

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



Proceso de rebranding de Publicidad Del Aguila, agencia de publicidad exterior en Tarapoto

Trabajo de Suficiencia Profesional para obtener el Título Profesional
de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autor:

Wilian Del Aguila Beteta

Asesor:

Mg. José Victor Cabrera Aquino

Lima, abril de 2025

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Yo, José Víctor Cabrera Aquino, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe titulado: **“Proceso de rebranding de Publicidad Del Aguila, agencia de publicidad exterior en Tarapoto.”** del autor Wilian Del Aguila Beteta, tiene un índice de similitud de 3% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 23 días del mes de junio del año 2025.



Mg. José Víctor Cabrera Aquino

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los **09** días del mes de **mayo** del año **2025** siendo las **11:00** horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: **Lic. Nick Josías Brañez Medrano**; el secretario: **Mtro. Jose Calsín Molleapaza**; como vocal: **Mtro. Marco Antonio Pascual Rivera** y el asesor: **Mg. José Victor Cabrera Aquino**, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación del trabajo de suficiencia profesional titulado: **“Proceso de rebranding de Publicidad Del Águila, agencia de publicidad exterior en Tarapoto”** del bachiller: **Wilian Del Águila Beteta**, conducente a la obtención del Título Profesional de Licenciado en **Ciencias de la Comunicación**.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

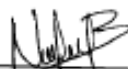
Candidato-(a): **Bach. Wilian Del Aguila Beteta**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			MÉRITO
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	18	A-	Muy bueno	Sobresaliente

(*) Ver parte posterior


Finalmente, el presidente del jurado informa la evaluación final que recibe el candidato y se concluye con el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.

“SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODADIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA”


 Lic. Nick Josías Brañez Medrano
 Presidente


 Mtro. José Calsín Molleapaza
 Secretario


 Mg. José Victor Cabrera Aquino
 Asesor


 Mtro. Marco Antonio Pascual Rivera
 Vocal


 Wilian Del Aguila Beteta
 Candidato (a)

Tabla de Calificación

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	20	A+	Con nominación de Excelente	Excelencia
	19	A		
	18	A-	Con nominación de Muy Bueno	Sobresaliente
	17	B+		
	16	B		
	15	B-	Con nominación de Bueno	Muy Bueno
	14	C	Con nominación de Aceptable	Bueno
DESAPROBADO	Menos de 14	D	Con nominación de Deficiente	Insuficiente

Agradecimiento y dedicatoria

En primer lugar, a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada etapa de mi vida. Su compasión y gracia han sido fundamentales para enfrentar cada desafío con determinación, permitiéndome avanzar con confianza en la consecución de mis objetivos.

A mi familia, por su apoyo incondicional, por inculcarme los valores del esfuerzo, la responsabilidad y la perseverancia. Su presencia y aliento han sido esenciales para superar cada obstáculo y seguir adelante con firmeza en mi crecimiento personal y profesional.

A mi esposa, por su comprensión, paciencia y motivación constante. Su compañía ha sido un pilar fundamental en mi vida, brindándome el impulso necesario para continuar esforzándome en cada meta que me propongo, incluyendo el desarrollo de mi carrera profesional.

Índice

Agradecimiento y dedicatoria	5
Resumen.....	10
Abstract	11
1. Introducción	12
2. Datos Generales	14
2.1. Información general y jurídica de la empresa	14
2.2. Actividad principal	15
2.3. Reseña histórica	29
2.4. Misión, visión y objetivo	31
2.5. Descripción del área donde el bachiller realizó sus actividades.....	32
2.5.1. Comunicación interna	32
2.5.2. Comunicación externa	33
2.5.3. Supervisión de estructuras publicitarias	33
2.5.4. Búsqueda de nuevos espacios y tramitación de licencias	34
2.5.5. Gestión de cuentas y arrendamiento de elementos publicitarios.....	34
3. Descripción del cargo y actividades del bachiller	36
3.1. Descripción del cargo.....	36
3.2. Descripción de las actividades realizadas del bachiller.....	36
3.2.1. Año 2021: Creación del departamento y asignación como asistente ...	37
3.2.2. Año 2022: Designación como coordinador del departamento	38
3.2.3. Año 2023: Expansión estratégica y optimización de recursos.....	39
3.2.4. Año 2024: Logros clave y expansión de elementos publicitarios.....	41
3.2.5. Año 2025: Crecimiento y redefinición del departamento	43
4. Principales logros del bachiller.....	44
4.1. Rebranding de marca.....	44
4.1.1. Mejora del logotipo	45
4.1.2. Elaboración e implementación de un manual de marca	47
4.1.3. Actualización de la fachada	49
4.1.4. Mejora visual de las estructuras publicitarias	50
4.1.5. Alianzas estratégicas con agencias de medios y otras agencias de publicidad.....	53
4.2. Documentos elaborados	55
4.3. Utilidad generada	57

5. Conclusiones y recomendaciones.....	58
Referencias	59
Anexos	60
Copia de certificados de trabajo de los 3 años de experiencia profesional	62

Índice de figuras

Figura 1 Ubicación geográfica de Publicidad Del Aguila	14
Figura 2 Letrero Luminoso	16
Figura 3 Letras en alto relieve (volumétricas).....	16
Figura 4 Viniles circulares instalados en ventanas.....	17
Figura 5 Impresión de gigantografía publicitaria.....	17
Figura 6 Bastidor metálico sobre techo	18
Figura 7 Toldo enrollable.....	18
Figura 8 Señaléticas en pared.....	19
Figura 9 Banner colgante	19
Figura 10 Ánfora publicitaria.....	20
Figura 11 Ruleta.....	20
Figura 12 Porta afiche	21
Figura 13 Rollscreen.	21
Figura 14 Personas posando con cuadro selfie	22
Figura 15 Valla	22
Figura 16 Brandeo de bus	23
Figura 17 Pedestal	23
Figura 18 Pasacalle.....	24
Figura 19 Merchadising variado para eventos corporativos	24
Figura 20 Pantalla LED	25
Figura 21 Panel unipolar en la entrada de la ciudad de Tarapoto	25
Figura 22 Panel publicitario en azotea ubicado en el mercado nro. 3, barrio Huayco, Tarapoto.....	26
Figura 23 Volanteo cerca al mercado nro. 2, Tarapoto	26
Figura 24 Motovalla recorriendo las principales vías de la ciudad	27
Figura 25 Rompetráfico	27
Figura 26 Arlequín interactuando con transeúnte.....	28
Figura 27 Anfitriona para lanzamiento de marca.....	28
Figura 28 Evento de lanzamiento de marca	29
Figura 29 Cartel publicitario de Publicidad Exterior (Actual Publicidad Del Aguila) promocionando sus productos y servicios.....	30
Figura 30 Mapa de cobertura de Publicidad Del Aguila.....	31
Figura 31 Panel unipolar instalado en Av. Micaela Bastidas cdra. 2, Tarapoto.....	41
Figura 32 Pantalla LED de Publicidad Del Aguila anunciada en TuPantalla.com ...	42

Figura 33 Diseño de brochure	43
Figura 34 Logotipo 2004 – 2017.....	45
Figura 35 Logotipo 2018.....	45
Figura 36 Logotipo 2021 – Actualidad	47
Figura 37 Proceso de diagramación y diseño del manual de marca	49
Figura 38 Estilo anterior de los paneles unipolares de la agencia.....	51
Figura 39 Estilo nuevo de los paneles unipolares de la agencia	52
Figura 40 Panel unipolar con iluminación solar LED	53
Figura 41 Reunión entre el bachiller, representante de Publicidad Del Aguila (Tarapoto), y el gerente general de DardosOOH (Lima)	54
Figura 42 Captura de pantalla del documento de control	57
Figura 43 Gráfico lineal del incremento de ingresos en publicidad exterior en la agencia, periodo 2021 – 2024.....	57

Resumen

El presente informe expone la experiencia del bachiller en Ciencias de la Comunicación en Publicidad Del Aguila, con énfasis en el proceso de rebranding de la agencia. Este fortaleció la identidad visual, optimizó la gestión publicitaria y amplió la presencia de la empresa en el mercado.

El rebranding incluyó la modernización del logotipo y la creación de un manual de marca para garantizar coherencia visual. También se renovó la fachada de la agencia y se implementó iluminación solar LED a las estructuras publicitarias. Además, se digitalizaron procesos internos y se establecieron alianzas estratégicas con agencias de medios y agencias de publicidad exterior.

Este informe destaca el papel clave del área de comunicaciones en la identidad de marca y en el crecimiento empresarial. Asimismo, resalta cómo la especialización e innovación permiten a un profesional contribuir significativamente al desarrollo organizacional y fortalecer su trayectoria en el sector.

Palabras claves: Rebranding, Publicidad Exterior, Paneles Publicitarios.

Abstract

This report presents the experience of the Bachelor of Communication Sciences at Publicidad Del Aguila, with an emphasis on the agency's rebranding process. This initiative strengthened the visual identity, optimized advertising management, and expanded the company's market presence.

The rebranding included modernizing the logo and creating a brand manual to ensure visual consistency. Additionally, the agency's façade was renovated, and solar LED lighting was installed on advertising structures. Internal processes were also digitized, and strategic alliances were established with media agencies and outdoor advertising firms.

This report highlights the key role of the communications department in brand identity and business growth. It also underscores how specialization and innovation enable professionals to contribute significantly to organizational development and strengthen their career in the industry.

Keywords: Rebranding, Outdoor Advertising, Billboards.

1. Introducción

El mundo de la publicidad es un ámbito dinámico y en constante evolución, donde la creatividad y la estrategia se combinan para lograr el máximo impacto en el público objetivo. En este contexto, Publicidad Del Aguila se destaca como una agencia líder en la región, gracias a su enfoque en la calidad y a la dedicación de su equipo de profesionales. El objetivo de este informe busca brindar una visión detallada de las actividades y logros del bachiller en Ciencias de la Comunicación (Anexo 1), especializado en publicidad, durante su tiempo en la agencia, y el desarrollo profesional en la misma con el pasar de los años.

Según Martínez y López (2019), un publicista es "un profesional especializado en la creación, planificación y ejecución de campañas publicitarias, utilizando diversos medios de comunicación para persuadir al público objetivo y promover productos, servicios o ideas". Esta definición subraya la importancia de las habilidades creativas, analíticas y de comunicación, así como un profundo conocimiento del comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado. La labor de un publicista no solo se limita a la creación de contenido atractivo, sino que también incluye el análisis exhaustivo del mercado, la identificación de oportunidades estratégicas y la implementación de tácticas efectivas para alcanzar los objetivos de sus clientes.

El departamento de comunicaciones en una organización juega un papel esencial en la construcción y mantenimiento de la imagen corporativa, así como en la gestión de las relaciones con los diferentes públicos. La implementación de un departamento de comunicaciones puede generar numerosos beneficios, como el fortalecimiento de la identidad de la marca, la mejora de la reputación empresarial y el incremento de la lealtad y satisfacción de los clientes. Además, un manejo adecuado de la comunicación interna y externa es fundamental para garantizar una

comunicación efectiva tanto dentro como fuera de la organización, facilitando la coordinación de actividades y el logro de objetivos estratégicos. Un departamento de comunicaciones bien estructurado puede identificar y mitigar posibles crisis de comunicación, asegurar la transparencia en la información y fomentar una cultura organizacional positiva.

El control adecuado de los alquileres de los paneles publicitarios también es crucial, ya que representan una fuente importante de ingresos para la agencia. La supervisión y gestión eficiente de estos recursos permite maximizar su utilidad y asegurar su disponibilidad para las campañas publicitarias, contribuyendo a la eficacia de las estrategias de publicidad de los clientes que arriendan estos elementos. La correcta administración de los paneles publicitarios no solo implica mantenerlos en condiciones óptimas, sino también realizar un seguimiento constante de su impacto en las campañas, ajustando las estrategias según sea necesario para obtener los mejores resultados posibles.

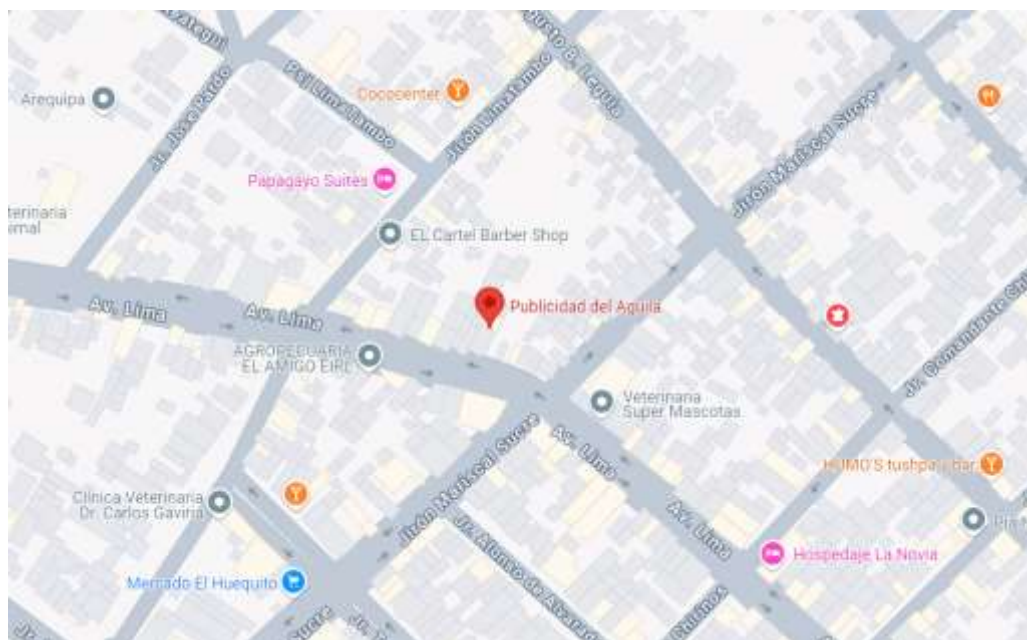
2. Datos Generales

2.1. Información general y jurídica de la empresa

Publicidad Del Aguila S.A.C., conocida comercialmente como Publicidad Del Aguila, con RUC número 20612393380, está ubicada en la Avenida Lima 1030, barrio Comercio, distrito y ciudad de Tarapoto, provincia y departamento de San Martín. El correo de la agencia es info@publidelaguila.com y sus números de contacto son los siguientes: (042) 60-9645; +51 977 923 506.

Figura 1

Ubicación geográfica de Publicidad Del Aguila



Nota. Captura de pantalla de Google Maps

Es una reconocida agencia de publicidad exterior del nororiente peruano con una trayectoria de más de 30 años en el sector. Su experiencia se ve reflejada en la diversidad de su cartera de clientes, que incluye más de 100 marcas pertenecientes a distintos sectores comerciales a nivel nacional. Este amplio abanico de clientes permitió a la agencia desarrollar una comprensión profunda de las necesidades y expectativas del mercado.

Se ha caracterizado por ofrecer una atención personalizada de sus servicios. La agencia se dedica a proporcionar soluciones publicitarias innovadoras y adaptables, alineadas con el presupuesto disponible de cada cliente, lo cual garantiza una excelente relación costo-beneficio. Esta adaptabilidad y flexibilidad en la estrategia publicitaria se han convertido en uno de sus principales diferenciadores en un entorno altamente competitivo.

2.2. Actividad principal

Publicidad Del Aguila ofrece una amplia gama de productos y servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes. La agencia se destaca por su especialización en tres áreas clave: por un lado, la publicidad exterior (OOH), que incluye la gestión de campañas publicitarias en espacios públicos estratégicos; la implementación a medida de piezas gráficas y letreros publicitarios, diseñados y fabricados específicamente para cada cliente. Por último, las activaciones BTL (Below The Line), que buscan interactuar directamente con el consumidor a través de experiencias no tradicionales.

Teniendo en cuenta esto, se detallada a continuación los productos y servicios que proporciona la agencia:

Productos:

- **Letreros luminosos:** Son estructuras rectangulares, cuadradas, o circulares, con iluminación interna, que se destaca por su visibilidad tanto de día como de noche. Está hecho de materiales resistentes y sus lonas frontales son traslúcidos para permitir que la luz ilumine gráficos personalizables, como logotipos o textos.

Figura 2

Letrero Luminoso



- Letras en alto relieve (letras volumétricas): Estas letras, fabricadas con distintos materiales como acrílico, PVC o metal, sobresalen del fondo creando un efecto tridimensional que añade profundidad y profesionalismo a la señalética de una marca.

Figura 3

Letras en alto relieve (volumétricas)



- Impresión e instalación de viniles: Se refiere a la elaboración de gráficos autoadhesivos que pueden aplicarse sobre diferentes superficies como paredes y ventanas, permitiendo personalizar el espacio con diseños personalizados.

Figura 4

Viniles circulares instalados en ventanas



- Impresión e instalación de gigantografías: Consiste en la creación de imágenes de gran tamaño impresas en un material llamado banner, el cual viene en diversos grosores, adecuadas para publicidad y decoraciones de gran impacto visual en interiores y exteriores.

Figura 5

Impresión de gigantografía publicitaria



- Bastidores metálicos o de madera: Son estructuras que sirven como soporte para diversas publicaciones gráficas. Los bastidores metálicos suelen ser

más duraderos y resistentes, mientras que los de madera ofrecen un acabado más natural.

Figura 6

Bastidor metálico sobre techo



- Toldos fijos y enrollables: Sistemas de protección y sombra que se instalan en fachadas de edificios o locales comerciales. Los toldos pueden ser fijos, es decir, sin posibilidad de movimiento, o enrollables, que permiten ajustarse según las necesidades.

Figura 7

Toldo enrollable



- Señaléticas: Señales informativas o indicativas que son utilizadas para guiar y orientar a las personas dentro de un espacio físico. Pueden ser elaboradas en diferentes materiales y estilos, dependiendo del entorno y la finalidad.

Figura 8

Señaléticas en pared



- Banner colgante: Publicidad gráfica tipo gigantografía que se cuelga en espacios visibles para promocionar productos, servicios o eventos, siendo una solución efectiva y rentable.

Figura 9

Banner colgante



- **Ánforas:** Contenedores utilizados en campañas promocionales para participar en sorteos.

Figura 10

Ánfora publicitaria



- **Ruletas:** Dispositivos mecánicos en forma de rueda que se utilizan comúnmente en eventos y ferias para sorteos o juegos promocionales, atrayendo la atención del público mediante premios.

Figura 11

Ruleta



- Porta afiches: Estructuras diseñadas para sostener y exhibir afiches publicitarios en lugares estratégicos, frecuentemente utilizados en interiores de tiendas o centros comerciales.

Figura 12

Porta afiche



- Rollscreen: Es un soporte publicitario enrollable, compuesto por una base de aluminio, un mástil y una gráfica impresa. Es ligero, fácil de transportar y montar, ideal para eventos, ferias y puntos de venta.

Figura 13

Rollscreen.



- Cuadros selfies: Marcos decorativos diseñados para eventos o campañas promocionales, donde los participantes pueden tomarse fotos dentro del marco, popularizando rápidamente la marca a través de redes sociales.

Figura 14

Personas posando con cuadro selfie



- Vallas: Estructuras metálicas rectangulares, fabricadas con metal y recubiertas con láminas de latón galvanizado. En ellas se colocan pliegos de viniles de alta durabilidad que muestran la publicidad gráfica de diversas marcas, productos o servicios.

Figura 15

Valla



- Brandeo vehicular: Es el pegado de viniles que implica la implementación de vehículos con imágenes y mensajes publicitarios, transformándolos en medios móviles de promoción.

Figura 16

Brandeo de bus



- Pedestales: Es una estructura vertical que está ligeramente elevada de la base hacia el marco metálico, usada para exhibir anuncios o información promocional en espacios públicos, diseñada para captar la atención visual de los transeúntes.

Figura 17

Pedestal



- Pasacalles: Banderas horizontales que se colocan entre soportes o postes para anunciar eventos o promocionar servicios en espacios urbanos.

Figura 18

Pasacalle



- Merchandising: Conjunto de productos promocionales que llevan la marca de una empresa, diseñados para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la misma entre clientes y potenciales consumidores, entre lo que están lapiceros, agendas, llaveros, etc.

Figura 19

Merchadising variado para eventos corporativos



Servicios:

- Alquiler de pantalla LED: Pantalla digital de gran tamaño, diseñadas para reproducir spots publicitarios de 10 a 15 segundos de duración, en la cual, varias marcas rotan. Permiten a las marcas mostrar sus productos o servicios a lo largo del día.

Figura 20

Pantalla LED



- Alquiler de paneles unipolares: Consiste en ofrecer paneles publicitarios de gran tamaño elevados sobre un soporte único, ubicados estratégicamente para maximizar la visibilidad de los anuncios en áreas de gran circulación.

Figura 21

Panel unipolar en la entrada de la ciudad de Tarapoto



- Alquiler de paneles en azoteas: Se trata de la colocación de pancartas publicitarias en azoteas de edificios, utilizando banderolas que son visibles desde largas distancias y en ángulos amplios.

Figura 22

Panel publicitario en azotea ubicado en el mercado nro. 3, barrio Huayco, Tarapoto



Activaciones BTL:

- Volanteo: Distribución de volantes o folletos publicitarios en lugares concurridos, con el objetivo de informar y captar clientes potenciales de manera directa y personal.

Figura 23

Volanteo cerca al mercado nro. 2, Tarapoto



- Perifoneo móvil - Motovalla: Técnica de publicidad que combina un vehículo motorizado equipado con altavoces y una estructura para anuncios visibles, permitiendo la difusión tanto visual como auditiva de mensajes publicitarios en movimiento.

Figura 24

Motovalla recorriendo las principales vías de la ciudad



- Rompetráfico: Estrategia donde dos personas sostienen un cartel publicitario y se colocan brevemente en frente de vehículos en semáforos rojos, captando la atención de los conductores con una exposición directa y efectiva.

Figura 25

Rompetráfico



- Arlequines: Personas disfrazadas que, con su apariencia llamativa y entretenida, atraen la atención del público a un evento o campaña promocional específica.

Figura 26

Arlequín interactuando con transeúnte



- Anfitrionaje: Servicio de personal capacitado para recibir y asistir a los asistentes de un evento, brindando una experiencia acogedora y profesional.

Figura 27

Anfitriona para lanzamiento de marca



- Organización de eventos: Planificación y ejecución de diferentes tipos de eventos, tales como lanzamientos de producto, ferias, exposiciones y celebraciones, con el objetivo de generar un impacto positivo y duradero en los asistentes.

Figura 28

Evento de lanzamiento de marca



Esta diversificación en su oferta permite a Publicidad Del Aguila adaptarse a empresas de diferentes tamaños y sectores, abarcando desde pequeñas empresas hasta grandes corporaciones, brindando soluciones publicitarias efectivas y personalizadas para cada necesidad.

2.3. Reseña histórica

Publicidad Del Aguila fue fundada el 30 de julio de 1983, por Wilian Del Aguila Solsol y Maricela Beteta Torres. Wilian, después de trabajar en el área de marketing de una reconocida cadena de supermercados en Lima durante los años 80, decidió buscar nuevos horizontes y emprender un reto en Tarapoto. Allí conoció a su futura esposa Maricela, quien había estudiado Diseño Gráfico. Juntos, iniciaron un objetivo: Crear la primera empresa de carteles publicitarios en la ciudad.

Figura 29

Cartel publicitario de Publicidad Exterior (Actual Publicidad Del Aguila) promocionando sus productos y servicios



Con el paso de los años, la empresa continuó creciendo, evolucionando desde la creación de carteles y anuncios publicitarios simples, de madera y latón, hasta la construcción de estructuras publicitarias más complejas, como paneles en azoteas y paneles unipolares. Esta innovación los convirtió en los primeros en la región en ofrecer este tipo de estructuras, y en la primera agencia de publicidad exterior en el nororiente peruano.

A lo largo de los años, Publicidad Del Aguila fue posicionándose con una sólida reputación por su innovación en la región, tanto es así, que en el año 2015 instalaron la primera pantalla LED en la región San Martín. Actualmente, continúan ofreciendo productos como letreros luminosos, letras en alto relieve, banners y viniles, además del servicio de alquiler de espacios publicitarios en cinco regiones del país. La calidad que los ha caracterizado desde su fundación seguirá siendo su estandarte en los años venideros.

Figura 30

Mapa de cobertura de Publicidad Del Aguila



2.4. Misión, visión y objetivo

Misión: Ayudar a las marcas a establecerse en la mente de su público objetivo y alcanzar sus metas a través de nuestros productos y servicios. Nos comprometemos a proporcionar soluciones creativas y estratégicamente diseñadas que maximicen el impacto y la relevancia de las marcas en el mercado.

Visión: Ser reconocidos como la empresa líder en servicios y soluciones integrales de publicidad exterior (OOH), implementaciones gráficas y activaciones BTL en el nororiente peruano, destacándonos por cumplir consistentemente con los más altos estándares de calidad, innovación y profesionalismo. Queremos ser la referencia en el sector, ofreciendo soluciones que sean tanto efectivas como sostenibles.

Objetivo: Convertirnos en el socio estratégico preferido de nuestros clientes, brindando un servicio cordial, personalizado y una asesoría constante para desarrollar y fortalecer su imagen publicitaria. Nos enfocamos en un enfoque ético, profesional e innovador para crear campañas publicitarias que superen expectativas y produzcan resultados tangibles.

2.5. Descripción del área donde el bachiller realizó sus actividades

El Departamento de Comunicaciones y Publicidad Exterior juega un rol fundamental en la gestión de las comunicaciones de la agencia. Según Salazar Zotaminga (2014), un departamento de comunicación en una organización se encarga de gestionar los procesos de interacción tanto internos como externos, desarrollando estrategias que contribuyen a mejorar la productividad y competitividad de la entidad. Este departamento organiza las líneas de acción y actividades orientadas a fortalecer la comunicación dentro de la organización y con su entorno. Asimismo, Escudero Ramírez, D. (2020) describe que el departamento encargado de la publicidad exterior tiene la responsabilidad de planificar y supervisar todas las actividades relacionadas con la publicidad en espacios públicos, garantizando que la comunicación con el público objetivo sea efectiva y clara. Teniendo en claro esto, se detallan las diversas responsabilidades y actividades que realiza este departamento:

2.5.1. Comunicación interna

Una de las tareas primordiales del departamento es asegurar una comunicación interna fluida y efectiva dentro de la agencia. Para ello, se implementan diversas estrategias y herramientas que facilitan la interacción entre los colaboradores y la administración. Algunas de estas acciones incluyen:

- Organizar reuniones periódicas y sesiones informativas para mantener a todos los empleados al tanto de los avances y proyectos de la agencia.
- Desarrollar programas de capacitación y desarrollo profesional para mejorar las habilidades y conocimientos del personal.
- Fomentar un ambiente de trabajo colaborativo mediante la implementación de actividades que faciliten la comunicación y el intercambio de ideas entre los miembros de la agencia.

2.5.2. Comunicación externa

Además de gestionar la comunicación interna, el departamento también se encarga de la comunicación externa, la cual es crucial para mantener y mejorar la imagen pública de la agencia. Entre las responsabilidades en este ámbito se encuentran:

- Elaboración y difusión de comunicados de prensa para emitir notas importantes según sean necesarios.
- Gestión de las relaciones con los medios de comunicación y coordinación de entrevistas, publicaciones y apariciones en medios.
- Mantenimiento y actualización de los perfiles de la agencia en redes sociales y otros canales de comunicación digital.

2.5.3. Supervisión de estructuras publicitarias

Otra responsabilidad clave del departamento es la supervisión de los elementos publicitarios propiedad de la agencia, utilizadas para su alquiler a terceros. Este proceso implica:

- Revisión periódica del estado físico de las estructuras para asegurar su óptimo funcionamiento y apariencia.
- Realización de tareas de mantenimiento necesarias para prolongar la vida útil de las estructuras y garantizar su seguridad.
- Monitoreo constante del estado de las licencias municipales correspondientes a cada estructura, asegurando el cumplimiento de las normativas legales vigentes.

2.5.4. Búsqueda de nuevos espacios y tramitación de licencias

El departamento también se dedica a la identificación y adquisición de nuevos espacios estratégicos para la instalación de paneles publicitarios (Anexo 2). Este proceso incluye:

- Realizar estudios de mercado para identificar ubicaciones con alto potencial publicitario.
- Negociar acuerdos con propietarios y autoridades locales para asegurar el acceso a los nuevos espacios.
- Gestionar y tramitar las licencias necesarias para la instalación de nuevas estructuras publicitarias, garantizando el cumplimiento de todos los requisitos legales y de seguridad según las normativas municipales.

2.5.5. Gestión de cuentas y arrendamiento de elementos publicitarios

El Departamento de Comunicaciones y Publicidad Exterior también es responsable de la atención de las cuentas interesadas en alquilar una o varias

estructuras publicitarias para sus campañas. Entre sus funciones en esta área se incluyen:

- Brindar información detallada sobre los costos de los diferentes elementos publicitarios y las opciones disponibles.
- Crear paquetes de publicidad personalizados o adaptar la oferta según el presupuesto y las necesidades específicas del cliente.
- Negociar y cerrar contratos de alquiler, asegurando una oferta competitiva y atractiva para los clientes.
- Dar seguimiento a la colocación de la publicidad contratada, garantizando que los contenidos se instalen correctamente en los elementos alquilados.
- Informar al cliente que su pausa publicitaria está próxima a concluir, y consultar si quisiera renovarla.

El Departamento de Comunicaciones y Publicidad Exterior es, por tanto, esencial para el éxito y la buena imagen de la agencia. Su capacidad para gestionar eficazmente las estructuras publicitarias, asegurar una comunicación efectiva tanto a nivel interno como externo, buscar nuevas oportunidades en el mercado, y ofrecer una atención personalizada a los clientes demuestra su importancia dentro de la organización.

3. Descripción del cargo y actividades del bachiller

3.1. Descripción del cargo

Coordinador de Comunicaciones y Publicidad Exterior: Encargado de liderar el área de comunicaciones, gestionando y coordinando todas las actividades relacionadas con la publicidad exterior y la comunicación de la agencia. Esto incluye atender a las cuentas interesadas en arrendar los elementos publicitarios disponibles, mantener actualizadas las redes sociales y la página web, asegurando una presencia digital activa; además de supervisar la comunicación interna para mantener a los colaboradores informados sobre proyectos, noticias y cambios, así como gestionar la comunicación externa, manteniendo una imagen positiva y coherente de la agencia ante el público, clientes y medios de comunicación.

3.2. Descripción de las actividades realizadas del bachiller

Durante el período de 2021 a 2025, la agencia experimentó transformaciones notables que impulsaron el Departamento de Comunicaciones y Publicidad Exterior. Estos cambios incluyeron la creación del propio departamento, la modernización de la identidad visual de la empresa, y el establecimiento de herramientas digitales para mejorar la gestión de recursos publicitarios. Además, se consolidaron alianzas estratégicas que ampliaron la presencia y visibilidad de la agencia en diversas localidades.

Los siguientes apartados detallan cronológicamente los logros, iniciativas y resultados más significativos obtenidos durante estos años, destacando la innovación y compromiso que han marcado esta etapa de crecimiento y consolidación.

3.2.1. Año 2021: Creación del departamento y asignación como asistente

En el transcurso de aquel año, se desempeñó un rol crucial durante una serie de transformaciones organizacionales en la agencia. Antes de ese período, el departamento de relaciones públicas se encargaba principalmente de las interacciones entre los ejecutivos de la agencia y los empresarios, con el objetivo de captar nuevos clientes, organizar reuniones para dar a conocer la marca y asistir a eventos protocolares. Sin embargo, a menudo se descuidaban la comunicación interna entre los colaboradores de la agencia y el manejo de las redes sociales y la página web.

Reconociendo estos puntos de mejora, se decidió redirigir esfuerzos hacia una mejor gestión de la comunicación interna y externa. Se creó el Departamento de Comunicaciones y OOH para abordar estas necesidades específicas. En esta situación, el bachiller fue asignado para la tarea de identificar y ejecutar acciones de mejora, comenzando el rol como Asistente de Comunicaciones y OOH, bajo la supervisión de la nueva encargada de esta área, quien anteriormente era la coordinadora de relaciones públicas.

Entre las responsabilidades, el bachiller se enfocó en realizar diversas correcciones en el logotipo de la empresa para darle un toque más moderno y simétrico, el cual, al ser finalizado, se comenzó a usar en los medios gráficos y digitales de la agencia.

Asimismo, el bachiller lideró la creación de un manual de marca, con el objetivo de estandarizar la identidad visual de la agencia y establecer de manera clara nuestra misión, visión y objetivos. Se diseñó presentaciones detalladas de los espacios publicitarios disponibles y elaboró un mapa personalizado en Google Maps que

muestra la ubicación de cada uno de nuestros paneles publicitarios, el cual sirve tanto para el control interno de espacios disponibles, como para presentar a nuestros posibles clientes.

Adicionalmente, las actividades incluyeron la atención de las cuentas interesadas en publicidad exterior, la actualización continua del contenido en redes sociales y la modificación de la página web de la agencia para reflejar una imagen más moderna y atractiva. Estas acciones fueron fundamentales para consolidar el Departamento de Comunicaciones y OOH como una unidad esencial dentro de la agencia, mejorando significativamente su operación y efectividad.

3.2.2. Año 2022: Designación como coordinador del departamento

En el presente año, se llevó a cabo la finalización del manual de identidad de marca, cuyo desarrollo abarcó múltiples etapas de planificación y diseño. Este manual, contiene directrices precisas sobre la aplicación de la marca en diversas plataformas físicas y virtuales de la agencia. La implementación de dicho manual ha sido un proceso gradual y sistemático, orientado a asegurar una coherencia visual unificada en todos los puntos de contacto de la marca. Esto ha involucrado desde la revisión y ajuste de los materiales tangibles hasta la actualización de elementos digitales y la capacitación del personal en el uso correcto del manual.

En respuesta a ciertas modificaciones de la ordenanza municipal que regula la colocación de paneles publicitarios en la provincia de San Martín, fue necesario asumir la tarea de regularizar el estado de todas nuestras licencias locales en dicha jurisdicción. Este proceso, que implicó una exhaustiva revisión de la normativa vigente, tuvo como objetivo principal evitar posibles inconvenientes legales a futuro.

Así, se garantizó que cada uno de nuestros paneles publicitarios cumpliera con los requisitos actualizados.

Además, se logró establecer y consolidar alianzas estratégicas con diversas empresas de publicidad exterior a nivel nacional, así como con agencias de medios. Estas colaboraciones se enmarcan en una estrategia de sinergia que busca maximizar la visibilidad y el impacto de nuestras estructuras publicitarias. A través de estas alianzas, nuestras ubicaciones han obtenido un mayor posicionamiento entre las marcas, lo que ha logrado una mayor cantidad de arrendamientos.

En reconocimiento a los resultados obtenidos, el bachiller asumió la responsabilidad de coordinar el departamento. Este nuevo rol implica no solo la supervisión de las actividades diarias sino también la planificación e implementación de mejoras continuas en el área. La meta es promover una mejora operativa y la innovación, asegurando que el departamento no solo cumpla, sino que supere las expectativas de la agencia.

3.2.3. Año 2023: Expansión estratégica y optimización de recursos

En el transcurso del año, se logró obtener las licencias necesarias para la instalación de nuevos paneles publicitarios en dos localidades de gran relevancia: el distrito de Tarapoto y La Banda de Shilcayo. Este logro es fundamental para la expansión de nuestras actividades publicitarias, asegurando una mayor presencia en estas áreas clave y ofreciendo a nuestros clientes nuevas opciones para promover sus marcas. El proceso de obtención de licencias implicó una coordinación estrecha con las autoridades locales, así como la presentación de la documentación requerida y el cumplimiento de todas las regulaciones municipales vigentes.

Para mejorar la gestión de los elementos publicitarios, se diseñó e implementó una hoja de control digital. Esta herramienta permite realizar un seguimiento detallado de los alquileres, incluyendo información sobre los nuevos contratos, las cuentas asociadas y las marcas correspondientes. Además, se registran las fechas de inicio y finalización de cada alquiler, así como los montos pagados y pendientes de pago, y las facturas emitidas a cada cliente. La implementación de esta hoja de cálculo ha facilitado considerablemente la administración de nuestros recursos, permitiendo una mayor eficiencia y transparencia en nuestros procesos internos.

Se optimizó el sistema de brillo de la Pantalla LED mediante una programación que ajusta el brillo según la intensidad solar. Antes, la pantalla mantenía un brillo constante tanto de día como de noche, lo que ocasionaba un alto consumo energético. Ahora, el brillo se reduce durante la noche y se adapta durante el día, logrando así un significativo ahorro de energía y una reducción notable en los costos de luz.

Se reemplazó el sistema de iluminación tradicional en los elementos publicitarios por iluminación solar LED. Esta transición a energía renovable permite un uso más eficiente de los recursos, reduciendo la dependencia de la red eléctrica y disminuyendo los costos operativos a largo plazo. La adopción de iluminación solar refleja nuestro compromiso con la sostenibilidad y la innovación.

Asimismo, se continuaron fortaleciendo las alianzas estratégicas con agencias de publicidad de otras ciudades del país. Estas asociaciones han permitido trabajar en conjunto para ofrecer paquetes de arrendamiento de nuestros elementos publicitarios, ampliando nuestras oportunidades de negocio y aumentando nuestra capacidad de negociación. Al consolidar estas relaciones, hemos logrado una mayor

integración en el mercado publicitario nacional, optimizando la utilización de nuestros recursos y mejorando la oferta de servicios a nuestros clientes.

3.2.4. Año 2024: Logros clave y expansión de elementos publicitarios

Se lograron varios avances significativos en nuestra agencia. En primer lugar, se concretó la instalación de un nuevo panel unipolar en la Av. Micaela Bastidas, una arteria crucial que une las avenidas Orellana y Salaverry. Estas dos avenidas son vías principales de la ciudad, caracterizadas por un intenso movimiento vehicular y peatonal, logrando así aumentar nuestra visibilidad en una zona de alta afluencia.

Figura 31

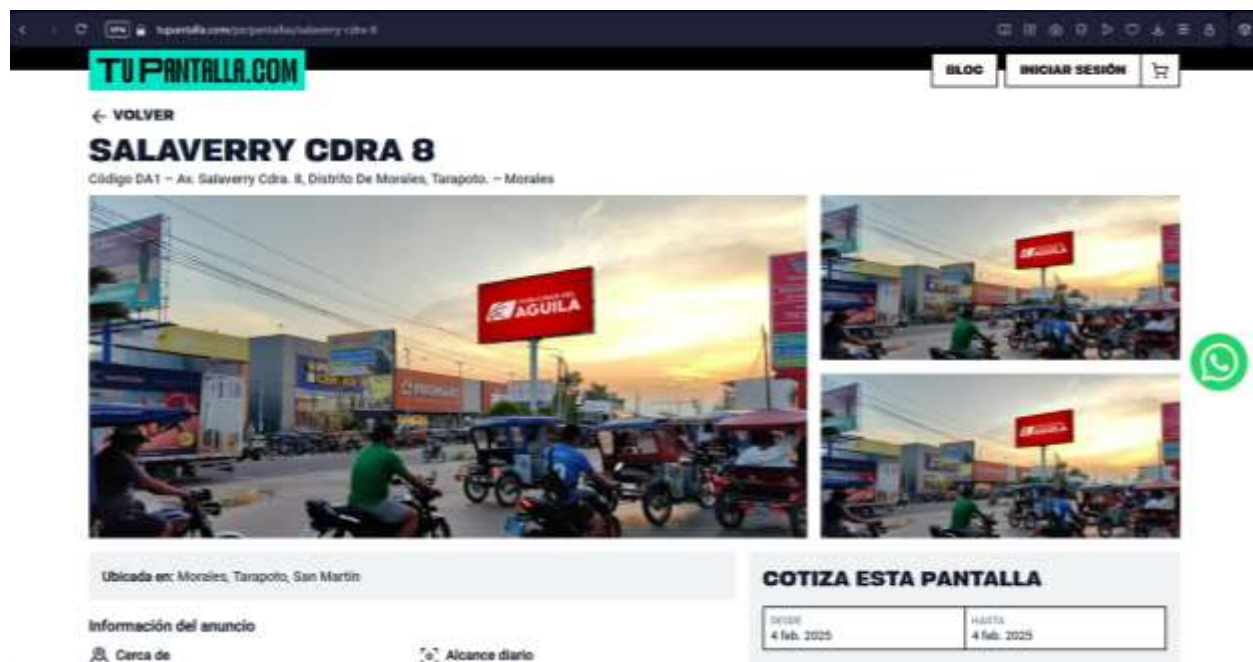
Panel unipolar instalado en Av. Micaela Bastidas cdra. 2, Tarapoto



Además, se avanzó en nuestras alianzas estratégicas al colaborar con una reconocida página web dedicada a la promoción y arrendamiento de pantallas LED a nivel nacional. Esta unión ha permitido potenciar nuestra presencia en el mercado y alcanzar un público más amplio y diverso.

Figura 32

Pantalla LED de Publicidad Del Aguila anunciada en TuPantalla.com



También se llevó a cabo actualizaciones en varias secciones de nuestra página web, con el objetivo de proporcionar una mejor experiencia de usuario. Entre estas mejoras se incluye la adición de una sección de blog, que sirve como plataforma para compartir contenido relevante y actualizado sobre temas de interés para nuestros clientes.

Finalmente, se diseñó un brochure detallado que presenta los diversos productos y servicios que ofrecemos. Este material promocional no solo facilita la comunicación de nuestra oferta a clientes potenciales, sino que también refleja el compromiso de la agencia con la calidad y la innovación en cada uno de sus proyectos.

Figura 33

Diseño de brochure



3.2.5. Año 2025: Crecimiento y redefinición del departamento

La agencia ha continuado con la expansión de sus operaciones. Actualmente, se está fabricando una nueva estructura publicitaria que será instalada próximamente en la ciudad de Tarapoto, contribuyendo así a nuestra presencia en nuevas localidades.

Además, con el objetivo de facilitar el reconocimiento del departamento y teniendo en cuenta que algunos clientes no lograban comprender las siglas "OOH" (Out Of Home), se decidió renombrar el departamento a "Departamento de Comunicaciones y Publicidad Exterior". Consecuentemente, el cargo que desempeña el bachiller también ha sufrido una ligera modificación en su denominación.

4. Principales logros del bachiller

4.1. Rebranding de marca

Para poder definir qué es el rebranding, es importante puntualizar en qué es el branding. Según Brandmedia (2020), “El branding es todo lo que implica una marca, tanto a nivel gráfico como de comunicación y posicionamiento. Son todos los elementos tangibles e intangibles que engloba la marca.”

El branding abarca desde el logotipo, los colores corporativos, el tono de comunicación, hasta la experiencia del cliente y los valores que transmite la marca. Es una estrategia esencial para crear una identidad única y coherente que permita a la marca diferenciarse en el mercado y establecer una conexión emocional con su público objetivo.

Dicho esto, una vez que comprendemos la importancia y los componentes del branding, podemos hablar del rebranding. El rebranding es el proceso de actualización o mejora de ciertos elementos establecidos previamente en el branding. Este proceso puede abarcar desde cambios en la identidad visual, modificaciones en el logo, tipo de letra, o esquema de colores, hasta ajustes en la estrategia comunicativa y los valores que la marca desea transmitir. Puede implicar elementos digitales, físicos e incluso revisiones de algunos conceptos de marca.

El objetivo del rebranding es adaptar la marca a nuevas tendencias del mercado, responder a cambios en la industria, actualizar la imagen para atraer a nuevos públicos y mantener la relevancia de la marca en un mercado en constante evolución. A través del rebranding, una empresa puede revitalizar su imagen, corregir percepciones negativas anteriores, y posicionarse de manera más efectiva ante sus

consumidores. Con todo lo aclarado, se procedió a realizar las siguientes mejoras en la agencia:

4.1.1. Mejora del logotipo

La más reciente actualización del logotipo se realizó en 2018, donde se transformó de un estilo llamativo y con múltiples degradados a uno minimalista, con la finalidad de proyectar una imagen moderna y alineada con las tendencias gráficas contemporáneas de la industria.

Figura 34

Logotipo 2004 – 2017



Figura 35

Logotipo 2018



Aunque se logró modernizar el logotipo, surgieron algunas observaciones que merecían atención:

- El logotipo presentaba dos tonalidades de rojo, una de las cuales no estaba calibrada para impresiones en CMYK, causando que el rojo más oscuro se tornara de un tono morado.

- Los textos en el logotipo, al tener proporciones muy dispares, dificultaban la lectura de “Publicidad Del” en tamaños reducidos, por lo que solo se destacaba la palabra “Aguila”.
- La alineación de los textos no era consistente.
- La tipografía utilizada para “Aguila” no armonizaba con el estilo del logotipo.

Estas observaciones indicaron la necesidad de realizar ajustes para mejorar la coherencia y legibilidad del logotipo. La propuesta de mejora se centró en varios aspectos clave:

- **Selección de una nueva tipografía:** Se optó por utilizar la fuente “Poppins” para la tipografía. Esta elección buscaba proporcionar un aspecto más moderno y profesional, manteniendo la legibilidad en diversos tamaños y plataformas.
- **Redondeo de los bordes:** Se realizó el redondeo de los bordes de los textos y del isotipo, con el objetivo de darle un aspecto más amigable, sin dejar de transmitir la formalidad que busca mostrar la agencia. Esta modificación también ayudó a crear una imagen más coherente y armoniosa en general.
- **Ajuste de tamaño de los textos:** Se modificó el tamaño de los textos, logrando que las palabras “Publicidad Del” y “Aguila” tengan el mismo ancho, mejorando así la legibilidad, especialmente en tamaños reducidos. Esta mejora permitió que el logotipo fuera fácilmente reconocible y legible en diferentes contextos y aplicaciones.

- **Posicionamiento del isotipo:** Se comenzó a dar mayor protagonismo al isotipo, usándolo de forma independiente en plataformas digitales, creando un identificador más simplificado y moderno de la marca. Esta estrategia fortaleció la identidad visual de la marca y facilitó su reconocimiento en medios digitales.
- **Unificación del color rojo:** Se decidió utilizar una sola tonalidad de rojo, lo que no solo evitó problemas de impresión, sino que también contribuyó a una apariencia más consistente y profesional.

Con todos estos cambios, se obtuvo el siguiente resultado:

Figura 36

Logotipo 2021 – Actualidad



4.1.2. Elaboración e implementación de un manual de marca

Debido a la ausencia de un manual de marca, se tomó la decisión de elaborar uno que contenga las pautas esenciales para el buen manejo de la imagen corporativa de la agencia. Como indica Solis Huete y Rosales Lira (2022) "El manual de marca es un documento fundamental para asegurar la coherencia y consistencia en la identidad visual de una empresa, lo cual es crucial para mantener una imagen profesional y reconocible en el mercado". La necesidad surgió con la intención de fortalecer el posicionamiento de la empresa en el mercado y asegurar una representación clara en todos los puntos de contacto con el público.

4.1.2.1. Investigación preliminar

El proceso comenzó con una fase de investigación preliminar, en la que se recopiló información detallada sobre la identidad visual y comunicativa de la agencia. Se llevaron a cabo entrevistas con los directivos y colaboradores. Este paso fue esencial para entender la situación actual de la marca y sus necesidades específicas.

4.1.2.2. Definición de la estrategia de marca

Con la información recopilada, se trabajó en definir la estrategia de marca, incluyendo la misión, visión, objetivos y valores. Esto sirvió como base para el desarrollo de los elementos visuales y comunicativos de la marca, asegurando que fueran consistentes y auténticos.

4.1.2.3. Desarrollo de elementos visuales

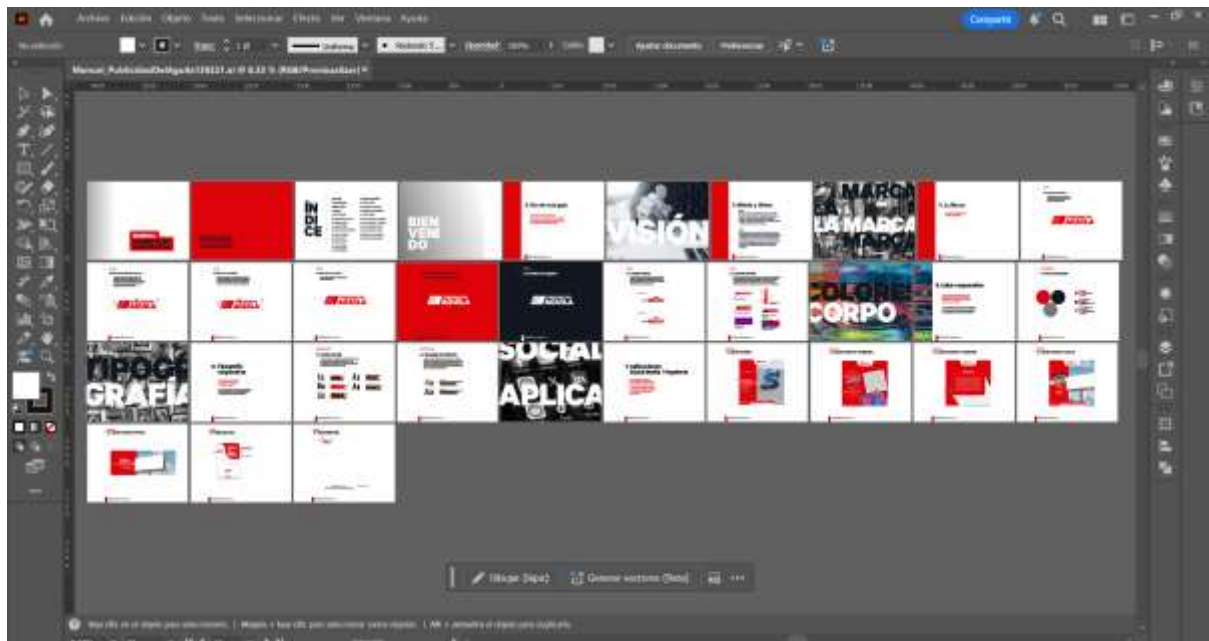
Se diseñaron los principales elementos visuales, entre ellos la modificación del logotipo, la paleta de colores y las tipografías. Cada elemento fue creado teniendo en cuenta la estrategia de marca definida previamente, asegurando que reflejara los valores y la personalidad de la empresa. Se realizaron varios ajustes hasta lograr un diseño coherente y atractivo.

4.1.2.4. Elaboración de manual de marca

El siguiente paso fue la creación del manual de marca, un documento integral que incluye todas las directrices necesarias para el uso correcto de la marca. Se detallaron las normas para la aplicación del logotipo, el uso de colores, fuentes, y otros elementos gráficos en diversos contextos, tanto digitales como impresos. Además, se incluyeron ejemplos prácticos para facilitar la comprensión y correcta implementación de las directrices.

Figura 37

Proceso de diagramación y diseño del manual de marca



4.1.2.5. Implementación gradual

La implementación del manual de marca se realizó de manera gradual, comenzando con los elementos más visibles y continuando con las aplicaciones más detalladas. Se supervisó cuidadosamente cada fase de implementación para asegurar que se cumpliera con las directrices establecidas en el manual.

4.1.3. Actualización de la fachada

Esta acción marcó un hito significativo en el proceso de renovación de la identidad corporativa de la empresa. Fue una fase crucial que involucró múltiples esfuerzos para revitalizar la imagen de la organización y alinearla con su misión y visión renovadas. Como parte de esta actualización, se procedió a la sustitución de las letras volumétricas situadas en el exterior de la oficina. Dichas letras fueron reconfiguradas para retirar el modelo de logotipo anterior por el nuevo, con el objetivo de garantizar una representación de la marca.

Además, se realizaron trabajos de mantenimiento integral en toda la fachada. Estos esfuerzos incluyeron la pintura completa de las paredes exteriores, cambiando ciertos colores y dando mantenimientos de algunos previos. Se buscó con ello no solo ofrecer una imagen ordenada, sino también transmitir los nuevos valores corporativos a través de una estética renovada. Asimismo, se procedió a la renovación de la parte delantera de la oficina, añadiendo cerámica en la entrada de atención al cliente, así también una jardinera para embellecer la fachada exterior. Esta mejora no solo moderniza la entrada, sino que también proporciona una imagen más profesional y acogedora.

Las mejoras implementadas no solo modernizan la apariencia general de la fachada, sino que también aseguran que la nueva identidad corporativa sea comunicada de manera clara y efectiva tanto a clientes como al público en general. Este esfuerzo de renovación ha fortalecido considerablemente la presencia visual de la empresa y ha mejorado la presentación de la marca. En consecuencia, se ha logrado una percepción más sólida y renovada de la empresa, lo cual es esencial para mantener una conexión robusta con el mercado y los clientes potenciales.

4.1.4. Mejora visual de las estructuras publicitarias

El proceso de rebranding llevado a cabo por la agencia involucra la renovación y mantenimiento físico de sus activos publicitarios. Este enfoque asegura que la nueva imagen de la agencia se vea reflejada también en todas sus estructuras publicitarias.

Se procedió con el mantenimiento, para asegurar que se encuentren en óptimas condiciones, y el pintado de las estructuras de color rojo con una pintura especial para estructuras metálicas. Esta pintura no solo contribuye a mantener una

aparición impecable y profesional, sino que también ofrece una protección eficaz contra la corrosión y el óxido. Al prevenir la oxidación, estas estructuras permanecen en mejores condiciones durante más tiempo, lo que significa menos necesidad de mantenimiento y reemplazo a lo largo del tiempo. Esta capa protectora es especialmente crucial en climas húmedos y en áreas expuestas a condiciones climáticas adversas, ya que proporciona una barrera duradera y resistente.

Además, se colocaron dos carteles distintivos en cada estructura: uno con el logotipo actualizado de la agencia y los números de contacto, y otro con el código del elemento publicitario. Estas acciones facilitan la identificación de las estructuras tanto por parte del público general como del público objetivo, además de proyectar una imagen más seria y profesional.

Figura 38

Estilo anterior de los paneles unipolares de la agencia



Figura 39

Estilo nuevo de los paneles unipolares de la agencia



Asimismo, se han implementado soportes diseñados para la instalación de iluminación solar LED en las estructuras publicitarias. Estos cambios no solo equipan mejor las estructuras, sino que también representa una solución económica y ecológica. La utilización de reflectores cargados con energía solar elimina la necesidad de instalar medidores eléctricos adicionales, lo cual reduce significativamente los costos operativos. Esta iniciativa promueve la adopción de prácticas sostenibles y amigables con el medio ambiente.

La iluminación solar LED no solo garantiza una visibilidad nocturna eficiente, sino que también alinea a la agencia con las tendencias modernas de responsabilidad ambiental. Al integrar estas medidas ecológicas, la agencia no solo mejora su imagen

y compromiso con la sostenibilidad, sino que también ofrece a sus clientes una ventaja competitiva en términos de eficiencia energética y la reducción de los costos de arrendamiento por el ahorro en electricidad.

Figura 40

Panel unipolar con iluminación solar LED



4.1.5. Alianzas estratégicas con agencias de medios y otras agencias de publicidad

Como parte del reposicionamiento de la marca, hemos considerado oportuno comunicar los cambios tanto a nivel gráfico como en la comunicación de la agencia a nuestros socios estratégicos. De esta manera, podrán estar informados sobre el nuevo enfoque que la agencia está adoptando.

Asimismo, hemos buscado, y seguimos buscando, formar alianzas estratégicas con agencias de publicidad exterior de otras regiones del país. Esto nos

permitirá brindar soporte mutuo entre las agencias, ofrecer una mayor cobertura de servicios a nuestros clientes y utilizar nuestras estructuras publicitarias para amplificar la oferta a las marcas que desean publicidad exterior. Herrera Alfaro, H. et al. (2003) mencionan que "las alianzas estratégicas son uniones voluntarias, duraderas y organizadas de personas y/o empresas, que aúnan parte de sus esfuerzos y objetivos para lograr ventajas competitivas".

Además, buscamos alianzas con agencias de medios para que, basándose en su cartera de clientes, puedan ofrecer nuestros espacios publicitarios a sus cuentas. De esta forma, lograremos un mayor crecimiento en ventas y reconocimiento en otras ciudades del país.

Figura 41

Reunión entre el bachiller, representante de Publicidad Del Aguila (Tarapoto), y el gerente general de DardosOOH (Lima)



4.2. Documentos elaborados

Pauta de control de publicidad exterior: Este documento monitorea de manera precisa y detallada los puntos clave relacionados con los alquileres de estructuras publicitarias. Los ítems incluidos son los siguientes:

- Estado: Se especifica si la pauta es una venta o una cortesía, lo que permite clasificar y diferenciar las publicidades.
- Ubicación: Distrito o zona donde se encuentra la estructura publicitaria alquilada.
- Elemento: Tipo de estructura publicitaria alquilada, que puede ser Pantalla LED, Unipolar, Azotea o Valla.
- Cliente: Nombre de la cuenta o empresa que arrienda la pauta. Esto ayuda a mantener un registro claro de los clientes y facilita la comunicación.
- Marca: Producto, servicio o empresa que se publicita mediante la cuenta.
- Fecha de inicio: Fecha exacta en que comienza la pauta publicitaria. Este dato es esencial para garantizar que la publicidad comience a tiempo.
- Fecha fin: Fecha exacta de finalización de la pauta publicitaria. Este dato es esencial para planificar la duración de la campaña y permite consultar con la cuenta si existe interés en renovar la publicidad.
- Costo: Monto mensual que el cliente debe pagar por el alquiler de la estructura publicitaria. Este valor ayuda a mantener un control financiero preciso.

- Estado del pago: Indica si el pago está pendiente o completado. Esto es fundamental para gestionar las finanzas y asegurar la puntualidad de los pagos.
- Factura emitida: Número de la factura emitida al cliente. Tener un registro claro de las facturas ayuda en la gestión contable y en el seguimiento de pagos.
- Fecha límite de crédito: Plazo máximo que se le otorga al cliente para pagar el alquiler. Conocer esta fecha es esencial para evitar retrasos en los pagos.
- Pago realizado: Monto total que el cliente ha pagado hasta el momento. Esto ayuda a tener una visión clara del cumplimiento de los pagos.
- Pago restante: Deuda pendiente por pagar. Este ítem muestra el monto que aún debe el cliente, permitiendo un seguimiento adecuado de los impagos.

Adicionalmente, se dispone de un cuadro general que muestra los pagos realizados y los pagos pendientes durante el año. Este cuadro proporciona una visión anual de las finanzas, facilitando la identificación de tendencias y posibles problemas. Ha sido de gran ayuda para mejorar el control financiero de los alquileres, permitirnos estar al tanto de quiénes deben y quiénes no, y también para controlar de qué fecha a qué fecha va cada publicidad en los distintos elementos. Esto asegura una gestión eficiente y ordenada de todas las pautas publicitarias.

Figura 42

Captura de pantalla del documento de control

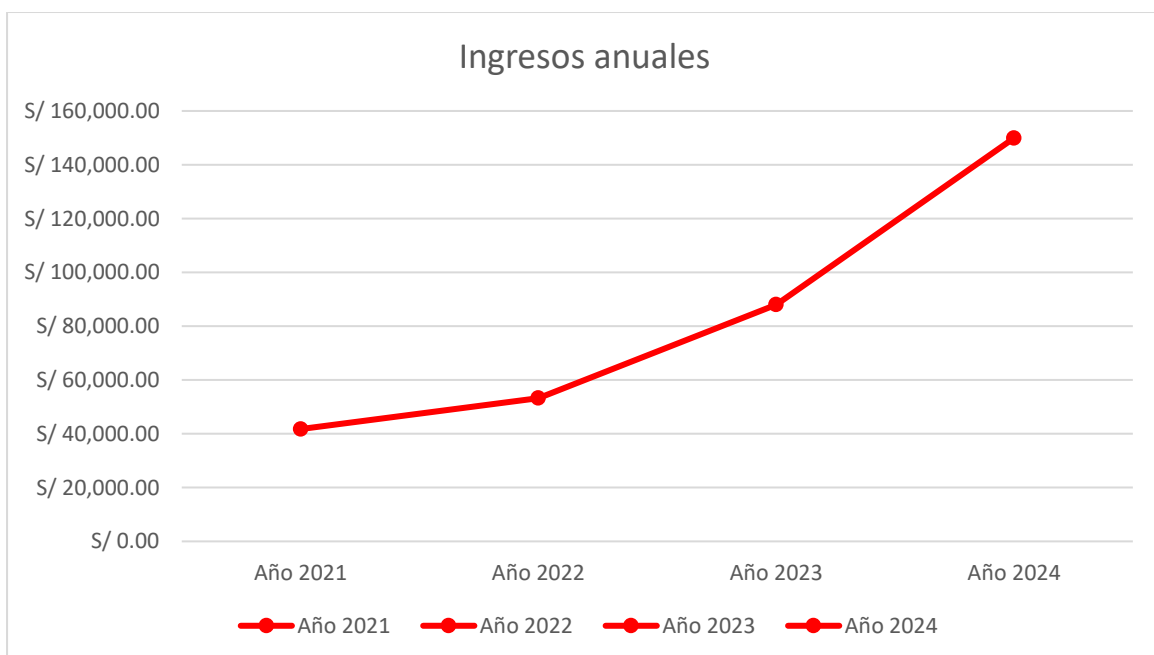
ESTADO	UBICACIÓN	ELEMENTO	CLIENTE	MARCA	FECHA INICIO	FECHA FIN	COSTO	STATUS	FACTURA	FECHA LIMITE DE COBRO	PAGO REALIZADO	PAGO PENDIENTE
Venta	Vereda	Panela LED	Publicidad	Exel	1/1/2024	31/1/2024		CANCELADO		30/2/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Green L380	IFM	4/1/2024	18/1/2024		CANCELADO		18/2/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Publicidad	Borden	5/1/2024	31/1/2024		CANCELADO		18/2/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Shodbat	Pilo	1/2/2024	31/1/2024		CANCELADO		1/3/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Shodbat	Pilo	1/2/2024	28/2/2024		CANCELADO		1/3/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Publicidad	Exel	1/2/2024	28/2/2024		CANCELADO		1/3/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Publicidad	Backla	5/2/2024	31/2/2024		CANCELADO		1/3/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Green L380	IFM	5/2/2024	19/2/2024		CANCELADO		18/2/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Sonaflo	Sonaflo	5/2/2024	29/2/2024		CANCELADO		15/2/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Green L380	IFM	11/2/2024	31/2/2024		PENOS WTL		31/2/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Shodbat	Pilo	1/3/2024	31/3/2024		CANCELADO		1/3/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Sonaflo	Sonaflo	1/3/2024	31/3/2024		CANCELADO		1/4/2024		
Control	Tarapoto	Panela LED	Pequeños del	Los Motos	1/3/2024	31/3/2024		CANCELADO		1/4/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Publicidad	Exel	1/3/2024	31/3/2024		CANCELADO		1/3/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Publicidad	Ajuntamiento	1/3/2024	3/4/2024		CANCELADO		12/4/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	San Carlos M	Verdevalle	1/3/2024	23/4/2024		CANCELADO		1/4/2024		
Venta	Tarapoto	Panela LED	Publicidad	Exel	14/3/2024	31/3/2024		CANCELADO		1/4/2024		
Venta	Tarapoto	Ultralite	Scoppe	EXC	15/3/2024	14/4/2024		CANCELADO		15/4/2024		
Venta	Tarapoto	Ultralite	Scoppe	Urban	15/3/2024	14/4/2024		CANCELADO		15/4/2024		
Venta	Tarapoto	Ultralite	Scoppe	Dama	15/3/2024	14/4/2024		CANCELADO		15/4/2024		
Venta	Tarapoto	Ultralite	Scoppe	Hera	15/3/2024	14/4/2024		CANCELADO		15/4/2024		
Venta	Tarapoto	Ultralite	Scoppe	San Carlos	15/3/2024	14/4/2024		CANCELADO		15/4/2024		

4.3. Utilidad generada

Gracias a las mejoras visuales en nuestras estructuras, la búsqueda de nuevas ubicaciones con alto tránsito peatonal y vehicular, y una gestión más ordenada de las pautas publicitarias, logramos aumentar significativamente los alquileres, pasando de ingresos de S/ 41,750.00 en 2021 a S/ 134,521.77 en 2024.

Figura 43

Gráfico lineal del incremento de ingresos en publicidad exterior en la agencia, periodo 2021 – 2024



5. Conclusiones y recomendaciones

Entre 2021 y 2025, Publicidad Del Aguila llevó a cabo un proceso de rebranding que fortaleció su identidad corporativa, optimizó su comunicación interna y externa, y modernizó su gestión con herramientas digitales. Como resultado, logró una imagen más coherente en todos sus canales y un incremento en los ingresos por publicidad exterior.

El bachiller desempeñó un rol clave en esta transformación, participando en iniciativas innovadoras y contribuyendo a la expansión de alianzas estratégicas, lo que impulsó el crecimiento comercial y el posicionamiento de la empresa en distintas ciudades del país. Estas experiencias han sido fundamentales en su desarrollo profesional, permitiéndole aplicar conocimientos en un entorno real y dinámico.

Para consolidar estos avances, se recomienda a la gerencia continuar invirtiendo en la capacitación del equipo mediante charlas especializadas en gestión de cuentas para publicidad exterior, así como actualizar constantemente la identidad de marca para adaptarse a las tendencias futuras.

Además, la exploración de nuevas oportunidades de mercado a través de estudios estratégicos permitirá identificar ubicaciones clave para la instalación de estructuras publicitarias innovadoras. Finalmente, fortalecer alianzas con otras agencias y medios será esencial para maximizar el alcance de las campañas y consolidar el liderazgo de la empresa en el sector.

Referencias

- Salazar Zotaminga, E. P. (2014). *Propuesta de creación del departamento de comunicación para Amatic* (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7960>
- Escudero Ramírez, D. (2020). *Estudio estratégico para una empresa implementadora de publicidad exterior digital* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <https://tesis.pucp.edu.pe/items/912b2207-b8ab-40cf-b3f9-90fa38e89d98>
- Brandmedia. (2020). *El branding: El poder de la marca*. Recuperado de <https://brandmedia.es/el-branding-el-poder-de-la-marca/>
- Solis Huete, M. A., & Rosales Lira, P. Y. (2022). *Propuesta de diseño de un manual de marca para mejorar la identidad corporativa de la pizzería D'Nils en el distrito de San Martín de Porres* (p. 15). Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/6589>
- Herrera Alfaro, H., Hidalgo Solano, C., & Rodríguez Delgado, R. (2003). *Alianzas estratégicas: Antecedentes y situación actual* (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico de Costa Rica. Recuperado de <https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/2786/Alianzas%20Estrat%C3%A9gicas%20Antecedentes%20y%20Situaci%C3%B3n%20Actual%20H%C3%A9ctor%20Herrera.pdf?isAllowed=y&sequence=3>

Anexo 2. Copia de autorización municipal para la instalación de panel unipolar en la ciudad de Tarapoto



mpsm
TARAPOTO

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
DE SAN MARTÍN



"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

RESOLUCION SUB GERENCIAL N° 186-2022-SGPCUC-GI-MPSM

Tarapoto, 07 de Marzo del 2022.

VISTO el expediente con registro de ingreso N° 0823, de fecha 24 de Enero del 2022; con Recibo N°1564285 de Fecha: 04.03.2022; seguido por Doña **Maricela BETETA TORRES**, identificado con DNI N° 01106620, quien solicita LA AUTORIZACION MUNICIPAL, para la instalación de su AVISO Y/O ANUNCIO PUBLICITARIO, el mismo que está ubicado en la **Av. Micaela Bastidas C-05** del barrio Sachapuquio, en el distrito de Tarapoto, Provincia y Departamento de San Martín. Y CONSIDERANDO:

Primero. - Que, de acuerdo con el Artículo 79°, inciso 1, numeral 1.4.4. de Ley N° 27972 – Ley Orgánica de Municipalidades, respecto a las funciones específicas exclusivas de las Municipalidades Provinciales, refiere que éstas regulan el otorgamiento de licencias en materia de Autorizaciones para ubicación de Anuncios y Avisos publicitarios y propaganda política.

Segundo.-Que mediante Ordenanza Municipal N° 025-2018-MPSM, de expedida por la Municipal Provincial de San Martín – Tarapoto, se Regula los Lineamientos y Disposiciones para las Autorizaciones de Anuncios y Publicidad Exterior en el Ámbito Distrital.

Tercero.- Que de conformidad con el Artículo 10° numeral 1; 2; 3 y 4 del Reglamento que Regula la Autorización para la Ubicación de Anuncios Publicitarios en el Distrito de Tarapoto, se estable que la Sub Gerencia de Planeamiento, Control urbano y Catastro tiene como funciones específicas el de Resolver: Las solicitudes de ubicación de anuncios y avisos publicitarios señalados en los incisos a y b del numeral 2 del artículo 9° de la presente Ordenanza; Las solicitudes de renovación de la Autorización de ubicación de anuncios y avisos publicitarios; Las solicitudes de regularización de los anuncios y avisos de conformidad con la primera Disposición Transitoria de la presente Ordenanza; Los recursos impugnados de Reconsideración que se presenten contra las resoluciones expedidas.

Cuarto. – Lineamiento sobre la colocación de Anuncios Publicitarios del 18 de diciembre de 2015 (aprobados mediante Resolución N° 576-2015/CEB-INDECOPI). "4. ¿Cuál es la vigencia de la autorización? Indeterminada, siempre y cuando permanezcan las condiciones que fueron evaluadas para el otorgamiento de la autorización. Dichas condiciones deben estar relacionadas con las características físicas del elemento que contiene los anuncios publicitarios en relación con el espacio físico y uso de suelo, más no relación al contenido del anuncio. Cabe precisar que a este permiso se le denomina autorización para ocupar o explotar la vía pública y se encuentra sujeto a un pago que califica como una tasa por el uso o aprovechamiento de bien público, que mediante el **CAPÍTULO III** artículo 26° y 27° se encuentra sujeto en la Ordenanza Municipal N° 025-2018-MPSM.

Quinto. - Que del análisis documental agregado al expediente N° 0823, el recurrente ha solicitado obtener Autorización indeterminada de un Anuncio Publicitario Tipo Panel Monumental Unipolar Pintado de 02 caras, ubicado en la **Av. Micaela Bastidas C-05** del barrio Sachapuquio, el otorgamiento de la Autorización Municipal solicitada es **viable**, por la siguiente razón: Que habiendo realizado la verificación en campo por el Equipo Técnico de Planeamiento Urbano y según **INFORME N° 058-2022- PCU-SGPCUC-GI-MPSM**, se pudo constatar que el panel publicitario si cumplía con los parámetros establecidos según los requisitos de la Ordenanza Municipal N° 025-2018-mpsm.

SE RESUELVE:

Conceder la Autorización Municipal a Doña **Maricela BETETA TORRES**, para la colocación de su **Anuncio y/o Aviso Publicitario TIPO PANEL MONUMENTAL UNIPOLAR PINTADO DE DOS CARAS**, cuya Leyenda es **LIBRE**, ubicado en la **Av. Micaela Bastidas C-05** del barrio Sachapuquio que presenta las siguientes características: Largo: 8.00 m.; Ancho: 4.00 m.; y 02 caras.

ARTICULO 2do: Establecer, que la vigencia de la presente **Autorización Municipal** es **INDETERMINADO**, en caso de ser modificado la leyenda y/ o la tipología del anuncio este deberá tramitar una nueva autorización.

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y CUMPLASE.

LCI/SGPCUC-
MPSM/036/PCUC
GI/MPSM.
PGU
C.C.
SGPM
Archivo



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN MARTÍN
Sub Gerencia de Planeamiento
Control Urbano y Catastro

Leandro Cardenas Flores
ARQUITECTO
R. CAY 19703
SUB GERENTE

Gregorio Delgado N° 260 - Tarapoto

913 012139 (042) 52235

www.mpsm.gob.pe mpsm@mps.gov.pe

Copia de certificados de trabajo de los 3 años de experiencia profesional



CONSTANCIA DE TRABAJO

Tarapoto, 17 de diciembre de 2024

A quien corresponda:

Mediante la presente, hago constar que el señor Wilian Del Aguila Beteta, con Documento Nacional de Identidad (DNI) N° 71125563, ha trabajado en nuestra empresa en calidad de Coordinador de Comunicaciones y OOH, desde el 01 de abril hasta la actualidad.

Durante este tiempo en nuestra organización, el señor Wilian Del Aguila Beteta viene mostrando un desempeño excepcional, cumpliendo con todas sus responsabilidades de manera eficiente y profesional. Su compromiso y dedicación es un valioso aporte para el logro de los objetivos de nuestra empresa.

La presente constancia se expide a solicitud del interesado para los fines que estime pertinentes.

Atentamente,

Liz Del Aguila Beteta
Gerente General

(042) 528551 ☎ 942 408 276 / 977 923 506

📍 Av. Lima 1030 Tarapoto - San Martín ✉ info@publidelaguila.com / publicidad_del_aguila@hotmail.com

CONSTANCIA DE TRABAJO

Tarapoto, 04 de abril de 2024

Mediante la presente, certifico que el señor Wilian Del Aguila Beteta, con Documento Nacional de Identidad (DNI) N° 71125563, ha trabajado en nuestra empresa en calidad de Coordinador de Comunicaciones y OOH, desde el 01 de abril de 2022 hasta el 31 de marzo de 2024.

Durante su tiempo en nuestra organización, el(la) señor(a) Wilian Del Aguila Beteta ha mostrado un desempeño excepcional, cumpliendo con todas sus responsabilidades de manera eficiente y profesional. Su compromiso y dedicación han sido un valioso aporte para el logro de los objetivos de nuestra empresa.

Este documento se expide a solicitud del interesado, para los fines que estime pertinentes.

Atentamente,



Marcela Beteta Torres
Gerente General
Publicidad del Aguila

CONSTANCIA DE TRABAJO

A quien corresponda:

Por medio de la presente, hago constar que el señor Willian Del Aguila Beteta, identificado con Documento Nacional de Identidad (DNI) N° 71125563, ha laborado en nuestra empresa en el cargo de Asistente de Comunicaciones y OOH, desde el 01 de abril del 2021 hasta el 31 de marzo de 2022.

Durante el tiempo que trabajó con nosotros, demostró ser una persona responsable, comprometida y eficiente en el desempeño de sus labores. Su actitud y profesionalismo contribuyeron de manera significativa a los objetivos de nuestra empresa.

Sin más que agregar, suscribo la presente constancia a solicitud del interesado, para los fines que estime convenientes.

Tarapoto, 28 de diciembre de 2022



Maricela Beteta Torres
Gerente General
Publicidad del Aguila