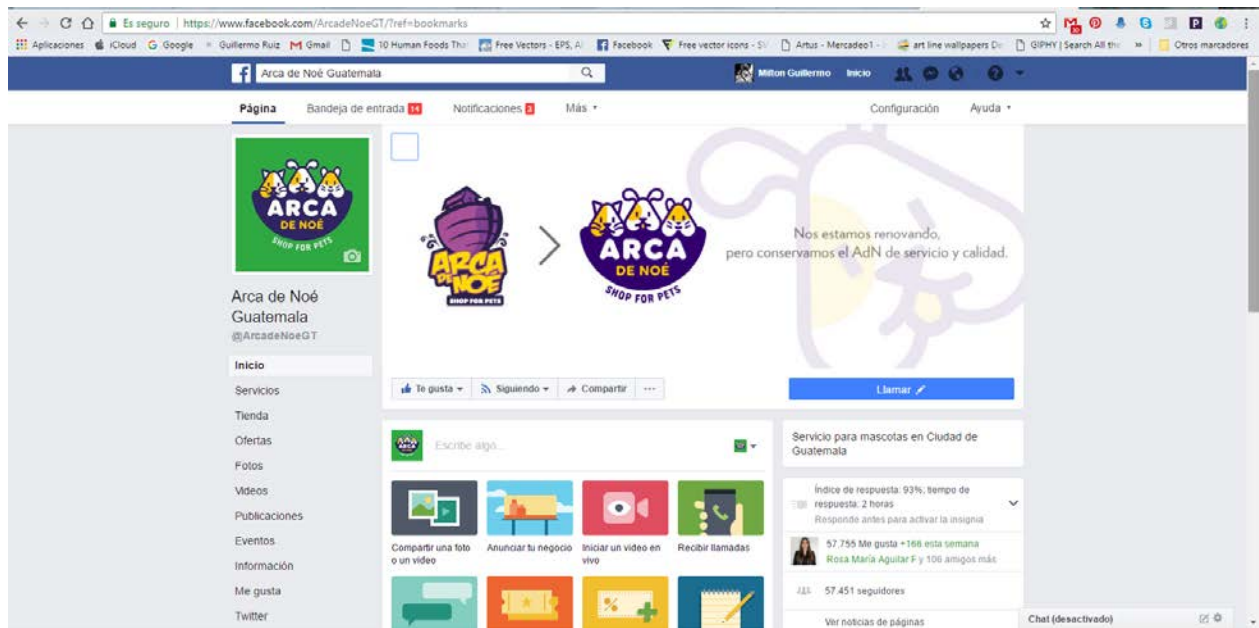
Calendario de pauta redes sociales realizado por el epsista Milton Guillermo Ruiz G.



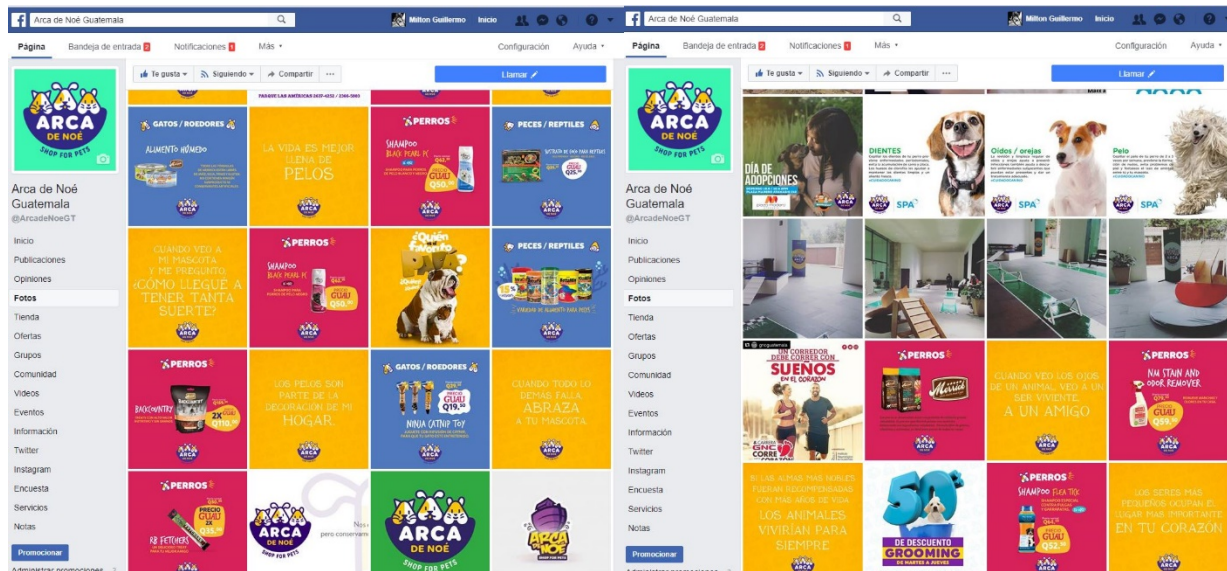
Evidencia del diseño gráfico por parte del epsista Milton Guillermo Ruiz G.



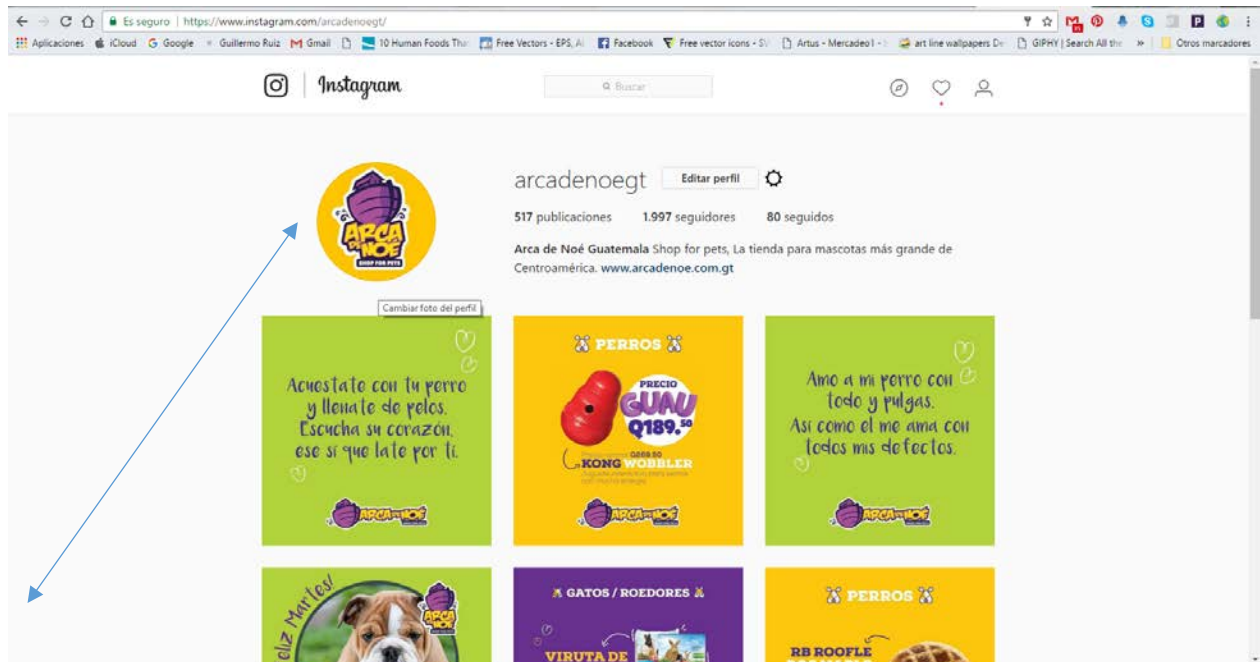
Página de Facebook – Imagen antes de los cambios. Junio 2017.



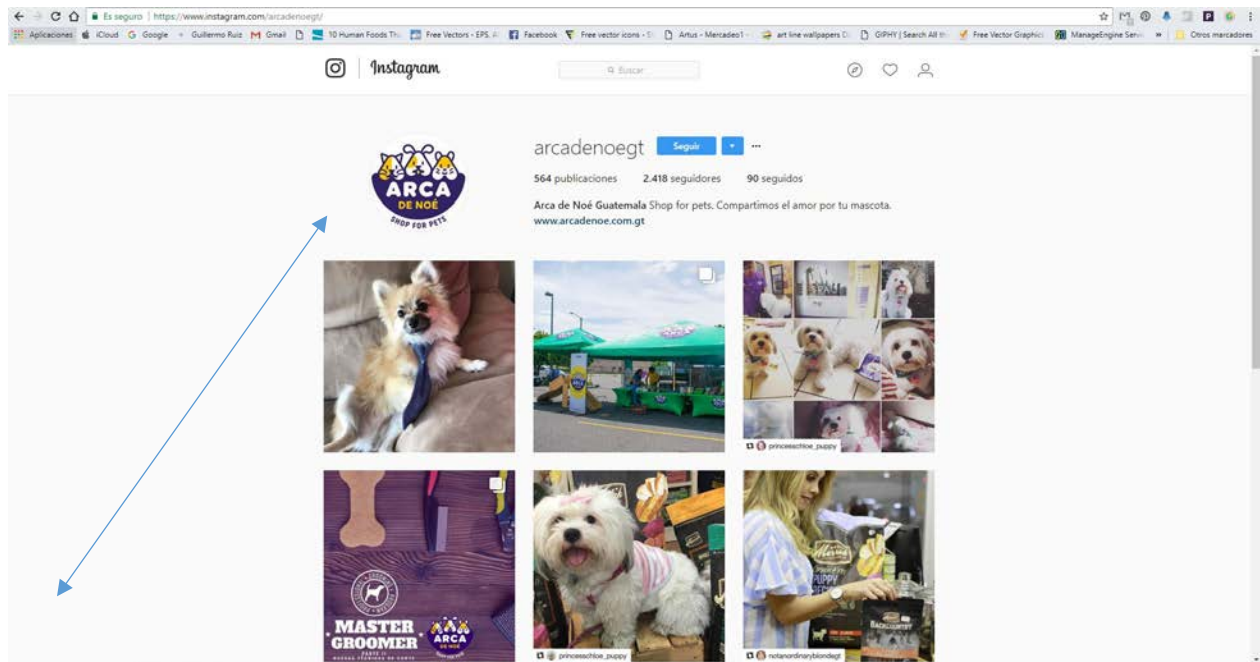
Página de Facebook – imagen después de los cambios. Junio 2017.



Post publicados en la red social Facebook por el epista Milton Guillermo Ruiz G.



Perfil de instagram – antes del cambio de imagen. Junio 2017.



Perfil de instagram – Después del cambio de imagen. Agosto 2017

Estrategia #2: Página web

Objetivo comunicacional

La actualización de la página de internet www.arcadenoe.com.gt que se mostraba obsoleta en el diseño. Esto ayudará a la empresa a proyectar una imagen de innovación y ofrecerla como un canal adecuado de comunicación del consumidor hacia la empresa.

Descripción de la estrategia

Como primer paso de esta estrategia se realizó el contacto con un programador, se acordó realizar la actualización de la página web, se eligió una plantilla que iba a sustituir la plantilla actual, desarrollando las secciones que iba a tener dicha página, a lo cual posteriormente se realizó el diseño gráfico para la parte visual de la página de internet, las imágenes del de la página principal, se escribió el contenido y se trasladó al mismo programador la información de la empresa que se necesitaba dar a conocer. El epista se capacitó para realizar cambios mínimos en la página siempre y cuando sea necesario.

El diseño de la página cubre varios aspectos tanto visuales como informativos y de fácil acceso para los consumidores, la incursión en los motores de búsqueda como uno de esos aspectos busca optimizar la página y colocarle en los primeros lugares de los buscadores.

Otra acción es la integración de redes sociales. Las personas hoy en día prefieren preguntar vía redes sociales que tomar el teléfono y llamar para hacer una consulta. Las redes son de fácil acceso por medio de la página web.

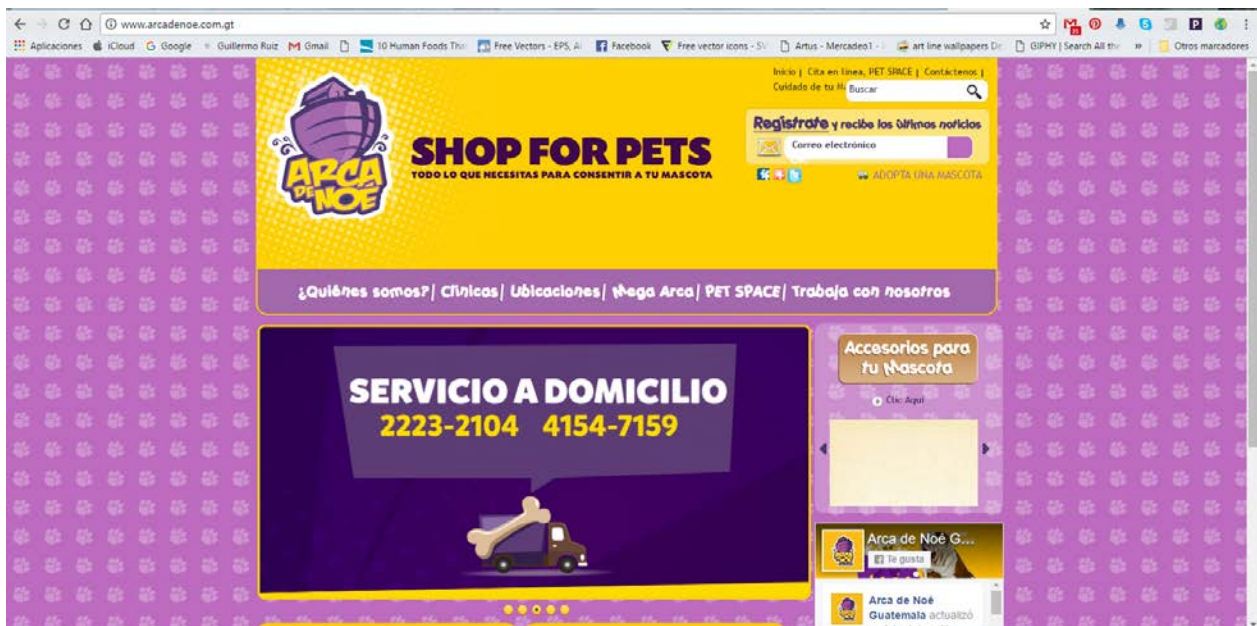
Información para el consumidor, este es otro aspecto de la página, se creó una sección llamada mi veterinario, donde se publicará un artículo mensual redactado por un médico veterinario y que sea de interés para el usuario, la idea central de esto es llevar tráfico a la página web.

Se incluyeron las ubicaciones de las tiendas que están ubicadas en la ciudad capital, así mismo un mapa de fácil acceso al dar clic en cada una de las ubicaciones. Esto facilita al usuario el encontrar fácilmente la dirección y el número de teléfono de la tienda.

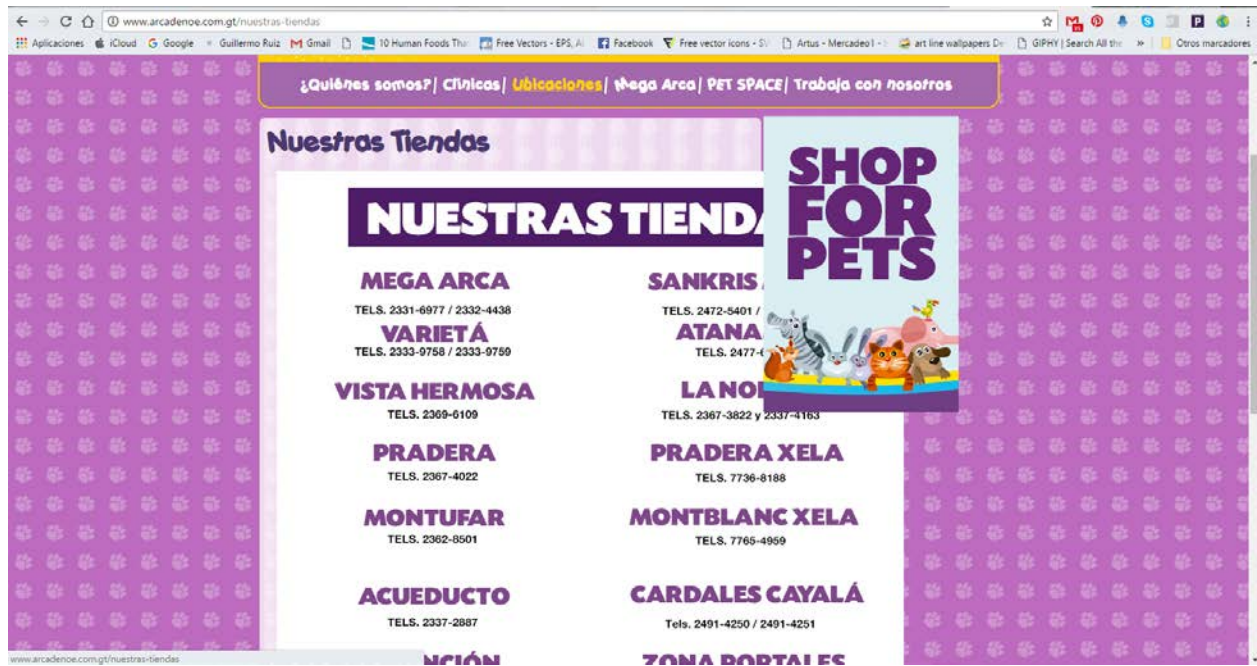
También está presente la sección para los usuarios que deseen aplicar a plazas de trabajo en la empresa, este requerimiento si era indispensable para los objetivos de la empresa, el usuario puede hacer el envío de su CV por medio de la plataforma sin tener que enviarlo por correo electrónico. Lo que lo hace un medio de comunicación más directo con el área de RRHH.

Acciones desarrolladas

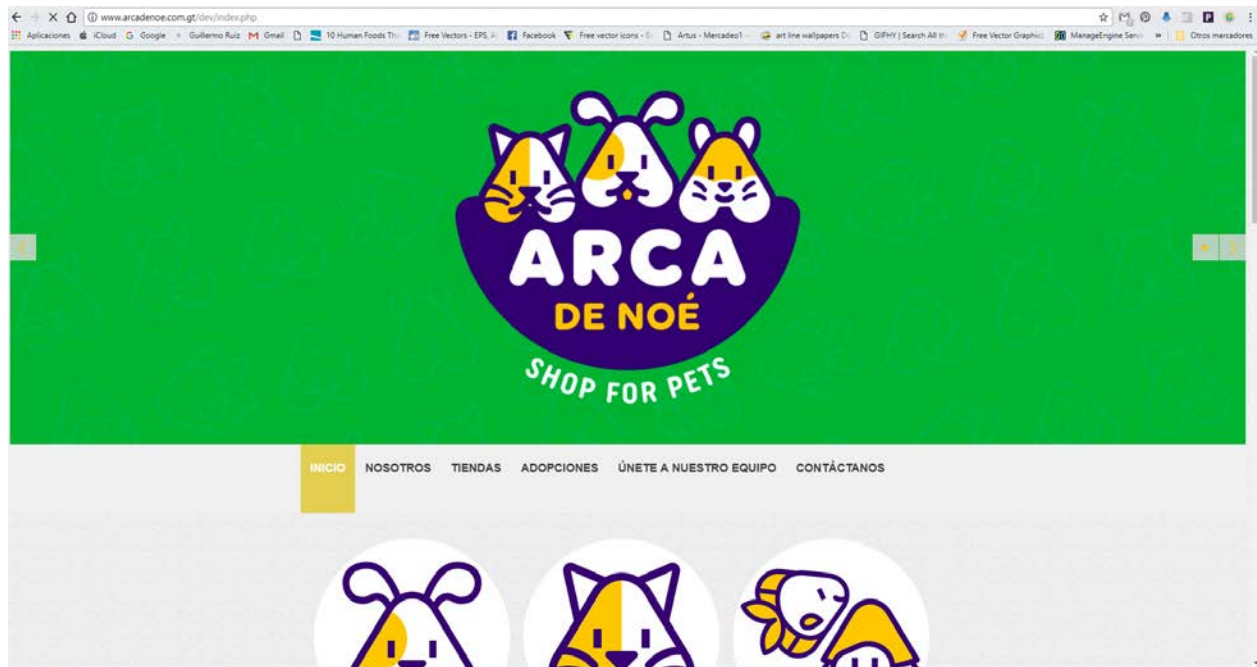
- Contacto con el programador.
- Elección del nuevo estilo para la página.
- Creación de las secciones para la página web.
- Diseño gráfico de los artes para las distintas áreas de la página web.
- Actualización y cambio de una página web en cuanto a diseño y funcionalidad se refiere, contra la versión anterior.
- Entrega de la página web.



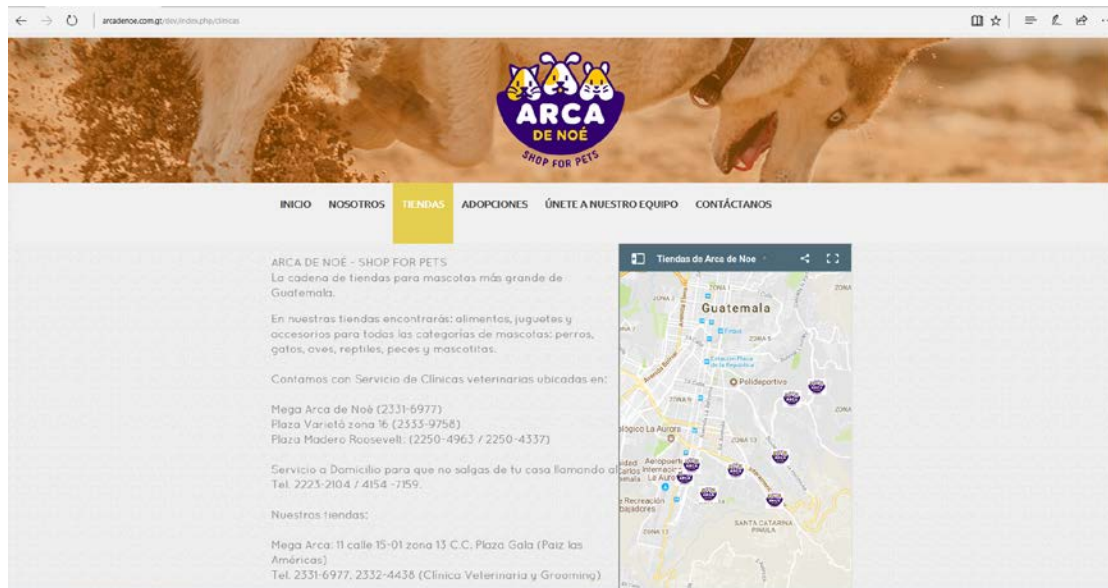
Diseño anterior de la página www.arcadenoe.com.gt - Junio 2017..



Página Web Ubicaciones. Junio 2017.



Diseño nuevo de la página principal www.arcadenoe.com.gt . Julio 2017.



Página Web, Actualización de ubicaciones. Julio 2017.



Imágenes para página principal www.arcadenoe.com.gt. Julio 2017.

Estrategia #3 Video institucional

Objetivo comunicacional

Informar por medio de material audiovisual los cambios que la empresa está realizando, mostrando elementos correspondientes a la nueva imagen, productos, áreas de servicio.

El vídeo final se grabó en la tienda ubicada en Cardales de Cayalá zona 16. Esta tienda es la más nueva en Arca de Noé, la misma cuenta con el espacio, los productos, los servicios y es por eso que se tomó como modelo para la realización del vídeo. La tienda cuenta con rotulación interior y exterior en la cual se hace uso de la nueva imagen de la empresa.

A lo largo del video, se colocó información relevante de Arca de Noé, como su trayectoria de más de 40 años en el mercado guatemalteco e información sobre cuantas tiendas y la frase base del plan de comunicación Nos estamos renovamos, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.

El video es más de carácter gráfico muestra imágenes de las áreas de la tienda, se visualizan los productos, los espacios, parte del personal y elementos de la nueva línea gráfica como lo son logo y tipografía.

Acciones desarrolladas

- Definir la locación.
- Grabación del video.
- Fotografías de la locación y de los productos.
- Iluminación de la locación.
- Selección de la tomas y la edición del video.
- Renderización del video.
- Entrega del vídeo final.



Video Final Arca de Noé – Agosto 2017. Formato MP4 – Locación Cardales de Cayalá. Duración 0.53 segundos.

<https://www.youtube.com/watch?v=bWTCbwkCdLc>



Epsista Milton Guillermo Ruiz G. realizando tomas para el vídeo final Arca de Noé. Agosto 2017.

1.1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA PLAN ARCA DE NOÉ, S.A.															
NO	ACTIVIDAD	JUNIO					JULIO					AGOSTO			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	Realización de diseños para redes sociales. Profile / Cover.	■													
2	Actualización de foto de perfil y cover en Facebook e instagram.		■												
3	Elaboración de Materiales para redes sociales. POSTS		■	■											
4	Elaboración de calendario y programación de post en redes sociales.		■	■	■	■	■	■	■						
5	Producción de Video. Institucional										■				
6	Post - producción de Video. Institucional											■			
7	Posteo en redes sociales. Video.													■	
8	Revisión de avances de rediseño de página web.										■				
9	2da Revisión de Avances. Pagina Web.											■			
10	Lanzamiento oficial de página Web.													■	
11	Entrega del proyecto autoridades de la empresa.												■		

Milton Guillermo Ruiz García – Junio 2017.

Control y seguimiento

CONTROL Y SEGUIMIENTO		
ESTRATEGIA #1	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
REDES SOCIALES: El objetivo comunicacional de esta estrategia responde a las carencias de una community manager en la empresa, no había quien generara contenido y diera seguimiento a las publicaciones en redes	El alcance de la publicaciones en un mes de pauta ha sido de 79,385 personas que vieron los anuncios y en impresiones eso se traduce a 416,478 el número de veces que se vieron los anuncios, con un importe gastado de \$ 201.57.	<ul style="list-style-type: none"> El cambio de imagen fue bien percibido en un 70% el 30% restante de los comentarios fue que estaba mejor el logotipo anterior. Lic. Mauricio J. Director comercial.
		<ul style="list-style-type: none"> Los post de la estrategia ya inclían elementos de la nueva imagen y los cuales fueron bien percibidos. Lic. Mauricio J. Director comercial.
		<ul style="list-style-type: none"> Vimos el incremento en fans en ambas redes sociales, lo cual es bueno para la compañía. Lic. Mauricio J. Director comercial.
ESTRATEGIA #2	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
PAGINA WEB: Se hará un cambio en la página web de la empresa que actualmente posee la imagen anterior y se cambiará por diseños con la nueva imagen. www.arcadenoe.com.gt	A través de las redes sociales se generará tráfico a la página web, compartiendo un artículo de interés, se espera lograr la visita de por lo menos 15 mil personas visiten el sitio.	<ul style="list-style-type: none"> La página web tiene un diseño más amigable. Lic. Mauricio J. Director Comercial.
		<ul style="list-style-type: none"> Me gusta la idea de que se adapte a celulares, tablets. Lic. Mauricio J. Director comercial.
		<ul style="list-style-type: none"> Esta mucho más completa que la página anterior. Lic. Mauricio J. Director comercial.
ESTRATEGIA #3	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
VIDEO INSTITUCIONAL: Se hará un video promocional que informe sobre el cambio realizado. La evolución de la marca, las tiendas, los elementos gráficos, en fin comunicar la serie de cambios que están próximos a suceder.	Se tiene previsto que la pauta del video alcance al rededor de 80mil personas en las redes sociales, se tiene definida la segmentación para que su alcance sea mayor.	<ul style="list-style-type: none"> El video muestra el cambio de imagen y da a conocer la tienda nueva de Cayalá. Factor importante para nuestra empresa. Lic. Mauricio J. Director comercial.
		<ul style="list-style-type: none"> Se muestra la variedad de productos que ofrecemos, lo cual es bueno para que el consumidor conozca. Lic. Mauricio J. Director Comercial.
		<ul style="list-style-type: none"> Es agradable en cuanto a visual y auditivo. Comunica lo que queremos. Lic. Mauricio J. Director Comercial.

Milton Guillermo Ruiz García – Agosto 2017.

CONCLUSIONES

A través de este plan de comunicación se verificó que se puede hacer un uso correcto de las redes sociales, dedicando tiempo necesario para resolver las inquietudes del consumidor, ejecutando las pautas establecidas y dando el seguimiento adecuado a las mismas.

Establecer tiempos y métricas es favorable para la buena ejecución de las estrategias comunicacionales y en el caso de la empresa estrategias también comerciales.

Centrarse en los detalles es esencial, las pequeñas acciones crean grandes oportunidades, dar un servicio al cliente especial genera lealtad por parte de los mismos.

En el caso de la página web es un canal que los consumidores buscan como fuente informativa tanto de productos, servicios, horarios, ubicaciones etc. Su actualización ayuda a la imagen de la empresa, la página web es una de las cartas de presentación de toda empresa y tener una página amigable y actualizada habla muy bien de la empresa.

RECOMENDACIONES

La persona que tenga la función de administrador de redes sociales o community manager debe de hacer matrices de contenido para las redes sociales, comunicar de forma efectiva las necesidades de la empresa.

Dedicar el tiempo necesario para la interacción con sus consumidores ya que el servicio al cliente en toda empresa es de vital importancia se debe hacer un uso correcto de la comunicación que se transmite a través de estos canales.

Velar por la innovación y uso de herramientas que optimicen su trabajo y la creatividad para decir al consumidor lo que él quiere saber.

Enfocarse en la actualización constante de contenido, imagen y modificaciones en la página web www.arcadenoe.com.gt es de suma importancia para el buen funcionamiento de la misma, este canal debe de ser dinámico y la estrategia digital de la empresa debe de estar conectada o anclada a la misma. Dar el mantenimiento y dedicar el tiempo necesario para su manejo es sumamente indispensable.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Comunicación:** Acción o efecto de comunicar o comunicarse.
- **Observación:** Acción o efecto de observar.
- **EPS:** Ejercicio profesional supervisado.
- **Diagnóstico:** Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.
- **Estrategia:** En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
- **Entrevista:** Vista, concurrencia y conferencia de dos o más personas en lugar determinado, para tratar o resolver un negocio.
- **Cronograma:** Calendario de trabajo.
- **Mascota:** Animal de compañía.
- **Producto:** Cosa producida.
- **Organigrama:** Sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea.
- **Red social:** Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.
- **Sitio web:** Conjunto de páginas web agrupadas bajo un mismo dominio de internet.
- **Vídeo:** Sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos.

BIBLIOGRAFÍA

- **Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, Pilar, 2014**, Metodología de la investigación – sexta edición.
- **Rodríguez, Gil y García, 1999**. Transcripción de Métodos de Investigación Cualitativa.
- **Jesús Galindo, 1998**. Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.
- **Saida Del Rosario Rodríguez Revolorio, 2015**. “Estrategia de comunicación para PIEDRAS DECORATIVAS ROCATONIN”. Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado Licenciada en ciencias de la comunicación. Guatemala. Escuela de Ciencias de la comunicación Universidad de San Carlos de Guatemala.
- **Víctor Hugo Reyes Aquino, 2015**. “Estrategias de comunicación externa para el canal MVN” Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado Licenciado en Ciencias de la comunicación. Guatemala. Escuela de Ciencias de la comunicación Universidad de San Carlos de Guatemala.

Referencias bibliográficas:

- **Kotler, Philip y Armstrong, Gary 2003**. Fundamentos de Marketing 6ta Edición.
- **Kotler, Philip y Armstrong, Gary 2001**. Marketing Octava Edición.

E-GRAFÍA

- <http://metodomarketing.com>
- <http://3cero.com/rebranding-imagen-corporativa/>
- <http://aprenderlyx.com/tipos-de-metodologia-de-investigacion/>
- <https://es.slideshare.net/nelsycarrillo/tcnica-de-observacin-8201750>
- <http://www.tiposde.org/escolares/488-tipos-de-observacion/>
- <http://www.perucreativo.com/blog/7-aspectos-importantes-para-tener-una-pagina-web-empresarial-exitosa.>
- <https://www.shutterstock.com/>

ANEXOS

- Redes Sociales.

Foto de Perfil – Facebook / Instagram.



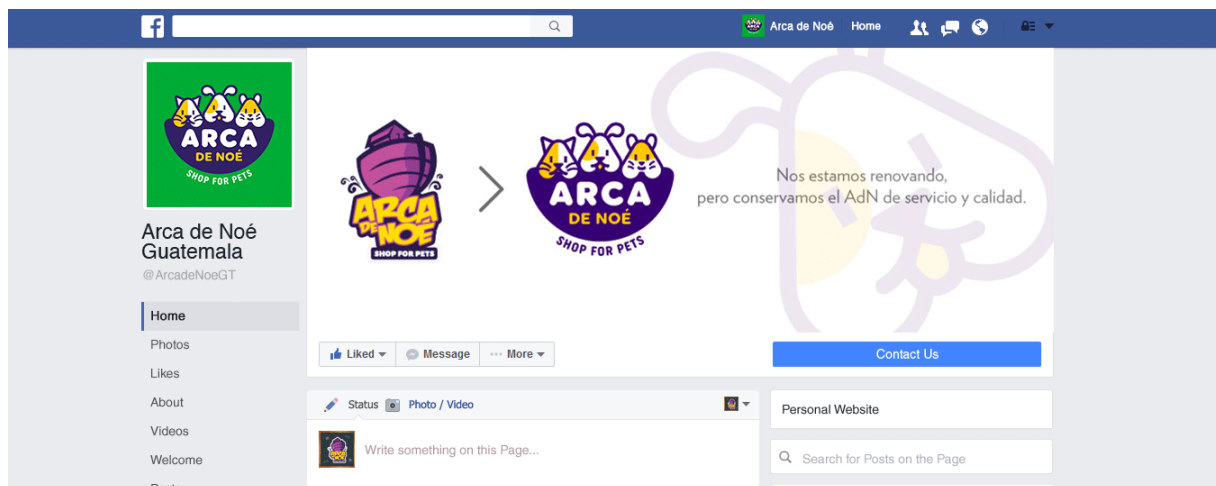
Portada de Facebook.







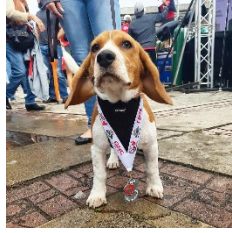






















Primer Post Informativo: Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.

Aplicaciones en redes sociales:

Perfil y portada



Post redes sociales, elaborados por Epsista Milton Guillermo Ruiz G.

<p>CUANDO VEO LOS OJOS DE UN ANIMAL VEO A UN SER VIVIENTE. A UN AMIGO</p> 	<p>PERROS</p> <p>NM STAIN AND ODOR REMOVER</p> <p>REMOUE MANCHAS Y OLORES EN TU CASA</p> <p>PRECIO GUAU Q59,50</p> 	<p>SI LAS ALMAS MÁS NOBLES FUERAN RECOMPENSADAS CON MÁS AÑOS DE VIDA LOS ANIMALES VIVIRÍAN PARA SIEMPRE</p> 	<p>50</p> <p>DE DESCUENTO GROOMING DE MARTES A JUEVES</p> <p>PABLO LAS AMÉRICAS 2637-4232 / 2306-5003</p>	<p>PERROS</p> <p>SHAMPOO FLEA TICK</p> <p>SHAMPOO ESPECIAL CONTRA PULGAS Y GARRAPATAS</p> <p>PRECIO GUAU Q52,50</p> 
	<p>LOS SERES MÁS PEQUEÑOS OCUPAN EL LUGAR MÁS IMPORTANTE EN TU CORAZÓN</p> 	<p>GATOS / ROEDORES</p> <p>ALIMENTO HÚMEDO</p> <p>TRABAJA LOS FOMENTO DE MANEJO EN ALIMENTOS DE ALTO CALIDAD, TIENE CALORÍAS, NO CONTIENE HARINA SUBRODUCTIVA, CONSERVANTE NATURAL</p> 	<p>LA VIDA ES MEJOR LLENA DE PELOS</p> 	<p>DÍA DE ADOPCIONES</p> <p>DOMINGO 28 Y 29 DE ABRIL PLAZA MADRER RODRIGUEZ</p> 
<p>PERROS</p> <p>SHAMPOO BLACK PEARL PC</p> <p>SHAMPOO PARA PERROS DE PIEL BLANCA Y NEGRO</p> <p>PRECIO GUAU Q50,00</p> 	<p>PECES / REPTILES</p> <p>SUSTRATO DE COO PARA REPTILES</p> <p>PRECIO GUAU Q25,00</p> 	<p>CUANDO VEO A MI MASCOTA Y ME PREGUNTO, ¿CÓMO LLEGUÉ A TENER TANTA SUERTE?</p> 	<p>PERROS</p> <p>SHAMPOO BLACK PEARL PC</p> <p>SHAMPOO PARA PERROS DE PIEL NEGRO</p> <p>PRECIO GUAU Q50,00</p> 	<p>PECES / REPTILES</p> <p>15% VARIAS</p> <p>VARIAS DE ALIMENTO PARA PECES</p> 
<p>DIENTES</p> <p>Cepillar los dientes de tu perro previene enfermedades periodontales, evita la acumulación de placa y placa. Los huesos de limpieza les ayudan a mantener los dientes limpios y un aliento fresco.</p> <p>PRECIO GUAU Q110,00</p>  	<p>DÍA DE ADOPCIONES</p> <p>DOMINGO 28 Y 29 DE ABRIL PLAZA MADRER RODRIGUEZ</p> 	<p>PERROS</p> <p>BACKCOUNTRY</p> <p>PRECIO GUAU Q110,00</p> 	<p>Oídos / orejas</p> <p>La limpieza y limpieza regular de oídos y orejas ayuda a prevenir infecciones bacterianas y decorar las enfermedades subyacentes que pueden estar presentes y dar un tratamiento adecuado.</p> <p>PRECIO GUAU Q110,00</p>  	<p>LOS PELOS SON PARTE DE LA DECORACIÓN DE MI HOGAR.</p> 
<p>Pelo</p> <p>Cepillar el pelo de tu perro de 2 a 3 veces por semana previene la formación de nudos, evita problemas de piel y favorece el flujo de energía entre tu y tu mascota.</p> <p>PRECIO GUAU Q19,50</p>  	<p>GATOS / ROEDORES</p> <p>PRECIO GUAU Q19,50</p> <p>NINJA CATNIP TOY</p> <p>ARROZ CON INFUSIÓN DE CATNIP PARA QUE TU GATO ESTE ENTIENDO.</p> 	<p>CUANDO TODO LO DEMÁS FALLA, ABRAZA A TU MASCOTA.</p> 	<p>PERROS</p> <p>PRECIO GUAU 2X Q35,00</p> <p>RB FETCHERS</p> <p>UN DELICIOSO TREAT PARA TU MEJOR AMIGO</p> 	<p>DÍA DE ADOPCIONES</p> <p>DOMINGO 28 Y 29 DE ABRIL PLAZA MADRER RODRIGUEZ</p> 

• Calendario editorial – RRSS. Propuesta.

PROGRAMACIÓN FACEBOOK E INSTAGRAM - JUNIO 2017							
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	
				1	2	3	4
			Cambio foto de perfil y cover de facebook. Cambio de foto de perfil en Instagram.				
			Nos estamos renovando. Pero conservamos el mismo AdN de Servicio y calidad.				
5	6	7	8	9	10	11	
			Vídeo Gift Animado transición de logos.	Post: Redbarn fetchers	Cuando todo los demás falla, abraza a tu mascota.	Gatos / Ninja Catnip Toy	
			Nos estamos renovando. Pero conservamos el mismo AdN de Servicio y calidad.	¡Aprovecha esta oferta y consiente a tu mejor amigo! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	¡Te deseamos un fin de semana lleno de abrazos! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Ninja Catnip Toy un fantástico juguete para tu minino. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	
					POST CARRERA GNC	Fotos de olimpiadas cananinas Parque las Américas.	
					¿Y tu ya te inscribiste? #CorreConElCorazon y ayuda a los chicos del Instituto neurológico de Guatemala. Tickets la venta en todas las tiendas GNC Guatemala.	No Copy.	
12	13	14	15	16	17	18	
Los pelos son parte de la decoración de mi hogar. ¡Like si tu casa está decorada por tu mascota! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Backcountry Merrick. Treats para perros. Treats Backcountry para tu peludo. Treats sin granos. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.		Alimentos para peces. 15% de descuento en alimento para peces. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Quien es el favorito de papá? ¿Listos para el día del padre?	Perfect Pearl Shampoo para perro de pelo negro. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Como llegue a tener tant suerte...? ¿Cómo llegué a tener tanta suerte? Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	
Consejos de Cuidado de pelo. Semana del #CuidadoCanino Tip 1. Evita problemas de piel y nudos en el pelo de tu mejor amigo. D #ArcaDeNoé #ShopForPets Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Consejos de Cuidado de las orejas. Semana del #CuidadoCanino Tip 2. Revisa con frecuencia las orejas y oídos de tu mejor y previene infecciones severas en tu mejor amigo. #ArcaDeNoé #ShopForPets Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Historias de instagram	Consejos de Cuidado de los dientes. Semana del #CuidadoCanino Tip 3. Los dientes de tu perro son importantes. #ArcaDeNoé #ShopForPets Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Historias de instagram	Historias de instagram	Historias de instagram	
			Día de adopciones. #DíaDeAdopciones Plaza Madero Atanasio Domingo 18-6 de 10am a 2 pm. Ven y conoce a tu mejor amigo. D — con Mascotas X Amor en Plaza Madero Atanasio.				
19	20	21	22	23	24	25	
Sustrato de coco. Sustrato de COCO para reptiles. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Post Dana hospital Veterinario. Felices de tener un nuevo integrante de la familia @caratohospitalvegt un hospital veterinario con atención en #Emergencia24horas Bienvenido #Dana #HospitalVeterinario	Shampoo perros pelo blanco. Shampoo de perro para pelo blanco y negro a #PrecioGLAU Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	La vida es mejor, llena de pelos. ¿Minate de pelos! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Merrick Purfect Bistro. ¿Ya conoces nuestros alimentos húmedos para gato? #MerrickTheBestFoodEver Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Los seres más pequeños... ▼ Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Shampoo anti pulgas. Shampoo especial contra pulgas y garrapatas. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	
			Día de adopciones. #DíaDeAdopciones Esta domingo 25,6 en Plaza Madero Roosevelt con nuestros amigos de Mascotas X Amor de 10 a 2 pm. Ven y conoce a tu mejor amigo.			POST CARRERA GNC. DÍA DEL EVENTO.	
26	27	28	29	30			
Grooming Parque las Américas. Descuento de Grooming en Parque Las Américas De martes a jueves T. 26374252 / 23665803 Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Las almas más nobles. ¡Que vivan para siempre! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	NM Stain and Odor remover. Retiende manchas y olores en tu casa. Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Cuando veo los ojos de un animal. ¡E! MEJOR amigo! Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.	Merrick. ¿Conoces los beneficios del alimento Merrick? Nos estamos renovando, pero conservamos el AdN de servicio y calidad.			

Pauta pagada.

Copy del Post.

- Pagina Web.

Cotización.



Cotización

Evolution Comunicaciones y Más
Nit 4147740-5
Cuenta Monetaria 458-001233-6 Banco Industrial
astrid@evc.marketing / astrid@corporacionevc.com

29/05/2017
AC-1475

Cliente

Arca de Noé
Miltón Ruíz

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
Diseño en Portal web Informativo	1	Q 5,600.00
* SEO (facilidad de posicionamiento en buscadores)		
*Optimización de textos (crear palabras claves de los servicios)		
*Plataforma Joomla 3.0		
*Tutorial de Uso para cambios en textos y fotografías		
* Animación JQuery		
*Adaptada para ser visualizada en dispositivos móviles		
*Galería de Fotografías		
*Sin límite de pestañas o menús para información		
*Formulario de contacto con mapa de ubicación		
*Con enlace a redes sociales		
Total		

Términos y Condiciones

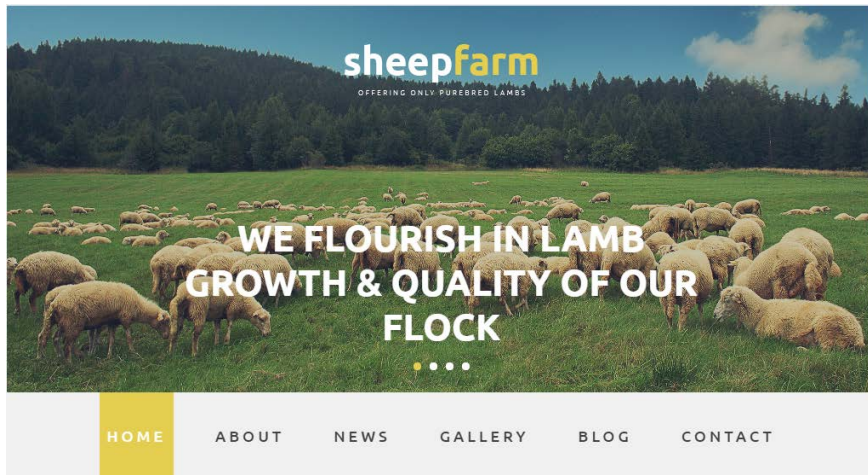
1. Forma de pago: 60% anticipo y 40% contra entrega.
2. Precios incluyen IVA
3. Tiempo de entrega: a convenir
4. Esta cotización tiene 10 días de vigencia

Astrid Castellanos

Vo. Bo. Cliente

Si tiene dudas sobre esta cotización por favor comuníquese
al Tel. 2508-6550 ó astrid@corporacionevc.com

Gracias por su preferencia



GALLERY



DUIS ULTR ICIES

Duis ultr icies pharetra magnonec



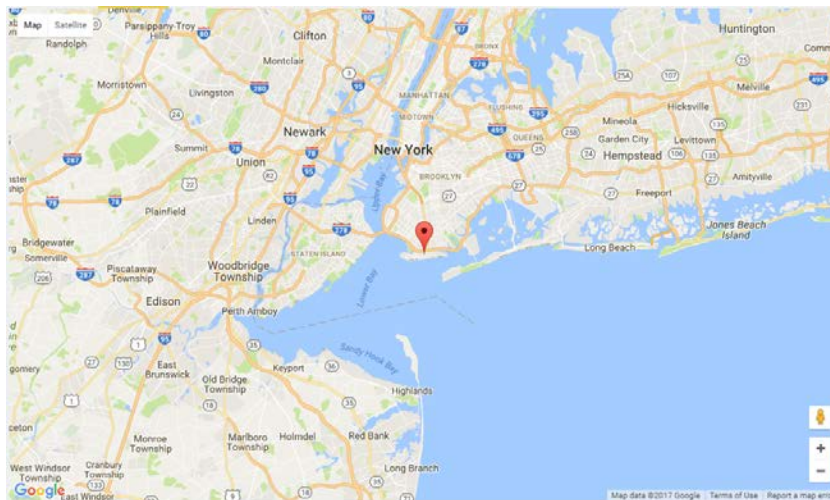
ULTR ICIETRA

Duis ultr icies pharetra magnonec



PHARETRA

Duis ultr icies pharetra magnonec



• Video Institucional:

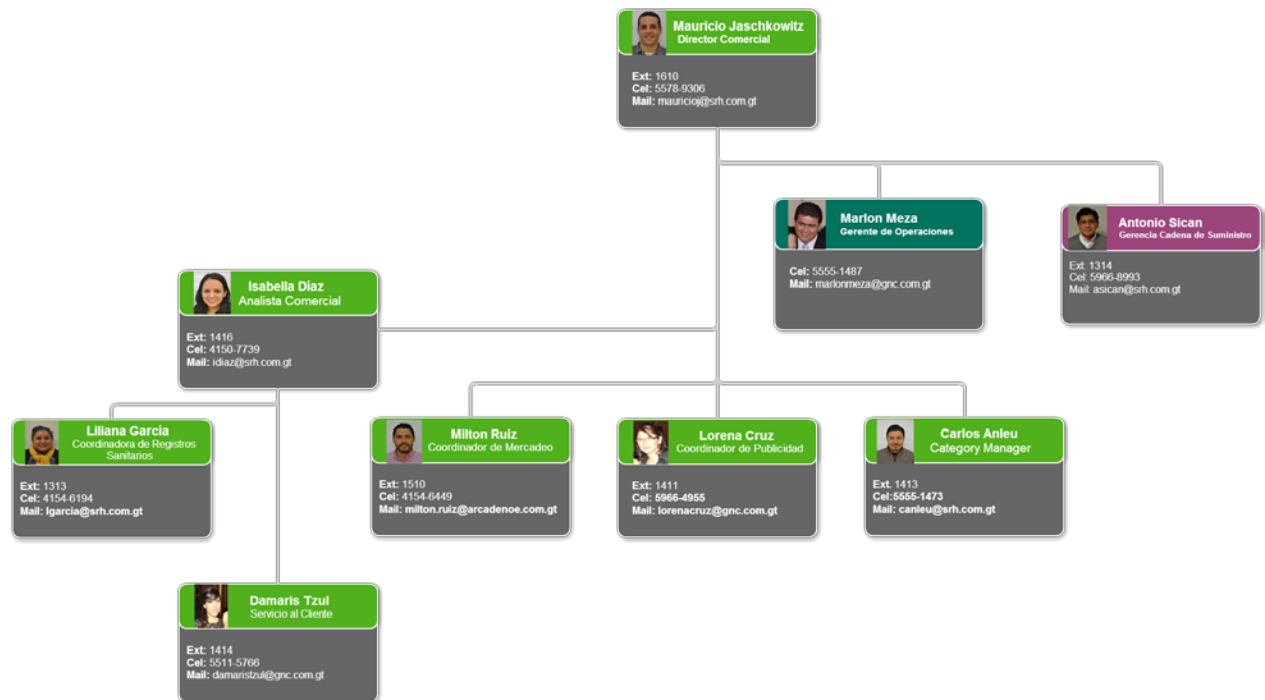
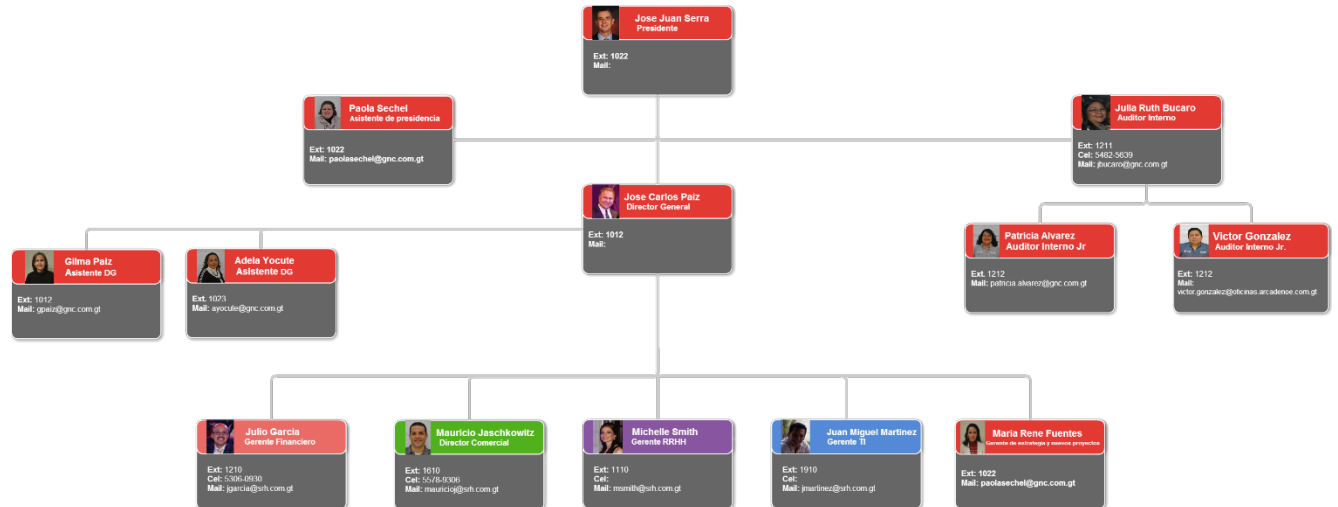
Cotización							
Cliente	Arca de Noe Milton Guillermo Ruiz						
Trabajo	Producción de Video						
Descripción	1 video de 1 minuto, animación de logo, cintillos y voz en off, tomas de video a realizarse en tienda Arca de Noe, centro comercial Cayala.						
Observaciones	<p>MONOCULAR</p> <p>junio 10, 2017</p> <p>● fecha para realizar tomas de video en tienda del centro comercial Cayala.</p>						
Forma de pago	Se solicita el 50% de anticipo para iniciar el trabajo y se cancela el otro 50% al momento de la entrega.						
	<table><tr><td>Sub Total:</td><td>Q2,000</td></tr><tr><td>Iva</td><td>Q. 100</td></tr><tr><td>Total:</td><td>Q.2,100</td></tr></table>	Sub Total:	Q2,000	Iva	Q. 100	Total:	Q.2,100
Sub Total:	Q2,000						
Iva	Q. 100						
Total:	Q.2,100						
<p>Fotografía - Diseño - Producciones Audiovisuales carlosjoelalonzo@gmail.com www.facebook.com/elmonocular Tel. 58254818</p>							

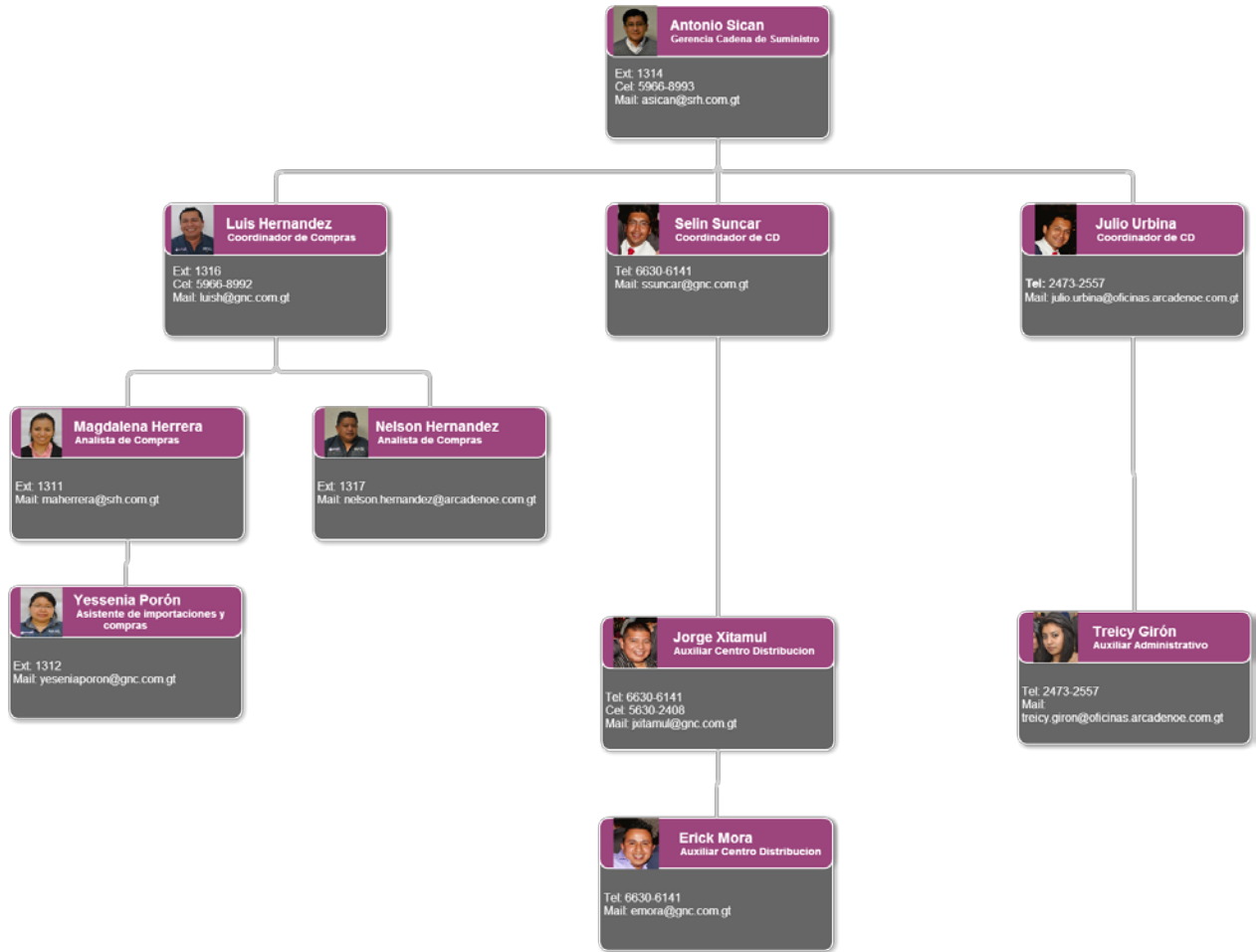
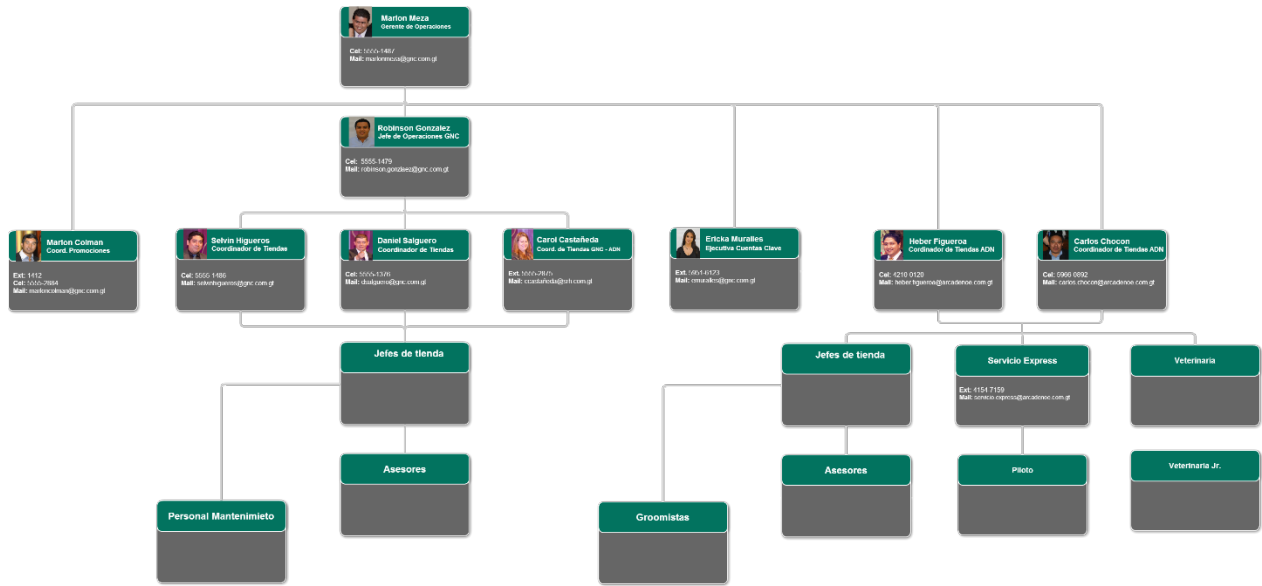
Entrega de proyecto de redes sociales, página web y vídeo institucional.

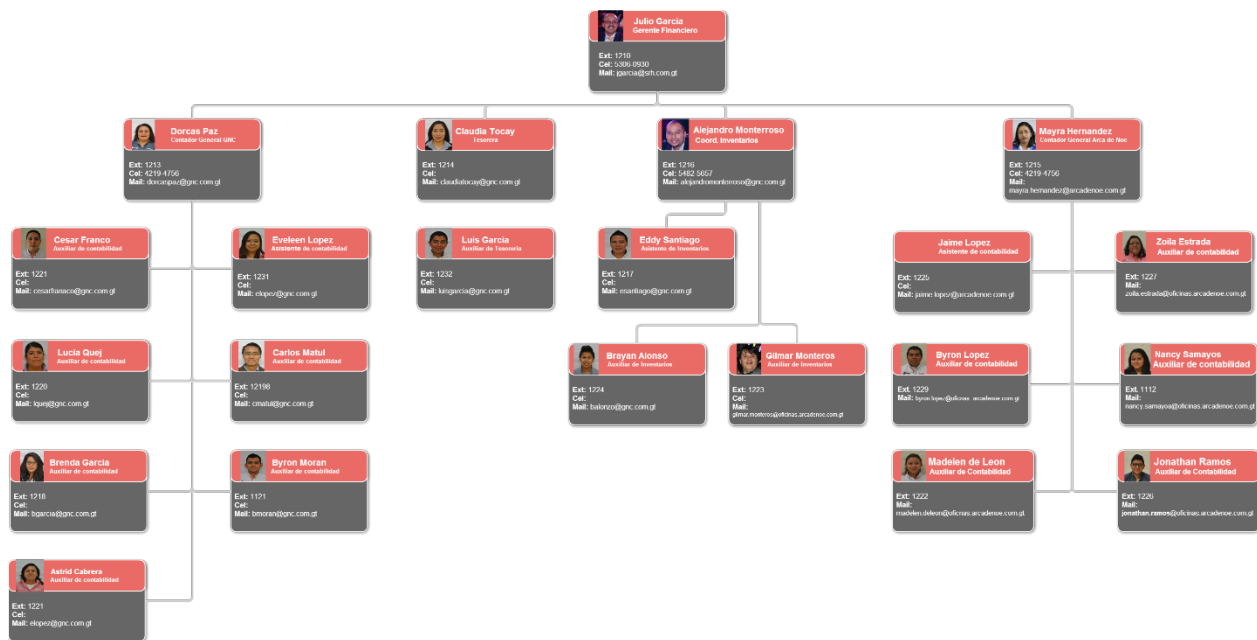
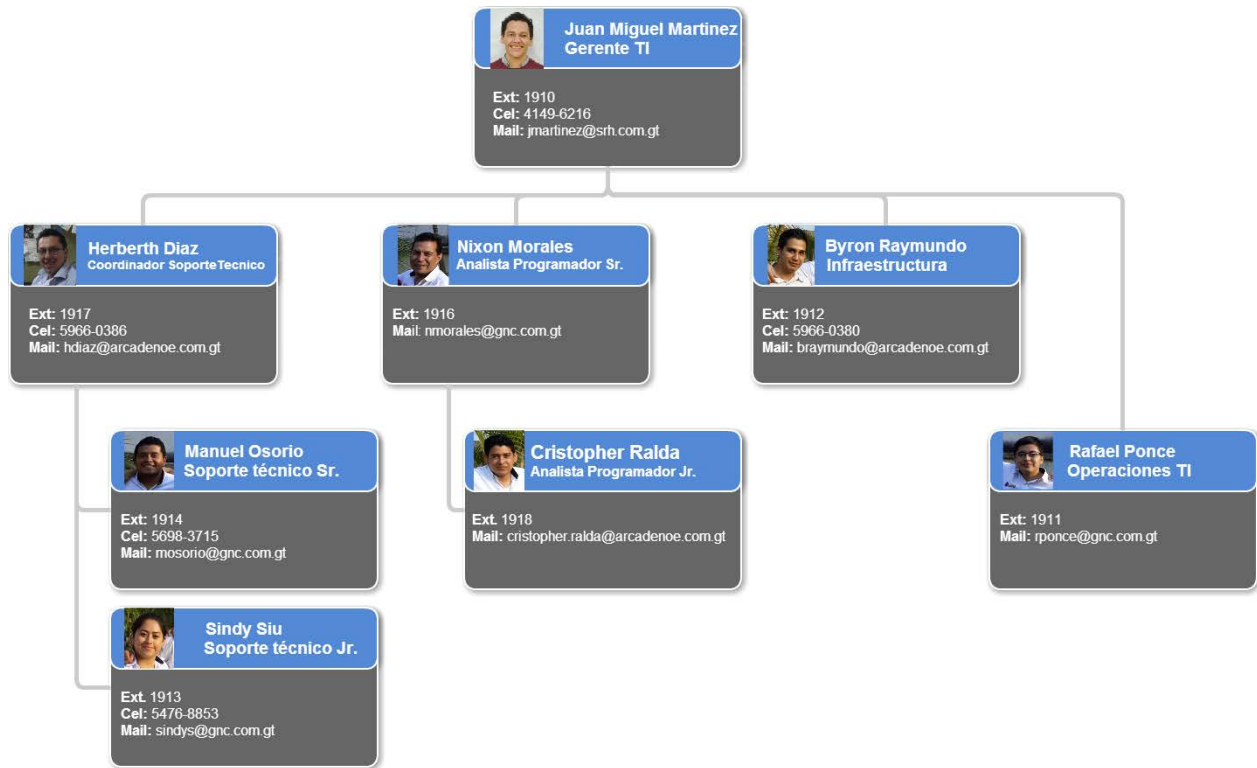


Epsista Milton Guillermo Ruiz G. – Hace entrega de la Página web. www.arcadenoe.com.gt, el proyecto de redes sociales y el vídeo institucional al Lic. Mauricio Jaschkowitz, Director comercial, Arca de Noé, S.A.

Organigrama







Carta de Licenciada en Letras Patricia Guzmán.

A quien interese:

Por este medio hago constar que leí y corregí el trabajo de graduación correspondiente al informe final del Ejercicio Profesional Supervisado (ortografía, redacción y estilo) del estudiante MILTON GUILLERMO RUIZ GARCÍA, quien se identifica con carné No. 200722559, titulado: PLAN DE COMUNICACIÓN PARA ARCA DE NOÉ, S.A. previo a optar al título de: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la Escuela de Ciencias de la Comunicación por la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Para los usos que al interesado convenga, extendiendo la presente constancia a los veintidós días del mes de octubre de dos mil diecisiete.



Lilian Patricia Guzmán Ramirez
Licenciada en Letras
Colegiada Activa 7596
Celular: 55652717

REVISADO

Lilian Patricia Guzmán Ramirez
LICDA. EN LETRAS
COLEGIADA No. 7596