

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



“Elaboración de Manual de Inducción para colaboradores de nuevo ingreso y fortalecer la comunicación de la Agencia Publicitaria Mar Visual año 2016”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por

MARIA EUGENIA GOMEZ IZAGUIRRE

200017183

Previo a optar al título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre del 2016

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bátres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 05 de Agosto de 2016

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epesista **María Eugenia Gómez Izaguirre** con número de carné: **200017183** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **área de recursos humanos**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **02 de mayo** al **18 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"Elaboración de Manual de Inducción para dependientes de nuevo ingreso, y fortalecer la comunicación de Agencia Mar Visual "** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **Agencia Mar Visual** .

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista(a) y, para los usos y procesos siguientes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,



Alfredo Calancho Alfaro
Gerente General



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

María Eugenia Gómez Izaguirre

Carné: 200017183

Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título "Elaboración de Manual de Inducción para colaboradores de nuevo ingreso y fortalecer la comunicación de la Agencia Publicitaria Mar Visual año 2016." El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Sandra Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura

Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



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

DEDICATORIA

- A DIOS** Por el don de la vida, por bendecirme y darme todas las herramientas para lograr mis metas.
- A MIS PADRES** Leonel Arturo Gomez Leonardo, por ser mi inspiracion de superacion en vida, recuerdo sus palabras “La mejor herencia que te puedo dejar es la educacion”.
Maria Eugenia Izaguirre de Gomez de Leon, como un homenaje al esfuerzo, el trinfo es compartido de los 3
- A MIS HERMANOS** Leonel Felipe, Luis Alberto, Cindy Patricia a quien los amo incondicionalmente que este sea un incentivo para sus vidas de que los logros dependen unicamente de uno.
- A MI SOBRINA** Maria Jimena Gomez, que este logro sea un ejemplo de vida de superacion
- A MIS AMIGOS SANCALISTAS** Por que es un logro compartido, donde tuvimos convivencia en salones de clase, proyectos, etc.
Especialmente a mis amigas Griselda Aceytuno, Mary Osla.

AGRADECIMIENTO

A la **Universidad San Carlos de Guatemala**, donde me he forjado profesionalmente.

A la **Escuela Cinecias de la Comunicación** a todos los docentes que compartieron sus conocimientos.

A **Licenciado Luis Pedroza** por su confianza, al darme este proyecto tan importante para la Escuela de Ciencias de la Comunicación, cariño incondicional.

A **Licencida Sandra Hernandez**, por su confianza por el apoyo durento todo el proyecto, su paciencia y asesoria.

A la empresa **Mar Visual S.A.** por permitirme llevar el proyecto acabo, especialmente al Gerente **Alfredo Alfaro** por sus exitos en la agencia.

A la **Licenciada Patricia Amaya** por su apoyo y orientacion durante la elaboracion del informe final, por compatir sus conocimientos y por la paciencia.

ÍNDICE

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	ii
JUSTIFICACIÓN	iii

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2 Objetivo Específico	1
1.2. LA INSTITUCIÓN	1
1.2.1. Nombre de la Empresa	1
1.2.2. Tipo de Empresa.....	1
1.2.3. Ubicación Geográfica.....	2
1.2.4. Visión	2
1.2.5. Misión	2
1.2.6. Historia.....	2
1.2.7. Valores.....	6
1.2.8. Organigrama.....	7
1.2.9. Metas.....	8
1.2.10. Políticas	8
1.2.11. Vacaciones	11
1.2.12. Actividades Recreativas.....	12
1.2.13. Normas y Sueldos quincenales	12
1.3. METODOLOGÍA	13
1.3.1 Descripción del método	13
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	13
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	16
1.4.1. Recopilación de datos.....	16
1.4.2. Resultados entrevista	16

1.4.3 Gráfica cuadro de Interpretación resultados de la Entrevista	17
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA EMPRESA.....	18
1.5.1 Fortalezas	18
1.5.2 Oportunidades	18
1.5.3 Debilidades	18
1.5.4 Amenazas.....	18

CAPÍTULO II

2. PLAN COMUNICACIONAL

2.1 ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN.....	19
2.2 OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN	20
2.2.1 Objetivo General	20
2.2.2 Objetivos Específicos	20
2.3 PÚBLICO OBJETIVO	21
2.4 MENSAJE.....	22
2.5 ESTRATEGIA.....	22
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	23

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	27
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	27
3.1.1 Financiamiento	27
3.1.2. Presupuesto Invertido	27
3.1.3. Beneficiarios	28
3.1.4. Recursos Humanos	28
3.1.5. Área Geografía de Acción.....	28
3.2 ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	28
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	38
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTOS	39

CONCLUSIONES.....40
RECOMENDACIONES41
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....42
BIBLIOGRAFÍA.....44
EGRAFIAS45
ANEXOS46

RESUMEN

Nombre de la Institución:

MAR VISUAL

Nombre del Proyecto:

“Elaboración de Manual de Inducción para colaboradores de nuevo ingreso y fortalecer la comunicación de la Agencia Publicitaria Mar Visual año 2016 “

Objetivos del Diagnóstico**Objetivo General:**

- Plantear la elaboración del manual de inducción para colaboradores de nuevo ingreso y fortalecer la comunicación de la Agencia Publicitaria Mar Visual año 2016.

Objetivos Específicos

- Investigar que cada departamento cumpla con los requerimientos de la agencia, en el cargo establecido.
- Brindar alternativas de procesos de controles de personal
- Crear un programa de capacitación específico en beneficio de los empleados de la agencia en sus diferentes áreas.

INTRODUCCIÓN

El presente informe constituye el trabajo terminal del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-, previo a optar al grado de Licenciado en Comunicaciones. Al mismo tiempo sistematiza las fases y los conocimientos mediante el empleo de conceptos y procedimientos científicos y técnicos, orientados a la solución del problema que se aborda en el presente documento.

El informe se estructura en capítulos que contiene los indicadores sobre los cuales se trabajó el proyecto alternativo, enfocado al tema comunicacional.

La investigación se diseñó en tres capítulos, desplazándose de la siguiente manera:

Capítulo I, Diagnóstico. En él se desarrolló el método de observación con las siguientes técnicas: la entrevista guiada basada en la guía de análisis contextual e institucional, el análisis documental, consulta electrónica y la observación, datos referentes al tipo de institución, ubicación geográfica, visión, misión, políticas, objetivos, metas institucionales y la estructura organizacional.

Capítulo II, plan de comunicación. Presentando los antecedentes comunicacionales en el que se da a conocer las acciones de comunicación como manual inducción personal de Agencia Mar Visual.

Capítulo III, informe de ejecución. Resultados del financiamiento de la empresa, donde se presenta las estrategias y acciones desarrolladas.

Realizando el cronograma de la estructura de un Manual, para determinar las funciones de cada empleado, desglosando cargo por cargo. Las opciones de solución fueron estudiadas o analizadas para determinar su viabilidad y factibilidad, ejecutando el desarrollo de una actividad fortaleciendo valores institucionales.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación dentro de la empresa Mar Visual, es una herramienta básica en la gestión para llevar a cabo la ejecución de las distintas tareas a realizar, para lo cual es necesario que cuenten con profesionales especializados que conozcan el lenguaje de la comunicación, de la política y de los medios de comunicación, así como de la estructura que se maneja dentro de ellos.

Debido al Diagnóstico que se realizó, se detectó la falta de un proceso de comunicación interna impreso que ayude a resolver futuros problemas. La comunicación es fundamental para resolver o minimizar el impacto de cualquier crisis, dentro de cada departamento, realizando la ejecución de sus labores. Se estima que un porcentaje de las empresas atraviesan alguna crisis en su comunicación, la cual impacta en su imagen pública, su credibilidad y sus resultados.

Luego realizar las entrevista a los trabajadores de Mar Visual, Enlaces Comunicación Integral, así como la observación dentro de cada área es notable la desinformación que existe en cada colaborador de la empresa. Es de suma importancia que el director realice un cronograma para asignar las actividades a cada área de trabajo.

El plan de comunicación dentro de la empresa Mar Visual, es una herramienta que servirá de apoyo para que los empleados tengan presentes sus funciones y los nuevos colaboradores obtengan un manual con la descripción de cada plaza dentro de la agencia y llevar a cabo la ejecución de las distintas tareas a realizar, para lo cual es necesario que cuenten con profesionales especializados que conozcan el lenguaje de la comunicación.

Sin embargo, sólo el 10% de las compañías aprovecha esta situación para corregir errores, sacar conclusiones y además, salir fortalecida.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. Objetivos del Diagnóstico

1.1.1. Objetivo General

Evaluar procesos de trabajo y la realización de funciones de cada empleado en los departamentos correspondientes dentro de la Agencia.

1.1.2. Objetivo Específico

- Integrar líneas de trabajo por medio de controles escritos para evaluar la eficiencia de cada empleado.
- Desarrollar conciencia a los empleados para colaborar con los cambios y procesos que la agencia solicite.
- Coordinar actividades donde los empleados reciban motivación para desarrollar su trabajo.

1.2 Datos Generales de la Institución

1.2.1 Nombre de la Institución

MAR VISUAL S.A.



1.2.2 Tipo de Institución

Empresa Privada

1.2.3 Ubicación Geográfica

Avenida las Américas 6-78 zona 13 Edificio el Uno, local 9-10

1.2.4 Visión

¿Qué queremos ser?

VISIÓN

Ser la solución gráfica más completa y competitiva del gremio publicitario, destacándonos por nuestra creatividad e innovación.

1.2.5 Misión

¿Por qué existe?

MISIÓN

Somos una empresa creativa, joven y profesional, con ideas innovadoras y vanguardistas, ofrecemos un servicio competitivo y personalizado de calidad, con procesos simples y rápidos.

1.2.6 Historia

“En las memorias de Mar Visual”

En el año 2003 un grupo de jóvenes dan inicio a la creación de lo que es hoy en día la empresa de publicidad Mar Visual establecida por, Roberto Enriquez, Melody Bojorjes y Alfredo Alfaro quienes se reunían en casa de Roberto hablando sobre fundar una empresa de publicidad, dando inicio a la búsqueda de un nombre, logotipo y demás. Roberto estudiaba en la universidad por las mañanas Melody y Alfredo trabajaban medio día en Hotel Clarion Suites.

El 25 de octubre del 2004 por reestructuraciones del Hotel Clarion Suite fueron despedidos Melody y Alfredo, así que al estar sin trabajo y con muy poco dinero de liquidación deciden de manera urgente poner en marcha el plan en el que habían trabajado casi un año.

El dormitorio de Melody, en su cama, allí fue su primera reunión formal, el primer punto a concretar fue formalizar la nueva empresa, así un 31 de Octubre de ese mismo año fue inscrita de manera legal en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) la empresa Mar Visual cuyo origen del nombre vienen plasmado de las iniciales de los nombres M (melody) A (alfredo) R (roberto)

Así empieza su primer día de labores, Melody como vendedora, Roberto en la Web y Alfredo en Diseño Gráfico. Su primer cliente fue Clarion Suites, a los dos días de despido tuvieron la demanda de trabajo en diseño gráfico. En los meses de noviembre y diciembre del año 2004 se tenía baja demanda, comenzaron a perder las esperanzas y decidieron que estarían en la empresa solo los meses de fin de año y en enero empezarían a buscar trabajo formalmente.

En enero del año 2005 comenzaron a ver las bajas o más bien nulas ventas, decidieron salir a visitar algunos contactos que tenían, entre ellos conocidos del Hotel, tenían ya material para vender, así que en buses urbanos empezaron a hacer todas las visitas, colocando su página Web mientras Roberto compro el dominio para tener correos electrónicos. Nuestro segundo cliente fue Pro química e iniciaron a trabajarle algunos diseños, luego aparece su 3 cliente, Laundry Service, una tienda de lavanderías con varia sucursales en la ciudad.

Con ellos tuvieron su primer reto de verdad, ellos querían una manta con su logotipo, el equipo de Mar Visual no sabía nada de mantas, ni tenían idea donde se compraban, así que fueron a la zona 1 de la ciudad capital y allí se inició la búsqueda, encontrando gente que pintaba a mano, pero eso no era lo que necesitaban, por lo tanto siguieron buscando y al final encontraron un lugar donde las imprimían y se inicia la relación laboral.

Seguían trabajando en el cuarto de Melody, cada uno en su computadora, ella les proporcionaba el tiempo de almuerzo trabajando de 9:00 a.m. a 17:00 horas de la tarde todos los días de lunes a viernes y así estuvieron durante 6 meses con sacrificios individuales y por un bien común.

En junio del 2005 se incorporó al equipo el hermano de Alfredo, Raúl Alfaro, empezando también como diseñador. Para ese entonces Roberto, Melody y Alfredo ganaban Q.1,000.00 cada uno y Raúl comenzó a ganar Q.500.00 y así continuaron otros 6 meses más.

La primera extraña entra a la Familia Mar Visual

Al cabo del primer año de la empresa, para poder facturar como pequeños contribuyentes, crearon 3 empresas, Mar Visual, Mar Multimedia y Mar Impresos, de esa manera podían facturar más sin salir del rubro de Pequeño contribuyente.

Al tener 3 empresas para facturar deciden contratar a la primera persona extraña a la empresa, Gaby Jolón, ella trabajaba con el equipo Mar Visual únicamente medio día y se encargaba de ver el tema de la facturación, y así estuvieron por otros 5 meses mas.

Con el pasar del tiempo deciden comprar su primera impresora de burbuja la que costaba Q.3,000.00 y fue su primera Gran Inversión!. Así comenzaron a imprimir tarjetas de presentación, hojas membretadas y llega su primer cliente independiente Laboratorios Lamfer, fue la primera empresa grande que los contrató, con ellos trabajaron el calendario de fin de año para ellos, y fue su primera empresa grande.

Gracias a la producción de ellos contrataron al siguiente colaborador, Jorge Portillo era el colaborador de Raúl para cortar Calendarios y los materiales que iban saliendo.

La primera Expansión, esta se dio cuando salieron de la habitación de Melody y se trasladaron a la sala, Melody re organizo su casa y así fue como se expandieron organizacionalmente.

La Primera Navidad año 2005

Para esa primera navidad, ya contaban con más clientes, más presupuesto el cual permitió que el equipo de Mar Visual tuvieran su primer convivio, así que pusieron un gran árbol en la sala de Melody.

Compraron en un 9.99 portalápices para sus clientes, hicieron tarjetas de navidad, la venta de ese año fueron de Q.95,000.00 y fue un logro muy grande para Mar Visual.

Con el pasar del tiempo, la facturación lograda de casi Q.100,000.00 deciden contratar a una empresa especializados en contabilidad externa, así fue como pasaron a Contribuyente Normal y llego el nuevo integrante de la empresa Mario Castillo como Diseñador gráfico y a partir de allí ya eran 8 integrantes, ya no cabían en la sala de Melody, así que decidieron contratar su propio apartamento.

Llego un evento de la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR), que les permitió tener contacto con los principales Hoteles de la ciudad, todos 5 estrellas, a partir de allí se dieron a conocer en todo el gremio Hotelero y optaron por hacer la segunda compra importante, una impresora Láser, esta impresora tuvo un costo de Q.20,000.00 y a partir de allí fueron más independientes y productivos, en ese año se incorpora un 9no. integrante para ayudar a Raúl con los proyectos de impresión en el departamento de producción. 7 Meses después de eso empezaron a trabajar con más empresas, por tal razón decidieron hacer una inversión aún más grande, siendo este un plotter que costo Q.125,000.00 ya no cabían en un solo apartamento, por lo que decidieron rentar otro apartamento y se integran otras dos personas, para ese entonces ya eran 12 colaboradores.

Dado que ya eran más empleados optaron por ponerse uniformes y al tener al equipo uniformados llamaron la atención del comité de vecinos, quienes decidieron sacarnos del edificio, ya que era un lugar de residencias y no de oficinas, fue así que buscamos un traslado a un edificio de Oficinas en la Avenida Las Américas.

Melody opta por salir del equipo Mar Visual y en el mes de Agosto del 2015 le compran su parte dentro de la empresa, quedando esta únicamente con dos socios fundadores.

Mar Visual, opto por convertirse en una sociedad Anónima ahora que únicamente son dos socios.

Actualmente Mar Visual ya es una empresa posicionada, con clientes desde hace años, la rotación del personal ahora es mínima, se han creado procesos para llevar un mejor control sobre todos los productos y ventas, logrando así ser una empresa más rentable y en crecimiento.

De una lluvia de ideas en un dormitorio en reunión de amigos da inicio a lo que es ahora Mar Visual S.A. contando con 12 años de experiencia posicionados en el mercado de la publicidad con procesos de trabajo. (Alfredo Calancho Alfaro, Gerente General).

1.2.7 Valores

- **HIGIENE Y LIMPIEZA**

Procuramos en todo momento mantener limpias y ordenadas nuestras áreas de trabajo, así como los espacios comunes con el fin de hacer de esta empresa un lugar de trabajo digno y agradable.

- **CREATIVIDAD**

Creamos conceptos innovadores, creativos y artísticos.

- **ORGANIZACIÓN**

Contamos con procesos claros y definidos de toda la estructura de la empresa. Renovamos el conocimiento de todo el equipo de trabajo.

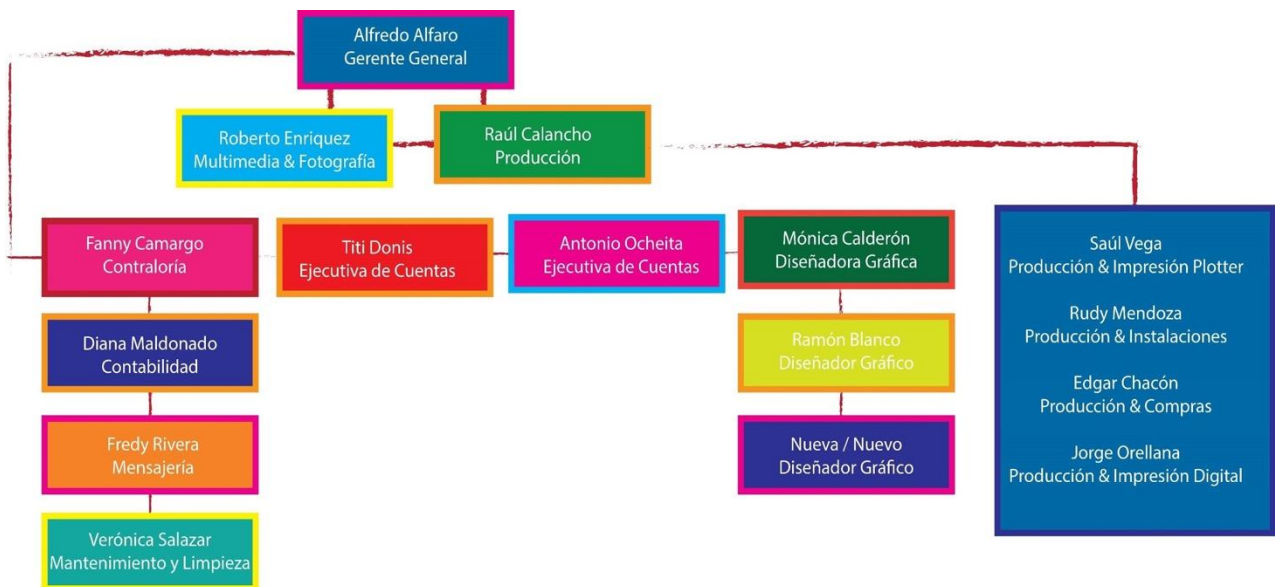
- **RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO**

Somos eficientes, cumplimos con los compromisos adquiridos para la empresa y para los clientes. Tenemos iniciativa para anticiparnos a lo que el cliente necesita y velamos por el crecimiento de la agencia.

- **RESPECTO Y CORDIALIDAD**

Escuchamos las opciones de todo el equipo, velamos por la armonía y fomentamos el trabajo en equipo.

1.2.8 Organigrama



Organigrama Mar Visual
Recursos Humanos

1.2.9 Metas

Cultura de Servicio al Cliente:

Reconocemos que el cliente es nuestra prioridad y la razón de ser de la empresa.

Entregamos nuestros productos bien desde la primera vez. Eso es calidad.

Buscamos Soluciones a los requerimientos de clientes.

Eliminamos las palabras “**no se puede**” y “**no**”

1.2.10 Políticas

- Horarios

Hora de Entrada 8:00 am

Almuerzo 13:00 a 14:00 horas

Salida Ventas, Diseño, Administración 17:30 horas

Salida Producción 18:00 horas – Miércoles 17:00 horas

- Uso de Redes Sociales



- Uso de Celular

El **celular personal**, es permitido para emergencias y comunicarse con su familia de manera breve.

En reuniones y juntas deberá ser colocado en modo de vibrador, a excepción de ventas.

No podrán usar sus redes sociales en sus teléfonos celulares, En casos recurrentes los celulares serán recogidos al ingresar a la empresa y devueltos al retirarse.

Se pueden utilizar los **teléfonos de la oficina** para llamadas personales, para llamadas de emergencia y familiares, las cuales deben de ser breves y esporádicas.

- Marcar Tarjeta

Se debe marcar la tarjeta de control de ingreso, a su hora de entrada y de salida.

El día no marcado se tomará como no laborado, lo cual implica descuento del mismo

Tarjeta

DANIEL CALDERON
CONTROL DE HORARIOS
ENERO 2015

ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA
ENTRADA
SALIDA

- Régimen disciplinario
 - o Llamada de atención verbal
 - o Suspensión de hasta 8 días sin goce de salario
 - o Llamada de atención escrita
 - o Despido sin responsabilidad patronal
 - o Las faltas graves, que no requieren llamada de atención verbal, escrita o suspensión previas, son:
 - o el robo
 - o Daño intencional a las instalaciones y el equipo de la empresa
 - o Fuga de información confidencial de la empresa
 - o Agresión física intencional contra, clientes, jefes y compañeros de trabajo
 - o Presentarse bajo los efectos del alcohol u otras sustancias que alteren sus capacidades para laborar.

- o **Nota: Las faltas anteriores, según lo estipula el código de trabajo y el reglamento interno, ameritan el despido sin responsabilidad patronal.**
- o Conducta dentro de la empresa
- o Practicaremos un trato cordial y amigable entre nosotros.
- o No se permitirá, groserías, malas palabras, silbar ni
- o bromas de índole sexual o discriminación.
- o Cuando visitemos a clientes seremos respetuosos. No utilizaremos
- o lenguaje vulgar, ni malas palabras.

- Limpieza

Cada colaborador es responsable de tener su área limpia y ordenada.

En el caso que se encuentre desordenada al final del día, la sanción será presentarse a limpiar el fin de semana, su lugar y las aéreas comunes.

Al momento de almuerzos, deberán levantar sus platos y cubiertos, lo que sea de tirar, se deberá tirar en el momento y lo que sea de lavar, se deberá dejar en el lavatrastos.

Producción deberá dejar limpio y ordenadas sus áreas de trabajo TODOS LOS DIAS

Cuando termine de tomar café o cualquier bebida, debe llevar inmediatamente al lavatrastos su vaso o taza. **No acumule trastos en su escritorio.**

- Uso de los baños

Uso de los baños: Cuidar la higiene y limpieza de cada baño, no debe escupir en el piso, no debe orinar fuera de la taza, no debe dejar el lavamos mojado, deje la toalla extendida para que se seque, la toalla será cambiada todos los días. El papel debe ser tirado en el bote y este siempre permanecerá tapado.

En caso de utilizar el baño de mujeres, debe ser lo más higiénico posible.

- Música

Es permitido el uso de música en las áreas **CON VOLUMEN PRUDENCIAL**
Que permita hablar por teléfono con los clientes o proveedores.



- Chismes y Rumores

Por respeto a nuestros compañeros, evitemos comentarios que no nos consten.

Para cualquier duda podrán dirigirse a la Dirección Ejecutiva.



- Orden y cuidado de equipo

Se deberá mantener orden en cada una de las áreas de trabajo a fin de tener una oficina presentable y funcional para realiza las labores diarias, así como procurar el manejo adecuado y cuidadoso del equipo asignado a su área o general de la oficina.

Nota: En el caso de mal uso o deterioro de los equipos, la amonestación será monetaria.

- Permisos

En caso de necesitar algún permiso este será evaluado únicamente por su jefe inmediato, y el tiempo **DEBERA SER REPUESTO** en horas adicionales de trabajo o fin de semana (si la carga de trabajo lo amerita).

Para este permiso se deberá llenar el formulario de pases de salida y adicional esto irá al expediente De no ser así, se procederá al descuento monetario proporcional a las horas de ausencia.

1.2.11 Vacaciones

Por la naturaleza de nuestros servicios y las necesidades de nuestros clientes en Mar Visual el periodo establecido de vacaciones para todo el personal es el siguiente:

12 días a Fin de año / 3 días de Semana santa (lunes, martes y miércoles santo)

Nota: No habrán vacaciones fuera de estos periodos.

1.2.12 Actividades Recreativas

Con el propósito de estimular el compañerismo, esfuerzo, dedicación y actitud de servicio, la empresa realizara actividades donde participaran todos los colaboradores que así lo deseen, logrando así con esto fomentar un ambiente de trabajo agradable. Estas se dan cada 2 meses, incluye salidas al cine, a comer, etc.

1.2.13 Nóminas y sueldos quincenales

El pago de su sueldo base mensual, se hará de la siguiente forma: 50% el día 15 y 50% el último día hábil de cada mes. En esta segunda quincena se realizarán descuentos y pagos adicionales como Bonos, horas extras, incentivo de ventas, etc.

ANTICIPOS: Se podrán otorgar anticipos de sueldo. El monto en cuestión será descontado cada fin de mes.

HORAS EXTRAS: Serán solicitadas por necesidad de la empresa y autorizadas por su jefe inmediato

Prestaciones y Beneficios

AGINALDO: Conforme a la ley todos los colaboradores serán retribuidos con un sueldo anual por concepto de aguinaldo siendo este equivalente a un sueldo mensual según su salario y proporcional a los días trabajados.

BONO 14: Por decreto gubernativo, cada año en el mes de julio se pagara un sueldo adicional. Este bono será proporcional a los días trabajados.

VACACIONES: Conforme a la ley laboral, usted cuenta con un periodo de vacaciones de 15 días anuales.

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método

Método de Observación

Según el método de observación, la empresa Mar Visual es una empresa Juvenil, es un equipo de trabajo, mantienen un **ambiente** laboral sano, donde el único objetivo es cumplir con satisfacer la necesidades de los clientes que manejan en el área de Publicidad y Mercadeo.

Según los distintos departamentos que conforman la empresa, es la integración y desarrollo de trabajo que lleva un proceso distinto en cada área asignada, buscando como objetivo individual cumplir con su trabajo requerido por su jefe inmediato, que aun el empleado queriendo ejecutar su trabajo con eficiencia y eficacia se afectado por no utilizar un sistema adecuado de comunicación.

1.3.2 Técnicas e Instrumento de Recolección

- **Instrumento de la Entrevista**

La técnica para elaborar el diagnóstico fue la ENTREVISTA DIRIGIDA, de lo cual se elaboraron como instrumento de pregunta abierta, basada a la información de la guía de análisis contextual e institucional.

- **La encuesta**

- ¿Qué tipo de problema comunicacional detecta usted dentro de la empresa?
- ¿Cómo le afecta este problema en la elaboración de su trabajo?

- **El modo mixto**

Este modelo representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques **cualitativo y cuantitativo**.

Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, a al menos en la mayoría. Agrega complejidad al diseño de estudios: pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques.

La investigación oscila entre los esquemas de pensamientos inductivo y deductivo, además de que por parte del investigador necesita un enorme dinamismo en el proceso.

- **Entrevista Cualitativa**

Podemos definir la entrevista cualitativa como una conversación a) provocada por el entrevistador b) dirigida a sujetos sobre la base de un plan de investigación c) en números considerables d) que tiene una finalidad de tipo cognoscitivo e) guiada por el entrevistador f) sobre la base de un esquema flexible y no estandarizado de interrogación.

Los términos generales, los dos enfoques (cuantitativos y cualitativos) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí (Grinnell, 1997):

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencias de la observación y evaluación realizadas.
- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tiene fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar, y/o fundamentar las suposiciones e ideas, o incluso para generar otras

Cronograma del Diagnóstico

		Enero y Febrero 2016				
ACTIVIDADES						
		ENERO	1 al 8	11 al 15	18 al 22	25 al 29
Inicia construcción del diagnóstico	27-ene					
Recepción del formulario, para elaborar la carta de solicitud practica	27-ene					
Curso propedéutico	25 al 28 enero					
		FEBRERO	1 al 5	8 al 12	15 al 19	22 al 29
Entrega Carta Solicitud de Practica EPSL	4-feb					
Entrega de Carta Mar Visual	8-feb					
Finaliza construcción del diagnóstico	27-feb					
Entrega del informe final del diagnóstico comunicacional	29-feb					

Cronograma de Actividades realizadas en Agencia Mar Visual S.A. por Epesista Maria Eugenia Gómez

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Fichas de Entrevistas

Ficha única, 2 preguntas.

Formato de	la Entrevista
<p>1. Qué tipo de problema comunicacional detecta usted dentro de la empresa?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	
<p>2. Como le afecta este problema en la elaboración de su trabajo?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	

Modelo ficha única Entrevista, ejecutada por Epesita Maria Eugenia Gómez

1.4.2 Resultados de las entrevistas

Según la ponderación de los resultados obtenidos en la entrevista se determina que el mayor problema es la falta de comunicación en momentos de afrontar el resultado final del trabajo según el área.

1.4.3 Tabla comparativa puntos de encuentro y disensos entre los entrevistados

Entrevistados			
Preguntas	Gerente General Alfredo Alfaro	Gerente de Produccion Raul Alfaro	Gerente Administrativo Roberto Enriquez
Que es agencia Mar Visual?	Empresa lider en Creatividad	Es proyectar, planificar, Instalar	Innovacion
Como esta organizada la Agencia?	Por departamentos	Por departamentos	Por departamentos
Cual es la Mision y Vision de la Empresa	<p>VISION Ser la solución gráfica más completa y competitiva del gremio publicitario, destacándonos por nuestra creatividad e innovación.</p>		<p>MISIÓN Somos una empresa creativa, joven y profesional, con ideas innovadoras y vanguardistas, ofrecemos un servicio competitivo y personalizado de calidad, con procesos simples y rápidos.</p>
Como surgio la Institucion	Ideas de tres amigos de universidad	Dentro de un apartamento	Ideas

Elaboración propia del epesista, María Eugenia Gómez Izaguirre

En la Tabla de las diferentes respuestas obtenidas en la tabla número 1 de lista de carencias, podemos visualizar que el problema principal de la Agencia Mar visual, se fundamenta en la falta de comunicación.

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA EMPRESA

1.5.1 FORTALEZAS	1.5.2. OPORTUNIDADES
Buen compañerismo por departamento	Compañerismo en situaciones difíciles
Ambiente laboral agradable	Crecimiento en la amistad
Trabajo en equipo	Buen lenguaje
Si hay una orden por el jefe del depto. si se aplica	Actividades extra oficina ayudan con comunicación
1.5.3 DEBILIDADES	1.5.4 AMENAZAS
Falta de reglamento en la empresa	Falta de compromiso en situaciones adversas por evitar regaño
Duplicación de información en vías erróneas	Fricciones dentro de la emergencia del trabajo
No admitir errores ni responsabilidad	No tener control en momentos de que los trabajos se salen de control
Incertidumbre	Quedar como mentiroso con el cliente
Delegar culpas por departamentos	Trabajo no tiene calidad

Elaboración propia del e pesista, María Eugenia Gómez Izaguirre

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIONAL

Plan de Comunicación, es ejecutar una estrategia de comunicación interna en la agencia Mar Visual, para fortalecer la identidad corporativa de cada empleado que forma la agencia.

2.1 Antecedentes comunicacionales

Se realizó por primera vez un diagnóstico de la comunicación interna de la Agencia Mar Visual, con la finalidad de comprender los procesos de comunicación interna que realiza Mar Visual, con el objetivo de proponer estrategias que ayuden a fortalecer los puntos débiles, para lo cual se realizó una entrevista en los diferentes departamentos de la agencia.

Los resultados del diagnóstico reflejaron que existen deficiencias de comunicación interna partiendo de Mar Visual ha sido relegada exclusivamente a trasladar información de forma descendente y otra funciones que no son de la naturaleza: el mando más alto hacia el mando medio y viceversa nos refleja que no existe un aprovechamiento en el flujo de información en cuanto a que se comunica y como se comunica por lo que no hay retroalimentación.

De las formas que se maneja la comunicación de los mandos medios a los subalternos es bastante deficiente a que los medios que se utilizan, queriendo resguardar cada empleado su cargo sin llamada de atención, no importando el problema que ocasiona.

Los empleados se sienten desmotivados por no recibir capacitaciones, de equipo y de las demás funciones de los demás integrantes de los departamentos, por no recibir suficiente información, motivación, o directrices claras en cuanto a cómo desempeñar a que no se cumplen los procesos internos ya establecidos perjudicando sus funciones.

Sin embargo algunas observaciones son que dentro de la empresa, existen algunos procesos de comunicación, como carteleras, buzón de sugerencias, el problema es que no se le da el seguimiento a los problemas detectados, la entrevista refleja que el personal tiene un buen porcentaje de buena comunicación con el jefe inmediato mientras que en cuanto a las directrices claras y motivaciones difieren lo cual puede darse porque a nivel de relaciones interpersonales están basados en conveniencias laborales.

No se tiene claro el proceso de “Comunicación vs Información “a nivel de comunicación organizacional están bloqueados algunos canales de comunicación o los mensajes no son claros, o el temor a tener llamada de atención sobre sus funciones, se observa fase de diagnóstico que las reuniones los jefes con sus sub alternos no son precisas, objetivas y sin retroalimentación de las directrices delegando responsabilidades sin brindar el apoyo y seguimiento necesario.

“Creando un sistema más sencillo de comunicación, dándole seguimiento, instalando procesos motivacionales los integrantes de Mar Visual, realizaran más comprometidos sus labores“(Conclusión Propia)

2.2 OBJETIVOS

2.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Fortalecer la comunicación interna de la agencia Mar Visual.

2.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer el reglamento de Mar Visual a nuevos empleados
- Fortalecer la comunicación dentro de Mar Visual
- Realizar Manual de atribuciones de los empleados de Mar Visual
- Sensibilizar al personal a realizar los procesos ya establecidos.
- Fortalecer los valores

2.3 PÚBLICO OBJETIVO

Personal interno que labora en la agencia Mar Visual, en su mayoría profesionales a nivel medio, en áreas de Peritos contadores, diseño gráfico, en su mayoría sexo masculino entre las edades de 23 a 35 años, para sexo femenino menor cantidad.

- Philip Kotler en su libro "Dirección de Mercadotecnia", define el mercado meta o mercado al que se sirve como "la parte del mercado disponible calificado que la empresa decide captar" [3]. Cabe señalar, que según Philip Kotler, "el mercado disponible calificado es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con la oferta del mercado en particular". (Pgs. 98,99)

El mercado es el espacio, físico o virtual, donde se produce el intercambio de bienes y servicios. Está constituido por compradores que difieren unos de otros en uno o más aspectos (deseos, recursos, localización geográfica, actitudes de compra y prácticas de compra).

Para que exista un mercado debe cumplirse con cuatro condiciones básicas:

- 1 Las personas tienen que necesitar el producto, si no hay necesidad o al menos deseo por parte de las personas no se puede considerar a ese grupo como mercado.
- 2 Las personas del grupo deben tener capacidad de comprar el producto. La capacidad de compra es una función de su poder adquisitivo, que consiste en recursos
- 3 como dinero, mercancías, servicios, que pueden negociarse en un intercambio.
- 4 Las personas deben estar de acuerdo en usar su poder adquisitivo.

Las personas deben tener la autoridad necesaria para comprar productos o servicios específicos.

GRUPO OBJETIVO

Cantidad	Sexo	Edad	Nivel Académico	Nivel Socio económico
5	Mujer	21– 35 años	Nivel Medio	Medio C
15	Hombres	21– 35 años	Nivel Medio	Medio C

2.4 EL MENSAJE

“Comunicarse es trascender“ Tiene énfasis el superar los límites y barreras comunicacionales que tiene dentro de la Agencia Mar Visual que genera rumores, ruido, desmotivación, poca identidad con la institución, a la vez servirá como un estandarte para la unidad de comunicación social, con una nueva propuesta funcional para desarrollar sus funciones inclusiva y activa dentro de Mar Visual, dando énfasis el valor de cada una de las acciones dentro de su cargo, para tener una comunicación efectiva fortalecedora a nivel ascendente, descendente y horizontal.

2.5 ESTRATEGIAS

- Creación de un Manual de bienvenida a los empleados nuevos ingreso Mar Visual.
- Fortalecer imagen corporativa.

Formas de Mejorar tu Identidad Corporativa

Tu identidad corporativa es vital para crear un negocio próspero y de éxito, Comunicar los valores de tu compañía de una forma clara y consiste es crucial para alcanzar tus aspiraciones.

Tu identidad corporativa, es tu reputación y tu voz y es la base de nuestro post de hoy en el que vamos a tratar de mostrarte la forma de la que puedes mejorar una de las características más importantes de tu compañía.

1. La primera impresión es la que cuenta
2. Optimiza tu contenido
3. Usa contenido Multimedia
4. Mantén una estrategia consistente
5. Usa un único nombre, logo y estilo
6. Desarrolla una voz consistente para tu marca
7. Mantén tus promesas
8. Adapta tu mensaje

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- Portada del Manual
- Opción 1 portada



Propuesta 1, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

- Opción 2 portada



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

La entrega del “Manual de Bienvenida” se llevara a cabo del día Viernes 8 julio del 2016 en la actividad de rally de valores Mar Visual, Bienvenida de nuevos departamento de producción, en donde se deja por escrito a el reglamento y estructura de Mar Visual, y reforzando los valores de la agencia para nuevos y antiguos empleados.



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

- Tiraje y Medidas

Tamaño 5x11 abierto, papel Husky laminado Mate, Tiraje de 24 paginas 12 firmas.

Impresión tiro y retiro full

Uso del manual será de manera individual, ya que cada empleado contara con su Manual, para que en cualquier momento pueda retroalimentar el contenido del mismo, en beneficio de su nivel profesional y desempeño dentro de Mar Visual, tomando en cuenta que la empresa apoya el crecimiento de cada empleado.

- Buzón de sugerencias



Entrega de Buzón Edgar Chacón, por eEpesista María Eugenia Gómez Izaguirre

Periodicidad: Revisión mensual

Ubicación: Cartelera de avisos

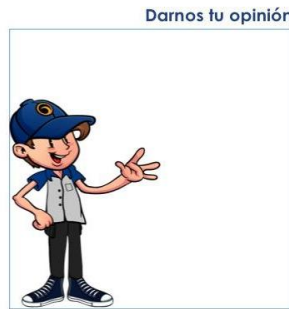
Encargado: No hay encargado

Logística: Opinión, Acción, ejecución

Lectura una vez a la semana.

Papeletas: Asignarles un espacio dentro del área de cartelera

Boceto papeleta:



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

- **Rally de Valores**

Periodicidad: Actividad única

Ubicación : Avenida las Américas zona 13

Encargado : E pesista María Eugenia Gómez

Logistica: Juegos de valores institucionales



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1.1 Financiamiento:

Los costos fueron aprobados por la contabilidad de Mar Visual, y gastos de la e pesista María Eugenia Gómez Izaguirre.

3.1.2 Presupuestó:

PRESUPUESTO				
Cantidad	Desglose	Costo unitario	Total	Financiamiento
1	Diseño de Manual	Q1,200.00	Q1,200.00	Mar Visual
50	Impresión de Manual	Q87.00	Q4,350.00	Mar Visual
1,000	Impresión hojas buzón de sugerencias	Q0.05	Q500.00	Mar Visual
20	Desayunos Rally	Q20.00	Q400.00	E pesista
1	Actividades recreativas	Q15.00	Q240.00	Mar Visual
1	Manejo de Fan Page	Q1,000.00	Q1,000.00	Mar Visual
	Asesoría comunicacional	Q8,000.00	Q8,000.00	E pesista
	Diseños Artes Mar Visual	Q1,000.00	Q5,000.00	Mar Visual
	Elaboración Buzón de Sugerencias	Q300.00	Q300.00	Mar Visual
		Q11,622.05	Q20,990.00	

FINANCIAMIENTO	Monto
E pesista	Q8,400.00
Agencia de Publicidad Mar Visual	Q12,590.00
Patrocinio	Q-
Total	Q20,990.00

Presupuesto elaborado por Epesista Maria Eugenia Gómez

Tomando como base el presupuesto que se trabajó en el Manual de Inducción de Mar Visual, se va presenta el presupuesto real de los gastos finales.

3.1.3 Beneficiarios:

Colaboradores de Agencia Mar Visual.

3.1.4 Recursos Humanos:

PERSONAL	PUESTO	ACTIVIDAD
Alfredo Alfaro	Gerente General	Entrega de Manual de inducción
Departamento de Producción 1	Producción e impresión en plotter	Entrega de Manual de inducción
Departamento de Producción 2	Producción e instalaciones	Entrega de Manual de inducción
Departamento de Producción 3	Producción e impresión digital	Entrega de Manual de inducción

3.1.5 Área geográfica de acción:

Avenida las Américas 678 Edificio el Uno, primer nivel, local 9 -10 zona 13

3.2 ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS:

- Creación de un Manual para la empresa Mar Visual
- Creación de Buzón de sugerencias, entregado al Gerente General Alfredo Alfaro
- Rally dirigido a todos los empleados de Mar Visual, 15 participantes

PRIMERA ESTRATEGIA DESARROLADA

Creación de Manual:

Objetivo comunicacional: Que exista en Manual de apoyo, para que los dependientes de la empresa, Mar Visual tengan un soporte de la estructura de la empresa, de las normas, derechos y obligaciones.

A la vez fortalecer los valores institucionales, la Misión y Visión de la empresa.

El orden de la empresa en su organigrama teniendo como retroalimentación del deber de cada empleado según su cargo establecido, al ingresar a la empresa.

Descripción: Ser de conocimiento del empleado el deber de leer el manual al ingresar a la empresa, y tenerlo como apoyo en el momento necesario.

El Manual queda con el empleado en su área de trabajo.

Acciones desarrolladas:

- a) Se dio lectura del Manual fue llevada a cabo de las oficinas de Mar Visual, dándoles a cada empleado una Manual.
- b) Cada departamento se organizó para la lectura del mismo, ya que este fue entregado en día normal de trabajo.

Fotografía 1



Entrega de Manual a Roberto Enríquez (Gerente Mar Visual), por eEpesista María Eugenia Gómez Izaguirre

Fotografía 2



Entrega de Manual a empleados de Mar Visual departamento de producción , por e pesista María Eugenia Gómez Izaguirre

Fotografía 3



Lectura de Manual a empleados de Mar Visual departamento diseño, por e pesista María Eugenia Gómez Izaguirre

SEGUNDA ESTRATEGIA DESARROLADA

ACTIVIDAD RECREATIVA RALLY DE VALORES

Objetivo comunicacional: Fortalecer la filosofía empresarial de la empresa Mar Visual, a través de una actividad recreativa, tomando en cuenta a todos los departamentos que conforman la empresa.

Actividad que se realiza debido al que departamento de producción sufre cambio de personal total, de esta manera se da la bienvenida al nuevo personal y a los empleados antiguos se refuerzan con valores de la empresa Mar Visual.

Descripción:

Una actividad que fortaleció los valores empresariales, a la vez recalcar la Misión y Visión de la empresa, y fomentar el trabajo en equipo.

El desarrollo de la actividad sacó a los empleados en de su zona de confort, dándoles a conocer que el que los cambios de ambiente ayudan a relajar su rutina laboral.

El contactó con la naturaleza de la avenida las américas favoreció mucho la actividad.

Algunos de los juegos requirieron de esfuerzo físico, teniendo como resultado el conocer las capacidades físicas de cada empleado de la empresa Mar Visual.

Acciones desarrolladas:

a) Juego 1 SALIR DE ZONA DE CONFORT

Se hace una rueda con los 12 participantes, cerrar los ojos y respirar profundo, y se guiara por un paseo mental, de donde se encuentra a las personas o persona que ama, y darle un toque al compañero de la par, para que siga la actividad, quien no hable tendrá una penitencia, de 10 sentadillas.

b) Juego 2 MIMICA DE VALORES

Dentro de la misma rueda se realizaran los 2 grupos, y se realizara una mímica con los 8 valores de MAR VISUAL,



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

c) Juego 3 ENCOSTALADOS

Impulsar la perseverancia, agilidad física y el trabajo en equipo dentro de los empleados de MAR VISUAL, un par de metros cada integrante de grupo A y B deben de saltar un 100 metros y hacer relevo, hasta que pasen todos los de cada equipo.

d) Juego 4 LA INTERROGANTE

Dentro del equipo, deben de elegir a una persona que diga la “Misión “de Mar Visual.

e) Juego 5 TRABAJO EN EQUIPO RELEVOS.

Cada grupo debe de pasar los 6 obstáculos dando toque de relevo diciendo un valor de Mar Visual,

- 1) Saltar en un pie 50 metros, dar toque relevo
- 2) Subir juegos, verde y amarillo, dar toque relevo
- 3) Pasamanos, dar toque relevo
- 4) 10 sentadillas, dar toque relevo
- 5) 10 despechadas, dar toque relevo
- 6) Pasar juego de madera, FINAL decir ultimo valor.

f) Juego 6 LA INTERROGANTE

Dentro del equipo, deben de elegir a una persona que diga la “Visión” de Mar Visual

Fin de Rally, refacción en el comedor.

Fotografía 4 Y 5



Inicio de actividad de Rally, a cargo Epesista María Eugenia Gómez Izaguirre
Actividad relizada en Avenida las Americas 6ta calle Jardin central zona 13 Ciudad Capital

Fotografía 6, 7



Inicio de actividad de Rally, a cargo Epesista María Eugenia Gómez Izaguirre
Actividad relizada en Avenida las Americas 6ta calle Jardin central zona 13 Ciudad Capital

Fotografía 8, 9



Inicio de actividad de Rally, a cargo Epesista María Eugenia Gómez Izaguirre
Actividad realizada en Avenida las Americas 6ta calle Jardin central zona 13 Ciudad Capital

Fotografía 10,11



Inicio de actividad de Rally, a cargo Epesista María Eugenia Gómez Izaguirre
Actividad realizada en Avenida las Americas 6ta calle Jardin central zona 13 Ciudad Capital

Fotografía 12



Actividad de trabajo en equipo, Colaboradores del departamento de la Agencia de Publicidad Mar Visual

Fotografía 13



Actividad de trabajo en equipo, colaboradores departamento de produccion Agencia de Publicidad Mar Visual

Fotografía 14



Clausura de Actividad de Rally Epesista María Eugenia Gómez Izaguirre
Equipo de colaboradores Agencia Mar Visual S.A.
Avenida las Américas 6ta calle Parque recreativo

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					
JULIO	1	4	5	6	7	8	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Autorización de Costos proyecto																					
Acción 2 Autorización de elaboración de Buzón																					
Acción 1 Autorización impresiones Manual																					
Acción 3 Impresión y publicación en cartelera, Actividad Rally																					
Acción 1 Entregas de Manuales bodega																					
Acción 3 Ejecución Rally Valores																					
Acción 2 Elaboración Buzon de sugerencias																					
Acción 2 Colocar Buzón de sugerencias																					
Acción 1 Lectura individual Manual empleados																					
Acción 2 Uso de Buzón empleados																					
Reunión Gerencia entrega Manual																					
Acción 3 Rally Entrega de Video de Valores																					

Cronograma elaborado por Epesista María Eugenia Gómez

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
Manual de induccion	De los 4 colaboradores del departamento de produccion de Mar Visual, los 4 leyeron el Manual en la bienvenida a la empresa y departamento, siendo ellos la columna vertebral de la empresa un 40 % de total de colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> - La herramienta perfecta para saber como esta conformada La empresa, sus reglas y normas. - Las características fundamentales de el Manual es que conozcan los valores de Ma Visual - Dar a conocer el organigrama de Mar Visual - Resplado de Mar visual el haber dado a conocer sus procedimientos.
Rally de Valores	Participacion de 15 colaboradores, incluyendo los Gerentes de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad para fortalecer el trabajo en equipo - Sacar al equipo de su zona de confort - Darle la bienvenida a departamento de produccion - Que los participantes tuvieran actividad fisica - Memorizar los valores de la empresa - Tener una actividad recreativa
Buzon de Sugerencias	Entrega al Gerente de la empresa 1 persona	<ul style="list-style-type: none"> - Tener la retroalimentacion de lo que piensan sus colaboradores - Saber el sentir de los empleados - Conocer las demandas - Saber cuales son Las molestias en Las areas

Control elaborado por Epesista Maria Eugenia Gómez

CONCLUSIONES

El presente informe de EPS es una herramienta útil para la Escuela de Ciencias de Comunicación y público en general ya que a través de un proceso de investigación que se desarrolló durante el Ejercicio Profesional Supervisado se determinó la necesidad de que tiene la empresa Mar Visual.

- Una de las necesidades es la carencia del conocimiento de los Valores institucionales de la empresa Mar visual, por su personal activo, lo que dificulta la carencia del conocimiento.
- La desinformación que existe de las normas, reglas y obligaciones de los empleados de Mar visual resultado de la falta de estrategia comunicación para mantener informados a los empleados.
- No existe un vínculo comunicacional entre los medios internos de la empresa Mar Visual que permita conocer de manera directa las opiniones de los empleados.
- La falta de trabajo en equipo de los empleados según sus departamentos.

RECOMENDACIONES

Se presentan las siguientes recomendaciones para mejorar la Imagen Institucional, como el fortalecimiento de los Valores Institucionales de los empleados de la empresa Mar Visual.

Que sea entregado el Manual de Ingreso a cada empleado de nuevo ingreso, para que sea informado de las reglas, y obligaciones que tiene que acceder.

Realizar actividades recreativas fuera de la empresa, trimestral mente fortaleciendo el trabajo en equipo y sacando de la zona de confort a cada empleado.

Mantener información actualizada en la cartelera dándole seguimiento a las opiniones emitidas en el buzón de sugerencias. Invitar a los empleados a mantener siempre en mente la Visión y Misión de la empresa.

Fortalecer la imagen institucional de la Empresa Mar Visual Involucrar a los empleados en la realización de proyectos y actividades en beneficio de la Agencia Mar Visual.

Que el presente diagnostico comunicacional sirva como referencia para la empresa Mar visual así como para futuras investigaciones y estrategias laborales.

GLOSARIO DE TERMINOS

Barniz

Es una disolución de aceites o sustancias resinosas en un disolvente, que se volatiliza o se seca al aire mediante evaporación de disolventes o la acción de un catalizador, dejando una capa o película sobre la superficie a la que se ha aplicado. Existen barnices de origen natural, en general derivados de resinas y aceites esenciales de las plantas, y barnices sintéticos.

Engargolado

Encuadernado modernas, económicas y al alcance de cualquier bolsillo, como el **engargolado**, son los factores más importantes, para que haya casi desaparecido.

Impresión Laser

Inventado por Gary Starkweather durante la década de los 70 y comercializada por primera vez en 1977,¹ el dispositivo de impresión consta de un tambor fotoconductor unido a un depósito de tóner y un haz láser que es modulado y proyectado a través de un disco especular hacia el tambor fotoconductor. El giro del disco provoca un barrido del haz sobre la generatriz del tambor.

Laminado en frío

Realiza este proceso se le conoce como laminador. El **laminado** puede ser en frío o en caliente.

Placas

En electrónica, “**circuito impreso**”, “**plaqueta de circuito impreso**” (del inglés: Printed Circuit Board,PCB), es la superficie constituida por caminos, pistas o buses de material conductor laminadas sobre una base no conductora.

Ploter

Un **plóter** es una máquina que se utiliza junto con el ordenador e imprime en forma lineal. Se utilizan en diversos campos: ciencias, ingeniería, diseño, arquitectura, etc. Muchos son monocromáticos o de 4 colores, aunque también hay de ocho y doce colores.

Relieve

Término **relieve** puede hacer referencia a varios artículos: **Relieve** terrestre, estructura terrestre. **Relieve** invertido, inversión del **relieve** terrestre

Sublimación

Impresora de **sublimación**

La impresora de **sublimación** son un tipo de impresora que utiliza calor para transferir la tinta al medio a partir de una cinta con tinta de cuatro (4).

Troquel electrónico

Quebrado: El cospel muestra parte de su impronta partes faltantes como resultado de la ruptura del diseño del **troquel**. **Troquel** desgastado:

BIBLIOGRAFIA

- Propedéutico del Plan-CLASE 1 Y 2
- “Plan de comunicación para mejorar los procesos de Comunicación Interna de la Dirección Departamental de Educación Guatemala Occidente”
Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Jeffrey Alejandro González
González Noviembre 2015
Universidad San Carlos de Guatemala, Escuela Ciencias de la Comunicación.
- Entrevista Alfredo Calancho Alfaro Gerente General
- Entrevista personal Mar visual
- Hernández Sanpieri, Roberto (2010). Metodología de la investigación. (5ta. Edición). McGraw Hill.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2012). Marketing. (Décimo Cuarta Edición). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

E GRAFIAS

- http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/07/07_0610.pdf
www.marvisual.com
- Fan Page MAR VISUAL
- <https://www.facebook.com/MAR-VISUAL-61072730711/?fref=ts>
- Grupo de Facebook
- <https://www.facebook.com/groups/marvisual/?fref=ts>
- Cronograma Gantt
<https://www.google.com.gt/search?tbm=isch&q=diagrama+de+gantt+de+una+em+presa+de+productos>
- FODA
<https://www.google.com.gt/search?tbm=isch&q=FODA+&imgsrc=IShPq-Ucl-UdeM%3A>

Glosario

<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Especial%3ABuscar&profile=default&fulltext=Search&search=>

ANEXOS

Transcripción completa de la entrevista

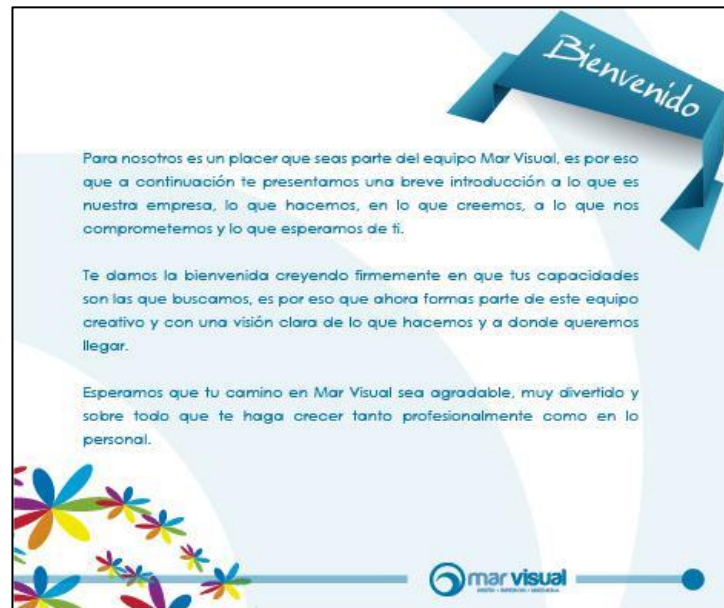
La entrevista se realizó con cada empleado en los diferentes cargos de la empresa, Mar Visual el lunes 01 día Lunes 01 de febrero del 2016, al regresar de la primera reunión anual de los nuevos cambios que obtendría la agencia.

Reunión se realizó en el Hotel Crown Plaza zona 13, en donde cada empleado recibió un cuaderno con su nombre y cargo, para identificar sus diferentes funciones.

- Contenido de Manual Agencia Mar Visual



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista María Eugenia Gómez





Nuestra Misión

¿Por qué existimos?

MISIÓN

Somos una empresa creativa, joven y profesional, con ideas innovadoras y vanguardistas, ofrecemos un servicio competitivo y personalizado de calidad, con procesos simples y rápidos.



Arte Final, Diseño Monica Calderón, trabajo en equipo con Epesista María Eugenia Gómez



Nuestra Visión

¿Qué queremos ser?

VISIÓN

Ser la solución gráfica más completa y competitiva del gremio publicitario, destacándonos por nuestra creatividad e innovación.



Nuestros Valores

- HIGIENE Y LIMPIEZA**
Procuramos en todo momento mantener limpias y ordenadas nuestras áreas de trabajo, así como los espacios comunes con el fin de hacer de esta empresa un lugar de trabajo digno y agradable.
- CREATIVIDAD**
Creamos conceptos innovadores, creativos y artísticos.
- ORGANIZACIÓN**
Contamos con procesos claros y definidos de toda la estructura de la empresa. Renovamos el conocimiento de todo el equipo de trabajo.
- RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO**
Somos eficientes, cumplimos con los compromisos adquiridos para la empresa y para los clientes. Tenemos iniciativa para anticiparnos a lo que el cliente necesita y velamos por el crecimiento de la agencia.
- RESPECTO Y CORDIALIDAD**
Escuchamos las opciones de todo el equipo, velamos por la armonía y fomentamos el trabajo en equipo.

mar visual
MÁS · MÁS · MÁS

Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

Cultura de Servicio al Cliente

Reconocemos que el cliente es nuestra prioridad y la razón de ser de la empresa.

Entregamos nuestros productos bien desde la primera vez. Eso es calidad.

Buscamos Soluciones a los requerimientos de clientes.
Eliminamos las palabras "no se puede" y "no"

mar visual
MÁS · MÁS · MÁS

Uso de Redes Sociales @

Está terminantemente prohibido el uso de redes sociales, YouTube y correos personales en horarios laborales. Usted puede hacer uso de los mismos antes de su hora de ingreso, en su hora de almuerzo o después de su jornada laboral.

Uso de Celulares Personales y Teléfonos de Oficina 📱

El celular personal, es permitido para emergencias y comunicarse con su familia de manera breve.

En reuniones y juntas deberá ser colocado en modo de vibrador, a excepción de ventas.

No podrán usar sus redes sociales en sus teléfonos celulares. En casos recurrentes los celulares serán recogidos al ingresar a la empresa y devueltos al retirarse.

Se pueden utilizar los teléfonos de la oficina para llamadas personales, para llamadas de emergencia y familiares, las cuales deben de ser **BREVES Y ESPORÁDICAS**.



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

Tarjeta de Marcado

Todos los colaboradores deberán marcar su tarjeta de control de horario al ingreso y salida de sus labores.

Se debe marcar la tarjeta aún cuando su llegada tarde sea por causa justificada.

SE DEBE MARCAR SIEMPRE LA HORA DE SALIDA.
El día no marcado se contará como falta injustificada y se procederá al descuento del mismo.

Se debe marcar la tarjeta de control a las 8:00 am.

Se otorgan 5 minutos de tolerancia. Cuando por algún motivo usted se presente a trabajar después de las 8:05, correrá una amonestación de Q1.00 por minuto de retraso.


Consumo de Alimentos ☕

Los colaboradores únicamente podrán consumir alimentos antes de las 8 am y de 1 a 2 pm.

Es permitido tomar una refacción al día de manera discreta y sin parar sus labores para ello.



Horarios





Administrativo: Entrada 8:00 am / Salida 5:30 pm
Producción: Entrada 8:00 am / Salida 6:00 pm – Miércoles 5:00 pm
Almuerzo: 1:00 a 2:00 pm

- Todo el personal sin excepciones deberá comer en el horario establecido de almuerzo.
- En caso de no poder almorzar en el horario establecido por cuestiones laborales, el colaborador podrá tomar su hora de almuerzo después y deberá comer en privado.
- El Wi, uso de redes sociales y demás actividades extra laborales son permitidas únicamente de 1 a 2 pm, también antes o después de su horario laboral.
- Ningún departamento deberá quedar completamente solo para almorzar antes de la 1:00 y después de las 2:00 pm.

Si un colaborador no puede por cuestiones de trabajo almorzar de 1 a 2 pm, podrá hacerlo después, en privado, sin actividades de recreación, sin uso de internet ni redes sociales.

Ningún departamento completo podrá tomar su hora de almuerzo después de las 2:00 pm. En el caso de que todos los colaboradores de un departamento, por cuestiones de trabajo, hayan perdido su hora de almuerzo, deberán turnarse de 2 en 2 para comer sin dejar su área sola.

Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

Presentación Personal



Portar en forma adecuada y en perfectas condiciones de limpieza el uniforme.

El personal femenino deberá utilizar maquillaje discreto, cabello y uñas debidamente arreglados, calzado limpio y apropiado.

El personal masculino deberá rasurarse periódicamente, cabello recortado, uñas cortas, calzado limpio y apropiado.

Recuerde que el día viernes es día casual.

Conducta Dentro y Fuera de la Empresa

- Practicaremos un trato cordial y amigable entre nosotros.
- No se permitirá, groserías, malas palabras, silbar ni bromas de índole sexual o discriminación.
- Cuando visitemos a clientes o ellos nos visiten, seremos respetuosos y no utilizaremos lenguaje vulgar, ni malas palabras.




Orden y Limpieza

Cada colaborador es responsable de tener su área limpia y ordenada. En el caso que se encuentre desordenada al final del día, la sanción será presentarse a limpiar el fin de semana, su lugar y las aéreas comunes.


Después su hora de almuerzo, deberán levantar sus platos y cubiertos, lo que sea de tirar, se deberá tirar en el momento y lo que sea de lavar, se deberá dejar en el lavatrstos.

Cuando termine de tomar café o cualquier bebida, debe llevar inmediatamente al lavatrstos su vaso o taza. No acumule trastos en su escritorio.

Uso de los baños: Cuidar la higiene y limpieza de cada baño. En caso de que los hombres utilicen el baño de mujeres, deben ser lo más higiénicos posible.

Se deberá mantener orden en cada una de las áreas de trabajo a fin de tener una oficina presentable y funcional para realiza las labores diarias, así como procurar el manejo adecuado y cuidadoso del equipo asignado a su área o equipo general de la oficina.

Nota:
En el caso de mal uso o deterioro de los equipos, la amonestación será monetaria.



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez



Reglamento Interno



Música

Es permitido escuchar música en las áreas **CON VOLUMEN PRUDENCIAL** que permita hablar por teléfono con los clientes o proveedores.

Cultura de Chismes y Rumores

Por respeto a nuestros compañeros, evitemos comentarios que no nos consten o que puedan afectar a otras personas. Para cualquier duda puede dirigirse a la Dirección Ejecutiva.

mar visual

Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

Regimén Disciplinario

1. Llamada de atención verbal.
2. Llamada de atención escrita.
3. Suspensión de hasta 8 días sin goce de salario.
4. Despido sin responsabilidad patronal.

Las faltas graves, que no requieren llamada de atención verbal, escrita o suspensión previas, son:

- El robo.
- Daño intencional a las instalaciones y el equipo de la empresa
- Fuga de información confidencial de la empresa.
- Agresión física o verbal intencional contra clientes, jefes y compañeros de trabajo.
- Presentarse bajo los efectos del alcohol u otras sustancias que alteren sus capacidades para laborar.

Nota:
Las faltas anteriores, según lo estipula el código de trabajo y el reglamento interno, ameritan el despido sin responsabilidad patronal.

mar visual

Nómina y Sueldos Quincenales

El pago de su sueldo base mensual, se hará de la siguiente forma: 50% el día 15 y 50% el último día hábil de cada mes. En esta segunda quincena se realizarán descuentos y pagos adicionales como Bonos, horas extras, incentivo de ventas, etc.

Anticipos: Se podrán otorgar anticipos de sueldo. El monto en cuestión será descontado cada fin de mes. **NO SE CONCEDERÁ MÁS DE UN ANTICIPO MENSUAL.**

Prestamos: Usted puede solicitar préstamos únicamente para emergencias familiares, siempre y cuando sean autorizados por su jefe inmediato. Estos no podrán ser mayores a Q.1, 500.00 y deberán ser cancelados en un periodo máximo de 3 meses. **No se otorgará ningún préstamo de caja chica.**

Horas Extras: Serán solicitadas por necesidad de la empresa y autorizadas por su jefe inmediato. El tiempo de comida en horario extraordinario, no será contado como tal.




Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

Permisos

En caso de necesitar algún permiso este deberá ser solicitado con 24 horas de anticipación, será evaluado por su jefe inmediato, deberá ser justificado y el tiempo **DEBERÁ SER REPUESTO** en horas adicionales de trabajo o fin de semana (si la carga de trabajo lo amerita).

Si un colaborador falta por emergencia médica, deberá presentar constancia de Alerta Médica (Obligatoria).



De no ser así, se procederá al descuento monetario proporcional a las horas o días de ausencia.

Vacaciones

Por la naturaleza de nuestros servicios y las necesidades de nuestros clientes en Mar Visual el periodo establecido de vacaciones para todo el personal es el siguiente:

12 días a Fin de año / 3 días de Semana santa (lunes, martes y miércoles santo)

Nota:
No habrán vacaciones fuera de estos periodos.

Capacitación y Desarrollo

Cada colaborador deberá asistir a los cursos de capacitación referentes a su área o de interés común que la empresa proporcione, ya que los mismos implican una inversión y un beneficio para el colaborador.

Actividades Recreativas

Con el propósito de estimular el compañerismo, esfuerzo, dedicación y actitud de servicio, la empresa realizará actividades donde participaran todos los colaboradores que así lo deseen, logrando así con esto fomentar un ambiente de trabajo agradable.

Gato Negro

Es el descuento monetario correspondiente a trabajos mal realizados. Se le informará previamente a cada colaborador el descuento que aplica por cada error. El valor a descontar será el precio costo y se hará en su quincena de fin de mes.



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez

Prestaciones por Ley

AGUINALDO: Conforme a la ley todos los colaboradores serán retribuidos con un sueldo anual por concepto de aguinaldo siendo este equivalente a un sueldo mensual según su salario y proporcional a los días trabajados.

BONO 14: Por decreto gubernativo, cada año en el mes de julio se pagara un sueldo adicional. Este bono será proporcional a los días trabajados.

VACACIONES: Conforme a la ley laboral, usted cuenta con un periodo de vacaciones de 15 días anuales.

I.G.S.S.

Todos los colaboradores serán afiliados al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, quienes no cuenten con su camé, deberán comunicarlo para realizar el trámite correspondiente.
El pago correspondiente al IGSS es el 4.83% del salario base, por beneficio al colaborador no se tomara de horas extras, bonos, etc.

Los afiliados tiene acceso a: consultas médicas, medicamentos, derecho a gozar del IRTRA y pago por suspensiones médicas.



Descripción de Puestos

Alfredo Alfaro
Gerente General
 Es el responsable de llevar el control general de la empresa, ver que los procesos se cumplan de acuerdo a lo establecido y solicitado en el reglamento, ver que todas las estrategias sean enfocadas en lograr la productividad y rentabilidad de la empresa.

Roberto Enríquez
Multimedia y Financiero
 Responsable de todos los proyectos de fotografía y multimedia solicitados a la empresa, en su calidad de socio el debe ver el ingreso financiero y asegurarse de que haya disponibilidad suficiente para los gastos e inversiones de la empresa.

Raúl Calancho
Jefe de Producción
 Encargado de velar por la armonía en Producción.
 Encargado de impresión de material de pequeño formato, llevar control de notas de envío, revisar reportes de plotter y bodega, distribución de trabajos entrantes y solicitud de mantenimiento de maquinaria.
 Encargado de llevar control de horas extra, reporte de instalaciones, solicitud de permisos y amonestaciones a personal de producción.
Equipo a su cargo: Computadora y sus accesorios, impresora de escritorio, impresora Minolta 750 II, Impresora Minolta 280, impresora de carnets Epson T50, Laminadora, Troqueladora, Plotter, encuadernadora y guillotinas manuales y eléctrica.



Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez



Diseñador Gráfico
 Debe realizar de manera creativa, innovadora, cuidando redacción y ortografía los artes que los clientes solicitan, proponer siempre más y superar las expectativas del cliente, entregar artes con especificaciones claras tanto a producción como a proveedores externos y cumplir con la meta de diseños establecida por mercadeo.
Equipo a su cargo: Computadora y sus accesorios.

Producción e Impresión en Plotter
 Encargado de realizar y llevar control de impresiones en gran formato y troqueles, revisar que el equipo funcione en óptimas condiciones y asistir en producción.
Equipo a su cargo: Computadora y sus accesorios, Troqueladora, Plotter y guillotinas manuales y eléctrica.

Producción e Instalaciones
 Encargado de coordinar y verificar todo lo necesario para las instalaciones y del uso de las siguientes máquinas: guillotina eléctrica, encuademadoras, laminadora, foliadora, plancha de calor, empaques y asistir en producción.

Producción y Compras
 Encargado de organizar las existencias de productos en bodega, controlar la entrada y salida de productos, actualizar el inventario de existencias, elaborar ordenes de compra para suministros internos y asistir en producción.

Producción e Impresión Digital
 Encargado de toda la impresión digital, verificar que todo vaya en el material solicitado antes de imprimir, verificar que la impresión sea óptima antes de darle el acabado y cortar, laminar, perforar o troquelar el material.




Arte Final, Diseño Monica Calderon, trabajo en equipo con Epesista Maria Eugenia Gómez


Contraloría
 Lleva la administración de toda la papelería contable, mantiene al día las cuentas por pagar y cuentas por cobrar, coordina la mensajería, da seguimiento a las ordenes de trabajo hasta su conclusión y mantiene control de los horarios de entrada y de salida.
Equipo a su cargo: Computadora y sus accesorios, multifuncional e impresora de facturas.

Asistente Contable
 Encargado de la caja chica, emisión de cheques, realizar los depósitos, labor de cobro, envío de información contable y asistir a todo lo que solicite contraloría.

Mensajería y Cobros
 Encargado de cobros, entrega de papelería y materiales solicitados, y entregar las notas de envío debidamente identificadas.
Material a su cargo: papelería utilizada para realizar cobros y/o entregas.

Mantenimiento y limpieza
 Velar por la limpieza de las áreas de Mar Visual y llevar control de los suministros de limpieza.

Ejecutivo de Cuentas
 Debe cumplir con la meta de venta establecida por finanzas y el número de visitas asignada, promover y divulgar nuestra marca, entregar todos los formularios para lograr los debidos controles y presentar cada viernes su cierre de ventas y su programación de visita para la semana.
Equipo a su cargo: Computadora y sus accesorios.




• **CRONOGRAMA CALENDARIO**

ACCIONES	MAY O				JUNI O				JULI O			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación Plan comunicacional, Gerente Mar Visual	■											
Entrega de cambios Plan Comunicacional		■										
Revisión segunda fase Plan Comunicacional			■									
Reunión Gerente Mar Visual, presupuesto			■									
Entrega cambios Plan Comunicacional				■								
Acción 1 Autorización Manual				■								
Acción 1 Reunión Departamento de Diseño elaboración Manual					■							
Reunión, Gerente revisión Artes Cambios de Artes					■							
Acción 2 Reactivar Buzón de sugerencias						■						
Elaboración Buzón de Sugerencias							■					
Acción 1 Autorización Manual, Arte final								■				
Acción 3 Reunión Gerente, autorización Rally Valores								■				
Acción 3 Ejecución Rally Valores									■			
Acción 1 Entrega Manuales impresos										■		
Acción 2 Colocar Buzón de sugerencias											■	
Acciones 1,2,3 Reunión Gerente Mar Visual Reporte final actividades del mes												■

Cronograma elaborado por Epesista Maria Eugenia Gómez

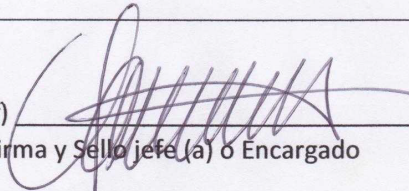



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado
de Licenciatura 2016



Nombre del Alumno (a): Maria Eugenia Gómez Izaguirre
No. De Carné: 200017183
Jefe o Encargado (a): Alfredo Calancho Alfaro
Institución o Empresa: MAR VISUAL
Supervisor de EPSL: Lic. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 02 / Al: 06	Mayo	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
2	Del: 09 / Al: 13	Mayo	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
3	Del: 16 / Al: 20	Mayo	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
4	Del: 23 / Al: 27	Mayo	6	6	6	6	6	x	30 hrs.
5	Del: 30 / Al: 31	Mayo	6	6				x	12 hrs.
6	Del: 01 / Al: 03	Junio			5	5	5	x	15 hrs.
7	Del: 06 / Al: 10	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
8	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
9	Del: 20 / Al: 24	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
10	Del: 27 / Al: 30	Junio	5	5	5	5	8	x	28 hrs
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									250 hrs.

(f) 
Firma y Sello jefe (a) o Encargado

(f) 
Licda. Sandra Hernández – Supervisora EPSL



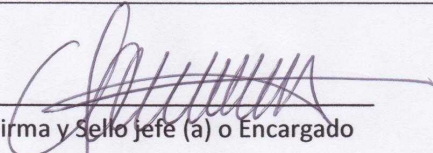


Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado
 de Licenciatura 2016



Nombre del Alumno (a): Maria Eugenia Gómez Izaguirre
No. De Carné: 200017183
Jefe o Encargado (a): Alfredo Calancho Alfaro
Institución o Empresa: MAR VISUAL
Supervisor de EPSL: Lic. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 04 / Al: 08	Julio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
2	Del: 11 / Al: 15	Julio	4	4	4	4	4	x	20 hrs.
3	Del: 18 / Al: 18	Julio	4						5 hrs.
4	Del: / Al:								
5	Del: / Al:								
6	Del: / Al:								
7	Del: / Al:								
8	Del: / Al:								
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									50 hrs.

(f) 
 Firma y Sello jefe (a) o Encargado

(f) 
 Licda. Sandra Hernández - Supervisora EPSL

