



Universidad Internacional SEK

Facultad de Comunicación

“Auditoría Comunicacional de la Empresa

WoOw Descuentos Urbanos”

Autora: Daniela Larenas Dueñas

Director de Tesis: Kerwin Zumárraga

Quito, Septiembre 2012

Resumen Ejecutivo.

Durante el desarrollo académico de estos 5 años universitarios, se han adquirido conocimientos valiosos y fundamentales para el desempeño cotidiano dentro de la vida laboral que se está por enfrentar.

Direccionándose a la empresa de marketing digital: WoOw Descuentos Urbanos, aquellos conocimientos se ponen en práctica, a través del progreso de este análisis comunicacional.

En el primer capítulo, se expone una detallada cronología acerca de la comunicación. Su inicio, exponentes principales, teorías fundamentales, desarrollo, progreso, evolución, uso e implementación como herramienta fundamental y cotidiana de la vida de los seres humanos. Considerando que la empresa a la que se aplicará el Plan Estratégico es considerada una herramienta de marketing digital, se desarrollan los conceptos básicos de esta ciencia y la explicación de la aplicación de los mismos en las sociedades modernas.

A continuación, dentro del mismo capítulo primero, se abarca a la Comunicación Corporativa, enfocándose en la importancia de la realización y aplicación de la auditoría comunicacional, para fomentar y fortalecer la imagen e identidad de las empresas, sumergidas en el mercado de la globalización, en el siglo XXI.

En el segundo capítulo, se expone detalladamente, las respectivas conclusiones y recomendaciones para cada sección de los análisis, expuestos en el primer capítulo. Aquí interviene de la misma manera, las conclusiones más importantes, que son las de las encuestas aplicadas a las audiencias; de las cuales parte, posteriormente, el análisis de propuesta que se desarrollará en el plan estratégico.

Finalizando con los pasos a realizar en una auditoría, en el capítulo tres, se establece la propuesta de Plan Estratégico Comunicacional. Mediante la macroestrategia y las microestrategias, se proponen las tácticas pertinentes para el mejoramiento comunicacional de la empresa, enfocándose en el desarrollo y manejo del marketing digital.

Executive Summary.

During the academic development of these 5 years of college, we have obtained valuable and fundamental knowledge that soon will be set to practice in the daily performance of the working life soon to be faced.

Focusing this analysis to a digital marketing company: WoOw Urban Discounts, those skills are put into practice, throughout the development of this thesis.

In the first chapter, communication is exposed in a detailed and chronological analysis that explains its history, main exponents, fundamental theories, development, progress, use and implementation as a fundamental and everyday life tool of human beings. Considering that the company that this analysis will be put on upon is considered a digital marketing tool, a development of basic terms and ways of applications about marketing, is also mentioned at the end of this chapter.

Afterwards, within the same first chapter, Corporate Communications is mentioned, focusing on the importance of the completion and implementation of a communications audit; to promote and strengthen the image and identity of companies, submerged in a globalized market of the 21st century.

In the second chapter, the respective conclusions and recommendations for each section of the analysis are detailed. Mentioning, of course, the most important conclusions, which are the surveys applied to audiences of the company. These allowed the development of the proposal of a Strategic Communication Plan, for the company's wealth.

Finishing with the 3rd step of an audit, in chapter three, the Strategic Communication Plan is proposed. By establishing a macro strategy and micro strategies, we aim for an improvement of the company, focusing on the development and management of digital marketing.

Dedicatoria

Dedico este trabajo, como demostración de esfuerzo y perseverancia primeramente a ÉL. Por darme todo lo que tengo, aunque muchas veces no lo sepa apreciar. Porque me ha permitido tener con vida a quienes quiero dedicar este trabajo. A pesar de todas las adversidades y vicisitudes que puso en mi camino y creí no poder superar, estoy aquí, porque ÉL lo ha querido así.

A mis padres, mis hermanos, mi abuela, y mi pareja. Por nunca fallarme, amarme y apoyarme, les dedico este trabajo como mayor expresión de agradecimiento y el inmenso amor que les tengo.

Daniela Larenas Dueñas.

Agradecimientos

A todas las personas presentes en mi vida durante este período fundamental de mi desarrollo estudiantil.

A mis padres, que me brindaron el regalo de la educación, y quienes siempre creyeron fielmente en mí, siendo un soporte de acero en mi vida. Mis hermanos, con quienes he podido compartir y ayudarnos mutuamente en las travesías y dificultades que nos ha tocado vivir.

A mis amistades, pocas, pero verdaderas, y a aquel hombre especial en vida. Por brindarme su mano para levantarme cuando he caído, por hacerme reír cuando solo he querido llorar, por aguantarme tal y como soy: Muchas Gracias.

A la Universidad Internacional SEK y cada uno de mis docentes, por transmitirme los conocimientos necesarios y las exigencias pertinentes para mi realización como persona y profesional.

A mi Patria, por ser mi cuna de desarrollo y de identidad, porque me siento orgullosa de ser ecuatoriana.

Y a mi Dios, por ser el eje fundamental de mi vida. La esencia de mi pasado, la fuerza de mi presente, y la sabiduría de mi futuro. Gracias Dios mío, por tu amor incondicional.

Declaración Juramentada

Yo, DANIELA ALEXANDRA LARENAS DUEÑAS, con cédula de identidad 171149125-6 declaro que la presente tesis titulada: Auditoría Comunicacional de la empresa WoOw Descuentos Urbanos es de mi autoría y que de ninguna manera es copia total o parcial de otra investigación, tesis o trabajo publicado. Todas las fuentes bibliográficas han sido citadas, al igual que los nombres de los autores y autoras. Asumo mi total responsabilidad en el caso de existir cualquier tipo de plagio.

Firma

DANIELA ALEXANDRA LARENAS DUEÑAS

Nombre del estudiante

171149125-6

CI.

TABLA DE CONTENIDOS

1.TEMA.....	1
2. TÍTULO DE ESTUDIO.....	1
3. ANTECEDENTES Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	1
3.1.INTRODUCCIÓN.....	1
3.1.1. Problematicación y planteamiento del problema.....	2
4. OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	2
4.1. Objetivo General.....	2
4.2. Objetivos Específicos.....	3
5. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO.....	3
5.1. Interés Del Problema Por Parte Del Estudiante.....	3
5.2. Importancia del abordaje desde la comunicación y desde su especialidad. (Organizacional).....	4
6. METODOLOGÍA.....	6
6.1. Descripción de la metodología.....	6
6.2. Técnicas.....	7
 CAPÍTULO UNO: COMUNICACIÓN SOCIAL	 10
1. LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO SOCIAL	10
1.1. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN.....	12
1.1.1. La Comunicación.....	12
1.1.1.1. Inicios.....	12

1.1.1.2.Fundadores Críticos.....	15
1.1.1.3.Teorías De La Comunicación.....	17
1.1.1.3.1. Teoría de la Información.....	18
1.1.1.3.2. Desarrollo de las principales teorías de comunicación.....	19
1.1.1.4. Teoría de guía a la investigación. Teoría Funcionalista.....	22
1.2. Comunicación Organizacional.....	26
1.2.1. Imagen corporativa.....	27
1.2.2 Identidad Corporativa	29
1.2.2.1 Construcción de la Identidad Corporativa.....	33
1.2.2.2 Proceso Transformador de la Identidad a la imagen.....	35
 1.3. IDENTIDAD ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA WOOW DESCUENTOS URBANOS.	 36
1.3.1. ¿Qué es WoOw Descuentos Urbanos?	36
1.3.1.1. Historia.....	37
1.3.1.2. Principios fundacionales.....	37
1.3.1.3. Misión.....	37
1.3.1.4. Visión.....	37
1.3.1.5. Valores.....	38
1.3.1.6. Normas / Reglamentos.....	38
1.3.2. ¿Qué hace WoOw Descuentos Urbanos?	38
1.3.3. ¿Qué dice WoOw Descuentos Urbanos?.....	39

1.3.3.1. Slogan.....	39
1.3.3.2. Identidad Corporativa.	39
1.3.3.3. Infraestructura.....	40
1.3.3.4. Lenguaje Verbal y no verbal.....	40
1.3.3.5. Actitudes.....	41
1.3.3.6. Publicidad.....	42
1.3.3.7. Señalética.....	42
1.3.3.8. Web.....	43
1.4.4 ¿Qué piensa WoOw Descuentos Urbanos?.....	43
1.4.4.1. Filosofía.....	43
1.4.4.2. Ser de la empresa.....	43
1.4.4.3. Relación con la comunidad.....	43
2. IMAGEN ORGANIZACIONAL.....	44
2.1. Audiencias De La Organización.....	44
2.1.1. Internas.....	44
2.1.1.1 Cuadro De Características De Las Audiencias.....	44
2.1.1.2. Cuadro De Generaciones.....	44
2.1.1.3. Conclusiones Y Recomendaciones.....	45
2.1.2. AUDIENCIAS EXTERNAS.....	45
2.1.2.1 Clientes.	45
2.1.2.2. Proveedores.....	46
2.1.2.3. Vecinos.	46

2.1.2.4. Bancos.....	46
2.1.2.5. Accionistas.....	47
2.1.2.6. Organizaciones Estatales.....	47
2.1.2.7. Medios de comunicación.	47
2.1.2.8. Comunidad.	47
2.1.2.9. Conclusiones y recomendaciones.	47
 3. CULTURA ORGANIZACIONAL.....	 48
3.1. Normas de conducta y/o reglamento.	48
3.2. Misión.....	48
3.3. Visión.....	48
3.4. Valores.....	49
3.5. Organigrama Estructural.....	49
3.6. Organigrama Funcional.....	50
3.7. Ritos.....	51
3.8. Mitos.....	51
3.9. Clima Laboral.	51
3.9.1.1. Encuestas Audiencias Internas.....	51
3.9.1.2. Breves Conclusiones y Recomendaciones.....	57
 3.2. COMUNICACIÓN INTERNA.....	 57
3.2.1. Encuestas aplicadas a las audiencias internas.....	57
3.2.2. Breves Conclusiones y recomendaciones de las encuestas.....	62

3.3. COMUNICACIÓN EXTERNA.....	62
3.3.1. Encuestas aplicadas a las audiencias externas.....	62
3.4. HERRAMIENTAS INFOCOMUNICACIONALES.....	71
3.4.1. Rótulo.....	71
3.4.2. Tarjetas de Presentación.....	72
3.4.3. Video Institucional.....	72
3.4.4. Afiches.	72
3.4.5. Brochures.....	72
3.5. FODA.....	72
3.5.1. Fortalezas.....	72
3.5.2. Oportunidades.....	73
3.5.3. Debilidades.....	74
3.5.4. Amenazas.....	75
3.6. MARKETING.....	75
3.7. MARKETING EN INTERNET.	79
 CAPÍTULO DOS: DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA WOOW DESCUENTOS URBANOS.....	 85
3. Identidad de la Empresa.....	85
3.1. Empresa.....	85
3.1.1. Identidad Corporativa.....	87
3.1.2. Imagen Corporativa.....	87
3.2. CONCLUSIONES POR SECCIONES.....	88

CAPÍTULO TRES: PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL DE LA EMPRESA DE MARKETING, WOOW DESCUENTOS URBANOS.....	97
4.1. TÍTULO DE PROPUESTA.....	97
4.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	97
4.2.1. Objetivo General.....	97
4.2.2. Objetivos Específicos.....	97
4.3. FODA CRUZADO.....	98
4.3.1. Estrategias Defensivas.....	98
4.3.2. Estrategias de supervivencia.....	102
4.4. Macroestrategia.....	104
4.5. Microestrategias.....	105
5. BIBLIOGRAFÍA.....	110
6. ANEXOS.....	113