

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

**“FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA  
EMPRESA LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A.”**



**JENNYFER ISABEL TELÓN ALVAREZ**

**LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016**

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



**“FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA  
LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**JENNYFER ISABEL TELÓN ALVAREZ**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, Noviembre de 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 Bártres

### **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



**LITOFLEX**

CAJAS, ETIQUETAS, PROMOCIONALES

Guatemala, 1 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 **Jennyfer Isabel Telón Alvarez** con número de carné: **200821083** 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 **Recursos Humanos**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **03 de mayo** al **29 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"Plan de comunicación para el fortalecimiento de la comunicación interna en la empresa Litografía y Flexografía, S.A."** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **Litografía y Flexografía, S.A.**

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,*

Edwin Paredes Soria

Gerente General

*Litografía y Flexografía, S.A.  
17 Av. 50-08 Zona 12  
Guatemala*



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

**Jennyfer Isabel Telón Alvarez**

Carné: **200821083**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

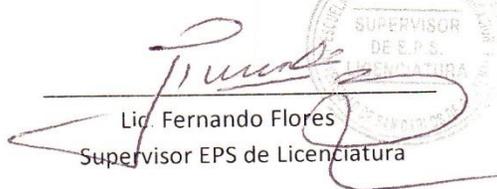
De mi consideración:

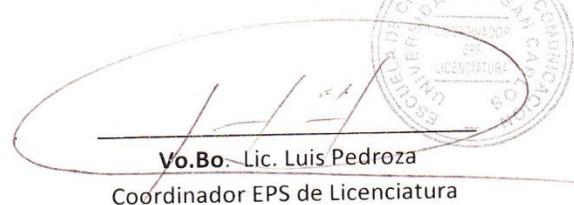
Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **"Fortalecimiento de la comunicación interna en la empresa Litrografía y Flexografía, S.A."** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** 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"

  
Lic. Fernando Flores  
Supervisor EPS de Licenciatura

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



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

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

## DEDICATORIAS

- A Dios:** Por haberme permitido llegar hasta aquí y lograr un objetivo más en mí vida, por su infinita misericordia y bendición por eso quiero dedicar primeramente a Dios este proyecto.
- A mis Padres:** Waldemar Telón y Norma Álvarez por su apoyo incondicional, por sus consejos y la motivación que me han brindado día con día. Les quiero decir que ¡mi triunfo es su triunfo!
- A mis Hermanos:** Por ser parte de esta unidad familiar, por el apoyo que cada uno me ha brindado y por ser ejemplo para mí.
- A mis abuelitos:** Por el apoyo que me han dado durante toda mi vida.
- A mis amigos:** Por los momentos compartidos, por las aventuras vividas y porque cada uno de ustedes me dejó una experiencia positiva.
- A los licenciados:** Por brindarme de sus conocimientos y asesoría para poder culminar con este ciclo universitario.
- A mi querida USAC:** Universidad de San Carlos de Guatemala y en especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación por permitirme formar parte de una nueva generación de innovadora y productiva para este hermoso país.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco en primera instancia a Dios por darme la vida y esta oportunidad de culminar mis estudios universitarios, por la salud que me ha brindado y por esas infinitas bendiciones puedo decir hoy en día cerré un capítulo más.

Gracias a mis padres Waldemar Telón y Norma Álvarez, por la motivación emocional y económica brindada durante la carrera universitaria, por la paciencia que me han tenido durante este proceso, gracias a ustedes estoy cerrando el grado de Licenciatura. Les quiero decir que son todo para mí y que estoy de lo más agradecida.

A mis tres hermanos, Sucely, Noé y Mónica por ese apoyo que he recibido durante toda la vida, gracias y quiero que sepan que los amo familia.

Agradecida con mis compañeros de estudio por la ayuda brindada durante mis estudios por las desveladas, aventuras y jalones para no dejar nada a medias.

Quiero tomar el espacio para darle gracias a mi casa de estudios la Universidad de San Carlos de Guatemala, por aceptarme como estudiante y adquirir los conocimientos que hoy en día tengo.

Agradezco a la institución que me abrió sus puertas para permitirme poner en práctica mis conocimientos y así realizar el proceso del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	I
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	II
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	IV

### CAPÍTULO I

<b>1. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL</b> .....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	1
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	4
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión.....	4
1.2.7. Objetivo Empresarial.....	5
1.2.8. Público Objetivo.....	5
1.2.9. Organigrama.....	5
1.3. METODOLOGÍA.....	6
1.3.1. Descripción del Método.....	6
1.3.2. Técnicas e instrumentos de Recolección.....	6
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	9
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	10
1.4.1. Ficha de entrevistas.....	10
1.4.2. Resultado de las entrevistas.....	11
1.4.3. Tablas comparativas.....	12
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	21

1.5.1. Fortalezas.....	21
1.5.2. Oportunidades.....	21
1.5.3. Debilidades.....	21
1.5.4. Amenazas.....	21

## CAPÍTULO II

<b>2. PLAN COMUNICACIONAL.....</b>	<b>22</b>
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	22
2.2. OBJETIVOS COMUNICACIONALES.....	24
2.2.1. Objetivo General.....	24
2.2.2. Objetivos Especificos.....	24
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	24
2.4. MENSAJE.....	26
2.5. ESTRATEGIAS.....	26
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN (BOCETOS).....	30

## CAPÍTULO III

<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN.....</b>	<b>36</b>
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	36
3.1.1 Presupuesto invertido.....	36
3.1.2. Financiamiento.....	38
3.1.3. Beneficiarios.....	38
3.1.4. Recursos Humanos.....	39
3.1.5. Área geográfica de Acción.....	40
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	40
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	57
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	58
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>60</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>61</b>

**GLOSARIO DE TÉRMINOS..... 62**  
**BIBLIOGRAFÍA..... 65**  
**E- GRAFÍA..... 66**  
**ANEXOS..... 66**

## RESUMEN

### Nombre de la Institución:

LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFIA, S.A.

### Nombre del Proyecto:

“ PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A. ”

### Objetivos del Proyecto

#### General:

Fortalecer la comunicación interna de la empresa Litografía y Flexografía, S.A.

#### Específicos:

- a) Coordinar de manera efectiva la comunicación con los colaboradores de la empresa Litoflex.
- b) Aprovechar las herramientas tecnológicas como las redes sociales y pagina web para optimizar la cartera de la empresa.
- c) Utilizar las carteleras con fines informativos y motivacionales para los colaboradores de la empresa.
- d) Capacitar a los empleados con el fin de realizar una comunicación más amena.

### Sinopsis del proyecto

Para poder elaborar esta estrategia comunicacional se llevaron a cabo varios procesos, iniciando con la fase de diagnóstico realizado en la empresa Litografía y Flexografía, S.A. Con los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de mejorar la comunicación interna siendo esta una necesidad primordial en la empresa Litoflex, en base a esto se elaboró un plan comunicacional con el fin de fortalecer la comunicación interna con ayuda de nuestra asesoría.

## INTRODUCCIÓN

El Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación dio inicio en el mes de febrero de 2016, llevándose a cabo un proceso que se dio lugar en la empresa Litografía y Flexografía, S.A.

El presente informe tiene como objetivo primordial el exponer las estrategias utilizadas para el mejoramiento de la comunicación interna en la empresa Litoflex, la cual se dedica a la realización de cajas, diseños, empaques y etiquetas.

La comunicación institucional se considera hoy en día como un aspecto fundamental de cada empresa, pues es la encargada de crear una imagen donde los mensajes y la información que recibe el público, no sean perjudiciales y cumplan con los objetivos comunicacionales de la institución. (Cuellar Rodríguez, 2011)

Es por ello que si tenemos conciencia que dentro de la empresa o institución existe la buena comunicación esta genera confianza entre colaboradores y patronos, pero existen muchas limitantes que no dejan que la comunicación fluya de manera constante dejando vacíos o lagunas entre los mensajes.

Es allí donde la falta de una estrategia clara de comunicación interna retrasa la productividad de los departamentos ya sean administrativos o en una planta de trabajo.

En el proceso del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) se realizaron 3 fases una de ellas era la Fase del Diagnóstico, en la cual por medio de métodos de investigación se conocieron algunas de las problemáticas comunicacionales de la empresa.

Durante la segunda etapa en base a los resultados se generó un plan comunicacional con estrategias y acciones a realizar para fortalecer la comunicación interna dentro de la empresa Litoflex.

En la tercera fase se llevaron a cabo las estrategias y acciones, pero como en cualquier lugar existieron inconvenientes por falta de información dentro de la institución dando lugar a formar nuevas expectativas y acciones. Dando como resultado una mejora en la comunicación.

Cada resultado obtenido para el mejoramiento de la empresa es un éxito para los colaboradores, tomando en cuenta que ellos son principalmente los afectados cuando la comunicación es escueta o el mensaje se interpreta de forma diferente.

## JUSTIFICACIÓN

El trabajo realizado para esta institución no es más que la resolución a una de las problemáticas que atacan a nivel global a las empresas, ya sea esta pequeña, mediana o grande.

El sistema de comunicación es uno de los más complejos y a vez nos da la facilidad de poder transmitir lo que se desea una vez el mensaje sea claro y conciso. Una de las cualidades que tienen las personas en común es que lo que deseamos expresar no siempre es lo que transmitimos.

Litoflex no se queda atrás en el mal funcionamiento de la comunicación interna ya que cada colaborador piensa y transmite de forma distinta cada una de sus ideas, es por ello que se utilizaron varias herramientas comunicacionales como Facebook, aplicaciones telefónicas, Whatsapp, capacitaciones y pizarrones deseando que los empleados transmitan sus mensajes sin ningún altercado alguno

Cada una de las estrategias desarrolladas y sus respectivas acciones condujeron al fortalecimiento de la comunicación interna de la empresa Litografía y Flexografía, S.A.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL**

“DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A.”

#### **1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

##### **1.1.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico de la comunicación interna en el área de administración de la empresa Litografía y Flexografía, S.A.

##### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Identificar por medio de herramientas de investigación los métodos de comunicación utilizados actualmente.
- Determinar si los procesos de comunicación cumplen con los requerimientos de las autoridades.
- Presentar un plan de comunicación para la empresa Litoflex.

#### **1.2 LA INSTITUCIÓN**

##### **1.2.1. Ubicación Geográfica**

17 Avenida 50-08 zona 12 Petapa Ciudad de Guatemala  
Oficinas centrales

##### **1.2.2. Integración y Alianzas estratégicas**

Desde 1994 Litoflex, estaba aliada con Plásticos Roswer, S.A. la cual es una empresa dedicada a la fabricación de envases plásticos tanto para uso cosmético, alimenticio y de higiene personal.

Productos Ras. S.A. empresa que se dedica a la importación de productos terminados, y promocionales. La alianza se basaba en unificar también el empaque para el producto final. Otra actividad de las alianzas era de compartir personal para minimizar los gastos pero en cuanto las empresas fueron creciendo cada una tuvo la necesidad de su propio personal. (Mazariegos, 2016)

- **Movilidad Económica:** Actualmente la administración de las tres empresas comparten oficinas, cada empresa cuenta con su bodega y planta de producción, separada estructuralmente pero en un mismo terreno con el fin de compartir gastos.
- **Movilidad de Colaboradores:** Algunos colaboradores son compartidos con el fin de eliminar algunos gastos.

#### **Convenio del Personal**

Garita de administración y garita de plantas de producción.
Recepción
Limpieza de administración

(Mazariegos, 2016)

### **1.2.3. Antecedentes e Historia**

La empresa Litoflex fue fundada en 1944, su ubicación inicial fue en Pamplona zona 13 a la vuelta del Instituto América Latina. En sus inicios la empresa no tenía mucho personal y compartía espacio con una empresa hermana llamada Plásticos Roswer, S.A. la cual se dedicaba a la fabricación de envases plásticos. Litoflex fue producto de un operativo de realización de empaques dada la necesidad de los clientes.

En el 2000 fueron estrenadas las nuevas instalaciones contando con un total de 4,200 metros cuadrados, existiendo suficiente espacio para futuras ampliaciones e incremento en la capacidad instalada.

Viendo el potencial de los empaques de la industria cosmética y farmacéutica se decidió por hacer una litografía cuyo objetivo principal es la elaboración de cajas de cartoncillo para productos cosméticos, alimenticios y farmacéuticos.

Desde 1994 Plásticos Roswer S.A., y Litoflex S.A. han aportado soluciones a diversos problemas de empaque en la industria. Parte fundamental es transformar y convertir materiales para proveer a los clientes soluciones promocionales de sus productos.

La litografía inicio con un equipo muy básico. La primera máquina utilizada en la empresa fue la Abdick<sup>1</sup>, el formato era pequeño aproximadamente doble oficio, una guillotina semiautomática. Luego se realizó otra compra de maquina KOBED marca Heindelberg con poca productividad hoy en día pero maquina muy confiable.

A raíz que la litografía fue creciendo se fueron comprando otras máquinas ya que uno de los procesos más lentos era el del área de peque ya que este era manual, aproximadamente 8 años después se compra la máquina pegadora. Hoy en día la maquinaria existente en Litoflex es la siguiente hay cuatro máquinas impresoras (una de 4 colores, una de 2 colores y dos de un color) también hay máquinas para foil, barnizar y troquelados. (Marin, 2016)

Primer gerente y socio de Litoflex fue el Ingeniero Rodrigo Paz Fumagalli terminando su relación laboral en el año 2013. El gerente actual es el señor Edwin Paredes Soria.

La materia prima era importada ya que en Guatemala no habían proveedores de insumos, dando lugar a importaciones directas, al pasar de los años empezaron a surgir empresas que importaban los insumos haciendo más fácil la compra del material.

Hoy en día la sinergia de ambas empresas provee de un sinfín de posibilidades de empaque. Simplificando la gestión de los departamentos de compra ya que en

---

<sup>1</sup> Maquina manual litográfica.

vez de tratar con varios proveedores es como tratar con uno solo. Debido a que los costos de envío, procedimiento, etc. No se duplican, los precios de venta resultan ser sumamente competitivos.

La clave para el éxito ha sido una actitud única hacia el servicio y el compromiso con la calidad.

“ Nosotros creemos que el servicio significa mucho más que solo llenar una orden. Significa comprender las necesidades especiales de nuestros clientes y luego desarrollar soluciones que las satisfagan. Fabricando productos hechos a la medida que cumplan con los requerimientos específicos del cliente”. (Soria, 2016)

#### **1.2.4. Departamento Administrativo**

- Junta de accionistas
- Gerencia General, actualmente Sr. Edwin Paredes
- Contabilidad General
- Secretaria
- Pre-prensa
- Gerente de Producción
- Departamento de ventas

#### **1.2.5. Misión**

Litografía y Flexografía, S.A., es una empresa centrada en convertir y transformar materiales para proveer a nuestros clientes soluciones de empaque y promocionales que faciliten la comercialización de sus productos

#### **1.2.6. Visión**

Litografía y Flexografía, S.A. tiene la visión de ser una empresa ejemplar a nivel centroamericano cuyos productos sean de clase mundial. Ejemplar en productividad, administración, calidad y servicio.

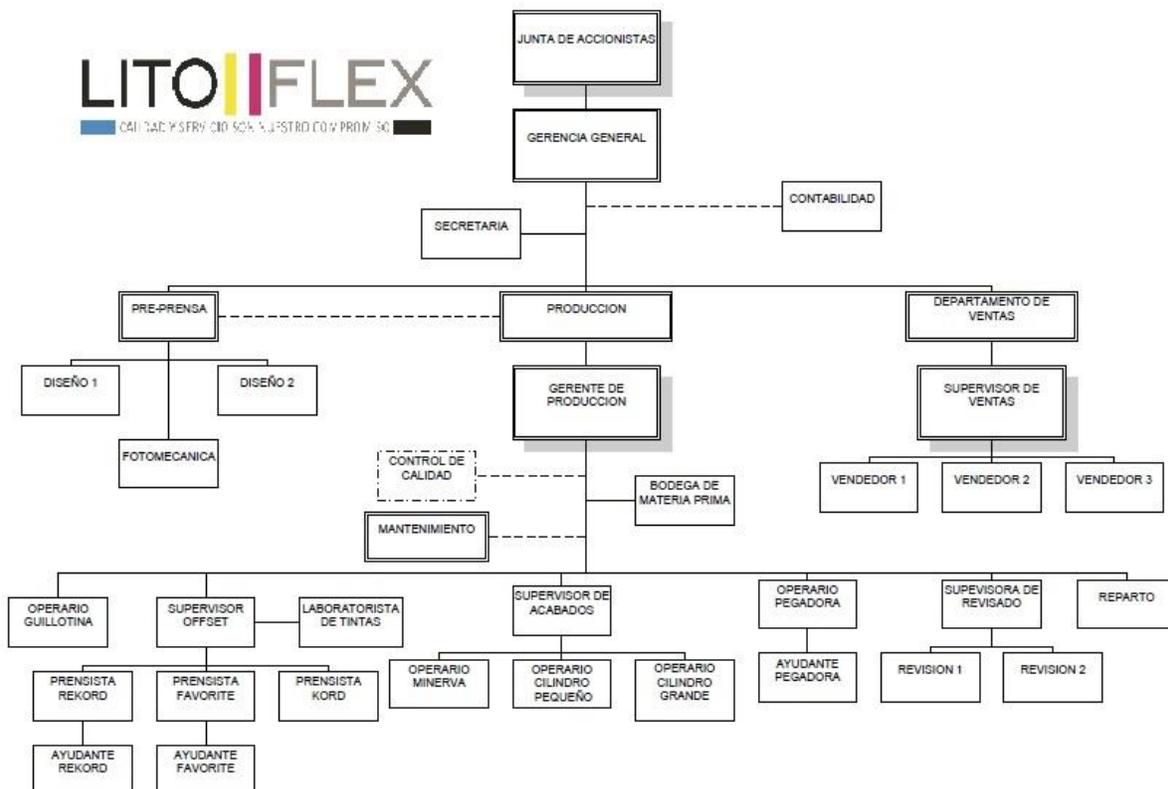
### 1.2.7. Objetivo Empresarial

Ofrecer un servicio personalizado a nuestros clientes, con el fin de brindarles productos de alta calidad, éste es nuestro mayor compromiso.

### 1.2.8. Público Objetivo

Colaboradores de los departamentos de administración.

### 1.2.9. Organización Estructural



(Litoflex, 2015)

## **1.3. METODOLOGÍA**

### **1.3.1. Descripción del Método**

El término metodología está compuesto del vocablo método y el sustantivo griego logos que significa juicio, estudio. Metodología se puede definir como la descripción, el análisis y la valoración crítica de los métodos de investigación. (Ramos)

El objetivo de cualquier ciencia es adquirir conocimientos y la elección del método adecuado que nos permita conocer la realidad es fundamental.<sup>2</sup>

Cada una de las técnicas a aplicar nos ayudará a la obtención de datos para un análisis de cómo se encuentra la empresa comunicacionalmente.

### **1.3.2 Técnicas e instrumentos de Recolección**

#### **La observación**

La observación, como procedimiento, puede utilizarse en distintos momentos de una investigación más compleja: en su etapa inicial se usa en el diagnóstico del problema a investigar y es de gran utilidad en el diseño de la investigación.

Este método nos sirve para percibir directamente los objetos o fenómenos ocurridos.

Para este diagnóstico se utilizará como instrumento de investigación la Observación Participante, pues trabajando en esta institución se está constantemente en contacto con los colaboradores para obtener mayor información.

---

<sup>2</sup>BEHAR Daniel Metodología de la Investigación 2008 EDICIÓN: Lic. Diana E. Prieto Acosta y MSc. Frank W. Castro López pag. 34 y Plan Operativo Anual POA y Anteproyecto de Presupuesto 2014 Delegación del Igss Escuintla pag. 5 y 7.

Se observó que en la empresa hay una cartelera de lado izquierdo al entrar a oficinas, la cual tiene poca visibilidad. Allí es donde se anotan horarios de reuniones, memos, avisos importantes, etc.

Algunos colaboradores no observan la cartelera y esto causa la poca información sobre actividades.

En cuanto a la relación interpersonal de los colaboradores es muy poca o solo lo necesario para cumplir con los trabajos que se realizan dentro de la empresa, cabe notar que cada colaborador conoce su trabajo y funciones dentro de Litoflex pero a la hora de colocarle una tarea fuera de su área, el personal lo realiza investigando la función del otro departamento.

Cuando son mensajes más cortos se envían por medio de las aplicaciones del celular como grupos de whatsapp, y chats, siendo este el más rápido para la entrega de mensajes, una vez el receptor también tenga internet a su alcance. Ya que de ser lo contrario el mensaje puede que no le llegue a la persona.

También cada colaborador cuenta con una computadora para la facilitación de los correos electrónicos. Se cuenta con una planta telefónica, la cual tiene llamadas ilimitadas entre las extensiones y llamadas externas. Otros colaboradores prefieren utilizar el celular para llamadas y así comunicarse con el gerente y otro personal administrativo.

Muchos colaboradores hacen caso omiso tanto a los correos electrónicos como a las demás herramientas de comunicación.

Existe una sala de reuniones donde los puntos clave o más importantes se desarrollan, tanto como para el área de planta o producción como para el área de administración, aunque muchas veces no se puede utilizar ya que Litoflex comparte oficinas con dos empresas hermanas más alguna de ellas puede que estén utilizando y no se comunica ni hay un horario especificado para el uso de ciertas áreas que se utilizan en común con las otras empresas.

## **La entrevista**

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional. Esta técnica puede ser aplicada a todo tipo de persona, aun cuando tenga algún tipo de limitación como es el caso de analfabetos, limitación física y orgánica. (Ramos)

Halperín, quien determina que “La entrevista es la más pública de las conversaciones privadas. Funciona con las reglas del diálogo privado (proximidad, intercambio, exposición discursiva con interrupciones, un tono marcado por la espontaneidad, presencia de lo personal y atmósfera de intimidad), pero está construida para el ámbito de lo público.” (Halperin, 2007)

Está puede estar estructurada o no mediante un cuestionario previamente elaborado. Los items a utilizar deben de medir lo que estamos buscando ya que pueden ser tanto cualitativamente como cuantitativamente.

Por medio de la entrevista vamos a conocer las necesidades de los colaboradores en cuanto a la comunicación interna en el departamento administrativo. Y el por qué algunos medios utilizados no son de impacto o utilidad para el personal.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

# Cronograma de Actividades EPSL 2016

## DIAGNÓSTICO

Proyecto de Diagnostico, Litografía y Flexografía, S.A.

No.	ACTIVIDAD	Enero		Febrero				
		19-22	25-29	`1 - 5	`8 - 12	`15- 19	22-26	29
1	Propedéutico del Diagnóstico							
2	Investigación Bibliotecas							
3	analisis de recopilación de datos							
4	Reunion con licenciados							
5	Reunion grupo de consultas							
6	Inicio de redacción de Diagnóstico							
7	Aplicación de metodos de investigación							
8	Recolección y analisis de datos obtenidos							
9	Revisión Diagnostico							
10	Entrega de Diagnóstico							

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Ficha de entrevistas

Las entrevistas se hicieron con el personal administrativo con el fin de recopilar datos con las diferentes opiniones de los colaboradores.



**Entrevista**  
Fase Diagnostico EPSL



Entrevista que se realiza para fines de estudio comunicacional del EPSL dentro de la empresa Litografía y Flexografía, S.A.

Puesto: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: (F) (M)

1. ¿Cómo considera que es la comunicación interpersonal dentro de la empresa?
2. ¿Cuáles son los medios de comunicación que se utiliza a menudo dentro de la empresa?
3. ¿Considera usted que los medios de comunicación actuales dentro de la empresa son efectivos?
4. ¿Conoce los diferentes departamentos administrativos dentro de la empresa y las funciones que cada uno de ellos realiza?
5. ¿Qué herramientas de comunicación le gustaría que se utilizaran dentro de la empresa y por qué?
6. ¿Cuántos años tiene de laborar en la empresa?
7. ¿En qué puesto inicio a trabajar en Litoflex?

### 1.4.2. Resultado de las entrevistas

Litoflex cuenta con un personal de 10 colaboradores en el área de administración, de los cuales 7 personas fueron entrevistadas para la recolección de datos en cuanto a la comunicación interna del lugar.

Con cuatro personas indicaron que la comunicación no es muy buena dentro de la empresa ya que se cierran en sus labores y solo para lo necesario se comunican.

La comunicación interpersonal siendo esta de las más importantes en las instituciones o empresas ya que por ese medio es que los colaboradores pudieran indicar las necesidades de cada uno de sus puestos. Las entrevistas también denotaron la falta de herramientas comunicacionales, ya que si bien se cuenta con teléfono celular no todos tienen acceso a saldo o datos telefónicos<sup>3</sup>, e incluso la tecnología necesaria para su uso.

Otra de las herramientas que sugirió un colaborador fue el uso de una cartelera, la empresa ya cuenta con una pero la ubicación de la misma no es tan visible ya que se encuentra a un lado de la entrada, cuando entran la mirada está centrada a la siguiente entrada no a la cartelera.

Otra de las herramientas sugeridas fue el de focus group<sup>4</sup> ya que se pueden trabajar tanto individuales como grupales para la expresión de opinión empresarial.

Las personas más allegadas a gerencia indicaron que la comunicación era buena ya que se comunican directamente con el gerente ya fuera por teléfono o en persona, mientras que otros colaboradores indicaron que la comunicación era mala, o que solo se comunicaban cuando realmente era necesario por el trabajo.

En respuesta a otra de las interrogantes como el hecho la cantidad de años de laborar en la empresa tuvo un rango no menos a 1 año, siendo esta empresa estable en el ámbito laboral.

---

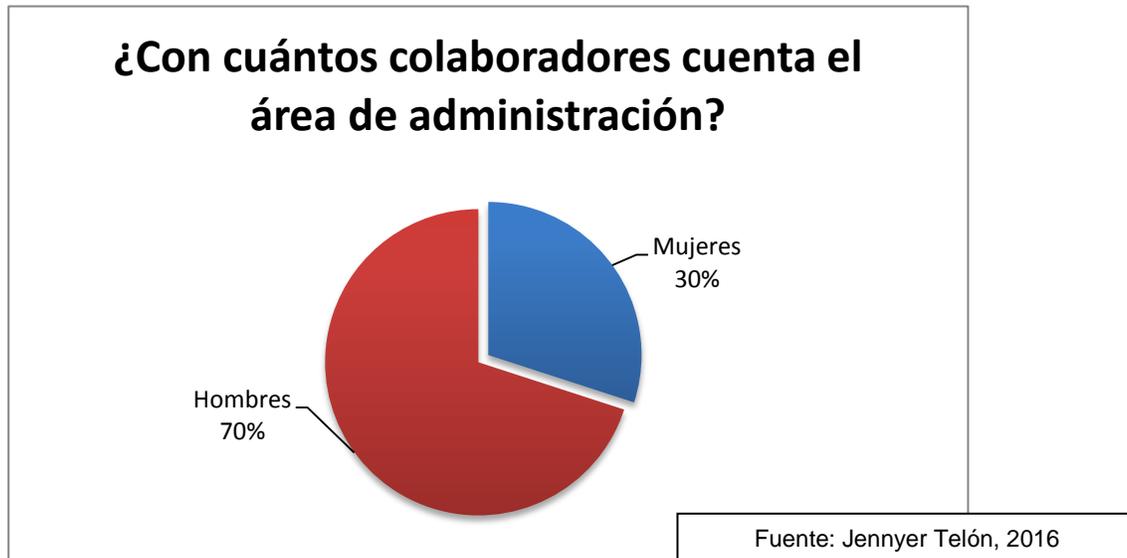
<sup>3</sup> Datos telefónicos = internet en el celular.

<sup>4</sup> Grupos focales

El hecho que muchos iniciaron con un puesto de asistentes y luego fueron trasladados a otro puesto tuvieron que aprender desde el inicio ya que las funciones o perfil del puesto no está establecido como tal, sino que mucho es empírico dando lugar a buscar la información de cada función a trabajar.

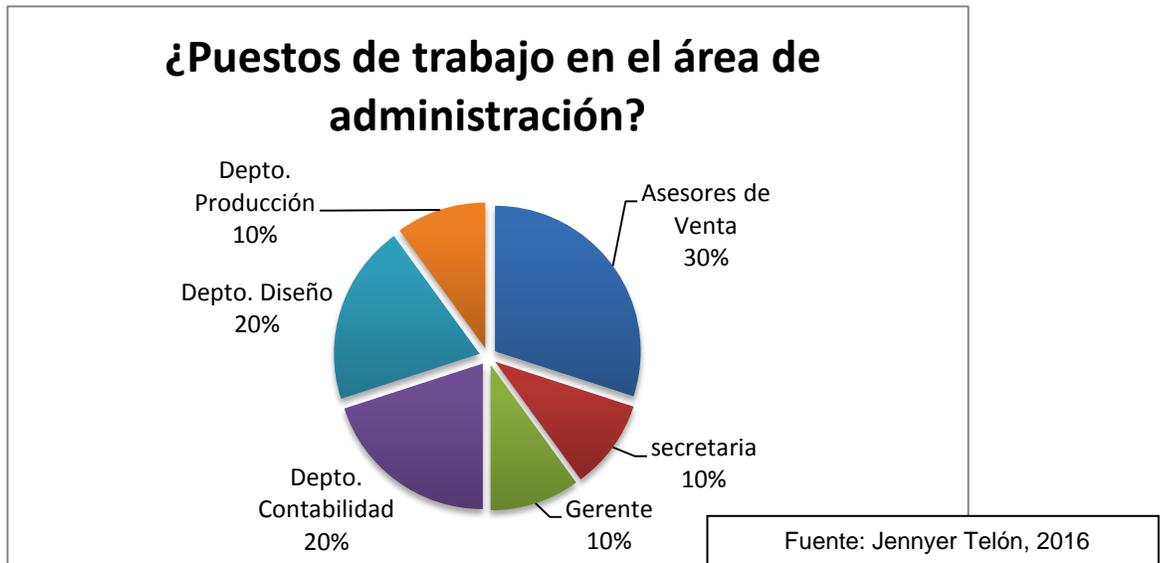
### 1.4.3. Tablas comparativas

**Gráfica No. 1**



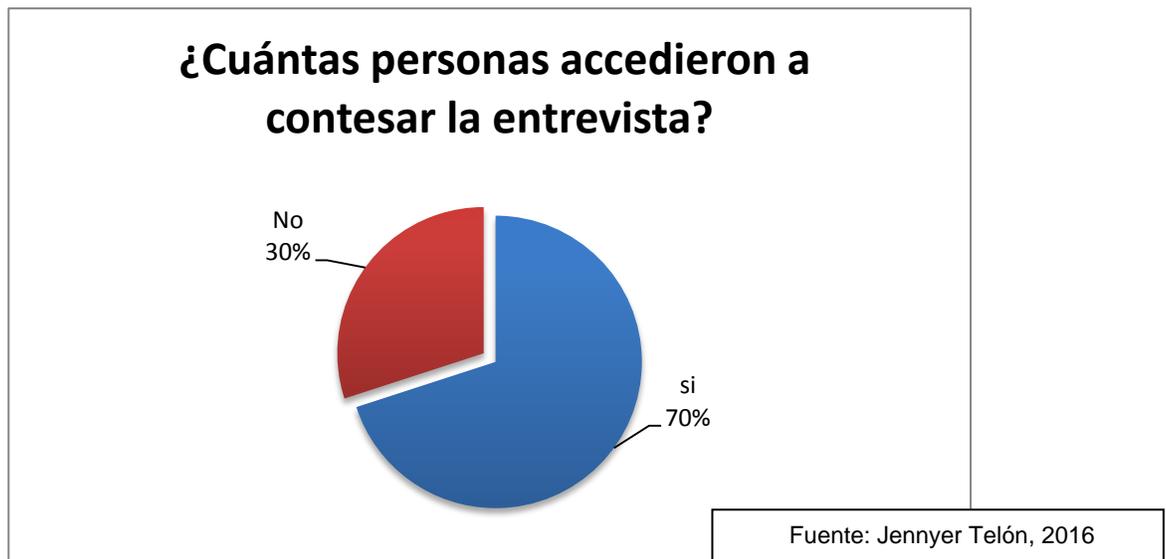
La empresa Litografía y Flexografía, S.A. tiene un equipo pequeño en el área de administración, siendo estos eficientes en su trabajo cotidiano, la empresa cuenta con 7 hombres y 3 mujeres. Este porcentaje no da pauta a discriminación en el ámbito laboral.

## Gráfica No. 2



El área de ventas es el pilar de la empresa, es por ellos que tiene más personas, ellos son los encargados de generar una cartera de clientes para la sostenibilidad de la empresa.

## Gráfica No. 3



Aunque hay pocos empleados, hay departamentos como contabilidad que se mantiene ocupado al igual que pre-prensa. El resto de colaboradores accedieron a contestar sin problema alguno.

## Tablas Comparativas

Iniciamos con las tablas comparativas por cada pregunta efectuada.

**Tabla No. 1**

1. ¿Cómo considera que es la comunicación interpersonal dentro de la empresa?	
Edwin Paredes	Realmente mala.
Allan Monterroso	No es muy buena.
Luis López	Es muy buena
Lizzy Castañeda	Es buena
Gerson Cuyun	No es muy buena
Jennyfer Telon	Es mala
Victor Morales	Con algunos es buena con otros no.

Dando como resultado que según cuatro personas la comunicación es mala o muy escasa con los compañeros de trabajo. Dos de los colaboradores indicaron diciendo que la comunicación que ellos ejercían es buena ya que sin ningún reparo iban y hablaban con las personas necesarias; uno de los entrevistados indico que con algunos compañeros se tenía la libertad de hablar y con los otros no, ya que eran más apartados.

## Tabla No. 2

<b>2. ¿Cuáles son los medios de comunicación que se utiliza a menudo dentro de la empresa?</b>	
Edwin Paredes	Correo electrónico, medios electrónicos y medios escritos
Allan Monterroso	Comunicación telefónica y por correo electrónico.
Luis López	Vía teléfono , personal , correo electrónico.
Lizzy Castañeda	Correo electrónico y teléfono
Gerson Cuyun	Teléfono y correo electrónico.
Jennyfer Telon	Correo electrónico, teléfono y aplicaciones del cel. como whatsapp, cartelera
Victor Morales	Pues solo de trabajo el teléfono

Seis personas utilizan el correo electrónico como primer medio de comunicación, luego el teléfono celular y las aplicaciones que este tiene para mensajes o una comunicación más directa como la llamada hacia la persona de interés.

Otro de los medios utilizados es la cartelera y la comunicación interpersonal dando lugar a solo una persona que comento esto a raíz que el prefiere ir con el compañero personalmente.

**Tabla No. 3**

<b>3. ¿Considera usted que los medios de comunicación actuales dentro de la empresa son efectivos?</b>	
Edwin Paredes	Bien detallados si, pero las personas no pueden transmitir sus ideas.
Allan Monterroso	Si, por el momento si
Luis López	Si, son efectivos
Lizzy Castañeda	Son bastante efectivos, nos ayudan bastante.
Gerson Cuyun	No, no son efectivos sería mejor en persona
Jennyfer Telon	Por una parte si, no todos leen los mensajes enviados.
Víctor Morales	Si varios si

Cinco personas denotan que los medios actuales de comunicación si son efectivos, mientras que una persona indica que solo sí estuvieran bien detallados ya que no todos pueden plasmar o transmitir lo que requieren por el medio electrónico o bien escrito, otro colaborador indico que no es efectivo utilizar medios electrónicos que lo mejor es ir en persona a hablar con el receptor.

### Tabla No. 4

4. ¿Conoce los diferentes departamentos administrativos dentro de la empresa y las funciones que cada uno de ellos realiza?	
Edwin Paredes	Sí.
Allan Monterroso	Si, tengo conocimiento de todos los departamentos administrativos
Luis López	Así es, los puestos de gerencia y productividad y en general.
Lizzy Castañeda	Si, esta el departamento de ventas, la de diseño y la gerencia.
Gerson Cuyun	Si los conozco, pero las funciones no están bien establecidas
Jennyfer Telon	Si, las funciones como tales no.
Victor Morales	algunos si los conozco otros no

Los colaboradores conocen los diferentes departamentos pero no conocen las funciones como tal de cada departamento, caso contrario con el entrevistado Edwin Paredes ya que siendo el gerente de la empresa conoce las funciones de los diferentes puestos aunque no todos estén establecidos.

**Tabla No. 5**

<b>5. ¿Qué herramientas de comunicación le gustaría que se utilizaran dentro de la empresa y por qué?</b>	
Edwin Paredes	Grupos Focales.
Allan Monterroso	Pizzaron o notas en la entrada
Luis López	La tecnología
Lizzy Castañeda	Tecnología
Gerson Cuyun	la comunicación interpersonal
Jennyfer Telon	Cartelera y celular
Victor Morales	Cartelera

En esta pregunta se obtuvo más información sobre las herramientas que a muchos les gustaría estuvieran presentes dentro de la comunicación en la empresa.

El señor Paredes indico que le gustaría realizar grupos focales dando inicio desde todo el personal hasta poder efectuarlos individualmente indicando cada persona sus necesidades.

Otros optaron por la tecnología ya que en varias empresas se cuenta con esta herramienta y la accesibilidad que se tiene cuando se sabe utilizar de la manera adecuada.

Tres colaboradores indicaron el uso de un pizarrón o cartelera en la entrada de la empresa, aunque ya se cuenta con una no está visible para todos.

**Tabla No. 6**

<b>6. ¿Cuántos años tiene de laborar en la empresa?</b>	
Edwin Paredes	16 años
Allan Monterroso	un año
Luis López	7 años
Lizzy Castañeda	un años y medio
Gerson Cuyun	9 años
Jennyfer Telon	3 años
Victor Morales	6 años

Esta comparación nos da un resultado que la empresa es estable y el personal puede ser confiable para la institución. Los nuevos integrantes se debieron a la ampliación del departamento de ventas ya que el crecimiento de la empresa se debe a la demanda de los clientes.

### Tabla No. 7

7. ¿En qué puesto inicio a trabajar en Litoflex?	
Edwin Paredes	Inicie como asis. Mercadeo,vendedor luego sup. Ventas y ahora Gerente
Allan Monterroso	Asesor de Ventas
Luis López	Asesor de Ventas
Lizzy Castañeda	Asesora de Ventas
Gerson Cuyun	Pre-prensa y ahora jefe de planta
Jennyfer Telon	Recepción / Secretaria de gerencia
Victor Morales	Mensajero y conrador

Los contratos se realizan indefinidos para que el colaborador se identifique con la empresa aunque siempre se les da dos meses de prueba para saber si cumplen con los lineamientos que la empresa necesita para el puesto al que se está solicitando.

Aunque no se maneja un manual de perfiles se deben de realizar las tareas empíricamente. Aplicando conocimientos o experiencia anterior al trabajo al que el colaborador aplica.

## **1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA**

### **1.5.1. Fortalezas**

- La empresa cuenta con varias herramientas de comunicación.
- Cada colaborador cuenta con un equipo de computación e internet.
- Todos los colaboradores tienen teléfono celular inteligente.

### **1.5.2. Oportunidades**

- El equipo de cómputo puede ser utilizado para crear redes informativas.
- Expansión a nuevos mercados por medio de las redes sociales (Facebook y pagina Web)
- La creación de grupos por medio de los teléfonos inteligentes para enviar información.

### **1.5.3. Debilidades**

- Aunque hay varias herramientas de comunicación el personal no dispone a la utilización de las mismas.
- El no conocer la información interna de la empresa puede ser provocado por la falta de interés del colaborador o en algunas ocasiones no hay buen uso de las herramientas de comunicación.

### **1.5.4. Amenazas**

- Las redes sociales y página Web no son actualizadas constantemente.
- El desconocer las funciones administrativas da margen a considerar que pueda pasar en otros departamentos de la empresa.

## CAPÍTULO II

### 2. PLAN COMUNICACIONAL

"PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A.  
..

#### 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La comunicación interna de las empresas es fundamental para crear lazos armónicos con los colaboradores de los diferentes departamentos, se deben de tener estrategias bien estructuradas ya que sin esto no es posible la comunicación.

Hay dos clases de comunicación; la comunicación interpersonal, la cual se da entre dos personas cercanas y la comunicación intrapersonal, es la que realiza cada persona consigo misma. Esto nos lleva a que en cada empresa hay distintas personalidades que se comunican de diferente forma.

En la empresa Litografía y Flexografía, S.A. los colaboradores son muy distintos en cuanto a las herramientas que han utilizado, desde sus inicios en el departamento de administración se contaba con más personal del que hoy en día hay. La comunicación en Litoflex es interpersonal, ya que los colaboradores se encuentran cerca uno del otro, y de no estar cercanos se utilizan otras herramientas comunicacionales.

En el área de administración se cuenta con varios departamentos, hace algunos años los empleados se comunicaban por medio de las siguientes herramientas:

- Correo Electrónico
- Mensajes de texto
- Teléfono celular

Es evidente al paso de los años ha ido revolucionado la tecnología ya que actualmente se utilizan las redes sociales como medio de comunicación.

En el departamento de ventas es esencial el uso del teléfono móvil ya que por las estimaciones de llamadas de parte de los asesores y de los clientes a ellos es necesario el uso de esa herramienta.

En los otros departamentos administrativos se utiliza como medio el correo electrónico con la única dificultad que cuando no se cuenta con internet no hay como leer los mensajes.

Muchas de las dificultades del personal es el hecho que no todos se transmiten las ideas claras o como desean, teniendo como respuesta una negativa al resultado requerido.

Hoy en día en el área administrativa la comunicación es más efectiva utilizando el teléfono móvil y sus aplicaciones.

Siendo de gran beneficio para los colaboradores, enterándose de los pormenores de la empresa por ese medio. Otra de las herramientas necesarias debe ser lo visual, como carteleras, pared informativa, etc.

## **2.2. OBJETIVOS COMUNICACIONALES**

### **2.2.1. Objetivo General**

Presentar un plan de comunicación que permita fortalecer los procesos de comunicación interna en la empresa Litografía y Flexografía, S.A.

### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Crear un manual de perfiles y funciones de los departamentos administrativos para apoyo del nuevo colaborador.
- Impulsar y administrar las redes sociales y la página Web de la empresa Litoflex.
- Implementar y fortalecer estrategias de comunicación interna.

## **2.3. PÚBLICO OBJETIVO**

### **Área de administración**

- Gerencia
- Departamento de ventas
- Departamento de contabilidad
- Departamento de pre- prensa
- Departamento de Secretaría
- Departamento de producción

Cuando hablamos de público objetivo es aquel al que va dirigido el plan comunicacional o en el área que se va a desarrollar.

Para medir las cualidades de los diferentes departamentos se trabajara por medio de variables tanto demográficas y psicográficas.

**Variables demográficas generales:**

- Nacionalidad: guatemalteca
- Rango de edad: 25-57 años
- Género: masculino y femenino
- Nivel Económico: medio- alto
- Profesiones: Administración de empresas, Mercadotecnia, Diseñadores publicistas, auditoría, bachilleres.

**Variables demográficas generales:**

En las diferentes áreas hay personalidades distintas tanto así que hasta la comunicación entre ellas es diferente. Según la jerarquía va dependiendo la comunicación ya que de gerencia es por medio de reuniones, correos electrónicos o interpersonales.

Cada persona tiene una capacidad distinta para relacionarse con su superior o incluso con sus compañeros de trabajo de área, todo va a depender de que tan confiados sea uno del otro, o la relación que se establezca desde un inicio.

En cada colaborador influye la educación y valores que este tenga tanto para las relaciones interpersonales como entorno a su labor dentro de la empresa, ya que en el desempeño se nota el interés formulado y la estabilidad tanto económica como emocional, tomando en cuenta el entorno al que se quiera llegar con las metas a corto, mediano y largo plazo.

## 2.4. MENSAJE

Muchas empresas ignoran que para ser competitivas y enfrentarse con éxito y al cambio, deben de saber motivar a su equipo humano, retener a los mejores, inculcarles una verdadera cultura corporativa para que se sientan identificados y sean fieles a la organización. (Muniz, 2016)

Para aumentar la efectividad del colaborador, se tiene que hacer un ambiente en el cual se sienta a gusto e integrado dentro de la organización, y esto solo es posible si los trabajadores están informados, ya que al conocer la misión, filosofía, valores y estrategia de la empresa se sienten parte de ella.

Cuando un colaborador se siente parte de la organización está dispuesto a dar todo de sí mismo. Además, no debemos olvidar que la comunicación interna ayuda a reducir la incertidumbre y a prevenir el temido rumor, un elemento muy peligroso para las compañías.

Hay factores negativos de la comunicación que son ocasionados por chismes o rumores ya sea de quiebra, de despido lo cual conlleva a la inestabilidad tanto económica como emocional y a la conflictividad del colaborador, dando como resultado un mal clima laboral.

Es por eso que al transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro de la empresa, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz, nos lleva a la estabilidad y confiabilidad entre los empleados, gerencia y los diferentes departamentos de la empresa.

Muchas empresas caen en el error de convertir su comunicación en algo unidireccional, donde los trabajadores son meros sujetos pasivos<sup>5</sup> y no donde la comunicación es en ambas direcciones, recordando que la comunicación debe ser constante.

---

<sup>5</sup> Concepto administrativo que se utiliza para designar a aquellas personas que siguen dentro del espacio laboral pero que ya no desempeñan en él tareas o acciones determinantes.

Entre las herramientas comunicacionales que se utilizan hoy en día en la comunicación interna dentro de las empresas están las siguientes:

- Redes sociales
- Teléfono celular
- Correo electrónico
- Cartelera
- Reuniones con gerencia

Con estas herramientas se puede constatar que el avance de la tecnología se ha desarrollado en un lapso muy corto y que las necesidades básicas para comunicarse han ido incrementando a lo largo de los años.

## **2.5. ESTRATEGIAS**

La palabra "estrategia" proviene del vocablo griego "estratego" que significa general.

La estrategia de comunicación es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana.

En la empresa Litografía y Flexografía, S.A. las estrategias de comunicación a implementar son:

- **Manuales de perfiles y funciones:** Estos son libros media carta que contienen el perfil del puesto de las diferentes áreas administrativas como gerencia, contabilidad, secretaría, ventas, pre- prensa y producción; también contiene cada una de las funciones que se desarrollan en el área.

Cada manual en su contenido tendrá lo que el empleador necesita cuando desee contratar a un nuevo colaborador. Estos libros facilitaran al nuevo empleado su desempeño en el área laboral ya que contienen las funciones que el nuevo empleado realizará.

Con estos manuales se pretende el óptimo desempeño y comunicación interna dentro de la empresa dada la necesidad para que el empleado conozca de la institución cada una de las funciones o actividades para las cuales es contratado, también es de suma importancia que el colaborador conozca el objetivo, misión y visión de la misma para lograr el objetivo e ir con buena base de información.

- **Administrar página web y redes sociales:** La página web tiene dos años de estar en línea, aunque la página esta temporalmente inactiva por la falta de administración de la información que esta requiere.

Los usuarios revisan la red en busca de información de los sitios que les interesa; Es por ello que se quiere actualizar y poner a funcionar el sitio web.

Es de suma necesidad estar actualizado la página ya que la tecnología e información está en constantemente actualización, por el consumo inmediato de los clientes.

Entre las redes sociales oscila la página de Facebook la cual da la oportunidad de que sus usuarios puedan conocer la litografía e invitar a los colaboradores a sentirse identificados con la página para invitar a más personas a conocer el quehacer de empresa Litoflex.

También es utilizada para grupos de comunicación interna pero no se le da un administración necesaria por la cual no todos los colaboradores tiene el nombre de la fan page.

El mantenimiento de la página nos da un margen de una comunicación más cercana y precisa con cada colaborador ya que en su mayoría tiene una página de Facebook.

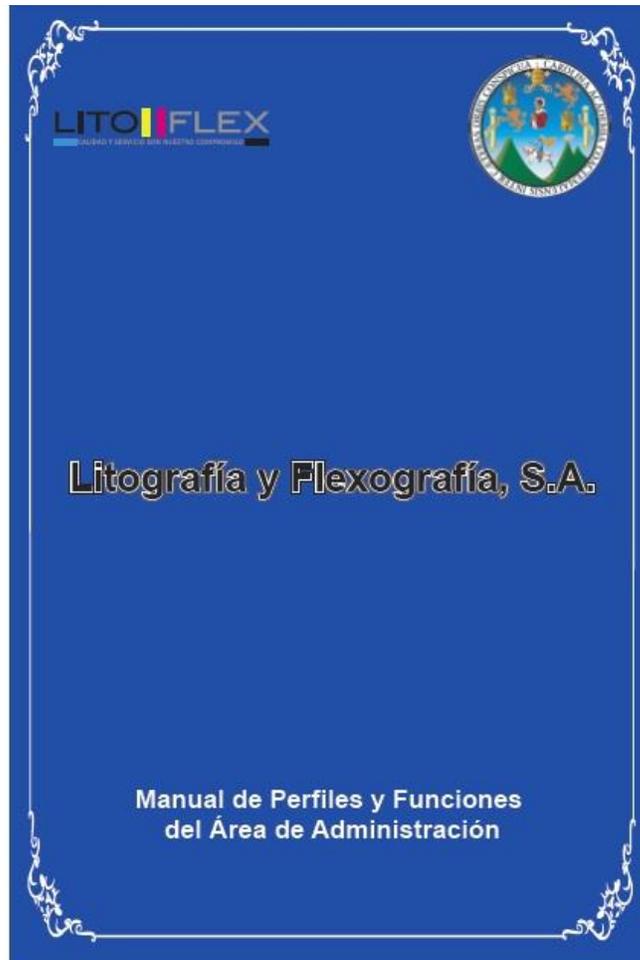
- **La cartelera:** medio de comunicación efectivo inmediato siempre que este se ubique en un lugar concurrido por los empleados, y con la facilidad visual que se requiere.

Es necesario actualizarla periódicamente y consignar la fecha de cada publicación.

La cartelera o pizarrón se puede utilizar para que el personal pueda revisar las distintas informaciones que esta pueda poseer tales como legales, sociales, resultados de la empresa, nuevas políticas o frases motivacionales para el equipo de trabajo.

## 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN (BOCETOS)

### Manuales de perfiles y funciones



---

Diseño: Departamento de pre-prensa Litoflex

---

Se realizará 1 manual con las diferentes áreas administrativas: Gerencia, Contabilidad, Secretaría, Ventas, Pre-prensa (Diseño) y Producción.

El manual es de tamaño media carta conteniendo la información de la empresa como misión, visión y objetivo empresarial.

Cada departamento del área de administración contará con un manual el cual como función inicial servirá para la contratación de nuevos colaboradores dando los perfiles necesarios para el puesto al que se necesite.

El manual consta con las diferentes funciones que cada departamento realiza en el área, facilitando la inducción del nuevo empleado.

## Administrar página web y redes sociales



Screenshot: Epesista Jennyfer Telón

Página web [www.litoflegt.com](http://www.litoflegt.com)



---

### Screenshot: Epesista Jennyfer Telón

Fan page Facebook/@Litoflexgt

---

Como primera instancia tenemos que determinar el nombre de dominio, el cual básicamente es el nombre o dirección del sitio web que se va a crear, hay varios sitios en los cuales se puede crear pero el más recomendado es [www.name.com](http://www.name.com)

En este caso la empresa ya tiene una dirección web que es [www.litoflexgt.com](http://www.litoflexgt.com) ya teniendo esto vamos a determinar el tamaño del Hosting, el cual es el espacio de disponibilidad en la red.

Para esta página necesitamos 2Gb en disco duro, esto es para el contenido multimedia. Y ancho de banda ilimitada, esto quiere decir que no hay límite para la cantidad de usuarios al mismo tiempo, se puede tener más de 1 millón de usuarios y el sitio no se caerá.

Teniendo como carta de presentación el objetivo empresarial, visión y misión. El objetivo primordial para la página web de Litoflex es dar a conocer los servicios, productos y marcas que confían en la empresa para la elaboración de sus materiales.

Entre los clientes también se colocan los colaboradores o empleados de la empresa ya que ellos con parte fundamental de la comunicación tanto interna como externa.

Durante el ejercicio de práctica supervisada se le estará dando mantenimiento tanto a la página social Facebook [www.facebook.com/litoflex](http://www.facebook.com/litoflex) como a la página Web.

En la página de Facebook se trabajaran una serie de publicaciones semanales para dar a conocer los materiales o servicios que se ofrecen.

## La cartelera, Rotulo de identificación



Foto: Epesista Jennyfer Telón

Rotulo para identificación de la empresa, medidas 29X10 pulg.

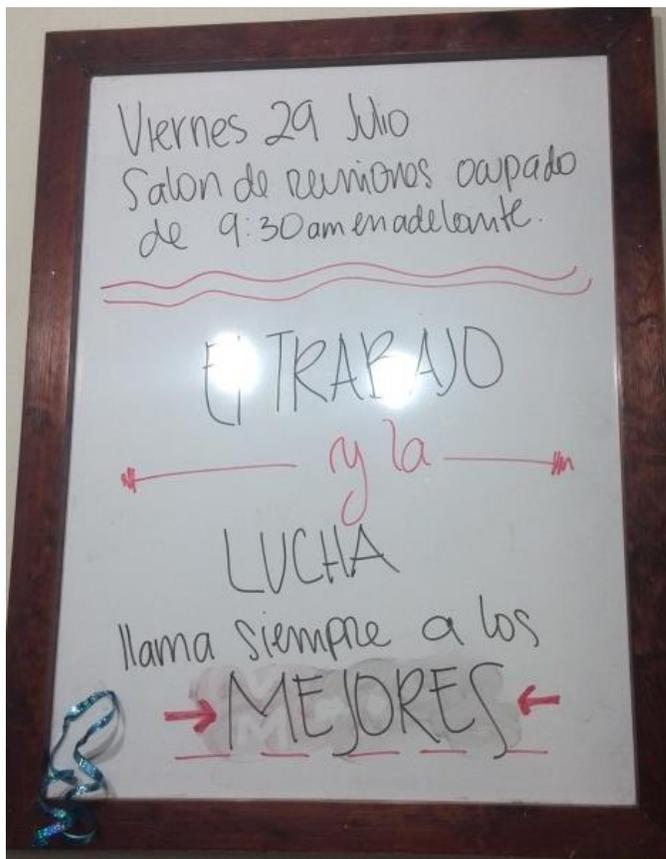


Foto: Epesista Jennyfer Telón

Cartelera o pizarrón, medidas 28.5X 21 pulg.

La cartelera estará ubicada a un lado de recepción para que cuando el personal de la empresa ingrese pueda observar la información que esta contenga.

Se colocará un pizarrón de 32 X 24.5 pulgadas en su totalidad y con un espacio de disponibilidad de 28.5 X 21 pulgadas. En la recepción del lugar se colocará el nombre de la empresa para la identificación de la misma las medidas son de 29 X 10 pulgadas.

Se establece que en la cartelera o pizarrón se escribirán las notas o avisos más importantes de la semana, también pegarán los memos de última instancia.

El área responsable del pizarrón es el de secretaría junto con recursos humanos, renovando la información cada lunes.

La actualización de memorándum dependerá de las emergencias o información que gerencia proporcione para los cambios o así mismo los horarios de las reuniones o capacitaciones que la empresa indique.

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A. ”

##### 3.1.1 Presupuesto invertido:

El presupuesto utilizado durante el proceso de implementación de las estrategias fue tomado desde un punto de vista que ayudara en las áreas correspondientes para que la empresa estuviera de acuerdo y aportara de forma inmediata los gastos a realizarse, siendo estos de beneficio para Litoflex.

El costo total del proyecto se valoró en Q11, 948.00 con la ayuda de la empresa y patrocinio brindado por profesionales en las redes sociales y recursos humanos, el epesista contribuyó en la asesoría brindada a la empresa en la comunicación interna y tocando algunos puntos en la comunicación externa-clientes la cual la empresa requería.

Los gastos invertidos quedaron determinados de la siguiente manera:

## PRESUPUESTO

Descripción	Costo unitario	Total	Financiamiento
Mantenimiento de fan page Facebook /Litoflexgt durante el proceso de EPS	Q 500.00	Q 500.00	Epesista
Una asesoría para la diagramación y edición de la página web	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Patrocinio
Honorarios del proveedor por el dominio web	Q 295.00	Q 295.00	Litoflex, S.A.
6 Marcadores de pizarrón para actualizar carteleras	Q 8.00	Q 48.00	Litoflex, S.A.
Una Resmilla de papel bond 80gm para actividades varias dentro de la empresa Litoflex	Q 30.00	Q 30.00	Litoflex, S.A.
Honorarios del Epesista	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Epesista
Asesoría para realización del Manual	Q 3,000.00	Q 3,000.00	Patrocinado
3 Manuales de normas y procedimientos para la contratación de nuevo personal	Q 25.00	Q 75.00	Litoflex, S.A.
<b>TOTAL DEL PROYECTO A REALIZAR</b>		<b>Q 11,948.00</b>	

Financiamiento	Total
Epesista	Q 6,500.00
Litoflex, S.A.	Q 448.00
Patrocinio	Q 5,000.00
	<b>Q 11,948.00</b>

### **3.1.2. Financiamiento:**

La empresa Litografía y Flexografía, S.A. facilitó la compra del material que se utilizó para la ejecución de las estrategias y las acciones que se trabajaron tomando en cuenta su uso en la empresa.

Se contó con un patrocinio el cual dio asesoría al epesista en el área de marketing y darle para poder darle un seguimiento correcto a la fan page de Facebook y la asesoría necesaria para la diagramación de la página web.

El epesista aportó su conocimiento para la realización del estudio durante los meses de práctica, determinando el flujo comunicacional en el que se encontraba Litoflex.

### **3.1.3. Beneficiarios:**

Durante el proceso de la implementación de las estrategias la empresa Litografía y Flexografía, S.A. fue una de las más beneficiadas dejando como testigo la comunicación interna con los colaboradores y los clientes, realizando reuniones para darles seguimiento a cada acción realizada.

La relación que la empresa creó con sus colaboradores ha sido un lazo más fuerte, implementando una comunicación más efectiva y directa con cada uno de sus colaboradores.

Como uno de los resultados que surgió en cuanto a las estrategias planteadas fue que el gerente empezó a realizar capacitaciones semanales tocando puntos comunicativos. El epesista inició dichas capacitaciones.

### 3.1.4. Recursos Humanos:

El personal de Litoflex colaboró desde al inició con el diagnostico, realizando la colaboración correspondiente a cada una de las actividades realizadas.

En cuanto a capacitaciones se asignó temas a los diferentes departamentos para capacitaciones iniciando con el epesista el cual presentó el trabajo realizado en las instalaciones.

<b>Personal</b>	<b>Puesto</b>	<b>Actividad</b>
<b>Edwin Paredes</b>	Gerente General	Apoyo para implementar las estrategias, adecuadamente y como capacitador.
<b>Melvin Estrada</b>	Contador General	Facilitar la compra de materiales a utilizar.
<b>Luis López, Allan Monterroso y Lizzy Castañeda</b>	Ventas	Generaron frases motivacionales
<b>Betssy Hernández y Josué Nuñez</b>	Pre- prensa, Diseño	Asesoría en imágenes para la página de facebook
<b>Gerson Cuyun</b>	Jefe de Planta	Facilitar el fotografiar al personal de planta y como capacitador.

### **3.1.5. Área geográfica de Acción:**

El plan de estrategias se llevó a cabo en la empresa Litografía y Flexografía, S.A. ubicada en la 17 Avenida 50-08 zona 12 Petapa, ciudad Guatemala.

## **3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS:**

Cada una de las estrategias con sus respectivas acciones se fueron desarrollando durante el proceso del ejercicio profesional supervisado, dando inicio desde el 2 de mayo y haciendo su culminación el 29 de julio del 2016.

Las estrategias fueron planificadas en base a los resultados que marcaron las encuestas realizadas en el diagnóstico, dando como respuesta la falta de comunicación dentro de la empresa.

### **3.2.1. PÁGINA WEB LITOFLEXGT [www.litoflexgt.com](http://www.litoflexgt.com) :**

Como parte de la presentación de una empresa es su imagen virtual, ya que por medio de está muchas personas se interesan al ver la información que estas necesitan.

Para poder tener una buena posición en la web se necesita colocar palabras claves que las personas utilizan diariamente, para que su búsqueda sea más asertiva.

Para el mercado virtual cada uno de los elementos de la diagramación son importantes, debiendo tener el riguroso cuidado de lo que se coloca y como se coloca.

**Objetivo comunicacional:**

Ayudar al mejoramiento comunicacional de los clientes tanto internos como externos, desarrollando una facilidad de contacto con la empresa.

**Descripción:**

La página web es una herramienta que muchas empresas no explotan y la empresa Litoflex tenía deshabilitada esta herramienta tan efectiva.

Se inició haciendo una recopilación de información de la empresa para la diagramación de la página en cuanto a lo que ésta debe llevar.

La información recabada se le mando a la empresa sub-contratada la cual tiene el dominio [www.litoflexgt.com](http://www.litoflexgt.com) y es por medio de esta que se realizan los cambios necesarios.

La empresa encargada de realizar dichos cambios esta sujeta a reuniones con gerencia de Litoflex y la persona encargada de manejar dichos diseños y montajes para la plantilla.

**Acciones desarrolladas: Mantenimiento de la página Web**

- a. Se realizó la recopilación de material para la alimentación de la página web.
  
- b. A la empresa sub-contratada se le envió la diagramación y la información para la alimentación de la página web, tomando en consideración cambios efectivos en el dominio.
  
- c. Se realiza la supervisión de la página semanal, para la revisión y aprobación de la información y detalles que la página web contenga.

## Imágenes o fotografías:



Screenshot: Epesista Jennyfer Telón

Página Web [www.litoflexgt.com](http://www.litoflexgt.com) desarrollada y puesta en función a los usuarios.



Página antes del desarrollo y diagramación de información.

### **3.2.2. FAN PAGE FACEBOOK/@LITOFLEXGT:**

Es otra de las herramientas virtuales que se utilizan para dar a conocer el quehacer de la empresa y es así como se puede explorar el mercado de miles de usuarios que al final les llamamos clientes externos y entre ellos también están los clientes internos o como bien decimos los colaboradores.

#### **Objetivo comunicacional:**

El objetivo de esta estrategia de comunicación digital didáctica es fortalecer la comunicación interna de los colaboradores de la empresa Litoflex, a través de post (publicaciones) educativos en donde se muestra el que hacer y sentir de Litografía y Flexografía, S.A.

#### **Descripción:**

Se iniciaron las publicaciones el día 3 de mayo, recopilando frases motivacionales para los colaboradores y clientes externos.

También se colocaron post con información de la empresa para dar a conocer nuestra visión, misión y objetivo empresarial, para que tanto como el colaborador y usuario- cliente conozcan más al respecto del quehacer de Litoflex.

Para esta página el epesista junto con el gerente establecieron que el personal de Litoflex aporte un granito de arena, dando ideas para el mantenimiento y captación de más usuarios- clientes, ya que solo en Guatemala hay más de 5 millones de personas conectadas a esta red social.

**Acciones desarrolladas:**

**a.** Se inició colocando lo más importante de la empresa, como la misión, visión y objetivo empresarial ya que es por este medio que las personas o usuarios pueden saber de la empresa que visitan.

**b.** Las siguientes publicaciones fueron informativas y motivacionales tanto para colaboradores como para clientes externos dando a conocer el lado humano de la empresa y la caracterización de nuevas ideas para la creación de productos innovadores.

**c.** Se compartió la página con los colaboradores y ellos la compartieron con sus amistades y otros usuarios futuros clientes, emprendedores de nuevos ideales en los cuales podría la empresa ser de suma importancia.

**d.** Se desarrolló una conexión usuario-cliente-empresa, tratando de integrar al departamento de ventas para una comunicación efectiva.

## Imágenes o fotografías:

The screenshot shows a Facebook page for 'Litografía y Flexografía S.A. - Litoflex'. The page features a cover photo with the company logo and the text 'Para ser FELIZ!'. A recent post from the page shows a photo of the company logo and text: 'Litografía y Flexografía S.A. - Litoflex agregó una foto nueva', '5,0 4 opiniones', 'Servicios profesionales - Ciudad de Guatemala', and 'A 28 amigos y 81 personas más les gusta esto'. The post has interaction buttons for 'Te gusta', 'Guardar', and 'Mensaje'. The page also displays navigation tabs (Página, Mensajes, Notificaciones, Estadísticas, Herramientas de publicación), a search bar, and a user profile for 'Jennyfer'. The right sidebar includes 'INFORMACIÓN' with a map, address, phone number, and website, and 'CONSEJOS PARA PÁGINAS' with tips on creating effective posts and using the page manager app.

Screenshot: Epesista Jennyfer Telón

Página de Facebook/@Litoflexgt. La epesista ha desarrollado nuevas ideas para las publicaciones de la fan page.



---

Foto: Gerson Cuyun

Epesista Jennyfer Telón y gerente de Litoflex Edwin Paredes

En la presentación del proyecto terminado

---

### **3.2.3. CARTELERAS Y NOMBRE DE LA EMPRESA:**

Como herramienta física para compartir información a los colaboradores de la empresa Litoflex es necesario difundir por el medio escrito- visual por medio de carteleras o pizarrones.

#### **Objetivo comunicacional:**

Que todo el personal interno se entere de los por menores que se dan dentro de la empresa, facilitando la comunicación interna y la divulgación de la información.

#### **Descripción:**

Hay dos carteleras ubicadas en dos puntos estratégicos con el fin de que la información sea divulgada con facilidad y que todos los colaboradores la puedan observar sin mayor problema.

Como medio de comunicación es efectivo ya que es una forma unidireccional donde recursos humanos colocan formas específicas o frases motivacionales para el personal y así informarles de los acontecimientos de último minuto.

En la entrada de la empresa se colocó el rotulo del nombre, dándole identificación a las personas que la visitan y así también a sus colaboradores.

**Acciones desarrolladas:**

- a.** Se limpiaron los pizarrones y se reestablecieron para su uso adecuado que se requería de cada uno de ellos.
  
- b.** Semanalmente se realizan publicaciones y frases motivacionales para el personal y así mismo se colocan los anuncios de último momento.
  
- c.** Las pizarras se limpian cada viernes con el fin de mantener la limpieza dentro de la empresa y se establece que el personal puede colocar alguna frase que en ellos quede bien para la armonía empresarial. .
  
- d.** En la entrada de la empresa en la recepción se colocó el nombre para que las personas visitantes identifiquen a Litoflex.

**Imágenes o fotografías:**

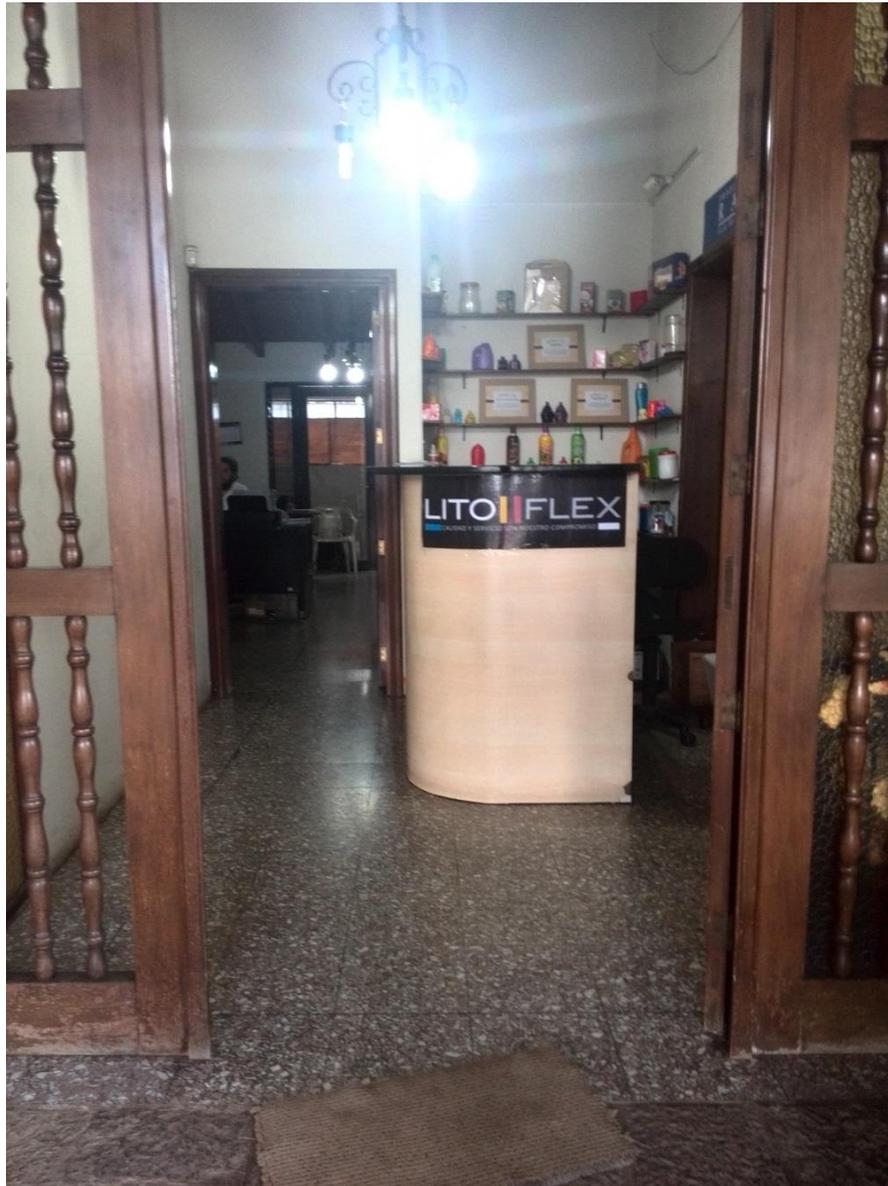


---

Foto: Gerson Cuyun

Epesista Jennyfer Telón en la presentación de la identificación de la empresa Litoflex al gerente Edwin Paredes.

---



---

Foto: Epesista Jennyfer Telón

Recepción de la empresa Litoflex, con la identificación de su nombre

---



---

Foto: Gerson Cuyun

Epesista Jennyfer Telón en la presentación de la cartelera al frente de Litoflex  
Edwin Paredes

---

### **3.2.4. MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS PARA EL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DEL PERSONAL Y CAPACITACIONES EN EL AREA COMUNICACIONAL:**

Se realizó un manual de normas y procedimientos para el reclutamiento del nuevo personal y junto con ello se desarrollaron capacitaciones para el personal interno del área de administración, haciendo uso efectivo de trabajos en equipo y la colaboración del gerente.

#### **Objetivo comunicacional:**

Fortalecer la comunicación interna del equipo de trabajo de la empresa Litoflex a base de capacitaciones y exposiciones de los trabajos realizados.

Contratar personal capacitado según el manual de normas y procedimientos del Departamento de Reclutamiento y Selección del personal en Litografía y Flexografía, S.A.

#### **Descripción:**

El manual de normas y procedimientos del departamento de reclutamiento y selección de personal de la empresa es una herramienta necesaria en cada empresa, ya que por medio de esto cuando hay una plaza vacante se puede llenar en base al perfil que se ha obtenido en el transcurso del tiempo, se irá actualizando cada seis meses con el fin de estar a la vanguardia de las perfilaciones de los puestos de trabajo en el área administrativa.

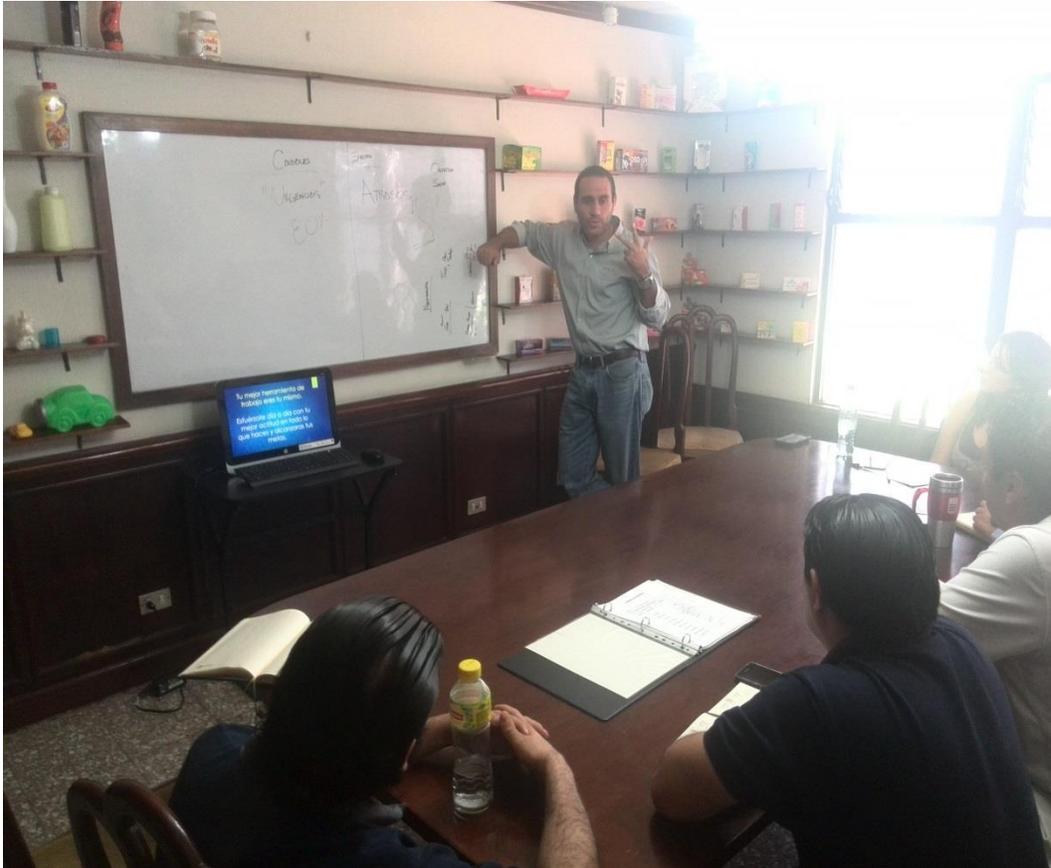
Las capacitaciones se realizan cada semana en un horario de oficina los días lunes o martes a las 8 am, por motivos ajenos a este es posible el cambio de horarios una vez se le informe al equipo administrativo de la empresa.

El motivo de las capacitaciones es abrir una comunicación entre los colaboradores ya que entre los mismos se carecía de esta.

**Acciones desarrolladas:**

- a. Se realizaron capacitaciones donde se expusieron temas relacionados con la comunicación interna y externa de la empresa Litografía y Flexografía, S. A.
- b. En la segunda capacitación se expusieron los temas por el cual la comunicación no era efectiva dentro de los mismos colaboradores, con el propósito de mejorar el área administrativa.
- c. Con el equipo de ventas se desarrollaron capacitaciones para poder asistir al cliente externo. Iniciando con el tema Neuromarketing.
- d. En base al Manual de Normas y Procedimientos del Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal en Litografía y Flexografía, S.A. se llevará el proceso de implementación una vez este una plaza vacante o se necesite una plaza nueva.

## Imágenes o fotografías:



---

**Foto: Epesista Jennyfer Telón**

**Primera capacitación al equipo administrativo de la empresa Litoflex**

**Tema: " La comunicación "**

---



---

**Foto: Epesista Jennyfer Telón**  
**Capacitación, equipo administrativo de la empresa Litoflex.**

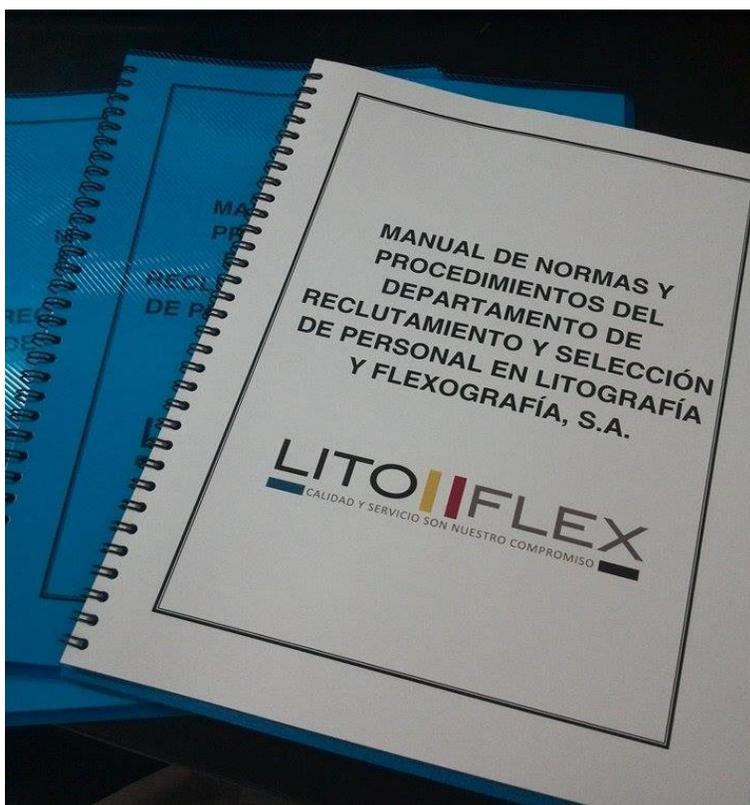
---



---

**Foto: Epesista Jennyfer Telón**  
**Capacitación al equipo administrativo de la empresa Litoflex**

---

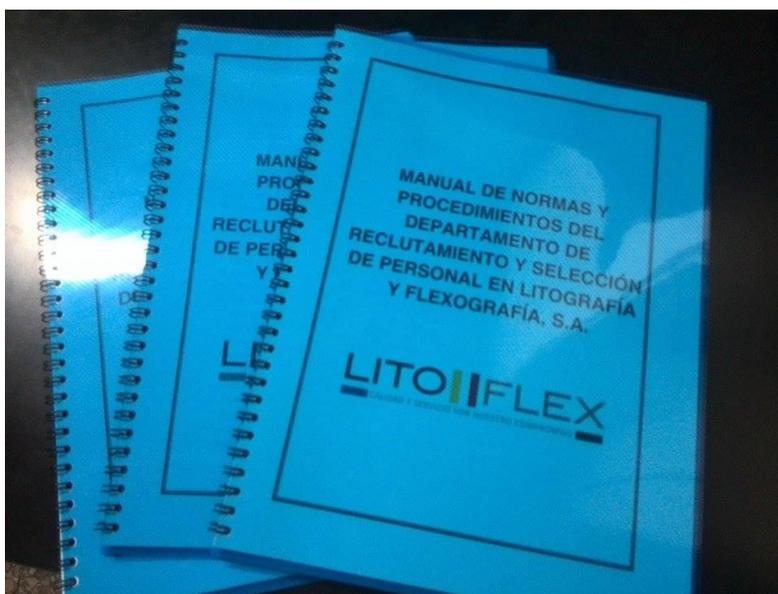


---

Foto: Epesista Jennyfer Telón

**Manual de Normas y Procedimientos del Departamento de Reclutamiento y Selección de personal en Litografía y Flexografía, S.A.**

---



### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

#### EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Ejecución del Plan comunicacional,  
Litografía y Flexografía, S.A.

No.	ACTIVIDAD	Mayo/ Semanas					Junio/ Semanas				Julio/Semanas			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Publicaciones en la página de Facebook / @Litoflexgt													
2	Fotografías para las insertar en las redes sociales													
3	Asesoramiento para la diagramación de página web													
4	Edición y diagramación de la pagina Web													
5	Entrega de material a empresa sub-contratada para la página web													
6	Limpieza de carteleras (pizarrones)													
7	Colocación de material en cartelera													
8	Presentación de página Web <a href="http://www.litoflexgt.com">www.litoflexgt.com</a> a gerencia													
9	Supervisión de Prácticas													
10	Culminación de prácticas													

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO:

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><b>Página web</b>  <a href="http://www.litoflexgt.com">www.litoflexgt.com</a></p> <p><u>Objetivo:</u>  Ayudar al mejoramiento comunicacional de los clientes tanto internos como externos, desarrollando una facilidad de contacto con la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los mensajes recibidos eran del 1 a 2 semanales y con la elaboración de una nueva plantilla en la página se aumentó, ya que se reciben de 10 a 15 mensajes de futuros clientes.</li> <li>• Entre los colaboradores de la empresa ninguno había visitado la página alguna vez, a raíz de la presentación a los empleados de 25 se pudo dar el conteo que 23 de estos la visitaron al salir.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La estructura de la página nos ha ayudado a la captación de mas clientes y así se va a aumentar la cartera que tenemos le indico el señor Luis López a la epesista Jennyfer Telón.</li> <li>• El diseñador de la empresa Litoflex indico que para mantener la página en ese estado debemos de revisar semanalmente la información y así tener una buena diagramación.</li> <li>• En la primera capacitación que la epesista realizó los colaboradores visitaron la página.</li> </ul>

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><b>Las Carteleras</b></p> <p><u>Objetivo:</u>  Que el personal interno se entere de los pormenores que se dan dentro de la empresa, facilitando la comunicación y divulgación de la información.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las carteleras contienen semanalmente una frase motivadora de la cual todo el personal se percató de ello, y personal de otras empresas hermanas dando como resultado la captación de más de 25 personas sin contar el área de planta de Litoflex.</li> <li>• De los 30 colaboradores 10 están en el área administrativa los cuales son los que revisan las carteleras para saber los nuevos avisos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se colocan avisos con diferentes colores para la mejor recepción de ellos indicó recursos humanos.</li> <li>• Los avisos ahora si los vemos ya que colocaron mejor las carteleras, en un lugar visible nos comentó Allan Monterroso.</li> <li>• Un mensajero leyó las frases e indico que muy buena técnica de motivación y no solo para el personal de la empresa sino para las personas que la visitaban.</li> </ul>

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><b>Fan Page Facebook/ @Litoflexgt</b></p> <p><u>Objetivo:</u> Fortalecer la comunicación interna de los colaboradores de la empresa Litoflex a través de publicaciones educativas en donde se muestra el que hacer y sentir de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los likes subieron un 4% a partir de las publicaciones realizadas desde el 3 de mayo, tomando en cuenta que la pagina tenía solo 74 likes y esta aumento a 118.</li> <li>• Las visitas a la página eran no más de 15 por publicación, hoy en día pasan de las 150 visitas.</li> <li>• Las personas alcanzadas son entre 150 y 200 por cada una de los post realizados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las frases motivacionales nos han parecido muy buenas, ya que nos hace reflexionar sobre lo escrito en ellas, indicaron a la epesista los colaboradores en la segunda capacitación al personal realizada en septiembre 2016.</li> <li>• La información acerca de la litografía ha sido de mucho interés, indicó Marilé Mazariegos un usuario de la red.</li> <li>• Siempre es bueno aprender algo nuevo, mencionó Edwin Paredes, gerente de Litoflex.</li> </ul>

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><b>Manual de normas y procedimientos para el reclutamiento y selección de personal para la empresa Litografía y Flexografía, S.A. y Capacitaciones</b></p> <p><u>Objetivo:</u> Fortalecer la comunicación del equipo de trabajo por medio de capacitaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se establecieron semanalmente con el área de administración.</li> <li>• Los colaboradores cuentan con personas capacitadas que brindan las capacitaciones dentro del plantel.</li> <li>• Se elaboraron 3 manuales para la gerencia general, comercial y administrativa, para así poder realizar un proceso de reclutamiento y selección de personal adecuado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nos ayudan para la comunicación, ya que siendo un grupo pequeño aún nos falta poder hablar directamente unos con los otros. Personal de ventas de la empresa Litoflex.</li> <li>• Los temas como la comunicación, la publicidad y la comunicación con el cliente externo desglosa las opciones de subtemas que se han estado desarrollando. Nos indicó Gerson Cuyun gerente de planta.</li> <li>• Gerente comercial indicó que este manual le servirá como base para la contratación de nuevo personal en su área respectiva, utilizando los perfiles que allí indica.</li> </ul>

## CONCLUSIONES

- La comunicación interna de la empresa Litografía y Flexografía, S.A. se puede catalogar hoy en día como adecuada, la información fluye de manera correcta en forma general, pero en algunas áreas no funciona en todos los sentidos
- Los canales de comunicación interna en la empresa son varios entre ellos, verbales, redes sociales, grupos en las aplicaciones de celulares, correos electrónicos, carteleras. La comunicación muchas veces es distorsionada ya que no es transmitido el mensaje correctamente.
- En muchos casos el flujo comunicacional tanto descendente como ascendente prefieren la utilización en la comunicación la de correos electrónicos una vez sean confirmados y entendidos de parte del receptor.
- Siendo la comunicación la principal herramienta en las empresas, esta es amplia para ser transmitida de distintas formas, una vez el emisor y receptor estén en el mismo canal, el mensaje será transmitido en un manera fácil y recíproca.
- En Litografía y Flexografía, S.A. se requirió que el colaborador se sintiera parte de la empresa o identificado con ella, para poder realizar sus funciones sin prejuicio alguno.

## RECOMENDACIONES

- Con base a las conclusiones anteriores, se recomienda el establecer juntas o reuniones periódicamente, con el fin de compartir información de lo que cada departamento administrativo necesita y así mismo requerir la colaboración e interacción de los mismos.
- Es importante que dentro de la empresa se aprovechen los espacios disponibles para la colocación de información como memorándums, avisos de últimas horas, y utilizando siempre la cartelera, ya que son herramientas comunicativas y físicas que el personal puede notar.
- Se le recomienda a la persona encargada de las redes sociales y la página Web mantenerla actualizada, ya que por ese medio es posible la captación de más clientes y también la colaboración del personal en cuanto al uso correspondiente.
- Se deberá evitar intermediarios en cuanto a la comunicación entre departamentos o áreas administrativas. Para no tener confusiones que compliquen la comunicación verbal.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Abdick:** Máquina manual utilizada en la litografía.
- **Administrar:** Ordenar y decidir la economía de una persona o una institución.
- **Asertivo:** Es sinónimo de afirmativo.
- **Capacitación:** Acción de proporcionarle a una persona nuevos conocimientos y herramientas para que desarrolle al máximo sus habilidades y destrezas en el desempeño de una labor.
- **Cartelera:** Armazón con superficie adecuada para fijar los carteles o anuncios públicos.
- **Colaboradores:** Es el rol del emprendedor es vital en una compañía, pues este asume el liderazgo que debe proyectar a todos los integrantes de la empresa.
- **Compromiso:** Obligación contraída por una persona que se compromete o es comprometida a algo.
- **Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- **Consumo:** Acción y efecto de gastar, bien sean productos, bienes o servicios, para satisfacer necesidades primarias y secundarias.
- **Conflictividad:** Psicológicamente es una serie de circunstancias problemáticas.
- **Culminación:** Situación de lo que ha llegado a su punto más favorable o intenso.
- **Clientes:** Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa o que compra habitualmente en un comercio.
- **Ejecución:** Realización de una acción, especialmente en cumplimiento de un proyecto, un encargo o una orden.

- **Escueta:** Que es simple, sin adornos, detalles superfluos ni cosas innecesarias.
- **Focus Group:** Grupos Focales de trabajos.
- **Foil:** Material litográfico metálico en diferentes colores el cual se utiliza en estampados.
- **Flexografía:** es un sistema de impresión característico, se emplea un método semejante al de un sello de imprenta. En este sistema de impresión se utilizan tintas líquidas caracterizadas por su gran rapidez de secado.
- **Herramientas:** Instrumento que permite realizar ciertos trabajos; estos objetos fueron diseñados para facilitar la realización de una tarea.
- **Importaciones:** Transporte legítimo de bienes y servicios del extranjero los cuales son adquiridos por un país para distribuirlos en el interior de este.
- **Inactivo:** Que no desarrolla ninguna actividad, trabajo o movimiento.
- **Integrante:** Que forma, junto con otros elementos, un conjunto.
- **Ítems:** En registros de habla muy formal sirve para expresar una adición o una añadidura que se hace sobre algo.
- **Litoflex:** Nombre comercial de la empresa Litografía y Flexografía, S.A.
- **Litografía:** Es una técnica de impresión que consiste en la reproducción a través de impresión de lo grabado o lo dibujado.
- **Mantenimiento:** Conservación de una cosa en buen estado o en una situación determinada para evitar su degradación.
- **Óptimo:** Extraordinariamente bueno o el mejor, especialmente en lo que se refiere a las condiciones o características de una cosa, por lo cual resulta muy difícil o imposible encontrar algo más adecuado.

- **Oscilar:** Moverse alternativamente, primero hacia un lado y luego hacia el contrario desde una posición de equilibrio determinada por un punto fijo o un eje.
- **Sujetos Pasivos:** Concepto administrativo que se utiliza para designar a aquellas personas que siguen dentro del espacio laboral pero que ya no desempeñan en él tareas o acciones determinantes.
- **Tecnología:** Producto de la ciencia y la ingeniería que envuelve un conjunto de instrumentos, métodos, y técnicas que se encargan de la resolución del conflicto.
- **Ventas:** Es la entrega de productos o servicios a cambio de dinero.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cuellar Rodriguez, M. L. (2011). *Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna*. Guatemala.
- Halperin, J. (2007). La entrevista Periodística. En *Intimidades de la conversacion pública* (pág. 23). Buenos Aires, Argentina: Editorial Aguilar.
- Litoflex. (2015). *Organigrama Estructural*. Guatemala.
- Marin, R. (18 de 02 de 2016). Maquinaria . (J. Telon, Entrevistador)
- Mazariegos, M. (17 de 02 de 2016). Alianzas entre empresas. (J. Telón, Entrevistador)
- Ramos, E. (s.f.). *Gestiopolis*. Recuperado el 20 de 02 de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Soria, E. P. (16 de 02 de 2016). Antecedentes, Litoflex. (J. Telon, Entrevistador)
- Telón, J. (Febrero de 2016). Guatemala.
- Halperin, J. (2007). La entrevista Periodística. En *Intimidades de la conversacion pública* (pág. 23). Buenos Aires, Argentina: Editorial Aguilar.
- Litoflex. (2015). *Organigrama Estructural*. Guatemala.
- Mazariegos, M. (17 de 02 de 2016). Alianzas entre empresas. (J. Telón, Entrevistador)
- Muniz, R. (2016). *Marketing siglo XXI*. Recuperado el 13 de 04 de 2016, de <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>
- Ramos, E. (s.f.). *Gestiopolis*. Recuperado el 20 de 02 de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Soria, E. P. (16 de 02 de 2016). Antecedentes, Litoflex. (J. Telon, Entrevistador)
- Telón, J. (Febrero de 2016). Guatemala.

## E- GRAFÍA

- [www.facebook.com/litoflexgt](http://www.facebook.com/litoflexgt)
- <http://comunicacion-ma.blogspot.com/2011/06/comunicacion-intrapersonal.html>
- <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- <http://www.buenosnegocios.com/notas/448-9-herramientas-utiles-la-comunicacion-interna>
- <http://www.definicionabc.com/general/litografia.php>
- <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis210.pdf>

## ANEXOS

- Manual de Normas y Procedimientos del departamento de Reclutamiento y Selección de Personal en Litografía y Flexografía, S.A.
- Registro de horas de Prácticas Supervisadas.

# **MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DEL DEPARTAMENTO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL EN LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A**



## **MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DEL DEPARTAMENTO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL EN LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A.**

---

### **1. Objetivos del Manual**

#### **1.1 General**

Proveer de un instrumento técnico que defina los lineamientos que se deben tomar en cuenta para las actividades del proceso de reclutamiento y selección de personal del Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal, en cumplimiento de las políticas de Litografía y Flexografía, S.A.

#### **1.2 Específicos**

Crear la base de datos de candidatos idóneos que cumplan con los requisitos de las plazas vacantes en Litografía y Flexografía, S.A.

### **2. Ámbito de Aplicación**

Su aplicación es obligatoria para todo el personal que labora en el Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal de Litografía y Flexografía, S.A.

### **3. Base Legal**

3.1 Código de Trabajo Decreto 1441 del Congreso de la República de Guatemala

### **4. Monitoreo y seguimiento del Manual**

Para garantizar la vigencia y efectividad del Manual, el Jefe o Encargado del Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal, deberá mantener un proceso constante de revisión y solicitar la actualización oportuna para realizar la inclusión de ajustes y modificaciones que se consideren pertinentes, debiendo efectuarse cada vez que cualquiera de las normas y procedimientos establecidos lo requieran.

**5. Normas generales para el reclutamiento y selección de personal**

- 5.1 El proceso de reclutamiento y selección de personal da inicio cuando un puesto se declare vacante y sea necesaria su ocupación solicitado el personal a través del formato "REQUERIMIENTO DE PERSONAL (Ver anexo No. 1)
- 5.2 Se consideran vacantes los puestos que no se encuentren ocupadas por alguna de las siguientes causas:
- a. Renuncia
  - b. Destitución o remoción
  - c. Ascensos
  - d. Abandono de labores
  - e. Fallecimiento
  - f. Vencimiento del plazo "Contrato Individual de Trabajo Verbal"
  - g. Rescisión de "Contrato Individual de Trabajo Verbal"; y
  - h. Plaza nueva

5.3 El Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal, deberá basarse en el perfil de puesto administrativo, especificado en "DESCRIPCION DE PUESTOS" (Ver Anexo No. 2-9) y otros requisitos establecidos.

5.4 El Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal, realiza los procedimientos de reclutamiento y selección en aquellos puestos que se encuentren vacantes y se necesiten de acuerdo a la operatoria ser cubiertos.

5.5 Al declararse un puesto vacante según la norma 5.1 del presente Manual, en alguna de las unidades administrativas u operativas de Litografía y Flexografía, S.A., se procederá de la siguiente manera:

**Convocatoria Interna**

5.6 La publicación de la convocatoria interna se realizara por los medios utilizados por Litografía y Flexografía, S.A., para divulgación de información.

5.7 De existir un único candidato interno, será considerado entre los aspirantes de la convocatoria externa que se realice.

**Convocatoria Externa**

5.8 Se realiza convocatoria externa, cuando no se cumpla con el mínimo de candidatos internos, ni se tenga suficientes expedientes en la base de datos.

5.9 La publicación de la convocatoria puede realizarse en diarios de circulación nacional, páginas web dedicadas al reclutamiento de personal y otros medios que se consideren apropiados.

5.9.1 Se tomara en cuenta los referidos por los empleados de la empresa, que es un sistema de reclutamiento de bajo costo, alto rendimiento y bajo índice de tiempo. Las organizaciones que estimulan a sus empleados a presentar o recomendar candidatos está utilizando uno de los vehículos más eficientes y de mayor cobertura, ya que llega al candidato a través del empleado que, al recomendar amigos o conocidos, se siente con prestigio ante la organización y ante el candidato presentado. Además, según la manera de desarrollar el proceso, se vuelve corresponsable ante la empresa por la admisión del candidato. Esta presentación de candidatos de los empleados refuerza la organización informal y crea condiciones de colaboración con la organización formal.

5.10 De no existir personal interno o referido, que cumpla con los requisitos del perfil del puesto vacante, se procederá a realizar una selección de los candidatos que se encuentren en la base de datos de personas que hayan llenado su solicitud y cumplan con los requisitos establecidos.

5.11 Las convocatorias internas o externas, deberán especificar la naturaleza y perfil del puesto, unidad a la que pertenece, horario, salario, fecha de inicio y la documentación a presentar por el aspirante.

## **6. Normas específicas para el reclutamiento y selección de personal**

Luego de aplicada la técnica elegida para el reclutamiento de personal, la empresa selecciona las hojas de vida o solicitudes de empleo que considere adecuadas (la empresa, puede también recibir de parte de los candidatos interesados solicitudes que de ser interesantes, se archivan para casos de requerimientos posteriores)

6.1 Los candidatos deben completar el formato de "SOLICITUD DE EMPLEO" (Ver anexo No. 10)

6.1.1 Los expedientes que no califiquen de acuerdo al perfil de la plaza vacante actual, pero si para otras, serán archivados en la base de datos del Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal, para un futuro.

6.1.2 El Jefe del Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal, verifica que los expedientes contengan los requisitos solicitados en la convocatoria y la información actualizada, caso contrario serán excluidos del proceso.

6.1.3 Para iniciar con el procedimiento de selección de personal se debe tener un mínimo de candidatos elegibles por cada puesto, que se establecerán en cada convocatoria.

## **7. Entrevista de Clasificación**

Los candidatos preseleccionados en el proceso de reclutamiento son entrevistados para comprobar si cumplen los requisitos y calificaciones anunciadas. Esta entrevista es corta y superficial y separa a los candidatos que seguirán el proceso de verificación de los no elegibles.

## **8. Verificación de Datos y Referencias**

El jefe del Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal, hará la verificación de datos y referencias. Debe ser escéptico con respecto a las referencias personales, que por lo general serán suministradas por los amigos y familiares del solicitante.

Las referencias laborales difieren de las personales, las primeras describen la trayectoria del solicitante en el campo de trabajo. El Jefe del Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal debe desarrollar la técnica de depuración de la información, que depende del grado de confiabilidad de los informes recibidos, ya que pueden no ser muy objetivos los comentarios de los anteriores superiores del candidato, en especial cuando describen aspectos negativos del mismo.

## **9. Entrevista con el Supervisor**

El supervisor o el gerente del área interesada tendrá la responsabilidad de decidir respecto a la contratación de los nuevos empleados. El supervisor es la persona más idónea para evaluar las habilidades y conocimiento técnicos de solicitante. El papel del departamento de Reclutamiento y Selección de Personal, consiste en proporcionarle a la gente más idónea.

El supervisor, tendrá la obligación psicológica de ayudar al recién llegado y será, en parte, su responsabilidad si éste no tiene un desempeño satisfactorio.

## **10. Descripción realista del puesto**

Cuando el solicitante tiene expectativas equivocadas sobre su futura posición, el resultado es casi siempre negativo. Para evitar esto, es necesario llevar a cabo una "familiarización" con el equipo y los instrumentos que se van a utilizar, tendrá una capacitación en el mismo lugar de trabajo.

Está demostrado que la rotación disminuye cuando se advierte a los futuros empleados las realidades menos atrayentes de su futura labor, sin descartar sólo los aspectos positivos.

## **11. Decisión de Contratar**

Este es el final del proceso de selección. Puede corresponder esta responsabilidad al futuro supervisor del candidato o al Departamento de Reclutamiento y Selección de Personal.

Con el fin de mantener la buena imagen de la organización es importante comunicarse con los solicitantes que no fueron seleccionados. De ellos puede surgir un candidato para otro puesto, por eso es conveniente conservar los expedientes de los solicitantes, para constituir un valioso banco de recursos humanos potenciales.

También deben conservarse todos los documentos que conciernen al candidato aceptado, lo que constituirá el legajo personal.

**El resultado final se traduce en el nuevo personal contratado. Si los elementos anteriores a la selección se consideraron cuidadosamente y los pasos de la selección se llevaron a cabo en forma adecuada, lo más probable que el empleado sea idóneo para el puesto y lo desempeñe productivamente.**

# ANEXOS

## REQUERIMIENTO DE CONTRATACION DE PERSONAL

LUGAR Y FECHA:

NOMBRE DE PLAZA VACANTE:

DEPARTAMENTO A LA QUE PERTENECE LA PLAZA VACANTE:

OBJETVO DE LA PLAZA:

JORNADA LABORAL DE LA PLAZA:

NOMBRE Y FIRMA DEL SUPERVISOR SOLICITANTE:

NOMBRE Y FIRMA DEL GERENTE QUE AUTORIZA:



Anexo No. 2 Formato de "DESCRIPCIÓN DE PUESTO"

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Secretaria/ Receptcionista</b>
<b>Requisitos del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Edad comprendida entre 18 años y 35 años</li> <li>❖ Escolaridad título de Secretaria bilingüe, comercial u oficinista, Perito Contador</li> <li>❖ Sexo femenino</li> <li>❖ Experiencia en manejo de planta telefónica, fotocopiadora, Scanner</li> <li>❖ Sólidos conocimientos en computación, manejo de Office</li> <li>❖ Manejo de agendas</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerente General</li> </ul>
<b>Responsabilidades del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Recepción de documentos</li> <li>❖ Realizar labor de cobros</li> <li>❖ Compra de librería para material administrativo</li> <li>❖ Cotizaciones de repuestos</li> <li>❖ Reportes</li> <li>❖ Archivo de Boucher de pagos</li> <li>❖ Entrega de cheques a los proveedores</li> <li>❖ Realización de documentos IGSS</li> <li>❖ Archivos de facturas, envíos, contraseñas y papelería de los colaboradores</li> </ul>
<b>Relación con otras áreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Contabilidad</li> <li>❖ Jefe de producción</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Espíritu de superación</li> <li>❖ Trabajar bajo presión</li> <li>❖ Disposición para trabajar en equipo</li> <li>❖ Habilidades comunicativas y escucha activa</li> <li>❖ Alto grado de honradez, responsabilidad y compromiso</li> </ul>
<b>Horario de Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ De lunes a Viernes</li> <li>❖ Diurno 8:00 a 17:00 Horas</li> </ul>



Anexo No. 3 Formato de "DESCRIPCIÓN DE PUESTO"

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Contador General y/o Auxiliar de contabilidad</b>
<b>Requisitos del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Edad comprendida entre 25 años y no mayor de 50 años</li> <li>❖ Sexo Masculino</li> <li>❖ Graduado de Contador Público y Auditor o Administrador de Empresas.</li> <li>❖ Contador Autorizado.</li> <li>❖ Experiencia mínima de 3 años en auditoría interna</li> <li>❖ Dominio de Programas de Office con énfasis en Excel.</li> <li>❖ Conocimiento de la legislación fiscal y laboral</li> <li>❖ Capacidad de análisis y síntesis.</li> <li>❖ Análisis financiero</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerente General</li> </ul>
<b>Responsabilidades del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Manejo de cuentas por pagar</li> <li>❖ Manejo de cuentas por cobrar</li> <li>❖ Inventarios</li> <li>❖ Conciliaciones bancarias</li> <li>❖ Retenciones IVA</li> <li>❖ Declaraciones ante la SAT</li> <li>❖ Pago de planillas</li> <li>❖ Emisión de cheques</li> <li>❖ Distribución de rutas de mensajería</li> <li>❖ Implementación de planes contables para mejorar área financiera</li> </ul>
<b>Relación con otras áreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Producción</li> <li>❖ Gerencia General</li> <li>❖ Secretaria</li> <li>❖ Mensajería</li> <li>❖ Pre- prensa</li> <li>❖ ventas</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Trabajar bajo presión</li> <li>❖ Capacidad de adaptación a los cambios</li> <li>❖ Sólidos conocimientos en computación Office</li> <li>❖ Alto grado de honradez, responsabilidad y compromiso</li> <li>❖ Disposición para trabajar en equipo</li> <li>❖ Manejo de personal</li> </ul>
<b>Horario de Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ De lunes a viernes</li> <li>❖ Diurno 8:00 a 17:00 Horas</li> </ul>



Anexo No. 4 Formato de  
"DESCRIPCIÓN DE PUESTO"

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Vendedores</b>
<b>Requisitos del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Título a nivel medio con estudios universitarios en mercadeo, Administración de Empresas o carrera afín</li> <li>❖ Hombre o mujer de 22 años en adelante</li> <li>❖ Indispensable experiencia en ventas de 1 a 2 años</li> <li>❖ Poseer vehículo propio</li> <li>❖ Conocimiento en la industria litográfica</li> <li>❖ Desarrollo de negociaciones con gerencias medias y altas</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Supervisor de ventas</li> </ul>
<b>Responsabilidades del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Realizar labor de ventas</li> <li>❖ Fomentar iniciativa para crecimiento de cartera- clientes</li> <li>❖ Reportes de carga laboral</li> <li>❖ Seguimiento a clientes</li> </ul>
<b>Relación con otras áreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pre – prensa</li> <li>❖ Producción</li> <li>❖ Secretaría</li> <li>❖ Contabilidad</li> <li>❖ Gerencia</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ordenado</li> <li>❖ Con actitud de crecimiento</li> <li>❖ Alto nivel de competitividad, dinámico</li> <li>❖ Gusto por las ventas</li> <li>❖ Excelentes relaciones interpersonales</li> </ul>
<b>Horario de Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ De lunes a viernes</li> <li>❖ Diurno 8:00 a 17:00 Horas</li> </ul>



Anexo No. 5 Formato de  
"DESCRIPCIÓN DE PUESTO"

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Supervisor de Ventas</b>
<b>Requisitos del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pensum cerrado o graduado en Mercadeo, Administración de Empresas, Ingeniero Industrial o carrera afín</li> <li>❖ Experiencia en ventas de 2 a 3 años</li> <li>❖ Poseer vehículo propio en buen estado</li> <li>❖ Conocimiento en la industria litográfica</li> <li>❖ Desarrollo de negociaciones con gerencias medias y altas</li> <li>❖ Manejo de personal</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerente Comercial</li> </ul>
<b>Responsabilidades del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Análisis de resultados</li> <li>❖ Supervisión de ventas y personal a cargo</li> <li>❖ Conocimiento en el uso del sistema operativo</li> <li>❖ Creación, implementación, ejecución y control de proyectos para ventas.</li> <li>❖ Pre – prensa</li> <li>❖ Producción</li> <li>❖ Secretaría</li> <li>❖ Contabilidad</li> <li>❖ Gerencia</li> </ul>
<b>Relación con otras áreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pre – prensa</li> <li>❖ Producción</li> <li>❖ Secretaría</li> <li>❖ Contabilidad</li> <li>❖ Gerencia</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ordenado</li> <li>❖ Con actitud de crecimiento</li> <li>❖ Alto nivel de competitividad, dinámico y</li> <li>❖ Gusto por las ventas</li> <li>❖ Excelentes relaciones interpersonales</li> </ul>
<b>Horario de Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ De lunes a viernes</li> <li>❖ Diurno 8:00 a 17:00 Horas</li> </ul>



Anexo No. 6 Formato de "DESCRIPCION DE PUESTO"

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Gerente Comercial</b>
<b>Requisitos del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Graduado a nivel universitario de las carreras de Mercadeo, Administración de Empresas, Ingeniero Industrial o carrera afín</li> <li>❖ Indispensable experiencia en ventas de 3 a 5 años</li> <li>❖ Poseer vehículo propio en buen estado</li> <li>❖ Conocimiento en la industria litográfica</li> <li>❖ Desarrollo de negociaciones con gerencias medias y altas</li> <li>❖ Manejo de personal</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerente General</li> </ul>
<b>Responsabilidades del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Análisis de resultados</li> <li>❖ Supervisión de ventas y personal</li> <li>❖ Creación, implementación, ejecución y control de proyectos para ventas.</li> <li>❖ Cotizaciones según ficha técnica del cliente</li> <li>❖ Optimización de costos e innovación de ideas</li> </ul>
<b>Relación con otras áreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pre – prensa</li> <li>❖ Producción</li> <li>❖ Secretaría</li> <li>❖ Contabilidad</li> <li>❖ Gerencia General</li> <li>❖ Ventas</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ordenado</li> <li>❖ Alto nivel de competitividad, dinámico y gusto por las ventas</li> <li>❖ Excelentes relaciones interpersonales</li> <li>❖ Manejo de personal</li> <li>❖ Habilidad numérica y de análisis</li> </ul>
<b>Horario de Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ De lunes a viernes</li> <li>❖ Diurno 8:00 a 17:00 Horas</li> </ul>



Anexo No. 7 Formato de "DESCRIPCION DE PUESTO"

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Jefe de Producción</b>
<b>Requisitos del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Edad comprendida entre 25 años y no mayor de 50 años</li> <li>❖ Con estudios en Ingeniería industrial, Administración de Empresas o carrera a fin.<sup>1</sup></li> <li>❖ Sexo Masculino</li> <li>❖ Experiencia mínima 5 años en manejo litográfico</li> <li>❖ Experiencia en compra de materiales e insumos</li> <li>❖ Manejo de bodega y recepción de materiales</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerente General, Gerente Comercial</li> </ul>
<b>Responsabilidades del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Control de compras de materia prima e insumos</li> <li>❖ Control de recepción de materia prima e insumos</li> <li>❖ Verificación de procesos en la impresión de materiales</li> <li>❖ Manejo de personal</li> </ul>
<b>Relación con otras áreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pre- prensa</li> <li>❖ Ventas</li> <li>❖ Gerencia General</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ordenado</li> <li>❖ Trabajar bajo presión</li> <li>❖ Coordinación de tiempos</li> <li>❖ Manejo y comunicación del personal</li> <li>❖ Disponibilidad de aprender</li> </ul>
<b>Horario de Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ De lunes a viernes</li> <li>❖ Diurno 7:00 a 17:00 Horas</li> </ul>
<b>Normas Internas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Dentro de la planta de producción no se debe usar el teléfono móvil</li> <li>❖ No es permitido el uso de anillos, relojes dentro de la planta de producción</li> <li>❖ Dentro de la planta no se pueden ingerir alimentos</li> </ul>

<sup>1</sup> Exceptuando que la persona tenga experiencia en el manejo de la planta de producción y personal a su cargo al menos de 30 personas. También se tomara en cuenta el manejo y control de compras de materia prima e insumos.



Anexo No. 8 Formato de "DESCRIPCIÓN DE PUESTOS"

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Bodeguero</b>
<b>Requisitos del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Edad comprendida entre 20 años y no mayor de 40 años</li> <li>❖ Título a nivel diversificado</li> <li>❖ Sexo masculino</li> <li>❖ Experiencia manejo de bodega</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerente General, jefe de producción</li> </ul>
<b>Responsabilidades del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Realización de compras de materia prima e insumos</li> <li>❖ Recepción de materia prima e insumos</li> <li>❖ Realización de fichas técnicas para requerimiento de material</li> <li>❖ Despacho de material</li> <li>❖ Producción</li> <li>❖ Ventas</li> </ul>
<b>Relación con otras áreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerencia general</li> <li>❖ Contabilidad</li> <li>❖ Planificación y Desarrollo</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ordenado</li> <li>❖ Actitud de superación y crecimiento</li> <li>❖ Honrado, comprometido</li> <li>❖ Puntual</li> </ul>
<b>Horario de Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ De lunes a viernes</li> <li>❖ Diurno 7:00 a 17:00 Horas</li> </ul>



Anexo No. 9 Formato de "DESCRIPCIÓN DE PUESTOS"

<b>Nombre del Puesto</b>	<b>Pre- Prensa / Diseño</b>
<b>Requisitos del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Edad comprendida entre 20 años y no mayor de 40 años</li> <li>❖ Estudios universitarios en Diseño Gráfico, publicidad o carrera a fin</li> <li>❖ Sexo indiferente</li> <li>❖ Experiencia en diseño litográfico</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerente General</li> </ul>
<b>Responsabilidades del Puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Realización de guías de troquel</li> <li>❖ Realizar dommies</li> <li>❖ Fecha de productos</li> <li>❖ Montaje de materiales</li> <li>❖ Solicitud de elementos a proveedores</li> <li>❖ Ingreso de datos al sistema</li> <li>❖ Elaboración de artes y/o creación de los mismos</li> <li>❖ Mantener en orden y limpio el lugar de trabajo</li> <li>❖ Colaborar en las áreas donde sea necesario</li> <li>❖ Producción</li> <li>❖ Ventas</li> </ul>
<b>Relación con otras áreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerencia</li> <li>❖ Contabilidad</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ordenado</li> <li>❖ Honradez</li> <li>❖ Actitud de aprender</li> <li>❖ Habilidades con la creación de diseños</li> </ul>
<b>Horario de Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ De lunes a viernes</li> <li>❖ Diurno 7:30 a 17:00 Horas</li> </ul>

Anexo No. 10 Formato de "SOLICITUD DE EMPLEO"



LUGAR Y FECHA \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DEL CANDIDATO**

Apellidos	Nombre		
Dirección			
Ciudad	Estado Civil	Sexo	
Edad	Teléfonos		
Padece de alguna enfermedad	¿Toma algún medicamento con regularidad?		
¿Es alérgico a algún medicamento?			
Fecha disponible para iniciar labores			
Puesto al que desea optar			
DPI	NACIONALIDAD	Fecha de nacimiento	
¿Ha trabajado alguna vez para esta empresa?	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Si es así, ¿cuándo?
¿Trabaja algún familiar en esta empresa?	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Si es así, ¿quién?
¿Le han acusado de algún delito alguna vez?	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	En caso afirmativo, explíquelo
¿Tiene antecedentes penales?	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	En caso afirmativo, explíquelo
¿Tiene antecedentes policíacos?	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	En caso afirmativo, explíquelo
Fuma:	Toma bebidas alcohólicas:		
Actividades Extracurriculares:			

**ESTUDIOS**


**REFERENCIAS PERSONALES**

Enumere tres referencias:

1. Nombre completo	Parentesco
Empresa donde labora	Teléfono
Dirección	
2. Nombre completo	Parentesco
Empresa donde labora	Teléfono
Dirección	
3. Nombre completo	Parentesco
Empresa donde labora	Teléfono
Dirección	

**EMPLEO ANTERIOR**

No. 1 Compañía	Teléfono		
Dirección			
Puesto	Salario Inicial	Salario Final	
Responsabilidades			
Inicio	Fin	Razón por la que dejó el puesto	
¿Podemos ponernos en contacto con su anterior supervisor para solicitar referencias?			
SÍ <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
Si su respuesta es No, Porque?			

No. 2 Compañía	Teléfono		
Dirección			
Supervisor			

**MANUAL DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DEL DEPARTAMENTO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL EN LITOGRAFÍA Y FLEXOGRAFÍA, S.A.**

Puesto		Salario inicial	Salario final
Responsabilidades			
Inicio	Fin	Razón por la que dejó el puesto	
¿Podemos ponernos en contacto con su anterior supervisor para solicitar referencias?		SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Si su respuesta es No, Porque?
No. 3	Compañía		Teléfono
Dirección		Supervisor	
Puesto		Salario inicial	Salario final
Responsabilidades			
Inicio	Fin	Razón por la que dejó el puesto	
¿Podemos ponernos en contacto con su anterior supervisor para solicitar referencias?		SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Si su respuesta es No, Porque?

INDIQUE POR QUE MEDIO SE ENTERO DE LA PLAZA:

**RESPONSABILIDAD Y FIRMA**

Las respuestas dadas anteriormente son verdaderas y completas según mi leal saber y entender.  
Si logro el puesto de trabajo, entiendo que la información falsa o engañosa proporcionada en mi aplicación o entrevista puede ser causa de despido.

Lugar y Fecha

NOMBRE Y FIRMA DE QUIEN ENTREVISTA

NOMBRE Y FIRMA DE QUIEN AUTORIZA



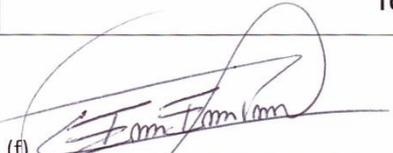
Universidad de San Carlos de Guatemala  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
 Ejercicio Profesional Supervisado  
 de Licenciatura 2016

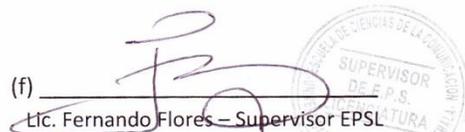


**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

**Nombre del Alumno (a):** Jennyfer Isabel Telón Alvarez  
**No. De Carné:** 200821083  
**Jefe o Encargado (a):** Licenciado Edwin Paredes, Gerente general  
**Institución o Empresa:** Litografía y Flexografía, A.S.  
**Supervisor de EPSL:** Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 02 / Al: 06	Mayo	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
2	Del: 09 / Al: 13	Mayo	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
3	Del: 16 / Al:20	Mayo	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
4	Del: 23 / Al: 27	Mayo	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
5	Del: 30 / Al: 01	Mayo/Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
6	Del: 06 / Al: 10	Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
7	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
8	Del: 20 / Al: 24	Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
9	Del: 27 / Al: 30	Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
10	Del: 04 / Al: 08	Julio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>250 Hrs.</b>

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

(f)   
 Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL



Litografía y Flexografía, S.A.  
 17 Av. 50-08 Zona 12  
 Guatemala



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



### Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Jennyfer Isabel Telón Alvarez  
**No. De Carné:** 200821083  
**Jefe o Encargado (a):** Licenciado Edwin Paredes, Gerente general  
**Institución o Empresa:** Litografía y Flexografía, A.S.  
**Supervisor de EPSL:** Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 11 / Al: 15	Julio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
2	Del: 18 / Al: 22	Julio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
3	Del: 25 / Al: 29	Julio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>75 Hrs.</b>

(f)

Firma y Sello jefe (a) o Encargado

Litografía y Flexografía, S.A.  
17 Av. 50-08 Zona 12  
Guatemala

(f)

Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL

