

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



**“ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE
LA EMPRESA GEOMETRICA A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL DE
FACEBOOK.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Sandra Patricia Chojolán Duarte

Carné: 199815071

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2019

Consejo Directivo

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu Pub.

Heber Libni Emanuel Escobar Juaréz

Representantes Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Bátres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Molina

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

Guatemala, 6 de septiembre de 2019

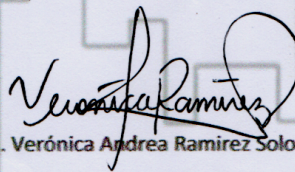
M.A. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **SANDRA PATRICIA CHOJOLAN DUARTE** con número de carné: **199815071** 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 **GERENCIA ADMINISTRATIVA** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **15 de mayo** al **05 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA GEOMETRICA"**, entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **GEOMETRICA**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) 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,



Arq. Verónica Andrea Ramirez Solorzano

Gerencia General





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



Guatemala, 14 de octubre de 2019

Estudiante
Sandra Patricia Chojolán Duarte
Carné: 199815071
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

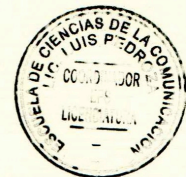
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA GEOMETRICA A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL DE FACEBOOK.”** El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, 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 del 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”



Licda. Krista Ramírez
Supervisor EPS de Licenciatura



Lic. M.A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura

Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

www.comunicacion.usac.edu.gt

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



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

DEDICATORIAS

A DIOS: Por ser el centro de mi vida y mostrarme siempre lo bueno que es conmigo. Gracias por las bendiciones que haz derramado en mi, darme consuelo en los momentos difíciles y llenarme de tu infinito amor.

A MIS PADRES: Margarita Duarte (+) y Oscar Chojolán por haberme enseñado los valores y principios que han hecho de mi una mejor persona. Gracias por haberme dado tanto y perdonar mis equivocaciones. Por amarme tanto... Los amo y al cielo mando este logro.

A MI ESPOSO: Gracias mi amor por todo, por animarme y no dejarme caer. Sos mi alma gemela, sin duda este logro es de ambos. Te amo.

A MIS HIJAS: Amis chicas superpoderosas, son mi motor, la fuerza que me impulsa a seguir. Las personitas que con sus ocurrencias le dan alegría a mi vida.

A MIS HERMANOS: Oscar, Arnoldo, Edwin, Fredy y Rony por que siempre han estado a mi lado para apoyarme en las situaciones que he pasado. Y a Héctor Romero por ser mi hermano mayor, gracias por tu amor.

Y HERMANAS: Brenda y Norma por llenarnos de amor a mi y a mi familia, por ese infinito apoyo que me han dado siempre, este también es un logro de ustedes.

A MIS SOBRINOS: Cinthia, Marco, Gerardo, Nico, Daniela, Mia, Camila, Dulce, Dilan, Darcy, Mónica, Daniel, André y Diego, por las aventuras vividas.

A MI FAMILIA: A mis cuñadas y cuñados a cada uno de ustedes por que han impactado mi vida positivamente, gracias por ser parte de mi familia.

AGRADECIMIENTOS

A la UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, por permitirme adquirir los conocimientos que me han forjado como profesional en tan prestigiosa casa de estudios.

A la ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, a todos los docentes que compartieron su conocimiento para formar a quien soy hoy y hacer realidad este sueño.

Al M.A. LUIS PEDROZA, sus palabras en cada etapa del EPSL fueron de gran impacto y apoyo para culminar este proyecto.

A la LICENCIADA KRISTA RAMÍREZ, por la asesoría brindada a mi persona y el apoyo incondicional en cada momento, por sus palabras y explicaciones en todo mi proyecto.

A la ARQUITECTA ANDREA RAMÍREZ, por la confianza, el espacio y el apoyo que me brindó en todo momento en este proyecto.

|

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III

CAPÍTULO I

1.DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2.LA INSTITUCIÓN: GEOMETRICA.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes.....	2
1.2.4. Departamentos.....	3
1.2.5. Misión.....	3
1.2.6. Visión.....	3
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	4
1.2.8. Público Objetivo.....	4
1.2.9. Organigrama.....	5
1.3.METODOLOGÍA.....	6
1.3.1. Descripción del Método.....	6
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	6

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	8
1.4.RECOPIACIÓN DE DATOS.....	9
1.4.1. Gráficas e interpretación del resultado de las entrevistas.....	9
1.5.RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	10
1.5.1. Fortalezas.....	10
1.5.2. Oportunidades.....	10
1.5.3. Debilidades.....	10
1.5.4. Amenazas.....	10

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	11
2.1.ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	11
2.2.OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	11
2.2.1. Objetivos General.....	11
2.2.2. Objetivos Específicos.....	12
2.3.PÚBLICO OBJETIVO.....	12
2.4.MENSAJE.....	12
2.5.ESTRATEGIAS.....	13
2.6.ACCIONES PROPUESTAS.....	13

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	19
3.1.PROYECTO DESARROLLADO.....	19
3.1.1. Financiamiento.....	19
3.1.2. Presupuesto ejecutado.....	19

3.1.3. Beneficiarios.....	20
3.1.4. Recursos Humanos.....	20
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	20
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	21
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	22
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	23
CONCLUSIONES.....	24
RECOMENDACIONES.....	25
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	26
BIBLIOGRAFÍA.....	32
EGRAFÍA.....	32
ANEXOS.....	33
Modelo de Encuesta.....	36
Imágenes.....	39

RESUMEN

Nombre de la Institución:

Geometrica

Nombre de la Proyecto:

“Estrategia de Comunicación para fortalecer la imagen institucional de la Empresa Geometrica a través de la red social de Facebook”.

Objetivos de Proyecto:

General:

Fortalecer la imagen institucional de la Empresa Geometrica a través de la red social Facebook.

Específicos:

- Establecer como canal de comunicación digital una Fanpage en la red social de Facebook.
- Diseñar material de interés para publicarlo en la Fanpage.
- Producir material audiovisual para pautarlo en la Fanpage.

Sinópsis:

Geometrica es una empresa de arquitectura e ingeniería, que anteriormente intento implementar la red social Facebook como un canal de comunicación digital entre la empresa y sus clientes pero por la falta de un proceso de comunicación efectivo y personal calificado, la página no funcionó. Considerando lo anterior, se desarrollo la estrategia adecuada para fortalecer la imagen institucional de la empresa a través de la red social de Facebook. El trabajo ejecutado se concentró en 3 acciones; crear una Fanpage en la red social de Facebook, Elaborar infografías sobre la imagen corporativa y realizar videos cortos de los proyectos realizados. Y con esto logramos cumplir con los objetivos trazados. Logrando resultados satisfactorios ya que actualmente la página cuenta con 179 seguidores en un tiempo relativamente corto y obteniendo un alcance con la pauta pagada de más de 3,400 personas con una inversión relativamente baja en comparación con otros canales de comunicación.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como principal objetivo el fortalecimiento de la imagen institucional de la Empresa Geometrica, a través de estrategias de comunicación efectivas que contribuyan a proyectar la imagen concreta de lo que la empresa desarrolla, para posteriormente posicionarse dentro de su grupo objetivo.

A través del metodo de la observación, se pudo identificar las necesidades que afronta actualmente la empresa, la cual reconoce la necesidad que existe de estar a la vanguardia de la tecnología para promocionarse e impactar a sus clientes potenciales. Por esta razón en el año 2016 crearon su propia Fan Page en la red social Facebook, la cual por falta de conocimiento en el uso y correcta administracion, la misma no ha cumplido su objetivo para la cual fue creada.

Como resultado de esta investigación, se realizo una entrevista con la gerente general de esta empresa, quien nos proporciona informacion de las debilidades y fortalezas que tienen como institucion y es justamente acá donde se logró determinar que carecen de una estrategia puntual de comunicación, que les permita fortalecer su imagen institucional.

Geometrica, como empresa que se encuentra en pleno desarrollo y crecimiento, necesita un proyecto de comunicacion agresivo con las estrategias adecuadas para llegar a clientes potenciales y lograr asi posicionarse en el mercado nacional.

JUSTIFICACIÓN

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala a través de su Ejercicio Profesional Supervisado forma comunicadores con un alto sentido profesional, ético y competitivo, en la búsqueda del desarrollo integral del país. Es así como esta institución de educación superior cumple con su visión y es por ello la importancia de la realización de este proyecto en la empresa Geometrica.

Gracias a la colaboración del personal de la organización en el diagnóstico se logrará determinar algunas limitantes en los procesos de comunicación interna existentes y es por ello que a través de la planificación se ejecutan acciones concretas para el fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa Geometrica.

Brindando información relevante a través de la Fanpage de la red social Facebook, por su alto impacto y bajo costo. Actualmente vivimos en un mundo globalizado y competitivo, donde los medios de comunicación y las redes sociales son vitales en cualquier institución. “Las redes sociales son bastantes significativas ya que son un mundo de oportunidades y experiencias que pueden ser aprovechadas”. (Anleu, 2017, Pág.21).

“Los beneficios de manejar una Fanpage en la empresa son, que permite dar a conocer a la empresa de una manera fácil, rápida y económica, se crea una comunicación directa con los clientes”. (Mendez, 2015, Pág.9).

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico de comunicación externa de la empresa Geometrica.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Verificar los procesos de comunicación utilizados en la empresa Geometrica.
- Establecer si los medios de comunicación de la empresa Geometrica son funcionales.
- Determinar si es necesario crear estrategias de comunicación que mejoren y fortalezcan la imagen de la empresa.

1.2. LA INSTITUCIÓN: GEOMETRICA

Geometrica es una empresa de Ingeniería y Arquitectura, que cuenta con un equipo de profesionales multidisciplinarios, dedicada al diseño, planificación, estudios técnicos de obras civiles, estudios sanitarios, avalúos de bienes inmuebles, mantenimiento, remodelación, supervisión y construcción de obras civiles. Ofrece un servicio integral que garantiza la calidad y economía de las obras, la eficiencia en los recursos y alta valoración y comunicación con el cliente durante toda la obra.

1.2.1. Ubicación Geográfica

Geometrica se encuentra ubicada en la 9ª. Avenida B 3-10 Colonia Quinta Samayoa, Zona 7 Oficina 3 en la Ciudad de Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Actualmente la empresa Geometrica no cuenta con alianzas estrategicas por parte del sector privado y público.

1.2.3. Antecedentes e Historia

En el 2014 nace la idea de crear una empresa que brinde proyectos de ingeniería y arquitectura realizados desde su planificación hasta su ejecución con un enfoque socialmente responsable, es decir comprometida a tomar acciones que beneficien a su negocio y que inciden positivamente en la gente, el medio ambiente y las comunidades en que operan, más allá de sus obligaciones.

En el 2015, comienzan a trabajar proyectos pequeños entre ellos; Diseñar, planificar y supervisar el proyecto Centro de Arte y Diversión Camino Seguro, diseño y construcción de área social en vivienda unifamiliar en zona 16, supervisión de plataforma en área de cuartos fríos en Helados Rich, remodelación en casa parroquial Claret, señalización de seguridad industrial en Predio Chiquita, Delta, Barcenás.

Ante la demanda de desarrollar proyectos a finales del 2015 deciden comenzar los trámites necesarios para registrarse legalmente, siendo en febrero del 2016 cuando obtienen la patente de comercio a nombre de Geometrica.

Desde ese entonces hasta la fecha han realizado varios trabajos importantes con diferentes empresas. Por ello surge la necesidad de buscar estrategias de comunicación que les ayuden a buscar clientes potenciales, para luego posicionarse en el mercado nacional.

Es allí, en el 2016 cuando crean la fan page en la red social facebook a nombre de Geometrica GT, para darse a conocer y promocionarse, pero por cambios en el personal no se le pudo dar continuidad a dicha estrategia y es por ello que hoy ven a oportunidad de crear nuevamente una fan page que pueda brindarles oportunidades laborales en el desarrollo de los servicios que ofrece la empresa.

1.2.4 Departamentos

La empresa Geometrica cuenta con 4 departamentos que son: Gerencia General, Gerencia de Proyectos, Gerencia de Obras, Gerencia Administrativa.

- Gerencia General, su función principal es liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica en la empresa, así como supervisar el cumplimiento de la calidad en todos los proyectos.
- Gerencia de Proyectos, se encarga de la planificación y diseño de proyectos, cuenta con tres dependencias; Arquitectura, Medio Ambiente e Ingeniería.
- Gerencia de Obras, su función principal es ejecutar los proyectos diseñados y cuenta con tres dependencias; Control de Calidad, Prevención y Supervisión.
- Gerencia Administrativa y Financiera es la responsable de administrar el recurso humano y económico de la empresa, cuenta con tres dependencias; Compras, Recursos Humanos, Contabilidad.

1.2.5 Misión

Geometrica, empresa dedicada al diseño, planificación, estudios técnicos de obras civiles, supervisión y construcción, ofrece un servicio integral que garantiza la mejor repuesta técnica a las necesidades de nuestros clientes, teniendo en cuenta la calidad y economía de las obras, la eficiencia en los recursos y una alta valoración de la relación y comunicación con el cliente durante toda la obra.

1.2.6 Visión

Establecernos como empresa líder en la Arquitectura e Ingeniería Civil, dando un servicio moderno y de calidad a nuestros clientes, satisfaciendo sus necesidades.

1.2.7 Objetivos Institucionales

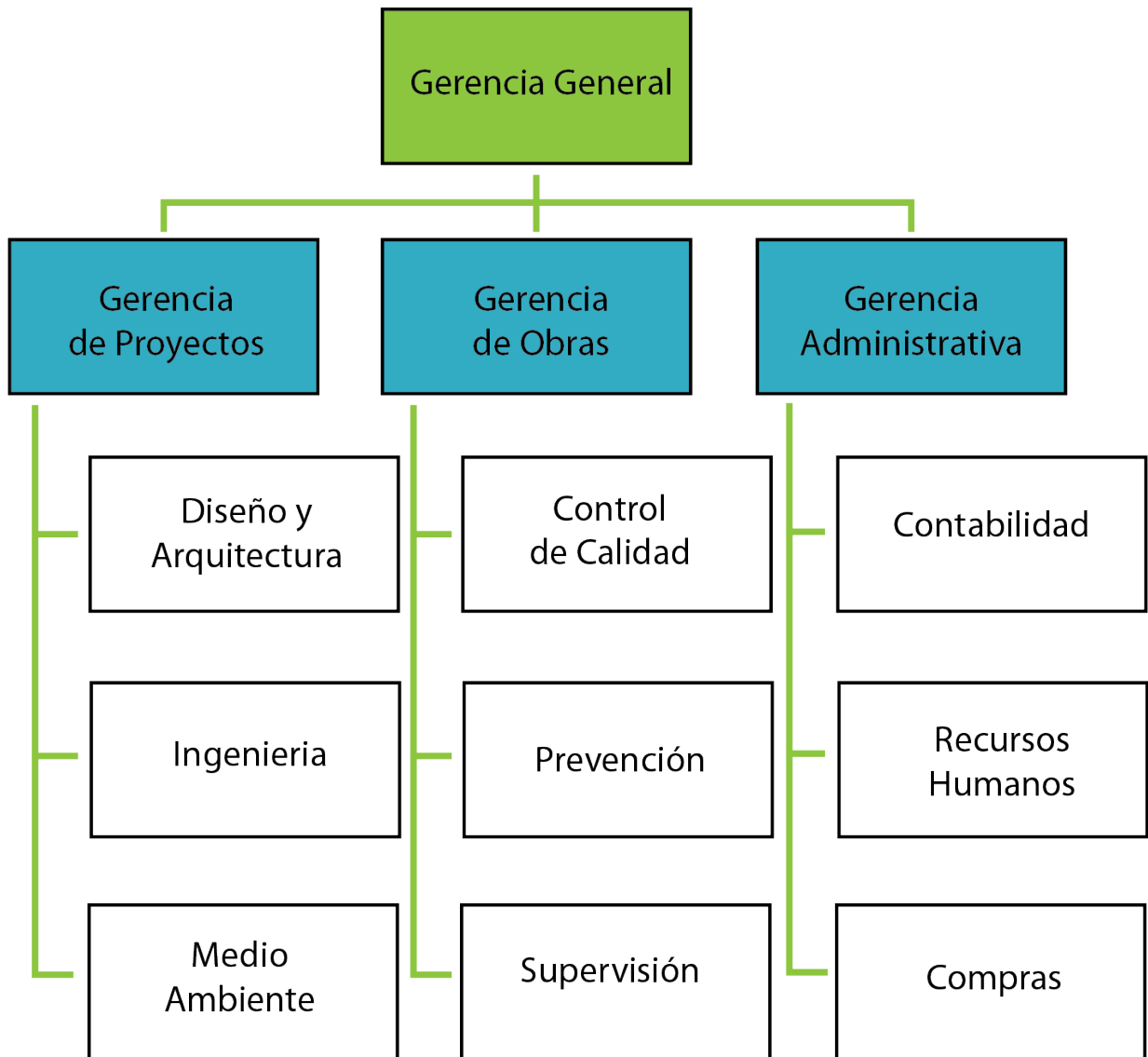
- Ser una empresa posicionada a nivel nacional en la planeación, ejecución y supervisión de proyectos de alta calidad en el sector de la arquitectura e ingeniería civil y contribuir al mismo tiempo en el crecimiento del país.
- Diseñar y ejecutar proyectos a nivel nacional.
- Dar oportunidades laborales para el crecimiento económico de familias en el país.

1.2.8 Público Objetivo

El público objetivo son hombres y mujeres de 20 a 70 años de nivel socioeconómico medio y alto que residan en el país y necesiten realizar proyectos de construcción y remodelación en sus viviendas, empresas, e instituciones públicas y privadas.

1.2.9 Organigrama

ORGANIGRAMA GEOMETRICA



Fuente: Geometrica

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Método Científico

“Procedimiento lógico de considerar la realidad que permite obtener en forma ordenada y sistemática, verdades objetivamente válidas acerca del universo” (Piloña, 2012).

Por ello la elaboración del diagnóstico se basa en este método ya que necesitamos seguir pasos ordenados que nos permitan conocer el panorama actual en el contexto de la comunicación de la empresa.

Sampieri (2014) afirma que “Empieza procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo por generar conocimiento, es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos brincar o eludir pasos” (p. 4.)

El Enfoque Cualitativo

En esta investigación se utilizó con el enfoque cualitativo por que a través de la observación logramos obtener información para posteriormente analizar los datos y con esto definir una ruta más clara. Tal como lo afirma Sampieri (2014) “Enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.” (p.7).

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

“Un instrumento de medición es aquel que debe representar verdaderamente las variables de la investigación, esta debe ser confiable, válida y objetiva” (Sampieri, 2014, p.197). La importancia de recolectar datos de la fuente directa hace que nuestra investigación tenga sustento y sea factible.

Observación Directa

Por medio de esta técnica se evidenció las debilidades del proceso de comunicación interna y los medios de comunicación que utiliza la empresa Geometrica para obtener más clientes. Y como apoyo para realizar la radiografía institucional ya que no cuentan con un FODA.

Entrevista

“Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema” (Janesick, 1998).

Con la entrevista basada en una guía de preguntas semi-estructuradas a 3 cargos que existen en el area administrativa, se recopiló información donde se evidenció que la organización no cuenta con estrategias de comunicación ni personal que administre los procesos internos para fortalecer la imagen institucional de la empresa Geometrica.

Sondeo de Redes Sociales

A través de esta técnica se logró identificar que actualmente la empresa cuenta con una Fanpage de la red social Facebook pero nunca se uso porque no cuentan con personal calificado para darle seguimiento y al perder el usuario y la contraseña no se aprovechó esta herramienta.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
ACTIVIDAD	ENERO		FEBRERO			
Semana	3s	4s	1s	2s	3s	4s
Propedéutico Diagnóstico						
Obtención de la información y documentación administrativa para poder realizar el EPS.						
Visita a la empresa Geometrica para solicitud de práctica y entrega de formulario para firma y sello.						
Gestionar carta de práctica en coordinación de EPSL						
Entrega de carta de práctica a la empresa Geometrica y solicitud de carta de aceptación de práctica						
Realizar visita para observar procesos de comunicación en la empresa.						
Recopilación de información de la Institución						
Redacción de objetivos de diagnóstico						
Realización de entrevista						
Análisis de datos						
Redacción de FODA comunicacional						
Redacción del diagnóstico						
Entrega de carta de aceptación de práctica a la coordinación de EPSL y cita para revisión del diagnóstico.						
Corrección y entrega de diagnóstico						

Fuente: <http://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

1.4. Recopilación de Datos

1.4.1. Gráficas e interpretación del resultado de las entrevistas

A continuación se presenta el análisis de las entrevistas realizadas al personal de la empresa Geometrica. Los aspectos analizados fueron: organización, identidad corporativa, imagen institucional y comunicación interna y externa.

Se lograron obtener varios aspectos dentro de los cuales se encuentra la historia, visión, misión, grupo objetivo y organigrama actual entre otros, además de realizarse un FODA. Se observó que es una empresa en proceso de crecimiento, que vende un servicio y sabe que debe estar a la vanguardia en las estrategias comunicacionales para posicionarse en la mente de clientes potenciales. Sin embargo, también se identificó que es necesario fortalecer la imagen institucional. Además se estableció que la empresa cuenta desde el año 2016 con una cuenta en la red social Facebook a nombre de GeometricaGT la cual tuvo movimiento casi nulo, ya que la persona que la creó dejó de laborar para la empresa y la unificó a su cuenta personal. Por tal razón la gerencia general solicita crear una Fan Page nueva en la misma red social para darse a conocer en el mercado nacional. La gerente general reconoce que es necesario fortalecer la institución desde cualquier perspectiva, pero sobre todo desde el aspecto comunicacional a un bajo costo, ya que de no hacerse dificultaría el logro de sus objetivos institucionales.

Ficha de la entrevista

FICHA DE ENTREVISTA								
Entrevistado	Edad	Cargo	Profesión	Lugar	Fecha	Hora	Entrevistador	Objetivo
Andrea Ramírez	20-30	Gerente General	Arquitecta	Geometrica	1-feb-19	16:00	Sandra Chojolán	Conocer información corporativa de la empresa, identificar si cuenta con medios de comunicación para darse a conocer.
Javier Casasola	20-30	Encargado de Obra	Bachiller en Construcción	CUM	11-feb-19	17:00	Sandra Chojolán	Identificar si existe algún medio de comunicación para promocionar a la empresa Geometrica
Vanessa Salazar	30 - 40	Contador General	Licda. Administración	Geometrica	8-feb-19	17:00	Sandra Chojolán	Identificar si existe personal encargado del área de comunicación en la empresa Geometrica.

Fuente: Sandra Chojolán

1.5. Radiografía de la Institución

1.5.1. Fortalezas

- Cuentan con personal profesional.
- Cuenta con equipo tecnológico profesional.
- Tienen una Fan Page en la red social Facebook.
- Cuentan con información y material audio visual para difundir.

1.5.2. Oportunidades

- Tecnología de punta para facilitar la comunicación con sus clientes.
- Difundir los diferentes servicios y trabajos que realizan.
- Creciente demanda.
- Desarrollo e innovación.

1.5.3. Debilidades

- No cuenta con estrategias de comunicación.
- La Fan Page que tienen en la red social Facebook fue creada y el uso fue casi nulo.
- Falta de personal que administre los procesos de comunicación internos y externos.
- Poco presupuesto para estrategias de comunicación.

1.5.4. Amenazas

- Competencia con mejores estrategias de comunicación para ofrecer sus servicios.
- No cuentan con alianzas estratégicas con otras empresas de Ingeniería para alcanzar a más clientes.
- Sin imagen institucional en medios de comunicación.
- No cuenta con una persona encargada del análisis del mercado y competencias.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

“Estrategia de Comunicación para fortalecer la imagen institucional de la Empresa Geometrica a través de la red social Facebook”.

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Desde sus inicios en el año 2014 hasta enero del año 2016 para la empresa Geometrica no era indispensable contar con un plan de comunicación que les ayudara a alcanzar sus objetivos, fue hasta el mes de febrero de ese mismo año que notaron como el crecimiento desmedido de las redes sociales y la tecnología estaban posicionandose abruptamente en toda clase de mercados, fue allí que consideraron la necesidad de implementar un plan de comunicación que los hiciera notar dentro de las plataformas digitales.

Es entonces el 19 de febrero del año 2016 la fecha en la que crean la Fan Page en la red social Facebook bajo el nombre de Geometrica GT, pero a esta no se le pudo dar continuidad, ya que la persona que estuvo a cargo de la creación y administración fue removida de su cargo y los accesos y contraseñas no fueron posibles recuperarlos, es por ello que desde esa fecha a la actualidad la página no ha tenido movimiento. Cabe mencionar que desde la fundación de la empresa Geometrica hasta la actualidad no se había realizado ningún proyecto de EPS dentro de la misma, por lo que la responsabilidad y compromiso es mayor, ya que la Escuela de Ciencias de la Comunicación y su Ejercicio Profesional Supervisado sienta un precedente acá, convirtiendosé en la primer institución profesional que desarrolla un proyecto de tal magnitud.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Fortalecer la imagen institucional en la empresa Geometrica a través de la red social de Facebook.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer como canal de comunicación digital una Fanpage en la red social de Facebook.
- Diseñar material de intereés para publicarlo en la Fanpage.
- Producior material audiovisual para pautarlo en la Fanpage.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

RUBRO	DEFINICIÓN
Socioeconómico	Personas individuales y empresas con un nivel Socioeconómico, medio y alto.
Demográfico	Personas individuales en edades comprendidas entre los 20 a los 70 años, sin importar raza, sexo, religión.
Geográfico	Empresas ubicadas en todo el país.
Psicográfico	Personas individuales y empresas con gustos por el diseño inmobiliario, construcción, remodelaciones, de criterio amplio y con valores muy definido.

2.4. EL MENSAJE

“Geometrica... Diseño, Servicio e Innovación”.

Diseño 01



Mensaje Institucional:

- **Diseño:** Es una empresa con amplio criterio en el diseño Arquitectónico y planificación de obras de Ingeniería Civil.
- **Servicio:** En la empresa Geometrica existe un compromiso integral por la satisfacción de sus clientes.
- **Innovación:** La empresa busca siempre estar a la vanguardia de la tecnología para el desarrollo de los diferentes proyectos.

2.5. ESTRATEGIA

Fortalecer la imagen institucional de la Empresa Geometrica a través de la red social de Facebook. Esta estrategia pretende cumplir con el objetivo de comunicación planteado anteriormente, a través de acciones concretas que permitan el uso eficiente de la red social de Facebook y obtener resultados satisfactorios en un corto plazo. Lo cual permitirá alcanzar más personas para promocionar los servicios que presta la empresa Geometrica.

2.6. ACCIONES PROPUESTAS

A continuación planteamos tres acciones precisas que permitan cumplir con los objetivos trazados en esta estrategia de comunicación:

- Crear una Fanpage de Geometrica en la red social Facebook.
- Elaborar infografías sobre la empresa
- Realizar videos cortos de los proyectos realizados.

ACCIÓN 1	
Crear una Fanpage de la Geometrica en la red social Facebook	
A qué estrategia responde esta acción	Fortalecer la imagen institucional de la Empresa Geometrica a través de la red social de Facebook.
Problema	Actualmente la empresa no cuenta con un proceso de comunicación externo, ni con personal calificado para planificar, diseñar y ejecutar acciones que permitan fortalecer la imagen institucional de la empresa.
Producto	Fanpage en la red social Facebook.
Objetivo comunicacional	Establecer como canal de comunicación digital la Fanpage en la red social de Facebook
Público objetivo	Clientes
Medio de difusión	Canal digital red social Facebook

Bocetos de Fotos de Perfil y Portada de la nueva Fanpage de Geometrica



ACCIÓN 2	
Elaborar Infografías sobre la imagen corporativa	
A qué estrategia responde esta acción	Fortalecer la imagen institucional de la Empresa Geometrica a través de la red social de Facebook.
Problema	Actualmente la empresa no cuenta con un proceso de comunicación externo, ni con personal calificado para planificar, diseñar y ejecutar acciones que permitan fortalecer la imagen institucional de la empresa
Producto	Infografías digitales
Objetivo comunicacional	Diseñar material de interés para publicarlo en la Fanpage.
Público objetivo	Clientes
Medio de difusión	Canal digital red social Facebook

Boceto de la Misión de la Empresa Geometrica



Boceto de la Visión de la Empresa Geometrica



GEOMETRICA
ARQUITECTURA E INGENIERIA

VISIÓN

Establecernos como empresa líder en la Arquitectura e Ingeniería Civil, dando un servicio moderno y de calidad a nuestros clientes, satisfaciendo sus necesidades.

Bocetos de proyectos de la Empresa Geometrica



GEOMETRICA
ARQUITECTURA E INGENIERIA

PROYECTO:
PÉRGOLA ÁREA SOCIAL
VIVIENDA UNIFAMILIAR
ZONA 16

The graphic features a collage of five photographs showing the construction and completion of a pergola. The photos include: 1) A close-up of the wooden beam structure with a black lantern-style light fixture. 2) A view of the pergola's roof structure over a paved area. 3) A person in a pink shirt working on the wooden framework. 4) A view of the completed pergola with a yellow wall in the background. 5) A view of the completed pergola with a wooden post and a stone base.

PROYECTO:

Construcción de Nave Industrial para ingreso de Transporte a terminal MANATI, Comercializadora Pahame.

UBICACION:

Santo Tomás de Castilla, Izabal. Guatemala.

DISEÑO:

Geometrica

EJECUCION:

Geometrica



¡Somos Servicio, Diseño e Innovación!

PROYECTO



JARDINIZACIÓN "CONDOMINIO LAS LUCES"
Carretera a El Salvador, Guatemala



ACCIÓN 3	
Realizar videos cortos de los proyectos realizados	
A qué estrategia responde esta acción	Fortalecer la imagen institucional de la Empresa Geometrica a través de la red social de Facebook.
Problema	Actualmente la empresa no cuenta con un proceso de comunicación externa, ni con personal calificado para planificar, diseñar y ejecutar acciones que permitan fortalecer la imagen institucional de la empresa
Producto	Videos cortos
Objetivo comunicacional	Producir material audiovisual para pautarlo en la Fanpage de Facebook
Público objetivo	Clientes
Medio de difusión	Canal digital red social Facebook

Realización de Videos de proyectos de la Empresa Geometrica

Todos los videos Estadísticas de videos Biblioteca de videos + Agregar video



#Geometrica
1 mil reproducciones · 27 de junio



#Geometrica
674 reproducciones · 26 de junio



#GeometricaSomosDiseño
34 reproducciones · 24 de junio



CONSTRUCCIÓN DE MURO COLINDANTE PAHAME
29 reproducciones · 7 de junio



CONSTRUCCIÓN SERVICIOS BAYSIDE, S.A.
25 reproducciones · 6 de junio



CONSTRUCCIÓN OFICINAS S.A.T.
76 reproducciones · 4 de junio



PLANIFICACIÓN Y SUPERVISIÓN GEOMETRICA
60 reproducciones · 3 de junio

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento económico para realizar este proyecto es accesible, ya que las estrategias y acciones diseñadas para fortalecer la imagen institucional de la empresa Geometrica, no pueden ser cubiertas en su totalidad por dicha empresa. Para la realización de este proyecto la epesista cubrirá el 66% de la inversión y el restante 34% será absorbido por la empresa Geometrica.

3.1.2. Presupuesto ejecutado

A continuación se detalla el presupuesto que se utilizará para la ejecución del proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado en la Empresa Geometrica.

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	CostoTotal	Financiamiento
01	Elaboración de la Fan Page en Facebook	Q 800.00	Q 800.00	Geometrica
01	Asesoría en creación de contenidos digitales para generar tráfico en la página.	Q1,000.00	Q 1,000.00	Epesista
04	Post producciones de video	Q 300.00	Q 1,200.00	Geometrica
10	Diseño y elaboración infografías	Q 150.00	Q 1,500.00	Geometrica
04	Grabación de videos en varias locaciones	Q 500.00	Q 2,000.00	Geometrica
05	Pautas en Facebook	Q 25.00	Q 125.00	Geometrica
Financiamiento	Monto	Total del Proyecto	Q16,625.00	
Epesista	Q 11,000.00			
Empresa	Q 5,625.00			

Elaborado por: Epesista Sandra Patrica Chojolán Duarte

3.1.3. Beneficiarios

El proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado ejecutado en la Empresa Geometrica tenía como objetivo principal fortalecer y mejorar la imagen institucional a través de la red social Facebook, lo cual en efecto cumplió su objetivo y benefició de manera directa a la institución, proveedores y clientes ya que ahora existe un medio a través del cual pueden interactuar desde cualquier lugar o proyecto que se este desarrollando.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Arquitecta Andrea Ramírez	Gerente General de la Empresa Geometrica	Supervisión y aprobación de la estrategia para la realización de todo el proyecto de EPSL dentro de la Empresa Geometrica.
Vanessa Salazar	Contadora General	Apoyo en la ejecución del presupuesto para realización del proyecto de EPSL en la Empresa Geometrica.
Javier Casasola	Encargado de Obra	Dió a conocer todos los proyectos físicos para tener un punto de referencia de las obras ejecutadas y en proceso de planificación.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

El área geográfica donde se accionó el proyecto fue en las oficinas de la Empresa Geometrica ubicadas en la 9na. Avenida B 3-10 Colonia Quinta Samayoa Zona 07 Ciudad de Guatemala.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Considerando lo anterior, se desarrollo la estrategia adecuada para fortalecer la imagen institucional de la empresa a través de la red social de Facebook.

El trabajo ejecutado se concentró en 3 acciones; crear una Fanpage en la red social de Facebook, Elaborar infografías sobre la imagen corporativa y realizar videos cortos de los proyectos realizados. Esto fue fundamental para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Los colores que se utilizaron para la creación de la Fanpage fueron el negro y verde porque son los colores institucionales que identifican a la empresa. Se utilizaron también los colores anaranjado porque es muy estimulante, alegre y creativo, lo cual le da un equilibrio sociable. Por ultimo se utilizó el color azul por la honestidad y estabilidad que representa dentro de la empresa. Las imagenes que se utilizaron refuerzan el mensaje "Servicio, Diseño e Innovación" que se trabajó para este proyecto de EPS.

Logrando resultados satisfactorios ya que actualmente la Fanpage de la red social Facebook de la empresa Gemetrica, cuenta con 179 seguidores en un tiempo corto y obteniendo un alcance por la pauta pagada de más de 3,400 personas con una inversión baja en comparación con otros canales de comunicación.

Total de seguidores de la página hasta hoy: 179



3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	MAYO			JUNIO				JULIO		
	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S
Reunión con Arquitecta Andrea Ramírez, Gerente General de la empresa Geometrica para definir el inicio de la ejecución del EPS, así como las estrategias y acciones a realizar.										
Elaboración y diseño de material virtual para darle movimiento a la Fan Page de Geometrica										
Asesoramiento para la generación de contenido en la Fan Page de la empresa Geometrica.										
Reuniones con Gerente General de la empresa Geometrica para revisar la ejecución y desarrollo de las estrategias de comunicación.										
Fotografía en diferentes locaciones para apoyo del material a publicar en la Fan Page de la red social FaceBook.										
Elaboración y entrega del informe final del proyecto de EPS										

Fuente: <http://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Acciones	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
Fortalecer la imagen institucional de la Empresa Geometrica a través de la red social de Facebook.	Creación de la Fanpage en la red social Facebook.	Se enviarán inicialmente 100 invitaciones de aceptación de la nueva Fanpage de la empresa Geometrica.	Se estima que con la creación de la Fanpage y su contenido tengan buena aceptación por parte del grupo objetivo.
	Elaborar infografías de la imagen corporativa de la empresa.	Se diseñarán 06 infografías digitales	La elaboración del material infográfico será importante, ya que da a conocer de forma más puntual los servicios de la empresa.
	Realizar videos cortos de los proyectos realizados por la empresa donde se evidencia los servicios que ofrecen y la calidad del mismo, para pautarlos dentro de la Fanpage de Facebook	Se producirán 04 videos de 40 segundos, los cuales se publicarán y se pautarán 05 veces dentro de la Fan Page de la red social Facebook.	La Arquitecta Andrea Ramirez Gerente General de la empresa Geometrica, ve muy bien la producción de videos cortos y la inversión en pauta, debido a que el alcance que esto pueda tener.

CONCLUSION

Lo expuesto a lo largo de este trabajo me permite concluir que la comunicación es un factor de mucha importancia en cualquier empresa sin importar a lo que se dedique, ya que de ello dependen los procesos de comunicación interna y externa que influirán tanto en los colaboradores como en su grupo objetivo o target para lograr posicionarse en el mercado que deseen.

Es evidente que las redes sociales actualmente son el canal de comunicación que más influencia ha logrado, sobre todo la red social de Facebook que es la más usada en la actualidad y por ello la importancia de estar presente en dicha red social.

Cabe mencionar que el contenido generado y expuesto en esta plataforma ha sido el enlace directo para captar la atención de muchos clientes que buscan servicios de diseño y construcción, quienes con sus acciones dentro de la Fanpage de la red social de Facebook han conseguido incrementar la cantidad de seguidores y esto permite que la esta empresa fortalezca la imagen de la institucional.

La empresa Gemetrica con este proyecto se posiciona en el mercado nacional a través de la Fanpage que fue creada en la red social de Facebook y obtiene resultados positivos en un corto tiempo gracias a los seguidores alcanzados.

RECOMENDACIONES

Una vez concluido este proyecto se considera interesante trabajar sobre otros aspectos relacionados directamente con el fortalecimiento de la institución tales como:

La creación de un departamento de comunicación que se dedique al diseño, planificación y ejecución de estrategias y acciones que permitan seguir posicionando a la empresa en el mercado nacional.

Es importante que mantengan el movimiento de la Fanpage generando contenido virtual y publicaciones tal como se estableció en el calendario editorial.

Realizar publicaciones con información de los servicios y promociones de la empresa, así como también información relevante para continuar fortaleciendo la imagen institucional de Geometrica.

Continuar con la pauta dentro de la red social Facebook para incrementar las ventas en los servicios que ofrece la empresa ya que es una herramienta eficiente que permite alcanzar a muchas personas a un costo bajo y en un tiempo relativamente corto.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administrador

Es un usuario de una comunidad o de una página web con acceso a agregar, editar o borrar contenido.

Alcance de la publicación

Término usado principalmente en Facebook para referirse al alcance de un post en particular, a cuántas personas han visto tu publicación

Alcance Orgánico

Número de personas que vieron en su pantalla una publicación no pagada de tu página.

Amigo en Facebook

Son todos los contactos que una persona con cuenta personal de Facebook ha aceptado compartir su actividad

Banner

Un banner es una forma de publicidad en Internet que consiste en incluir una pieza publicitaria gráfica dentro de una página web. Su objetivo fundamental es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión.

Campaña

Una campaña en línea es un conjunto de mensajes de marketing coordinadas, a intervalos, con una meta específica, como la recaudación de fondos para una causa o un candidato o el aumento de las ventas de un producto.

Comunidad Virtual

El término comunidad virtual designa a las personas unidas a través de Internet por valores o intereses comunes, como gustos, pasatiempos o profesiones.

Community Manager

Es el responsable de la creación y la gestión de las comunicaciones online con el objetivo de crecer y reforzar una comunidad en redes sociales.

Copy

Es el contenido de texto que acompaña los enlaces, imágenes, video y audio de tus publicaciones en redes sociales. También puede ir sólo y causar un gran impacto.

Chroma

Aunque los dos nombres más comunes con los que se conoce a la técnica que nos ocupa son fondo azul (blue screen en inglés) y Croma key (Chroma Key en inglés) también podemos referirnos a ella como pantalla azul, Cromaquí, superposición por separación de colores e incluso como mascarilla en movimiento

Engagement

Participación e involucramiento de los usuarios en redes sociales. Se trata de qué tanto comentan, les gusta tu publicación o marca y la comparten con sus amigos

Facebook

Red social fundada por Mark Zuckerberg en 2004. Facebook conecta a las personas con amigos, familiares, conocidos, y empresas de todo el mundo, permitiéndoles publicar, compartir y hacer engagement con una variedad de contenidos, como fotos y actualizaciones de estado.

Facebook Insight

Es un excelente sistema de estadísticas para conocer lo que hacen los visitantes en su página y aplicaciones en Facebook.

Fan

Usuarios que han indicado que le gusta tu perfil en redes sociales, principalmente de Facebook e Instagram.

Fanpage

Perfil de una marca u organización en Facebook.

Follower

Seguidor, usuario que se suscribe a tu perfil en redes sociales para recibir tus posts.

Foto de Perfil

Es la foto principal que aparece en una biografía personal o página de una red social

Foto de Portada

Es una imagen grande que se sitúa al principio de tu biografía en Facebook, justo debajo de la foto de su perfil.

Hashtag

Etiqueta utilizada en muchas redes sociales como una forma de anotar un mensaje. Un hashtag es una palabra o frase precedida de un “#” (por ejemplo, #SomosFacMed).

Las redes sociales utilizan hashtags para categorizar la información y facilitar su búsqueda para los usuarios

Imagen Institucional

Es el conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa, institución u organización, como ser las marcas, logotipos, impresos, colores, uniformes, etc. La identidad corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente a la sociedad; de esta identidad dependerá su imagen pública.

Infografía

Es una representación de imágenes explicativas y de fácil comprensión que contiene a su vez textos y gráficos según el tipo de infografía

Like

O Me Gusta, es una acción disponible en redes como Facebook e Instagram para mostrar gusto o aprobación por un post, o de una Fan Page o Página en el caso de Facebook.

Locación

Cuando se relaciona con la producción audiovisual, se refiere a un sitio empleado en la filmación de cine, televisión y publicidad.

Micrófono de Solapa

Es una herramienta muy útil para todas aquellas personas que hablan en público. Se agarra a la ropa y toma la forma de un micrófono posicionado de una forma más estática y cómoda para el orador.

Página de Facebook

Son los perfiles creados específicamente por empresas, marcas, artistas y profesionales independientes en Facebook.

Pautar una publicación

Ayudar a alguien a subir de categoría en el trabajo o en las relaciones sociales.

Publicación

Cada uno de los contenidos individuales publicados en un foro, blog o red social. Cuando comparto un link en Facebook cree un post. Postear es la acción de publicar un post.

Producción de Video

Producción audiovisual es la producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales; especialmente el cine y la televisión; independientemente del soporte utilizado (film, vídeo, vídeo digital) y del género (ficción, documental, publicidad, etc.).

Promocionar Publicación

Es la plataforma de anuncios de Facebook o una manera muy sencilla de promover contenido.

Red Social

Sitio web o aplicación que permite a los usuarios crear y compartir contenidos participando así en una red con otros usuarios conocidos o por conocer

Set de TV

Es un estudio de televisión es un lugar cerrado y aislado de luces, sonidos y campos magnéticos externos, en el cual se pueden colocar equipos audiovisuales tales como cámaras de televisión, focos de iluminación profesional, sonido profesional para la grabación.

Tag

Es la acción de etiqueta, lo cual es una funcionalidad utilizada en redes sociales como Facebook e Instagram que permite a los usuarios crear un enlace al perfil de la persona que aparece en la imagen o en un post.

Unfollow

Acción de dejar de seguir a alguien o a un grupo en redes sociales.

Usuario

Entidad con acceso a ver, crear, editar o borrar contenido en una página web, foro, blog, red social u otro espacio online.

BIBLIOGRAFÍA

- Sampieri, Roberto. (2014). Metodología de la Investigación. 6ta edición por McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo. (2008) Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo. Guatemala. GP Editores.
- Ramírez, Andrea. (2017). Carpeta Corporativa (Ubicación geográfica, Antecedentes e Historia, Departamentos o dependencias, Misión, Visión, Objetivos Institucionales, Público Objetivo y Organigrama. Archivo PDF digital.
- C. Fuchs, (2009) Teoría crítica de la información, la comunicación, los medios y la tecnología.
- Anleu, Alba. (2017). *Aportes de la red social Facebook en el campo de la comunicación digital*. (tesis de pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala.
- Mendez, Ana. (2015). *Estrategias publicitarias de la Fanpage de Facebook de la empresa Almacen Jumbo, S.A.* (tesis de pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala.

EGRAFÍA

- Cronograma del diagnóstico. <http://es.ccm.net/contents/580-diagrama-de-gantt>
- Normas APA 2016 – Edición 6. <http://normasapa.net/normas-apa-2016/>.

ANEXOS



Figura 01

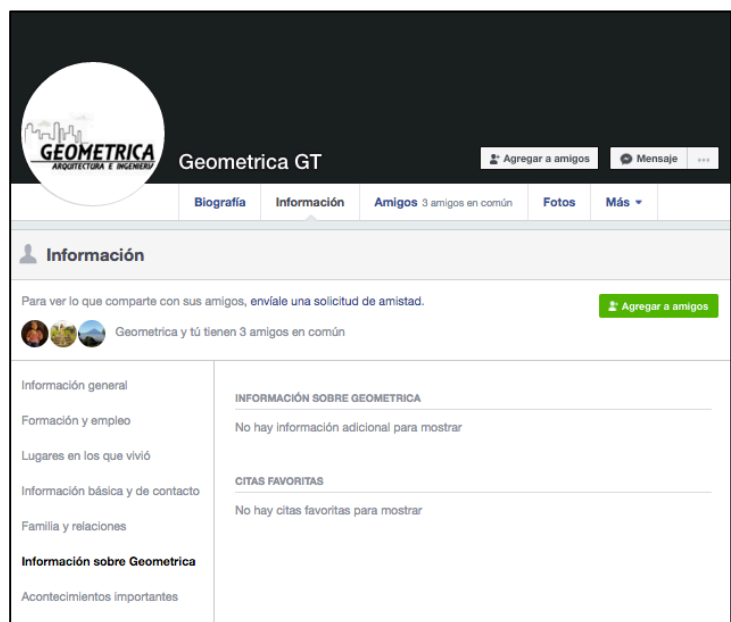


Figura 02

[Screen shots por epesista Sandra Chojolán]. (Geometrica. Febrero 2019). Figura 1. imagen de la ultima actualización de fotografía de perfil. 2. Imagen de la Fan Page de Facebook de la empresa Geometrica, mostrando la falta de movimiento e información.

**Calendario Editorial de Publicaciones en la Fanpage de la
Red Social Facebook**

Lunes 27-5	Martes 28-5	Miercoles 29-5	Jueves 30-5	Viernes 31-5
 Infografía	Frase del día	 Infografía	Fotografías De Proyectos	Sabias que?
Lunes 3-6	Martes 4-6	Miercoles 5-6	Jueves 6-6	Viernes 7-6
Frase del día	 Video corto	Sabias que?	Infografía 	Fotografías De Proyectos
Lunes 10-6	Martes 11-6	Miercoles 12-6	Jueves 13-6	Viernes 14-6
 Infografía	Fotografías De Proyectos	 Video corto	Sabias que?	 Infografía

Elaborado por: Epesista Sandra Patrica Chojolán Duarte

Boceto para foto de perfil de la nueva Fanpage



Elaborado por: Epesista Sandra Patrica Chojolán Duarte



Modelo del Cuestionario para Entrevista tipo 01



Nombre del entrevistado: Arq. Andrea Ramírez

Cargo: Gerente General

Institución o empresa: Geometrica

1.- ¿Cuál es la principal actividad de la empresa Geometrica?

2.- ¿A quienes están dirigidos los servicios que ofrece Geometrica?

3.- ¿Considera que la empresa Geometrica ha tenido un crecimiento significativo desde sus inicios a la fecha?

4.- ¿Cómo considera usted que se manejan los procesos de comunicación entre la empresa y sus clientes?



Modelo del Cuestionario para Entrevista tipo 02



Nombre del entrevistado: Licda. Vanesa Salazar

Cargo: Gerente Administrativa

Institución o empresa: Geometrica

1.- ¿El personal de la empresa Geometrica cuenta con smartphones para facilitar la comunicación dentro y fuera de la institución?

2.- ¿Que medio de comunicación utiliza actualmente la empresa Geometrica para dar a conocer sus servicios?

3.- ¿Cuentan con un departamento de comunicación y personal calificado que se encargue de manejar los procesos de comunicación e información de la empresa?



Modelo del Cuestionario para Entrevista tipo 03



Nombre del entrevistado: Señor Javier Casasola

Cargo: Maestro de Obras

Institución o empresa: Geometrica

1.- ¿Segun usted cuales son las deficiencias comunicacionales que existen dentro de la empresa ?

2.- ¿Conoce el tipo de información que espera recibir el grupo objetivo de Geometrica?

3.- ¿Cuentan con alguna red social para la difusión de información?

Anexos



Figura 03

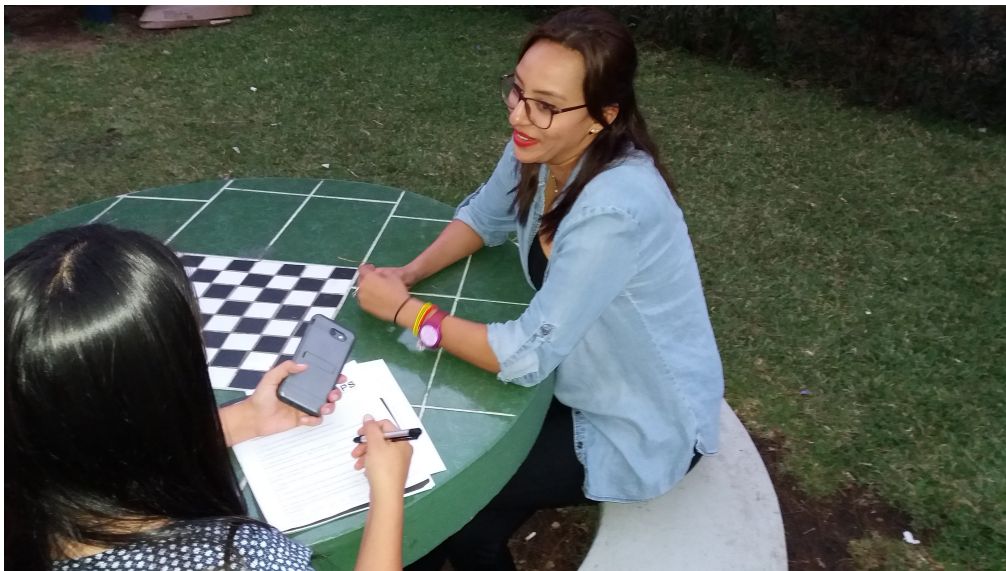


Figura 04

[Fotografía por epesista Sandra Chojolán]. (Geometrica. Febrero 2019). Figura 03 y 04
Imágenes de la entrevista realizada a la Arq. Andrea Ramírez, Gerente General de Geometrica.



Figura 05



Figura 06

[Fotografía por epesista Sandra Chojolán]. (Geometrica. Febrero 2019). Figura 05 Imagen de entrevista realizada al Señor Fabricio Casasola, Maestro de Obras de Geometrica. Figura 06 Imagen de la entrevista realizada a la Arq. Andrea Ramírez, Gerente General de Geometrica.



Figura 07



Figura 08

[Fotografía por epesista Sandra Chojolán]. (Geometrica. Julio 2019). Figura 07 y 08
Generando contenido para alimentar la Fanpage de Geometrica.

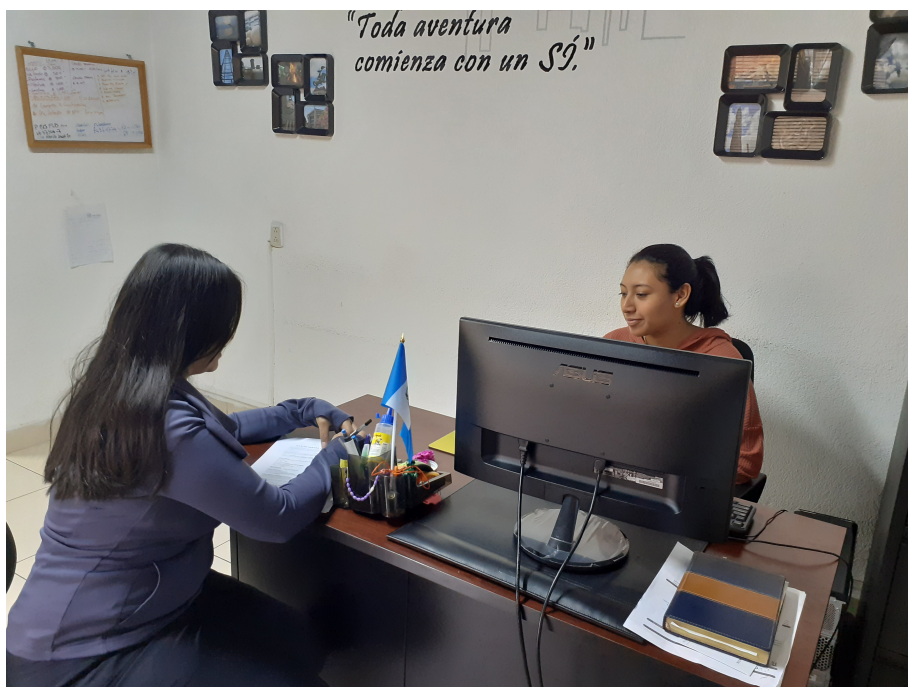


Figura 09

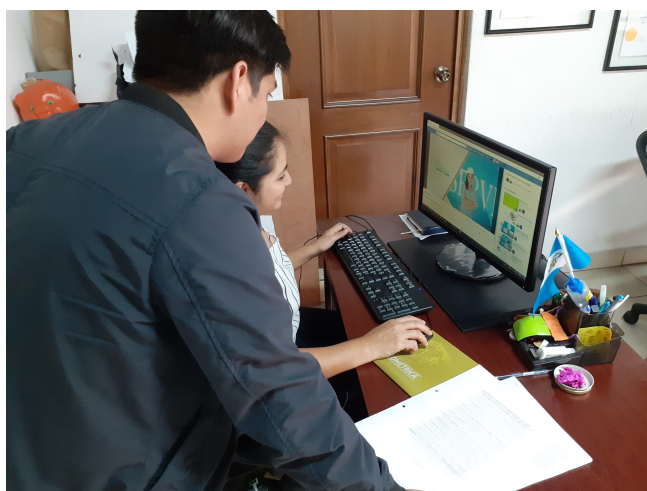
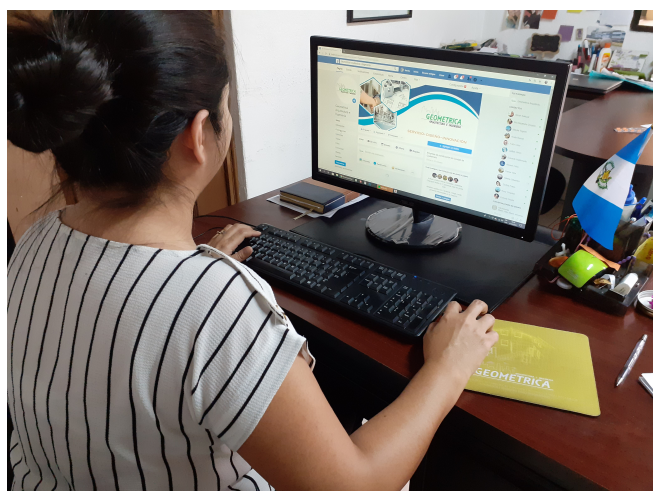


Figura 10 Figura 11

[Fotografía por epesista Sandra Chojolán]. (Geometrica. Julio 2019). Figura 09 Realizando encuesta a personal administrativo. Figura 10 Creación de contenido. Figura 11 programando video con pauta.



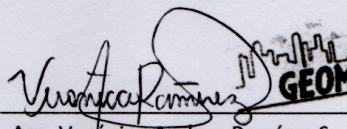
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019

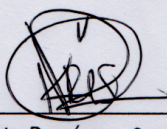


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Sandra Patricia Chojolán Duarte
No. Carné y DPI: 199815071 / 1645764600101
Jefe o Encargado (a): Arq. Verónica Andrea Ramírez Solorzano / Gerente General
Institución o Empresa: Geométrica
Supervisora de EPSL: Licda. Krista Ramírez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 19	Mayo	0	8	8	8	8	0	32 hrs
2	Del: 21/ Al: 26	Mayo	8	8	8	8	8	0	40 hrs
3	Del: 28 / Al: 31	Mayo	8	8	8	8	8	0	40 hrs
4	Del: 03 / Al: 08	Junio	8	8	8	8	8	0	40 hrs
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	8	8	8	8	7	0	39 hrs
6	Del: 17/ Al: 22	Junio	8	8	8	8	7	0	39 hrs
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	8	8	8	8	7	0	39 hrs
8	Del: 01 / Al: 06	Julio	0	8	8	8	7	0	31 hrs
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 
 Arq. Verónica Andrea Ramírez S.

(f) 
 Licda. Krista Ramírez – Supervisora EPSL

