

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



**“CREACIÓN DE DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN, FORTALECIMIENTO DE
COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, Y POSICIONAMIENTO DE MARCA A
NIVEL DIGITAL DE CONECTA INSTALACIONES ELECTROMECAÑICAS, S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MARÍA JOSÉ PORTALES

CARNÉ 200916326

Previo a optar por el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Septiembre de 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 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



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

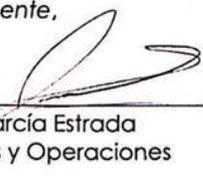
Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epesista **MARÍA JOSÉ PORTALES** con número de carné: **200916326** 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 **LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN** cumpliendo con 334 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: "**CREACIÓN DE DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN, FORTALECIMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, Y POSICIONAMIENTO DE MARCA A NIVEL DIGITAL DE CONECTA INSTALACIONES ELECTROMECÁNICAS, S.A.**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **CONECTA INSTALACIONES ELECTROMECÁNICAS, S.A.**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de 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,

Firma y sello


José Manuel García Estrada
Gerente de Ventas y Operaciones





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



Guatemala, 2 de octubre de 2019

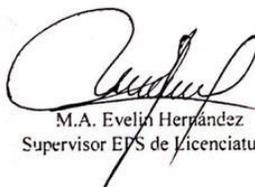
Estudiante
María José Portales
Carné: 200916326
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

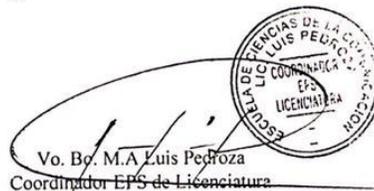
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **"CREACIÓN DE DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN, FORTALECIMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, Y POSICIONAMIENTO DE MARCA A NIVEL DIGITAL DE CONECTA INSTALACIONES ELECTROMECÁNICAS, S.A"**. 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. Bo. 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

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por regalarme vida y luz para poder iniciar, ejecutar y finalizar mi proyecto.
- A MAMA JULIA Y PAPA CARLOS:** Por siempre darme el amor y el apoyo durante toda mi vida, enseñarme con valores y fomentar en mí la perseverancia y lucha.
- A MI ESPOSO:** Por ser mi apoyo incondicional, mi fuerza y mi guía. Por regalarme aprendizajes profesionales y de vida.
- A MIS HERMANAS:** Para que luchen cada día por sus sueños.
- A MI FAMILIA:** A mis papás, a mis suegros y mis cuñadas, por brindarme su apoyo y ánimo.
- A CONECTA INSTALACIONES ELECTROMECAÑICAS, S.A.:** Por abrirme las puertas de la empresa para poder realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, y sobretodo, por creer en mí para generar un cambio.
- A MIS AMIGOS Y AMIGAS:** Por escucharme, comprenderme, animarme y darme su apoyo.

AGRADECIMIENTOS

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA**

Por darme la oportunidad de ser mi alma máter.

**ESCUELA DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Por formarme durante estos años para ser una comunicadora profesional y responsable.

M.A. LUIS ARTURO PEDROZA

Por ser nuestro guía durante todo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

M.A. EVELIN HERNÁNDEZ

Por asesorarme desde el primer día durante este trayecto.

**JUAN FRANCISCO GARCÍA y JOSÉ
MANUEL GARCÍA**

Por su apoyo profesional.

LIC. GUILLERMO BARRIOS:

Por compartirme sus conocimientos y asesoría profesional durante todo este trayecto.

Índice

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACION	IV
CAPÍTULO 1	1
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. Objetivo General	1
1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. La Institución.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o dependencias	3
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión.....	4
1.2.7. Objetivos Institucionales	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	7
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	9
1.4. Recopilación de Datos	10
1.4.1. Ficha de las Entrevistas	10
1.4.1.1. Modelo de Primera Entrevista	10
1.4.1.2. Modelo de Segunda Entrevista.....	11
1.4.2. Resultados de Entrevistas.....	13
1.4.3. Tablas Comparativas	16
1.4.4. Guía de Observación en Grupo	16
1.5. Radiografía de la Institución.....	21
1.5.1 Fortalezas.....	21

1.5.2. Oportunidades.....	22
1.5.3. Debilidades	22
1.5.4. Amenazas.....	23
2. Plan De Comunicación	24
2.1. Antecedentes Comunicacionales.....	24
2.2. Objetivos de Comunicación	25
2.2.1. Objetivo General.....	25
2.3. Público Objetivo.....	26
2.4. Mensaje	26
2.5. Estrategias	26
2.6. Acciones de Comunicación.....	28
- Boceto de Manual:.....	31
CAPÍTULO 3.....	42
Informe de Ejecución.....	42
3.1. Proyecto Desarrollado	42
3.1.1. Financiamiento	42
3.1.2. Presupuesto.....	43
3.1.3. BENEFICIARIOS	44
3.1.4. Recursos Humanos	44
3.1.5. Áreas Geográficas De Acción	45
3.2. Estrategias Y Acciones Desarrolladas.....	46
3.3. Cronograma de Actividades	59
3.4. Control y Seguimiento	61
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES.....	66
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	67
BIBLIOGRAFÍA	70
ANEXOS	71
Transcripción Completa de las Entrevistas	71
Entrevista a Juan Francisco García Morales – Dueño, fundador y Gerente General de CONNECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.	71
Entrevista a José Manuel García - Gerente de Operaciones de CONNECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.	73

Modelo de la Entrevista..... 81
 Modelo de la Entrevista a Gerente General..... 81
 Modelo de la Entrevista a Gerente de Operaciones..... 82
10.3 Fotografías.....83

RESUMEN

- Nombre de la Institución:** CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.
- Nombre del Proyecto:** “Creación de Departamento de Comunicación, Fortalecimiento de Comunicación Interna y Externa, y Posicionamiento de Marca a nivel digital de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.”.
- Objetivo General:**
- Mejorar la calidad de comunicación interna y externa de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.
- Objetivos Específicos:**
- Posicionar la marca en la mente del consumidor.
 - Reforzar el conocimiento de productos y servicios a público objetivo.
 - Fortalecer la comunicación interna de la empresa.
- Sinopsis:**
- En este proyecto se ejecutó la creación del Departamento de Comunicación de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. para poder fortalecer la comunicación interna dentro del Staff Administrativo, brindando herramientas que les permitió mejorar la comunicación profesional entre ellos mismos para conocer y estar actualizados en los avances de cada uno de sus proyectos. Y mejorar también la comunicación externa para brindar un seguimiento correcto a cliente y/o proveedor.
- También se gestionó la creación de redes sociales y envió de mailings para iniciar con una campaña de posicionamiento de marca que le permitiera dar a conocer a su grupo objetivo y público en general el perfil de la empresa, productos, servicios y equipos.

INTRODUCCIÓN

La Comunicación Profesional dentro de la administración corporativa debe ser un pilar, ya que de ella radica el brindar un mensaje correcto, efectivo e inmediato para poder gestionar actividades y/o proyectos dentro de la empresa, como con sus clientes o proveedores, para que se pueda llevar un seguimiento correcto tanto de la imagen de la empresa, como de su planteamiento de objetivos.

Es por ello, que para CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. se trabajó, en este Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura un plan comunicacional que le permitiera tener un Departamento de Comunicación para mejorar y fortalecer la comunicación dentro del personal de la empresa, pudieran comprenderse mejor entre ellos mismos, y sobre todo, que todos pudieran conocer mejor la estructura de la empresa, perfil, imagen de marca y darle un seguimiento correcto a cada proyecto, sin interrumpir el trabajo del otro.

Al igual que posicionar la marca dentro del público guatemalteco y grupo objetivo dentro de su mercado a nivel de redes sociales y plataformas digitales, ya que a pesar de contar con más de 25 años de experiencia y trabajando en proyectos de renombre, no generaban alcance tanto de la marca, como de su imagen, y de sus servicios.

Para plantear las propuestas, estrategias y acciones del plan comunicacional, se trabajó primero un diagnóstico que permitió conocer las carencias y déficit a nivel de comunicación profesional, para convertirlos luego en oportunidades y plantearlos en objetivos que le permitiera a la empresa/marca mejorar.

Se utilizaron herramientas cualitativas como la encuesta para poder recabar información, al igual que la observación, que permitía de una manera directa presenciar cuáles eran las problemáticas que se estaban teniendo a nivel interno y externo relacionado a la comunicación profesional.

El desarrollo de las acciones fueron empleadas de manera efectiva ya que el staff administrativo se vio todo el tiempo dispuesto a querer mejorar en el tema y utilizaron las herramientas brindadas para dar inicio a una mejor comunicación dentro de la empresa, y sobre todo, porque dentro de las acciones para dar a conocer perfil y servicio, uno de los cliente solicitó una cotización inmediata para un proyecto mediano grande a nivel de ingeniería electromecánica.

JUSTIFICACION

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en su Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura tiene como objetivo mejorar la calidad de comunicación en cualquier empresa, proyecto o lugar dentro de Guatemala, para poder aportar a nivel profesional con planteamientos, acciones y soluciones que permitan avanzar de manera efectiva en el ámbito comunicacional.

En esta ocasión, el proyecto fue realizado en CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A., empresa dedicada a Ingeniería Electromecánica y de Obra Civil, con más de 25 años de experiencia y trabajando en proyectos de alto nivel en Guatemala. Sin embargo, desde sus inicios no contaban con una guía o base a nivel de comunicación profesional que les ayudara con la imagen de la empresa, y con su comunicación interna y externa.

Por eso, se gestionó un diagnóstico que permitiera conocer las faltas que estaban teniendo de manera comunicacional, y a través de él, se presentaron acciones que fueran oportunidades de solución para un fortalecimiento de comunicación interna, externa y de posicionamiento de marca.

A raíz de eso, se creó el plan comunicacional para llevar a cabo las acciones que le permitiría tener mayor acercamiento entre ellos mismos y con su público objetivo.

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO

1.1. Objetivo General

Diagnosticar problemas de comunicación en Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A.

1.2. Objetivos Específicos

- Detectar fallas de procesos de comunicación dentro de la empresa, tanto en colaboradores como en imagen corporativa.
- Conocer el por qué no hay departamento de comunicación en la empresa.
- Evaluar los procesos y canales de comunicación que utiliza la empresa a nivel interno y externo.

1.2. La Institución

CONNECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.

1.2.1. Ubicación Geográfica

10 avenida A 2-13 Santa Isabel III zona 6, Guatemala, Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Por el momento no existe alguna.

1.2.3. Antecedentes o Historia

CONECTA es una empresa que lleva en el mercado más de 25 años, inició como una empresa dedicada a la ejecución de proyectos del ámbito eléctrico y a lo largo de su trayectoria ha incursionado en el tema de ejecución de proyectos de obra civil y también estudios de calidad de energía y auditorías del mismo índole.

Responsabilidad y cumplimiento ante todo. Creemos en que el éxito de cada proyecto lo determina la entrega y el cumplimiento de tiempos, cruciales para generar una experiencia positiva y reincidente.

Contamos con el respaldo de más de 25 años en el mercado, atendiendo empresas tanto a nivel nacional como internacional. En el 2018 la empresa pasó a ser Sociedad Anónima.

Nuestros servicios:

- Diseño y planeación de sistemas eléctricos: Comerciales y Residenciales
- Ejecución de proyectos eléctricos: Comerciales y Residenciales
- Ejecución de proyectos de obra civil: Comerciales y Residenciales
- Ejecución de proyectos electromecánicos: HVAC, vapor, aire comprimido, agua caliente, etc.
- Estudios de calidad de energía eléctrica
- Estudios de calidad de tierra física

- Planificación y mantenimiento predictivo eléctrico y mecánico
- Suministro de equipos y materiales eléctricos

Proyectos Trabajados:

- Edificio Tiffany Quinta Avenida, Torre Norte, Ciudad de Guatemala.
- Edificio Meridian, Zona 15, Vista Hermosa 1, Ciudad de Guatemala.
- Edificio Castalia, Zona 15, Ciudad de Guatemala.
- Reina Sofía, Diagonal 6, zona 10, Ciudad de Guatemala.
- SEARS Quetzaltenango, Centro Comercial Pradera.
- Universidad Mesoamericana, Zona 8, Ciudad de Guatemala.
- Centro Comercial Los Próceres, Zona 10, Ciudad de Guatemala.
- Condominio Broken Sound, Zona 10, Ciudad de Guatemala.
- Clínica Dr. Gramajo, Quetzaltenango.
- Centro Comercial El Campanario, Zona 10, Ciudad de Guatemala.

1.2.4. Departamentos o dependencias

- **Gerencia General**

Departamento encargado de la administración general de la empresa, administración de planilla general, ventas, finanzas.

- **Departamento de Operaciones/Comercial**

Departamento encargado de velar por las ventas de la empresa y que las mismas cumplan con los márgenes de ganancia esperados.

- Otros puestos:

Encargado de proyectos: Administra los recursos de cada proyecto, tales como: materiales, personal operativo, caja chica, etc.

Supervisores de obra: Cada supervisor tiene como tarea encargarse de que las instalaciones queden ejecutadas tal como se indican en los planos constructivos cumpliendo con cada detalle y norma técnica.

Personal técnico: Ejecutar las tareas que el supervisor de obra le asigna, debe de cumplir con las metas del día y la calidad de instalación necesaria.

1.2.5. Misión

Brindar el mejor servicio a nuestros clientes elaborando proyectos de obra civil y electromecánicos de la más alta calidad, que cumplan las normativas de buenas prácticas de ingeniería nacional e internacional. Contando con profesionales de experiencia y con equipos de la más alta tecnología para dar la solución óptima a los problemas y proyectos de nuestros clientes.

1.2.6. Visión

Ser la empresa que brinde el mejor servicio a nuestros clientes de la región, ser la opción número uno para la elaboración de proyectos en el ámbito de ingeniería.

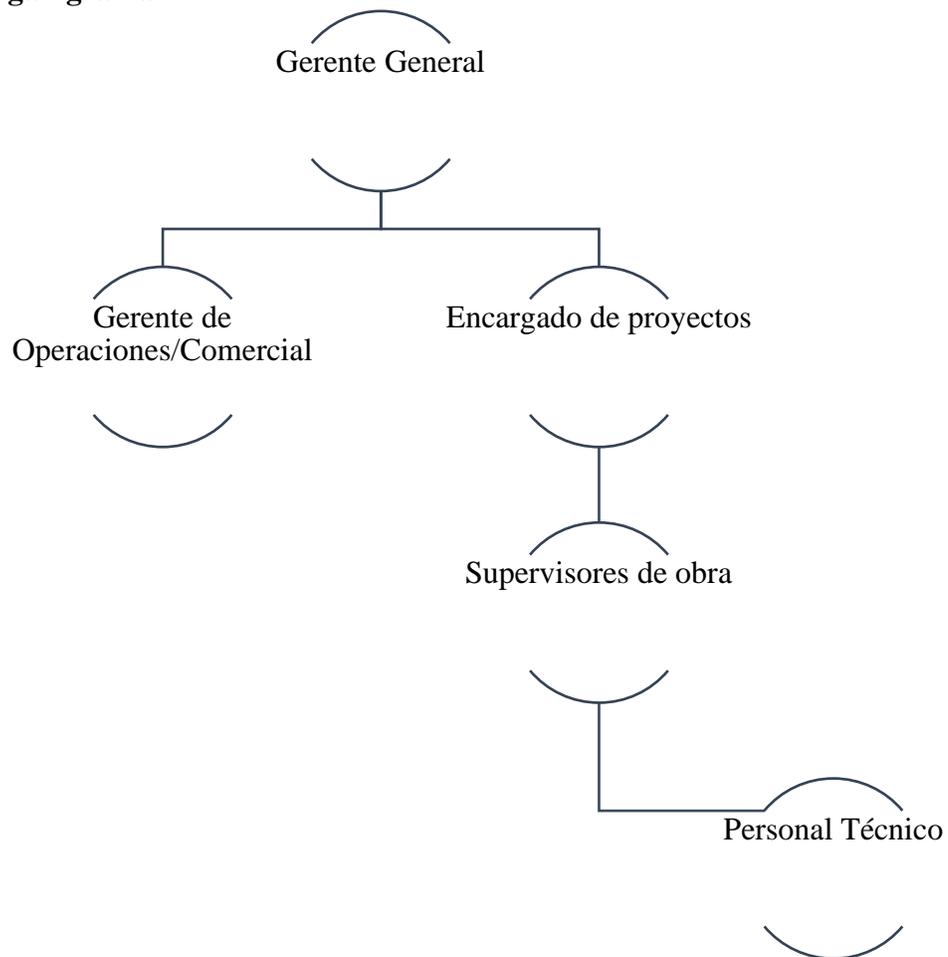
1.2.7. Objetivos Institucionales

No cuentan o no han creado un objetivo general, ni específicos a nivel institucional.

1.2.8. Público Objetivo

- Grandes y medianos desarrolladores inmobiliarios
- Centros Comerciales
- Tiendas Departamentales
- Industria en general
- Público en general

1.2.9. Organigrama



*Organigrama proporcionado por Ingeniero José Manuel García Estrada, Gerente de Operaciones/Comercial de CONECTA Instalaciones Electromecánicas S.A.

1.3. Metodología

1.3.1. Descripción del Método

Este diagnóstico comunicacional se realizó de manera profesional a través del método científico, que permitió recabar datos para poder conocer cuáles son las verdaderas problemáticas de comunicación que tiene CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.

Se trabajó desde un enfoque cualitativo, que permitió observar, analizar, conocer, determinar la problemática de primera mano, basado en experiencias iniciales y actuales de los protagonistas de la empresa, para luego poder interpretar en base a resultados los inconvenientes que se presenta en la empresa.

“En la aproximación cualitativa hay una variedad de concepciones o marcos de interpretación, que guardan un común denominador: todo individuo, grupo o sistema social tiene una manera única de ver el mundo y entender situaciones y eventos, la cual se construye por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia, y mediante la investigación, debemos tratar de comprenderla en su contexto”. (Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Observación

“La observación directa es cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno que trata de investigar”. (Sanjuan, 2011)

En este caso hubo participación directa en varias reuniones del equipo administrativo de la empresa, lo que permitió conocer cómo se desenvolvían entre ellos mismos, cómo se comportan en cada una de las etapas de los proyectos a trabajar. Y lo más importante, cómo de manera empírica manejan la comunicación a nivel individual y a nivel profesional.

Ya que en la observación directa fue una observación participante, se utilizó una herramienta que fue útil para poder anotar y detallar cada actividad y comportamientos de los participantes del equipo administrativo de la empresa, en este caso fue un cuaderno, dando facilidad a anotar de manera detallada cada paso, gesto, materiales que utilizaban, expresiones, etc.

Y dentro de las actividades realizadas se tuvo la oportunidad de poder observar y analizar de manera individual a cada participante, para conocer si contaban con alguna estructura metodológica profesional para comunicarse de manera interna en la empresa, y externa con su cliente.

También hubo una observación indirecta, ya que se tuvo la oportunidad de ver formatos antiguos, escritos, cuadernos de la empresa, sitio web y ciertos correos electrónicos

proporcionados por el Gerente de Operaciones, para conocer la manera de comunicarse con cliente y con colaboradores.

Entrevista

Para obtener respuestas más certeras desde la propia experiencia de los participantes del equipo administrativo, se emplearon entrevistas para conocer los antecedentes a nivel de comunicación dentro y fuera de la empresa. “Ya que en la investigación de campo buena parte de los datos obtenidos se logran por entrevistas”. (Diéguez, 2006)

Las entrevistas fueron realizadas al dueño, fundador y Gerente General, y al Gerente de Operaciones de la empresa. Al Jefe de Supervisión de Obras no se pudo realizar la entrevista debido a que contaba con poco tiempo y actividades importantes de la empresa para realizarlo.

En las entrevistas se pudo conocer la experiencia de cada uno, desde que inició su participación dentro de la empresa, y todas las actividades que han ido implementando para el desarrollo de la misma. Se utilizaron preguntas abiertas para que de manera exponencial pudieran expresar cuáles han sido los aciertos y fallos que han tenido al momento de toma de decisiones.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Actividad	17/01	19-27/01	28-31/01	1-4/02	5-10/02	12/02
Solicitud de trabajo de EPSL a CONECTA Instalaciones Electromecánicas						
Establecer objetivos						
Identificación de Metodología						
Observación directa en reuniones (a nivel equipo)						
Acceso a material de la empresa						
Realización de preguntas para entrevista						
Realización de entrevistas						
Recopilación de datos de entrevistas						
Recopilación de todos los datos						
Análisis de datos						
Redacción de Diagnóstico Comunicacional						

Elaboración de Diagnóstico						
Entrega de Diagnóstico						

1.4. Recopilación de Datos

1.4.1. Ficha de las Entrevistas

1.4.1.1. Modelo de Primera Entrevista

Nombre:	Juan Francisco García
Empresa:	CONNECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.
Cargo:	Gerente General
Fecha:	28 de enero de 2019
Preguntas:	

1. ¿Cuántos años tiene CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. de estar funcionando?
2. ¿Cómo nace CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.?
3. Cuántas personas laboran aproximadamente en la empresa?
4. ¿Cómo cree usted que es la comunicación entre sus compañeros y los departamentos que existen en la empresa?
5. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros de empresa?
6. ¿Cree necesario crear un departamento de Comunicación? ¿Por qué?
7. ¿Qué le gustaría mejorar en la empresa para mejorar la comunicación?

1.4.1.2. Modelo de Segunda Entrevista

Nombre:	José Manuel García
Empresa:	CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.
Cargo:	Gerente de Operaciones
Fecha:	28 de enero de 2019
Preguntas:	

1. ¿Cuántos años lleva laborando en CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.?
2. ¿Cómo nace CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.?
3. ¿Cuántas personas laboran aproximadamente en la empresa?
4. ¿Cómo cree usted que es la comunicación entre sus compañeros y los departamentos que existen en la empresa?
5. ¿Por qué cree que no existe un departamento de Comunicación en la empresa?
6. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros de empresa?
7. ¿Cree necesario crear un departamento de Comunicación? ¿Por qué?
8. ¿Cree usted que puede contar con el compromiso de sus compañeros, o de las personas que laboran dentro de la empresa para poder mejorar la comunicación?
9. ¿Han tenido o han realizado alguna labor de comunicación externa para dar a conocer la empresa?
10. ¿Hay alguien dentro de la empresa o hay alguna persona asignada que corresponde directamente las labores de darle el seguimiento a esa imagen, o por ejemplo me comenta el tema del sitio web?
11. ¿Qué le gustaría mejorar de la empresa en temas de comunicación o qué le gustaría proyectar?
12. ¿También hay comunicación con las demás personas que laboran en esos proyectos?

1.4.2. Resultados de Entrevistas

CONECTA Instalaciones Electromecánicas S.A. lleva funcionando 34 años en el mercado de la Ingeniería Eléctrica y Civil. Con el paso de los años han logrado entrar a proyectos que les ha permitido tener un grupo numeroso (en relación a la demanda del trabajo) de colaboradores como albañiles y electricistas.

Sin embargo, desde un inicio el equipo administrativo contaba únicamente con dos personas quienes se encargaban de las actividades dentro y fuera de la empresa, y con el cliente final. Hasta el año pasado que ingresó un nuevo miembro, permitiendo delegar las diferentes tareas administrativas a los tres principales colaboradores.

Esto ha permitido que puedan enfocarse más en las tareas de ingeniería, pero del análisis del último año en cuanto a tomas de decisiones se han percatado que por factores ajenos a la propia empresa como temas económicos y políticos a nivel nacional e internacional ha afectado la demanda de proyectos en el país, generando menos ingresos en relación a años anteriores, y perdiendo oportunidades dentro de la demanda del mercado en Guatemala.

Tanto el Gerente General y el Gerente de Operaciones de la empresa admitieron que parte de la pérdida de proyectos no es por la mala calidad de servicios y productos que ofrecen, sino por la poca comunicación que mantienen dentro de los mismos colaboradores, en este caso el equipo administrativo, y el poco posicionamiento de marca que tienen en relación a su competencia y/o cliente potencial final.

“Entendemos por situación de comunicación la manera en que se comunica dentro de determinado espacio social, sea éste una familia, un aula, una institución educativa, una organización”. (Castillo, 1996)

Admitieron que dentro de las reuniones que se pueden programar de manera semanal o quincenal, no se rigen a métodos de comunicación que les facilite tener la información a todo el equipo. La única vía de comunicación es la verbal, o en todo caso escrita a través de la aplicación móvil WhatsApp, y esto ha dado como resultado que cada miembro del equipo administrativo trabaje de manera independiente, y no integral que permita sacar adelante a la empresa, y sobre todo, tener conocimiento de los proyectos que están realizando y estar en sintonía.

“Las organizaciones no pueden existir sin comunicación. (...) La coordinación del trabajo es imposible. La cooperación también se torna imposible porque la gente no puede comunicar sus necesidades y sentimientos a otros. Podemos decir con seguridad que todo acto de comunicación influye de alguna manera en la organización”. (Publicaciones Vértice S.L., 2008)

Reconocieron también que si han logrado estar en proyectos es gracias a la trayectoria que tiene la empresa, sin embargo, han visto que dentro de su giro de negocio muchas empresas han logrado posicionarse, dando a conocer quiénes son, sus valores y sus servicios, a pesar que ellos no alcanzan la calidad de trabajo que CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. brinda.

Dado a este corto análisis que el Gerente de Operaciones realizó de manera empírica en relación a su competencia en cuanto a la imagen corporativa de la empresa, instó a todo el equipo a realizar un cambio en logo, portafolio de trabajo y a crear un sitio web. Pero dado el poco conocimiento que tiene del tema y la falta de tiempo por tener un interés mayor en trabajo de campo, no ha podido darle seguimiento.

La preocupación es la baja demanda de proyectos en la actualidad, y sobre todo, el no ganarlos por no contar con mayor presencia de marca dentro del mercado. Nunca antes habían considerado tener a una persona encargada en el tema para poder dar el seguimiento tanto en comunicación interna, crear una logística y métodos que faciliten la comunicación entre los miembros ya que creían que únicamente de manera verbal podían solucionar ciertas problemáticas.

Pero pudieron percibir que por no contar con una manera formal de comunicarse, se perdía información valiosa que les hubiera permitido poder ganar un proyecto, o poder entenderse mejor tanto como profesionales, como con el cliente. Y saben que existen plataformas donde pueden implementar la información sobre la empresa y sus servicios, pero desconocen cuáles son, cuáles pueden ser más funcionales y cómo utilizarlas a nivel profesional.¹

“El entorno de negocios es, y seguirá siendo, muy complejo, cambiante e impredecible. Para sobrevivir en él, las organizaciones tienen que llevar a cabo cambios dramáticos en su cultura, en su estructura y en sus procesos”. (Andrade, 2005)

¹ Las respuestas de las entrevistas se encuentran en Anexos para visualizarla una por una.

1.4.3. Tablas Comparativas

Puntos de Encuentro	Puntos de Disenso
No hay buena comunicación de manera interna y externa.	Utilizar la comunicación verbal como única vía.
No cuentan con conocimientos de Comunicación Profesional, ni asesoría de la misma.	No dan seguimiento a Imagen Corporativa y Sitio Web en conjunto.
Desconocen el trabajo de cada uno en ciertos momentos del año.	No todos los miembros del equipo utilizan los mismos medios para comunicarse.
No se le da seguimiento a temas tocados en reuniones anteriores, ni se deja nada por escrito, como una minuta.	
El trabajo de campo les demanda tiempo y atención para ocuparse en otros temas.	

1.4.4. Guía de Observación en Grupo

Fecha:	19 de enero 2019
Hora:	07:30 a.m.
Actividad:	Reunión para Supervisión de Proyecto
Participantes:	Gerente General, Gerente de Operaciones y Supervisor de Obras
Observación:	

- Utilizan otro lugar (aparte de la oficina principal) para realizar las reuniones. Es una oficina secundaria.
- Solo una persona tiene acceso físico a planos e información.
- No cuentan con un manual interno para uso de jerga, señalizaciones, servicios, costos y manera de trabajar.
- No se identifican con la imagen de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.
- No utilizan el espacio en la nube para colocar datos de proyectos y esté al alcance para todo el equipo.
- No agendan reuniones de manera formal.
- No manejan frecuentemente el correo electrónico de la empresa, ni cuentan con un prototipo de mensaje como institución.
- Tienen firmas digitales pero no todos los miembros administrativos lo utilizan.
- No utilizan cartapacios, ni folders, lo que no les permite tener guardada la información.
- No cuentan con herramientas a la mano que les facilite el compartir la información, como un USB.
- Se pierde la comunicación entre equipo administrativo, se generan lagunas.
- No cuentan con una base de datos de clientes y proveedores. Los datos los almacenan de manera informal.

- El lugar de trabajo no se encuentra ordenado para iniciar a laborar.
- No manejan o no tienen estipulado en qué formato convertir planos, ejemplo PDF o DWG (Autocad).
- Al ver un archivo en digital (en reuniones) no hay manera que otros participantes vean los archivos, no logran proyectarlos y la comunicación se corta y/o pierde.
- No tienen fechas o días estipulados para el envío de cotizaciones por lo que pierden oportunidad de contacto con cliente y posicionamiento.
- No guardan la información compartida, no toman notas de toda la comunicación realizada en reuniones.
- No manejan minutas, ni records en reuniones con otros proveedores y/o clientes. Ni con ellos mismos.
- No dan a conocer todos los servicios con los que cuenta la empresa y genera que el cliente desconozca y no les contrate.
- No se insiste en charlas frecuentes al personal técnico una vez estando en obra. Se realiza una vez iniciado el proyecto, solamente.
- No cuentan con matriz de riesgo establecida directamente para y por la empresa.

1.4.5. Resultados de Observación

Una vez habiendo observado a todo el equipo administrativo de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. junto, se pudo percatar en primera instancia que no se encuentran identificados a nivel institucional, y no le dan la relevancia a la nueva imagen corporativa que se ha intentado implementar desde el año pasado, debido a que no han tenido la costumbre o el hábito desde años anteriores de utilizar uniforme (solo al equipo técnico durante su estadía laboral en proyectos).

Las reuniones no son programadas de manera formal para conocer el seguimiento de proyectos que tienen en marcha, o de nuevas oportunidades. Solamente se realizan si algún miembro del equipo convoca porque ve la necesidad de comunicarse, lo cual, al momento de reunirse y tocar ciertas temáticas de trabajos realizados desconocen en su mayoría lo que se estaba haciendo.

Utilizan más las reuniones como una actualización de status laboral, pero se realizan una vez cada mes y medio, lo que perjudica que estén al pendiente y tengan la oportunidad de comunicarse entre ellos para brindarse apoyo o generar nuevas ideas.

No cuentan con un manual interno que les permita conocer el proceso o metodología de comunicación, tanto en señalización de actividades o estipulación de entrega, por lo menos, de cotizaciones. Ni cuentan con un prototipo de comunicación formal interno y/o externo.

Se detectó que desean brindar más charlas a equipo técnico, sin embargo, no cuentan con las herramientas necesarias para darles una plática emotiva para generar conciencia sobre su seguridad industrial.

Cuentan con poca organización a nivel offline y online para poder almacenar toda la información de clientes, proveedores y proyectos, lo que les impide tener una comunicación externa correcta y perder oportunidades de venta y afianzamiento laboral.

1.5. Radiografía de la Institución

1.5.1 Fortalezas

- Cuentan con herramientas de comunicación (correo electrónico, Sitio Web, WhatsApp y número telefónico).
- Realizaron un rebranding en la empresa. (Lleva 1 año)
- Están conscientes que se encuentran mal a nivel de comunicación profesional y por lo mismo les ha generado pérdidas y desconocimiento de nuevos proyectos.
- Es una empresa que ha trabajado en proyectos de plusvalía.
- Cuentan con excelente calidad de trabajo y gran trayectoria en el mercado.

1.5.2 Oportunidades

- El equipo administrativo está dispuesto a colaborar para mejorar la comunicación interna y externa de la empresa.
- La empresa está interesada en crear un Departamento de Comunicación.
- Se tiene un panorama amplio de los problemas comunicacionales para poder brindar sugerencias a nuevos cambios.

- Se cuenta con el apoyo de todo el equipo administrativo.

1.5.3. Debilidades

- El equipo administrativo la mayoría son ingenieros.
- No tienen conocimiento sobre una comunicación profesional.
- No le dan seguimiento a rebranding e implementación de sitio web.
- No todo el equipo administrativo está enterado de qué proyectos hay, ni que directrices tomar.
- No siempre utilizan correo electrónico.
- Solo hay comunicación verbal la mayoría de veces.
- No dan un seguimiento adecuado a la comunicación con cliente.
- Desconocimiento de nuevas plataformas para que la comunicación sea más organizada y funcional.

1.5.4. Amenazas

- Existen hábitos creado por años que no ha permitido que la comunicación sea la correcta entre el equipo.
- El cliente nuevo desconoce de la empresa.
- Competencia tiene buen posicionamiento de marca.

CAPÍTULO 2

2. Plan De Comunicación

En este Plan Comunicacional se trabajarán estrategias y acciones que le permita a CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A., resolver problemas de comunicación interna y externa que son prioridad para el mejor funcionamiento tanto de los miembros del staff administrativo, como con el cliente.

Se busca corregir, mejorar o eliminar algunos problemas de comunicación que no le permite a la empresa avanzar, para que pueda a crecer a nivel marca y a nivel administrativo.

2.1. Antecedentes Comunicacionales

Según el Gerente de Operaciones, Ing. José Manuel García Estrada, en CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. no había abiertos las puertas a otras entidades y/o instituciones para realizar algún trabajo en relación a la comunicación interna y externa de la empresa.

Sin embargo, en el año 2018 al ingreso del Gerente de Operaciones Ing. José Manuel García Estrada, tomó por iniciativa realizar el rebranding de la empresa (logo e imagen corporativa), y del desarrollo del sitio web para generar comunicación y tener alcance digital con el cliente actual y potencial.

Y cuentan con correo electrónico de cada miembro del staff administrativo, y uno más en general, para entablar comunicación con cualquier usuario interesado en los servicios y productos de la empresa. Otro canal con el que cuentan es WhatsApp.

En este caso son:

Correos electrónicos:

- info@conectaingenieria.com
- Jose.garcia@conectaingenieria.com
- Juan.garcia@conectaingenieria.com
- Oscar.morales@conectaingenieria.com

Sitio Web:

- www.conectaingenieria.com

2.2. Objetivos de Comunicación

2.2.1. Objetivo General

- Mejorar la calidad de comunicación interna y externa de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Posicionar la marca en la mente del consumidor.
- Reforzar el conocimiento de productos y servicios a público objetivo.
- Fortalecer la comunicación interna de la empresa.

2.3. Público Objetivo

Interno:

- Staff administrativo.

Externo:

- Gerentes generales, Gerentes de mantenimiento, Gerentes de Proyectos, Gerentes de Operaciones de Desarrolladoras Inmobiliarias.
- Clientes comerciales.
- Cliente residencial.

2.4. Mensaje

Al querer realizar un posicionamiento de marca, se quiere transmitir que realizan proyectos profesionales, con los más altos estándares de calidad a nivel de Ingeniería Eléctrica y Electromecánica. Por eso, se reforzará su slogan: “Somos Ingeniería”.

2.5. Estrategias

1. Gestionar y Fortalecer Comunicación Interna:

Con esta estrategia se desea fortalecer, gestionar y asesorar al staff administrativo para llevar una mejor comunicación entre cada miembro, conocer en dónde se encuentran ubicados su material corporativo, y llevar también un proceso más ordenado con mayor estrategia para el seguimiento de proyectos.

Se desea también que se posicione la marca y sus colores en el mismo staff administrativo para que se sientan identificados y puedan transmitir los valores a clientes y/o proveedores.

Ejes de Comunicación:

- Comunicación Institucional
- Comunicación Corporativa
- Comunicación Interna
- Comunicación verbal y escrita
- Comunicación visual

2. Posicionar e identificar la Marca

Con esta estrategia se desea posicionar la marca en diferentes canales de comunicación tanto online como offline para que los usuarios y clientes potenciales puedan conocer e identificar a CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. a nivel perfil, servicios, productos, calidad de trabajo, experiencia, etc.

Se desea darle el valor a la marca y a la empresa dentro de su propio giro de negocio, para posicionarse y colocarse como una de las empresas más competentes dentro de la ingeniería guatemalteca.

Ejes de Comunicación:

- Comunicación Institucional/Comercial
- Estrategia digital
- Comunicación externa
- Comunicación escrita y visual

2.6. Acciones de Comunicación

Acciones de Primera Estrategia (Gestionar y Fortalecer Comunicación Interna):

- 1. Crear Departamento de Comunicación en CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A., incluye:**
 - Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa
 - Minuta
 - Kit de Oficina
 - Drive de Proyectos
 - Google Calendar
 - CRM
 - Grupo WhatsApp
 - Crear objetivos de la empresa

- 2. Capacitaciones:**
 - A Staff Administrativo sobre el nuevo Departamento de Comunicación y de Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa.
 - Guía y/o Asesoría a Gerente de Operaciones sobre Departamento de Comunicación.

Acciones de Segunda Estrategia (Posicionar e Identificar la Marca):

- 1. Identificación de recursos:**
 - Impresión de tarjetas de presentación

- 2. Colocar e introducir a la marca en el ecosistema digital, utilizando:**
 - Contenido en redes sociales (Facebook, Linked In e Instagram)
 - Publicidad en redes sociales (Facebook e Instagram)

- Correos electrónicos (mailing)

Acciones de Primera Estrategia (Gestionar y Fortalecer Comunicación Interna)

Crear Departamento de Comunicación	
¿A qué estrategia responde la acción?	Gestionar y Fortalecer la Comunicación Interna
Problema	Solucionará la problemática que tiene el Staff Administrativo de no conocer y no llevar en orden los proyectos que tienen a cabo. También a mejorar la comunicación entre ellos mismos, y a evitar a que sea solamente comunicación verbal y con ruido en su información.
Producto	<ul style="list-style-type: none"> ○ Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa, y su logística de uso ○ Minuta ○ Kit de Oficina ○ Drive de Proyectos ○ Google Calendar ○ CRM ○ Grupo WhatsApp ○ Crear objetivos de la empresa
Objetivo Comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecer la comunicación interna de la empresa.
Público Objetivo	Interno: Staff Administrativo.

Medio de Difusión:

- Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa: Impreso, 4 ejemplares, distribución a miembros del equipo y 1 para oficina.
- Minuta: formato digital, distribución a todos los miembros del equipo.
- Kit de Oficina: distribución de lapicero, lápiz, borrador y USB a cada miembro de equipo.
- Drive de Proyectos: formato digital para cada miembro de equipo.
- Google Calendar: formato digital para cada miembro de equipo.
- CRM: formato digital, un usuario para la empresa.
- Grupo WhatsApp: formato digital para todos los miembros de equipo.
- Crear objetivos de la empresa

- Boceto de Manual:



*Se utilizará la misma línea gráfica que cuenta actualmente la empresa.

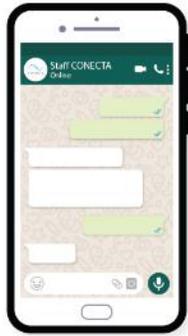
- Boceto de M



- Ejemplo de Kit de Oficina



- Ejemplo de Grupo de WhatsApp:



Capacitaciones a Staff Administrativo	
¿A qué estrategia responde la acción?	Gestionar y Fortalecer la Comunicación Interna
Problema	Brindará solución a todos los miembros del Staff Administrativo para que puedan conocer el funcionamiento del nuevo Departamento de Comunicación, los nuevos procesos de comunicación entre ellos mismos y con el cliente.
Producto	<ul style="list-style-type: none"> ○ Capacitación a Staff Administrativo sobre el nuevo Departamento de Comunicación y de Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa. ○ Guía y/o Asesoría a Gerente de Operaciones sobre Departamento de Comunicación.
Objetivo Comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecer la comunicación interna de la empresa.

Público Objetivo	Interno: Staff Administrativo.
Medio de Difusión:	- Capacitación presencial a todo el Staff Administrativo.

Capacitación Staff Administrativo		
Fecha:	Sábado 06 de julio de 2019	
Hora:	08:00 a.m. – 12:00 p.m.	
Lugar:	Oficina auxiliar de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.	
Participantes:	Staff Administrativo	
Expositor:	María José Portales	
Tema:	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción al nuevo Departamento de Comunicación - Introducción al Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa, Parte 1 (se verá únicamente comunicación interna). - Entrega de Kit de Oficina - Introducción a Drive y Google Calendar - Introducción a Grupo de WhatsApp y su uso - Introducción al perfil de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. - Introducción al Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa, Parte 2 (se verá únicamente comunicación 	

	<p>externa).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introducción a CRM - Entrega de Tarjetas de Presentación - Presentación de Redes Sociales
--	--

Actividad	Objetivos	Incentivos
Desayuno	Que los miembros del Staff Administrativo puedan estar nutridos para que su organismo les permita estar atentos a toda la capacitación.	Desayuno y café.
Introducción al nuevo Departamento de Comunicación	Dar a conocer cómo se elaboró y construyó el Departamento de Comunicación de la empresa, y cómo se llevará a cabo todas sus actividades.	-
Introducción al Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa, Parte 1 (se verá únicamente comunicación interna).	Entregar ejemplares a staff administrativo del manual, que puedan explorarlo, y luego explicarles la primera fase que es comunicación interna y su uso.	Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa.
Introducción a Drive, Google Calendar y Grupo de WhatsApp	Explicar el uso de Google Drive y Google Calendar como equipo para poder	Instalar apps en sus dispositivos móviles.

	colocar toda la información de proyectos y visualizarlos en cualquier momento que lo necesitan.	
Entrega de Kit de Oficina	Entrega de Kit de Oficina a Staff Administrativo para que tengan el equipo necesario en cada reunión.	Kit de Oficina

Introducción al perfil de CONECTA Instalaciones	Dar a conocer al staff administrativo la marca y el perfil de la empresa para que puedan identificarse con ella.	Entrega de Tarjetas de Presentación.
Introducción al Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa, Parte 2 (se verá únicamente comunicación interna).	Volver a ver ejemplares de manual con staff administrativo y luego explicarles cómo manejar la comunicación externa.	Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa.
Presentación de Redes Sociales	Mostrar el contenido realizado y publicado para redes sociales, explicar su uso y manejo para responder a usuario/cliente potencial.	-
Introducción a CRM	Presentar y explicar el manejo de CRM, que será herramienta útil para que puedan llevar una mejor comunicación con cliente sobre el status de su proyecto.	Entrega de usuario de CRM.

Capacitación y Asesoría del Departamento de Comunicación

Fecha:	Martes 16 de julio de 2019
Hora:	08:00 a.m. – 12:00 p.m.

Lugar:	Oficina auxiliar de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.
Participantes:	Gerente de Operaciones -Ing. José Manuel García
Expositor:	María José Portales
Tema:	<ul style="list-style-type: none"> - Guía y/o Asesoría de manejo y gerencia del Departamento de Comunicación. - Entrega de reporte de resultados de Redes Sociales y Mailing - Entrega de información y solicitudes hacia el departamento.

Actividad	Objetivos	Incentivos
Guía y/o Asesoría de manejo y gerencia del Departamento de Comunicación.	Asesorar sobre el perfil y comportamiento del Departamento de Comunicación en la empresa para que pueda ser gerenciada.	-
Entrega de reporte de resultados de Redes Sociales y Mailing	Exponer resultados de publicidad y contenido en redes sociales. Y dar a conocer alcance de mailing.	Reporte de resultados.

Acciones de Segunda Estrategia (Posicionar e Identificar a la Marca)

Identificación de Recursos	
¿A qué estrategia responde la acción?	Posicionar e Identificar a la Marca
Problema	Solucionará la problemática que tiene la empresa al no identificarse inmediatamente con algún cliente y/o proveedor.
Producto	Identificación de: <ul style="list-style-type: none"> ○ Impresión de tarjetas de presentación
Objetivo Comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> ● Posicionar la marca en la mente del consumidor.
Público Objetivo	<p>Externo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Gerentes generales, Gerentes de mantenimiento, Gerentes de Proyectos, Gerentes de Operaciones de Desarrolladoras Inmobiliarias. ● Clientes comerciales. ● Cliente residencial.
Medio de Difusión:	<ul style="list-style-type: none"> - Tarjetas de presentación: tiraje de 75, tiro y retiro (25 para cada nombre) de 2 x 3.5 pulgadas.

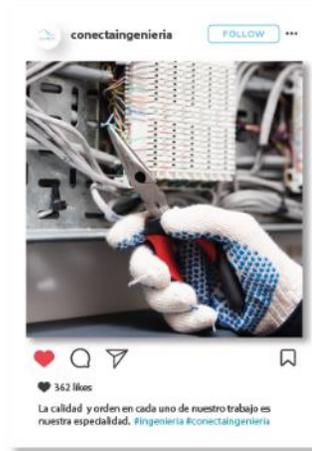
Ejemplo de Tarjetas de Presentación:



Colocar e introducir a la marca en el ecosistema Digital	
¿A qué estrategia responde la acción?	Posicionar e Identificar a la Marca
Problema	Solucionará la problemática que tiene la empresa al no tener presencia de marca dentro del ecosistema digital, en las plataformas principales de comunicación en Guatemala.
Producto	<ul style="list-style-type: none"> ○ Contenido en redes sociales (Facebook, Linked In e Instagram) ○ Publicidad en redes sociales (Facebook e Instagram) ○ Correos electrónicos (mailing)
Objetivo Comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> ● Posicionar la marca en la mente del consumidor. ● Reforzar el conocimiento de productos y servicios a público objetivo.
Público Objetivo	Externo:

	<ul style="list-style-type: none"> ● Gerentes generales, Gerentes de mantenimiento, Gerentes de Proyectos, Gerentes de Operaciones de Desarrolladoras Inmobiliarias. ● Clientes comerciales. ● Cliente residencial.
<p>Medio de Difusión:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contenido en Facebook: Cover, Avatar, 12 publicaciones sobre productos, servicios, perfil de marca, y tráfico a sitio web, descripción de perfil. - Contenido en Instagram: 11 publicaciones sobre productos, servicios, perfil de marca, y tráfico a sitio web (contenido diferente a Facebook). - Contenido en Linked In: 3 artículos con tráfico al sitio web. - Publicidad en redes sociales: formato para hacer crecer comunidad en Facebook (Like Ad), e Instagram, para lograr un alcance aproximado de 3,500 usuarios. - Mailing: 9 diseños con descripción de cada servicio y de perfil de empresa, y portafolio (empresa ya lo tiene), con tráfico a sitio web. Y envío de cada uno utilizando base de datos.

- Contenido en redes sociales



- Boceto de Diseño de Mailing:



- Ejemplo de Publicidad en Facebook:



*Formato Like Ad en Facebook para el crecimiento de la comunidad.

CAPÍTULO 3

Informe de Ejecución

3.1. Proyecto Desarrollado

“Creación de Departamento de Comunicación, Fortalecimiento de Comunicación Interna y Externa y Posicionamiento de Marca a nivel digital de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.”.

3.1.1. Financiamiento

Todos los proyectos realizados según el plan comunicacional fueron financiados en su mayor parte por la epesista, cubriendo un 98.98% del presupuesto final.

Y el 1.02% restante del presupuesto fue financiado por CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.

3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Total	Financiamiento
3	Lapicero, lápiz, borrador, USB	Q124.00	Q372.00	Epesista
20	Stickers con logo	Q4.00	Q80.00	Epesista
75	Tarjetas de Presentación	Q3.00	Q225.00	Epesista
4	Impresiones de Manuales	-	Q250.00	Epesista
3	Desayunos Tradicionales	Q40.00	Q120.00	Epesista
1	CRM	Gratuito	Gratuito	-
1	Like Ad/30 días / Facebook	Q195.00	Q195.00	CONNECTA
1	Post Ad/15 días/Instagram	Q105.00	Q105.00	CONNECTA
1	Servicio de Social Media Management por mes y medio	Q4,500.00	Q4,500.00	Epesista
1	Servicio de Media Trafficker por un mes	Q4,000.00	Q4,000.00	Epesista
1	Servicio de Diseño Gráfico por tres meses	Q7,500.00	Q7,500.00	Epesista
1	Asesoría de Comunicación por tres meses	Q9,500.00	Q9,500.00	Epesista
1	Servicio de Copywriter por un mes	Q2,800.00	Q2,800.00	Epesista
Total del Proyecto			Q29,647.00	

Financiamiento	Monto
CONNECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.	Q300.00
Epesista	Q29,347.00
TOTAL	Q29,647.00

3.1.3. BENEFICIARIOS

Los beneficiarios en este proyecto fueron:

- Staff Administrativo De Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A.: Ya que ellos recibieron capacitaciones, nuevas herramientas y técnicas para mejorar la comunicación interna de la empresa.
- Público Objetivo De La Empresa: Recibieron toda la información sobre los servicios y equipos con los que cuenta la empresa de manera directa, y un contacto solicitó una cotización.
- Público En General: Conocieron la empresa, la marca, sus servicios y su historia.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Ing. José Manuel García Estrada	Gerente de Operaciones y Ventas	Guía y asesoría en relación a servicios, jefe inmediato de EPS, marca, público objetivo y aprobación de proyectos realizados.
Ing. Juan Francisco García Morales	Gerente General	Facilitó y aprobó la entrada a realizar el proyecto de EPS. Y participación en capacitaciones.

Oscar Morales	Supervisor de Proyectos	Participó en capacitaciones y brindó retroalimentaciones de proyectos ejecutados en EPS.
M.A. Evelin Hernández	Asesora y supervisora de EPS	Coordinó, brindó apoyo y asesoría para la elaboración de informes y actividades.
María José Portales	Epesista	Creación y diseño de manual, redacción de perfil del Departamento de Comunicación de la empresa, creación y diseño de comunicación digital, redacción y estructura de mailings, implementación de pauta y capacitada.

3.1.5. Áreas Geográficas De Acción

Las áreas geográficas de acción a nivel presencial fue la oficina principal de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. ubicada en la 10 Ave. A 2-13 Sta. Isabel III z6.

Y también en la oficina auxiliar ubicada en El Peñón de San Ángel, zona 2.

Al realizar la implementación de pauta también se delimitó un área geográfica para generar alcance con el objetivo de crear presencia de marca, lo cual, el área demográfica a sementar fue en primera instancia toda Guatemala, y luego reducirla a Ciudad de Guatemala.

3.2. Estrategias Y Acciones Desarrolladas

Estrategias Desarrolladas:

- **Gestionar y Fortalecer Comunicación Interna:**

En esta estrategia se trabajó la creación e introducción del Departamento de Comunicación de Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A., brindándole un perfil y todas las guías de cómo se debe gestionar la comunicación interna para el staff administrativo.

También se trabajó en fortalecer a nivel interno la comunicación en diferentes canales, y posicionar la marca dentro de los mismos integrantes de la empresa.

- **Posicionar e identificar la Marca:**

En esta estrategia se trabajó el posicionamiento de marca tanto en el personal interno de la empresa, como en los usuarios guatemaltecos y el grupo objetivo de la empresa.

Se trabajó a nivel digital y off line.

Acciones de Primera Estrategia (Gestionar y Fortalecer Comunicación Interna):

Crear Departamento de Comunicación en CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A., incluye:

- Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa
- Minuta
- Kit de Oficina
- Drive de Proyectos
- Google Calendar
- CRM

- Grupo WhatsApp
- Crear objetivos de la empresa

- Capacitaciones:
 - A Staff Administrativo sobre el nuevo Departamento de Comunicación y de Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa.
 - Guía y/o Asesoría a Gerente de Operaciones sobre Departamento de Comunicación.

Acciones de Segunda Estrategia (Posicionar e Identificar la Marca):

- Identificación de recursos:
 - Impresión de tarjetas de presentación

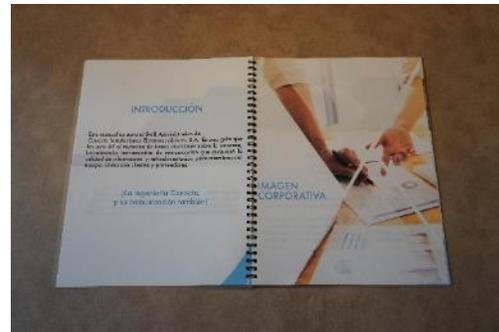
- Colocar e introducir a la marca en el ecosistema digital, utilizando:
 - Contenido en redes sociales (Facebook, Linked In e Instagram)
 - Publicidad en redes sociales (Facebook e Instagram)
 - Correos electrónicos (mailing)

ACCIONES DE PRIMERA ESTRATEGIA

Se creó el primer Departamento de Comunicación dentro de la empresa, permitiéndole a la misma tener un respaldo a nivel de comunicación profesional para generar una correcta y efectiva comunicación interna y externa.

Dentro de ella se elaboró:

- **Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa:** Con este manual se le brindó al staff administrativo una herramienta útil sobre qué trata el departamento de comunicación, cuál es el proceso correcto de comunicación interna y externa, cómo debe ser la imagen de la empresa, explicar sus diferentes canales o medios que tienen para comunicarse.



- **Minuta:** A pesar de que la empresa ya contaba con material corporativo, no contaba con una minuta, por lo que se elaboró la estructura y diseño de una minuta para la empresa, para que les permitiera dar seguimiento a reuniones y pudieran visualizar actividades pendientes o a realizar.

The image shows a document titled "MINUTA" with the "conecta" logo at the top. Below the title, there are several sections for recording meeting details:

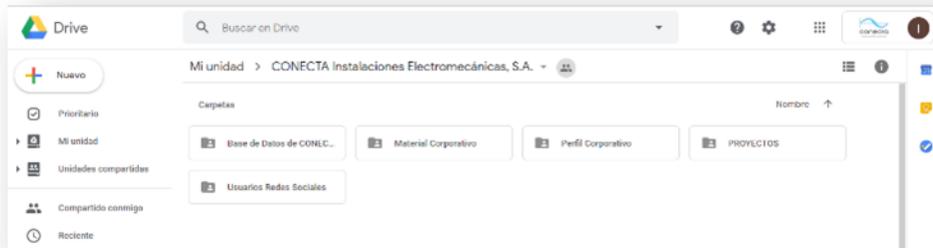
- Fecha:** A field for the date.
- Cuarto:** A field for the room.
- Temática:** A field for the topic.
- Participantes:** A large text area for listing attendees.
- Puntos Votos:** A large text area for recording discussion points.
- Aseguirar:** A field for action items.
- Próximos pasos:** A field for next steps.

At the bottom of the page, there is a small footer with the text "© 2011 Conecta. Todos los derechos reservados." and a small logo.

- **Kit de Oficina:** Se brindó un kit de oficina (lapicero, lápiz, borrador, estuche y memoria USB) debidamente identificado con el logo de la empresa al staff administrativo para tener herramientas que le permitan sentirse identificados con la marca, en primera instancia.



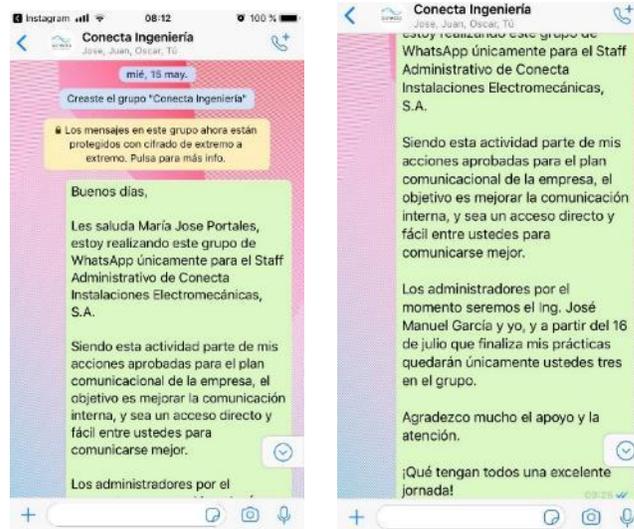
- **Drive:** Utilizando el correo electrónico de la empresa, se creó una carpeta en Drive llamada “Proyectos” donde se ordenó por sub carpetas la posición de material corporativo para que puedan tenerlo a la mano de manera inmediata.



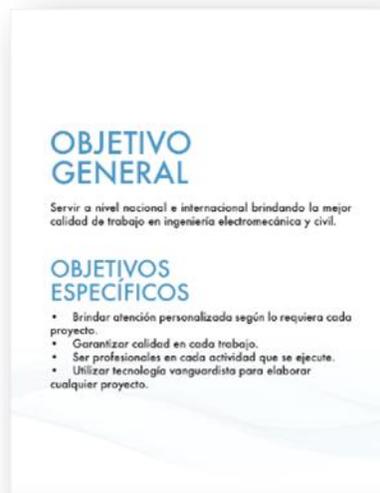
- **Google Calendar:** Se explicó la utilización de la aplicación al Staff Administrativo para que pudieran visualizar y programar reuniones, y todos tuvieran la disponibilidad de ver el acceso de horarios de cada uno.
- **CRM:** Se elaboró un usuario a nivel gratuito en Hubspot para que el Gerente de Ventas pueda introducir cada proyecto, y visualizar su status, también para poder ver los contactos con los que cuenta la empresa.



- **Grupo WhatsApp:** Se creó el grupo de WhatsApp para el Staff Administrativo para que pudieran comunicarse de una manera más rápida y poder intercambiar información sobre los proyectos en los que están realizando.



- **Crear objetivos de la empresa:** Dentro del perfil de la empresa, no contaba con objetivos establecidos, por los que se crearon y se establecieron como oficiales.

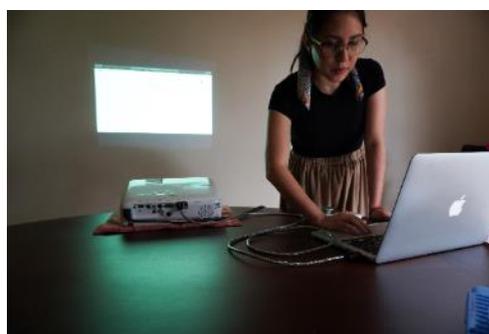


Capacitaciones a:

- A Staff Administrativo sobre el nuevo Departamento de Comunicación y de Manual de Imagen y Procesos de Comunicación Interna y Externa: Se tuvo una reunión/capacitación con todo el Staff administrativo de la empresa para darles a conocer el Departamento de Comunicación e introducirle a cómo deben realizar una comunicación profesional tanto interno como externo. Se dio a conocer también todos los proyectos elaborados en la empresa.



*Staff Administrativo tomando su desayuno el día de la capacitación, sábado 6 de julio de 2019 en la oficina auxiliar de la empresa.





*María José Portales brindando la capacitación e introducción al nuevo Departamento de Comunicación al Staff Administrativo.

- Guía y/ Asesoría a Gerente de Operaciones sobre Departamento de Comunicación: Se le brindó una capacitación al Gerente de Operaciones y Ventas sobre la guía y asesoría del manejo del Departamento de Comunicación, del manejo de comunicación profesional, y la comunicación digital.

ACCIONES DE SEGUNDA ESTRATEGIA

Identificación de recursos:

- **Impresión de tarjetas de presentación:** Contaban con un diseño diferente al primer diseño que se elaboró junto en el rebranding, por lo que se utilizó para impresión de tarjetas de presentación y podérselos dar al staff administrativo para luego, compartirlo a clientes y/o proveedores.





*Staff Administrativo al recibir sus respectivas 100 tarjetas de presentación.

Colocar e introducir a la marca en el ecosistema digital:

- **Contenido en redes sociales (Facebook, Linked In e Instagram):** Se crearon los perfiles de la empresa en dichas plataformas, y se creó contenido tropicalizado para cada plataforma, tanto en arte como en textos, dando a conocer el perfil de la empresa, objetivos, servicios y posicionándose como líderes en temas electromecánicos y de obra civil.



*Contenido publicado en Facebook durante junio y julio.

SOMOS INGENIERÍA

conecta
Instalaciones Electromecánicas

CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.
Ingeniería industrial o mecánica
Ciudad de Guatemala, Guatemala · 3 seguidores

¡Somos Ingeniería!

+ Seguir Visitar sitio web

Ver los 27 empleados en LinkedIn →

CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. + Seguir · 3 seguidores · 3 semanas

Queremos seguir compartiéndote nuestros conocimientos en base a la Ingeniería. ... ver más

Importancia del Sistema de Tierra · 1 página

Importancia del Sistema de Tierra

El sistema de tierra dentro de cualquier sistema eléctrico es de suma importancia para asegurar la calidad de energía dentro del mismo. El sistema de tierra posee los 2 siguientes propósitos:

- Mantener un menor nivel de susceptibilidad dentro del sistema eléctrico.
- Crear una ruta de baja impedancia hacia tierra en el cual podrán circular corrientes resultantes de sobrecargas, descargas eléctricas, estática, etc. que puedan generar fallas y interrupciones en el sistema.

Dentro de un sistema eléctrico debe existir solo un sistema de tierra ya que al momento de existir más de uno se generan diversos niveles de capacitancia y por lo tanto problemas eléctricos en cualquier caso que lo complica.

Para una mejor comprensión sobre la importancia del sistema de tierra, se recomienda revisar las siguientes estándares:

- IEEE 60041-1 Electrical Installation in Buildings.
- BS 7671 Reglamento for Electrical Installations.
- ANSI/IEEE Std 84-1986 Code for Safety in AC Substation Grounding.
- ANSI/IEEE Std 80-2013 Guide for Safeguarding Earth Resistance, Ground Impedance, and Earth Surface Potential of a Grounding System.

CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. + Seguir · 3 seguidores · 3 semanas

¿Sabes realmente la diferencia de voltaje entre neutro y tierra? Te compartimos un poco más del tema para que puedas aplicarlo. ... ver más

Voltaje entre neutro y tierra

Conocer la diferencia de voltaje entre el neutro y tierra es importante a la hora de diagnosticar algún tipo de problema dentro de un sistema eléctrico, esto debido a que un diagnóstico falso de la normativa puede ser causa de:

- Corrientes fluyendo dentro del conductor del neutral.
- Corrientes en tierra.
- Excesiva resistencia en el conductor del neutral.
- Excesiva resistencia en la tierra física.

De acuerdo al NEC (National Electric Code 1990) se recomienda un máximo de caída de voltaje de un 2% hasta el punto final de uso, lo anterior nos siempre dependerá del equipo final y de las recomendaciones por el fabricante.

Volviendo a nuestro propósito por el NEC nos indica que existen problemas de conexión o de diseño dentro del sistema eléctrico, los cuales deben de ser investigados y solucionados lo más rápido posible, de acuerdo "The Electric Safety Handbook for Power Quality Analysis" los valores de voltaje entre el neutro y la tierra física deben de ser:

- 3.5 milis en sistemas con tolerancias normales.
- 3 voltios en sistemas de tolerancias críticas.

*Contenido publicado en Linked In durante julio.

conectaingenieria

18 Publicaciones · 11 Seguidores · 37 Seguidos

Conecta Ingeniería
Servicio de Ingeniería
Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A.
Info@conectaingenieria.com
2286-8778
¡Somos Ingeniería!
www.conectaingenieria.com
Ver traducción

Siguiendo · Mensaje · Contacto

Servicios

TELURÓMETRO EQUIPO FLUKE 1625	EQUIPOS DE MEDICIÓN FEL 103 REGISTRADOR DE ENERGÍA	EQUIPOS DE MEDICIÓN QUANTO HOMO GUIDE ANALIZADOR DE ENERGÍA
----------------------------------	---	--

SOMOS INGENIERÍA!

conecta
Instalaciones Electromecánicas

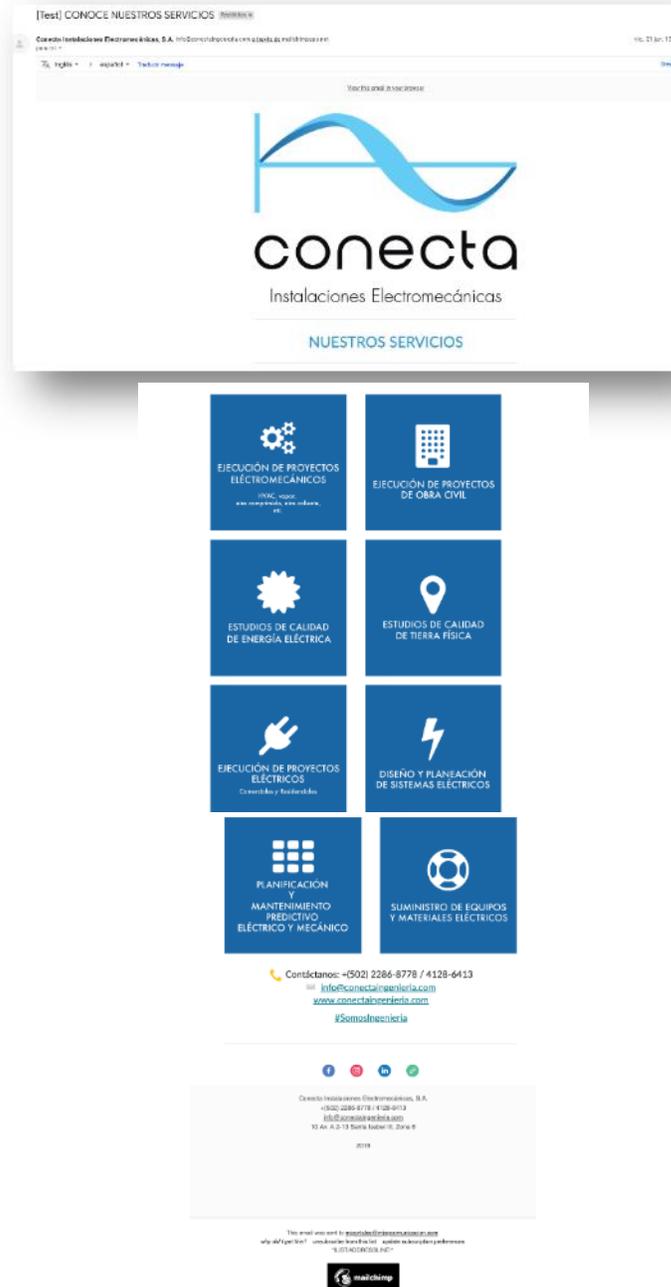
*Contenido publicado en Instagram durante junio y julio.

- **Publicidad en Facebook e Instagram:** Se implementó pauta o se monetizó dentro de las plataformas digitales, para generar mayor alcance con usuarios únicos, y así, posicionar la marca y dar a conocer mejor los servicios de la empresa. También, para generar fans únicamente en Facebook.



*Artes que fueron implementados para la pauta en Facebook e Instagram durante junio y julio. –

- **Mailing:** se elaboraron y se estructuraron 9 mailings desde MailChimp para enviar información de servicios, productos, perfil de la empresa y equipos de medición únicamente a contactos (público objetivo) de la empresa.



*Estructura de uno de los 9 correos enviados a contactos/público objetivo de la empresa.

3.3. Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	MAYO			JUNIO			JULIO					
Programar actividades			■									
Diseño de minuta			■									
Creación de carpetas en Drive			■									
Creación de perfiles en redes sociales				■								
Borrador de Manual				■	■							
Creación de Grupo de WhatsApp			■									
Diseño de Manual			■	■	■							
Diseño de avatar WhatsApp				■								
Compra de Stickers					■							
Redacción de objetivos de empresa y creación de perfil corporativo					■							
Redacción de perfil de Departamento de Comunicación				■	■							
Impresión de manual							■					
Compra de Kit de Oficina						■						
Identificar kit de oficina						■						
Creación y diseño de contenido de redes sociales						■	■					
Implementación de pauta en Facebook e Instagram							■					
Crear y estructurar mailings, y envíos de los mismos.							■	■	■	■		
Publicar en Facebook e Instagram							■	■	■	■		
Impresión Tarjetas de Presentación								■				
Hacer presentación de capacitación								■				
Creación de perfil de CRM								■				
Capacitación Staff Administrativo									■			
Capacitación Gerente de Operaciones y Ventas											■	

Entrega de reporte															
Publicación de artículos en Linked In															

3.4. Control y Seguimiento

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Primera Estrategia: Gestionar y Fortalecer Comunicación Interna</p> <p>Acciones desarrolladas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear Departamento de Comunicación en CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A., incluye: 2. Capacitaciones 	<p>Las tres personas del Staff Administrativo asistieron a la capacitación.</p>	<p>A partir de la entrega del Kit de Oficina, fuimos un poco escépticos al inicio por contar con un estuche y lapiceros con el logo de la empresa. Sin embargo, al utilizarlo día con día me di cuenta del valor de tener a la marca con nosotros siempre. Es importante también sentirnos identificados con nuestra propia empresa. Ing. José Manuel García Gerente de Operaciones y Ventas.</p> <p>Es importante tener un Departamento de Comunicación, porque al final, vamos a poder tener una base y a dónde poder acudir para poder comunicarnos correctamente dentro y fuera de la empresa. Ing. Juan Francisco García Gerente General</p> <p>Al final, es bueno tener un manual donde podemos ver cómo podemos hacer las cosas en temas de comunicación, y saber cómo será la imagen de la empresa</p>

		<p>tanto para el staff administrativo como para los técnicos de la empresa.</p> <p>Oscar Morales - Jefe de Proyectos / Supervisor de Obras</p> <p>Fue muy útil y muy fresca la información en relación a temas de comunicación profesional, ya que nos brinda otra perspectiva de cómo manejarnos a nivel de imagen y de nuestra marca, ya que es un tema completamente diferente a nuestro ámbito, pero de igual manera, es y será prioridad. Ing. José Manuel García Gerente de Operaciones y Ventas.</p>
<p>Segunda Estrategia: Posicionar e Identificar la Marca</p> <p>Acciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de recursos 3. Colocar e introducir a la marca en el ecosistema digital 	<p>Se tuvo un alcance de 7.090 usuarios únicos en pauta de Facebook.</p> <p>Se tuvo un alcance de 1,362 usuarios únicos en pauta de Instagram.</p> <p>Se tuvo un crecimiento de fans en Facebook de 190 en junio, y un total de 398 en julio.</p>	<p>Es importante mostrar nuestro logo y nuestra marca ya que nuestros conocidos en el tema de ingeniería, y el mercado en general, ya empiezan a reconocernos por nuestro perfil y nuestro trabajo. Ing. Juan Francisco García Gerente General</p> <p>Me parece muy útil e importante que la empresa</p>

	<p>Se tuvo un crecimiento de seguidores en Instagram de 9 seguidores en junio, y un total de 11 seguidores en junio.</p> <p>Se entregaron 100 tarjetas de presentaciones a cada miembro del staff administrativo, en total fueron entregadas 300 tarjetas de presentación.</p>	<p>esté presente en redes sociales como marca, ya que ahora si uno no está en redes sociales no existe, o no le permite ser tan accesibles para los usuarios, y aunque no nos contraten de manera inmediata, ya nos conocen. Ing. José Manuel García Gerente de Operaciones y Ventas.</p> <p>Es bueno tener las tarjetas de presentación porque a veces los clientes o los proveedores nos piden información sobre la empresa, o nuestros contactos, y es muy informal e impresentable no dar una tarjeta que nos represente, ahora ya lo podemos hacer y eso nos dará mayor presencia. Oscar Morales - Jefe de Proyectos / Supervisor de Obras</p> <p>No se pudo tener la oportunidad de poder entrevistar a uno de los clientes por tema de acceso a tiempo, sin embargo, uno de ellos a través de mailing, solicitó cotización de servicios, por lo que fue</p>
--	--	--

		positivo el posicionamiento de marca y envío de información sobre servicios.
--	--	--

CONCLUSIONES

- El Staff Administrativo estuvo abierto en recibir capacitaciones y nueva información sobre comunicación profesional para su aplicación a nivel interno y externo, lo que permitió que los utilicen como herramientas para su día a día.
- Las tarjetas de presentación fueron de gran ayuda ya que en cada cotización entregada y reunión realizada fueron entregados generando alcance presencial.
- Las redes sociales fueron pilares esenciales para que la población guatemalteca y grupo objetivo del mercado de la empresa pudieran conocer a la empresa, su marca, perfil y servicios.
- La pauta digital (inversión monetaria) ayudó a generar mayor audiencia para hacer crecer la comunidad y conocer los servicios de la empresa.
- El Staff administrativo se sintió más identificado con la empresa.
- Se tuvo una solicitud de cotización gracias a los envíos de mailings con la información de la empresa.
- El grupo de WhatsApp ha sido la herramienta más útil y utilizada entre los miembros del staff administrativo, al tener mayor rapidez de comunicar avances de obra.

RECOMENDACIONES

- Seguir alimentando con contenido de valor las plataformas digitales que tiene la empresa.
- Implementar pauta de manera mensual para seguir teniendo crecimiento en fans, seguidores y alcance.
- Tener reuniones mensuales para mejorar la comunicación interna en el staff administrativo.
- Darle seguimiento al Departamento de Comunicación.
- Presupuestar la identificación de más recursos de la empresa.
- Continuar dándole tráfico al sitio web.
- Darle seguimiento al correo principal de la empresa que fue brindando a usuarios, clientes y proveedores en caso existas una nueva solicitud de cotización.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **ALCANCE:** Número de usuarios quienes vieron la publicación por lo menos una vez.
2. **ALCANCE ORGÁNICO:** Número de usuario quienes vieron la publicación por lo menos una vez, directamente en la página o por medio de un share.
3. **ALCANCE PAUTADO:** Número de usuario quienes vieron la publicación por lo menos una vez, por medio de la publicidad.
4. **COMUNICACIÓN DIGITAL:** Es la comunicación e interacción gráfica y textual de la marca a sus clientes en plataformas digitales como redes sociales, utilizando un tono amigable y cálido para brindar un buen servicio al cliente.
5. **COMUNICACIÓN EXTERNA:** Comunicación profesional visual y textual dirigido al grupo objetivo de la empresa.
6. **COMUNICACIÓN INTERNA:** Comunicación profesional que se tiene dentro y con personal de una empresa.
7. **CRM:** En inglés, Customer Relationship Management, que es una administración de actividades de ventas de una empresa.
8. **DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN:** Departamento encargado de gestionar y llevar a cabo la comunicación profesional a nivel interno y externo de una empresa.
9. **ENGAGEMENT:** Promedio sobre el nivel de compromiso entre usuario y contenido.
10. **EPSL:** Ejercicio Profesional Supervisado Licenciatura

11. **FACEBOOK:** Plataforma social digital que permite a usuarios a poder interactuar y compartir información.
12. **FAN:** Usuario comprometido con la marca (individuo parte de la comunidad).
13. **FANPAGE:** Un perfil empresarial creado en Facebook para administrar la marca o empresa en dicha red social.
14. **IMPRESIONES:** Número de veces que el anuncio apareció en la pantalla.
15. **INGENIERÍA DE OBRA CIVIL:** Ingeniería encargada en diseñar y ejecutar proyectos de índole civil, los cuales conllevan estructuras, sistemas hidráulicos, entre otros.
16. **INGENIERÍA ELECTROMECAÁNICA:** Ingeniería encargada de diseñar sistemas para procesos mecánicos y eléctricos.
17. **INSTAGRAM:** Plataforma social digital enfocada a fotografías o artes gráficas.
18. **INTERACCIÓN:** Retroalimentación de usuario con usuario, o de usuario con fanpage en plataformas sociales digitales a través de una acción (comentario, compartir o dar un me gusta).
19. **MAILING:** Envío de correos masivos relacionados a un mismo tema, que le permite tener botones interactivos para generar tráfico a plataformas digitales o sitios web.
20. **MATERIAL CORPORATIVO:** Material que tiene como sello elementos gráficos de la empresa que le permite identificarlo (word, ppt, excel, etc.)
21. **MINUTA:** material corporativo, recurso escrito, que permite recopilar información acerca de un evento o reunión, indicando los temas tratados y personas involucradas.

22. **PAUTA:** Monetizar una publicación desde cualquier plataforma social como Facebook o Instagram.
23. **PERFIL CORPORATIVO:** Perfil con información básica e importante de una empresa, como objetivos, dirección, teléfono, NIT, nombre comercial, información de productos y servicios, que servirá más a nivel comercial.
24. **SEGUIDOR:** Fan o usuario que sigue otro perfil de Instagram.
25. **SITIO WEB:** Plataforma o espacio web, bajo un dominio, que permite almacenar información en relación a cualquier tema, permite almacenar diferentes páginas web.
26. **STAFF ADMINISTRATIVO:** Personal de una empresa que se encarga de los trabajos directamente de oficina.
27. **TARJETAS DE PRESENTACIÓN:** Tarjeta impresa con información relacionada a la persona que lo está entregando, como su puesto, empresa donde trabaja y número telefónico.
28. **WHATSAPP:** Aplicación móvil de mensajería.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional interna. Proceso, disciplina y técnica*. España: Gesbiblo, S.L.
- Castillo, D. P. (1996). *Palabras e Imágenes*. Quito, Ecuador: UCLAP - Unión Católica Latinoamericana de Prensa.
- Conectaingenieria.com. (2019). Conecta – Somos Ingeniería. [online] : <http://conectaingenieria.com/> [Accessed 11 Feb. 2019].
- Diéguez, G. A. (2006). *Técnicas de Estudio e Investigación Documental*. Guatemala: Ediciones Zunigadi.
- Guatemala, R. M. (2018). *Registro Mercantil*. Obtenido de http://www.registromercantil.gob.gt/webrm/?page_id=89
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Comunicación Interna*. Málaga: Editorial Vertice.
- Sampieri, R. H., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Sanjuan, L. D. (2011). *La Observación*. México D.F.: Facultad de Psicología, UNAM.

E-GRAFÍA

- Guatemala, R. M. (2018). *Registro Mercantil*. Obtenido de http://www.registromercantil.gob.gt/webrm/?page_id=89

ANEXOS

Transcripción Completa de las Entrevistas

Entrevista a Juan Francisco García Morales – Dueño, fundador y Gerente General de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.

Participante	Preguntas / Respuestas
Estudiante:	<p>Bienvenidos a la fase de diagnóstico para la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.</p> <p>En este momento se procederá a realizar una entrevista a Juan Francisco García Morales, Gerente General y fundador de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. quien accedió a mi persona, María José Portales, Carné 200916326 a emplear mis conocimientos en Comunicación para desarrollar mis actividades que se me solicita en mi Ejercicio Profesional Supervisado.</p> <p>Damos inicio a la primera pregunta:</p> <p style="padding-left: 40px;">1. Cuántos años tiene CONECTA Instalaciones Electromecánicas de estar funcionando?</p>
Gerente General:	Desde 1985, usted sacará la cuenta.
Estudiante:	¿Cómo nace CONECTA Instalaciones Electromecánicas?
Gerente General:	Pues nace de la necesidad de dos cosas, una poner en práctica lo que uno aprendió y dos de agenciarse un poquito de fondos.
Estudiante:	¿Cuántas personas laboran aproximadamente en la empresa?
Gerente General:	Mire, esto es cíclico verdad, y también depende mucho del mercado. Normalmente cuando hay proyectos en un buen año, diría yo que pueden haber unas 20 o 25 personas. En este año

	que no es tan bueno para nosotros estamos hablando de unas 10 personas máximo.
Estudiante:	¿Esto incluido los gerentes de los departamentos?
Gerente General:	Sí, este momento es una temporada baja en cuanto a electricidad. CONECTA también diversifica un poco y trabaja lo que es obra civil, porque en algunos proyectos se ha dado el caso que se hace la obra civil y también se hacen las instalaciones eléctricas. Entonces, el personal de obra civil ahorita habrán unas 20 personas.
Estudiante:	¿Cómo cree usted que es la comunicación entre sus compañeros y los departamentos que existen en la empresa?
Gerente General:	Mire, no hay nada, no hay ninguna metodología. Es una cuestión más de, diariamente se trata uno de comunicar. No hay ningún plan, no hay ninguna logística en ese sentido. Simplemente que como ahorita, y cuando hemos sido pocos casi siempre ha sido parte de, que nunca hemos crecido tanto. Entonces la comunicación es fluida, no hay mucho distanciamiento entre las diferentes personas que se ocupan de los diferentes frentes entonces básicamente lo hacemos verbalmente, día a día.
Estudiante:	¿Por qué no se había considerado crear un departamento de comunicación?
Gerente General:	Realmente no hemos crecido tanto como para tener esa necesidad. Sin embargo, creo que hemos cometido unos errores por falta de comunicación. Es muy importante, creo que la comunicación es básica a tiempo, verdad. Nosotros hemos descuidado esa cosa, creemos que la comunicación verbal es suficiente y nos hemos metido en problemas, han quedado lagunas ahí que nos han dejado heridos a veces.
Estudiante:	¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros de empresa?
Gerente General:	Solo verbal.

Estudiante:	¿Cree necesario crear un departamento de Comunicación? ¿Por qué?
Gerente General:	<p>Sí, mire nosotros tenemos mucha relación, más creo yo, que desde el punto de vista interno, también desde el punto de vista externo, verdad. No abrimos nuestro canal hacia el cliente, entonces no tenemos mucha comunicación al exterior.</p> <p>La comunicación es interna y básicamente nos quedamos un poquito rezagados, creo yo. Ahora precisamente lo estamos viviendo después de tener años, muchos años, de estar pues, digamos en un buen momento, ahora estamos pasando una época baja, y creo que ahora es cuando uno ve la necesidad que hemos descuidado el tema de la comunicación, comunicación interna, comunicación externa, todos los medios de comunicación, verdad.</p>
Estudiante:	¿Hay algún otro elemento que le gustaría mejorar en la empresa en temas de comunicación?
Gerente General:	No, yo creo que con eso tendría, verdad. Es decir, nosotros como repito no es una empresa que sea demasiado grande como para que nos perdamos en un sin fin de formularios, pero sí creo que nos queda muchos vacíos en comunicación, muchos.
Estudiante:	Con estas preguntas finalizamos esta entrevista, agradeciendo el tiempo del Gerente General Juan Francisco García. Para fines profesionales, esta entrevista fue grabada y será transcrita para utilizar los datos en el desarrollo de la fase de diagnóstico. Lunes 28 de enero de 2019.

Entrevista a José Manuel García - Gerente de Operaciones de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.

Participante	Preguntas / Respuestas
Estudiante:	<p>Bienvenidos a la fase de diagnóstico para la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.</p> <p>En este momento se procederá a realizar una entrevista a José Manuel García Estrada, Gerente de Operaciones en CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. quien accedió a mi persona, María José Portales, Carné 200916326 a emplear mis conocimientos en Comunicación para desarrollar mis actividades que se me solicita en mi Ejercicio Profesional Supervisado.</p> <p>Damos inicio a la primera pregunta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cuántos años lleva laborando en CONECTA Instalaciones Electromecánicas?
Gerente de Operaciones:	Este es mi segundo año, llevo un año laborando.
Estudiante:	¿Cómo nace CONECTA Instalaciones Electromecánicas?
Gerente de Operaciones:	Nació en 1985, por mi papá, quién se encargó de empezar la empresa con el objetivo de brindar servicios en montajes eléctricos y también obra civil. A raíz de eso comenzó la empresa, básicamente.
Estudiante:	¿Cómo se vio usted interesado en ingresar a laborar en CONECTA Instalaciones Electromecánicas?
Gerente de Operaciones:	Siempre me ha gustado la ingeniería, de hecho eso es mi carrera profesional. Y siempre me ha interesado poder tomar el legado, digamos, que ha dejado mi papá y que no quede solo él, sino que pueda trascender. Entonces creo que tengo la madurez para poder emprender este tipo de retos, y eso fue lo que más me motivó.
Estudiante:	¿Cuántas personas laboran aproximadamente en la empresa?

<p>Gerente de Operaciones:</p>	<p>Como personal, staff administrativo somos tres personas. De ahí tenemos personal técnico, electricistas, ayudantes de electricistas. Existen también albañiles, ayudantes de albañilería.</p> <p>La cantidad del personal va a ser variable dependiendo la demanda de proyectos que tengamos. En época digamos baja de proyectos, la cantidad de personas son 10, más o menos, personal técnico. Ahora bien, cuando la cantidad de proyectos es alta, pues el personal puede llegar a ser 20 o 25 personas, pero dependiendo siempre la demanda, que se ajuste.</p>
<p>Estudiante:</p>	<p>¿Cómo cree usted que es la comunicación entre sus compañeros y los departamentos que existen en la empresa?</p>
<p>Gerente de Operaciones:</p>	<p>Es muy informal desde el punto de vistas que no hay una metodología de comunicación, verdad. No se lleva registro por ejemplo de reuniones, no se realizan minutas para poder dar seguimiento a las mismas. No hay una línea que seguir en el tema de comunicación, la comunicación digamos viene y va de todos lados.</p> <p>No hay una cadena que seguir, por así decirlo, es algo que necesitamos mejorar realmente, verdad. Volver un poco más formal, y no un poco más formal, volver más formal el tema de establecer objetivos, establecer metas, de poder comunicar problemas para poder reaccionar a tiempo.</p> <p>Hasta el momento no se maneja así, y eso nos ha provocado en reaccionar a destiempo realmente, cuando nos vemos enfrentados a un problema.</p>
<p>Estudiante:</p>	<p>¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros de empresa?</p>
<p>Gerente de Operaciones:</p>	<p>Utilizo correo electrónico, teléfono obviamente, entre el teléfono uso WhatsApp y también el cara a cara, una reunión que tratamos hacer semanal, por lo menos, para ver proyectos y ver cómo vamos con los números.</p>

Estudiante:	¿Cree necesario crear un departamento de Comunicación? ¿Por qué?
Gerente de Operaciones:	<p>Creo necesario sí, siempre y cuando el personal nos comprometamos a hacerlo funcionar. Creo que el departamento de comunicación se verá sí y solo sí, la gente está comprometida a ponerlo en práctica. ¿Para qué lo necesitamos? Para poder tener una empresa formal desde el punto de vista de saber hacia dónde vamos, y creo que la comunicación es vital para eso.</p> <p>Si cada quién va por dónde él cree o cree ir, pues no vamos a llegar a ningún lado. Entonces el departamento de comunicación es importante internamente para eso, y externamente porque tenemos que darnos a conocer mejor. Hay tantas herramientas, tantas plataformas hoy en día para darnos a conocer, y no las aprovechamos.</p> <p>No las aprovechamos por el desconocimiento que tenemos, verdad. El personal de staff es muy ingeniería y no hay alguien que nos de el lineamiento para darnos a conocernos mejor, entonces sí es necesario.</p>
Estudiante:	¿Cree usted que puede contar con el compromiso de sus compañeros, o de las personas que laboran dentro de la empresa para poder mejorar la comunicación?
Gerente de Operaciones:	Sí.
Estudiante:	Desde el año 1985 que fue creada la empresa, hasta la actualidad, 2019, ¿han tenido o han realizado alguna labor de comunicación externa para dar a conocer la empresa?
Gerente de Operaciones:	<p>Comenzaron las labores más formales el año pasado. Cuando yo ingresé tratamos de dar un poquito, primero se buscó dar un logotipo de marca pues formal, que hasta el momento no se tenía un logotipo como tal.</p> <p>También el tema de generar un portafolio de trabajo, por ejemplo. Comenzar el sitio web que hasta el momento ya está terminando el proyecto, ya está en fases finales. Y sin embargo,</p>

	<p>hay que seguir innovándolo.</p> <p>Pero, desde 1985 creo que los trabajos más formales en tema de comunicación externa diría yo, se empezaron a dar el año pasado.</p> <p>Sin embargo, con el tema de comunicación interna creo que seguimos igual, no se ha hecho una mejora, no nos hemos preocupado por mejorarlo y realmente hay que hacerlo. No tenemos la conciencia de lo que nos ha generado problemas el tema tan importante que es la comunicación.</p>
Estudiante:	<p>Del año pasado o desde que se inició a un nuevo cambio de una imagen corporativa de la empresa, ¿hay alguien dentro de la empresa o hay alguna persona asignada que corresponde directamente las labores de darle el seguimiento a esa imagen, o por ejemplo me comenta el tema del sitio web?</p>
Gerente de Operaciones:	<p>Hasta el momento, dentro de la empresa quién ha tomado la tarea soy yo. Sin embargo, creo que alguien que debe de tener esas responsabilidades o esa responsabilidad debe ser alguien que conozca del tema. O yo dejarme asesorar bien por personas que conozcan del tema. Pero hasta el momento solo yo.</p>
Estudiante:	<p>¿Qué le gustaría mejorar de la empresa en temas de comunicación o qué le gustaría proyectar?</p>

<p>Gerente de Operaciones:</p>	<p>Bueno, hay varias cosas pero me gustaría, por ejemplo, yo creo que la comunicación no sé si lo estoy viendo bien o mal pero me gustaría manejarlo por separado. Una la comunicación interna, y dos la comunicación externa, verdad.</p> <p>La interna creo que tenemos que tener más formalidad a la hora de reuniones, sin el creo que, tenemos que tener más formalidad. Si tenemos una reunión establecer cuáles van a ser las responsabilidades durante el lapso que dure de trabajo hasta la siguiente reunión. Establecer, ok, cierta persona está encargada de esto, esta persona está encargada de esto, yo estoy encargado de esto.</p> <p>Y tenemos que ver en qué estamos entorpeciendo el trabajo de los demás, el retraso mío, verdad, escuchar a los compañeros de una manera formal. Y hasta el momento no se ha llevado, siempre ha existido respeto pero no quiere decir que por respeto la comunicación sea adecuada.</p> <p>Y desde el punto de vista externo, aprovechar todas las plataformas que hoy en día se nos ofrece, para poder darnos a conocer mejor. Realmente el poco análisis que se ha hecho de la competencia nos hace ver que nosotros estamos atrás en ese sentido. Porque nuestros servicios es de muy buena calidad, los proyectos en los que hemos trabajado los reclamamos son pocos. Pero de nada sirve si no nos sabemos dar a conocer.</p> <p>Hoy en día la competencia puede que sus servicios no sea el mejor, sin embargo, están presentes en todos lados, en todos los proyectos importantes. Y eso nos hace ver que aparte del servicio de buena calidad, es importante estar en la mente del consumidor o del mercado, y eso no se ha hecho tan fuerte en la empresa porque tal vez a veces en temporadas bajas nos es complicado.</p> <p>Pero es de abrir los ojos, y darnos cuentas que tenemos que hacer ese tipo de tareas, y ese tipo de mejoras para poder crecer, sino, creo que no hay un crecimiento solo pensando en que lo técnico es lo único que importa. Una empresa está compuesta por varios aspectos importantes, y la comunicación tiene que ser uno de ellos. Entonces ahí si nos hace falta mucho que trabajar.</p>
---------------------------------------	--

	<p>Lo bueno es que estamos conscientes ahorita, y que tenemos que comenzar a reaccionar.</p>
<p>Estudiante:</p>	<p>Me comenta que dentro del staff administrativo llevan reuniones, ustedes se platican entre sí para, más o menos, informarse cómo van los proyectos. Una vez ya teniendo los proyectos. ¿también hay comunicación con las demás personas que laboran en esos proyectos?</p>
<p>Gerente de Operaciones:</p>	<p>Las demás personas... ¿se refiere a?</p>
<p>Estudiante:</p>	<p>Por ejemplo, los albañiles que me comentaba, los electricistas.</p>

<p>Gerente de Operaciones:</p>	<p>Sí, existen pues ciertas cadenas de mando por así decirlo, por ejemplo, tenemos un proyecto eléctrico dentro de la obra como tal, estará el supervisor de los eléctricos que es el encargado de hacer que la gente trabaje al ritmo que se necesita.</p> <p>Sí existe comunicación, pero siempre sigue siendo informal. No hay más que llegar al proyecto, dar el recorrido de obra, ver los avances con las personas que está encargada del proyecto. Hacer ver dónde tenemos retrasos, dónde hay fallos y corregirlos, pero no hay nada por escrito, no hay algo como tal.</p>
<p>Estudiante:</p>	<p>Con estas preguntas finalizamos esta entrevista, agradeciendo el tiempo del Gerente de Operaciones José Manuel García. Para fines profesionales, esta entrevista fue grabada y será transcrita para utilizar los datos en el desarrollo de la fase de diagnóstico. Lunes 28 de enero de 2019.</p>

Modelo de la Entrevista

Modelo de la Entrevista a Gerente General



Entrevista
CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.
Fase: Diagnóstico
2019

Bienvenidos a la fase de diagnóstico para la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En este momento se procederá a realizar una encuesta a Juan Francisco García Morales, Gerente General y fundador de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, quién accedió a mi persona, María José Portales, Carné 200916326 a emplear mis conocimientos en Comunicación para desarrollar mis actividades que se me solicita en mi Ejercicio Profesional Supervisado.

Damos inicio a la primera pregunta:

1. ¿Cuántos años tiene CONECTA Instalaciones Electromecánicas de estar funcionando?
2. ¿Cómo nace CONECTA Instalaciones Electromecánicas?
3. ¿Cuántas personas laboran aproximadamente en la empresa?
4. ¿Cómo cree usted que es la comunicación entre sus compañeros y los departamentos que existen en la empresa?
5. ¿Por qué no se había considerado crear un departamento de Comunicación?
6. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros de empresa?
7. ¿Cree necesario crear un departamento de Comunicación? ¿Por qué?
8. ¿Qué le gustaría mejorar en la empresa para tener una comunicación eficiente?

Con estas preguntas finalizamos esta entrevista, agradeciendo el tiempo del Gerente General Juan Francisco García. Para fines profesionales, esta entrevista fue grabada y será transcrita para utilizar los datos en el desarrollo de la fase de diagnóstico. Lunes 28 de enero de 2019.

Modelo de la Entrevista a Gerente de Operaciones



**Entrevista
CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A.
Fase: Diagnóstico
2019**

Bienvenidos a la fase de diagnóstico para la realización del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En este momento se procederá a realizar una encuesta a José Manuel García Estrada, Gerente de Operaciones de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, quién accedió a mi persona, María José Portales, Carné 200916326 a emplear mis conocimientos en Comunicación para desarrollar mis actividades que se me solicita en mi Ejercicio Profesional Supervisado.

Damos inicio a la primera pregunta:

1. ¿Cuántos años lleva laborando en CONECTA Instalaciones Electromecánicas?
2. ¿Cómo nace CONECTA Instalaciones Electromecánicas?
3. ¿Cuántas personas laboran aproximadamente en la empresa?
4. ¿Cómo cree usted que es la comunicación entre sus compañeros y los departamentos que existen en la empresa?
5. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros de empresa?
6. ¿Cree necesario crear un departamento de Comunicación? ¿Por qué?
7. ¿Qué le gustaría mejorar en la empresa para tener una comunicación eficiente?

Con estas preguntas finalizamos esta entrevista, agradeciendo el tiempo del Gerente de Operaciones José Manuel García. Para fines profesionales, esta entrevista fue grabada y será transcrita para utilizar los datos en el desarrollo de la fase de diagnóstico. Lunes 28 de enero de 2019.

10.3 Fotografías

Primera reunión con el equipo administrativo para realizar observación directa:



Anotaciones durante la observación:

Formas de trabajo para un Proyecto TI/OTIS
OBSERVACIÓN SUCUMENTE

Problemas:

- No hay lugar para que todos sean los puntos, solo uno parece haber accedido a eso, el otro no.
- No hay colaboración con otros para compartir información de proyectos. Por ejemplo, solo para clientes, etc.
- No hay manera de tener un lugar de trabajo, solo para, cuando se trabaja.
- No están organizados con la mayoría de cosas.
- No hay un lugar en la noche para colocar cosas de proyectos para el caso de tener un taller.

- No usan forma alguna para seguir reuniones.
- No muestran frecuentemente el trabajo realizado, o tienen un proceso de trabajo, como cosas y no usan formas, aunque que ya tienen.
- No muestran capacidad, o formas para que otros trabajen, tampoco se les muestra de cosas.
- No muestran un trabajo sus propios para servir.
- No muestran con otros de manera constante para compartir información.
- No muestran con una lista de cosas de clientes y proyectos.

- No muestran con mucha para que otros sepan.
- En reuniones de trabajo, la mano tiene que estar, y reuniones para ver las cosas, cuando se necesitan.
- El lugar de trabajo no se muestra, o cuando se muestra, no se muestra.
- No muestran un trabajo, o cuando se muestra, no se muestra, o cuando se muestra, no se muestra.
- Ejemplo: No se muestra, o cuando se muestra, no se muestra, o cuando se muestra, no se muestra.
- No se muestra un trabajo, o cuando se muestra, no se muestra, o cuando se muestra, no se muestra.

- No muestran con mucha para que otros sepan.
- No muestran con mucha para que otros sepan.
- No muestran con mucha para que otros sepan.
- No muestran con mucha para que otros sepan.
- No muestran con mucha para que otros sepan.
- No muestran con mucha para que otros sepan.

- El personal no muestra frecuentemente sobre el trabajo realizado.
- Se ve de la manera, o cuando se muestra, no se muestra, o cuando se muestra, no se muestra.
- En proyectos, no se muestra con frecuencia, o cuando se muestra, no se muestra, o cuando se muestra, no se muestra.

Buen trabajo, si se a m

- El personal no muestra frecuentemente sobre el trabajo realizado.
- Se ve de la manera, o cuando se muestra, no se muestra, o cuando se muestra, no se muestra.
- En proyectos, no se muestra con frecuencia, o cuando se muestra, no se muestra, o cuando se muestra, no se muestra.

Buen trabajo, si se a m

Entrevistas realizadas a Gerentes:



Fotografía lado izquierdo, entrevista con Gerente General – Juan Francisco García.

Fotografía lado derecho, entrevista con Gerente de Operaciones – José Manuel García.



MATERIAL CORPORATIVO

Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A. maneja una línea gráfica que es base de todos los elementos gráficos que posee su logo. Por ende, todo el material corporativo o utilizar mantendrá el mismo perfil.

La empresa cuenta ya con:

- Hoja Membretado
- Presentación de Power Point
- Firmas Digitales
- Tarjetas de Presentación
- Hoja de Contratación
- Perfil de la Empresa
- Manual de Logo

Los cuales deberán ser utilizados por todo el Staff Administrativo para comunicación interna y externa.

*Tenga en cuenta que la empresa podrá ser comprada o no en con la base gráfica de la marca, con el fin de garantizar la identidad corporativa.

UNIFORMES

El uniforme de Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A. se divide en dos áreas, para el Staff Administrativo y para técnicos, debido a que ambos equipos se manejan en diferentes áreas donde necesitan que su ropa y zapatos sean los adecuados para las distintas labores.

STAFF ADMINISTRATIVO
El Staff Administrativo deberá utilizar el uniforme únicamente cuando deba presentarse con clientes y/o proveedores, y proyectos.

PARA TÉCNICOS:

- Camisa blanca tradicional, con logo de empresa en la parte superior izquierda.
- Pantalón de mezclilla o pantalón de lana formal.
- Zapatos formales o de punto de cuero (o la situación lo permita).
- Chaleco de Seguridad Industrial (o la situación lo permita).

ROTULACIÓN VEHICULAR

Debido a que CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. tiene a su disposición un vehículo tipo camioneta, este deberá estar todo el tiempo identificado con las siguientes indicaciones:

- Logo de la empresa
- Número telefónico
- Correo electrónico
- Usuarios de Redes Sociales
- Sitio Web

Con el objetivo de poder generar presencia de marca dentro de la Ciudad de Guatemala, y a los diferentes destinos donde se encuentren los campos de trabajo para la empresa. Logrando un alcance de más de tres mil personas por día.

ROTULACIÓN DE OFICINA

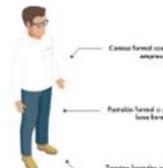
La oficina de CONECTA Instalaciones Electromecánicas, S.A. debe estar debidamente identificada, es por ello, que tendrá una rotulación con el logo de la empresa, para ubicarla correctamente.

De igual manera, dentro de la oficina las ubicaciones deberán estar debidamente identificadas para localizar fácilmente cada herramienta de trabajo.



PARA TRABAJOS DE CAMPO:

- Camisa tipo Casual
- Pantalón de lana formal
- Zapatos de punto de cuero
- Camo
- Chaleco de Seguridad Industrial
- Lentes



PARA TÉCNICOS:

- Playera con logo
- Pantalón de lana formal
- Chaleco de punto de cuero
- Camo
- Chaleco de Seguridad Industrial
- Goggles



COMUNICACIÓN INTERNA



La Comunicación interna en Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A. debe ser el pilar para generar y crear buenas estrategias de ventas y creación de proyectos.

A continuación, conoceremos los procesos de comunicación interna para la empresa y cómo aplicarlos:

PROCESOS DE REUNIONES INTERNAS

Las reuniones internas son necesarias que se realicen periódicamente para que todo el Staff Administrativo tenga el pleno conocimiento del desarrollo de proyectos que la empresa está llevando a cabo.

El proceso para solicitar una reunión interna es el siguiente:

- Hacer mención vía WhatsApp para verificar disponibilidad de fecha y hora de miembros del equipo.
- Una vez acordado lugar, día y hora agendar y programar reunión en Google Calendar. (Enviar invitación a miembros)

Durante la reunión es importante recordar que se debe utilizar al Kit de Oficina de Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A.

ENVÍO DE MINUTAS

Toda vez finalice las reuniones internas, dentro del equipo se debe delegar a un miembro para redactar el minuto de la reunión. La cual debe ser entregada a todos los miembros participantes dentro de las siguientes 24 horas.

De igual manera, todas las minutas deberán ser guardadas en el Google Drive de la empresa. Debe ser ordenado de la siguiente manera:

CARPETA MINUTA:

- Año
- Proyecto
- Mes
- Archivo

CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A. cuenta con diferentes canales para comunicarse con sus clientes y proveedores, cada uno cuenta con diferentes características que le permite a la marca posicionarse con su grupo objetivo y cliente potencial/real.

Para lograr una comunicación en los diferentes canales es el mayor de las cosas será la empresa quien debe ocasionar al usuario/cliente. Es por ello, que la marca cuenta con canales digitales para poder tener mejor alcance y generar mayor presencia de marca, con el objetivo de persuadir al usuario/cliente con sus servicios y perfil.

Están también canales de comunicación que ahora se le consideran "tradicionales" ya que son los medios más frecuentes cuando ya hay un contacto directo con el usuario/cliente.

Por lo tanto, para generar comunicación externa se tienen los siguientes canales:

NÚMERO TELEFÓNICO

Canal indispensable para todo miembro del Staff Administrativo, ya que será uno de los recursos inmediatos para poder entregar al cliente y así darle la oportunidad de generar comunicación y retroalimentación.

El número telefónico comercial para la empresa es 2286-8779 / 4128-6413, podrán ser considerados también los números telefónicos que aparecen en los tarjetas de presentación.

COMUNICACIÓN EXTERNA



La comunicación externa (comunicación clientes/proveedores) es el pilar para mantener las relaciones laborales de la empresa. Es por eso que se debe de llevar a cabo de manera ordenada, profesional y eficaz.

A continuación conoceremos cómo manejar la comunicación externa de Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A.:

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Este recurso también debe verse indispensable para todo miembro del Staff Administrativo o nivel presencial con el cliente y/o proveedor, ya que le estará entregando de manera personal toda la información de la empresa, su logo, su línea gráfica, y le permitirá a la otra persona identificar a la marca.

Siempre deberá cargar consigo mínimo 10 tarjetas, en caso se estén terminando, avisar inmediatamente para generar más.

*Todo reunión y/o encuentro es oportuno para presentarla y entregarla.

Cada miembro contará con su propio tarjeta de presentación debidamente identificada con nombre completo, puesto, correo electrónico, número telefónico de la empresa, número telefónico personal, información de plataformas digitales.



WHATSAPP

El WhatsApp es una herramienta que le facilita al cliente/proveedor la comunicación con los miembros del Staff Administrativo. Debe ser utilizado únicamente y exclusivamente para brindar y/o solicitar datos inmediatos, como nombre de la empresa, NET, correo electrónico, etc.

Por este canal no debe presentarse una cotización, presupuestos o propuestas finales.

El WhatsApp a utilizar para la empresa será con el número 4128-6413, el cual deberá tener como perfil el logo de la empresa para identificarlo.

CORREO ELECTRÓNICO

El correo electrónico es el canal oficial de la empresa para presentar formalmente servicios, cotizaciones, propuestas, proyectos, etc. a cliente/proveedor. Todo deberá ser enviado, aprobado, declinado, o brindar continuidad por este medio.

También es el canal que utilizará la empresa para el envío de newsletters o todo su base de datos.

La empresa cuenta con diferentes direcciones de correo electrónico, sin embargo, el correo comercial o para entregar como primer contacto sera info@conectaingenieria.com

FACEBOOK

Debido a la alta presencia y demanda del usuario/cliente en las plataformas digitales, la empresa cuenta con una Fanpage en Facebook la cual sera utilizada como un perfil externo informativo.

La presencia en esta red social le brinda credibilidad a la empresa, y confiamos al usuario de saber que es una empresa real.

Se publicará información que el cliente necesita en relación a los servicios de la empresa, contacto, y proyectos que haya realizado. Por medio de esta plataforma se tendrá también la oportunidad de interactuar con el usuario y brindarle la retroalimentación necesaria, a través del chat o Facebook Messenger, en los comentarios de las publicaciones y/o utilizar opciones para generar llamadas desde el móvil.

También se estará brindando a nivel necesario en esta plataforma para tener más alcance y llegar que la marca tenga mayor presencia dentro de los usuarios, y dentro de su competencia.

CORREO ELECTRÓNICO

El correo electrónico es el canal oficial de la empresa para presentar formalmente servicios, cotizaciones, propuestas, proyectos, etc. a cliente/proveedor. Todo deberá ser enviado, aprobado, declinado, o brindar continuidad por este medio.

También es el canal que utilizará la empresa para el envío de newsletters o todo su base de datos.

La empresa cuenta con diferentes direcciones de correo electrónico, sin embargo, el correo comercial o para entregar como primer contacto sera info@conectaingenieria.com

FACEBOOK

Debido a la alta presencia y demanda del usuario/cliente en las plataformas digitales, la empresa cuenta con una Fanpage en Facebook la cual sera utilizada como un perfil externo informativo.

La presencia en esta red social le brinda credibilidad a la empresa, y confiamos al usuario de saber que es una empresa real.

Se publicará información que el cliente necesita en relación a los servicios de la empresa, contacto, y proyectos que haya realizado. Por medio de esta plataforma se tendrá también la oportunidad de interactuar con el usuario y brindarle la retroalimentación necesaria, a través del chat o Facebook Messenger, en los comentarios de las publicaciones y/o utilizar opciones para generar llamadas desde el móvil.

También se estará brindando a nivel necesario en esta plataforma para tener más alcance y llegar que la marca tenga mayor presencia dentro de los usuarios, y dentro de su competencia.

INSTAGRAM

Parte de la presencia en las redes sociales, es brindarle al usuario información visual que le permita conocer los trabajos finalizados o en elaboración, para que puedan conocer una opinión sobre el trabajo de la empresa.

Es por eso la importancia de tener un perfil en Instagram, ya que le permite a la empresa presentarle al mundo de la ingeniería la calidad de trabajo que maneja, y sobre todo, las actitudes y seguridad industrial brindada en cada proyecto finalizado, lo que le permite avanzar de la competencia.

El usuario de Instagram de Conecta es @conectaingenieria

La Fanpage puede ser encontrada bajo el nombre de Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A. Y para su búsqueda fácil el usuario es @conectaingenieria.g

LINKED IN

Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A. es una empresa formal, por lo tanto, su presencia en LinkedIn es una necesidad ya que le permite dar a conocer al mundo de los negocios la importancia y necesidad de una Buena estructura electrónica en los proyectos, cómo se maneja el Mercado sobre todo en Guatemala, y cómo a nivel profesional la empresa lleva o cobo sus labores.

Es una plataforma que le permite a la marca tener presencia digital comercial.

Lo encontramos como Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A.

INSTAGRAM

Parte de la presencia en las redes sociales, es brindarle al usuario información visual que le permita conocer los trabajos finalizados o en elaboración, para que puedan conocer una opinión sobre el trabajo de la empresa.

Es por eso la importancia de tener un perfil en Instagram, ya que le permite a la empresa presentarle al mundo de la ingeniería la calidad de trabajo que maneja, y sobre todo, las actitudes y seguridad industrial brindada en cada proyecto finalizado, lo que le permite avanzar de la competencia.

El usuario de Instagram de Conecta es @conectaingenieria

La Fanpage puede ser encontrada bajo el nombre de Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A. Y para su búsqueda fácil el usuario es @conectaingenieria.g

LINKED IN

Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A. es una empresa formal, por lo tanto, su presencia en LinkedIn es una necesidad ya que le permite dar a conocer al mundo de los negocios la importancia y necesidad de una Buena estructura electrónica en los proyectos, cómo se maneja el Mercado sobre todo en Guatemala, y cómo a nivel profesional la empresa lleva o cobo sus labores.

Es una plataforma que le permite a la marca tener presencia digital comercial.

Lo encontramos como Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A.

SITIO WEB

El sitio web es la presentación a nivel nacional e internacional de la empresa a nivel digital. Tener una plataforma propia genera presencia inmediata en los buscadores digitales, lo cual permite a la marca posicionarse en el mercado y generar una acción externa en cualquier parte del mundo.

Es un canal de comunicación con cliente/proveedor ya que la plataforma facilita al usuario brindar sus datos para generar sus consultas. El sitio web es www.conectaingenieria.com

Cada canal maneja su propia estrategia de comunicación, sin embargo, todos se manejan bajo el mismo perfil y línea gráfica de la empresa.

*Las estrategias de comunicación pueden variar periódicamente debido al comportamiento del Mercado y de usuarios.

La Fanpage puede ser encontrada bajo el nombre de Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A. Y para su búsqueda fácil el usuario es @conectaingenieria.g

TIPO DE COMUNICACIÓN

Independientemente al canal que se utilice para generar comunicación externa, siempre se deberá de dirigirse a cliente y/o proveedor como "usted", manteniendo el respeto y la cordialidad que refleja la empresa.



CONECTO

**BASE DE DATOS
CLIENTES / PROVEEDORES**

Al generar primer contacto con clientes y/o proveedores se les debe solicitar la siguiente información:

- Nombre de colaborador
- Puesto
- Nombre de la empresa
- Número telefónico de la empresa y colaborador
- Correo electrónico

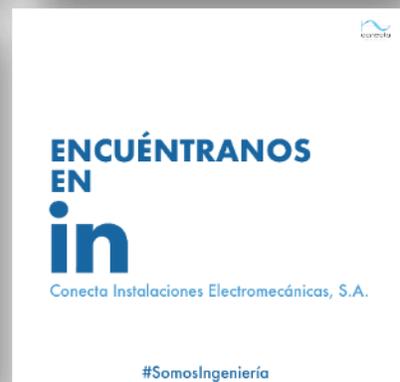
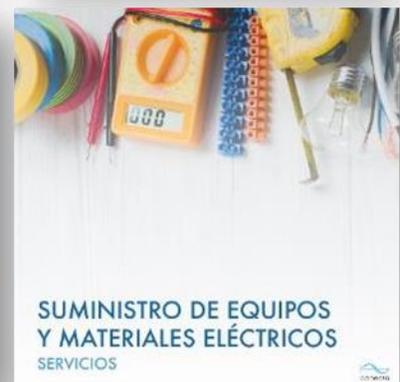
Todos los datos deberán ser almacenados en Google Drive de la empresa, en la carpeta BASE DE DATOS, con el objetivo de tener la información a la mano para enviarles luego información de la empresa.

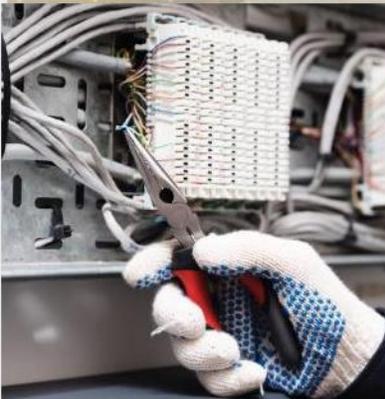
 @conectaingenieria.g
 @conectaingenieria
 Conecta Instalaciones Electromecánicas, S.A.
www.conectaingenieria.com



CONECTO

*Artes que se realizaron para crear el manual de comunicación de la empresa, fueron 35 páginas, portada y contraportada, tamaño carta, se agregaron elementos del manual de imagen.





*Artes realizados para Facebook.



¡SOMOS INGENIERÍA!



conecta
Instalaciones Electromecánicas
SERVICIOS



DISEÑO Y PLANEACIÓN
DE SISTEMAS ELÉCTRICOS



EJECUCIÓN DE PROYECTOS
DE OBRA CIVIL



EJECUCIÓN DE PROYECTOS
ELÉCTROMECÁNICOS
HVAC, vapor,
aire comprimido, aire caliente,
etc.



ESTUDIOS DE CALIDAD
DE ENERGÍA ELÉCTRICA



ESTUDIOS DE CALIDAD
DE TIERRA FÍSICA



PLANIFICACIÓN
Y
MANTENIMIENTO
PREDICTIVO
ELÉCTRICO Y MECÁNICO



SUMINISTRO DE EQUIPOS
Y MATERIALES ELÉCTRICOS

☎ 2286-8778
📞 4128-6413
✉ info@conectaingenieria.com
www.conectaingenieria.com



*Artes realizados para el contenido de Instagram.

*Arte para capacitación



CAPACITACIÓN Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS REALIZADOS

Lugar:
Oficina Auxiliar
Casa 127 de Vistas, Pati6n de San 1ngel
Zona 2

Fecha:
S1bado 6 de julio de 2019

Hora:
8:00 a.m. - 12:00 p.m.

*Incluye desayuno y caf1.



Voltaje entre neutro y tierra

Conocer la diferencia de voltaje entre el neutro y tierra es importante a la hora de diagnosticar alg1n tipo de problema dentro de un sistema el1ctrico, esto debido a que un diferencial fuera de la normativa puede ser causa de:

- Corrientes flotante dentro del conductor del neutro.
- Corriente en tierra.
- Excesiva resistividad en el conductor del neutro.
- Excesiva resistividad en la tierra f1sica.

De acuerdo al NEC (National Electric Code 1990) se recomienda un m1ximo de ca1da de voltaje de un 2% hasta el punto final de uso, la limitante real siempre depender1 del equipo final y de las recomendaciones por el fabricante.

Valores mayores permitidos por el NEC son indicios de que existen problemas de conexi6n o de dise1o dentro del sistema el1ctrico, los cuales deben de ser investigados y solucionados lo m1s r1pido posible. De acuerdo "The Onanetz-BMI Field Handbook for Power Quality Analysis" los valores de voltaje entre el neutro y la tierra f1sica deben de ser¹:

- 3-5 voltios en sistemas con tolerancias normales.
- 1 voltio en sistemas de tolerancias cr1ticas.

¹ Onanetz-BMI, (2020), The Onanetz-BMI Field Handbook for Power Quality Analysis, Edici6n Unidat, Edici6n New Jersey, Estados Unidos.

10 Av. A-2-13 Santa Isabel II, zona 6, Guatemala | (502)238-8778 / (502)4128-6413



Voltaje entre neutro y tierra

Conocer la diferencia de voltaje entre el neutro y tierra es importante a la hora de diagnosticar alg1n tipo de problema dentro de un sistema el1ctrico, esto debido a que un diferencial fuera de la normativa puede ser causa de:

- Corrientes flotante dentro del conductor del neutro.
- Corriente en tierra.
- Excesiva resistividad en el conductor del neutro.
- Excesiva resistividad en la tierra f1sica.

De acuerdo al NEC (National Electric Code 1990) se recomienda un m1ximo de ca1da de voltaje de un 2% hasta el punto final de uso, la limitante real siempre depender1 del equipo final y de las recomendaciones por el fabricante.

Valores mayores permitidos por el NEC son indicios de que existen problemas de conexi6n o de dise1o dentro del sistema el1ctrico, los cuales deben de ser investigados y solucionados lo m1s r1pido posible. De acuerdo "The Onanetz-BMI Field Handbook for Power Quality Analysis" los valores de voltaje entre el neutro y la tierra f1sica deben de ser¹:

- 3-5 voltios en sistemas con tolerancias normales.
- 1 voltio en sistemas de tolerancias cr1ticas.

¹ Onanetz-BMI, (2020), The Onanetz-BMI Field Handbook for Power Quality Analysis, Edici6n Unidat, Edici6n New Jersey, Estados Unidos.

10 Av. A-2-13 Santa Isabel II, zona 6, Guatemala | (502)238-8778 / (502)4128-6413


conecta
Instituto de Ingeniería y Tecnología

Calidad de energía

El suministro de energía debe de ser un aspecto importante a cuidar en cualquier institución ya sea esta privada o del gobierno, estadísticas muestran los siguientes datos importantes:

- Cerca de \$ 50 billones de dólares se pierden en los Estados Unidos al año por apagones generados por problemas de calidad de energía.
- En una industria de plásticos se puede llegar a perder cerca de \$ 3 millones de dólares al día por causas de un apagón general.
- De acuerdo a Galvin Electricity Initiative, la red de energía eléctrica en los Estados Unidos posee una garantía de funcionamiento del 99.97% lo cual significa alrededor de \$ 150 billones de dólares de pérdidas.

En función de las estadísticas anteriores se desea dar la importancia de poder estudiar, entender los problemas que la calidad de energía puede llegar a tener en el desarrollo económico e un país en general.

Existen distintas distintas instituciones a nivel internacional que se han encargado de poder estudiar los problemas de calidad de energía, dos instituciones de prestigio son la IEEE (Estados Unidos) y a IEC (Europa), ambas instituciones han generado documentos específicos para poder tratar los problemas de calidad de energía, estos documentos son:

- IEEE Std 1159- "Recommended Practice For Monitoring Electric Power"
- IEC 61000-4-30, "Electromagnetic compatibility"

En ambos documentos se pueden encontrar criterios similares a la hora de clasificar los problemas principales que afectan la calidad de energía, estos problemas se clasifican de la siguiente manera:

1. Variaciones en el valor RMS del voltaje.
2. Transientes de Voltaje.
3. Distorsión de la forma de onda.
4. Desbalance de voltaje.
5. Fluctuaciones de voltaje.
6. Variación de los valores de frecuencia

En el presente se hará una breve descripción de estos problemas para poder dar un mejor entendimiento de los mismos.

1. Variaciones en valores RMS: Existen 3 tipos de variaciones las cuales son: swell, sag e interrupciones de voltaje. Son los fenómenos de calidad de energía

10 Av. A 2-13 Santo Isidro II, zona 6, Guatemala | 5022209-8778 | 502041269412

* Artículos publicados en Linked In.



*Diseño que se utilizó para pauta en Facebook, formato Like AD.



*Epesista trabajando en oficina auxiliar de la empresa.

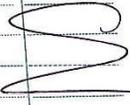
COTIZACION

No 00035

LIBRERIA Y PAPELERIA PROGRESO S.A.
 UTILES DE OFICINA - ARTICULOS PARA DIBUJO TECNICO Y DISEÑO

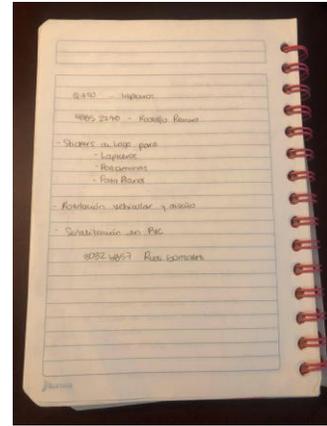
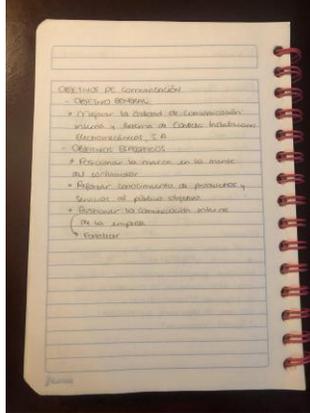
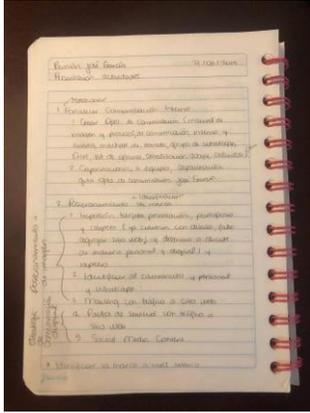
No. 9 Calzada Roosevelt 14-63, Zona 7
 Tels. 24740580 - 24740402
 FAX 24741947

Lugar y fecha Conecta Instalaciones Electromecánicas
 Nombre del comprador 03 Abril 2019
 Dirección _____ NIT: 100155316

Cantidad	Descripción	p. Unidad	Importe
3	Bolígrafo Faber A. Conic	20.50	61.50
3	lapiz Faber A. zoomerius	3.55	10.65
3	Borrador Stedler	1.60	4.80
			76.95
			
			TOTAL Q. <u>76.95</u>

001 - 1000 7-18





*Apuntes durante la elaboración de plan comunicacional.





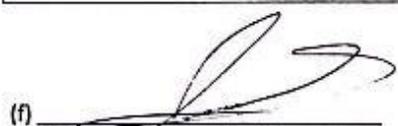
Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019

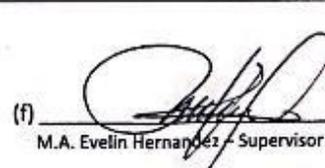


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): María José Portales
No. Carné y DPI: 200916326 / 2059 36520 0920
Jefe o Encargado (a): Ingeniero Mecánico Industrial, José Manuel García, Gerente de Operaciones y Ventas.
Institución o Empresa: Conecta Instalaciones Electromecánicas, 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: 19	Mayo	9	9	9	9	9	x	45 hrs.
2	Del: 20 / Al: 26	Mayo	9	9	9	9	6	x	42 hrs.
3	Del: 27 / Al: 2	May - Jun	9	9	9	9	9	x	45 hrs.
4	Del: 3 / Al: 9	Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
5	Del: 10 / Al: 16	Junio	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
6	Del: 17 / Al: 23	Junio	8	8	6	6	6	x	34 hrs.
7	Del: 24 / Al: 30	Junio	8	8	6	6	6	x	34 hrs.
8	Del: 1 / Al: 7	Julio	x	6	6	6	6	4	28 hrs.
9	Del: 8 / Al: 14	Julio	6	6	6	6	6	4	34 hrs.
10	Del: 15 / Al: 16	Julio	6	6	x	x	x	x	12 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									334 hrs.

(f) 
 José Manuel García, Gerente de Operaciones

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

