



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



PRÁCTICA EMPRESARIAL

PRESENTADO POR:

JHON GUSTAVO GALLEGO GERENA

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMO
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
PRÁCTICA PROFESIONAL
VILLAVICENCIO- 2023**



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

PRESENTADO A:

MARIÁ CAMILA DE LA OSSA

DOCENTE PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

JOHNY ENRIQUE LONDOÑO PORTELA

CEO

APERTURA

FILMS

PRESENTADO POR:

JHON GUSTAVO GALLEGU GERENA

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PRÁCTICA PROFESIONAL DE HOMOLOGACIÓN**

2023



Contenido

CAPITULO I.....	3
1. Reseña Histórica	3
2. Funciones del Homologado.....	5
3. Objetivo Buscado en la Práctica Profesional.....	6
4. Metas Propuestas	7
5. Cronograma:	8
CAPITULO II: (SEGUNDA ENTREGA).....	10
6. Actividades del Practicante	10
7. Normatividad Legal y Vigente.....	11
8. ¿Por qué hacer un diagnóstico a APERTURA FILMS?.....	13
9. Análisis problema y plan de mejoramiento	18
10. Acciones a implementar	19
11. Producto como resultado	21
12. 11.Evidencia de la ejecución total del plan de practica presentado:	21
13. Certificación de la Práctica:	23
14. Conclusiones:.....	24



CAPITULO I

1. Reseña Histórica

Apertura Films se creó en 2.009 en una oficina en el antiguo chapinero en la ciudad de Bogotá - Colombia y nace del sueño de un comunicador digital por querer crear una empresa de alto impacto en el campo de la multimedia y medios digitales. Apertura Films crea su fundamento inicial en el lema “dar todo en cada encuadre y en cada escena”. con los años siguientes el arte de contar historias, mezclando diferentes talentos que nos ayudarían a estructurarnos no solo en arte de lo digital entendiendo que nuestros profesionales contaban con la magia de darle alma y esencia al desarrollo de nuestros productos. para el 2014 Apertura Films cuenta con 10 empleos directos y staff base administrativo y talentos de desarrollo de producto digital sin contar con los empleos indirectos que en cada proyecto son representativos para el desarrollo de la gestión dándole color y capturando con luz cada imagen y llenar de color a nuestro mundo. Apertura Films se visualiza como una familia colaborativa y cooperativa que está involucrada desde el nacimiento de la idea hasta ver el producto final al aire. El equipo de Apertura Films está siempre conectado y en sinergia. Cada uno contribuye con su experiencia de más de 15 años a generar proyectos exitosos y de alta recordación. Apertura Films es sinónimo de entrega, creatividad, calidad y eficiencia.



a. Misión

Somos una organización de desarrollo creativo especializado en contenido audiovisual que cuenta con estándares de alta calidad cumpliendo las expectativas de nuestros Stakeholders; somos generadores de cambio tanto en la imagen para proyección al siguiente nivel de nuestros clientes como marca.

b. Visión

Para el 2030 seremos una organización que genere 10 empleos directos y que cuente con profesionales de diversas especialidades que generen alta competitividad en el sector que fortalezca la imagen de Apertura Films en innovación, tecnología a la vanguardia y técnicas estructuradas con alto Engagement en sus contenidos digitales.

c. Objetivo General:

El objetivo de nuestra compañía es realizar un trabajo en equipo con ustedes, para producir piezas de excelente calidad y gran alcance.



d. Objetivos Específicos

- i. Generar contenido de valor en pro a la gestión del desarrollo de los diferentes stakeholders realizando un proceso de acompañamiento desde la expectativa inicial basándose en la necesidad.
- ii. Realizar diagnósticos de calidad en las comunicaciones internas y externas de la comunicación empresarial y así poder crear estrategias de excelencia y confianza.
- iii. Presentar diferentes alternativas de resolución de oportunidades de mejora que establezcan relaciones de confianza y alta calidad, siendo la organización un frente consultor, de diagnóstico, proyección y fundamentación de actividades estratégicas y creativas.

2. Funciones del Homologado

- I.** Redacta guiones creativos para proyectos gráficos, cinematográficos, podcast para redes y radio.
- II.** Dirige, planea y asiste el proceso de preproducción, producción y postproducción para diferentes tipos de proyectos audiovisuales.
- III.** Diseña y elabora proyectos fotográficos y audiovisuales para televisión, cine, ficción, documentales.



- IV.** Realiza proceso de acompañamiento como consultor de proyectos o formatos (guiones, storyboards, merchandising, videos, contenido de redes) que necesiten transformación o busquen nuevas estructuras comunicación creativa.

3. Objetivo Buscado en la Práctica Profesional

Mi objetivo como practicante profesional de comunicación social y periodismo es apoyar, asistir, crear y ayudar en la formación de las ideas creativas hasta su desarrollo, enfocándome en entender las necesidades del público objetivo al que se dirige Apertura Films, adquiriendo la experiencia práctica en el campo de la comunicación social en una empresa audiovisual y publicidad, participando activamente en proyectos y actividades relacionadas, así como establecer una base sólida para futuras oportunidades profesionales en el ámbito de la comunicación y la industria audiovisual.

3. Objetivos Específicos:

- I.** Mejorar las habilidades y aptitudes aprendidas dentro de la academia.
- II.** Conocer cómo funcionan los diferentes roles dentro de la corporación y optimizar las dinámicas de transmisión de la información para una gestión de calidad dentro de los procesos internos de Apertura Films.



4. Metas Propuestas

- I. Narrar historias a través de imágenes, ya que el mundo digital y las nuevas tecnologías de información están transformando la manera de narrarlas.
- II. Difundir mensajes de acuerdo con las necesidades de nuestros clientes buscando la mayor eficiencia apuntando a mejorar en Engagement de la marca del cliente.
- III. Brindar una asesoría profesional completa donde el acompañamiento y el trato profesional sea la constante desde la cotización hasta el servicio post. **IV.** Garantizar una experiencia positiva y satisfactoria para los clientes de Apertura Films mediante la implementación del seguimiento post-servicio para que Apertura lleve un seguimiento de satisfacción e impacto por el resultado de sus proyectos.
- V. Producir contenido audiovisual de alta calidad: El primer objetivo de una empresa audiovisual puede ser producir contenido de alta calidad que cumpla con los estándares de la industria y satisfaga las necesidades y expectativas de su audiencia. Esto implica invertir en equipos y tecnología de vanguardia, contratar profesionales talentosos y garantizar un proceso de producción eficiente y efectivo.
- VI. Ampliar la presencia y el alcance de la empresa: Un objetivo importante para una empresa audiovisual es expandir su presencia y alcance en el



mercado. Esto puede incluir la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades comerciales, estableciendo alianzas estratégicas con otras empresas del sector, aprovechando las plataformas digitales y las redes sociales para llegar a una audiencia más amplia, y promoviendo activamente su marca y sus servicios.

5. Cronograma:

FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Contribuir con el manejo discursivo profesional como ejecutivo de cuenta, prestándoles asesoría y acompañamiento para lograr el éxito de la propuesta digital.	Colaborar con compañeros para diseñar campañas creativas y otros proyectos de acuerdo con los estándares acordados con los clientes	Escuchar sugerencias sobre publicidad y los deseos de los clientes e informar de todo ello a las personas adecuadas de la agencia (Servicio de acompañamiento)	Negociar presupuestos y plazos, y realizar presentaciones detalladas que justifiquen los costos y calendarios
Implementar conocimiento en formatos periodísticos en las propuestas digitales, generando recordación a la marca del cliente	Producto Audiovisual tipo Crónica	Producto Audiovisual tipo entrevista	Soporte con funciones de copy en guiones.



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Implementar actividades de feed back para una retroalimentación que permita que los colaboradores reciban la información relevante de manera oportuna.	Los empleados reciben los cuestionarios según la frecuencia establecida	Tanto los líderes de equipo como los propios empleados tienen un dashboard con sus resultados de satisfacción de la operación.	(Mantiene la alimentación de información de las dos actividades)
Manejo de los canales de información empresarial, los cuales serán utilizados por las personas que integran a la organización y reciban Información de novedades, mesas de trabajo, redirecciones por parte de las cuentas y actualización de informes de producción	Apoyo en Teleconferencias, actas de reunión, correo institucional.	Apoyo en Teleconferencias, actas de reunión, correo institucional.	Apoyo en Teleconferencias, actas de reunión, correo institucional.



CAPITULO II: (SEGUNDA ENTREGA)

6. Actividades del Practicante

- Trabajar campañas de promoción: Eventos y patrocinios: Participar en ferias, festivales, conferencias y otros eventos relacionados con la industria audiovisual es una oportunidad para promocionar los productos y servicios de la empresa. Además, el patrocinio de eventos o la asociación con personas influyentes en el campo audiovisual también pueden ayudar a aumentar la visibilidad y la credibilidad de la empresa.
- Marketing de relaciones: Mantener una comunicación cercana y personalizada con los clientes existentes a través de newsletters, correo electrónico, encuestas de satisfacción, programas de fidelización y promociones exclusivas, ayuda a fortalecer la relación con ellos y a generar recomendaciones positivas de boca en boca.
- Es importante diseñar las campañas de promoción en función de los objetivos específicos de Apertura Films, adaptándolas al público objetivo y utilizando los canales de comunicación más efectivos para llegar a ellos. Además, es fundamental medir y evaluar los resultados de las campañas para poder ajustar y mejorar las estrategias en el futuro.



- Producción y realización de videos para diferentes formatos para aumentar el impacto y la efectividad de las campañas publicitarias utilizando diversos formatos de video, adaptados a diferentes plataformas y audiencias, con el objetivo de generar mayor Engagement y alcance para la marca.
- Manejo de staff y manejo de personal favoreciendo un ambiente de trabajo productivo y colaborativo al manejar de manera efectiva al personal y al equipo, promoviendo el crecimiento profesional, el compromiso y la satisfacción laboral, con el objetivo de alcanzar los objetivos y metas establecidos por la organización.
- Operar equipos de vídeo y fotografía
- Redactar guiones para piezas audiovisuales
- Realizar investigación reportera, edición, producción y posproducción de piezas audiovisuales
- Realizar las funciones asignadas dentro de la oficina apoyar en diferentes tareas respectivas a la oficina de comunicación.

7. Normatividad Legal y Vigente

- a)** Ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor: Esta ley establece los derechos y deberes de los consumidores en Colombia. Las agencias de publicidad deben cumplir con las disposiciones relacionadas con la



publicidad engañosa, publicidad comparativa, protección de datos personales y prácticas comerciales desleales.

- b)** Ley 1581 de 2012 - Protección de Datos Personales: Esta ley regula la recolección, uso y protección de los datos personales en Colombia. Las agencias de publicidad deben obtener el consentimiento informado de los usuarios para el tratamiento de sus datos personales y garantizar su seguridad y confidencialidad.
- c)** Ley 1273 de 2009 - Delitos Informáticos: Esta ley penaliza los delitos informáticos, como la interceptación de datos, acceso abusivo a sistemas y sabotaje informáticos. Las agencias de publicidad deben cumplir con las disposiciones relacionadas con la protección de la información y evitar cualquier actividad ilegal en línea.
- d)** Código de Autorregulación Publicitaria (CONARP): Es un código de autorregulación al que pueden adherirse las agencias de publicidad en Colombia. Establece principios éticos y de buena práctica publicitaria, promoviendo la veracidad, respeto a la dignidad humana, protección de menores y competencia leal.
- e)** Ley 23 de 1982 - Derechos de Autor: Esta ley protege los derechos de autor en Colombia. Las agencias de publicidad deben asegurarse de contar con los permisos y licencias necesarios para utilizar obras protegidas por derechos de autor en sus campañas publicitarias.



- f) Ley 256 de 1996 - Regulación de la Publicidad Exterior Visual: Esta ley regula la publicidad exterior visual en Colombia, estableciendo normas sobre ubicación, tamaño y contenido de los anuncios. Las agencias de publicidad deben cumplir con estas regulaciones al diseñar y colocar publicidad en espacios públicos.
- g) Además de estas leyes, las agencias de publicidad en Colombia deben cumplir con las normas tributarias, laborales y comerciales generales aplicables a todas las empresas en el país.
- h) Es importante que las agencias de publicidad estén al tanto de los cambios y actualizaciones en la legislación y regulaciones aplicables, y se mantengan actualizadas para garantizar el cumplimiento de las leyes vigentes en el ejercicio de sus actividades.

8. ¿Por qué hacer un diagnóstico a APERTURA FILMS?

A través de generaciones se ha hecho análisis de los diferentes factores que determinan el éxito de una empresa. Actualmente se está apostando por la comunicación con el fin de aumentar la efectividad de los procesos organizacionales y el análisis de patrones culturales que se dan dentro de cada empresa; en este caso nuestro lugar de análisis radica en APERTURA FILMS con lo que se espera aplicar y apoyar en técnicas de investigación que garanticen un óptimo desarrollo. Antes de proceder al desarrollo del diagnóstico se dará un concepto exacto del mismo para comprender el



proceso que se realizó, entendiendo así que este es "Un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución interna y externamente" de modo que pueda facilitar la toma de decisiones.

Diagnóstico:

Este trabajo se orienta hacia la identificación organizacional de Apertura Films, a partir del análisis del área administrativa, financiera y creativa donde se busca un crecimiento organizacional sostenible a través del tiempo, respondiendo así a los retos que se presentan en el mercado y dentro de la gestión organizacional.

Estructura Del Diagnóstico:

Apertura Films al ser una organización con un grupo pequeño de colaboradores directos, las comunicaciones especialmente las del público interno son cambiantes, por lo que se presentan oportunidades de mejora dentro del proceso de construcción y segmentación de los procesos; se evidencia la necesidad de crear un manual de procesos pero este cambio para los colaboradores se puede dar de manera discrepante ya que la gestión laboral de Apertura Films son acciones espontáneas y no vienen de un proceso organizado. De esta necesidad nacen las propuestas de manejo de la información lo cual también tendrá como resultado un gran



impacto en como el público externo perciba la calidad de servicio y orden de Apertura.

Desarrollo De Personal

Apertura Films tiene como prioridad tener un crecimiento de personal a largo plazo debido a lo fluctuante que es el mercado de audiovisuales en el cual, están inmersos y que el hecho de tener más personas fijas en la empresa implica un golpe negativo a la rentabilidad. Dado lo anterior, el proceso de capacitación debe ir enfocado al trabajo de campo, es decir, APERTURA FILMS debe capacitar a sus trabajadores a través de la práctica y el conocimiento de cada una de las áreas de la empresa (rotación de puestos), pero esto solo se da en los roles operativos.

Gestión de Talento Humano

Apertura Films a pesar de que no cuenta con un área definida, tiene en cuenta las necesidades de sus colaboradores como profesionales en carrera de crecimiento y adquisición de conocimiento continua, por ende, nuestra organización fomenta la apropiación de distintas actividades y funciones dentro de los diferentes roles, siendo una escuela integral de profesionales de la comunicación, multimedia y diseños enfocados en la realización audiovisual con enfoque corporativo empresarial.



La empresa apuesta a la contratación freelance de talentos, pero no existe una base consolidada de profesionales con los que se puedan tener una disponibilidad o un previo de su trabajo.

Se requiere la implementación de estrategias que permitan conocer las propuestas que mejor le convenga al cliente para la contratación de los servicios del profesional freelance.

Valores e intención de la actividad y el personal:

- I. **Experiencia en la ejecución de proyectos:** El proponer ideas creativas se ha destacado por su creatividad a la hora de proponer ideas en una mesa de trabajo.
- II. **Calidad humana por encima de la experiencia:** La organización considera ventaja los atributos que generen un comportamiento positivo que la experiencia dado a los principios intrínsecos existentes.
- III. **Capacidad de adaptación:** Apertura Films debido a la experiencia y al abordaje en diferentes nichos de mercado tanto a nivel nacional como internacional ha adquirido la capacidad de adaptarse a diversos escenarios.
- IV. **Comunicación bidireccional efectiva y fluida:** Apertura Films es abierta y receptora al momento de escuchar opiniones que le permitan tener una mejora continua y construcción diaria en sus



áreas, como también permite que su equipo escuche los consejos o maneras de realizar un proceso de forma más eficaz.

Valores corporativos

Al revisar los valores de operatividad y pertenencia de las relaciones en la empresa Apertura Films se evidenció que no tenían valores plasmados ni documentados, pero que de forma intrínseca se denota su existencia y que además ameritan una definición como el respeto, trabajo en equipo, crecimiento profesional y honestidad.

STAKEHOLDERS:

Apertura Films está enfocado tanto del sector privado y público que requiera hacer una transformación, creación o fortalecimiento de su imagen corporativa. La función de nuestros stakeholders en Apertura Films es interdependiente, ya que cada grupo desempeña un papel clave en el éxito y la sostenibilidad de la empresa. Es importante establecer una comunicación abierta y efectiva con ellos, comprender sus necesidades y expectativas, y tomar decisiones que equilibren los intereses de todas las partes involucradas.



9. Análisis problema y plan de mejoramiento



El análisis de contenido fue determinante para comprender la intencionalidad con la que la empresa busca tener un acercamiento con sus proyectos, por lo tanto, se destacaron los principales componentes que busca reflejar que:

- Los procesos comunicativos eran limitados en la empresa y su manejo era organizado por cada persona de una manera diferente. Apertura Films está apostando en la actualidad por el tema de comunicaciones



entre otros cambios, con el fin de mejorar las relaciones no solamente internas sino también externas.

- La comunicación en la empresa se destaca por ser lineal entre los trabajadores, aunque se evidencia comunicación es descendente ya que se han implantado reuniones donde se pueden compartir los puntos de vista y a la vez se socializan las novedades que giran en torno a los proyectos adquiridos, pasos a seguir y a su vez llegar a visualizar metas y objetivos de cada proyecto desde la visión de los diferentes profesionales del equipo.

10. Acciones a implementar

Justificación: Encontramos que Apertura Films tiene una serie de puntos débiles y otras fortalezas que se trataran en conjunto para mejorar que la misma sea más eficaz y eficiente dentro de sus procesos donde involucren la comunicación.

Diseño Metodológico La investigación dio inicio con un reconocimiento básico de la empresa con la que trabajamos. Posteriormente con el fin de planificar y presentar una propuesta de mejora aportando soluciones viables. El ideal de este proceso es detectar falencias a tiempo para actuar de manera preventiva. Sin embargo, se sabe que hay situaciones



que no siempre se dan de este modo con lo que recurrimos a la parte correctiva buscando la mejora continua.

- o **Tratamiento de Públicos:** Para determinar la cercanía de la empresa con las diferentes personas con las que tiene relación, es importante hacer un análisis de los públicos que rodean a Apertura Films, donde no solo se tiene en cuenta quien conforma el equipo de trabajo sino también los públicos externos compuestos por una variedad de grupos o sectores económicos que representan una implicación básica.
 - a) **Focus Group:** Se reúne el equipo de trabajo seleccionado dependiendo funciones y vinculación laboral donde se mide satisfacción, aspectos a mejorar y sugerencias de nuevos servicios a implementar (cliente interno)
 - b) **Encuesta de satisfacción:** Se mide la gestión y desarrollo; donde se analiza la perspectiva del público objetivo desde el primer contacto con la organización, reuniones con el CEO, acompañamiento del ejecutivo de la cuenta, calidades técnicas ofrecidas, hasta la entrega del producto final y recomendaciones.

- **Identificación de Atributos:** Los atributos están formados por un conjunto de evidencias y suposiciones, con ellos se busca construir la imagen de una organización. En Apertura Films se hizo **un**



autoanálisis de dichos atributos teniendo en cuenta los atributos básicos, considerados como el requisito mínimo para que una entidad pueda existir en el entorno comercial y social. Por otro lado, se analizaron también los atributos discriminatorios, denominados así por ser rasgos que generan diferencia de otras empresas generando preferencias entre los públicos. (Propuesta de implementación del Brief por proyecto según la necesidad – Brochure de servicios con los que cuenta Apertura Films).

11. Producto como resultado

se implementaron estrategias que involucraron fortalecimiento del Engagement de la imagen corporativa de la empresa con su público interno y externo; se realizó un análisis de gestión y desarrollo; donde se esclarece la perspectiva del cliente desde el primer contacto con la organización y en todo su proceso de acompañamiento.

12. 11.Evidencia de la ejecución total del plan de practica presentado:

En un porcentaje del 100% las actividades realizadas por en practicante, cuenta con el 65% de los objetivos trazados dentro de la implementación de los objetivos vs las actividades al mes.



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



I





13. Certificación de la Práctica:

• Producción • Comerciales • Videos • Web y digital • Documentales • Fotografía



APERTURA FILMS

CERTIFICACIÓN DE PRÁCTICAS PROFESIONALES.

Nos complace certificar a la universidad del Meta que Jhon Gustavo Gallego Gerena, identificado con CC. 79.052.359, ha llevado a cabo exitosamente sus prácticas profesionales en nuestra productora Audiovisual, Apertura Films.

Durante su tiempo con nosotros, Jhon Gustavo ha demostrado un compromiso ejemplar, dedicación y un excelente desempeño en sus tareas asignadas. Ha participado activamente en diversos proyectos, mostrando habilidades destacadas en áreas como la creatividad, estrategia de comunicación organizacional, periodismo y gestión de proyectos.

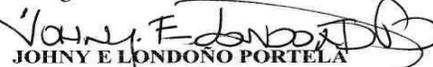
Jhon Gustavo ha demostrado una capacidad excepcional para comprender las necesidades y deseos de nuestros clientes, así como para desarrollar propuestas innovadoras y efectivas. Su enfoque meticuloso y su atención a los detalles han sido fundamentales para garantizar la calidad de los proyectos en los que ha participado.

Además, Jhon Gustavo ha demostrado una habilidad impresionante para trabajar en equipo y colaborar con sus compañeros. Su actitud positiva, su disposición para escuchar y aprender de los demás, y su capacidad para adaptarse rápidamente a diferentes situaciones han contribuido en gran medida al ambiente de trabajo cohesionado y productivo de nuestra productora.

Durante su período de prácticas, Jhon Gustavo ha mostrado un fuerte compromiso con el aprendizaje y el crecimiento profesional. Siempre ha buscado oportunidades para ampliar sus conocimientos y mejorar sus habilidades, aprovechando al máximo su experiencia en nuestra productora.

En resumen, Jhon Gustavo Gallego Gerena ha sido un activo valioso para Apertura Films durante sus prácticas profesionales. Su dedicación, habilidades profesionales y su actitud colaborativa han hecho una contribución significativa a nuestros proyectos y al éxito general de la productora.

Les agradezco su atención.


JOHNY E LONDONO PORTELA
Director Apertura Films
Móvil: 3153410075



- Calle 152b # 55-45 int: 7 of: 203
Bogotá-colombia
- (+57 1) 7038857
- (+57) 315 341 0075
- director@aperturafilms.Video

www.
aperturafilms
.video



14. Conclusiones:

Estas se pueden dividir en diferentes aspectos tales como:

Análisis de audiencia: Se ha realizado una investigación exhaustiva sobre las características y comportamiento de la audiencia objetivo. Esto ha permitido comprender mejor a los destinatarios de los mensajes de comunicación y adaptarlos de manera efectiva para generar el impacto deseado.

Selección de canales de comunicación: Se han identificado y seleccionado los canales de comunicación más efectivos para llegar a consolidar el proceso de transmisión de información para los diferentes públicos como: plataformas digitales como las redes sociales, videoconferencias, correo electrónico.

Evaluación y seguimiento: Se ha establecido un sistema de seguimiento y evaluación para medir el impacto de las actividades de comunicación y ajustar las estrategias según sea necesario. Esto permitirá realizar mejoras continuas y garantizar que se estén alcanzando los resultados deseados.



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



Referencias:

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principios de marketing. Pearson Educación.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). Publicidad y promoción: Perspectiva de la comunicación de marketing integrada. McGraw-Hill Education. Capriotti, Paul : La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada