

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



**Plan de Comunicación para la empresa Eventos Especiales**

**Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura**

**Presentado al Honorable Consejo Directivo por:**

**Sadia Stacy Salvatierra Alvarado**

**Previo a optar el título de:  
Licenciada en Ciencias de La Comunicación**

**Guatemala, Octubre 2018**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

### **Representante de Egresados**

M.A. Michael González Bátres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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



Guatemala, 05 de Febrero 2018

EPS-LIC—2018 058

Licenciado Johan Tiffan Sanollethy  
Gerente General  
Eventos Especiales  
Presente.

Esimado Gerente General:

Por medio de la presente agradecemos su colaboración por brindar el espacio para que el (la) epeista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiante **Sadia Stacy Salvatierra Alvarado** con número de registro académico **200722199** realice su ejercicio profesional supervisado en su prestigiosa institución para tal efecto solicitamos lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación al estudiante epeista en papel membretado y sellado por la empresa o institución.
- Facilitarle los materiales de consulta y de trabajo para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan de Comunicación 2018 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar el mismo para que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de la misma.
- Autorizar que el estudiante epeista incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado que será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera" así como copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura y Colegio de Humanidades).
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional Supervisado por parte de los docentes supervisores quienes estarán debidamente identificados -EPS-.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Luis Pedroza

Coordinador de EPS Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866



Copia: archivo/empresa o institución/estudiante epeista



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt





Guatemala, 31 de julio de 2018

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: **Sadia Stacy Salvatierra Alvarado** con número de **carné 200722199** y **CUI: 2670 43570 0108**; el estudiante(a) epesista 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; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en "**Departamento de Ventas**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo al 14 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "**Plan de Comunicación para la empresa Eventos Especiales**" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra empresa. En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra empresa.

Atentamente,

  
Lic. Johan Tiffan Sanollethy  
Gerente General







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



Guatemala, 10 de octubre de 2018

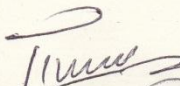
Estudiante  
Sadia Stacy Salvatierra Alvarado  
Carné: 200722199  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

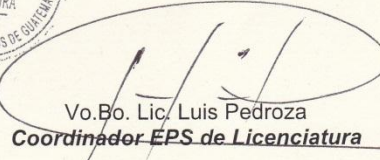
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA EVENTOS ESPECIALES". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
Lic. Fernando Flores  
**Supervisor EPS de Licenciatura**



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



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

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt

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

## Dedicatorias

A Dios: Por llenarme de sus bendiciones a lo largo de mi vida, por brindarme sabiduría. Por estar conmigo y ayudarme a superar los retos de la vida.

A mis Padres: **Rigoberto Salvatierra** por enseñarme a ser una persona de bien, por educarme, por estar allí cuando lo he necesitado, por ser un buen padre. **Martha Alvarado** por ser mi mayor Inspiración, por ser el motor que mueve mi vida, por ser una gran madre, una gran mujer, por siempre estar a mi lado y confiar en mí, por ser el pilar que sostiene mi vida.

A mis hermanos: **Yuyu, Evelyn y Guisbert**, por ser mis amigos, mis cómplices, por estar a mi lado sin importar nada, por ser un gran apoyo para mí.

A mis sobrinos: **Sarita, Veedah, Andrés**, por ser mis angelitos, mis changuitos, por alegrarme con sus vidas y sus travesuras. Que mi logro sea de motivación para sus vidas y sepan que cuando se quiere se puede.

A mi Esposo: **Josué Daniel Girón** Por ser el amor de mi vida, por confiar en mí, por alentarme a ser mejor cada día, por apoyarme y nunca dejarme sola, gracias amor por ser mi otra mitad, mi compañero de vida. Porque este también es tu logro.

## Agradecimientos

- A: Mi país, un pedacito de cielo que me vio nacer.
- A: Mi Gloriosa Universidad de San Carlos De Guatemala, por acogerme entre sus aulas y formar la profesional que soy.
- A: Mi Escuela de Ciencias de la Comunicación por toda la enseñanza recibida y por todas las experiencias vividas en sus aulas.
- Al: Licenciado Luis Pedroza por su valioso apoyo, y su amistad.
- Al: Licenciado Fernando Flores por su gran apoyo, su paciencia y su invaluable asesoría.
- A: Todos los Licenciados y maestros que con sus conocimientos formaron mi vida académica.
- A: Eventos Especiales por abrirme las puertas de su empresa.
- A: Licenciado Johan Tiffan Sanollethy por ser de gran apoyo.
- A: Mis compañeros de trabajo, Hector, Bryan, Prima, Tiffan, Pancho, por ser más que mis amigos, por ser parte de mi vida.
- A: Ranma Cueva, gracias por ser mis amigas del alma, por alentarme y echarme porras a lo largo de la carrera, gracias por todo su apoyo y por su gran amistad.



<b>RESUMEN</b>	<b>I</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>II</b>
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	<b>III</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>1. DIAGNÓSTICO</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Objetivos del diagnóstico</b>	<b>1</b>
<b>1.1.1 Objetivo General</b>	<b>1</b>
<b>1.1.2. Objetivos Específicos</b>	<b>1</b>
<b>1.2. La institución</b>	<b>1</b>
<b>1.2.1. Ubicación Geográfica</b>	<b>1</b>
<b>1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas</b>	<b>1</b>
<b>1.2.3. Antecedentes o Historia</b>	<b>2</b>
<b>1.2.4. Departamentos o dependencias</b>	<b>4</b>
<b>1.2.5. Objetivos Institucionales</b>	<b>4</b>
<b>1.2.6. Público Objetivo</b>	<b>5</b>
<b>1.2.7. Organigrama</b>	<b>5</b>
<b>1.3. Metodología</b>	
<b>1.3.1. Descripción del Método</b>	<b>6</b>
<b>1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección</b>	<b>6</b>
<b>1.3.3 Sujeto de Diagnostico</b>	<b>7</b>
<b>1.3.4 Población</b>	<b>7</b>
<b>1.3.5. Cronograma del Diagnóstico</b>	<b>8</b>
<b>1.4. RECOPIACION DE DATOS</b>	
<b>1.4.1. Ficha de las entrevistas</b>	<b>9</b>
<b>1.4.2. Resultado de las entrevistas</b>	<b>10</b>
<b>1.4.3. Gráficas, cuadros e interpretaciones de resultados</b>	<b>10</b>
<b>1.5. Radiografía de la institución</b>	
<b>1.5.1. FODA</b>	<b>19</b>

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

<b>2.1. Antecedentes Comunicacionales</b>	<b>20</b>
<b>2.2. Objetivos de comunicación</b>	
<b>2.2.1. Objetivo General</b>	<b>20</b>
<b>2.2.2. Objetivos específicos</b>	<b>20</b>
<b>2.3. Público Objetivo</b>	<b>21</b>
<b>2.4. Mensaje</b>	<b>21</b>
<b>2.5. Estrategias</b>	<b>21</b>
<b>2.5.1 Acciones de Comunicación</b>	<b>22</b>

## **CAPITULO III**

### **3. INFORME DE EJECUCION**

<b>3.1 PROYECTO DESARROLLADO</b>	<b>26</b>
<b>3.1.1 Financiamiento</b>	<b>26</b>
<b>3.1.2 Presupuesto Ejecutado</b>	<b>26</b>
<b>3.1.3 Beneficiarios</b>	<b>27</b>
<b>3.1.4 Recursos Humanos</b>	<b>27</b>
<b>3.1.5 Área Geográfica de Acción</b>	<b>28</b>
<b>3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES</b>	<b>28</b>
<b>3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>	<b>39</b>
<b>3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO</b>	<b>40</b>

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>41</b>
---------------------	-----------

<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>42</b>
------------------------	-----------

<b>GLOSARIO DE TERMINOS</b>	<b>43</b>
-----------------------------	-----------

<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>47</b>
---------------------	-----------

<b>EGRAFIA</b>	<b>47</b>
----------------	-----------

<b>ANEXOS</b>	<b>48</b>
---------------	-----------

## RESUMEN

<b>Nombre de la Empresa:</b>	Eventos Especiales
<b>Nombre del Proyecto:</b>	Plan de Comunicación para la empresa Eventos Especiales
<b>Objetivos del Proyecto:</b>	
<b>General:</b>	Elaborar un plan de comunicación para la empresa Eventos Especiales con el fin de conocer cuál es la perspectiva que los clientes tienen acerca de la empresa.
<b>Específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Establecer cuáles son los medios de publicidad que utiliza la empresa para darse a conocer ante sus clientes y reforzarlos.</li><li>•Proponer un plan de comunicación.</li><li>•Analizar las Fortalezas, Oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa.</li></ul>
<b>Sinopsis del Proyecto:</b>	<p>Se realizó un diagnóstico para conocer la historia de la empresa, saber a qué se dedica y todo lo relacionado a ella.</p> <p>Por medio del diagnóstico se elaboró un plan de comunicación para conocer la problemática y determinar cuáles son los mejores métodos para fortalecer la imagen de la empresa.</p> <p>En el plan de ejecución se llevaron a cabo las mejores estrategias para dar a conocer los servicios y se realizó una campaña por medio de Facebook, y correo electrónico.</p>

## INTRODUCCIÓN

Desde el principio de la humanidad la comunicación ha sido de suma importancia para la vida, dado que las personas necesitan una forma de expresar sus conocimientos o necesidades. Las personas se comunican de muchas formas, puede ser verbalmente, por medio de la escritura, el arte en cualquiera de sus expresiones, entre otras. Con el paso del tiempo la comunicación ha evolucionado, y esto ha llevado a la necesidad de innovar e inventar nuevas formas de expresarse.

La comunicación empresarial se refiere a la comunicación que tiene una empresa u organización ya sea internamente: que se refiera a las personas que laboran directamente en dicha entidad, o externamente: esta es cuando la comunicación se da con las personas que no pertenecen a la empresa pero que de una u otra forma están relacionadas con esta.

Existen muchas formas de comunicación, pero en ocasiones no son los medios adecuados para difundir el mensaje, el presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo conocer los canales que se están utilizando para difundir la información a los clientes en la Empresa Eventos Especiales, estos resultados se determinaron por el diagnóstico realizado previamente. Los canales ya existentes se intensifican y se propone la implementación de nuevas formas de difusión. De esta forma facilitar la comunicación entre la empresa y los clientes y poder brindarles un mejor servicio.



## **JUSTIFICACIÓN**

El buen funcionamiento de la sociedad es posible por medio de una buena comunicación entre sus habitantes. Para una persona particular o para una empresa la comunicación es vital ya que necesitan dar a conocer lo que está ocurriendo, sus proyectos, sus servicios, productos, entre otros.

Eventos Especiales es una empresa dedicada a el montaje de eventos; las relaciones humanas son vitales para poder dar un buen servicio, pero si no se tiene una buena comunicación o el mensaje no llega como debería, se deben implementar nuevas formas de publicidad, o mejorar las que ya se tienen.

La finalidad de esta investigación es conocer cuáles son las debilidades que Eventos Especiales tienen respecto a la comunicación externa. Con esta información buscar los mejores medios para hacer llegar la información al grupo objetivo, que en este caso serían los clientes que ya se tiene y dar a conocer la empresa a posibles nuevos clientes.

Según Melgar (2010) “la eficacia del mensaje publicitario empieza cuando llega al público, y para hacerlo llegar, si no es personal, debe usarse un canal. Los canales más frecuentes son los medios masivos de comunicación social, es decir la prensa, la radio, la televisión y el cine” (13). También existen los medios de comunicación no tradicionales, que suelen ser los que están más enfocados en cada cliente, también llamados BTL. Dado el caso se busca la mejor forma de hacer llegar el mensaje al grupo objetivo.

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNÓSTICO**

### **1.1. Objetivos del Diagnostico**

#### **1.1.1 Objetivo General**

Elaborar un diagnóstico de comunicación para la empresa Eventos Especiales con el fin de conocer cuál es la perspectiva que los clientes tienen acerca de la empresa.

#### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Establecer cuáles son los medios de publicidad que utiliza la empresa para darse a conocer ante sus clientes y reforzarlos.
- Proponer un plan de comunicación.
- Analizar las Fortalezas, Oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa.

### **1.2 La Institución**

Eventos Especiales

#### **1.2.1 Ubicación Geográfica**

Nueva Monserrat Zona 3 de Mixco, Guatemala.

#### **1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas**

Dado que Eventos Especiales es una empresa que se encarga primordialmente de la organización y el montaje de eventos y espectáculos, cuenta con una serie de alianzas. Las cuales trabajan en conjunto para la realización de los mismos, algunas de sus alianzas más fuertes con que cuenta la empresa son:

- Columbia Station Plus: esta es una empresa dedicada a brindar todo lo relacionado con el sonido para un evento: animación, luces, tarimas.

- Kretinos: Agrupación musical su fuerte es el género cumbia, combinada con ritmos caribeños como reggae, dance hall, soca, salsa entre otros.
- Cervecería Centroamericana: Empresa dedicada a la elaboración de cerveza en distintas presentaciones, también cuenta con el área de servicio de mobiliario para eventos.
- Cubo Arriola: Actor locutor y comediante, uno de los mejores en Guatemala. Experto en monólogos y Stand up comedy.

Aparte de las alianzas mencionadas Eventos Especiales también trabaja con varios artistas Nacionales, imitadores, modelos, edecanes, conductores; esto con el fin de poder brindar a sus clientes un servicio de calidad para sus Eventos.

### **1.2.3 Antecedentes o Historia**

Eventos Especiales fue fundada el 15 de Julio de 2008, por su propietario. El Licenciado en Ciencias de la Comunicación Johan Tiffan Sanollethy, su pasión siempre fue la organización y el montaje de espectáculos. Este sueño empezó muchos años atrás cuando “Tiffan” como se le conoce en el medio del espectáculo, perteneció a varias agrupaciones de baile; se dio cuenta que existía la necesidad de crear una empresa que se dedicara al montaje de eventos; el joven visionario puso en marcha su experiencia en los escenarios y formo la empresa Eventos Especiales; con el fin de poder brindar servicios de calidad y personalizados para cada cliente. El nombre comercial y el más conocido de la empresa es “Eventos Especiales Sanollethy”.

Eventos Especiales Sanollethy se encarga de organizar eventos, tanto masivos como los realizados en la Universidad de San Carlos de Guatemala y las Huelgas de dolores, como pequeñas actividades de beneficencia de alguna Iglesia o Institución. La empresa cuenta con una serie de servicios que van desde el alquiler de mobiliario, sonido, iluminación, tarimas, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, hasta todo lo relacionado con el entretenimiento y animación de

eventos. Esta empresa es proveedor directo de Cervecería Centroamericana. También trabaja con otras empresas como subcontratista.

Eventos Especiales Sanollethy cuenta con la interpretación de varios personajes;

Ironman, Spiderman, Kylo Ren, La Máscara, Osama Bin Laden, Bob Marley  
(Ver anexos)

- Tepeu: el Dios del Trueno, este personaje está basado en la historia del Popol vuh. Este es un personaje muy llamativo y con mucha aceptación entre los clientes (ver anexos)
- Halo: son dos personajes, uno de color azul y el otro de color rojo, son dos seres de otro planeta. Estos son muy contratados para piñatas y actividades de niños; también es el Robot oficial de la banda de músicos Kretinos (ver anexos).

Esta empresa es reconocida a nivel nacional con el Show de Michael Jackson, obteniendo en varias ocasiones reconocimientos en su participación en Eventos importantes. Este Show revive varios de los temas populares de Michael Jackson, como Billie Jean, Smooth Criminal, Beat It, Thriller. El elenco de baile **Thriller** es el que ha permanecido desde el lanzamiento de la empresa, con el paso del tiempo ha tenido algunos cambios, pero en su mayoría son los que empezaron con este proyecto hace casi 10 años; este es un grupo de jóvenes bailarines que con el paso del tiempo se han vuelto una familia, y son los principales colaboradores en la empresa.

El Show de Michael Jackson es el más solicitado para los eventos, (ver anexos). Ya sea en las actividades Huelgueras, de la Universidad de San Carlos, en la cual se han presentado por varios años consecutivos, así como en eventos privados para una boda o quince años, este es el espectáculo más esperado; como lo dice el slogan **Lo Mejor del Espectáculo**, teniendo siempre como principal objetivo ser la mejor opción para los clientes.



### 1.2.4 Departamentos o dependencias

- Gerencia General
  - Elenco de Baile
  - Fotografía y video
  - Coordinación y Montaje
  - Ventas
  - Contabilidad
- 
- **Gerencia General:** es el encargado de ver que todo funcione como debe de ser, toma las decisiones en la empresa.
  - **Elenco de Baile:** está conformado por 8 bailarines profesionales, entre ellos hombres y mujeres y el Imitador de Michael Jackson, ellos son los encargados de la realización de los Shows de baile; y de los diferentes espectáculos.
  - **Fotografía y video:** este departamento es el encargado de crear todas las fotografías y los videos de los distintos eventos y así poder tener una base de datos de todo lo realizado.
  - **Coordinación y Montaje:** este departamento tiene a su cargo la coordinación de los diferentes servicios, como el montaje y la logística para que todo salga de la mejor forma. Dependiendo de la magnitud del evento son las personas que se encargan de este.
  - **Ventas:** ellos son los encargados de llevar todas las ventas y tratar con los clientes.
  - **Contabilidad:** es el encargado de llevar todas las finanzas de la empresa.

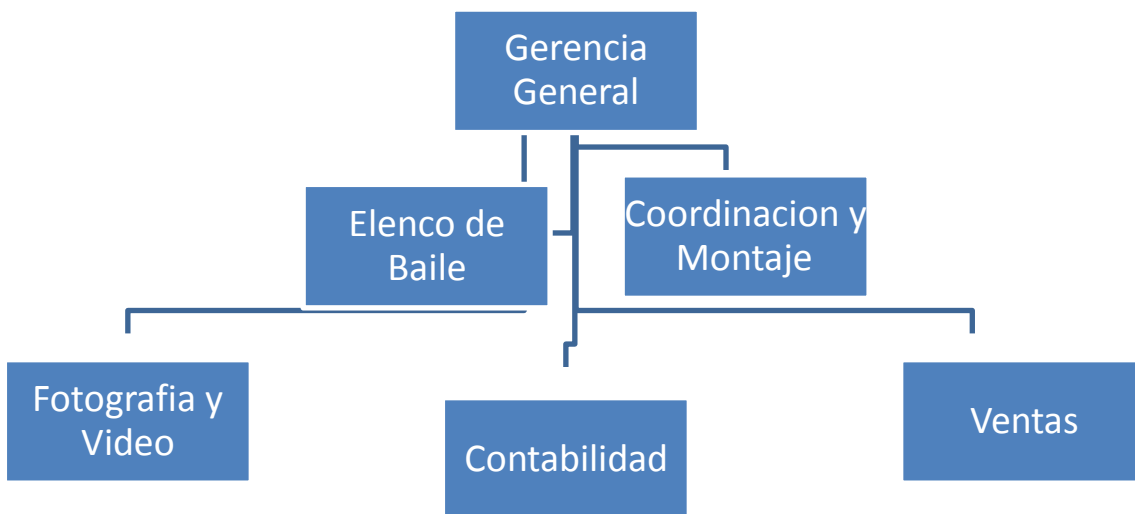
### 1.2.5. Objetivos Institucionales

Brindar los mejores servicios de espectáculos, shows, montaje de eventos, enfocados en Responsabilidad, Trabajo en equipo, Puntualidad y Calidad para facilitar la experiencia de nuestros clientes

### 1.2.6. Público Objetivo

El público objetivo de la Empresa Eventos Especiales Sanollethy son personas particulares, instituciones o empresas que necesiten amenizar sus eventos o contratar alguno de los servicios: como piñatas, bodas, quince años, Jaripeos, ferias, entre otros; brindando el mejor entretenimiento del mercado Guatemalteco.

### 1.2.7. Organigrama



Fuente: Eventos Especiales Sanollethy 2018

## **1.3 METODOLOGÍA**

### **1.3.1 Descripción del Método**

Para llevar a cabo un buen diagnóstico de comunicación hay que contar con métodos de investigación para poder obtener los mejores resultados. El método que se utilizó en este diagnóstico es el de Investigación de Campo. “La investigación de campo es la que se realiza directamente en el medio donde se presenta el fenómeno de estudio. Entre las herramientas de apoyo para este tipo de investigación se encuentran: La observación, La entrevista, La encuesta, El cuestionario, La experimentación”. (Rafael –Ledesma, 2014).

### **1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección**

Para la elaboración de este diagnóstico se utilizó el Método de Campo para recolectar los datos necesarios. Este método consiste en la Observación que es “observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos” (Rafael –Ledesma, 2014). Otras técnicas de recolección de datos utilizadas son La Entrevista y La Encuesta.

- La Entrevista:

Para obtener los datos necesarios se utilizó el método de La Entrevista; que como lo indica Rojas (2006), “La entrevista estructurada o dirigida se emplea cuando no existe suficiente material informativo sobre ciertos aspectos que interesa investigar, o cuando la información no puede conseguirse a través de otras técnicas. Para realizar la entrevista estructurada es necesario contar con una guía, ésta puede contener preguntas abiertas o temas a tratar los cuales se derivan de los indicadores que deseen explorarse.”

- La Encuesta:

Para obtener mejores resultados también se utilizó La encuesta que según Elías (2000), “la encuesta es el conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes y para conocer algún hecho específico que sucede en una comunidad determinada y que despierta especial atención entre la opinión pública”.

### **1.3.3 Sujeto de Diagnostico**

El sujeto de diagnóstico o el grupo objetivo del mismo, son los clientes de la Empresa Eventos Especiales, y el Gerente General de la empresa.

### **1.3.4 Población**

La Población en una investigación es la cantidad de personas que se estudia o a las cuales se les toma en cuenta para recolectar los datos necesarios.

En esta ocasión se encuestó a todos los clientes del año 2017 y se pasó una entrevista estructurada al Gerente General de la Empresa Tiffan Sanollethy.



### 1.3.5 Cronograma del Diagnóstico

No.	Cronograma de Actividades de Diagnóstico	Enero	Febrero		
			1	2	3
	<i>Basado en semanas</i>	4	1	2	3
1	<i>Solicitud de firma al encargado de la empresa</i>				
2	<i>Recolección de información de la empresa</i>				
3	<i>Encuestas y entrevistas</i>				
4	<i>Primera reunión con asesor</i>				
5	<i>Vaciado de entrevistas y encuestas</i>				
6	<i>Segunda reunión con asesor</i>				
7	<i>Redacción de informe final de diagnóstico</i>				

Fuente: Elaboración personal febrero 2018

## 1.4 RECOPIACION DE DATOS

### 1.4.1 Ficha de las entrevistas

#### Datos Entrevista:

**Nombre:** Licenciado Johan Tiffan Sanollethy

**Puesto:** Gerente General

**Fecha:** 15 Febrero 2018

**Objetivo:** Conocer su punto de vista y sus propósitos respecto a la empresa.

#### Entrevista:

- **¿Cómo cree que se encuentra la empresa respecto a la publicidad?**

La empresa se encuentra en un proceso de iniciación respecto a la publicidad dado que no se cuenta con publicidad a nivel nacional, la empresa es conocida por un grupo delimitado de personas, solamente se conoce en la capital.

- **¿En qué etapa se encuentra la empresa?**

La empresa está en una etapa de crecimiento, está fundando sus bases sólidas; para que una empresa sea sólida deben pasar más de diez años.

- **¿Cuáles son las metas a mediano y largo plazo?**

A mediano plazo realizar alianzas con diferentes empresas nacionales e internacionales, a largo plazo abrir diferentes sucursales y tener personas encargadas de cada sucursal.

- **¿Según usted cuáles son las debilidades de la empresa?**

Una debilidad es que la empresa cuenta con la ayuda de otras empresas para poder realizar un evento, si las otras empresas quedan mal, Eventos Especiales también queda mal, estos son factores externos.

- **¿Según su opinión que podría mejorar de la empresa?**

Lo que podría mejorar sería la publicidad, para así poder llegar a más personas, también los clientes no cuentan con la información necesaria para conocer los servicios de la empresa. Se debe implementar un método para hacer llegar la información deseada.

### **1.4.2 Resultado de las entrevistas**

En base a los datos y la información obtenida en la entrevista realizada al Licenciado Johan Tiffan Sanollethy se llegó a las siguientes conclusiones:

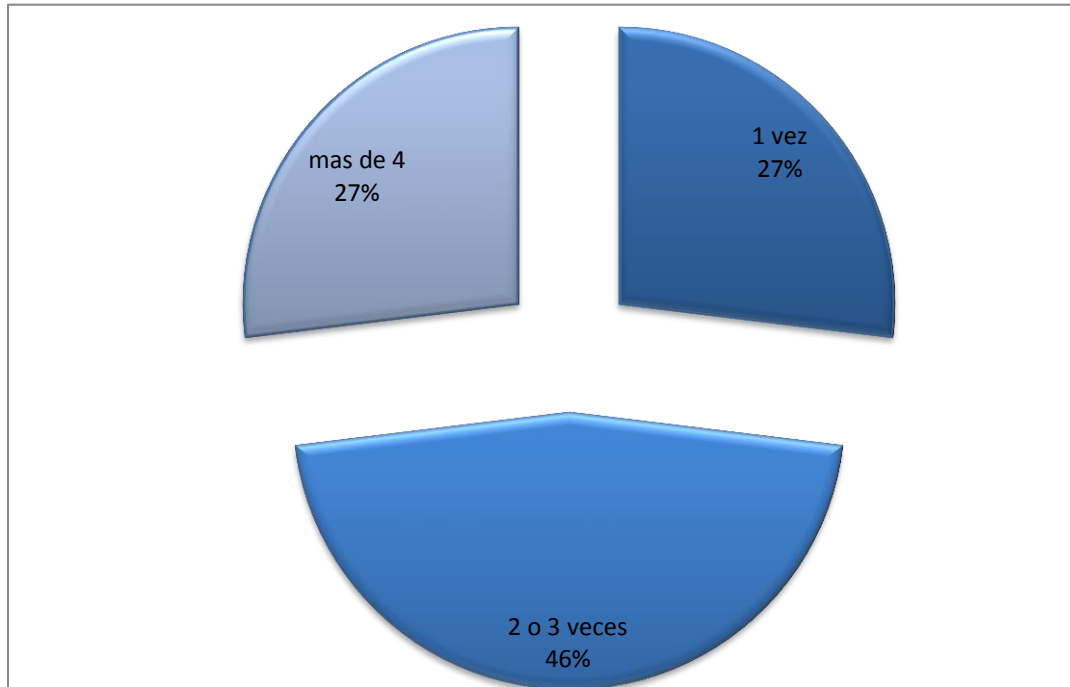
La empresa de Eventos Especiales Sanollethy se encuentra en la etapa de crecimiento ya que se quiere llegar a más personas y crear nuevas sucursales., pero en la actualidad no cuenta con publicidad y esto es una debilidad, ya que los nuevos clientes se enteran de la empresa por otros medios, y no de una forma masiva. Los clientes no tienen información de los diferentes servicios con que cuenta la empresa y de esta forma no pueden contratarlos.

### **1.4.3 Gráficas, cuadros e interpretaciones de resultados**

Se realizaron un total de 26 encuestas estructuradas a los diferentes clientes que tiene la empresa, la encuesta consta de 8 preguntas de opción múltiple. Esto con el fin de saber la opinión de los clientes respecto a la empresa.

1. ¿Cuántas veces ha utilizado los servicios de la empresa "Eventos Especiales Sanollethy"?

Grafica No.1

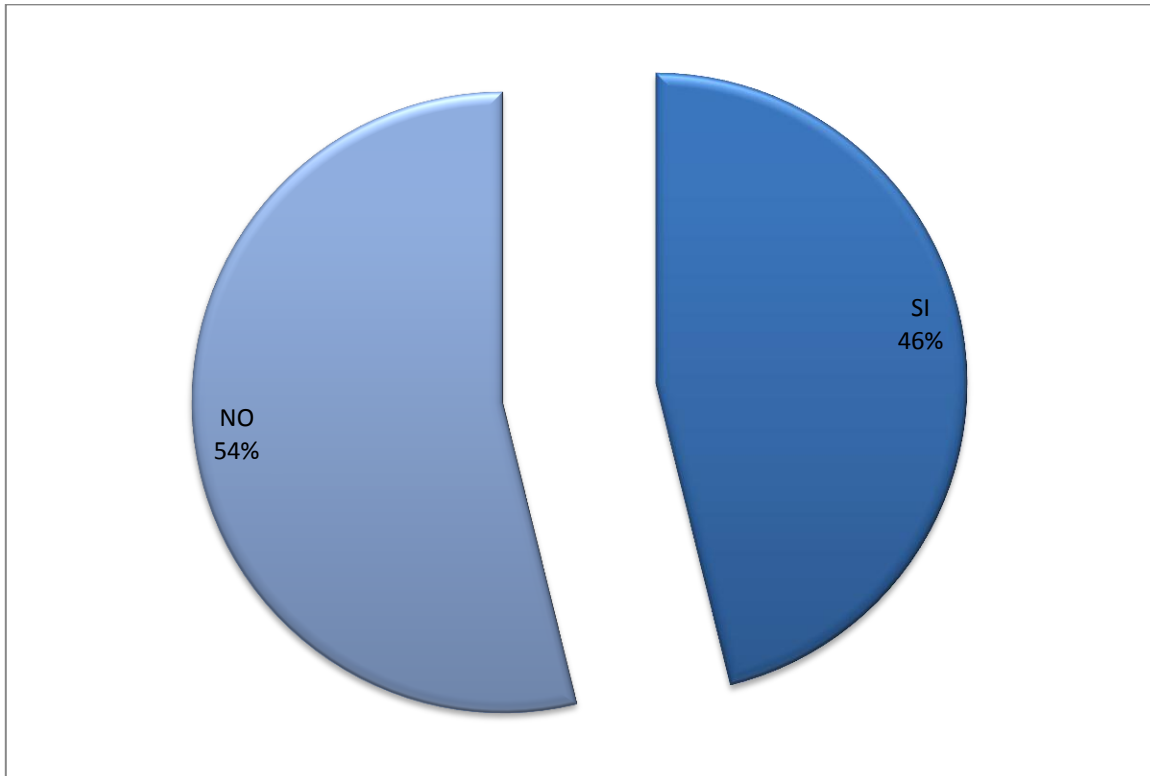


Fuente: elaboración personal febrero 2018

En esta grafica se puede observar que las personas encuestadas gustan de los servicios; ya que en su mayoría con un total del 46% han utilizado los servicios en 2 o 3 ocasiones. Con el 27% los encuestados respondieron haber utilizado los servicios en 1 ocasión y el 27 % restante respondieron que han utilizado los servicios en más de 4 ocasiones. Como resultado de esta encuesta podemos decir que los clientes quedan satisfechos con los servicios contratados ya que los siguen utilizando en más ocasiones.

## 2. ¿Conoce todos los servicios con que cuenta la empresa?

**Grafica No. 2**

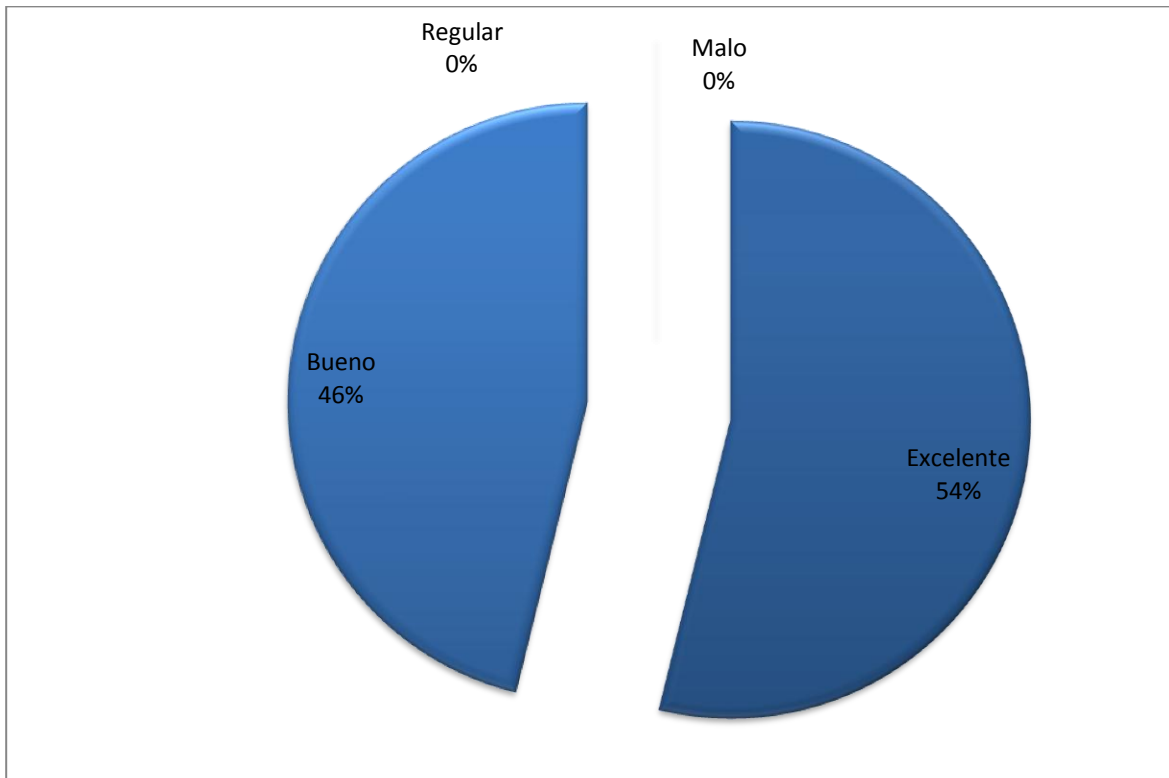


**Fuente: elaboración personal febrero 2018**

Según los datos obtenidos en esta grafica el 46% de las personas encuestadas conocen cuales son los servicios que presta la empresa de Eventos Especiales Sanollethy, pero en su mayoría con un 54% los clientes no conocen estos servicios, esto es una deficiencia que se tiene ya que si las personas no conocen los servicios no los pueden contratar.

### 3. ¿Cómo le pareció el servicio prestado?

**Grafica No. 3**

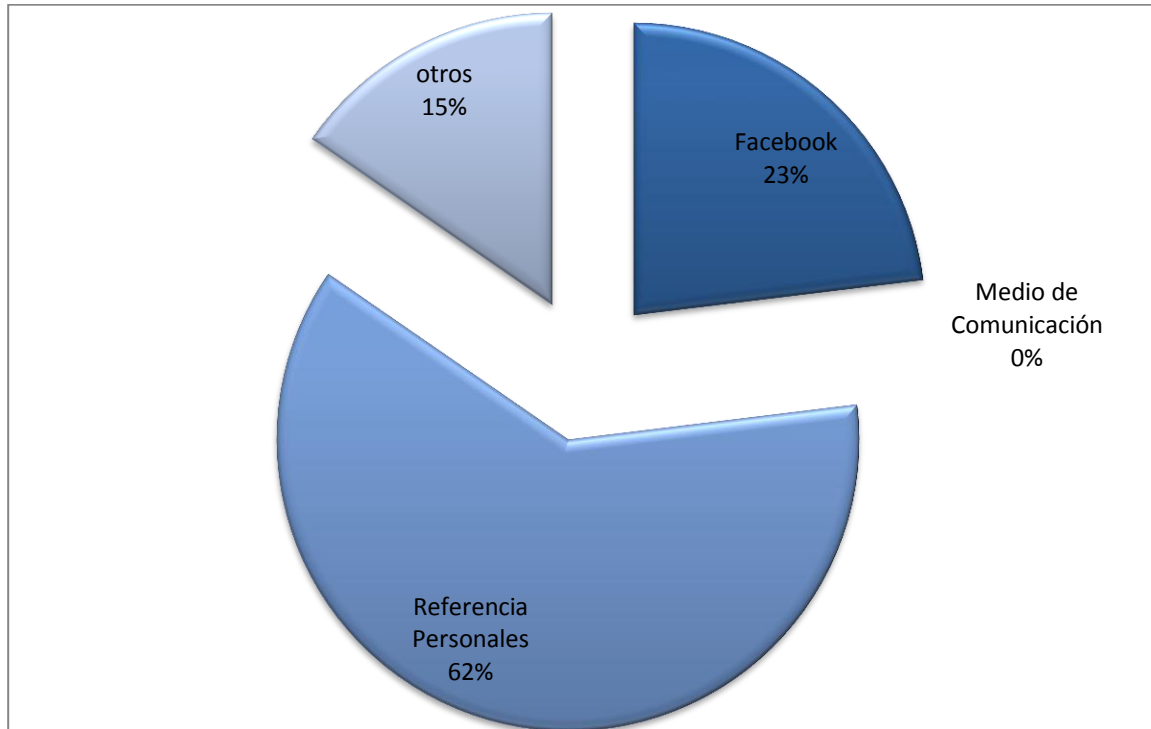


Fuente: elaboración personal febrero 2018

En esta grafica podemos observar que las personas están contentas con los servicios solicitados ya que con un 54% las personas respondieron que el servicio fue excelente y el 46% dijo que el servicio fue bueno, estos datos son buenas referencias ya que ninguno de los encuestados dijo que el servicio fue regular o malo.

#### 4. ¿Porque medio se enteró de la empresa Eventos Especiales?

**Grafica No. 4**

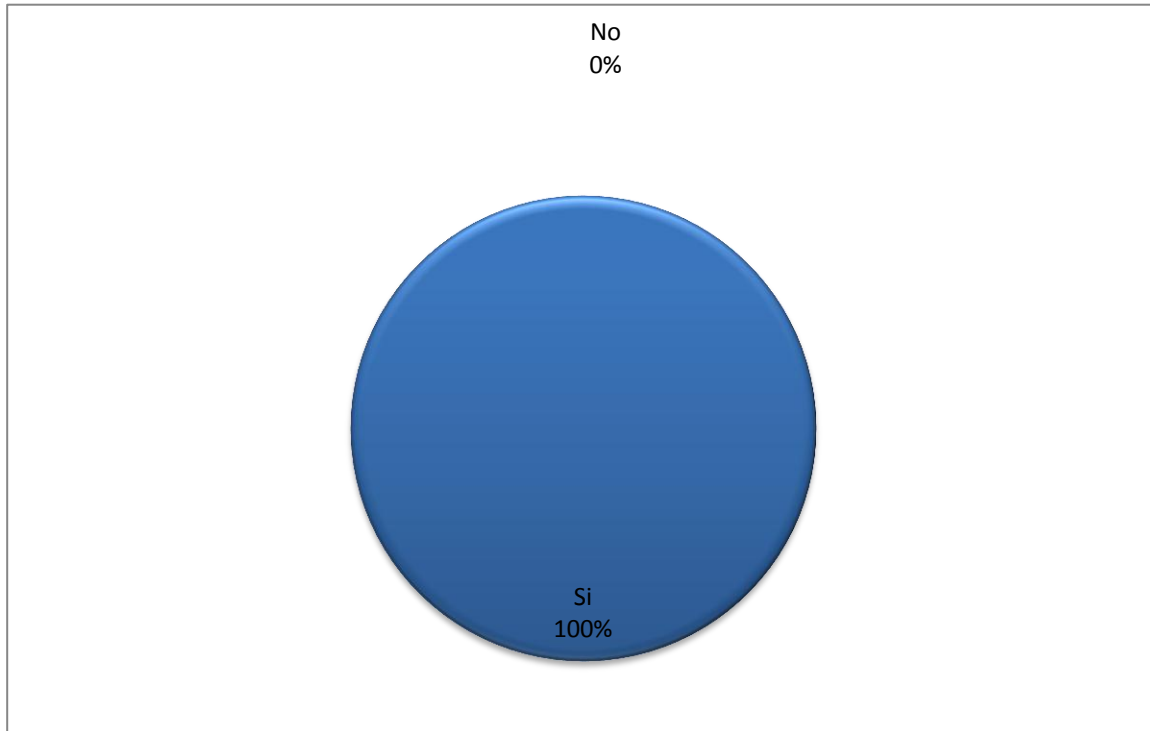


Fuente: elaboración personal febrero 2018

Los datos de esta grafica demuestran que la mayoría de las personas encuestadas se enteró de la empresa por medio de referencias personales con un 62%. Un 23% lo hizo por medio de Facebook, un 15% se enteró por otros medios y ninguno de los encuestados se enteró por algún medio de comunicación tradicional. Con estos resultados se llega a la conclusión que las referencia personales son muy buenas, pero se debería de reforzar otros medios para darse a conocer.

**5. ¿Recomendaría los servicios de la empresa?**

**Grafica No. 5**



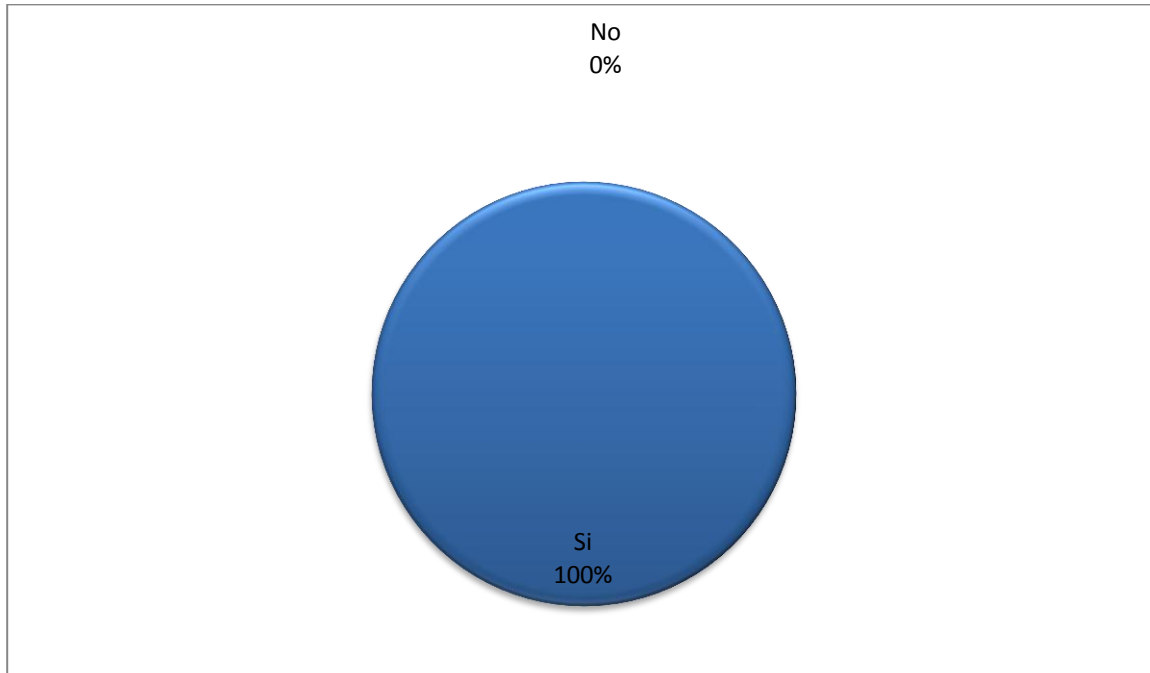
Fuente: elaboración personal febrero 2018

El total de personas encuestadas respondió que SI recomendaría a la empresa con sus conocidos, esto con un 100%. Este dato es favorable para la empresa dado que la publicidad se da de boca en boca.



**6. ¿Volvería a contratar a la empresa para otro evento?**

**Grafica No. 6**

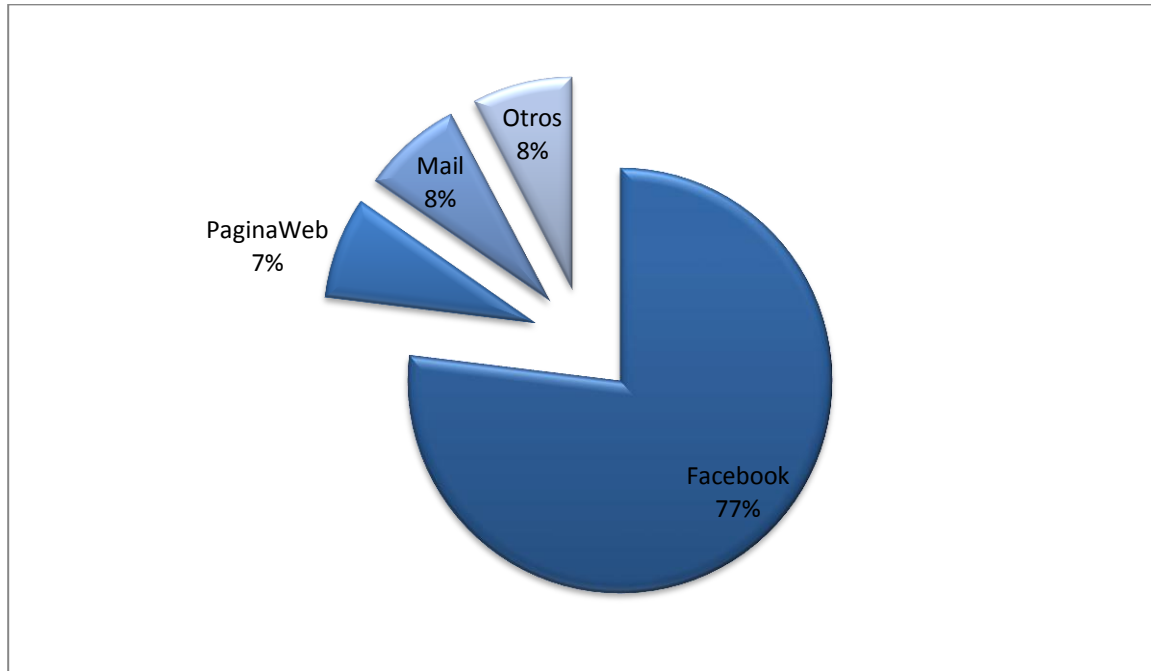


**Fuente: elaboración personal febrero 2018**

El 100% de personas encuestadas respondió que SI volvería a contratar a la empresa para próximas actividades. Esto quiere decir que están conformes con el trato y el servicio recibido.

## 7. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de Eventos Especiales?

Grafica No. 7

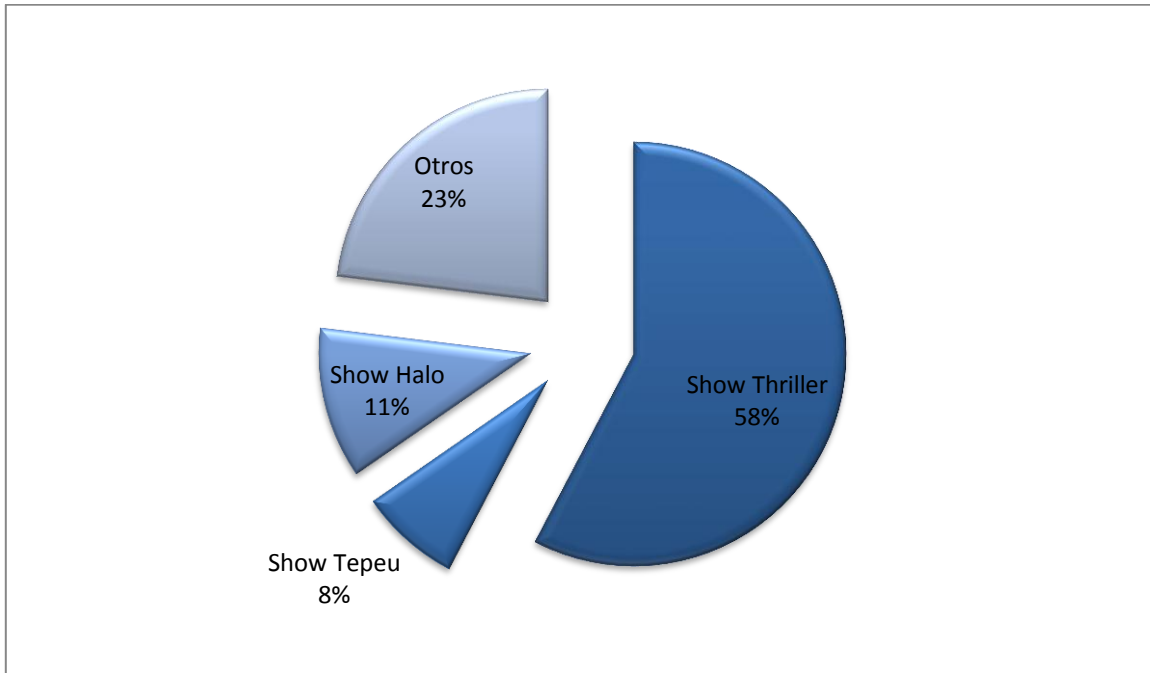


Fuente: elaboración personal febrero 2018

Los clientes encuestados respondieron que les gustaría enterarse de publicidad de Eventos Especiales por medio de Facebook con un 77%, por medio de Mail con un 8%, por medio de alguna Pagina Web con un 7%; y el 8% restante respondió que les gustaría recibir noticias de la empresa por Otros medios. Con el fin de hacer llegar la publicidad a más personas se debe reforzar la Página de Facebook que ya se tiene, he implementar nuevos medios para hacer llegar el mensaje.

## 8. ¿Cuál de los servicios de eventos especiales utilizo?

Grafica No. 8



Fuente: elaboración personal febrero 2018

La empresa de Eventos Especiales cuenta con varios servicios, los encuestados respondieron con 8% que han contratado el Show de Tepeu, el 11% de los encuestados han contratado el Show de Halo. Un 23% de encuestados ha contratado Otros servicios; los cuales serían montaje de eventos, contratación de algún artista, imitador, entre otros. El Show de Thriller es el más solicitado con un 58%. Con estos resultados llegamos a la conclusión que se debe de realizar más publicidad de los distintos servicios y Shows, para darles mayor realce.

## 1.5 Radiografía de la Institución

### 1.5.1 FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Buena aceptación del Cliente  Calidad de los servicios  Atención Personalizada  Buenas recomendaciones	Expansión  Más clientes  Nuevas sucursales	Falta de publicidad  Falta de seguimiento en la Fan page de Facebook  Los clientes no conocen todos los servicios	Empresas más posicionadas  No darse a conocer  Depender de otra empresas

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACION**

#### **2.1 Antecedentes Comunicacionales**

La empresa Eventos Especiales Sanollethy se dedica al montaje de toda clase de Espectáculos, desde la logística hasta los grupos de animación, es una empresa con 10 años de trayectoria; a pesar de que es una empresa de eventos y que trabaja con muchas personas, no se ha llevado a cabo una campaña publicitaria. El área publicitaria no tiene ningún documento que se allá realizado para dar a conocer la empresa. La empresa es conocida por medio de Facebook y las personas la recomiendan de boca en boca. Con el presente plan de comunicación se pretende dejar un precedente a la empresa.

#### **2.2 Objetivos de Comunicación**

##### **2.2.1 Objetivo General**

Desarrollar un plan de comunicación que promueva la imagen de la Empresa Eventos Especiales para incrementar los clientes.

##### **2.2.2 Objetivos Específicos**

- Mejorar la imagen de la Empresa por medio de Facebook
- Dar a conocer todos los servicios de la empresa
- Crear medios alternativos para dar a conocer los servicios de la Empresa
- Incentivar al personal a que conozca mejor la empresa.

## **2.3 Público Objetivo**

En el mundo de la Comunicación y la publicidad se le denomina Público Objetivo a el segmento del mercado al que está dirigido el producto o el servicio, se debe identificar al grupo objetivo para que la propuesta de comunicación este enfocada a las personas adecuadas y que estas reciban el mensaje de la mejor forma.

El público objetivo de este plan de comunicación, es un público externo, son los clientes y posibles clientes de la Empresa Eventos Especiales, son personas o instituciones que necesiten los servicios con los que cuenta la empresa. También va dirigido a los encargados de la Empresa y a los colaboradores que trabajan en ella.

## **2.4 Mensaje**

“LO MEJOR DEL ESPECTACULO”

El mensaje que se quiere dar a conocer a los clientes es que ellos toman la mejor decisión al contratar los servicios de Eventos Especiales.

## **2.5 Estrategias**

Según los datos obtenidos en el diagnóstico de la empresa se llegó a la conclusión de que los clientes se enteran de la empresa por medio de la página de Facebook, y por medio de clientes satisfechos, también se llegó a la conclusión de que los colaboradores no sienten pertenencia dentro de la empresa. Las estrategias que se llevaran a cabo son las siguientes:

- Mejorar la imagen de la página de Facebook
- Promover todos los servicios por medio de Facebook y correo electrónico
- Redactar Misión, Visión y Valores
- Realizar reuniones con los empleados

## 2.5.1 Acciones de comunicación

Las acciones que se utilizaran para difundir el mensaje serán las obtenidas en el diagnóstico de comunicación que se realizó previamente; promover la página de Facebook, crear afiches, redactar la visión, misión y valores de la empresa, realizar reuniones con los colaboradores.

- **Redes Sociales**

Mejorar la Imagen de la página de Facebook, se colocara información detallada de la empresa, se renovara la imagen tanto del perfil como de portada. Se dará seguimiento a los clientes.

Se promocionara la página pagando anuncios a través de Facebook, dos por semana, con un total de 15 anuncios, donde se den a conocer los diferentes servicios con los cuales cuenta la empresa. Los anuncios se presentaran por medio de imágenes con la información de los servicios.

<https://www.facebook.com/tiffan1972/>

Cuando se realizó el diagnóstico la página de Facebook tenía un total de 418 personas a las cuales les gustaba, y contaba con 414 seguidores



Imagen de Facebook Abril 2018

Esta imagen fue tomada de la página principal de Facebook en el mes de abril 2018.



Imagen tomada de la página de Facebook

- **Afiche**

Se realizaran afiches digitales, tamaño oficio a fullcolor, con el fin de promover los servicios, uno con la informacion general de todos los servicios de la empresa y otros 4 con la informacion especifica de cada uno de los servicios.

Esto se enviara por medio de Facebook, a traves de publicaciones, por medio de correo electronico con los contactos ya existentes.

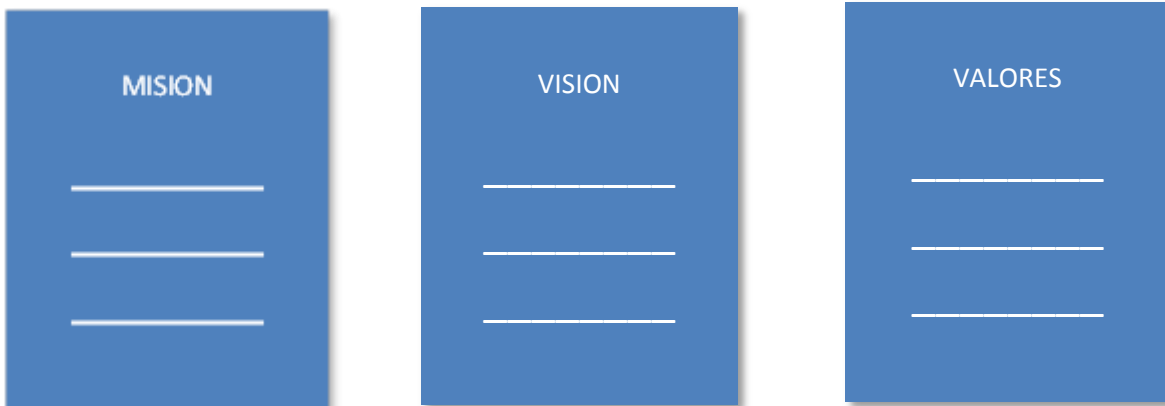


Elaboración Propia Abril 2018



- **Redactar Misión, Visión, Valores**

La empresa no cuenta con la Misión, Visión y Valores que toda empresa debe tener, por ello juntamente con el Gerente General de la empresa se redactaran. Tomando como base los principios con los cuales ha trabajado la empresa con el fin de crear identidad en los colaboradores y una sensación de pertenencia dentro de la empresa.



Elaboración propia Abril 2018

- **Reuniones Informáticas**

Se realizaran 3 reuniones con los encargados de cada departamento, una en el mes de mayo, una en junio y una en julio, estas reuniones se harán con el fin de motivar a los empleados a la inclusión de la empresa, incentivando sus opiniones y sus puntos de vista.

Se les proporcionara material impreso con los cambios realizados a la empresa para que ellos puedan dar a conocer los servicios y los precios de cada uno de estos.

## Reunión 1

Actividad	Objetivo	Incentivo
<b>Conociendo la empresa</b>	Conocer la opinión que los colaboradores tienen respecto a la empresa, y escuchar sus sugerencias.	Refacción para todos los colaboradores
<b>Hora</b>	<b>8:00</b>	
<b>Lugar</b>	Salón de reuniones de la empresa	
<b>Expositor</b>	Epesista Sadia Salvatierra	
<b>Tema</b>	Comunicación dentro de la empresa	
<b>Puntos a tratar</b>	Opiniones de los colaboradores A donde se dirige la empresa	

## Reunión 2

Actividad	Objetivo	Incentivo
<b>Día recreativo</b>	Celebrar los cumpleaños y motivar a la unión entre compañeros	Refacción para todos los colaboradores
<b>Hora</b>	<b>8:00</b>	
<b>Lugar</b>	Salón de reuniones de la empresa	
<b>Expositor</b>	Epesista Sadia Salvatierra	
<b>Tema</b>	Todos somos familia	
<b>Puntos a tratar</b>	Cumpleaños	

## Reunión 3

Actividad	Objetivo	Incentivo
<b>Mostrar los avances</b>	Se proporcionara material impreso con la información necesaria para que ellos puedan dar a conocer la empresa a los clientes.	Refacción para todos los colaboradores
<b>Hora</b>	<b>8:00</b>	
<b>Lugar</b>	Salón de reuniones de la empresa	
<b>Expositor</b>	Epesista Sadia Salvatierra	
<b>Tema</b>	Avances de la empresa	
<b>Puntos a tratar</b>	Avances en las acciones tomadas Nuevos proyectos	

## CAPÍTULO III

### 3 INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1 PROYECTO DESARROLLADO

Plan de Comunicación para la Empresa Eventos Especiales Sanollethy

##### 3.1.1 Financiamiento

El desarrollo de la ejecución Comunicacional está respaldado por la Empresa Eventos Especiales Sanollethy, quien es el responsable de brindar un espacio físico para la elaboración del proyecto. El Epesista es el responsable de aportar el dinero para costear los diferentes gastos de la ejecución de proyecto.

##### 3.1.2 Presupuesto ejecutado

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
1	Asesoría Comunicacional	Q. 6500.00	Q. 6500.00
100	Tarjetas de presentación, impresión full color	Q. 1.50	Q. 150.00
100	Material impreso variado full color	Q. 3.00	Q. 300.00
15	Anuncios en Facebook	Q. 22.33	Q. 334.95
24	Refacciones para reuniones	Q.20.00	Q. 480.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q7764. 95</b>

Financiamiento	Monto
Epesista	Q. 7764.95

### 3.1.3 Beneficiarios

#### Beneficiarios Directos

La empresa Eventos Especiales Sanollethy es el principal beneficiario, de este proyecto de Comunicación.

Los colaboradores de la empresa Eventos Especiales Sanollethy, son beneficiados por la información obtenida.

#### Beneficiarios Indirectos

El público que requiere de los servicios de la empresa es beneficiado dado que es más fácil obtener información acerca de la empresa y de los servicios que esta presta.

### 3.1.4 Recursos humanos

En la implementación del proyecto se contó con el apoyo de un valioso recurso humano:

<b>Personal</b>	<b>Puesto</b>	<b>Actividad</b>
<b>Lic. Johan Tiffan Sanollethy</b>	Gerente General	Autorización de material para la ejecución
<b>Arq. Hector Flores</b>	Departamento Coordinación	Revisión y apoyo con el material de la ejecución
<b>Diferentes empleados</b>	Elenco de baile	Apoyo en las reuniones
<b>Sadia Salvatierra</b>	Epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Elaboración de Diagnóstico y propuesta de comunicación

### **3.1.5 Áreas Geográficas de Acción**

Oficina de Eventos Especiales Sanollethy ubicada en 10 Avenida A 5-02 Nueva Monserrat Zona 3 de Mixco, Guatemala

## **3.2 ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS**

Las estrategias y las acciones realizadas en la ejecución del proyecto están enfocadas en mejorar la perspectiva que los clientes y los posibles clientes tengan acerca de la empresa Eventos Especiales, también es importante incentivar a los colaboradores para que sientan el sentido de pertenencia dentro de la empresa.

Las acciones de comunicación realizadas fueron las siguientes:

- Mejorar la imagen de la página de Facebook
- Promover todos los servicios por medio de Facebook y correo electrónico
- Redactar Misión, Visión y Valores
- Realizar reuniones con los empleados

El principal canal de comunicación que la empresa Eventos Especiales Sanollethy tiene con sus clientes es la página de Facebook, por esta razón se cambió la imagen de la página, se agregó información necesaria para que los clientes conozcan la empresa, se colocó el botón para calificar a la empresa, lo cual es de suma importancia así se puede saber cuál es la opinión que tienen respecto a la empresa. Se cambió la imagen de perfil y la imagen de portada, esta nueva imagen ayuda a obtener más seguidores en la página. Se aumentó el índice de respuesta en los mensajes. [www.facebook.com/tiffan1972/](http://www.facebook.com/tiffan1972/)

Imágenes tomadas de la página de Facebook, Julio 2018



Ubicación de la empresa en el mapa



Información detallada de todos los servicios con los cuales la empresa cuenta



El índice de respuesta es el 58% en 10 minutos

La página cuenta con 717 me gusta y 714 seguidores

11,256 personas fueron alcanzadas con las publicaciones.

- **Promover todos los servicios por medio de Facebook y correo electrónico**

Por medio de la página de Facebook se dieron a conocer los servicios con los cuales cuenta la empresa. Se realizaron cuatro afiches con información de cada uno de los servicios y se realizó un afiche general con la información de todos los servicios, estos afiches tuvieron muy buena aceptación por parte de los seguidores de la página

[www.facebook.com/tiffan1972/](http://www.facebook.com/tiffan1972/)

Afiche con información general de los servicios con los cuales la empresa cuenta, este afiche electrónico alcanzó a 1,442 personas y tuvo 73 reacciones, fue compartida dos veces, esto gracias a la publicidad pagada durante 3 días por medio de Facebook.

**Eventos Especiales sanollethy**  
Publicado por Sadita Linda [?]  
Te gusta esta página · 22 de junio

Lo mejor del Espectáculo

Etiquetar foto · Agregar ubi... · Editar

1.442 personas alcanzadas **Volver a promover**

Actividad reciente

Me encanta · Comentar · Compartir · 73

2 veces compartido

Escribe un comentario...  
Persona "Enter" para publicar

Afiche general página de Facebook Junio 2018



Imagen de perfil de la página de Facebook, esta publicación alcanzo a 144 personas, tuvo 15 reacciones y fue dos veces compartida. En esta imagen se muestra al elenco de baile.



Imagen de perfil de página de Facebook Junio 2018

Esta publicación es la imagen de portada de la página de Facebook, tuvo 11 reacciones, en ella se muestran los diferentes personajes.



Imagen de Portada de página de Facebook Julio 2018



Esta publicación es acerca del show Tepeu, alcanzo a 1,294 personas y tuvo 12 reacciones.



Imagen página de Facebook Julio 2018

Afiche digital del show Halo, alcanzo a 4,664 personas, tuvo 234 reacciones, fue compartida 2 veces, este fue el mejor afiche recibido.



Imagen pagina de Facebook Julio 2018

Afiche digital con algunos de los personajes utilizados en los diferentes shows, esta publicación alcanzo a 4,478 personas y obtuvo 59 reacciones.



Imagen tomada de página de Facebook Julio 2018

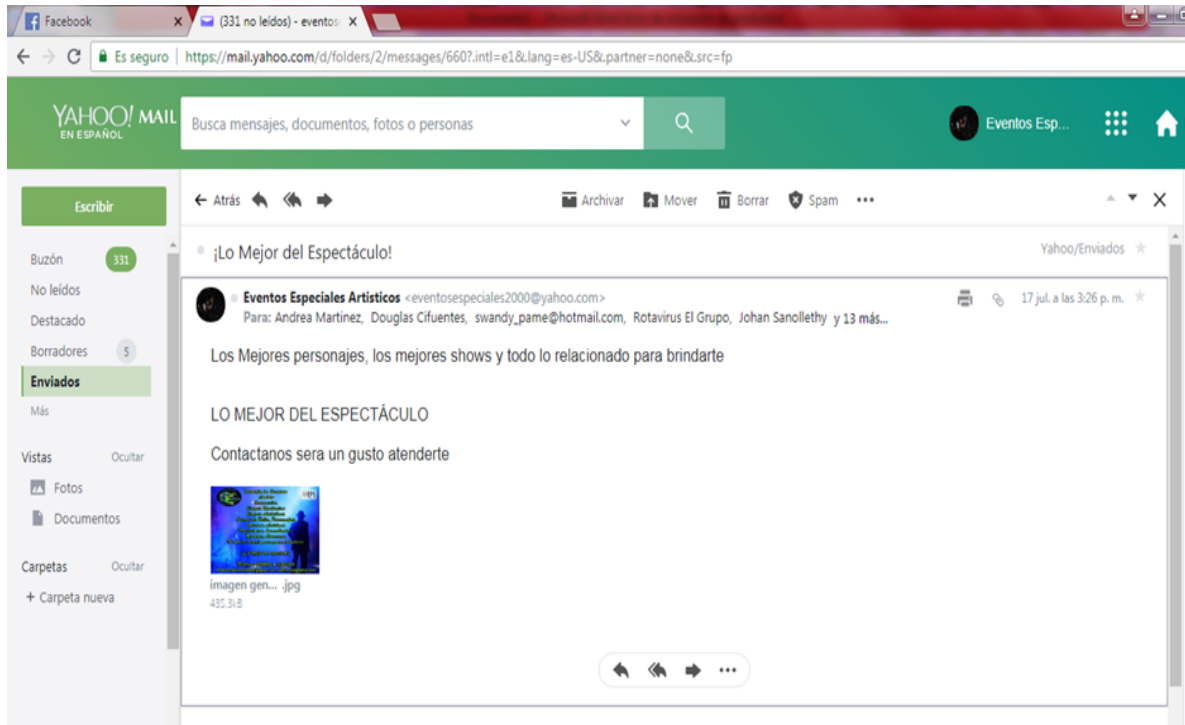
Imagen presentando el show de Michael Jackson, alcanzo a 3,240 personas y obtuvo 69 reacciones, fue compartida 3 veces.



Imagen tomada de página de Facebook Junio 2018

- **E-mail**

Se envió un mensaje por medio del correo electrónico a los contactos que se tienen en la base de datos de la empresa. eventosespeciales2000@yahoo.com Con el objetivo de dar a conocer los servicios con los cuales la empresa cuenta. Los clientes reaccionaron a este mensaje pidiendo cotizaciones para futuros eventos.



Correo electrónico Julio 2018

- **Redactar Misión, Visión y Valores**

La Empresa Eventos Especiales no contaba con la Misión, Visión y Valores que toda empresa tiene, esto se redactó con el fin de que los colaboradores de la empresa se sientan identificados con la misma y que tengan conocimiento a donde se dirige la empresa.

### Misión

Brindar un servicio de entretenimiento, montaje de eventos y espectáculos con altos estándares de calidad, orientados a satisfacer las necesidades de los clientes.

Elaboración propia julio 2018

### Visión

Llegar a ser la empresa de espectáculos número uno a nivel nacional, enfocándose en brindar eventos de calidad. Dándole al cliente la atención que se merece.

Elaboración propia julio 2018

### Valores

**Responsabilidad:** Uno de los valores más importantes, dado que todos los servicios prestados por la empresa se hacen de la mejor forma, desde la contratación, el seguimiento, hasta el día del evento se hace con responsabilidad.

**Trabajo en equipo:** todos colaboran para la realización de un evento y se ayudan entre sí.

**Puntualidad:** no importando donde o cual sea el evento, se llega 1 o 2 horas antes de que este de inicio.

**Calidad:** como dice el Slogan “Lo Mejor del Espectáculo”, siempre se hace de la mejor manera posible y que el cliente quede satisfecho.

Elaboración propia julio 2018



- **Reuniones con los empleados**

**Primera Reunión:**

En esta reunión los colaboradores dieron a conocer sus puntos de vista respecto a la empresa, expresaron sus opiniones y dieron sus sugerencias, fue de mucha utilidad dado que se sintieron tomados en cuenta. Esta reunión se realizó con 6 de los integrantes del equipo de la empresa.

En esta imagen se puede observar al Gerente General y a 5 de los colaboradores dando sus puntos de vista.



Reunión informativa Mayo 2018

## Segunda Reunión:

Esta reunión fue de carácter recreativa, con el fin de que se sintieran cómodos y se sintieran parte de la empresa, se realizó una refacción con 6 de los colaboradores en las instalaciones de la empresa.

En esta imagen podemos observar a los colaboradores degustando de una refacción, compartiendo entre compañeros.



Reunión recreativa junio 2018

**Tercera Reunión:** esta reunión fue realizada con el fin de dar a conocer los avances que se tuvieron con la implementación de los nuevos métodos de comunicación, se entregó material informativo a los asistentes y se plantearon nuevos proyectos para la empresa. Se contó con la participación de 6 integrantes del equipo.

En esta imagen se puede apreciar a los colaboradores revisando los avances que se tuvieron en la ejecución del proyecto.



Reunión de avances Julio 2018

### 3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cronograma de Actividades										
Actividad	Mayo			Junio				Julio		
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Primeras propuestas de material para Facebook	■	■								
Primera reunión con colaboradores			■							
Creación de visión, misión y valores			■							
Elaboración de afiche				■						
Publicación en Facebook				■	■					
Material impreso interno de la empresa						■				
Publicaciones en Facebook						■				
Segunda reunión con encargados						■				
Publicaciones en Facebook							■			
Envío de afiches con información por medio de correo electrónico							■	■		
Cambiar imagen de perfil y portada en Facebook								■		
Tercera reunión con encargados								■		
Publicaciones en Facebook									■	
Recolectar información y redactar informe									■	
Entrega de informe y resultados										■



### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p><b>Imagen de la página de Facebook</b></p> <p><b>Objetivos:</b> mejorar la imagen de la página de Facebook de la empresa, tener más seguidores y más clientes.</p>	<p>Se cambió tanto imagen de la portada, como la imagen del perfil, se proporcionó información importante de la empresa, se aumentó el número de seguidores de 418 a 717, el índice de respuesta empezó con el 29% de respuesta en 1 día y se finalizó con un índice de respuesta de 58% en 10 minutos.</p>	<p>Estas acciones tendrán una mejor aceptación por parte de los nuevos seguidores. (Arq. Héctor Flores, Coordinación)</p> <p>Las acciones aumentaron los mensajes en la Fan Page. ( Lic. Johan Sanollethy, Gerente General)</p>
<p><b>Servicios por medio de Facebook y correo electrónico</b></p> <p><b>Objetivo:</b> aumentar las interacciones con el público objetivo</p>	<p>Se proporcionó información acerca de los distintos servicios de la empresa, se aumentó el índice de aceptación, al principio las publicaciones tenían de 1 a 2 reacciones y se finalizó con cientos de reacciones en las imágenes y miles de reproducciones en los videos.</p>	<p>El envío de correos aumento la interacción con los clientes. ( Andrea Martínez)</p> <p>Se tiene una comunicación más rápida y eficaz. (Francisco García)</p>
<p><b>Misión, Visión y Valores</b></p> <p><b>Objetivo:</b> incentivar al personal a conocer las políticas de la empresa</p>	<p>Se redactó la misión, visión y valores de la empresa para incentivar a los colaboradores a conocer mejor las políticas de la empresa, esto se realizó con el apoyo del Gerente General</p>	<p>Es de suma importancia conocer las políticas de una empresa para saber quiénes son ( Lic.Johan Sanollethy, Gerente General)</p>
<p><b>Reuniones con los empleados</b></p> <p><b>Objetivo:</b> conocer y tomar en cuenta las opiniones de los colaboradores.</p>	<p>Se realizaron 3 reuniones informativas con el fin de incentivar el sentido de pertenencia de los colaboradores con la empresa.</p>	<p>Nos sentimos tomados en cuenta y nuestras opiniones ayudaron a mejorar proyectos a futuro ( Brian Castillo, Elenco de baile)</p> <p>Nos sentimos más parte de la empresa. ( Andrea Martínez)</p>
<p><b>Aporte interno a la Institución</b></p> <p><b>Objetivo:</b> mejorar el manejo interno de la empresa.</p>	<p>Se realizó material de apoyo interno de la empresa, calendarios de actividades, hojas de asistencia, control de pagos, tarjetas de presentación. ( ver anexos)</p>	<p>Con estos materiales tenemos un mejor control interno en la empresa y podemos trabajar de una forma más ordenada. (Arq. Héctor Flores)</p>

## CONCLUSIONES

Por medio del diagnóstico de comunicación, el Plan de comunicación y la Ejecución se llegaron a las siguientes conclusiones:

- La elaboración de un diagnóstico de comunicación es de suma importancia para la empresa dado que se sabe cómo se encuentra y se tiene una mejor perspectiva de la opinión de los clientes. La comunicación es de suma importancia en estos días por ellos es necesario identificar cuáles son las mejores formas para darse a conocer.
- Se identificaron los mecanismos más adecuados para darse a conocer ante un público más extenso, con una mejor calidad de recepción.
- El personal no se sentía identificado con la empresa, por medio de las reuniones pudieron dar a conocer sus puntos de vista y sentir que son tomados en cuenta. No poseían información importante para dar a conocer la empresa ni los servicios, por medio del material de apoyo interno, tienen más información de utilidad.
- Con la ejecución de las propuestas se llegó a más personas y se obtuvieron buenos resultados, se elevó el número de seguidores en la Fan Page de Facebook. Los clientes y posibles clientes tiene más información acerca de los distintos servicios que la empresa ofrece.

## RECOMEDACIONES

Para seguir fortaleciendo la imagen de la empresa Eventos Especiales Sanollethy se realizan las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere continuar con la publicidad por medio de la Fan Page de Facebook, esto con el fin de llegar a más personas y aumentar su grupo objetivo. Seguir dando seguimiento a los clientes por medio de los mensajes enviados a la página y dar mejor atención al cliente.
- Asignar un presupuesto para publicidad y darle seguimiento a la Fan Page y tener constante movimiento de publicaciones e información dentro de ella.
- Continuar con las reuniones y las capacitaciones dentro de la empresa, esto con el fin de que los colaboradores tengan el sentido de pertenencia dentro de la empresa.
- Crear e implementar una página de internet, esto con el fin de que los clientes puedan obtener más información de la empresa de una forma más fácil y más amplia.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Acciones:** el concepto de acción se refiere a dejar de tener un rol pasivo para pasar a hacer algo o bien a la consecuencia de esa actividad.

**Afiche:** puede ser una lámina que promociona un producto, un servicio o un evento. En este caso, los afiches buscan atraer la atención de los potenciales consumidores

**BTL:** below the line que significa literalmente en castellano: bajo la línea, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos.

**Boceto:** se refiere al esquema o el proyecto que sirve de bosquejo para cualquier obra.

**Canal:** es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor

**Cualitativo:** Adjetivo que se emplea para nombrar a aquello vinculado a la cualidad (el modo de ser o las propiedades de algo).

**Cuantitativo:** Adjetivo que está vinculado a cantidad.

**Comunicación:** Procede del latín *communicare* que significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”. La comunicación es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se trasmite y recibe una información.

**Cronograma:** Calendario de trabajo

**Diagnóstico:** es un juicio o una calificación que se realiza sobre un problema a partir de la observación y el análisis.

**Difusión:** es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir)

**Estrategia:** El concepto se utiliza para referirse al plan ideado para dirigir un asunto y para designar.

**Específico:** Cuando nos referimos a algo como específico queremos indicar que es particular, peculiar, distintivo o propio de una clase o categoría.

**Espectáculo:** Representación o función que se presenta ante un público con el fin de entretener.

**Fan Page:** es una página creada especialmente para ser un canal de comunicación con fans dentro de la red social

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

**Full Color:** se refiere a una impresión de calidad, con todos los colores.

**Gráfica:** Una gráfica o representación gráfica es un tipo de representación de datos, generalmente numéricos, mediante recurso visuales (líneas, vectores, superficies o símbolos) , para que se manifieste visualmente la relación matemática o correlación estadística que guardan entre sí.

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

**Informe:** Exposición oral o escrita sobre el estado de una cosa o de una persona, sobre las circunstancias que rodean un hecho, etc.

**Método:** La palabra Método hace referencia a ese conjunto de estrategias y herramientas que se utilizan para llegar a un objetivo preciso, el método por lo general representa un medio instrumental por el cual se realizan las obras que cotidianamente se hacen.

**Misión:** La misión es el motivo o la razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución. Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado.

**Objetivo:** Un objetivo es el fin último al que se dirige una acción u operación. Es el resultado o sumatoria de una serie de metas y procesos.

**Organigrama:** Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, incluyen las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor.

**Plan de Comunicación:** El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización. Contar con uno ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo.

**Público:** Puede referirse a los espectadores que concurren a un acto o espectáculo, son las personas destinadas a determinada acción.

**Presupuesto:** Conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo.

**Propuesta de Comunicación:** Son acciones relacionadas con la comunicación

**Show:** espectáculo

**Target:** La palabra inglesa “*target*” no es otra cosa que “objetivo” y cuando lo aplicamos al ámbito del marketing se refiere al público objetivo de nuestras acciones.

**Valores:** se refiere al medio utilizado para llegar a un fin. Su significado original señala el camino que conduce a un lugar.

**Visión:** se refiere a una imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro, una expectativa ideal de lo que espera que ocurra.

## BIBLIOGRAFÍA

- Interiano, Carlos. *Semiología y Comunicación*. (8 edición) Guatemala: Fenix.
- Lara, José Manuel. 1990. *Comunicación y Publicidad*. 2ª. Ed. España: Planeta-De Agostini.
- Melgar, Luis Alexander. (2010). *La Publicidad vista por los profesionales de la mercadotecnia y la comunicación*. Guatemala.
- Rojas Soriano, R. (2006) *Guía para realizar investigaciones sociales*, P.E. Plaza y Valdés (P Y V), ED. México.
- Sampieri, R., Fernández, C., Baptista,P. (2003) *Metodología de la investigación* (3ª edición) Mc Graw Hill. México.
- Tamayo y Tamayo, Mario. *El Proceso de la Investigación científica*. Editorial Limusa S.A. México.1997.
- Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto (2007). *Redacción transparente*. (4ª edición). Guatemala: ECO ediciones
- Vidal Archila, Karin Denisse (2017). *Plan de Comunicación Interna para la compañía de Transporte Marítimo de Guatemala Sociedad Anónima*. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos. Guatemala.

## E-grafías

- Elías, E. (2000). "Encuesta". (Homepage). [En Red] Recuperado de: <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/encuesta>
- Rafael, Ledesma. (2014). "Las Técnicas de Investigación". Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos101/tecnicas-investigacion/tecnicas-investigacion.shtml#ixzz56p86OriK>
- <http://conceptodefinicion.de>
- <https://es.wikipedia.org>



## **ANEXOS**

<b>Transcripción completa de las Entrevistas</b>	<b>49</b>
<b>Modelo de la encuesta</b>	<b>51</b>
<b>Matriz o vaciado de las encuestas</b>	<b>52</b>
<b>Personajes</b>	<b>53</b>
<b>Aportes Internos de la Empresa</b>	<b>54</b>
<b>Tarjeta de presentacion</b>	<b>54</b>
<b>Calendario</b>	<b>55</b>
<b>Imágenes de ejecucion y revision</b>	<b>55</b>
<b>Hoja de registro de practicas</b>	<b>57</b>
<b>Hoja de asistencia a las reuniones</b>	<b>58</b>

## **Transcripción completa de las Entrevistas**

### **Datos Entrevista:**

**Nombre:** Licenciado Johan Tiffan Sanollethy

**Puesto:** Gerente General

**Fecha:** 15 Febrero 2018

**Objetivo:** Conocer su punto de vista y sus propósitos respecto a la empresa.

- **¿Cómo cree que se encuentra la empresa respecto a la publicidad?**

En estos momentos estamos todavía en un proceso de iniciación, no tenemos una gran publicidad todavía en el mercado, si nos conoce un determinado grupo objetivo, pero no hemos abarcado a nivel nacional, solo a nivel capital. Si tenemos determinados clientes.

- **¿En qué etapa se encuentra la empresa?**

La empresa está en una etapa de crecimiento, no estamos todavía en la etapa de la madurez, el crecimiento de darnos a conocer, de ir fomentando las bases para poder avanzar, porque si no fomentamos bases de la empresa esas columnas si se hacen de adobe se caen, sino que hay que dejarlos con concreto, en base a eso la empresa se ha mantenido durante estos años. Para que una empresa se mantenga bastante tiempo tiene que recorrer de 10 años en adelante. Para ir fomentándose.

- **¿Cuáles son las metas a mediano y largo plazo?**

A mediano plazo pues hacer alianzas con diferentes empresas nacionales e internacionales, para ir madurando y creciendo, a futuro pues abrir diferentes sucursales y ya tener personas dependientes en esas sucursales para que se pueda ir abarcando más.

- **¿Según usted cuales son las debilidades de la empresa?**

Yo creo que hablarte de debilidades, hay bastantes debilidades, la empresa, cualquier empresa en el país tiene un problema ahorita, que si miramos lo socioeconómico, lo político que existe en el país, creo que es una base fundamental porque algunas empresas han quebrado y ya no funcionan, entonces eso es como una cadena. Es una empresa que también depende de otras

empresas para poder avanzar, si las otras empresas no pueden ejercer igual esta no puede ejercer y los clientes que se tiene necesitan servicios o necesitan una serie de cantidad de, por ejemplo un montaje, depende de una mesa, yo tengo que depender de la otra empresa que me lleve esa mesa, un mantel, yo tengo que depender de esa empresa, es una cadena. También lo que está sucediendo en el país es también, hay que tomarlo como un balance, como podemos tratar la manera de estos cambios políticos, socioeconómicos, pues hemos todavía subsistido, otras empresas ya han desaparecido.

- **¿Según su opinión que podría mejorar de la empresa?**

Bueno, mi opinión, yo creo que uno de los temas es la publicidad, siento que le falta más publicidad, eso es uno de los factores, 2 he como se llama, tener claro asía donde va uno no es tanto por que se presentan los servicios en su momento, lo que pasa es que no se tiene algo específico para los clientes, un trifoliar, un bifoliar o estos servicios se presenta para tal evento o quieres este evento, para tal evento se necesita o quieres un sonido, creo que esto es lo que se tiene que ordenar.

## Modelo de la encuesta



### ENCUESTA ACERCA DE LA EMPRESA EVENTOS ESPECIALES

Con la finalidad de brindarle un mejor servicio en sus eventos, sírvase responder las siguientes preguntas, por su respuesta muy agradecidos.

#### Marque con una **X** su respuesta

- 1) ¿Cuántas veces ha utilizado los servicios de la empresa Eventos Especiales Sanollethy?  
1                      2-3                      más de 4 veces
  
- 2) ¿Conoce todos los servicios con que cuenta la empresa?  
Sí    No
  
- 3) ¿Cómo le pareció el servicio prestado?  
Excelente                      Bueno                      Regular                      Malo
  
- 4) ¿Porque medio se enteró de la empresa Eventos Especiales Sanollethy?  
Facebook                      Pagina web                      Medio de comunicación  
Referencia Personal                      otros
  
- 5) ¿Recomendaría los servicios de la empresa?  
Sí    No
  
- 6) ¿Volvería a contratar a esta empresa para otro evento?  
Sí    No
  
- 7) ¿Por qué medio le gustaría enterarse de esta empresa?  
Facebook                      Pagina Web                      Mail  
  
Otros
  
- 8) ¿Cuál de los servicios de Eventos Especiales Sanollethy utilizo?  
Show Thriller  
  
Show Tepeu  
  
Show Halo  
  
Otros

## Matriz o vaciado de las encuestas

1. ¿Cuántas veces ha utilizado los servicios de la empresa Eventos Especiales Sanollethy?

1 vez	2- 3 veces	más de 4 veces
7	12	7

2. ¿Conoce todos los servicios con que cuenta la empresa?

Si	No
12	14

3. ¿Cómo le pareció el servicio prestado?

Excelente	Bueno	Regular	Malo
14	12	0	0

4. ¿Porque medio se enteró de la empresa Eventos Especiales Sanollethy?

Facebook	Página web	Medio de comunicación	Referencia Personal	Otros
6	0	0	16	4

5. ¿Recomendaría los servicios de la empresa?

SI	NO
26	0

6. ¿Volvería a contratar a esta empresa para otro evento?

SI	NO
26	0

7. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de esta empresa?

Facebook	Pagina Web	Mail	Otros
20	2	2	2

8. ¿Cuál de los servicios de Eventos Especiales Sanollethy utilizo?

Show Thriller	Show Tepeu	Show Halo	Otros
15	2	3	6

## Personajes



Show Halo



Show Tepeu



Diferentes personajes

Estas imágenes son de los diferentes personajes los cuales son utilizados para amenizar los eventos.

## Aportes Internos de la Empresa



Hoja Membretada



Control de pagos

Estos documentos son utilizados en la empresa para llevar un mejor control interno.

## Tarjeta de presentacion



Parte frontal



Parte Trasera

Las tarjetas de presentacion son repartidas en los diferentes eventos para posteriores contrataciones.



## Calendario



Se realizo un calentadio impreso para poder llevar un control de los diferenes eventos

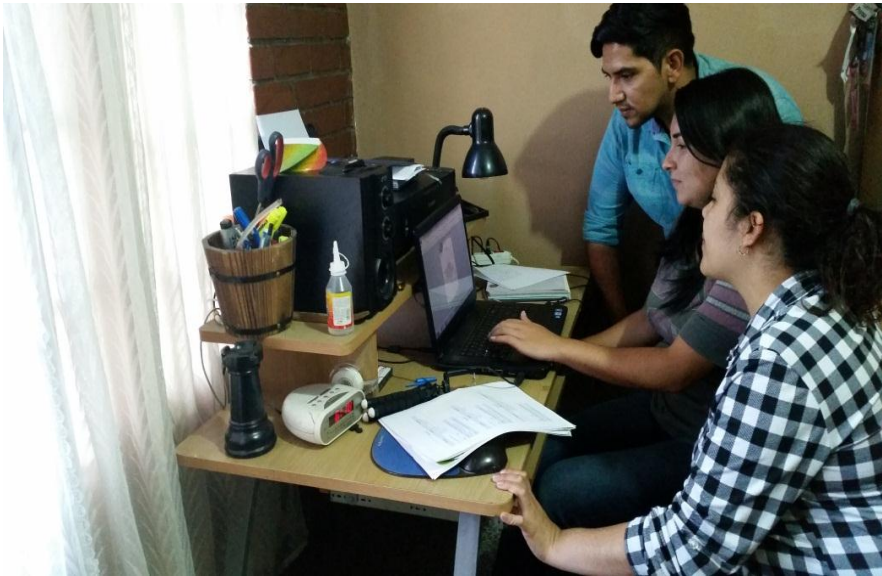
## Imágenes de ejecucion y revision

Gerente General y  
epsiste Sadia  
Salvatierra revisando  
avances

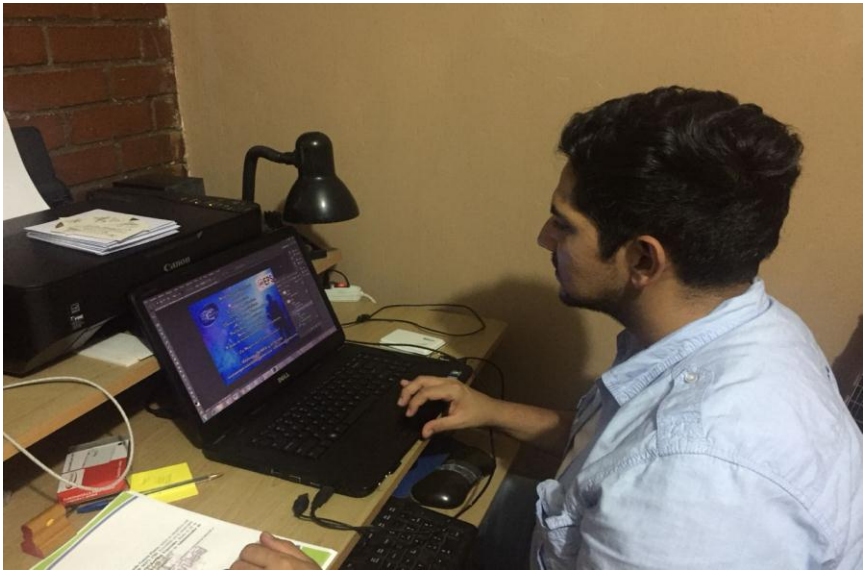




Equipo de Montaje y epesista revisando avances en el Plan de Ejecución



Eventos Especiales Julio 2018



Eventos Especiales Julio 2018

# Hoja de Registro de Practicas



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018

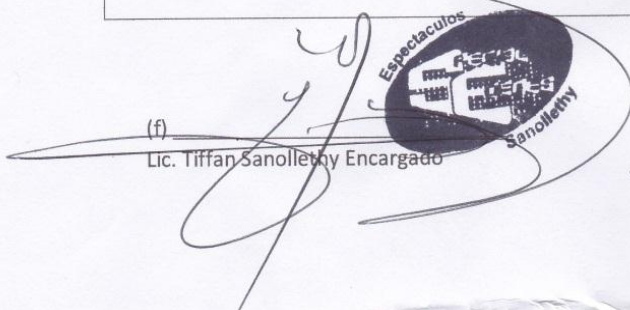



## Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Sadia Stacy Salvatierra Alvarado  
**No. Carné y DPI:** 200722199 DPI 2670 43570 0108

**Jefe o Encargado (a):** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Johan Tiffan Sanollethy  
 Gerente General.  
**Institución o Empresa:** Eventos Especiales  
**Supervisor de EPSL:** Lic. Fernando Flores.

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 19	Mayo	7	7	7	7	7	X	35 horas.
2	Del: 21 / Al: 26	Mayo	7	7	7	7	7	X	35 horas.
3	Del: 28 / Al: 02	Mayo	6	6	7	7	6	X	32 horas.
4	Del: 04 / Al: 09	Junio	6	6	5	8	8	X	33 horas.
5	Del: 11 / Al: 16	Junio	8	8	8	6	8	X	38 horas
6	Del: 18 / Al: 23	Junio	7	7	7	7	6	X	34 horas
7	Del: 25 / Al: 30	Junio	7	8	8	0	0	X	23 horas
8	Del: 02 / Al: 07	Julio	8	7	8	7	X	5	34 horas
9	Del: 09 / Al: 14	Julio	6	5	6	7	6	6	36 horas
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS</b>									<b>300</b>

(f)    
 Lic. Tiffan Sanollethy Encargado

(f)    
 Lic. Fernando Flores – Supervisor de EPSL



REUNION INFORMATIVA

NOMBRE	FIRMA
Andrés Arceña Martínez Flores	[Signature]
José Castillo	[Signature]
Walter Fernando García F	[Signature]
José Ricardo Abel García	[Signature]
José Guadalupe	[Signature]
Esteban Stela Solares	[Signature]

REUNION RECREATIVA

NOMBRE	FIRMA
José Castillo	[Signature]
Walter Fernando García F	[Signature]
Andrés Arceña Martínez Flores	[Signature]
José Ricardo Abel García	[Signature]
José Guadalupe	[Signature]
Esteban Stela Solares	[Signature]

REUNION DE AVANCES

NOMBRE	FIRMA
José Castillo	[Signature]
José Ricardo Abel García	[Signature]
Andrés Arceña Martínez Flores	[Signature]
José Guadalupe	[Signature]
Walter Fernando García F	[Signature]
Esteban Stela Solares	[Signature]