

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE PLANTAS ORNAMENTALES DE GUATEMALA  
ZION PLANTS, SOCIEDAD ANONIMA”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**DENYS ARIEL LANCERIO HERNÁNDEZ**

**CARNÉ: 200916753**

Previo a portar el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, Octubre 2019

**Consejo Directivo:**

**Director**

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Representantes Docentes:**

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

**Representantes Estudiantiles:**

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

**Representante de Egresados:**

M.A. Jhonny Michael González Batres

**Secretaria:**

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**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



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



Guatemala, 14 de octubre de 2019

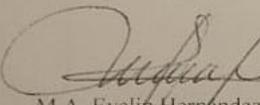
Estudiante  
Denys Ariel Lancerio Hernández  
Carné: 200916753  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

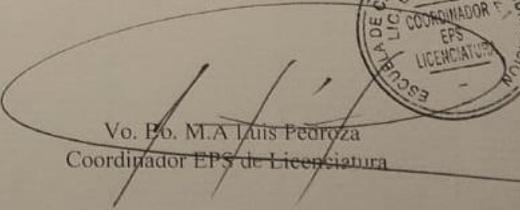
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PLANTAS ORNAMENTALES DE GUATEMALA ZION PLANTS, SOCIEDAD ANÓNIMA”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor 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”

  
M.A. Evelin Hernández  
Supervisor EPS de Licenciatura



  
Vo. Pb. M.A Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura



Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

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



Guatemala, 08 de Octubre 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 **DENYS ARIEL LANCERIO HERNÁNDEZ** con número de carné: **200916753** 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 **Gerencia de Producción**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de Mayo** al **16 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PLANTAS ORNAMENTALES DE GUATEMALA ZION PLANTS, SOCIEDAD ANONIMA"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **ZION PLANTS SOCIEDAD ANONIMA**.

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,*

(f)   
Licenciado Jerónimo L. Chingo  
Gerente de Producción

16 Calle 7-49 zona 13 Colonia Aurora I, Ciudad Guatemala  
Teléfono: (502) 2261-3649



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

**DEDICATORIA:**

- A DIOS:** Por mi vida; por permitirme culminar esta meta y por tantas bendiciones que ha derramado a lo largo de mi vida.
- A MI MADRE:** Esperanza Hernández, gracias por tus sabios consejos, por enseñarme que la vida no es fácil y que debemos luchar con esfuerzo e inteligencia, por todo tu apoyo incondicional, esto es para ti.
- A MI HERMANA:** Por enseñarme que a pesar de las indiferencias racionales somos capaces de amarnos aunque no lo demostremos.
- A MIS ABUELOS:** Que fueron parte de mi formación, se dieron a la tarea de sembrar amor y disciplina, por un legado y pertenencia cultural, han hecho de mi un profesional, desde el Cielo esto es para ustedes.
- A MI TIO:** Por brindarme su apoyo en este proceso y por su ayuda cada vez que lo necesite.
- A MIS AMIGOS DE LA UNIVERSIDAD:** Por demostrarme con sus palabras que soy capaz de sobre pasar todo los obstáculos de la vida, por darme fuerzas cuando más lo necesite.
- A MIS AMIGOS EN GENERAL:** Gracias por demostrarme su amor y cariño disfrutando los buenos y malos momentos a mi lado y por creer en mí.

## **AGRADECIMIENTOS:**

A la **UNIVERSIDA DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por ser parte de ella profesionalmente.

A la **ESCUELA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por ser un lugar académico que forma parte de mi vida.

A M. Sc. **SERGIO MORATAYA** por hacer el espacio de poder realizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL).

Al Licenciado **LUIS PEDROZA** por todos sus conocimientos en esta etapa formativa.

A la licenciada **Evelin Hernández** por su asesoría y apoyo en cada momento.

A todos los docentes con diferentes caracteres e ideologías que hacen la diferencia en cada curso. Por brindarme su tiempo y conocimiento que me impulsaron a ser mejor cada día.

## 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 EMPRESA ZION PLANTS SOCIEDAD ANONIMA.....  | 2   |
| 1.2.1. Ubicación Geográfica.....                   | 2   |
| 1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas .....   | 2   |
| 1.2.3. Antecedentes .....                          | 3   |
| 1.2.4. Departamentos.....                          | 3   |
| 1.2.5. Misión.....                                 | 4   |
| 1.2.6. Visión .....                                | 4   |
| 1.2.7. Objetivo Institucional .....                | 4   |
| 1.2.8. Público Objetivo.....                       | 5   |
| 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   |
| 1.3.2.1. La Observación .....                      | 6   |
| 1.3.2.2. La Encuesta .....                         | 7   |
| 1.3.2.3 La Entrevista .....                        | 7   |
| 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....             | 8   |
| 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS .....                    | 9   |
| 1.4.1 Resultados de la Observación .....           | 9   |
| 1.4.2. Resultados de la Entrevista .....           | 9   |

|   |    |
|---|----|
| 1.4.3. Gráficas e Interpretación del resultado de las Encuestas ..... | 11 |
| 1.5. RADIAGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN .....                              | 18 |

## CAPÍTULO II

|  |    |
|--|----|
| 2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....             | 20 |
| 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES ..... | 20 |
| 2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....      | 20 |
| 2.2.1. Objetivo General .....            | 20 |
| 2.2.2. Objetivos Específicos.....        | 21 |
| 2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....               | 21 |
| 2.4. MENSAJE.....                        | 22 |
| 2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES .....        | 23 |

## CAPÍTULO III

|  |    |
|--|----|
| 3. INFORME DE EJECUCIÓN.....                   | 27 |
| 3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....                | 27 |
| 3.1.1. Financiamiento .....                    | 27 |
| 3.1.2. Presupuesto.....                        | 27 |
| 3.1.3. Beneficiarios.....                      | 28 |
| 3.1.4. Recursos Humanos .....                  | 28 |
| 3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....        | 29 |
| 3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS..... | 29 |
| 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....            | 33 |
| 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....                | 34 |
| CONCLUSIONES .....                             | 35 |
| RECOMENDACIONES .....                          | 36 |
| GLOSARIO DE TÉRMINOS.....                      | 37 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                              | 40 |
| E GRAFÍA.....                                  | 41 |
| ANEXOS.....                                    | 57 |

## **RESUMEN**

**Nombre de la Empresa: Zion Plants, Sociedad Anónima.**

**Nombre del Proyecto: “PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PLANTAS ORNAMENTALES DE GUATEMALA ZION PLANTS, SOCIEDAD ANONIMA”**

**Objetivos del proyecto:**

**1. General:**

- Presentar un plan de comunicación interna y externa en la empresa.

**2. Específico:**

- Fortalecer la imagen corporativa de la empresa por medio de acciones.
- Implementar canales digitales para mejorar la comunicación externa.
- Elaborar material impreso para mejorar la comunicación externa.
- Crear identidad Empresarial de Zion Plants S.A.

**Sinopsis del proyecto:**

El presente plan evidencia los problemas de comunicación que existen dentro y fuera de la empresa. Se ejecutan acciones que ayudan a mejorar las debilidades de comunicación existentes y que puedan hacer uso de las mismas por un plazo indefinido.

El informe presenta todo el proceso realizado con los costos y beneficios adquiridos para el Epesista y la Empresa.

## INTRODUCCIÓN

Guatemala, es uno de los países más fértiles en el cinturón centroamericano respecto a su flora y su vegetación en general, su diversidad en el territorio nacional registra 7,754 especies, de las cuales al menos 6,600 son no maderables y 1,154 son maderables.

El plan de comunicación interna y externa para la empresa Zion Plants S.A. permite crear estrategias que ayudan a la entidad a solucionar la falta de comunicación.

Se realiza un diagnostico que permite analizar e identificar los problemas comunicacionales por medio de un estudio FODA, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Las técnicas e instrumentos de recolección utilizados fueron: El método mixto, haciendo uso de las encuestas y entrevistas. Las encuestas ayudan a identificar los problemas comunicacionales por medio de cantidades exactas representadas por gráficas que analizan las variables en respuestas. Las entrevistas detallan el grado de debilidad comunicacional por medio de preguntas directas o según el grado de confianza ante el entrevistado.

Se presenta un plan con estrategias que se pueden ejecutar dentro de la empresa y lograr fortalecer las bases para mantener un buen funcionamiento comunicacional.

Se ejecutan las acciones para que la empresa mejore la comunicación interna y externa, logrando establecer un funcionamiento acorde a las necesidades del personal y los clientes a nivel nacional como internacionalmente.

## JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es importante para lograr ejecutar acciones que permiten ayudar y mejorar la comunicación interna y externa de la empresa Zion Plants S.A.

Dentro del plan comunicacional se realizan tres pasos fundamentales para lograr el éxito: el diagnóstico comunicacional, un plan de comunicación y ejecución del plan.

Dentro del proyecto de comunicación se realizaron varias acciones que permitieron el funcionamiento empresarial con los clientes, como también en el ambiente laboral interno y externo del mismo; mostrando así soluciones que permiten el avance de la comunicación en la empresa.

Este proyecto ayuda a resolver la falta de comunicación entre las bases laborales, empleadores, y clientes a nivel nacional e internacionalmente, justificando el fin de la información comunicacional.

La ejecución del plan obtuvo resultados satisfactorios para la empresa Zion Plants S.A. Según el efecto de interacción que se manejó con los medios establecidos. Se terminó con la difusión de la empresa en las nuevas alternativas dentro del mercado y la tecnología a nivel nacional como internacional, exportando a nuevos clientes en el mundo.

Este proyecto es importante para lograr ejecutar acciones que permiten ayudar a mejorar los procesos de comunicación con los clientes, como también contribuir al apoyo del personal de la empresa aportando con esto una buena estructura de comunicación en la Compañía.

Es viable la comunicación que se maneja en la empresa por medio de las redes sociales haciendo que la misma logre un avance. La comunicación se extiende hacia los clientes nacional e internacionalmente y logra la interacción entre clientes y administrativos.

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNÓSTICO**

### **1.1 OBJETIVO DEL DIAGNÓSTICO**

#### **1.1.1 Objetivo general**

Presentar un diagnóstico de comunicación interna y externa en la empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala, ZION PLANTS, SOCIEDAD ANONIMA.

#### **1.1.2 Objetivo específico**

- Analizar el proceso de comunicación externa de la Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A.
- Identificar los problemas de comunicación interna y externa que afecten a la empresa.
- Presentar un Plan de Comunicación.

## **1.2 LA EMPRESA-PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PLANTAS ORNAMENTALES DE GUATEMALA, ZION PLANTS, SOCIEDAD ANÓNIMA**

### **1.2.1. Ubicación Geográfica**

La oficina central de la empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A. se encuentra ubicada en la 16 Calle 7-49 Zona 13 Colonia Aurora I, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

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

La empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A., cuenta con alianzas estratégicas en el desarrollo de la producción de sus plantas ornamentales con diferentes dependencias de Estado y organizaciones, tales como:

- Ministerio de Agricultura y Ganadería –MAGA-
- Consejo Nacional de Áreas Protegidas –CONAP-
- Programa Integral de Protección Agrícola y Ambiental –PIPAA-

### 1.2.3 **Antecedentes o Historia**

La Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A., se estableció en Guatemala, en Agosto de 2004 como un concepto diferente para producir y comercializar plantas ornamentales con las normas más estrictas de calidad, contando con un buen sistema de distribución y servicio al cliente.

Con su establecimiento en Guatemala Zion Plants, SA, se convierte en una nueva forma de hacer negocios en el mercado de plantas ornamentales tanto a nivel nacional como internacional.

El concepto "productor a productor" se ajusta a los desafíos de la globalización, en los que tanto el productor como el exportador, necesitan conectarse con el productor-importador. Bajo este concepto, se obtiene el mejor producto al mejor precio, por lo que hoy en día la empresa es una de las mayores exportadoras de plantas ornamentales.

La profesionalidad y los años de experiencia de la compañía, hacen que cada miembro, importador y productor se unan a este gran equipo para trabajar e innovar.

### 1.2.4 **Departamento o dependencias**

La Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A., está organizada según la función designada a cada área, su organización funcional está constituida de la siguiente manera:

#### **1. Presidencia**

La Presidencia de ZION PLANTS S.A. es la que ejerce la representación legal de la Empresa, esta cumple y hace cumplir las decisiones adoptadas por la Junta Directiva.

#### **2. Junta Directiva**

La Junta Directiva de ZION PLANTS, es un grupo de personas que se encargan de cumplir los acuerdos tomados a través de tres ejes: estratégico, financiero y la organizacional de la empresa.

#### **3. Gerencia General**

Esta Dirección vela por todas las funciones de mercado y ventas de una empresa, así como las operaciones del día a día.

#### **4. Gerencia de Producción**

Esta Dirección es responsable de gestionar materiales y a los trabajadores. Esta se asegura de que la producción de las plantas sea tan eficiente como sea posible, la dirección tiene a su cargo diferentes unidades dentro de la empresa tales como:

- **Dirección de Difusión, Ventas e Información**

Encargada de lo Administrativo de la Empresa

- **Unidades Productoras**

Esta son los Viveros donde se producen las diferentes plantas ornamentales y exóticas que ofrece la empresa, dichos viveros se encuentran en Escuintla y Sacatepéquez.

- **Unidad de Producción**

Esta se encarga de la Fertilización, Riego y Empaque de las Plantas.

#### **1.2.5 Misión**

ZION PLANTS, S.A. es la empresa dedicada a producir y comercializar plantas Tillandsias y exóticas, con el fin de satisfacer y suministrar a nuestros clientes las mejores plantas, convirtiéndonos así en la mejor alternativa en calidad, atención y servicio, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes a nivel nacional e internacional.

#### **1.2.6 Visión**

Ser una empresa exportadora sostenible y reconocida nacional e internacionalmente por la calidad de sus plantas Tillandsias y exóticas de Guatemala, conformada por un equipo de trabajo convencido y comprometido con evidente actitud de servicio y positivismo.

#### **1.2.7 Objetivo Institucional**

- Producir y Comercializar plantas Tillandsias y exóticas con los estándares más estrictos de control y calidad

### 1.2.8 Público Objetivo

Llegar a toda clase de personas y empresas a nivel mundial, suministrando a nuestros clientes las mejores plantas ornamentales y exóticas del país.

### 1.2.9 Organigrama



Fuente: Elaboración Propia EPSL 2019

## **1.3 METODOLOGÍA**

### **1.3.1 DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO**

“Método se define como el procedimiento y técnicas que se aplican de manera ordenada y sistemática en la realización de un estudio para alcanzar un objetivo”. (Piloña G. 2012).

Hernández, Fernández y Baptista (2003) afirman, “Los diseños mixtos representan el más alto grado de combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas (...) agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques”. (p. 21).

Se utilizará este método derivado a la combinación de los métodos cualitativos y cuantitativos, que permitirá determinar los datos particulares para llegar a las conclusiones generales; así como la recolección de datos que permitirán contribuir en mejorar la comunicación externa de la Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A.

### **1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección**

Para realizar el Diagnóstico en la Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A. las técnicas a utilizar son: La observación, la entrevista y la encuesta.

Según Piloña G. (2012) las técnicas de la investigación son las herramientas que permiten resolver el problema metodológico de la investigación, para comprobar o refutar una hipótesis.

#### **1.3.2.1 Observación**

Se le llama observación al proceso del conocimiento que utiliza los órganos de los sentidos del ser humano. Observar significa fijar atentamente los sentidos hacia un objeto o fenómeno del conocimiento. (Piloña 2012).

Para fijar el objeto de conocimiento se realizó la observación dentro de La Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A. la cual se compone de 15 personas en general integrada desde la Gerencia General, Administración y Unidades Productoras.

### 1.3.2.2 La Entrevista

Piloña (2012), define la entrevista como el proceso por medio del cual dos o más personas entran en estrecha relación verbal, con el objeto de obtener información fidedigna y confiable sobre todo o algún aspecto del fenómeno que se estudia.

La entrevista es una conversación entre un investigador y una persona que responde a preguntas orientadas a obtener la información exigida por los objetivos de un estudio. Según Carlos Sabino (2002).

Para conocer los puntos de vista de la Gerencia, Directivos y Encargados de Viveros involucrados en el desarrollo del trabajo que realiza la empresa de plantas ornamentales y exóticas ZION PLANTS, S.A. se realizó una entrevista de tipo focalizada. “Define, con anterioridad, un tema esencial y específico sobre el que cuestiona profundamente, es planificada, aunque las preguntas son abiertas”. (Piloña 2012).

### 1.3.2.3 La Encuesta

Según Piloña (2012), la encuesta es la técnica mediante la cual se adquiere información de un grupo o parte de la población a la que se le denomina Muestra. Esta consiste en indagar o interrogar a determinadas personas, a través de un cuestionario previamente preparado, calificado y sometido a prueba, según los particulares objetivos que interesan alcanzar a través de esta técnica.

Usualmente la encuesta es una herramienta de recopilación de datos que se presenta con pocas preguntas y su instrumento es el cuestionario.

La Encuesta es una herramienta utilizada para dar conocer objetivos claros, por lo cual los resultados que se obtienen son de importancia y confiabilidad, es por ello que se realizó una encuesta a 10 personas elegidas aleatoriamente de la Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A. la cual fue elaborada con 12 preguntas en su mayoría cerradas, esto debido a que es necesario contar con un resultado concreto sobre el estado de la comunicación externa de la Empresa.



## **1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS**

### **1.4.1. Resultados de Observación**

La Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A. está compuesta por 15 personas en general, dentro de la empresa existe un puesto clave en comunicación y es la Dirección de Ventas, Difusión e Información, sin embargo, esta Dirección no desarrolla su función específica de informar y difundir aspectos generales de la empresa, sino que esta dirección por la demanda de pedidos de clientes a nivel internacional se ha dedicado a solo ventas dentro de la misma empresa, dejando a un lado la difusión de los productos que dicha empresa ofrece en el mercado de exportación.

La empresa Zion Plants, S.A. es exportadora e importadora de diferentes plantas exóticas de la región guatemalteca y cuenta con controles y permisos, los cuales se rige a las normativas del país, así mismo cuenta con viveros en Ciudad de Guatemala y Chimaltenango, estos se encargan de abastecer los pedidos de plantas ornamentales de los clientes con todas las normas de calidad.

Dentro del desarrollo del Diagnóstico se observó que existe la falta de comunicación entre los actores implicados y no se cuenta con las herramientas necesarias para crear una verdadera comunicación entre la empresa y sus clientes, no obstante la empresa cuenta con una página web, pero su contenido es muy débil, ya que no establece todo lo que la empresa refleja en su Misión y Visión respecto a sus clientes y sus trabajadores.

### **1.4.2. Resultados de Entrevista**

#### **Entrevista 1**

Según el Licenciado Jerónimo L. Chingo, Gerente General de la Empresa ZION PLANTS, S.A. la importancia de reactivar los canales de comunicación externos son de suma importancia para la empresa, ya que contribuyen al relacionamiento entre empresa y los clientes en todos los ámbitos.

Uno de los principales obstáculos comunicacionales que ha enfrentado la empresa en los últimos años es que los clientes desconocen de las nuevas variedades de plantas con la que cuenta la empresa, ya que el contenido de su página web no es actualizado constantemente,

motivo por el cual los clientes o nuevos clientes no generan perdidos constantemente, por motivos de demanda en los pedidos de plantas, la funcionalidad de la dirección de difusión no tomo el rumbo esperado, ya que solo se encarga de vender e informar vía Whatsapp sobre los diferentes aspectos que desarrolla la empresa con los clientes, limitando la oportunidad de generar nuevos clientes.

La forma de erradicar estos obstáculos según el Lic. Chingo es creando mecanismos de comunicación que socialicen los productos y desarrollo comercial de la empresa. Es necesario implementar una unidad que atienda todos estos aspectos comunicacionales.

## **Entrevista 2**

La encargada de la Dirección de Difusión, Ventas e Información, Licenciada Sully de La Rosa, indicó que es necesario tener una unidad específica en difusión y comunicación dentro de la empresa, con esa función específica se ayudaría a dar a conocer las variedades de plantas que la empresa ofrece a sus clientes.

Según la Licenciada el principal problema de comunicación es que la mayor parte del tiempo no se trabaja en los procesos comunicativos, ya que se presentan otras actividades administrativas dejando de lado el tema de difusión.

El seguimiento al fortalecimiento de la comunicación externa es vital ya que ésta permitirá que la empresa logre exportar plantas ornamentales a otros países, ya que actualmente la empresa tiene presencia con clientes en Estados Unidos de Norte América, Canadá, Japón, Italia, Alemania, China y recientemente en Argentina.

## **Entrevista 3**

Al entrevistar a la Bachiller en Ciencias y Letras Sebastián L. Chingo, Encargado de Vivero de la Empresa, manifiesta que es importante para la empresa contar con plataformas digitales con contenidos comunicacionales, que permitan dar a conocer la empresa y los productos ornamentales que ofrece en el mercado nacional e internacional.

Según, el Encargado de vivero, el contar con una unidad de comunicación dentro de la empresa es vital, ya que ésta se encargaría de crear contenidos para Facebook, Instagram y para la Pagina Web existente, con esto la empresa atraería mantendría informados a sus clientes sobre sus productos y atraería a nuevos clientes.

Hoy en día los clientes están sujetos a nuevas herramientas tecnológicas, que permiten canalizar específicamente en las redes sociales un método práctico y preferido para comunicarse. Se pretende que la empresa tome en cuenta que la comunicación externa es un factor importante para el cumplimiento de su Visión, de lo contrario se podría seguir viendo afectado en cuanto a su expansión y generación de recursos para funcionamiento.

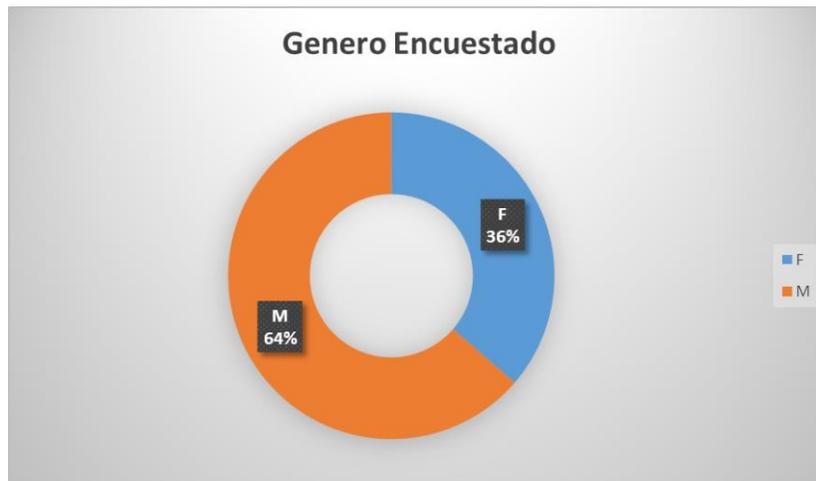
#### **1.4.3 Gráficas e interpretaciones del resultado de Encuestas**

Se encuestaron a 10 personas que cumplen los principales roles en la dentro del desarrollo de la Empresa. Al finalizar el proceso de tabulación y efectuar un análisis de las respuestas obtenidas, se puede establecer que existen deficiencias en los canales de comunicación, ya que la empresa no contribuye con lo descrito en su enfoque de empresa exportadora.

La empresa ha dejado por un lado los procesos de comunicación externa, afectando su desarrollo y relaciones comerciales diarias con los clientes y los nuevos clientes, ya que desde su creación las plataformas sociales se han quedado en el abandono, convirtiendo el proceso de la comunicación externa en un proceso estancado para el crecimiento empresarial, por lo que los encuestados indicaron que es momento que la empresa reactive y pueda crear contenidos nuevos en otras redes sociales de mayor impacto en el mundo comercial.

La reactivación y el seguimiento a los canales de comunicación son vitales para que los clientes se integren y conozcan de la diversidad y calidad de las plantas del país que ofrece la empresa. La creación de nuevos contenidos comunicacionales en otras plataformas sociales, permitirá tener relaciones comerciales con nuevos clientes en el mundo, como ferias y exposiciones con el propósito de dar a conocer lo que Guatemala ofrece a nivel internacional referente a plantas ornamentales y exóticas.

**Gráfica 1**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 1:** Las encuestas se realizaron a nivel interno de la empresa tomando en cuenta una muestra equivalente al 36% de mujeres y el 64% de hombres que comprenden desde las edades de 20 a 52 años. Esto dará los resultados necesarios para encontrar la falta de comunicación externa de la misma.

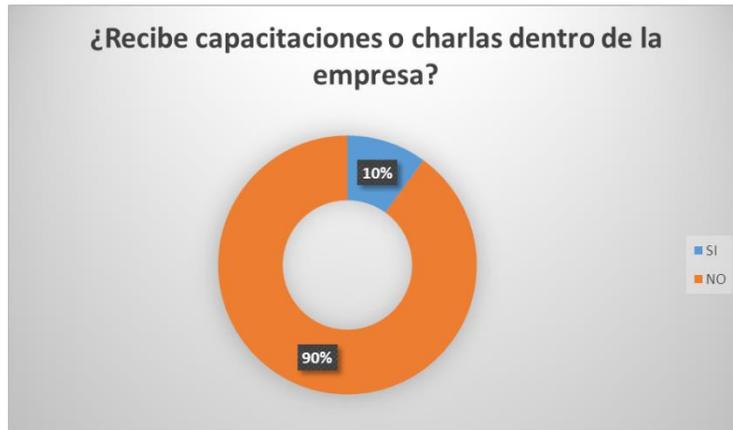
**Gráfica 2**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 2:** El margen de la interpretación ante esta gráfica hace que el 100% de las personas encuestadas afirmen que es necesaria la comunicación dentro y fuera de la Empresa Zion Plants, S.A.

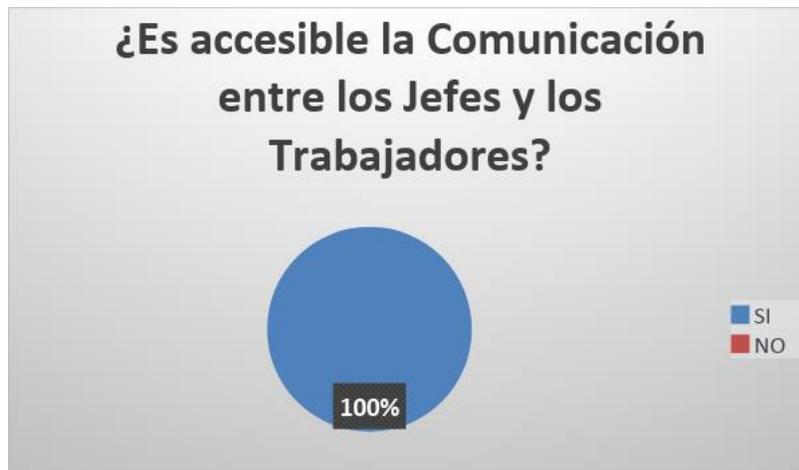
**Gráfica 3**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Gráfica 3:** El 90% de los encuestados afirma que no ha tenido capacitaciones y el 10% restante afirma que sí.

**Gráfica 4**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 4:** La comunicación que mantienen los jefes con los trabajadores es bastante eficiente, el 100% afirma que si hay comunicación, haciendo que el clima laboral sea favorable para el buen desarrollo del trabajo en lo general.

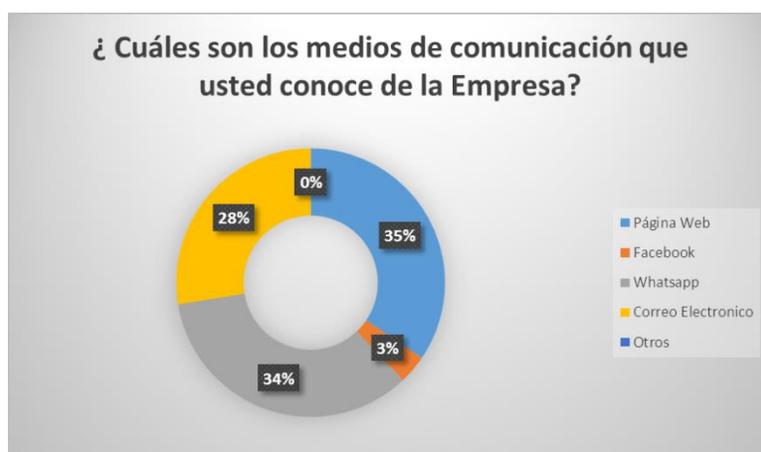
**Gráfica 5**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 5:** Esta gráfica muestra que el 90% de los encuestados afirman que es necesaria la implementación de un departamento donde se resuelvan los problemas comunicacionales, en este caso los externos.

**Gráfica 6**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 6:** La mayor parte de los encuestados establecieron que los medios de comunicación que más conocen son la Página Web obteniendo el 35% la cual se encuentra en Internet, Whatsapp con un 34% el cual es el medio de mayor eficacia con el personal y los clientes, sin embargo le sigue el Correo Electrónico con 28% el cual sirve para los pedidos e información con los clientes, el 3% desconoce tener presencia de la empresa en la Red Social Facebook como en otras redes.

**Gráfica 7**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 7:** El 90% de los encuestados indicaron que es necesario mejorar el contenido comunicacional externo, ya que esto permitirá llegar a nuevos clientes en el ámbito local como en el internacional, respecto a las plantas que producen en territorio nacional, un 10% le es indiferente.

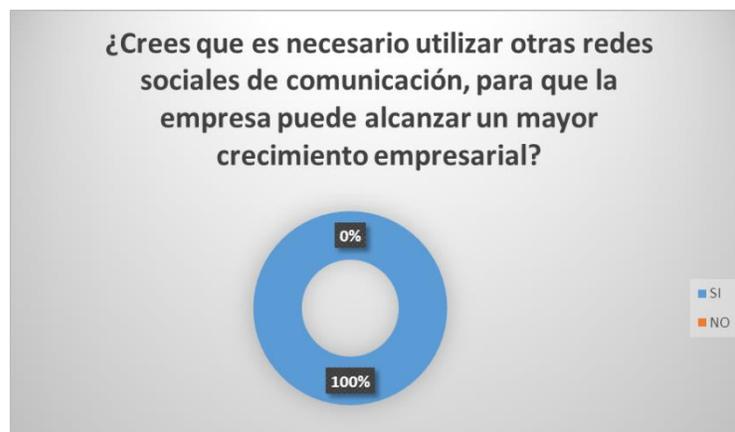
**Gráfica 8**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 8:** En su mayoría el 90% de los trabajadores indicaron que es necesario que la empresa fortalezca sus redes sociales con contenidos adecuados que permitan establecer lo descrito con su Misión y Visión empresarial, ya que son nuevas herramientas de marketing en el mercado internacional. El 10% le es indiferente.

### Gráfica 9



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 9:** El 100% está de acuerdo que es necesario el uso de otras redes sociales como canal para el crecimiento de la empresa, esto quiere decir que se debe tener el espacio y los implementos necesarios para crear otros medios de comunicación.

### Gráfica 10



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 10:** En esta gráfica los trabajadores indicaron que los medios de mayor utilización entre la Empresa, los Empleados y los Clientes para comunicarse son el Correo Electrónico con 50%, y Whatsapp con 50%.

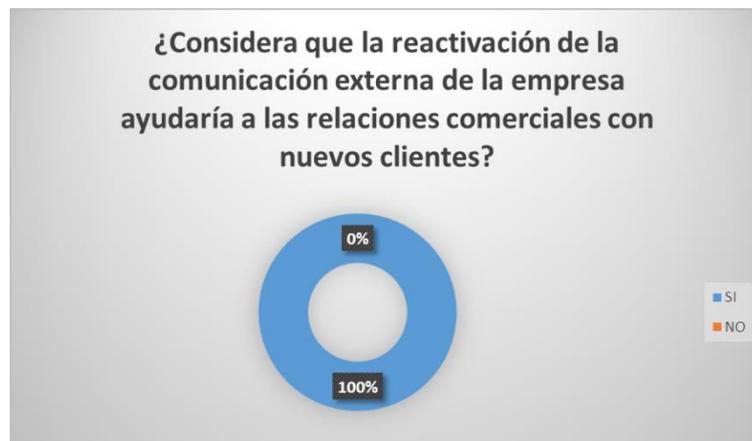
**Gráfica 11**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 11:** El 90% de los empleados indicaron que los dueños de la Empresa Zion Plants, S.A. deben establecer herramientas que permitan que la comunicación externa de la empresa tenga éxito en el mercado de plantas ornamentales y exóticas a nivel nacional e internacional.

**Gráfica 12**



Fuente: Epesista Ariel Lancerio

**Figura 12:** El margen de la interpretación ante esta gráfica hace que el 100% de las personas encuestadas afirman que es necesaria la reactivación de la comunicación externa de la empresa, esto para que la imagen se posicione ante nuevos clientes.

## 1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

### 1.5.1 Fortaleza

- Cuenta con diversas herramientas de comunicación interna.
- Existen espacios de comunicación con las Direcciones involucradas en funcionamiento de la empresa.
- Lealtad y confianza de los trabajadores.
- Principios de agricultura ornamental.
- Motivación de los empleados.
- Página web propia
- El personal de la empresa reconoce la importancia del cultivo de plantas ornamentales.

### 1.5.2 Oportunidades

- El Personal de la empresa propone nuevas ideas para el mercado local
- Las herramientas comunicacionales con las que cuenta ZION PLANTS, S.A. son las necesarias para dar a conocer al personal los procesos.
- El acceso a plantear dudas o inquietudes con los empleados de los viveros aporta mejoras en los procesos para que sean eficientes y eficaces.
- Nuevas relaciones comerciales.
- Nuevos clientes.
- Llegar al mercado Local.

### 1.5.3 Debilidades

- Baja capacidad de hacer publicidad.
- Baja presencia en redes sociales.
- Baja capacidad de reconocimiento de la empresa.
- Baja capacidad de actualización de la página web
- Baja capacidad de ventas online
- Baja capacidad de conseguir seguidores en redes sociales
- No contar con una unidad específica en comunicación

#### 1.5.4 Amenazas

- El desconocimiento de las nuevas tendencias en redes sociales
- El no determinar la falta de interés del personal involucrado podría ocasionar problemas de mayor trascendencia a futuro.
- No trascender a nivel internacional.
- No dar a conocer los procesos de producción la empresa.
- La Dirección de Difusión, Ventas e Información cuenta con poco personal.
- No establecer nuevas relaciones comerciales
- No llegar a nuevos clientes.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

La Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala Zion Plants, S.A. a través de sus alianzas estratégicas en el desarrollo de la producción de plantas Tillandsias, ha sido parte integral en estudios en cultivos ornamentales de exportación, siendo este el estudio de “Caracterización de Plagas Microbianas y de Artrópodos en Seis Cultivos Ornamentales de Exportación”, elaborado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONCYT), Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT), Fondo Nacional de Ciencia y Tecnología (FONACYT), Facultad de Agronomía Universidad de San Carlos de Guatemala (FAUSAC), Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT), sin embargo, a pesar que cuenta con medios de comunicación empresariales dentro de la Empresa Zion Plants, S.A. no existe evidencia de alguna práctica o trabajo comunicacional realizado.

Actualmente no cuenta con un trabajo que sustente bases para el desarrollo de la comunicación empresarial tanto interna como externa, eso se ve reflejado en la poca actualización y falta de aprovechamiento de las herramientas comunicacionales de la actualidad, ya que los medios que utilizan para comunicarse con el personal y clientes es el correo electrónico y whatsapp; no cuentan con antecedente que permita la divulgación de información comunicacional dentro y fuera de la misma, en forma física visual y actualización digital.

#### **2.2. OBJETIVO DE COMUNICACIÓN**

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

- Fortalecer la comunicación interna y externa la Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala Zion Plants, S.A.

### 2.2.2. Objetivo Específico

- Implementar canales digitales para mejorar la comunicación externa.
- Elaborar material informativo impreso y multimedia como medio de información comunicacional externa.
- Crear identidad Empresarial Zion Plants S.A.

### 2.3. PÚBLICO OBJETIVO

- **Interno**, empleados, Zion Plants S. A.

|                 |   |
|-----------------|---|
| Edad            | Comprenden de 20 a 52 años                        |
| Sexo            | Ambos, masculino y femenino                       |
| Nivel económico | Bajo, se mantiene en el salario mínimo            |
| Nivel educativo | Bajo, comprenden de 6to. Primaria a diversificado |

- **Interno**, Administrativos, Zion Plants S.A.

|                 |  |
|-----------------|--|
| Edad            | Comprende de 25 a 40 años                        |
| Sexo            | Ambos, masculino y femenino                      |
| Nivel económico | Medio, se mantiene por medio de nivel académico. |
| Nivel educativo | Alto, la mayoría son con estudios universitarios |

- **Externo**, Clientes

|                 |  |
|-----------------|--|
| Edad            | Variadas   |
| Sexo            | Masculino  |
| Nivel económico | Alto, la mayoría son dueños de viveros en Guatemala, como en el extranjero |
| Nivel educativo | Variado  |

## 2.4. MENSAJE

Rojas, O (2003) define que un mensaje clave es un enunciado correctamente construido, desde un punto de vista gramatical, que presenta lo que se quiere comunicar de una manera directa, caracterizado sobre todo por su concreción.

- ***“Plantas Ornamentales y Exóticas de la mejor calidad”***

La Calidad en los productos es una manera de garantizar la satisfacción en los clientes.

- ***“Variedad, Servicio y Calidad garantizada”***

Estos son aspectos de suma importancia empresarial, tanto como para los Clientes como para la identificación empresarial en los trabajadores.

## 2.5. ESTRATEGIAS

- **Fortalecer imagen Institucional**

1. **Eje Estratégico:** Elaboración de álbum fotográfico, dirigido a las diferentes plataformas digitales internas y externas que maneja la empresa Zion Plants S.A. respecto a las plantas ornamentales (Tillandsias) y exóticas que produce y exporta nacional e internacionalmente.

|  | <b>Acción</b>  |
|--|--|
| <b>A qué estrategia responde la acción</b> | Fortalecer la imagen institucional dentro de la tecnología.  |
| <b>Problema</b>                            | Debilidad comunicacional de la empresa hacia los clientes  |
| <b>Producto</b>                            | Fotografía de los Productos.   |
|  |  <br> |
| <b>Objetivo comunicacional</b>             | Fortalecer la imagen empresarial   |
| <b>Tipo de mensaje</b>                     | Informativo  |
| <b>Público objetivo</b>                    | Externo  |
| <b>Medio de difusión</b>                   | Plataformas Digitales más utilizadas de la Empresa Zion Plants S.A.  |

- **Estrategia de Comunicación Digital**

2. **Eje Estratégico:** Creación de una cuenta digital (Instagram), con el objetivo de mejorar las ventas de la empresa Zion Plants S.A., que se dedica a la producción y comercialización de plantas ornamentales y exóticas en Guatemala. La empresa no cuenta actualmente con esta plataforma de difusión comunicacional externa.

|  | <b>Acción</b>  |
|--|--|
| <b>A qué estrategia responde la acción</b> | Estrategia de Comunicación Digital   |
| <b>Problema</b>                            | No se utilizan herramientas tecnológicas actuales de difusión comunicacional.  |
| <b>Producto</b>                            | Creación de una cuenta en Instagram  |
|  |   |
| <b>Objetivo comunicacional</b>             | Es un medio que permite la divulgación empresarial para que los clientes y nuevos clientes conozcan y se interesen en los productos que ofrece la empresa a través de fotografías. |
| <b>Tipo de mensaje</b>                     | Informativo, deductivo   |
| <b>Público objetivo</b>                    | Externo  |
| <b>Medio de difusión</b>                   | Tecnológico: divulgación de los diferentes productos (Plantas Tillandsias), para atraer público a nivel nacional e internacionalmente.   |

- **Elaboración de material comunicacional impreso**

**3. Eje Estratégico:** Elaboración de Trifoliales para fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa Zion Plants S.A.

|  | <b>Acción</b>  |
|--|--|
| <b>A qué estrategia responde la acción</b> | Fortalecer la imagen institucional.  |
| <b>Problema</b>                            | Debilidad de información escrita.  |
| <b>Producto</b>                            | Trifoliales.   |
|  |  |
| <b>Objetivo comunicacional</b>             | Fortalecer la imagen de la empresa con la elaboración de trifoliales; permitirá dar mejor enfoque de la empresa  |
| <b>Tipo de mensaje</b>                     | Informativo, inductivo,  |
| <b>Público objetivo</b>                    | Interno y Externo  |
| <b>Medio de difusión</b>                   | Formato digital, 1000 ejemplares que serán distribuidos a todos los clientes en las áreas existentes como también en ferias, seminarios y congresos sobre plantas, esto para que pueda compartir el mismo y se pueda dar a conocer el producto y la empresa. |

- **Creación de la Identidad Empresarial**

4. **Eje Estratégico:** Al no contar con su razón de ser y el porqué de existir de la empresa, entorno a sus trabajadores y clientes a nivel nacional e internacional, la empresa Zion Plants S.A., quien se dedica a la producción y comercialización de plantas ornamentales y exóticas en Guatemala, estableció crear la Misión y Visión, con el único objetivo de posicionar su identidad empresarial.

|  | <b>Acción</b>   |
|--|---|
| <b>A qué estrategia responde la acción</b> | Creación de la identidad Empresarial  |
| <b>Problema</b>                            | La Empresa no cuenta con Identidad Empresarial actualmente  |
| <b>Producto</b>                            | Misión, Visión  |
|  |  <p><b>Misión</b></p> <p>"ZION PLANTS, S.A. es la empresa dedicada a producir y comercializar plantas Tillandsias y exóticas, con el fin de satisfacer y suministrar a nuestros clientes las mejores plantas, convirtiéndonos así en la mejor alternativa en calidad, atención y servicio, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes a nivel nacional e internacional"</p> <p><b>Visión</b></p> <p>"Ser una empresa exportadora reconocida nacional e internacionalmente por la calidad de sus plantas Tillandsias y exóticas de Guatemala, conformada por un equipo de trabajo convencido y comprometido con evidente actitud de servicio y positivismo"</p>  <p>16 Calle 7-49 Zona 13, Colonia Aurora I,<br/>Ciudad de Guatemala, Guatemala<br/>2202-3849<br/>info@zionplants.com<br/>www.zionplants.com</p> |
| <b>Objetivo comunicacional</b>             | Crear la razón y el porqué de existir de la empresa entorno a sus clientes  |
| <b>Tipo de mensaje</b>                     | Informativo   |
| <b>Público objetivo</b>                    | Interno, Externo  |
| <b>Medio de difusión</b>                   | 2 mantas Vinílicas full color colocadas en la Empresa, en sus áreas productoras Sacatepéquez y Escuintla, esto para la identificación empresarial con los trabajadores y lo clientes a nivel nacional e internacionalmente.   |

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PLANTAS ORNAMENTALES DE GUATEMALA ZION PLANTS, SOCIEDAD ANONIMA”.

##### 3.1.1. Financiamiento

El plan se ejecutó por medio de varias acciones las cuales fueron cubiertas económicamente por medio del Epesista y la Empresa; el 92% fue gastos del Epesista y el 8% de parte de la institución.

| Financiamiento | Monto        |
|----------------|--------------|
| Epesista       | Q. 11,400.00 |
| Empresa        | Q. 515.00    |

##### 3.1.2. Presupuesto

| Cantidad | Detalle   | Costo Unitario    | costo total  | financiamiento   |
|----------|---|-------------------|--------------|------------------|
| 1        | Diseño de trifoliar con información de la empresa.                                  | Q. 200.00         | Q.200.00     | Epesista         |
| 1        | Diseño de manta vinílica full color   | Q. 200.00         | Q.200.00     | Epesista         |
| 2        | Impresiones de mantas vinílicas full color con información de identidad empresarial | Q. 250.00         | Q.500.00     | Epesista         |
| 1000     | Impresiones de trifoliales a full color papel couche sin barniz                     | Q. 1.50.00        | Q. 1,500.00  | Epesista         |
| 100      | Horas de internet para el desarrollo de plataformas digitales de la empresa         | Q. 5.00           | Q. 500.00    | Zion Plants S.A. |
| 1        | Caja de bolígrafo punto mediano color azul 12 unidades                              | Q. 15.00          | Q. 15.00     | Zion Plants S.A. |
| 1        | Servicio de Asesoría comunicacional   | Q.9,000.00        | Q.9,000.00   | Epesista         |
|          |   | Total de proyecto | Q. 11,915.00 |                  |

### 3.1.3. Beneficiario

| Beneficiario  | Beneficio   |
|---|---|
| <p><b>Primario:</b> Personal de la empresa comercializadora y productora de plantas ornamentales y exóticas de Guatemala Zion Plants S.A.</p> | <p>El principal beneficiario es:<br/> <b>Gerencia General;</b> creación del plan para fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa.</p> <p><b>La empresa,</b> se le proporcionan acciones que permiten la divulgación y mejoramiento de la comunicación con los clientes a nivel nacional como internacionalmente.<br/>           Creación de un nuevo canal digital para la empresa</p> <p><b>Administrativos,</b> están actualizados en las plataformas digitales que cuenta la empresa, ayuda a mantener un buen el clima laboral.</p> |
| <p><b>Secundario:</b> Estudiante del ejercicio personal supervisado de la licenciatura de la Escuela Ciencias de la Comunicación</p>          | <p>El estudiante es el segundo beneficiario mediante el desarrollo del plan, para culminar su Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Comunicación.</p>  |

### 3.1.4. Recursos Humanos

| Personal                       | Cargo                               | Actividad   |
|--------------------------------|-------------------------------------|---|
| Licenciado. Jerónimo L. Chingo | Gerente Y Director de Productividad | Asesoría y apoyo en realizar el plan para beneficio de la empresa.  |
| Sebastián L. Chingo            | Encargado de Vivero                 | Apoyo en la realización de las acciones durante el periodo establecido de la práctica. Conocimiento de las Plantas Ornamentales que exporta la empresa. |
| Denys Ariel Lancerio Hernández | Epesista                            | Responsable de Ejecución de Proyecto.   |

### 3.1.5. Área Geográficas de Acción

La Empresa Comercializadora de Plantas Ornamentales y exóticas de Guatemala, ubicada en 16 Calle 7-49 Zona 13 Colonia Aurora I, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

- Viveros: Sacatepéquez y Escuintla

## 3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

### 3.2.1. Objetivo comunicacional

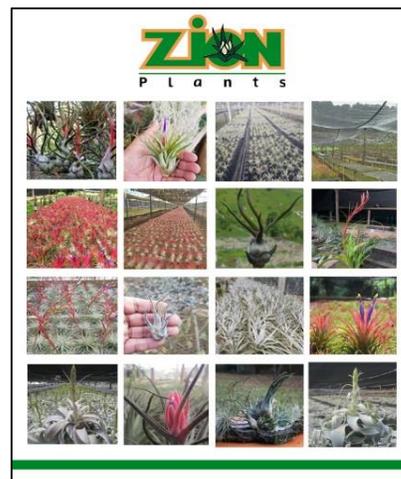
Realizar estrategias que permita ejecutar acciones para el mejoramiento comunicacional interno y externo de la empresa comercializadora y productora de plantas ornamentales y exóticas de Guatemala, ZION PLANTS S.A

#### Estrategias:

- **Fortalecer imagen Institucional**

#### Descripción:

- Elaboración de álbum fotográfico, dirigido a las diferentes plataformas digitales internas y externas que maneja la empresa Zion Plants S.A. respecto a las plantas ornamentales (Tillandsias) y exóticas que produce y exporta nacional e internacionalmente.



- a. **Acción 1:** Fortalecimiento de la imagen empresarial.

- **Estrategia de Comunicación Digital**

**Descripción:**

- Creación de una cuenta digital (Instagram), con el objetivo de mejorar las ventas de la empresa Zion Plants S.A., que se dedica a la producción y comercialización de plantas ornamentales y exóticas en Guatemala. La empresa no cuenta actualmente con esta plataforma de difusión comunicacional externa.



b. **Acción 2:** Creación de cuenta Instagram como medio digital

- **Elaboración de material comunicacional impreso.**

**Descripción:**

- Se elaboró material impreso trifoliar, para fortalecer la comunicación externa de la empresa.



- c. **Acción 3:** Diseño y elaboración de material impreso para la divulgación del producto.

- **Creación de la Identidad Empresarial**

### Descripción

- Mantas Vinílicas con Misión y Visión de la Empresa Zion Plants, S.A. para los lugares a conveniencia de la empresa.



d. **Acción 4:** Creación de la identidad empresarial, el ser y el porqué de la empresa.

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| MES   | MARZO |   |   | ABRIL |   | MAYO |   |   |   | JUNIO |   |   |   | JULIO |   |   | AGOSTO |   | SEPTIEMBRE |   |   |   |  |
|---|-------|---|---|-------|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|--------|---|------------|---|---|---|--|
| SEMANA  | 1     | 2 | 3 | 1     | 2 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 1      | 2 | 1          | 2 | 3 | 4 |  |
| ACTIVIDAD   |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Formulación de un Plan de Comunicación                                  |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Reunión con Supervisor de la Empresa                                    |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Recopilación de datos   |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Presentación de primera propuesta de Identidad Empresarial a la empresa |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Recopilación de fotografías   |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Presentación de la primera plantilla del Trífoliar                      |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Creación de la imagen a utilizar en Instagram                           |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Creación de la Cuenta en Instagram                                      |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Seguimiento a la Cuenta en Instagram                                    |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Impresión de trífoliares  |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Diseño de manta Viralica  |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Elaboración de Contenido Multimedia                                     |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| entrega de trífoliares  |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Entrega de Mantas Viralicas   |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Entrega de Contenido Multimedia   |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| seguimiento a los procesos comunicacionales                             |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |
| Entrega de informe de Ejecucion   |       |   |   |       |   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |        |   |            |   |   |   |  |

Fuente: Diagrama de Gantt: <https://www.youtube.com/watch?v=CqL2gXk4hGY>

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

| Estrategia   | Indicadores cuantitativos  | Indicadores cualitativos   |
|--|--|--|
| <p>Fortalecer imagen Institucional</p> <p>Objetivo: Mejorar la imagen empresarial</p>  | <p>Se implementó un álbum de 50 fotografías de las plantas Tillandsias y exóticas que produce la empresa Zion Plants, S.A.</p>   | <p>Optimización en la plataforma comunicacional externa de la empresa Zion Plants S.A.</p>   |
| <p>Implementación de cuenta Instagram</p> <p>Objetivo: fortalecer la imagen institucional externa por medio de redes sociales.</p>                           | <p>Se implementó la cuenta para todo público interesado en el producto por medio de la tecnología, fueron beneficiados 3 personas en el transcurso de un mes logrando así las relaciones comerciales con nuevos clientes en Japón y Argentina.</p> <p>Teniendo un alcance de 102 seguidores, 57 seguidos, 50 Publicaciones y 815 Me Gusta en total, en cuanto a las visitas a la cuenta.</p> | <p>Ésta cuenta Instagram es beneficiosa para que los clientes de toda Guatemala y el mundo nos puedan encontrar más rápidamente y tener comunicación con ellos respecto a las plantas que producimos y exportamos.</p>   |
| <p>Creación de trifoliales</p> <p>Objetivo: fortalecer la imagen institucional externa.</p>  | <p>De un tiraje de 1,000. Se entregaron 100 trifoliales por el momento en una feria, los demás fueron entregados al encargado del proyecto. Esto servirá para ferias, congresos, u otras actividades que desarrolle la empresa.</p>  | <p>Comentario; es bueno que nos dieran más información, pues solo se sabía que vendían plantas; no se tenía conocimiento de la venta y variedad de plantas.</p>  |
| <p>Instalación de mantas vinílicas con la identidad empresarial</p> <p>Objetivo: Fortalecimiento de la comunicación institucional interna de la empresa.</p> | <p>2 Mantas Vinílicas.<br/>Al instalar las mantas vinílicas informativas en los medios de producción (viveros) se obtuvo un alcance del 100% con visibilidad para los administrativos y nuevos clientes.</p>   | <p>Comentario; Las mantas vinílicas con la Misión y Visión de la empresa nos beneficia para la visualización del ser de nuestra empresa, esto dentro de la empresa y fuera de la misma, a nivel nacional e internacionalmente y está en un lugar visible para todos.</p> |

## CONCLUSIONES

- Realizar un diagnóstico comunicacional para el proyecto, requiere conocer la empresa, observar e indagar los aspectos dentro de la comunicación por medio de entrevistas, encuestas y radiografía de la institución.
- El plan aborda secuencias específicas que conllevan a realizar un proyecto efectivo para cualquier tipo de empresa, institución o comunidad.
- Se presenta un plan que permite solucionar la falta de comunicación interna y externa de la empresa Zion Plants S.A.; se realiza la radiografía de la empresa (FODA): fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; esto ayuda a evidenciar las debilidades y amenazas. En base a esto se plantean estrategias que permiten solucionar la falta de comunicación.
- Se ejecutan acciones comunicacionales con el objetivo de solucionar la falta de comunicación interna y externa de la empresa Zion Plants S.A. en base al plan.
- Dos acciones permitirán darles seguimiento dentro de la empresa; generó más clientela durante mes y medio por medio de la divulgación de la empresa y sus productos.
- La empresa Zion Plants S.A., permite incursionar al mercado nuevas formas de generalizar su empresa y sus plantas de la misma, dentro de la tecnología comunicacional.

## RECOMENDACIONES

- La empresa comercializadora y productora de plantas ornamentales Zion Plants S.A., debe tomar en cuenta que aún requiere de mucho esfuerzo para lograr llegar a su público objetivo, debe considerar otras formas de hacer llegar la información.
- La empresa Zion Plants S.A. se posesiona con los altos estándares de calidad y servicio sobre el producto, pero necesita fortalecer la forma en qué llega la información a los clientes a nivel nacional e internacionalmente.
- Mantener en constante actualización los productos (plantas Tillandsias), dentro de la cuenta en Instagram y demás plataformas digitales.
- Tener constante comunicación externa para ver las necesidades que tienen los clientes sobre el producto.
- Los puestos Gerenciales tienen que facilitar la comunicación con sus empleados y buscar soluciones que ayuden al buen clima y desarrollo laboral.
- La empresa debe contratar o crear un puesto de confianza que responda a los aspectos comunicacionales de la empresa.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- 1. Análisis:** Examen cualitativo y cuantitativo de los componentes o sustancias del Organismo según métodos especializados, con un fin diagnóstico.
- 2. Análisis cualitativo:** Quím. Análisis que tiene por objeto identificar los componentes de una sustancia.
- 3. Análisis cuantitativo:** m. Quím. Análisis que se emplea para determinar la cantidad de cada elemento o ingrediente en una sustancia.
- 4. Alternativa:** f. Opción entre dos o más cosas.  
Adj. Que se dice, hace o sucede.
- 5. Acceso:** intr. Tener acceso a una situación. m. Acción de llegar o acercarse.
- 6. Acción:** f. Ejercicio de la posibilidad de hacer.
- 7. Creación:** f. Acción y efecto de crear.
- 8. Cuantificar:** tr. Expresar numéricamente una magnitud de algo.
- 9. Determinar:** tr. Establecer o fijar algo.
- 10. Deducción:** tr. Fil. Extraer una verdad particular a partir de un principio General.

- 11. Expectativa:** f. esperanza de realizar o conseguir algo.  
Posibilidad razonable de que algo suceda.
- 12. Empresarial:** adj. Perteneciente o relativo a las empresas o a los empresarios.
- 13. Estrategia:** En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
- 14. Fortalecer:** Hacer fuerte o más fuerte a alguien o algo
- 15. Implementar:** tr. Poner en funcionamiento o aplicar métodos, medidas, etc. para llevar a cabo algo.
- 16. Inducción:** f. extraer a partir de determinadas observaciones o particulares, principios generales implícito en ellas.
- 17. Institucionalidad:** f. cualidad de Institucional.
- 18. Muestra:** Parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él.
- 19. Método:** Procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla.
- 20. Metodología:** Conjunto de métodos que siguen una investigación científica.
- 21. Lucrativo:** adj. Que produce utilidad y ganancia.
- 22. Optimización:** f. Acción y efecto de optimizar.

- 23. Observar:** Acción de observar o mirar algo o a alguien con mucha atención.
- 24. Ornamentales:** adj. Perteneciente o relativo a la ornamentación o adorno.
- 25. Productividad:** Capacidad de la naturaleza o la industria para producir.
- 26. Proyectar:** tr. Idear, trazar o proponer el plan y los medios para la ejecución de algo.
- 27. Tecnología:** f. Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico
- 28. Tillandsias:** Tipo de planta ornamental aérea.
- 29. Vaciado:** tr. Exponer o explicar con todo detalle un saber o doctrina.

## BIBLIOGRAFÍA

- Piloña, G.A. (2012). Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo, Guatemala, Guatemala: GP Editores.
- McGRAW - HILL (Ed). (2010). Metodología de la Investigación, Naucalpan de Juarez, México: Editorial Miembro de la Cámara Nacional de la Industria.
- Morales Estrada, L. Angélica (2013). Diagnóstico y propuesta de comunicación interna en un colegio de educación primaria. 16, T (1157). Biblioteca Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Cuellar Rodríguez, M. Lorena (2013). Estrategia de Comunicación; Organización Interna Externa. 16, T (1103). Biblioteca Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio (2016) Metodología de la investigación, México, McGraw Hill.
- Pereira Pérez, Zulay, Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. Revista Electrónica Educare [en línea] 2011, XV (Enero-Junio).

## E-grafías

- Normas APA, redacción. Recuperado de <http://normasapa.net/4-consejos-de-apa-para-la-redaccion-academica/>
- Normas APA (2016). Como dominar la metodología de la investigación. Recuperado de <http://normasapa.net/marco-metodologico-tesis/>
- Guía de normas APA (2016). Universidad externado de Colombia. Recuperado de <https://www.facebook.com/LasNormasAPA/photos/pcb.1780917332192274/1780914495525891/?type=3&theater>
- Autores: Julián Pérez porto y Ana Gardye. Publicado: 2008. Actualizado 2012. Recuperado de <http://definicion.de/metodo/#ixzz3jls4XhdT>
- Normas APA (2016). Como dominar la metodología de la investigación. Recuperado de <http://normasapa.net/marco-metodologico-tesis/>
- Guillermo Briones, Métodos y Técnicas para la Investigación. Recuperado de <http://informescualitativos.blogspot.com/2013/10/tipos-de-entrevistas.html>
- Diagrama de Gantt. Recuperado de [https://video.search.yahoo.com/yhs/search?fr=yhs-adk-adk\\_sbyhp&hsimp=yhsadk\\_sbyhp&hspart=adk&p=tutotia+de+cronogrma+de+gantt#action=view&id=7&vid=4c9f2e0bcd9e1c87110b08f115b3736a](https://video.search.yahoo.com/yhs/search?fr=yhs-adk-adk_sbyhp&hsimp=yhsadk_sbyhp&hspart=adk&p=tutotia+de+cronogrma+de+gantt#action=view&id=7&vid=4c9f2e0bcd9e1c87110b08f115b3736a)

## ANEXOS

### **Transcripción completa de entrevistas**

#### **Primera Entrevista**

Entrevista con el Licenciado Jerónimo L. Chingo, Gerente y Accionista.

La Empresa ZION PLANTS, S.A., se estableció en Guatemala, en Agosto de 2004 como un concepto diferente para comercializar plantas ornamentales con las normas más estrictas de calidad y servicio al cliente. Aunque fue un gran desafío se logró constituir esta gran empresa.

Esta empresa se convierte en una nueva forma de hacer negocios en el mercado de plantas ornamentales tanto a nivel nacional como internacional, aunque no hemos llegado fuerte al mercado nacional, el concepto productor a productor se ajusta a los desafíos de la globalización, en los que tanto el productor como el exportador, necesitan conectarse con el productor-importador. Bajo este concepto se logra obtener el mejor producto al mejor precio, por lo que hoy en día la empresa es una de las mayores exportadoras de plantas ornamentales.

¿Cuál sería el mecanismo adecuado para que la empresa sobresalga en los diferentes mercados Internacionales?

Para la empresa es de suma importancia de reactivar los canales de comunicación externos ya que estos contribuyen al relacionamiento entre la empresa y los clientes en todos los ámbitos. Al darnos cuenta que no contamos con el tiempo y el personal suficiente hemos dejado a un lado un factor importante que es la comunicación externa con los clientes, ya que solo los clientes que nos conocen o son recomendados nos buscan, pero el propósito es llegar a diferentes mercados en el mundo no solo en Centro América si no en el mundo entero, pero al no contar con aspectos institucionales ni promocionales adecuados, nos convierte en una empresa con los mismo clientes.

¿Cuál sería el principal obstáculo de la empresa?

Uno de los principales obstáculos comunicacionales que ha enfrentado la empresa en los últimos años es que los clientes desconocen de las nuevas variedades de plantas con la que cuenta la empresa, ya que el contenido de su página web no es actualizado constantemente, motivo por el cual los clientes o nuevos clientes no generan perdidos constantemente, por motivos de demanda

en los pedidos de plantas, la funcionalidad de la dirección de difusión no tomo el rumbo esperado, ya que solo se encarga de vender e informar vía WhatsApp sobre los diferentes aspectos que desarrolla la empresa con los clientes, limitando la oportunidad de generar nuevos clientes.

Es necesario crear mecanismos de comunicación que socialicen los productos y desarrollo comercial de la empresa.

## **Segunda Entrevista**

Entrevista con la Licenciada Sully de la Rosa, encargada del área administrativa ventas e Información

La empresa a pesar de sus 15 años ha contado con deficiencias en la comunicación, ya que al solo contar con una página web donde solo se indica algunos nombres de las plantas, y el contacto directo con la empresa, esto no ha permitido el funcionamiento específico de la empresa.

¿Cree que es necesario implementar una unidad específica que se encargue de la comunicación de la empresa?

Es necesario tener una unidad específica en difusión y comunicación dentro de la empresa, con esa función específica se ayudaría a dar a conocer las variedades de plantas que la empresa ofrece a sus clientes.

¿Cuál cree que ha sido principal problema en comunicación externa?

El principal problema de comunicación es que la mayor parte del tiempo no se trabaja en los procesos comunicativos, ya que se presentan otras actividades administrativas dejando de lado el tema de difusión y promoción de nuestros productos.

¿Es importante el fortalecimiento de la comunicación externa?

Es vital ya que ésta permitirá que la empresa logre exportar plantas ornamentales a otros países, ya que actualmente la empresa tiene presencia con clientes en Estados Unidos de Norte América, Japón, Italia, Alemania, China.

¿Cuál es la mayor dificultad para que se dé a conocer la empresa?

La atención a los clientes no se ha logrado dar a conocer la empresa, pero se necesita una pequeña campaña publicitaria y la visita directa de vendedores que estén organizados por regiones.

¿Considera factible un comunicador dentro de la empresa?

Lo considero necesario porque es la única manera que se podría tener a tiempo completo una puerta abierta entre la empresa y los clientes para que los clientes tengan la facilidad de hacer llegar sus reclamos o sugerencias.

Por años se ha trabajado con los mismos clientes y ellos se comunican por medio de correo electrónico

### **Tercera Entrevista**

Entrevista con uno de los Encargados de una de las Unidades Productoras, Sebastián L. Chingo

¿Por qué considera que es importante dar a conocer más a fondo los productos que ofrece la empresa?

Esto es importante para la empresa contar con plataformas digitales con contenidos comunicacionales acordes a la empresa, ya que con estos contenidos se da a conocer la empresa y los productos ornamentales que ofrece en el mercado.

El contar con una unidad de comunicación dentro de la empresa sería vital, ya que ésta se encargaría de crear contenidos para Facebook, y para la Página Web existente, con esto la empresa mantendría informados a sus clientes sobre sus productos y atraería a nuevos clientes.

¿Cree usted que es necesario que la empresa cuente con otras plataformas digitales?

Si sería muy vital ya que algunos amigos me han mencionado si la empresa cuenta con la plataforma Instagram, ya que han visto que da muchos frutos a corto plazo, y esto permitiría que los gerentes y empleados puedan capturar momentos únicos en los viveros como fotografías de las plantas que ofrecemos.

Hoy en día los clientes están sujetos a nuevas herramientas tecnológicas, que permiten canalizar específicamente en las redes sociales un método práctico y preferido para comunicarse. Se pretende que la empresa tome en cuenta que la comunicación externa es un factor importante para el cumplimiento de su Visión, de lo contrario se podría seguir viendo afectado en cuanto a su expansión y generación de recursos para funcionamiento.



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Examen Práctico Supervisado Licenciatura  
Año 2019



### FICHA DE LA ENTREVISTA

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Cargo:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** 08/02/2019 **Tipo de Entrevista:** Focalizada

**Objetivo de la entrevista:** Recopilar información sobre aspectos comunicacionales de la empresa.

1. ¿Cuáles es el principal obstáculo comunicacional externo que existe en la empresa?
2. ¿De qué manera considera que se pueden subsanar estos obstáculos?
3. ¿Cree que al contar con una oficina específica para el desarrollo de contenido comunicacional la empresa tuviera otro rol en el mercado de exportaciones?
4. ¿Por qué es importante que la empresa tenga medios de comunicación como redes sociales?
5. ¿Qué canal de comunicación utiliza respecto a los procesos que desarrolla la empresa?
6. ¿Considera que al reactivar los medios de comunicación externa de la empresa ayudaría a las relaciones comerciales con nuevos clientes?
7. ¿Cree que es necesario que la empresa desarrolle contenidos comunicacionales como videos, fotos, afiches, trifoliales para el crecimiento empresarial?

## Modelo de la Encuesta



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Examen Práctico Supervisado Licenciatura  
Año 2019



Dirección a la que Pertenece:

Puesto: \_\_\_\_\_ Sexo: F\_\_\_M\_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

A continuación se le presenta una serie de preguntas que tiene como fin realizar un diagnóstico Comunicacional de la Empresa de plantas ornamentales y exóticas ZION PLANTS, S.A.

**Instrucciones:** Califique el siguiente aspecto subraye o marque con una X la respuesta que aplique.

1. Es necesaria la Comunicación dentro y fuera de la Empresa.

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Porque: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. ¿Recibe capacitaciones o charlas dentro de la empresa?

SI \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

3. ¿Es accesible la Comunicación entre los jefes y trabajadores?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Porque: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. ¿Según su criterio la Empresa debería contar con una Dirección específica en Comunicación?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

5. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted conoce de la empresa?
- a) Página Web \_\_\_\_\_
  - b) Facebook \_\_\_\_\_
  - c) Whatsapp \_\_\_\_\_
  - d) Correo electrónico \_\_\_\_\_
  - e) Otros \_\_\_\_\_
6. ¿Cree que la Empresa deber mejorar su contenido comunicacional externo?
- Si \_\_\_\_\_
- No \_\_\_\_\_
7. ¿Está de acuerdo que la Empresa debe fortalecer sus redes sociales para alcanzar lo descrito en su Misión y Visión?
- Si \_\_\_\_\_
- No \_\_\_\_\_
8. ¿Crees que es necesario utilizar otras redes sociales de comunicación, para alcanzar un mayor crecimiento empresarial?
- Si \_\_\_\_\_
- No \_\_\_\_\_
9. ¿Qué medios de comunicación utiliza la empresa para comunicarse con los clientes y sus trabajadores?
- a) Página Web \_\_\_\_\_
  - b) Facebook \_\_\_\_\_
  - c) Whatsapp \_\_\_\_\_
  - d) Correo electrónico \_\_\_\_\_
  - e) Otros \_\_\_\_\_
10. ¿Cree que es necesario que la Empresa ponga más atención en la deficiencia en los canales de comunicación externa?
- Si \_\_\_\_\_
- No \_\_\_\_\_

11. ¿Considera que la reactivación de la comunicación externa de la empresa ayudaría a las relaciones comerciales con nuevos clientes?

Si \_\_\_\_\_  
 No \_\_\_\_\_

12. ¿Considera que con el fortalecimiento del contenido comunicacional externo, la empresa pueda llegar también a tener un crecimiento en el mercado local?

Si \_\_\_\_\_  
 No \_\_\_\_\_

### Matriz o Vaciado de la Encuesta

| Preguntas  | Resultados | Porcentajes |
|--|------------|-------------|
| <b>Personas Encuestadas: 10</b>  |            |             |
| <b>Sexo</b>  |            |             |
| Femenino   | 4          | 36%         |
| Masculino  | 7          | 64%         |
| <b>Edad</b>  |            |             |
| 20 a 25  | 1          | 6%          |
| 26 a 33  | 0          | 0%          |
| 34 a 41  | 7          | 82%         |
| 42 o más   | 2          | 12%         |
| <b>1. Es necesaria la Comunicación dentro y fuera de la Empresa.</b>                                 |            |             |
| Si   | 0          | 0%          |
| No   | 10         | 100%        |
| <b>2. ¿Recibe capacitaciones o charlas dentro de la empresa?</b>                                     |            |             |
| Si   | 1          | 10%         |
| No   | 9          | 90%         |
| <b>3. ¿Es accesible la Comunicación entre los jefes y trabajadores?</b>                              |            |             |
| Si   | 10         | 100%        |
| No   | 0          | 0%          |
| <b>1. ¿Según su criterio la Empresa debería contar con una Dirección específica en Comunicación?</b> |            |             |
| Si   | 9          | 90%         |

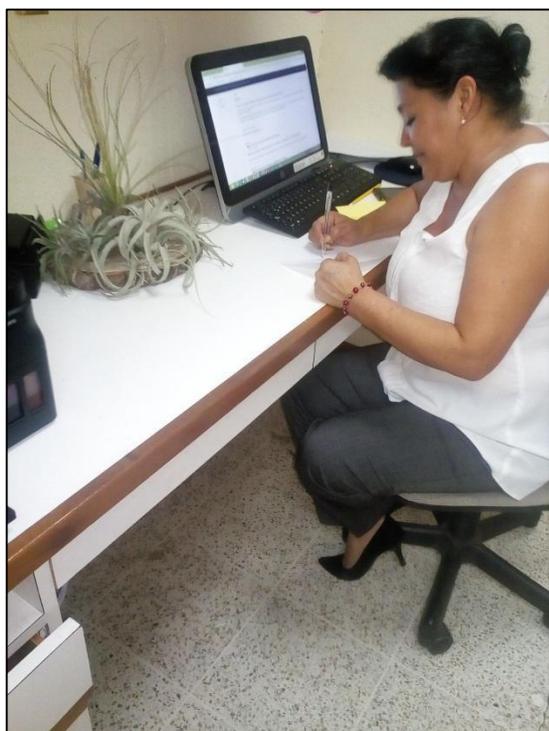
|  |    |      |
|--|----|------|
| No   | 1  | 10%  |
| <b>5. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted conoce de la empresa?</b>   |    |      |
| Página Web   | 10 | 35%  |
| Facebook   | 1  | 3%   |
| Whatsapp   | 10 | 34%  |
| Correo electrónico   | 8  | 28%  |
| Otro   | 0  | 0%   |
| <b>6. ¿Cree que la Empresa deber mejorar su contenido comunicacional externo?</b>  |    |      |
| Si   | 9  | 90%  |
| No   | 1  | 10%  |
| <b>7. ¿Está de acuerdo que la Empresa debe fortalecer sus redes sociales para alcanzar lo descrito en su Misión y Visión?</b>    |    |      |
| Si   | 9  | 90%  |
| No   | 1  | 10%  |
| <b>8. ¿Crees que es necesario utilizar otras redes sociales de comunicación, para alcanzar un mayor crecimiento empresarial?</b> |    |      |
| Si   | 10 | 100% |
| No   | 0  | 0%   |
| <b>9. ¿Qué medios de comunicación utiliza la empresa para comunicarse con los clientes y sus trabajadores?</b>                   |    |      |
| Página Web   | 0  | 0%   |
| Facebook   | 0  | 0%   |
| Whatsapp   | 10 | 50%  |
| Correo electrónico   | 10 | 50%  |
| Otros  | 0  | 0%   |
| <b>10. ¿Cree que es necesario que la Empresa ponga más atención en la deficiencia en los canales de comunicación externa?</b>    |    |      |
| Si   | 9  | 90%  |
| No   | 1  | 10%  |
| <b>11. ¿Considera que la reactivación de la comunicación externa de la</b>   |    |      |

|  |    |      |
|--|----|------|
| <b>empresa ayudaría a las relaciones comerciales con nuevos clientes?</b>  |    |      |
| Si   | 10 | 100% |
| No   | 0  | 0%   |
| <b>12. ¿Considera que con el fortalecimiento del contenido comunicacional externo, la empresa pueda llegar también a tener un crecimiento en el mercado local?</b> |    |      |
| Si   | 10 | 100% |
| No   | 0  | 0%   |

Fuente: DenysLancerio EPLS 2019

### Fotografías

Imágenes de Recolección de Información a cargo del Epesista, Denys Lancerio





Imágenes de Recolección de Información a cargo del Epesista Denys Lancerio

### Imágenes de ejecución de Plan Comunicacional



Elaboración de fotografías para las plataformas digitales que maneja la empresa Zion Plants S.A. a cargo del epesista Denys Lancerio.

## Resultados de la estrategia establecida



290 publica... 822 seguido... 1062 seguidos

Enviar men...  

Compras  
Airplantsの専門店.

5名のメンバーで活動中!  
チランジア100種類以上を取り揃えております。  
エアプランツを使ったワークショップも行なっていますのでお気軽にお問い合わせ下さい。  
園芸店様等、卸売も行なっております。

VER TRADUCCIÓN

ccg\_831, fifaiann, artillandsia y 9 más siguen esta cuenta

  
Past event

  
Past event

  
new in

  
new in

My name is Sou Konuma and I'm writing you from Japan.  
I have question regarding your product.

(1)Is it possible to purchase your product to Japan?  
(2)Do you accept credit card?  
(3)If you have no problem with (1) and (2), please send me your price list.  
(4)Please let me know a minimum of lot.

I look forward from hearing from you soon.  
Best regards.

Contactos a través de la plataforma digital Instagram.

## Creación de material impreso para la empresa Zion Plants S.A.



¡ENCUENTRA  
LOS ORNAMENTOS  
Perfectos PARA DECORAR!

**ZION**  
Plants

16 Calle 7-49 Zona 13 Colonia Aurora I,  
Ciudad de Guatemala, Guatemala  
2251-3449  
info@zionplant.com  
www.zionplant.com



La Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales de Guatemala ZION PLANTS, S.A., se estableció en Guatemala, en Agosto de 2004 como un concepto diferente para producir y comercializar plantas ornamentales con las normas más estrictas de calidad, contando con un buen sistema de distribución y servicio al cliente.

Con su establecimiento en Guatemala Zion Plants, S.A., se convierte en una nueva forma de hacer negocios en el mercado de plantas ornamentales tanto a nivel nacional como internacional.

La profesionalidad y las altas de experiencia de la compañía, hacen que cada miembro, importador y productor se unan a este gran equipo para trabajar e innovar.

**Misión**

ZION PLANTS, S.A. es la empresa dedicada a producir y comercializar plantas ornamentales y exóticas, con el fin de satisfacer y suministrar a nuestros clientes las mejores plantas, convirtiéndose así en la mejor alternativa en calidad, atención y servicio, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes a nacional e internacional.

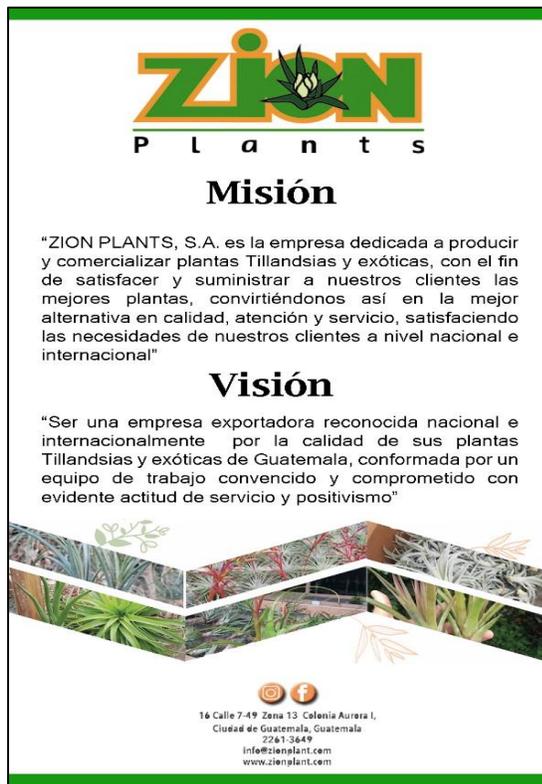
**Visión**

Ser la mejor empresa exportadora de plantas ornamentales y exóticas en Guatemala, generando gran rentabilidad en la región Centro Americana y el Mundo.

**PLANTAS ORNAMENTALES**

- Argentea
- Barbosa
- Cirivata
- Jonasha Rubra
- Juncifolia
- Pollicata
- Utroneides Grey
- B. Bialia
- Capitata-Rubra
- Fasciculata
- Jonasha Scaposa
- Magnosana
- Salicaria
- Aeneoglyphica
- B. Multiflora
- Caput Medusae
- Filifolia
- Juncosa
- Melanoceator
- Steptophylla

Creación de identidad Empresarial para la empresa y sus viveros, a cargo del Epesista.



## Logros

A través del proyecto ejecutado la empresa Zion Plants S.A., logro dar a conocer y exportar sus plantas Thillandsias, llegando al mercado internacional (Argentina).



## Cotizaciones



(502) 7763-5109  
(502) 5929-5024

Facebook /cucaramacarapublicidad  
www.cucaramacara.net

14 Calle A 0-33 Zona 7, Casa #15, Condominio Los Arcos  
Camino a Olinitepeque, Quetzaltenango, Guatemala C.A.

Quetzaltenango 13 de Julio 2019

Señor Ariel Lancerio

Presente

Por medio de la presente someto a su criterio la siguiente cotización

| Cantidad | Descripción  | Total |
|----------|--|-------|
| 1        | Impresión de Manta Vinilica de 2x1 mts. full color | 80.00 |
|          |  |       |

Lona de 13 onzas brillante, full color.

Quedo a sus ordenes esperando una respuesta favorable.

correo donde puede enviar el archivo para impresión [cucaramacaragt@gmail.com](mailto:cucaramacaragt@gmail.com)

Carlos Ramírez  
4348-5605 7763-5109

Quetzaltenango 13 de Julio 2019

Señor Ariel Lancerio

Presente

Por medio de la presente someto a su criterio la siguiente cotización

| Cantidad | Descripción                                      | Total      |
|----------|--|------------|
| 1000     | Trifoliales a Full Color papel couche sin Barniz | Q. 1500.00 |
| 1000     | Trifoliales a Full Color papel couche con Barniz | Q. 1800.00 |

Quedo a sus ordenes esperando una respuesta favorable.

correo donde puede enviar el archivo para impresión cucaramacaragt@gmail.com

Carlos Ramírez  
4348-5605 7763-5109

# Ficha de Registro de Practicas.



**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):** Denys Ariel Lancerio Hernández  
**No. Carné y DPI:** 200916753 DPI: 1998191650101  
**Jeфе o Encargado (a):** Licenciado Jerónimo L. Chingo  
**Institución o Empresa:** Zion Plants, S.A.  
**Supervisor de EPSL:** M.A. Evelin Hernández

| Sem. No.                                      | Fechas          | MES          | HORAS PRACTICADAS |      |       |      |      |      | Total horas en la Semana |
|---|-----------------|--------------|-------------------|------|-------|------|------|------|--------------------------|
|   |                 |              | Lun.              | Mar. | Mier. | Jue. | Vie. | Sáb. |                          |
| 1   | Del: 14/ Al: 18 | Mayo         | x                 | 6    | 6     | 6    | 6    | 6    | 30 horas                 |
| 2   | Del: 20/ Al: 25 | Mayo         | 6                 | 6    | 6     | 6    | 6    | 6    | 36 horas                 |
| 3   | Del: 27/ Al: 01 | Mayo / Junio | 6                 | 6    | 6     | 6    | 6    | 6    | 36 horas                 |
| 4   | Del: 03/ Al: 08 | Junio        | 6                 | 6    | 6     | 6    | 6    | 6    | 36 horas                 |
| 5   | Del: 10/ Al: 15 | Junio        | 6                 | 6    | 6     | 6    | 6    | 6    | 36 horas                 |
| 6   | Del: 17/ Al: 22 | Junio        | 6                 | 6    | 6     | 6    | 6    | 6    | 36 horas                 |
| 7   | Del: 24/ Al: 28 | Junio        | 6                 | 6    | 6     | 6    | 6    | x    | 30 horas                 |
| 8   | Del: 02/ Al: 06 | Julio        | x                 | 6    | 6     | 6    | 6    | 6    | 30 horas                 |
| 9   | Del: 08/ Al: 13 | Julio        | 6                 | 6    | 6     | 6    | 6    | 6    | 36 horas                 |
| 10  | Del: 15/ Al: 16 | Julio        | 6                 | 6    | x     | x    | x    | x    | 12 horas                 |
| <b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b> |                 |              |                   |      |       |      |      |      | <b>318 hrs.</b>          |

(f)   
 Licenciado Jerónimo L. Chingo  
 Gerente de Producción - Zion Plants, S.A.

(f)   
 M.A. Evelin Hernández - Supervisor EPS



**Lista de Acciones:**

| <b>Actividad</b>  | <b>Realizada</b> | <b>No realizada</b> | <b>Descripción</b>   |
|---|------------------|---------------------|--|
| <b>Fortalecer imagen Institucional</b>                          | <b>X</b>         |                     | Se implementó una cantidad de 50 fotografías de las plantas Tillandsias y exóticas que produce la empresa para las plataformas Digitales de la Empresa   |
| <b>Implementación o creación de cuenta Instagram</b>            | <b>X</b>         |                     | Se implementó la cuenta para todo público interesado en el producto por medio de la tecnología, fueron beneficiados 3 personas en el transcurso de un mes logrando así las relaciones comerciales con nuevos clientes en Japón y Argentina. Teniendo un alcance de 102 seguidores en cuanto a las visitas a la cuenta. |
| Creación de trifoliales para fortalecer la imagen institucional | <b>X</b>         |                     | Se entregaron 1000 trifoliales a la empresa Zion Plants, S.A.  |
| Instalación de mantas vinílicas con la identidad empresarial    | <b>X</b>         |                     | Se instaló las mantas vinílicas informativas con la identidad empresarial de la empresa, obtuvo un alcance del 100% con visibilidad para los administrativos y nuevos clientes.  |