

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



**“Plan de Comunicación Interna para el departamento de Recursos Humanos en el proceso de inducción al personal de primer ingreso de Distribuidora América Comercial, S.A.”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**CLAUDIA MARIBEL DÍAZ MENCHÚ**

**200417035**

Previo a portar el título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, Octubre 2017**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

### **Representantes Estudiantiles**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

### **Representantes de Egresados**

M.A. Jhonny Michael González Batres

### **Secretaria Administrativa**

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



**OFICINAS Y SALA DE VENTAS**

5a. Avenida 11-24, Zona 9 Edificio Dacsa  
PBX: (502) 2323-9898  
Fax: (502) 2331-0522  
Fax Administración: (502) 2332-4122  
Guatemala, C. A.

Guatemala, 10 de Octubre de 2017

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 la estudiante epesista **Claudia Maribel Díaz Menchú** con número de carné: **200417035** 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, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **1 de junio** al **28 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **“Plan de Comunicación Interna para el departamento de Recursos Humanos en el proceso de inducción al personal de primer ingreso de Distribuidora América Comercial, S.A.”** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **“Distribuidora América Comercial, S.A.”**

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

*Atentamente,*

Licda. Ingrid Lucrecia Pérez  
Jefe de Recursos Humanos

**DISTRIBUIDORA AMERICA COMERCIAL, S. A.**

**DACSA**

5a. AVENIDA 11-24, ZONA 9  
PBX: 2323-9898 - FAX: 2332-4122



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



Guatemala 16 de octubre de 2017

Estudiante  
Claudia Maribel Díaz Menchú  
200417035  
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 **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS EN EL PROCESO DE INDUCCIÓN AL PERSONAL DE PRIMER INGRESO DE DISTRIBUIDORA AMÉRICA COMERCIAL, S.A.** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

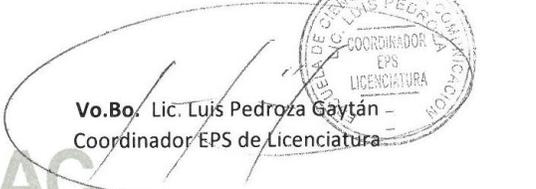
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular,

“ID Y ENSEÑAN A TODOS”

  
  
Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández  
Supervisora EPS de Licenciatura

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



“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt



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

## DEDICATORIA

### **A Dios**

Por su amor y misericordia, por permitirme llegar a este punto y llenar mi vida de bendiciones. Por tomarme de su mano y no soltarme.

### **A mis padres**

Josefa Menchú Menchú y Daniel Díaz Trejo, por su amor, dedicación y esfuerzo constante, especialmente por formarme como una persona de bien y apoyarme en cada uno de los pasos que he dado en mi vida.

### **A mis hermanas**

Iris Josefina Díaz Menchú y Yohana Cesilia Díaz Menchú, por ser mujeres de bien y porque a pesar de las adversidades siguen adelante trabajando y esforzándose día a día. Por su apoyo incondicional en todo momento.

### **A mis sobrinos**

Roberto Andrés y Daniela Cesilia, por su amor incondicional y por llenar mi corazón con sus sonrisas y muestras de cariño que me brindan.

### **A mis familiares y amigos**

Por todo su apoyo y ánimo para poder continuar con mis metas trazadas, por sus palabras y consejos que siempre llevare conmigo, por su compañía en las buenas y malas.

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A Distribuidora América Comercial, S.A.**

Por todo el apoyo recibido y por darme la oportunidad de realizar este proyecto tan importante para mi vida y permitirme contribuir en cierta parte con sus objetivos.

### **A la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Por haberme aceptado y permitirme ser parte de ella pero sobre todo por ser parte de mi formación durante todo este tiempo.

### **A la Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Por darme la oportunidad de educarme y obtener conocimientos del mundo de la comunicación a todos mis docentes, amigos y compañeros gracias por todas sus enseñanzas y consejos recibidos durante toda mi preparación académica.

### **A la Licencia Sandra Hernández**

Por guiarme y asesorarme durante todo este proceso. Mi agradecimiento y respeto por todo su apoyo.

## INDICE

RESUMEN .....	XI
INTRODUCCION .....	XII
JUSTIFICACIÓN .....	XIII
Capítulo I .....	14
<b>1. Diagnóstico</b> .....	14
<b>1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO</b> .....	14
1.1.1. Objetivo General .....	14
1.1.2. Objetivos Específicos.....	14
<b>1.2. LA INSTITUCIÓN:</b> .....	14
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	14
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas .....	15
1.2.3. Antecedentes o Historia .....	15
1.2.4. Departamentos o dependencias .....	18
1.2.5. Misión .....	18
1.2.6. Visión.....	18
1.2.7. Objetivos Institucionales .....	18
1.2.8. Público Objetivo .....	18
1.2.9. Organigrama .....	18
<b>1.3. METODOLOGÍA</b> .....	19
1.3.1 Metodología Mixta.....	19
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de recolección .....	20
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico .....	20
<b>1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS</b> .....	21
1.4.1. Ficha de las entrevistas .....	21

1.4.2. Resultado de las entrevistas .....	22
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados .....	23
1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas ...	24
<b>1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA .....</b>	<b>32</b>
1.5.1. Fortalezas .....	32
1.5.2. Oportunidades .....	32
1.5.3. Debilidades .....	32
1.5.4. Amenazas .....	32
CAPITULO II .....	33
<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>33</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES .....</b>	<b>33</b>
<i>2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....</i>	<i>33</i>
2.2.1. Objetivo General .....	33
2.2.2. Objetivos Específicos.....	33
<b>2.3. PÚBLICO OBJETIVO .....</b>	<b>34</b>
<b>2.4. MENSAJE.....</b>	<b>34</b>
<b>2.5. ESTRATEGIAS.....</b>	<b>34</b>
<b>2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>34</b>
CAPITULO III .....	37
<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1 PROYECTO DESARROLLADO .....</b>	<b>37</b>
3.1.1. Financiamiento .....	37
3.1.2. Presupuesto .....	37
3.1.3 Beneficiarios .....	38

3.1.4	Recursos Humanos .....	38
3.1.5	Área Geográfica de Acción .....	39
<b>3.2.</b>	<b>ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS .....</b>	<b>39</b>
3.2.1	Elaboración de Manual de inducción .....	39
3.2.1	Elaboración de material impreso para fortalecer constantemente la filosofía empresarial.....	42
<b>3.3.</b>	<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....</b>	<b>46</b>
<b>3.4.</b>	<b>Control y seguimiento.....</b>	<b>46</b>
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>47</b>
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>48</b>
	<b>GLOSARIO .....</b>	<b>49</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>52</b>
	<b>EGRAFIAS.....</b>	<b>53</b>
	<b>Anexos .....</b>	<b>54</b>
	<b>Modelo de la encuesta .....</b>	<b>60</b>
	<b>Vaciado de la Encuesta .....</b>	<b>62</b>
	<b>Bocetos de Manual.....</b>	<b>66</b>
	<b>Contenido de Manual .....</b>	<b>67</b>
	<b>Bocetos de Afiches .....</b>	<b>70</b>
	<b>Fichas de registro de horas.....</b>	<b>71</b>

## RESUMEN

**Nombre de la institución:** Distribuidora América Comercial, S.A.

**Nombre del Proyecto:**

“Plan de Comunicación Interna para el departamento de Recursos Humanos en el proceso de inducción al personal de primer ingreso de Distribuidora América Comercial, S.A.”

**Objetivos del Proyecto:**

- **General:**
  - Presentar un Plan de Comunicación Interna para el departamento de Recursos Humanos de Distribuidora América Comercial, S.A.”
  
- **Objetivos Específicos**
  - Elaboración de un manual para mejorar el proceso de inducción al personal de primer ingreso.
  - Elaboración de material impreso para fortalecer y divulgar la filosofía empresarial a todo el personal de la empresa.

**Sinopsis del Proyecto:**

Se realizó un diagnóstico que evidenció que no contaba con un manual de inducción y no se realizaba constantemente una campaña para fortalecer la filosofía empresarial. A raíz de la información se crea el Plan de Comunicación para el departamento de Recursos Humanos.

Se ejecutaron dos estrategias, la primera consistió en la realización de un Manual de Inducción para mejorar la comunicación del departamento de Recursos Humanos. En la segunda estrategia se involucró al personal de la empresa, se crearon afiches con fotografías de los colaboradores realizando sus labores diarias, creando sentido de pertenencia, por medio de esta estrategia se buscó mejorar y fortalecer la filosofía empresarial.

## INTRODUCCION

El presente trabajo fue realizado durante el Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Durante este proceso se realizó y ejecuto un plan de comunicación para el Departamento de Recursos Humanos de Distribuidora América Comercial, S.A.

Se elaboró un diagnóstico para conocer cuál era el estado actual de la comunicación entre de Departamento de Recursos Humanos y el personal de primer ingreso. El presente documento contiene la información recabada durante el diagnostico comunicacional utilizando las herramientas y métodos necesarios que permitieron conocer cuál era el problema comunicacional que existía en el proceso de comunicación e información al personal de primer ingreso.

Se realizó el Plan de Comunicación con las estrategias que se implementaron. Fue necesario diseñar estrategias y acciones que se deben ejecutar para mejorar y actualizar la Comunicación interna que brinda el Departamento de Recursos Humanos al personal de primer ingreso y asimismo fortalecer la filosofía empresarial a todo el personal de Distribuidora América Comercial, S.A.

Para finalizar encontrará el programa de ejecución en el cual puede apreciar paso a paso las actividades que se realizaron para llevar a cabo las estrategias planteadas. Esto con el fin de llevar a cabo el proyecto de comunicación durante la práctica del Ejercicio Profesional Supervisado y con esto alcanzar los objetivos planteados.

## JUSTIFICACIÓN

La comunicación es necesaria para todos los seres humanos, tiene un papel muy importante dentro de las empresas y organizaciones, para conocer si la comunicación e información es efectiva en Distribuidora América comercial, S.A., fue necesario realizar un diagnóstico comunicacional. Esto permite conocer cuáles son las áreas y procesos de la comunicación que se deben reforzar y las acciones que debe realizar.

El presente trabajo es importante para dar a conocer que se realizaron estrategias para optimizar el proceso de inducción al personal de primer ingreso, asimismo el fortalecimiento de la filosofía empresarial.

Siempre habrá personal de primer ingreso en la empresa Distribuidora América Comercial, S.A. y es preciso contar con herramientas que faciliten la comunicación al departamento de Recursos Humanos con los nuevos colaboradores durante el proceso de inducción. La creación de un Manual de inducción es de suma importancia para todos los colaboradores de primer ingreso. El colaborador debe recibir toda la información importante de la empresa al momento de iniciar sus labores. Asimismo la realización de material impreso para fortalecer la filosofía empresarial y crear sentido pertenencia en los colaboradores.

Las estrategias realizadas fortalecieron al departamento de Recursos Humanos y su comunicación con todo el personal de la empresa.

## Capítulo I

### 1. Diagnóstico

Diagnóstico de Comunicación interna del departamento de Recursos Humanos al personal de primer ingreso de Distribuidora América Comercial, S.A.

#### 1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

##### 1.1.1. Objetivo General

- Elaboración de un Diagnostico comunicacional para conocer los procesos de comunicación interna del Departamento de Recursos Humanos al personal de primer ingreso.

##### 1.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar si existe un proceso de comunicación e información adecuado al personal de primer ingreso.
- Determinar cuáles son los principales problemas que identifiquen una comunicación deficiente en el proceso de inducción al personal de primer ingreso.
- Evaluar la efectividad de las herramientas en el proceso de inducción y comunicación al personal de primer ingreso.

#### 1.2. LA INSTITUCIÓN:

Distribuidora América Comercial S.A.

##### 1.2.1. Ubicación Geográfica

5ta avenida 11-24 zona 9

### **1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas**

No existen N/A

### **1.2.3. Antecedentes o Historia**

Razón social: Distribuidora América Comercial, Sociedad Anónima

- Nombre Comercial: DACSA
- Fecha de constitución: 01 DICIEMBRE 1987
- NIT: 510567-6
- Tel.: (502) 2323 9898

Fue fundada en 1962 con el propósito de abastecer a sus clientes con productos de calidad y a la vez brindarles herramientas que les permitieran crecer en sus mercados y estar a la vanguardia en tecnología y presentación de sus productos.

DACSA es una empresa polifacética que está dirigida para cubrir las necesidades del mercado en las áreas de Artes Gráficas, Sistemas de empaques, sistemas pesaje, implementación de Sistemas de Código de Barras y tecnología de punta para cualquier empresa.

Ubicada geográficamente en Ciudad de Guatemala, cuenta con una superficie de más de 10,800 m<sup>2</sup> de planta, administración y ventas.

También posee una oficina comercial en San Salvador, El Salvador y dentro de su estrategia comercial está la atención y asesoramiento personalizado a empresas de países latinoamericanos.

Decoradores de empaque y especialistas en la impresión de etiquetas autoadhesivas, mangas termoencogibles, Cintas adhesiva, empaque flexible, wrap around, sachets, empaque de bobinas.

Venden todo lo relacionado con packaging. Especialistas en pesaje industrial y comercial, con las mejores marcas en el mercado de Básculas y Balanzas. Pioneros en la implementación de Sistema de Código de Barras y RFID-EPC en Centroamérica.

## **Valores de la empresa**

### **Rentabilidad:**

Generar un beneficio económico en cada actividad, optimizando la inversión y los recursos de la corporación, para lograr la expansión en los mercados donde tengamos presencia.

### **Calidad:**

La capacidad de satisfacer las necesidades y superar las expectativas del cliente, desarrollando la mejora continua en todas las actividades con el compromiso a la excelencia.

### **Compromiso:**

Determinación personal de cumplir con los objetivos marcados, mediante la realización de una actividad con esfuerzo, respeto y excelencia, cumpliendo con la productividad y los resultados deseados.

### **Innovación:**

Incorporar nuevos procesos, métodos, materiales, tecnologías e ideas en la fabricación y distribución de un bien o servicio, como consecuencia de la mejora continua, la creatividad e investigación, para encontrar nuevas oportunidades de mercado y generar una ventaja competitiva sustentable.

**Liderazgo:**

La capacidad de inspirar, influir, motivar y empoderar a los clientes, proveedores y equipos de trabajo, para lograr la realización exitosa de los fines y objetivos corporativos que nos posicionen en el mercado.

**R.S.E:**

Realizar nuestra actividad empresarial con una cultura de principios y valores éticos y con firme cumplimiento de las leyes de los países donde operamos; respetando a los clientes, proveedores, colaboradores y sus familias, a las comunidades y al medio ambiente, contribuyendo al desarrollo y al bienestar de la sociedad.

**Diferenciación:**

Capacidad de realizar asesoría personalizada y especializada, al ofrecer productos y servicios que sobrepasan las expectativas del mercado.

**Satisfacción al Cliente:**

Obtener el máximo grado de aceptación por parte de los clientes al brindarles un producto o servicio que resuelve sus necesidades y supere sus expectativas de calidad.

**Confiabilidad:**

El cumplimiento consistente y responsable de resultados con acciones que miden de manera segura la integridad de todo proceso, producto y servicio, ofrecido a nuestros clientes, colaboradores y proveedores.

**Lealtad y Pertenencia:**

Formar un sentido de identidad y fidelidad en los colaboradores, proveedores y clientes hacia la corporación, de tal forma que la sientan suya y se generen compromisos mutuos para la consecución de los intereses y objetivos organizacionales y de nuestros socios comerciales.

#### **1.2.4. Departamentos o dependencias**

Gerencia General, Finanzas, Operaciones, TICS, Ventas, Sala de Ventas y Atención al cliente, Mercadeo, Recursos Humanos, Maquila, Contabilidad, compras, bodega y distribución)

#### **1.2.5. Misión**

Crear etiquetas y empaques decorados, brindando soluciones innovadoras que comuniquen la excelencia del producto del cliente, haciéndolo único a nivel mundial.

#### **1.2.6. Visión**

Somos la corporación líder en el mercado de Centro América y el Caribe en soluciones innovadoras para empaque. Revolucionamos la forma de hacer negocios, satisfaciendo necesidades, superando las expectativas de nuestros clientes y socios comerciales, mediante tecnologías de vanguardia y personal calificado que generan rentabilidad, elevan el nivel de vida de los colaboradores y contribuye al desarrollo de los países en los que operamos con Responsabilidad Social y Empresarial.

#### **1.2.7. Objetivos Institucionales**

Crear etiquetas y empaques decorados, brindando soluciones innovadoras que comuniquen la excelencia del producto del cliente

#### **1.2.8. Público Objetivo**

Toda empresa que necesite y utilice empaques.

#### **1.2.9. Organigrama**

A la fecha no se evidencia organigrama.

## **1.3. METODOLOGÍA**

### **1.3.1 Metodología Mixta**

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Sampieri y Mendoza, 2008) (Hernández Sampieri, 2014) (pág. 534)

Ñaupas se refiere a que este “es un tipo de investigación que integra sistemáticamente los métodos de la investigación cuantitativa y cualitativa con la finalidad de obtener una mirada más completa del objeto de estudio. Lo que implica la recolección y el análisis de los datos cuantitativos y cualitativos, así como su información recabada y lograr así una comprensión más compleja y total del objeto de estudio, por lo tanto más fructífera por los aportes que su aplicación ha generado en el desarrollo de varias disciplinas científicas.

Los enfoques cualitativos y cuantitativos no son sino dos modalidades diferentes de aproximación al estudio de un hecho o proceso. (Ñaupas Paitán, 2014) (pág. 402)

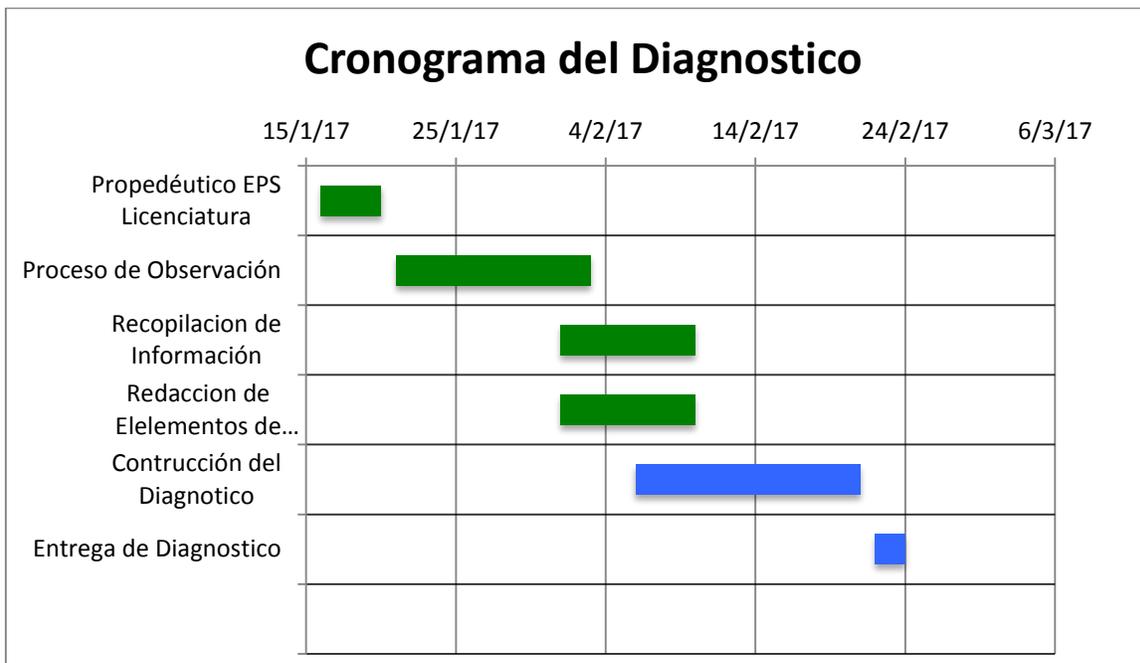
Para realizar el presente diagnóstico se utiliza la metodología mixta, con el fin de obtener toda la información necesaria utilizando las técnicas e instrumentos necesarios para la recolección de datos con el personal de primer ingreso de Distribuidora América Comercial, S.A.

### 1.3.2. Técnicas e Instrumentos de recolección

Para el presente informe se ha tomado como base la metodología mixta, Piloña nos dice que “Utiliza, cada enfoque su propia metodología, técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección, resumen, análisis e interpretación. Se presentan conjuntamente los resultados en un mismo informe, aunque independientes uno del otro. (Piloña Ortiz, 2011) (pág. 31)

Las técnicas e instrumentos de recolección utilizadas fueron encuestas y entrevistas. Se realizaron encuestas cerradas al personal de primer ingreso para adquirir información importante. Asimismo se realizaron entrevistas estructuradas en donde se elaboró un formulario previamente preparado que permitió obtener y procesar mejor la información. El objetivo principal es orientar la investigación y diagnosticar la comunicación e información al personal de primer ingreso de Distribuidora América Comercial, S.A.

### 1.3.3 Cronograma del Diagnóstico



<https://es.esmartsheet.com/blog/d%C3%B3nde-puede-encontrar-las-mejores-plantillas-del-diagrama-de-gantt>

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Ficha de las entrevistas



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



**Fecha:**

**Nombre Entrevistado:**

**Cargo:**

**Entrevista Cerrada**

**Objetivo:** Conocer si el personal de Recursos Humanos conocer cómo se realiza el proceso de Inducción y el fortalecimiento de la Filosofía empresarial y la efectividad que estos procesos

1. **¿Conoce la Misión y Visión del Departamento de Recursos Humanos?**
2. **¿Cuáles son los objetivos del Proceso de Inducción?**
3. **¿Qué canales de comunicación y materiales utilizan durante el traslado de información y comunicación al personal de primer ingreso?**
4. **¿Se entrega algún material de consulta a los nuevos colaboradores?**
5. **¿Existe alguna forma para mantener presente en los colaboradores la Misión, Visión y Valores de la empresa?**
6. **¿Cuál es la forma en que se presenta la empresa y sus colaboradores al personal de nuevo ingreso?**
7. **¿Qué función tiene la Cartelera de anuncios para el Departamento de Recursos Humanos?**
8. **¿Qué otros medios utilizan para comunicarse con los colaboradores y cuál es su efectividad?**
9. **¿Existe algún otro Departamento que realice funciones de comunicación?**
10. **¿Considera necesario actualizar y mejorar el proceso de inducción al personal de primer ingreso y por qué?**

## **1.4.2. Resultado de las entrevistas**

### **Entrevista 1**

Es necesario dar a conocer a los nuevos colaboradores toda la información importante de empresa, su actividad, políticas, normas y procedimientos, la comunicación es directa con los nuevos colaboradores y jefe del departamento de Recursos Humanos. Durante el proceso de inducción se hace entrega del Código de Ética que estipula información de la Empresa, pero no es todo lo que un nuevo colaborador debe conocer. No se realiza constantemente un recordatorio de la filosofía empresarial únicamente colocan información en el área del Comedor o durante capacitaciones y Enfoques. Se considera que hay que actualizar el proceso de inducción, hacerlo más atractivo, más funcional y modernizarlo.

### **Entrevista 2**

Al momento de que ingresa cada colaborador se realiza una reunión con la jefa del departamento de Recursos Humanos, las asistentes no participan directamente, si tienen comunicación con los nuevos colaboradores pero no realizan el proceso de inducción. Conocen todas la información que se debe proporcionar en este proceso para que cada colaborador la tengan presente en su día a día. Consideran que el departamento de Recursos Humanos está sujeto a cambios para mejorar porque se adquieren nuevos procesos y nuevas propuestas para su mejoramiento.

Los resultados que proyectó la conversación es que se cuenta con un programa de inducción, con materiales de apoyo, pero es necesario unificarlos y actualizarlos. El departamento de Recursos Humanos debe utilizar las herramientas de comunicación necesarias para un proceso de inducción más eficiente. Es necesario dar a conocer la filosofía de la empresa, al no realizarse de la forma en adecuada no permite que los colaboradores tengan presente esta información que es importante para toda la corporación.

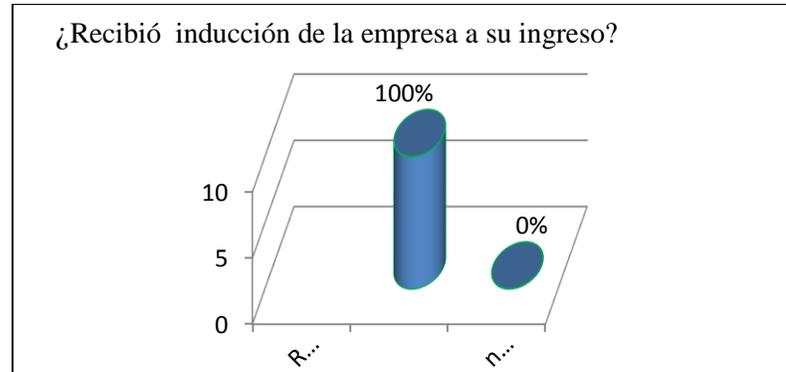
### 1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

<i>PREGUNTA</i>	<i>ACUERDOS</i>	<i>DESACUERDOS</i>
¿Cuáles son los objetivos del Proceso de Inducción?	Dar a conocer normas, políticas, procedimientos	
¿Qué canales de comunicación y materiales utilizan durante el traslado de información y comunicación al personal de primer ingreso?	Existieron acuerdos en la comunicación directa que existe entre recursos humanos y el personal de primer ingreso	Se mencionaron diferentes medios y documentos utilizados durante el proceso de inducción
Existe alguna forma para mantener presente en los colaboradores la Misión, Visión y Valores de la empresa	recordatorio en enfoques y en el comedor	Solo un entrevistado indico la cartelera, y más que eso, cada uno de los colaboradores debe tenerlo presente.
¿Qué función tiene la Cartelera de anuncios para el Departamento de Recursos Humanos?	Principalmente trasladar información a todos los colaboradores de toda actividad y porque no todos tienen correo	
¿Existe algún otro Departamento que realice funciones de comunicación?	No existe	
¿Considera necesario actualizar y mejorar el proceso de inducción al personal de primer ingreso y por qué?	Sí, hacerlo más interesante, atractivo, funcional y modernizarlo	Se indica que el departamento está sujeto a cambios y que todo proceso que sea para mejorar se llevará a cabo en su debido momento

Fuente (Díaz Menchú, 2017)

#### 1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

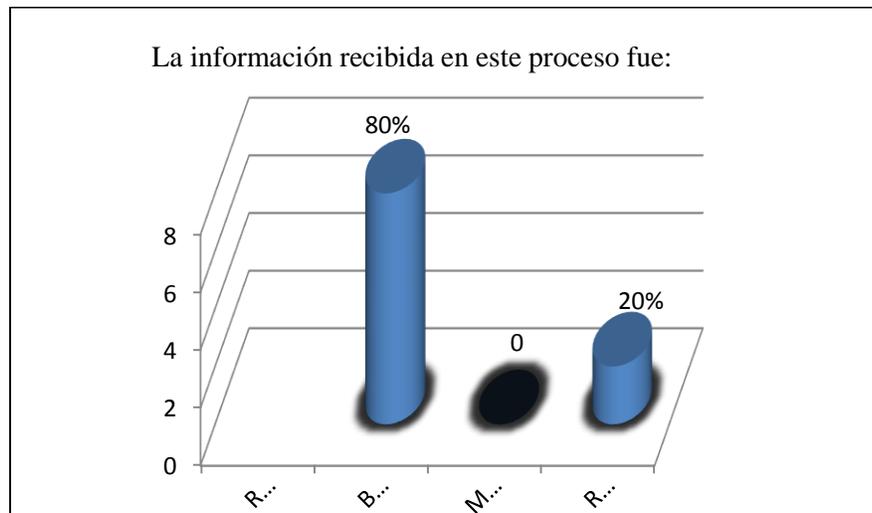
**Grafica No. 1**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación 100% indica haber recibido inducción de la empresa. Lo cual no representa una problemática.

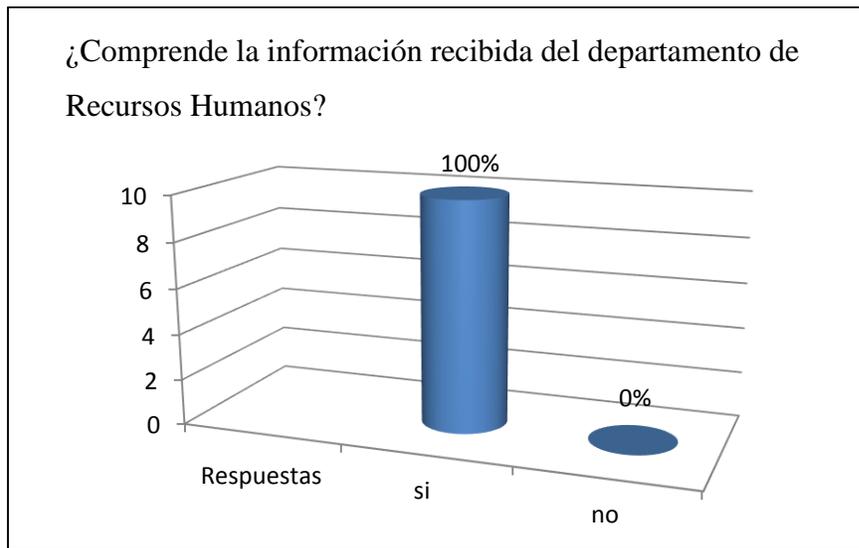
**Grafica No. 2**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación indican que la información recibida durante el proceso de inducción fue buena, el porcentaje obtenido importante porque es necesario conocer si la forma en que se está trasladando la información es efectiva.

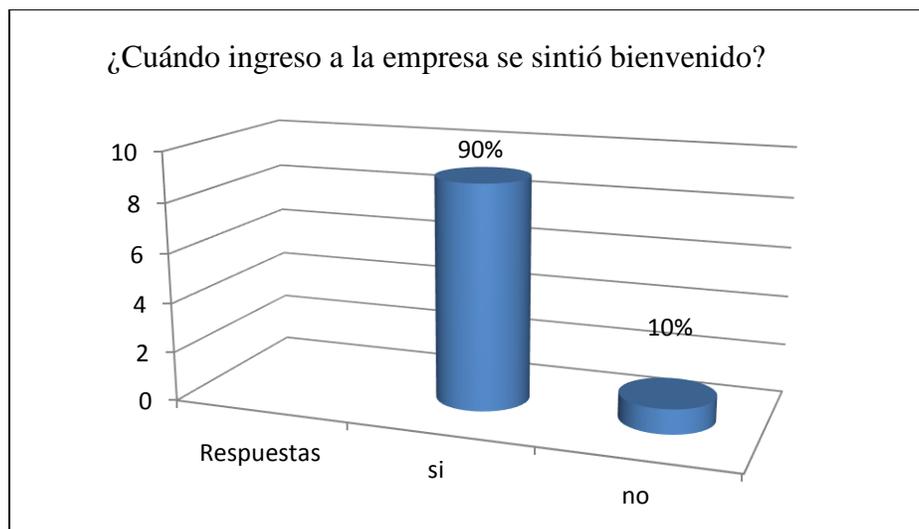
**Grafica No. 3**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación se indica que si comprendieron la información que proporcionó el departamento de Recursos Humanos durante la inducción.

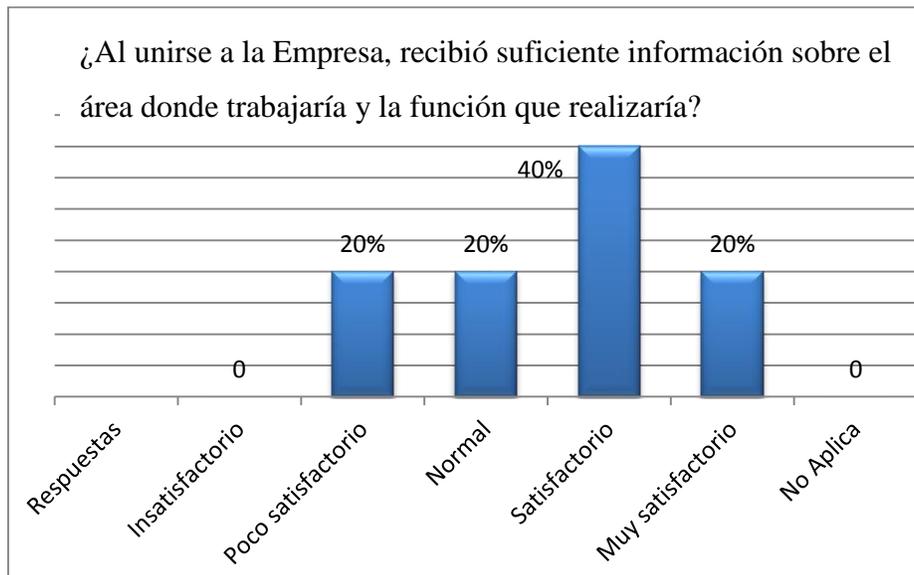
**Grafica No. 4**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación se indica que es muy buen porcentaje el que ha sentido aceptación por sus compañeros de trabajo.

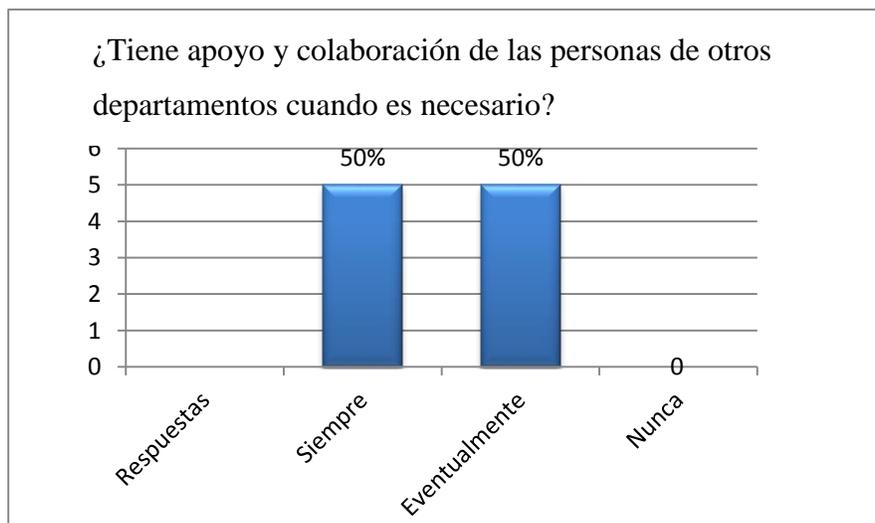
**Grafica No. 5**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación observamos que los porcentajes están muy divididos.

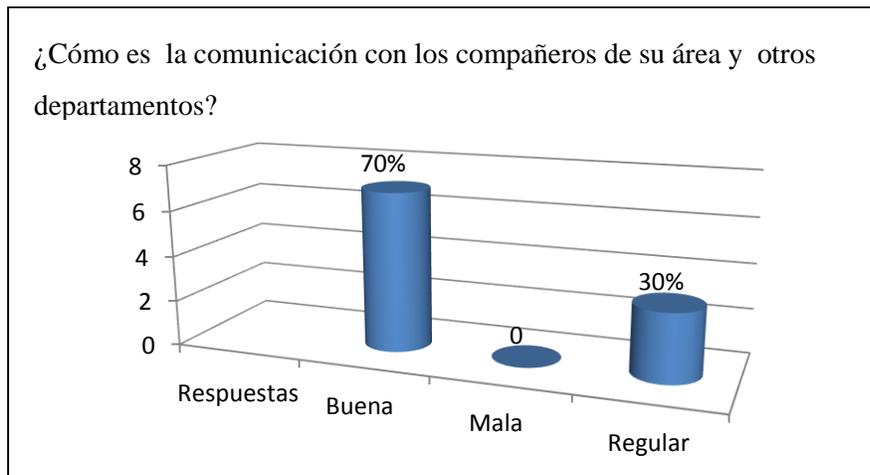
**Grafica No. 6**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación vemos que las respuestas están divididas entre los que siempre tiene apoyo y otros que eventualmente tenían apoyo o colaboración.

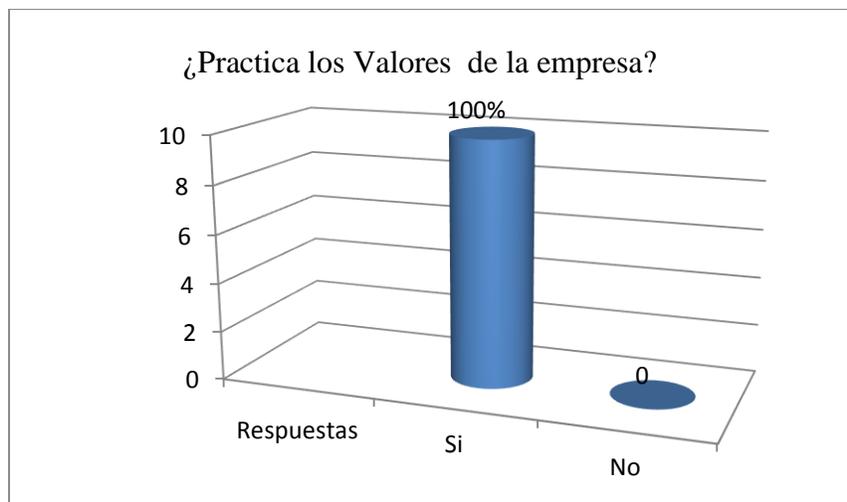
**Grafica No. 7**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación encontramos que la comunicación con los compañeros de trabajo es buena. Ninguna persona considera tener mala comunicación.

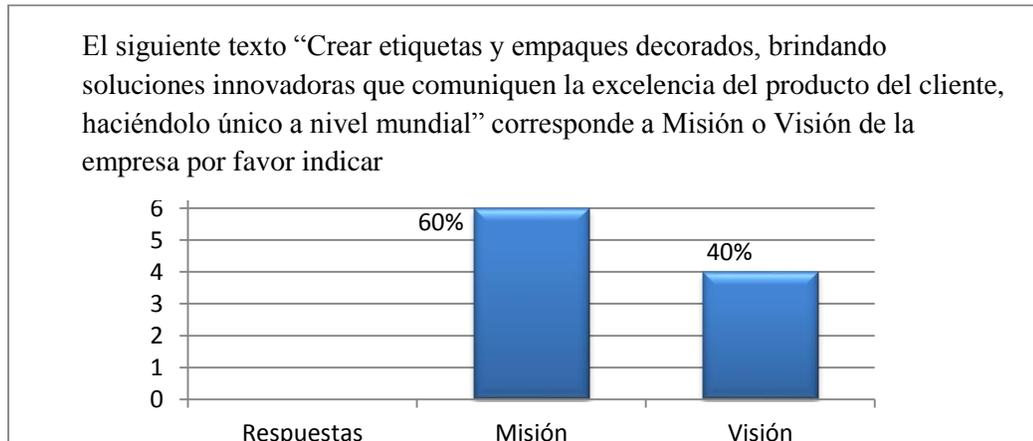
**Grafica No. 8**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación encontramos que todos los colaboradores de primer ingreso encuestados expresaron que pone en práctica los valores de la empresa.

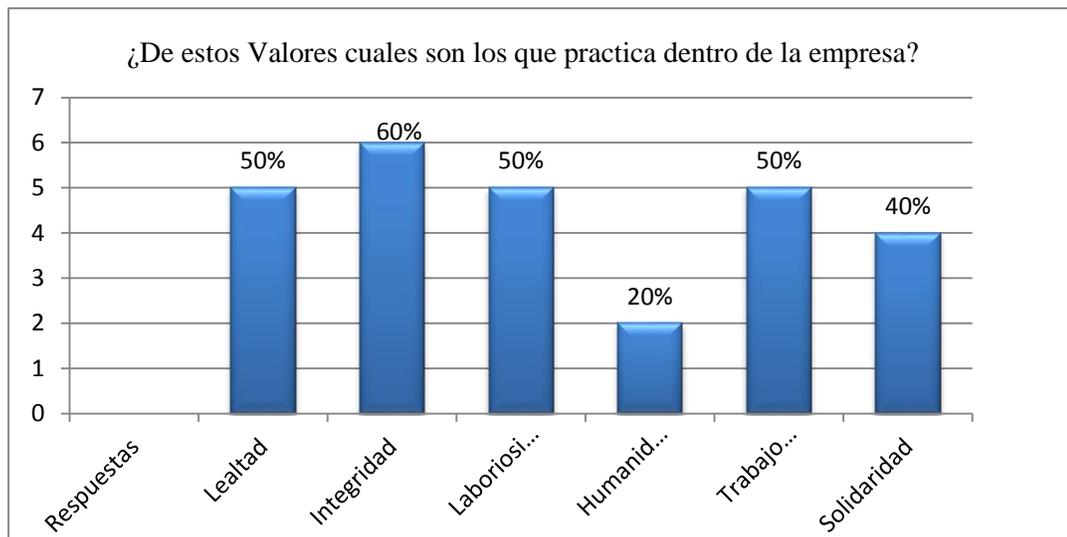
**Grafica No. 9**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación un 60% por ciento conoce la Misión de la empresa.

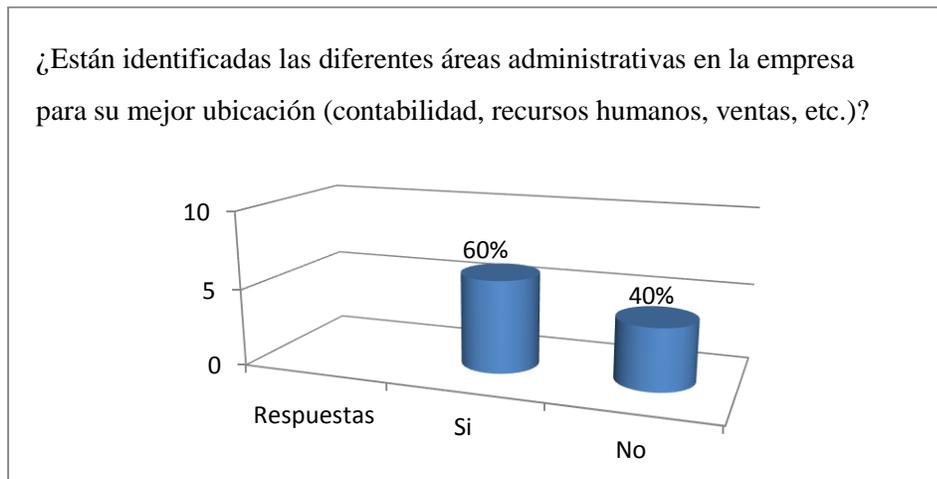
**Grafica No. 10**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

Al realizar la interpretación encontramos que Integridad, laboriosidad, trabajo en equipo y humanidad son valores del código de ética de la empresa y recibieron en total 67 %. Lealtad y solidaridad son valores que no pertenecen al código de la empresa y representan un 33 %. Lo que indica que los colaboradores no tienen claro cuáles son los valores de la empresa.

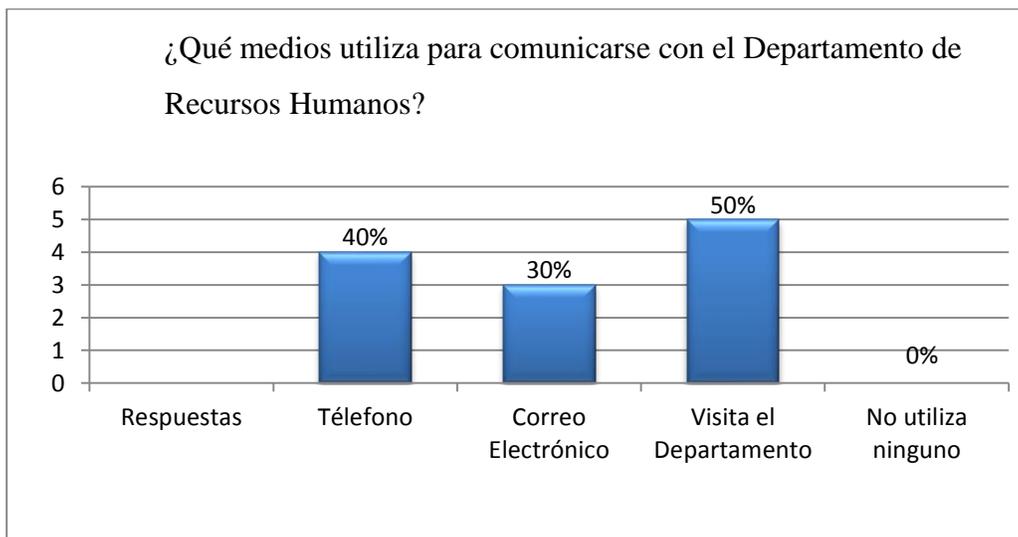
**Grafica No. 11**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

De acuerdo a la interpretación de los resultados obtenidos los colaboradores consideran que las diferentes áreas administrativas en la empresa para su mejor ubicación si están identificadas.

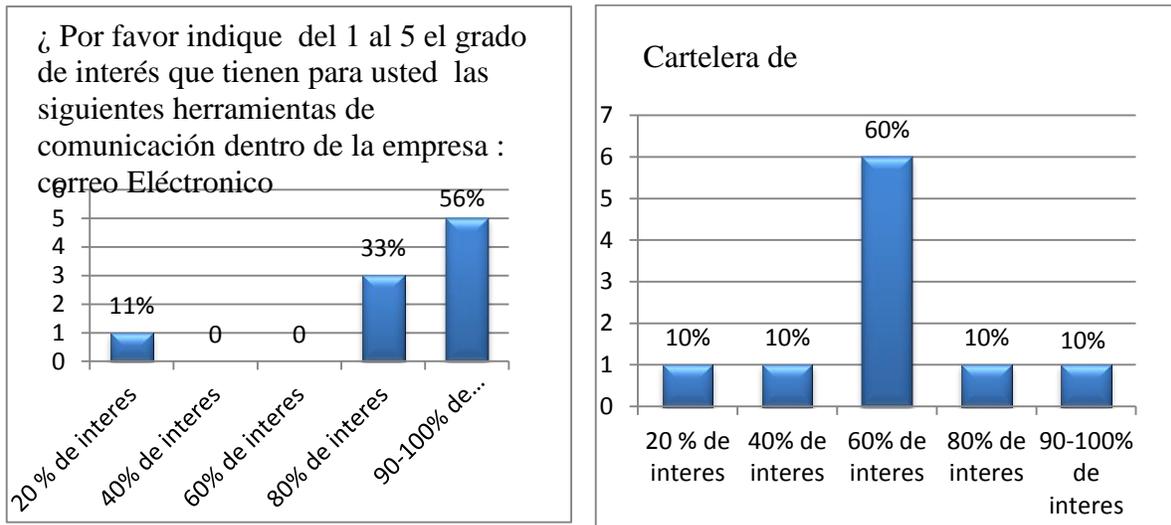
**Grafica No. 12**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación encontramos que Los colaboradores indican se comunican principalmente con el departamento de Recursos Humanos de forma personal.

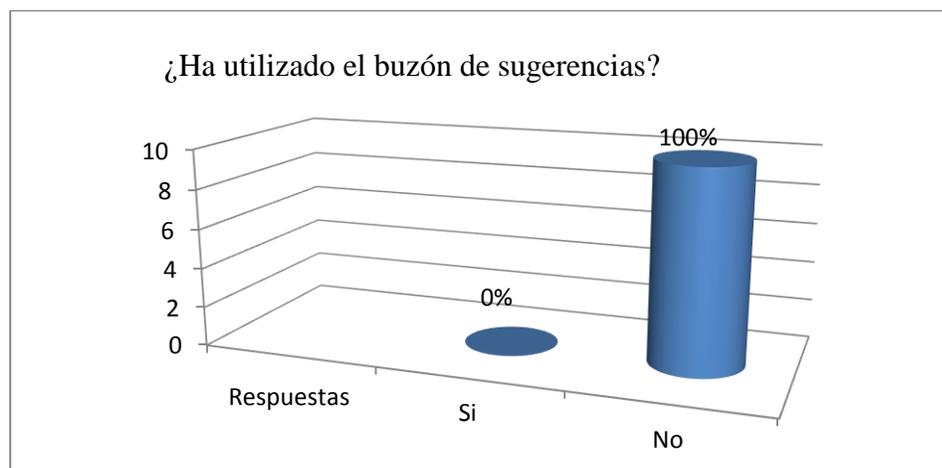
**Grafica No. 13**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación encontramos que los correos electrónicos tienen el 90 - 100% de interés para un 56%, y para un 60% de los la cartelera tiene el 90-100% de interés.

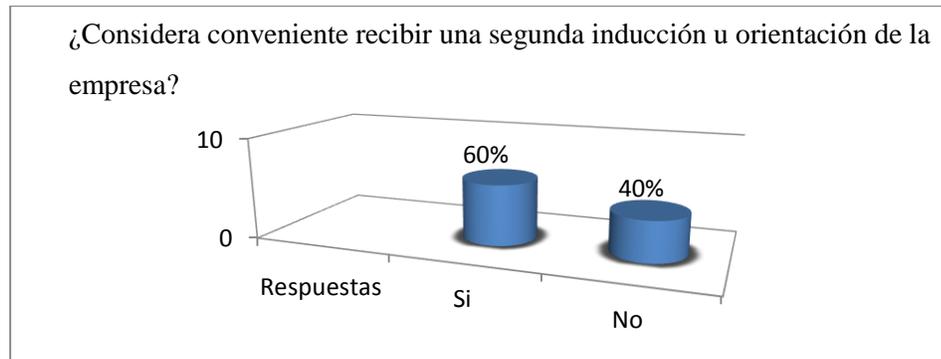
**Grafica No. 14**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación de datos los colaboradores de primer ingreso indicaron que no han utilizado el buzón de sugerencias.

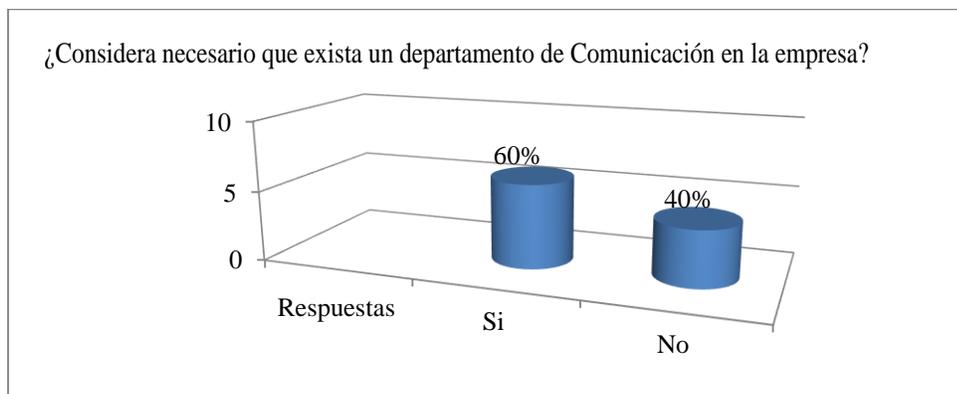
**Grafica No. 15**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

En la interpretación encontramos que si es necesaria una segunda inducción. Solicitan mayor información de su puesto de trabajo y de otras áreas, es conveniente volver a tratar algunos temas y resolver dudas. Recibir más información para desarrollar eficientemente su trabajo y estar más capacitados. Les gustaría realiza un recorrido por la empresa para identificarla mejor.

**Grafica No. 17**



Fuente (Díaz Menchú, 2017)

La interpretación muestra que se debe prestar mayor atención a la opinión y sugerencia de todos, un departamento que apoye al personal y a que la información sea fluida, encargado de mejorar la comunicación de los colaboradores con recursos humanos. Exteriorizan que ayudaría al bienestar laboral porque no se presta la debida atención motivo por el que consideran necesario que exista un Departamento de Comunicación.

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

### **1.5.1. Fortalezas**

- Se cuenta con un proceso de inducción para los colaboradores.
- Se cuenta con un Código de ética
- Tiene canales de comunicación establecidos y reconocidos por el personal
- Existe comunicación en doble vía con el departamento de Recursos Humanos

### **1.5.2. Oportunidades**

- Los colaboradores no conocen al cien por ciento la misión, visión y valores
- No existe un procedimiento para presentar a nuevos empleados
- No existe un documento que contenga toda la información de la empresa
- Promover el trabajo en equipo aprovechando la buena comunicación

### **1.5.3. Debilidades**

- El proceso de inducción al personal de primer ingreso es obsoleto.
- No se utiliza perfectamente el correo electrónico
- Existe una cartelera de anuncios en toda la empresa y es insuficiente
- No se promueve el uso del buzón de sugerencias
- No se realiza un fortalecimiento de los valores
- Debilidad en el proceso de inducción e información en los puestos de trabajo
- No existe un departamento que facilite la comunicación.

### **1.5.4. Amenazas**

- Proporcionar mucha información durante su inducción que no se logra retener
- No es adecuada la forma en que se trata de mantener presente la filosofía empresarial
- Los empleados de nuevo ingreso no son presentados formalmente al personal.
- No se realiza un recorrido de reconocimiento de áreas por la empresa
- Los empleados de reciente ingreso no reciben suficiente información de sus funciones.

## **CAPITULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

Se realizó una campaña en Julio 2008 para dar a conocer a todos los colaboradores los valores de la organización. Se desarrolló un Curso de Valores en Mayo 2009 con la finalidad de fortalecer y recordarles los valores que se viven dentro de la empresa. Se cuenta con un Código de Ética y conducta, elaborado en Septiembre 2010, en el código se plasma la filosofía y compromiso empresarial. Es un instrumento útil entre el departamento de Recursos Humanos y los nuevos colaboradores.

Debido al crecimiento de la corporación fue necesario realizar una alineación estratégica para crear una nueva meta por alcanzar esto se realizó en el año 2013 en donde se creó la nueva visión, misión y valores con los que cuenta la corporación actualmente.

#### **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

##### **2.2.1. Objetivo General**

Presentar un Plan de Comunicación Interna para el departamento de Recursos Humanos de Distribuidora América Comercial, S.A.”

##### **2.2.2. Objetivos Específicos**

- Elaboración de un manual para mejorar el proceso de inducción al personal de primer ingreso.
- Elaborar material impreso para fortalecer y divulgar la filosofía empresarial a todo el personal de la empresa.

### 2.3. PÚBLICO OBJETIVO

<b>Criterios Sociodemográficos</b>		
Sexo	Masculino	Femenino
Edades entre	18 en adelante	
Hábitat	Urbana	
Nivel de estudios	Diversificado	Universitarios
<b>Criterios Psicográficos</b>		
Personalidad	No aplica, se le da la oportunidad a todas las personas que tengan la capacidad y habilidades necesarias para optar a un puesto dentro de la empresa	
Sistema de Valores	Responsabilidad, Lealtad, Compromiso, Honradez, Trabajo en equipo, etc.	

(Kotler P. A., 2012)

### 2.4. MENSAJE

“Creamos más que etiquetas” esta frase se utiliza en todas las publicaciones que se realizan de la empresa.

### 2.5. ESTRATEGIAS

- Elaboración de Manual de inducción
- Elaboración de material impreso para fortalecer constantemente la filosofía empresarial.

### 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	<b>Elaboración de Manual de inducción</b>
<b>Problema</b>	Carencia de un Manual para comunicar a los nuevos colaboradores toda la información necesaria de la empresa. El departamento de recursos humanos cuenta con un documento en Word, pero no con manuales.
Producto	Manual de Inducción
Objetivo comunicacional	Fortalecer y mejorar el programa de inducción al personal que inicia labores en la empresa
Tipo de mensaje	Comunicativo e informativo
Público objetivo	Interno
Medio de difusión	Material impreso. Se realizarán 10 ejemplares, los cuales serán utilizados durante el proceso de inducción para que cada colaborador de primer ingreso tenga a bien el leer este folleto durante el proceso. El manual contendrá toda la información que se desea comunicar e informar a los colaboradores antes de iniciar sus labores en la empresa.



#### Boceto de portada

- Serán entregados los folletos impresos a los directivos y a Recursos Humanos, este material será utilizado durante el proceso de inducción para que cada colaborador de primer ingreso tenga toda la información necesaria o que debe conocer antes de iniciar sus labores.
- Introducción, Elementos e información muy importante de la corporación que se debe dar conocer (Políticas, normas, procedimientos establecidos) Papelería importante: como Código de Ética, Manuales de BPM, Seguridad Industrial
- Se hará entrega de 10 ejemplares
- El Manual será utilizado durante el proceso de inducción, cada colaborador deberá leerlo y el departamento de Recursos Humanos deberá explicarlo y resolver alguna duda o dudas si fuera necesario.

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	<b>Elaboración de material impreso para fortalecer constantemente la filosofía empresarial.</b>
<b>Problema</b>	Dificultad porque no se realiza constantemente una campaña de comunicación e información en la empresa para recordar a los colaboradores los valores de la empresa. Se colocan esporádicamente algunas impresiones con información.
Producto	Elaboración de Afiches
Objetivo comunicacional	Mejorar y fortalecer la filosofía empresarial
Tipo de mensaje	Informativo y comunicativo
Público objetivo	Interno
Medio de difusión	Impreso. Se realizaran 30 afiches de 11" por 17" a full color, esos afiches serán colocados en áreas o puntos estratégicos en donde puedan estar a la vista de todos los colaboradores.



- Elaboración de Afiches**
- Mejorar y Fortalecer la Filosofía empresarial
  - Cada afiche medirá 11" por 17" a full color en Material Texcote
  - Se realizaran 30 afiches
  - Serán colocados en áreas y puntos estratégicos en donde puedan estar a la vista de todos los colaboradores.

## CAPITULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“Plan de Comunicación Interna para el departamento de Recursos Humanos en el proceso de inducción al personal de primer ingreso de Distribuidora América Comercial, S.A.”

##### 3.1.1. Financiamiento

Por parte de la Corporación se cubrieron el cien por ciento de los gastos relacionados a los materiales impresos, como los manuales de inducción y los afiches que se elaboraron para este proyecto.

Se realizó la impresión de 10 manuales de inducción con un costo de Q700.00, los cuales fueron planteados en la primera estrategia.

Se imprimieron 33 afiches con un costo total del Q396.00, el material impreso fue planteado en la estrategia número dos.

##### 3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Detalle	P. Unitario	Total
10	Impresión de Manuales de Inducción tamaño carta y Full color	Q. 70.00	Q.700.00
33	Impresión de afiches, doble carta papel Texcote Calibre 14	Q. 12.00	Q.396.00
1	Servicio por Asesoría Comunicacional	Q10, 000.00	Q10, 000.00
<b>Total del Proyecto</b>			<b>Q. 11, 096.00</b>

Financiamiento	Monto
Epesista	Q. 10, 000.00
Empresa	Q. 1, 096.00

### 3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
<b>Beneficiarios primarios</b> Departamento de Recursos Humanos	La creación de una herramienta útil que contiene toda la información importante de la empresa que le permite realizar una mejor inducción, y el fortalecimiento de la filosofía empresarial para todo el personal
<b>Beneficiario secundarios</b> Todo el personal de la corporación	<p><b>Directivos:</b>                      Porque se proporciona a los colaboradores todos los lineamientos y se crea sentido de pertenencia a la empresa.</p> <p><b>Los nuevos colaboradores:</b>                      Son beneficiados durante el proceso de inducción con herramienta que contiene la información que deben conocer</p> <p><b>Personal Administrativo y Operativo:</b>                      A los colaboradores que ya formaban parte de la empresa se les involucro y motivo con el fortalecimiento de la filosofía empresarial.</p>

### 3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Licda. Ingrid Lucrecia Pérez Paredes de Cojulum	Jefe del Departamento de Recursos Humanos	Entrega de información para realización de Manual de inducción
Licda. Dulce Margarita Carrasco Santos Dra. María Alejandra Carrasco Santos	Gerente del Área Financiera Gerente de Operaciones	Ayuda con la revisión del contenido de Manuales
Luis Pedro Aguilar Estrada	Técnico en Sistemas	Apoyo en equipo fotográfico y traslado de información e imágenes
Licda. Lisbeth Andrea Minera Sierra Jenzy Elizabeth Ordoñez Veliz	Jefe del Departamento de Arte Diseñador Grafico	Apoyo en diagramación y diseño de Manual y Afiches

### **3.1.5 Área Geográfica de Acción**

Las estrategias se desarrollaron en las instalaciones de Distribuidora América Comercial, S.A. (DACSA). Ubicada en 5ª. Avenida 11-24 zona 9 Guatemala, Guatemala.

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

### **3.2.1 Elaboración de Manual de inducción**

#### **Objetivo Comunicacional:**

Fortalecer y mejorar el programa de inducción al personal que inicia labores en la empresa

#### **Descripción**

Se realizó una herramienta que contenga toda la información importante y necesaria para que el departamento de Recursos Humanos pueda comunicarla de forma clara y ordenada a todos los nuevos colaboradores.

Los manuales serán utilizados durante el proceso de inducción para que cada colaborador de primer ingreso tenga a bien el leer este folleto. El manual contiene toda la información que se desea comunicar e informar a los colaboradores antes de iniciar sus labores en la empresa.

#### **Acciones**

- a. Reunión con Licenciada Ingrid Pérez para revisión de Manual
- b. Sesión Fotográfica para captar imágenes que se incluyeron en el Manual
- c. Reuniones con el departamento de diseño para elaboración de la portada y contra portada.
- d. Impresión de Manuales de Inducción,
- e. Presentación y entrega de Manuales de Inducción a Gerencia Financiera, Gerencia de Operaciones y Jefe del departamento de Recursos Humanos



Revisión de Manual con la Licenciada Ingrid Lucrecia Pérez y Epesista Claudia Díaz - Julio 2017



Reunión en el departamento de arte con diseñadora Jenzy Elizabeth Ordoñez Veliz y Epesista Claudia Díaz en revisión y diagramación de Manual de Inducción - Julio 2017



Epesista Claudia Díaz hace entrega Oficial a la Licenciada Dulce Margarita Carrasco Santos y a la Licenciada Ingrid Lucrecia Pérez, del Manual de Inducción para el personal de primer ingreso - Julio 2017



Epesista Claudia Díaz en entrega Oficial a la Doctora María Alejandra Carrasco Santos y a la Licenciada Ingrid Lucrecia Pérez, del Manual de Inducción para el personal de primer ingreso - Julio 2017

### **3.2.1 Elaboración de material impreso para fortalecer constantemente la filosofía empresarial.**

#### **Objetivo Comunicacional:**

Mejorar y fortalecer la filosofía empresarial

#### **Descripción**

Se realizaron Afiches para fortalecer la filosofía empresarial con todos los colaboradores. Fueron colocados en áreas y puntos estratégicos en donde puedan estar a la vista de todos.

#### **Acciones**

- a. Sesión fotográfica y selección de imágenes
- b. Revisión de propuestas de afiches con la Licenciada Ingrid Lucrecia Pérez previa a la elaboración de diseños
- c. Reuniones con el departamento de Arte para elaboración de 11 diseños
- d. Impresión de Afiches
- e. Presentación y entrega del material a Gerencia Financiera, Gerencia de Operaciones y Jefe del departamento de Recursos Humanos.
- f. Colocación de los afiches en diferentes puntos de la empresa.



Reunión en el departamento de arte con la Licenciada Andrea Minera y Epesista Claudia Díaz para revisión y diagramación de Afiches - Julio 2017



Epesista Claudia Díaz en organización del material impreso previo a la entrega -Julio 2017



Epesista Claudia Díaz realizando entrega Oficial a la Licenciada Dulce Margarita Carrasco Santos y a la Licenciada Ingrid Lucrecia Pérez, de afiches realizados - Julio 2017



Epesista Claudia Díaz realizando entrega Oficial Afiches a la Doctora María Alejandra Carrasco Santos y a la Licenciada Ingrid Lucrecia Pérez - Julio 2017

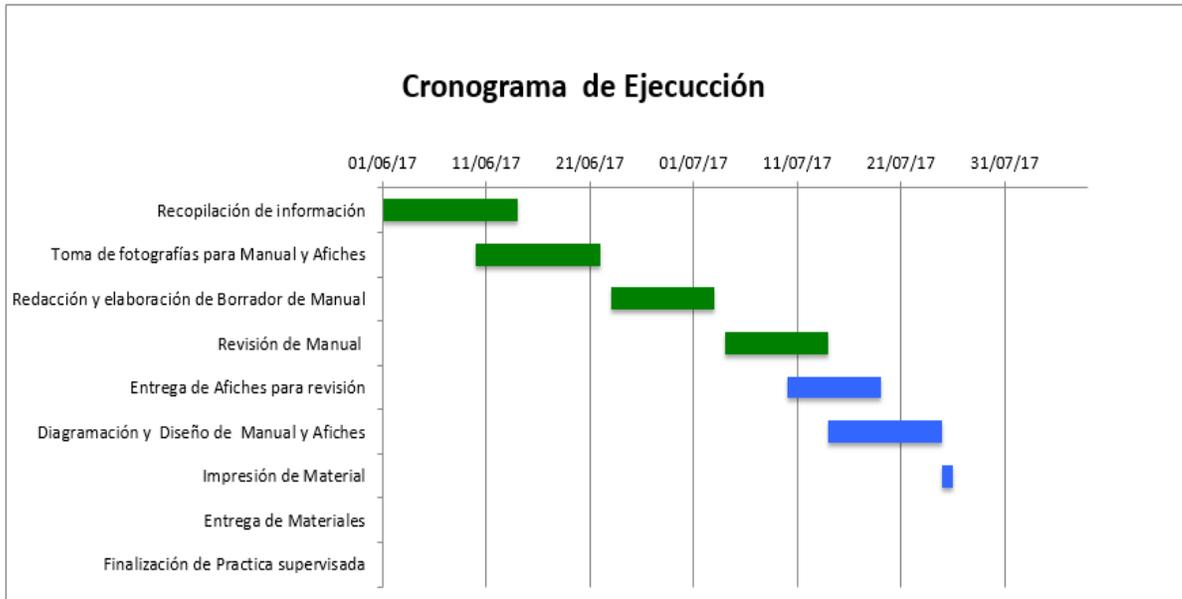


Epesista Claudia Díaz realizó la colocación de los afiches en el área del comedor - Julio 2017



Epesista Claudia Díaz realizó la colocación de los afiches en los pasillos de la Corporación para que estén a la vista de todos los colaboradores - Julio 2017

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



<https://es.esmartsheet.com/blog/d%C3%B3nde-puede-encontrar-las-mejores-plantillas-del-diagrama-de-gantt>

### 3.4. Control y seguimiento

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Elaboración de Manual de Inducción</p> <p>Objetivo: Brindar a los nuevos colaboradores toda la información importante que deben conocer</p>	<p>El 80% de los entrevistados que recibieron inducción</p>	<p>Los colaboradores prefieren recibir información escrita porque les ayuda a comprender y tener una mejor retención de toda la información,</p>
<p>Elaboración de Afiches</p> <p>Objetivo: Fortalecer la filosofía empresarial en todos los colaboradores</p>	<p>El 85% de los colaboradores observo la información de los valores de la empresa</p>	<p>Los colaboradores se sintieron identificados, parte de la empresa, tener presente los valores que posee la empresa.</p>

## CONCLUSIONES

Se evidencio que dentro de la empresa no existían Manuales de Inducción con toda la información necesaria de la empresa que se debe dar a conocer a los nuevos colaboradores. Asimismo no existía un constante fortalecimiento de la filosofía empresarial.

Los Manuales fueron elaborados como una herramienta efectiva para el departamento de Recursos Humanos y es de suma importancia para los colaboradores de primer ingreso. En ellos se da a conocer la misión, visión, normas y políticas de la empresa, así como los beneficios y compromisos que adquieren las personas con la empresa al momento que inicia la relación laboral.

El fortalecimiento de la filosofía empresarial se realizó por medio de afiches, se crearon 11 diseños diferentes cada uno con los valores y fotografías de los colaboradores realizando sus actividades diarias. Con esta estrategia se creó en los colaboradores sentido de pertenencia y evidenciar que forman parte de Distribuidora América Comercial y que dentro de sus actividades diarias viven los valores de la empresa, de esta forma se fortaleció la filosofía empresarial, y satisfacción en los colaboradores.

## RECOMENDACIONES

- El departamento de Recursos Humanos se recomienda sea el encargado del buen uso del Manual de Inducción.
- Actualizar los manuales al momento que existan nuevas políticas, procedimientos, e información importante que se debe dar a conocer al personal de primer ingreso.
- Se recomienda supervisar la correcta utilización y efectividad del manual de inducción realizando un evaluaciones posteriores a los colaboradores de primer ingreso
- Se recomienda reforzar la filosofía empresarial realizando nuevos afiches con otras imágenes para seguir motivando a los colaboradores.
- Concientizar al personal sobre la importancia de los valores de la empresa creando sentido de pertenencia y compromiso.

## GLOSARIO

- **Alineación estratégica**

Alineación se refiere a muchos temas: conocimiento, empoderamiento, desarrollo de sinergias, bienestar, propósitos comunes, empatía... Cuando una organización está alineada, los esfuerzos y talentos individuales se coordinan hacia un objetivo común. La alineación inicia con la selección del recurso humano y la evaluación de quién está presente, en coordinación con la hoja de ruta definida para el negocio. Exige una medición del Talento y las competencias de ese recurso humano para afrontar los retos del negocio.

- **Código de Barras**

Conjunto de rayas verticales u horizontales de distinto espesor que contiene información del producto sobre el que figuran. Se usa para todas las mercancías de venta directa al público y como partitura para los sistematizadores.

Método de marcación empleado para diferenciar referencias y características de productos mundialmente usados de todo tipo de industrias, dada la facilidad para el flujo de información.

- **Ética**

El término ética proviene de la palabra griega ethos, que originariamente significaba “morada”, “lugar donde se vive” y que terminó por señalar el “carácter” o el “modo de ser” peculiar y adquirido de alguien; la costumbre (mos-moris: la moral).

- **Optimizar**

Se refiere a la forma de mejorar alguna acción o trabajo, esto nos da a entender que la optimización de recursos es buscar la forma de mejorar el recurso de una empresa para que esta tenga mejores resultados, mayor eficiencia o mejor eficacia. Las empresas que son del área de servicios de alimentación deben de tener una mejora continua de sus recursos y administración para obtener una calidad adecuada de sus servicios ya que esta está en constante interacción con las personas.

- **Polifacética**

Que ofrece varias facetas o aspectos. Se aplica a las personas de variada condición o de múltiples aptitudes.

- **Proceso de inducción**

El propósito fundamental es lograr que el empleado nuevo identifique la organización como un sistema dinámico de interacciones internas y externas en permanente evolución, en las que un buen desempeño de parte suya, incidirá directamente sobre el logro de los objetivos corporativos.

- **Procesos Sistemáticos**

Cuando señalamos que algo tiene carácter sistemático, rápidamente lo asociamos a la esencia de un sistema, el cual requiere de insumos o nivel de entrada, mecanismos de conversión a nivel procesal, salidas o metas y retroalimentación.

- **Sachets**

Se trata de un término francés que se emplea para hacer referencia a una bolsa de tamaño reducido que, cerrada herméticamente, alberga algún producto en su interior. Lo habitual es que estos envases contengan productos líquidos, cremosos o en gel. En el caso de los alimentos, la leche, el yogur, la mostaza, el ketchup y la mayonesa (mahonesa) son algunos de los productos que suelen ofrecerse en sachet.

- **Tecnología**

Conjunto de los conocimientos técnicos, científicos aplicados a la industria.

- **Termoencogible**

Este es material PET que es un material con alto nivel de encogimiento. Este sucede al aplicar un flujo de calor al material y este se adapta fácilmente a la superficie.

- **Valores**

La palabra valores viene del latín “valere” lo que significa “ser fuerte”. Este vocablo alude a todos aquellos principios que le permiten a los seres humanos mediante su comportamiento realizarse como mejores personas; es decir son esas cualidades y creencias que vienen anexadas a las características de cada individuo y que ayudan al mismo a comportarse de una forma determinada.

- **Vanguardia**

Avanzada de un grupo o movimiento ideológico, político, literario, artístico, etc.

## BIBLIOGRAFIA

1. Díaz Menchú, C. M. (2017).
2. Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación Sexta Edición. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
3. Kotler, P. A. (2012). Marketing Decimo Cuarta Edición. Mexico: Pearson Educación .
4. Kotler, P. G. (s.f.). Marketing Decimo cuarta Edicion .
5. Menegazzo Salguero, A. V. (2016). Plan de comunicación para mejorar los procesos de comunicación interna en el Departamento de Recursos Humanos de la Dirección Departamental de Educación Guatemala Occidente . Guatemala: USAC.
6. Monreal, Jose Lluís. (1992). Oceano Uno Diccionario Enciclopédico . Colombia: Editorial Printer Colombiana, Ltda.
7. Ñaupás Paitán, H. (2014). Metodología de la Investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Bogotá: Ediciones de la U.
8. Palomo Salvatierra, J. J. (1994). Manual de metodología de la investigación. Guatemala : Superación.
9. Piloña Ortiz, G. A. (2011). Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo . Guatemala: GP Editores.
10. Ramírez Ramírez, L. A. (2016). Elaboración de manuales para mejorar los procesos de comunicación interna y externa en la Institución PROSAME. Guatemala : USAC.
11. Vega Paredes, L. F. (2015). Estrategia de comunicación como apoyo a los procesos de inducción al personal de una empresa siderúrgica en el municipio de Villa Nueva, Guatemala . Guatemala : USAC.

## EGRAFIAS

1. <http://normasapa.net/normas-apa-2016/>
2. <http://normasapa.net/cuestionarios-metodologia-tesis/>
3. <http://www.e-encuesta.com/plantillas-encuesta/>
4. <https://es.esmartsheet.com/blog/d%C3%B3nde-puede-encontrar-las-mejores-plantillas-del-diagrama-de-gantt>
5. <http://www.procoformas.com/noticias/glosario-flexogr%C3%A1fico.html>
6. <https://prezi.com/m/yj0kqzy5frqk/termoencogibles/>
7. <https://definicion.de/sachet/>
8. <https://www.gestiopolis.com>
9. [http://www.cca.org.mx/profesores/cursos/hmfbc\\_p\\_ut/html/m5/ventanas/u2/2.html](http://www.cca.org.mx/profesores/cursos/hmfbc_p_ut/html/m5/ventanas/u2/2.html)
10. <http://conceptodefinicion.com>
11. <http://www.portafolio.co/opinion/maria-reina/alineacion-estrategica-36374>

## Anexos

Transcripción completa de las entrevistas



**Fecha:** 21 de febrero 2,017  
**Nombre Entrevistado:** Licda. Ingrid Pérez  
**Puesto:** Jefe del departamento de Recursos Humanos

**1. ¿Conoce la Misión y Visión del Departamento de Recursos Humanos?**

No tenemos

**2. ¿Cuáles son los objetivos del Proceso de Inducción?**

Dar a conocer la historia de la Empresa, su actividad, quienes somos, así como las políticas, normas y procedimientos en que debemos actuar dentro de las instalaciones de la Empresa, así como el comportamiento entre nuestros compañeros.

**3. ¿Qué canales de comunicación y materiales utilizan durante el traslado de información y comunicación al personal de primer ingreso?**

Reunión personalizada, charla amena donde se tocan los temas de inducción, con interacción entre el personal de nuevo ingreso y la Jefatura de Recursos Humanos.

**4. ¿Se entrega algún material de consulta a los nuevos colaboradores?**

Si un folleto del Código de Ética que estipula toda la información de la Empresa

**5. ¿Existe alguna forma para mantener presente en los colaboradores la Misión, Visión y Valores de la empresa?**

Hay rótulos en el área del Comedor, en las capacitaciones y Enfoques

**6. ¿Cuál es la forma en que se presenta la empresa y sus colaboradores al personal de nuevo ingreso?**

Se les da la bienvenida en el ingreso a la Empresa por parte de Recursos Humanos, se le lleva con su Jefe Inmediato a quien se le presenta y el Jefe Inmediato se encarga de la inducción al puesto

**7. ¿Qué función tiene la Cartelera de anuncios para el Departamento de Recursos Humanos?**

No todos contamos con correo electrónico y los avisos pueden durar varios días, por lo que se colocan en la cartelera si alguien está consultando constantemente estos avisos. Se dan avisos varios y se colocan reglamentos, procedimientos, normas y políticas internas.

**8. ¿Qué otros medios utilizan para comunicarse con los colaboradores y cuál es su efectividad?**

Correo electrónico (efectivo en 99%); aviso personal a cada colaborador y cada colaborador firma de enterado.

**9. ¿Existe algún otro Departamento que realice funciones de comunicación?**

No

**10. ¿Considera necesario actualizar y mejorar el proceso de inducción al personal de primer ingreso y por qué?**

Considero que hay que hacerlo más atractivo, más funcional y modernizarlo.



**Fecha:** 21 de febrero del 2017  
**Nombre Entrevistado:** Ana Centeno  
**Puesto:** Asistente de Recursos Humanos

**1. ¿Conoce la Misión y Visión del Departamento de Recursos Humanos?**

No.

**2. ¿Cuáles son los objetivos del Proceso de Inducción?**

Informar la historia de la Empresa y giro empresarial.  
Trasladar las políticas disciplinarias y procesos internos que se realizan.  
Informar sobre sus derechos y obligaciones a nivel laboral.

**3. ¿Qué canales de comunicación y materiales utilizan durante el traslado de información y comunicación al personal de primer ingreso?**

Visual a través de la presentación y charla informativa, impresión de documentos como políticas disciplinarias, Compromiso de Confidencialidad, entre otros, donde deben firmar de enterado y las carteleras.

**4. ¿Se entrega algún material de consulta a los nuevos colaboradores?**

Sí, El Código de Ética y Conducta

**5. ¿Existe alguna forma para mantener presente en los colaboradores la Misión, Visión y Valores de la empresa?**

Sí, en los Enfoques realizados durante el año y en el área del comedor.

**6. ¿Cuál es la forma en que se presenta la empresa y sus colaboradores al personal de nuevo ingreso?**

Se les presenta al agente de seguridad, ahí se les informa la manera de ingresar, que es lo que tienen permitido ingresar o no. Se les menciona de cuantos niveles está conformada la Empresa y las sub-áreas que contiene cada nivel. Se les muestra las áreas comunes de uso y finalmente se les presenta con su Jefe directo.

**7. ¿Qué función tiene la Cartelera de anuncios para el Departamento de Recursos Humanos?**

Es el soporte principal para trasladar información o bien el respaldo de lo que ya se ha comunicado.

**8. ¿Qué otros medios utilizan para comunicarse con los colaboradores y cuál es su efectividad?**

Memos informativos, que se pasan personalmente y deben firmarnos de enterados. Correo electrónico y telefónico, en el caso de los que no cuentan con acceso a correo se les imprime dicha información y se pega en la cartelera al mismo tiempo se le solicita al Jefe o Encargo que apoye en difundir dicha información.

**9. ¿Existe algún otro Departamento que realice funciones de comunicación?**

No.

**10. ¿Considera necesario actualizar y mejorar el proceso de inducción al personal de primer ingreso y por qué?**

Sí, porque es necesario hacerlo más interesante y atractivo, visualmente.



**Fecha:** 21 de febrero del 2017  
**Nombre Entrevistado:** Claudia Beatriz Monroy Sor.  
**Puesto:** Asistente de Recursos Humanos

**1. ¿Conoce la Misión y Visión del Departamento de Recursos Humanos?**

No.

**2. ¿Cuáles son los objetivos del Proceso de Inducción?**

El proceso de inducción tiene como objetivo orientar al empleado para desempeñar su puesto con eficiencia, orden, responsabilidad etc., involucrarse de lleno en el proceso que conlleve cada actividad, se les da a conocer las normas, políticas y disciplina de la empresa.

**3. ¿Qué canales de comunicación y materiales utilizan durante el traslado de información y comunicación al personal de primer ingreso?**

Al momento de que ingresa cada colaborador se realiza una reunión con RRHH, en la cual se dan a conocer todas las normas y políticas y Código de Ética de la empresa.

**4. ¿Se entrega algún material de consulta a los nuevos colaboradores? Código De Ética**

**5. ¿Existe alguna forma para mantener presente en los colaboradores la Misión, Visión y Valores de la empresa?**

Desde el momento en que se ingresa a la empresa se da a conocer la Misión, Visión y Valores de la empresa, y para que la tengan presente en su día a día se encuentra la Cartelera en dónde se especifica cada una de ellas, en otras áreas de la empresa, y más que eso, cada uno de nosotros como colaboradores debemos tenerlo presente.

**6. ¿Cuál es la forma en que se presenta la empresa y sus colaboradores al personal de nuevo ingreso**

Se ingresa al personal, nos presentamos como colaboradores de la empresa, indicamos cuál es el procedimiento de ingreso, los pasos que debe realizar y la forma en que se debe

ingresar, para luego llevarlo a una reunión, en donde con más detalles se le explica y se le da a conocer las políticas, normas y Código de Ética de la empresa.

**7. ¿Qué función tiene la Cartelera de anuncios para el Departamento de Recursos Humanos?**

Mantener informado al colaborador de todas las actividades llevadas a cabo, dentro de la empresa y fuera de ella, para tener una mejor comunicación, al momento de que se presente alguna situación con relación a esa información, también se indican las políticas y normas de la empresa.

**8. ¿Qué otros medios utilizan para comunicarse con los colaboradores y cuál es su efectividad?**

Memos informativos: Esta información se da personalmente con cada uno de los colaboradores, con el objetivo de dar a conocer las actividades o procesos que se lleven a cabo en la empresa, esto para no generar algún tipo de confusión más adelante, de igual manera cada colaborador firma de enterado.

Correo Electrónico: Cualquier colaborador puede abocarse a nosotros como Recursos Humanos para hacernos saber de cualquier situación que le suceda. Telefónico: Por medio de ésta vía también pueden comunicarse y expresar su situación.

**9. ¿Existe algún otro Departamento que realice funciones de comunicación?**

No.

**10. ¿Considera necesario actualizar y mejorar el proceso de inducción al personal de primer ingreso y por qué?**

El departamento está sujeto a cambios, como cualquier otra área, todo proceso que sea para mejorar se llevará a cabo en su debido momento, ya que se adquieren nuevos procesos y nuevas propuestas para su mejoramiento.

## Modelo de la encuesta



### ENCUESTA

Encuesta presentada al personal de primer ingreso de la empresa Distribuidora América Comercial, S.A. para conocer si la información y comunicación a su ingreso es acertada.

Por favor marque con una X su respuesta

1. ¿Recibió inducción de la empresa a su ingreso?  
Si  No
2. La información recibida en este proceso fue:  
Buena  Mala  Regular
3. ¿Comprende la información recibida del departamento de Recursos Humanos?  
Si  No
4. ¿Cuándo ingreso a la empresa se sintió bienvenido?  
Si  No
5. ¿Al unirme a la Empresa, recibí suficiente información sobre el área donde trabajaría y la función que realizaría?  
Insatisfactorio  Poco satisfactorio  Normal   
Satisfactorio  Muy Satisfactorio  No Aplica
6. ¿Tiene apoyo y colaboración de las personas de otros departamentos cuando es necesario?  
Siempre  Eventualmente  Nunca
7. ¿Cómo es la comunicación con los compañeros de su área y otros departamentos?  
Buena  Mala  Regular

8. ¿Practica los Valores de la empresa?  
 Si  No
9. El siguiente texto “Crear etiquetas y empaques decorados, brindando soluciones innovadoras que comuniquen la excelencia del producto del cliente, haciéndolo único a nivel mundial” corresponde a Misión o Visión de la empresa por favor indicar  
 Misión  Visión  Trabajo en Equipo
10. ¿De estos Valores cuales son los que practica dentro de la empresa?  
 Lealtad  Integridad  Laboriosidad   
 Humanidad  Trabajo en Equipo  Solidaridad
11. ¿Están identificadas las diferentes áreas administrativas en la empresa para su mejor ubicación (contabilidad, recursos humanos, ventas, etc.)?  
 Si  No
12. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con el Departamento de Recursos Humanos?  
 Teléfono  Correo Electrónico   
 Visita el Depto.  No utiliza ninguno
13. ¿ Por favor indique del 1 al 5 el grado de interés que tienen para usted las siguientes herramientas de comunicación dentro de la empresa:
- |                    |   |   |   |   |
|--------------------|---|---|---|---|
| Correo electrónico |   |   |   |   |
| 1                  | 2 | 3 | 4 | 5 |
- |                       |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|
| Cartelera de anuncios |   |   |   |   |
| 1                     | 2 | 3 | 4 | 5 |
14. ¿Ha utilizado el buzón de sugerencias?  
 Si  No
15. ¿Considera conveniente recibir una segunda inducción u orientación de la empresa?  
 Si  No   
 ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
16. ¿Considera necesario que exista un departamento de Comunicación en la empresa?  
 Si  No   
 ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

## Vaciado de la Encuesta

1. ¿Recibió inducción de la empresa a su ingreso?

Respuestas	
si	10
no	0

2. La información recibida en este proceso fue:

Respuestas	
Buena	8
Mala	0
Regular	2

3. ¿Comprende la información recibida del departamento de Recursos Humanos?

Respuestas	
si	10
no	0

4. ¿Cuándo ingreso a la empresa se sintió bienvenido?

Respuestas	
si	9
no	1

5. ¿Al unirme a la Empresa, recibí suficiente información sobre el área donde trabajaría y la función que realizaría? Decisión

Respuestas	
Insatisfactorio	0
Poco satisfactorio	2
Normal	2
Satisfactorio	4
Muy satisfactorio	2
No Aplica	0

6. ¿Tiene apoyo y colaboración de las personas de otros departamentos cuando es necesario?

Respuestas	
Siempre	5
Eventualmente	5
Nunca	0

7. ¿Cómo es la comunicación con los compañeros de su área y otros departamentos?

Respuestas	
Buena	7
Mala	0
Regular	3

8. ¿Practica los valores de la empresa?

Respuestas	
Si	10
No	0

9. El siguiente texto “Crear etiquetas y empaques decorados, brindando soluciones innovadoras que comuniquen la excelencia del producto del cliente, haciéndolo único a nivel mundial” corresponde a Misión o Visión de la empresa por favor indicar

Respuestas	
Misión	6
Visión	4

10. De estos Valores cuales son los que practica dentro de la empresa?

Respuestas	
Lealtad	5
Integridad	6
Laboriosidad	5
Humanidad	2
Trabajo en Equipo	5
Solidaridad	4

11. ¿Están identificadas las diferentes áreas administrativas en la empresa para su mejor ubicación (contabilidad, recursos humanos, ventas, etc.)?

Respuestas	
Si	6
No	4

12. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con el Departamento de Recursos Humanos?

Respuestas	
Teléfono	4
Correo Electrónico	3
Visita el Departamento	5
No utiliza ninguno	0

13. Por favor indique del 1 al 5 el grado de interés que tienen para usted las siguientes herramientas de comunicación dentro de la empresa:

Correo electrónico

	20%	40%	70%	80%	90 al 100%
	1	2	3	4	5
	1	0	0	3	5

Respuestas	
20 % de interés	1
40% de interés	0
60% de interés	0
80% de interés	3
90-100% de interés	5
En blanco	1
	10

Cartelera de anuncios

	20%	40%	70%	80%	90 al 100%
	1	2	3	4	5
	1	1	6	1	1

Respuestas	
20 % de interés	1
40% de interés	1
60% de interés	6
80% de interés	1
90-100% de interés	1
	10

14. ¿Ha utilizado el buzón de sugerencias?

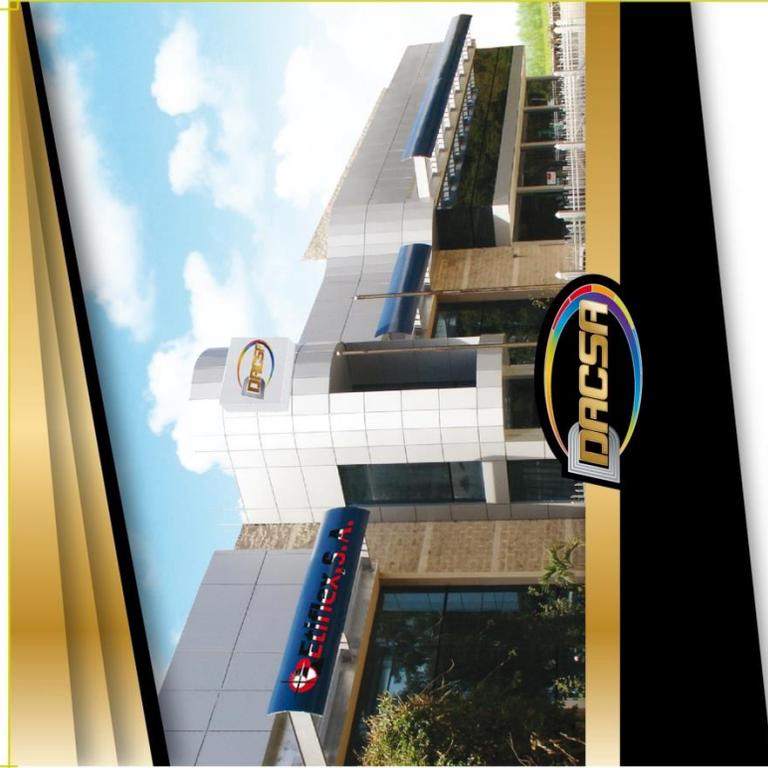
Respuestas	
Si	0
No	10

15. ¿Considera conveniente recibir una segunda inducción u orientación de la empresa?

Respuestas	
Si	6
No	4

16. ¿Considera necesario que exista un departamento de Comunicación en la empresa?

Respuestas	
Si	6
No	4



# Manual de Inducción

CREAMOS MÁS —  
— QUE ETIQUETAS



## Contenido de Manual

### Contenido

- 1 Quienes somos
  - 1.1 Misión y Visión
  - 1.2 Valores Corporativos
  - 1.3 Operaciones de la Corporación
- 2 Proceso de Producción
- 3 Pago de Nomina
- 4 Beneficios
- 5 Compromiso
- 6 Permisos y ausencias
- 7 Norma SA8000
- 8 Política de Calidad
  - 8.1 Objetivos de Calidad
- 9 Higiene, Seguridad y Salud Empresarial (HSSE)
  - 9.1 Que es seguridad Industrial
  - 9.2 Causas de Accidentes
  - 9.3 Actos Inseguros
  - 9.4 Condiciones Inseguras
  - 9.5 Clasificación de Fuegos
- 10 Planos de Extintores
- 11 Riesgos Especiales

- 12 Plan de Evacuación
  - 12.1 Rutas de Evacuación
- 13 Equipo de Protección
- 14 Orden y Limpieza
- 15 En caso de Incendio o Accidente
- 16 Plan de Emergencia Higiene y Seguridad
- 17 Procedimiento de Primeros Auxilios
- 18 Integrantes de la Brigada de primeros Auxilios
- 19 Procedimiento de uso de Extintores+
- 20 Temblor o Terremoto
- 21 Casos de Evacuación
  - 21.1 Procedimientos de Evacuación
  - 21.2 Responsabilidad de la Brigada de Evacuación
  - 21.3 Puntos de reunión
- 22 Higiene y Seguridad
  - 22.1 Equipo de Protección Personal
  - 22.2 Responsabilidades
  - 22.3 Tipos de Riesgo
  - 22.4 Clasificación de los equipos de Protección
- 23 Buenas Practicas de Manufacturas (BPM)
  - 23.1 Limpieza
  - 23.2 Higiene, Higiene personal

23.3 Orden

23.4 Mantenimiento

23.5 Impacto ambiental

23.6 Seguridad Industrial

24. Anexos

## Bocetos de Afiches



# COMPROMISO

Determinación personal de cumplir con los objetivos marcados, mediante la realización de una actividad con esfuerzo, respeto y excelencia, cumpliendo con la productividad y los resultados deseados.

CREAMOS MÁS —  
— QUE ETIQUETAS



# CALIDAD

La capacidad de satisfacer las necesidades y superar las expectativas del cliente, desarrollando la mejora continua en todas las actividades con el compromiso a la excelencia.

CREAMOS MÁS —  
— QUE ETIQUETAS



# Fichas de registro de horas



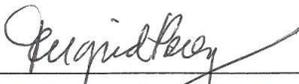
**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017

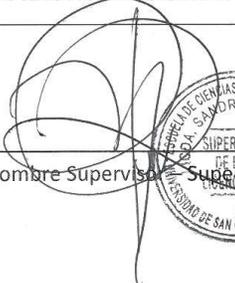


## Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Claudia Maribel Díaz Menchú  
**No. Carné y DPI:** 200417035 DPI 2500 28581 0108  
 Licda. Ingrid Lucrecia Perez, Jefe del departamento de Recursos Humanos  
**Jefe o Encargado (a):** Humanos  
**Institución o Empresa:** Distribuidora América Comercial, S.A.  
**Supervisor de EPSL:** Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 01 / Al: 02	Junio	X	X	X	7	8	X	15 hrs.
2	Del: 05 / Al: 09	Junio	7	7	7	7	8	X	36 hrs.
3	Del: 12 / Al: 16	Junio	7	7	7	7	8	X	36 hrs
4	Del: 19 / Al: 23	Junio	7	7	7	7	8	X	36 hrs
5	Del: 26 / Al: 29	Junio	7	7	7	8	X	X	29 hrs.
6	Del: 03 / Al: 07	Julio	7	7	7	8	8	X	37 hrs.
7	Del: 10 / Al: 14	Julio	7	7	7	8	8	X	37 hrs.
8	Del: 17 / Al: 21	Julio	7	7	7	8	8	X	37 hrs.
9	Del: 24 / Al: 28	Julio	7	7	7	8	8	X	37 hrs.
10	Del: / Al:		X	X	X	X	X	X	
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									300 hrs.

(f)   
 Nombre, firma y sello (a) o Encargado  
**DISTRIBUIDORA AMÉRICA COMERCIAL, S. A.**  
**DACSA**  
 5a. AVENIDA 11-24, ZONA 9  
 PBX: 2323-9898 - FAX: 2332-4122

(f)   
 Nombre Supervisor 

