

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



“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA PUBLIMER”

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MARÍA DEL CARMEN PÉREZ FELIPE

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Michael González Bátres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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



Guatemala, 08 de Febrero 2018 USAC

EPS-LIC—2018 17

Lic. Byron Escobar
Gerente General
Publimer
Presente.

Estimado Licenciado:

Por medio de la presente agradecemos su colaboración por brindar el espacio para que el (la) epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiante **María del Carmen Pérez** con número de registro académico **19921846** realice su ejercicio profesional supervisado en su prestigiosa institución para tal efecto solicitamos lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación al estudiante epesista en papel membretado y sellado por la empresa o institución.
- Facilitarle los materiales de consulta y de trabajo para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan de Comunicación 2018 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar el mismo para que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de la misma.
- Autorizar que el estudiante epesista incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado que será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera" así como copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura y colegio de Humanidades).
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional Supervisado por parte de los docentes supervisores quienes estarán debidamente identificados -EPS-.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Luis Pedroza

Coordinador de EPS Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866



Copia: archivo/empresa o institución/estudiante epesista



"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



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



Guatemala, 10 de octubre de 2018

Estudiante
María del Carmen Pérez Felipe
Carné: 199921846
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA PUBLIMER.". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

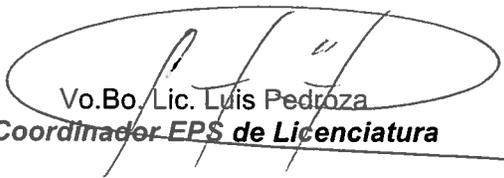
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura






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



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

Guatemala, 27 de julio de 2018

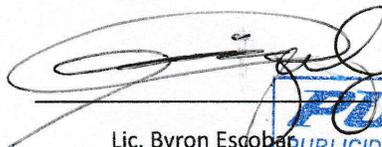
Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que: **María del Carmen Pérez Felipe** con número de **carne: 199921846y 1866545882205**; el estudiante(a) epesista 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 "Mercadeo y Ventas" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 02 de julio al 31 de agosto del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "Estrategias de comunicación interna en la empresa Publimer S.A" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra empresa Publimer S.A.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra empresa Publimer S.A

Atentamente,



Lic. Byron Escobar
Gerente de Mercadeo y Ventas
PUBLICIDAD & MERCADEO EXTERIOR, S.A
3a. Calle 2-45, Zona 3
Guatemala, Centro América
Teléfono: 2316-1100

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

A DIOS

Por darme la vida y la capacidad para poder alcanzar mis metas y hacer de mí una mejor persona.

A MI MADRE

Gracias por esas palabras de aliento y comprensión, por enseñarme que debo esforzarme día a día.
Te amo.

A MI HIJA

Por ser el pilar que me mueve a ser cada día mejor.

JHONY

Por enseñarme a no rendirme y luchar en tiempos difíciles, agradezco el apoyo que me ha brindado durante estos años de estudio, por su paciencia y comprensión.

RONY SOLIZ

Mi padrino de este proyecto y a quien agradezco todo el apoyo brindando.

A MI TIO ISAIAS

Por enseñarme desde pequeña la importancia del estudio y sembrar en mí el interés de superación
Q.E.D

A MI HERMANO

Que desde el cielo cuidas de mí y siempre estarás en mi mente y mi corazón. ¡Te extraño! Va por ti porque siempre me viste como ejemplo y no quiero fallarte.

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Por haberme brindado la oportunidad de forjarme profesionalmente, ser Sancarlista es orgullo y pasión.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La ECC Agradezco la oportunidad de culminar con satisfacción esta carrera.

A LA EMPRESA PUBLIMER S.A

Por brindarme la oportunidad para ejercer mi Ejercicio de Práctica Supervisada.

LIC. LUIS PEDROZA

Mi admiración por el apoyo que brinda a todos los estudiantes para culminar su meta profesional.

LIC. FERNANDO FLORES

Gracias por la motivación, supervisión y paciencia que tuvo para que pudiera finalizar mi proyecto.

INDICE

RESUMEN.....	i
INTRODUCCIÓN.....	ii
JUSTIFICACIÓN	iii

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico	1
1.1. Objetivos del Diagnóstico	1
1.1.1. Objetivos Generales	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. La Institución	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes o Historia	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	3
1.2.5. Misión.....	4
1.2.6. Visión	4
1.2.7. Objetivos Institucionales	5
1.2.8. Público Objetivo	5
1.2.9. Organigrama	6
1.3. Metodología	6
1.3.1. Descripción del Método.....	6
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	7
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	9
1.4. Recopilación de datos	10
1.4.1. Ficha de las entrevistas	10
1.4.2. Resultado de las entrevistas	16
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre Entrevistados	17
1.4.4. Gráficas cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas ..	19

1.5. Radiografía de la Institución FODA	35
1.5.1. Fortalezas	35
1.5.2. Oportunidades.....	35
1.5.3. Debilidades	36
1.5.4. Amenazas	36

CAPITULO II

2. Plan de comunicación	37
2.1 Antecedentes comunicacionales	37
2.2. Objetivos de la Comunicación	37
2.2.1. Objetivo General	37
2.2.2. Objetivos Específicos.....	37
2.3. Público Objetivo	38
2.4. Mensaje	38
2.5. Estrategias	38
2.6. Acciones de comunicación	38

CAPÍTULO III

3. Informe de ejecución	45
3.1. Proyecto desarrollado.....	45
3.1.1. Financiamiento.....	45
3.1.2. Presupuesto.....	46
3.1.3. Beneficiarios	47
3.1.4. Recursos humanos	48
3.1.5.Áreas geográficas de acción	48
3.2. Estrategia y acciones	49
3.3. Cronograma de actividades.....	61
3.4. Control y seguimiento.....	62

CONCLUSIONES	63
---------------------------	----

RECOMENDACIONES	64
------------------------------	----

GLOSARIO DE TÉRMINOS..... 65
BIOGRAFÍA 66
E-GRAFÍA 66
ANEXOS 67

RESUMEN

Nombre de la institución: Publimer S.A.

Nombre del proyecto: Estrategias de comunicación interna en la empresa Publimer S.A.

Objetivos del Proyecto:

General:

- Motivar y fortalecer la comunicación y planificación Interna.

Específicos:

- Contribuir a la elaboración y estructuración de su organigrama interno.
- Fortalecer la comunicación y el trabajo en equipo a través de las capacitaciones.

Sinopsis:

Inicialmente se realizó el diagnóstico de los procedimientos de comunicación interna de la empresa Publimer S.A, con el fin de determinar aspectos que fueran necesarios fortalecer.

Con los resultados obtenidos por el diagnóstico se procedió a realizar la matriz FODA, como parte de las debilidades se identificó la falta del clima organizacional y la calidad de servicio que se brinda al cliente interno y externo reflejándose en los resultados de ventas.

Se procedió a elaborar un plan de comunicación que permitiera el fortalecimiento del clima organizacional, reflejado en el servicio al cliente y por ende en ventas. Como producto de la ejecución, se estructuro el organigrama interno con funciones establecidas y capacitaciones que permitirán mejorar el rendimiento del personal con mucho optimismo.

INTRODUCCIÓN

El enfoque del presente estudio brindará un diagnóstico para conocer la realidad corporativa de la empresa PUBLIMER S.A, analizando los procesos utilizados de comunicación; para detectar los factores que obstaculizan y obstruyen sus fortalezas e incrementa sus debilidades impidiendo el crecimiento corporativo.

El proyecto contempla un diagnóstico que indaga la comunicación a nivel interno. El método utilizado para la recolección de información se basó en una investigación descriptiva, recolectando datos de la empresa como antecedentes, material e información ya existente, así también se realizarán entrevistas las cuales se analizaron y dictaminaron las necesidades en el ámbito comunicacional.

Con base a lo anterior, se planearon y ejecutaron estrategias de comunicación con el propósito de fortalecer las capacidades del equipo, crear un ambiente laboral agradable a través de una buena comunicación, estableciendo un organigrama interno que refleja funciones específicas y finalmente capacitando al personal en la importancia del servicio al cliente y ventas.

JUSTIFICACIÓN

La investigación que se presenta se realizó debido a la necesidad de la empresa Publimer S.A

Realizando un diagnóstico de los procedimientos de comunicación interna, en el cual se identificó la necesidad de fortalecer la comunicación, el clima organizacional, mejorar la atención a clientes para lograr los objetivos institucionales de la empresa de la empresa “Honestidad, para nuestra gente, nuestra sociedad, pero sobre todo para nuestros clientes”.

Y para eso fue necesario planear y ejecutar estrategias de comunicación interna que contribuyeran el inicio de una etapa de cambio continuo y así a corto plazo la empresa podría replicar estas estrategias o crear nuevas acorde a los cambios deseados.

Este tema es importante para la corporación porque se busca agilizar el proceso de producción, generando mayores ventas anuales.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

“Diagnóstico de comunicación interna con los colaboradores de la empresa PUBLIMER”

1.1. Objetivos del diagnóstico:

1.1.1. Objetivo General:

- Presentar un diagnóstico de comunicación interna con los colaboradores de Publimer.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Conocer los canales de comunicación que utiliza la empresa.
- Conocer cada una de las necesidades de comunicación en los departamentos de Publimer.
- Detectar los factores que obstaculizan y obstruyen los canales de comunicación interna que enlaza los procedimientos administrativos, de producción y ventas.

1.2. La institución: Institución:

Publimer, Publicidad y Mercadeo Exterior, S.A

1.2.1. Ubicación Geográfica:

3 calle 2-45 zona 3 de la Ciudad de Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianza Estratégicas

Publicidad y Mercadeo Exterior, S.A, es destacada como empresa individual, firma unipersonal o también llamada gremio individualítico, ya que el propietario es un solo persona, quien se beneficia de las ganancias de la actividad productiva de su empresa y a su vez asume las pérdidas. Cuenta con alianzas comerciales estratégicas con otras empresas que le proveen de diferentes productos, para atender las necesidades de sus clientes en materiales publicitarios.

1.2.3. Antecedentes o Historia

La empresa Publicidad y Mercadeo Exterior, S.A. Fue fundada el 22 de septiembre del 2001; reconocida con su nombre comercial en el mercado guatemalteco y en el gremio publicitario Out Door, como PUBLIMER; quien destaca en el país, como una de las empresas de publicidad exterior más importante, por su variedad de parque de vallas con diversos formatos que le ha permitido mantenerse en el mercado por más de 17 años; es integrada por 75 colaboradores entre personal administrativo y operativo.

Para adaptarse a las necesidades de sus clientes y satisfacer sus más exigentes requerimiento en cuanto a Publicidad Exterior se refiere, ha incursionado con materiales P.O.P, Rotulación acrílica, vinil samblas; así como trabajos mercadológicos específicos y creativos.

Su fundador y propietario, el Licenciado Fredy Escobar, tuvo la iniciativa debido a las necesidades de diversidad de marcas para dar a conocer sus productos o servicios, capturar un nuevo nicho de mercado, segmentar su grupo objetivo y por ende mantenerse en la mente del consumidor.

Es una empresa guatemalteca y familiar dirigida por dos hermanos quienes incorporan a la empresa en el transcurrir de los años a personal seleccionado, calificado y con experiencia.

Clientes:

Entre su cartera de clientes destacan: Walmart Centroamérica, Maxi despensa, Ogilvy, BBDO Guatemala, Publicis Guatemala, Jaquemateicom, The AD Company, Leo Burnet, McCannMicoope, Detektor, Isuzu, Universidad Panamericana, Taco Bell, Multiproyectos, Grupo Rosul, SAT, Banco Azteca, Auto Partes, 5B, Mercadeo Inmobiliario, Brantrab, Jardines del Norte, Banrural, BAM, Camas Fomtex, Banco de Guatemala, Pollo Campero, Banco G&T, Cemaco, Mango Media; entre otras diversidades de marcas.

Seguridad Industrial:

Es obligatorio el uso del equipo de protección personal básico, en todas las áreas de trabajo, así como el uso de equipo de protección especial, para determinados trabajos que representan algunos riesgos de la tarea, tal es el caso de la instalación de vinil en edificios o vallas unipolares Capacitan al personal en prevención industrial o riesgos, proporciona el equipo adecuado para evitar accidentes y cada colaborador de producción cuenta con un seguro de vida.

1.2.4. Departamentos o dependencias

- **Organización:** Es primordial conocer la estructura organizacional de la empresa porque influye en la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones que se ven enfrentados los trabajadores en el desarrollo de sus funciones.
- **Propietario:** Es el mayor medio representante; ser propietario de una empresa también lleva una mayor responsabilidad con muchas más tareas, principal estrategia y planificador con todo el personal a cargo y es responsable de autoriza la inversión.

- **Gerente de Mercadeo:** El Gerente de Comercialización genera con su equipo de ventas los ingresos de la empresa, estableciendo estrategias de precio, alianzas comerciales y órdenes de producción.
- **Financiero o Contabilidad:** Genera las órdenes de compra y realiza los cobros del servicio; emitiendo facturación y autorizaciones de contratos con crédito.
- **Recursos Humanos:** Es contratado OUT SOURCING cuando se requiere un perfil exigente o clave para la empresa.
- **Jefes de taller:** Los jefes de taller tienen una gran comunicación y deben trabajar muy de cerca con el personal de diseño y planificación para que el personal a cargo ejecute lo solicitado por el cliente.
- **Supervisores:** Supervisa el material a instalar y genera rutas para el personal operativo; así como el transporte requerido.
- **Instaladores o personal operativo:** Obedecen las instrucciones del supervisor y realizan sus funciones según orden de servicio girada.

1.2.5. Misión

“Somos una familia que, a través de nuestro conocimiento y experiencia en publicidad y mercadeo exterior, proporcionamos a nuestros clientes un medio efectivo y presentable para sus estrategias mercadológicas.”

1.2.6. Visión

“Ser una empresa líder en Publicidad y Mercadeo Exterior a nivel centroamericano, acreditada y reconocida por su excelente servicio a nuestros clientes, brindando oportunidades de desarrollo a nuestro personal. ”

Valores:

“Fomentamos nuestra cultura, formación y que de ella salgan grandes líderes, personas de bien capacitadas que sirvan a profundidad introduciéndose en sus labores establecidas, gestionando de manera verás.

Estos valores son: • Respeto • Integridad • Honestidad • Liderazgo • Optimismo”.

Política de Calidad:

“Publimer utiliza materias de la más alta calidad, así como materiales o alternativas económicas, cuenta con profesionales altamente calificados, con el fin de garantizar los más fieles resultados y compromisos adquiridos con los clientes. ”

1.2.7. Objetivos Institucionales

“Honestidad, para nuestra gente, nuestra sociedad, pero sobre todo para nuestros clientes”.

- Formar a los empleados la integración, optimismo, activos en lo que compete a la determinación de la empresa.
- Creación de personas proactivas para una evolución que les permita crecimiento dentro de la empresa formando líderes eficientes, que admiten responsabilidades para cumplir objetivos.
- Mejorar continuamente la presentación de los servicios, garantizando una atención con calidad y continuidad al cliente.

1.2.8. Público Objetivo de la institución

Trabajadores de la empresa Publimer, incluye personal administrativo, con el fin de lograr integración y mejora del clima laboral.

1.2.9. Organigrama

La organización actualmente no cuenta con un organigrama en donde se detalle la estructura organizacional de acuerdo a todas sus tareas y actividades que se pretendan realizar, más sin embargo si existen puestos jerárquicos, jefaturas medias, directivas y operativas.

Esto es un esquema básico para el buen funcionamiento de cualquier empresa, aunque en las empresas familiares o de un solo dueño, van creciendo paulatinamente, que a lo largo del tiempo pasa a un segundo plano de interés o prioridad el tener un detalle organizacional perdiendo de vista su gran utilidad.

Lo cierto es que toda empresa que aspire a una profesionalización mínima, precisa organizarse siguiendo un esquema que señale cuáles son las diferentes áreas o departamentos y los roles asignados, dispuestos mediante líneas de autoridad. Por lo tanto, la carencia de un esquema organizacional deriva en problemas relacionados con la ausencia de una organización interna definida.

1.3. Metodología:

1.3.1. Descripción del Método

- **Método Deductivo:**

“La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir, parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlos a casos individuales y comprobar así su validez.

Se puede decir también que el aplicar el resultado de la inducción a casos nuevos es deducción.” (Hernández Sampieri, 1998).

Recopilación de información, entrevista a gerente y empleados donde se analiza, observa y documenta; donde se requiere una eficaz información y nexos eficientes con quienes se enlazan y vincula. Para la realización del diagnóstico se utilizarán las siguientes herramientas:

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección:

Para la realización del diagnóstico se utilizará como guía los lineamientos del proyecto de investigación descriptiva apoyada por el método de la entrevista, la cual se realizará a los Dirigentes y puestos medios.

El diagnóstico contiene una información intensa de la comunicación a nivel interno. El método utilizado para la recolección de información se basó en una investigación descriptiva, en donde se recolectarán datos de la empresa Publimer.

- **Guía de Observación**

Observación del espacio físico y su infraestructura, para conocer el ambiente, las características de su establecimiento; así como todo su entorno que muestre sus herramientas de trabajo, procesos administrativos.

Con esta técnica se conocerá superficialmente la organización en su interior y sus alrededores; incluyendo Seguridad Industrial para conocer la infraestructura del lugar y posibles rutas de emergencias administrativas como operativas.

- **Guía de Observación - de colaborador(a) hacia la organización:**

Con esta herramienta se conocerá el desenvolvimiento de las personas colaboradoras en el área de trabajo, conocer sus aptitudes, actitudes y las posibles formas de ejecutarlas en los diferentes ambientes que se les presenten.

- **Entrevista al equipo de trabajo del departamento**

La entrevista tiene el objetivo de visualizar la situación actual de la organización para tomar decisiones y orientar al equipo de trabajo.

Conocer los posibles problemas organizacionales que afectan el giro total de la empresa.

Con esta herramienta conoceremos la forma en que las personas colaboradoras de la empresa perciben a la institución y detectar barreras de comunicación.

1.3.3. Cronograma del diagnóstico:

MES - AÑO	Enero. 2018				Febrero. 2018			
	1	2	3	4	1	2	3	4
SEMANAS								
ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Curso Propedeúutico	x							
2. Solicitud de asignación de empresa.		x						
3. Entrega de formulario de solicitud de EPSL			x					
4. Ubicación de empresa para realizar el EPS				x				
5. Autorización de empresa para realizar el EPS					x			
6. Formulario de Solicitud de prácticas					x			
7. Entrega de formulario a Universidad firmado por empresa.						x		
8. Entrega de carta a la Universidad de admisión de prácticas.							x	
9. Construcción del diagnóstico.							x	
10. Entrega de informe del diagnóstico							x	

Fuente: <https://es.smartsheet.com/blog/donde-puede-encontrar-las-mejores-plantillas-del-diagrama-de-gantt>

1.4. Recopilación de datos:

1.4.1. Ficha de las entrevistas

Entrevistadora:	María del Carmen Pérez
entrevistado:	Fredy Escobar
Edad:	57 años
Años de relación laboral en la empresa:	16 años
Relación laboral con la empresa:	Fundador
Actividades que realiza en la empresa:	Toma de decisiones Organización de propuestas Firmas y finiquitos Generación de estrategias de ventas
Objetivo de la entrevista:	Identificar problemas de comunicación dentro de la empresa; problemas de comunicación y liderazgo en los departamentos, detectar fortalezas y debilidades, entre otros problemas relacionados con las actividades que realiza la persona entrevistada.
Fecha de la entrevista	viernes, 01 de junio de 2018
Horario de la entrevista	9:00 a.m. a 12:00 p.m

Entrevistadora:	María del Carmen Pérez
entrevistado:	Jennifer Abigail González Alvarado
Edad:	21 años
Años de relación laboral en la empresa:	1 año
Relación laboral con la empresa:	Recepcionista
Actividades que realiza en la empresa:	Atención telefónica Recepción de documentos Coordinación de envío de facturas a proveedores
Objetivo de la entrevista:	Identificar los problemas de comunicación que existe en el cargo, puesto fundamental en la empresa que hace fluir la comunicación con clientes internos y externos, además de conocer los procedimientos que realiza para la ejecución de su labor.
Fecha de la entrevista	viernes, 01 de junio de 2018
Horario de la entrevista	9:00 a.m. a 12:00 p.m.

Entrevistadora:	María del Carmen Pérez
entrevistado:	Kenia Hernández
Edad:	30 años
Años de relación laboral en la empresa:	5 años
Relación laboral con la empresa:	Ejecutiva de cuentas
Actividades que realiza en la empresa:	Atención a cartera específica de clientes Seguimiento de ventas Coordinación de la publicidad contratada Coordinación de envío de facturas a proveedores
Objetivo de la entrevista:	Identificar los problemas de comunicación que existe en el cargo, los problemas que pueden surgir ante un mal procedimiento con el cliente externo. Así como conocer otros problemas relacionados con las actividades que realiza la persona entrevistada.
Fecha de la entrevista	viernes, 01 de junio de 2018
Horario de la entrevista	9:00 a.m. a 12:00 p.m.

Entrevistadora:	María del Carmen Pérez
entrevistado:	María del Rosario Román
Edad:	35 años
Años de relación laboral en la empresa:	7 años
Relación laboral con la empresa:	Ejecutiva de cuentas
Actividades que realiza en la empresa:	Atención a cartera específica de clientes Seguimiento de ventas Coordinación de la publicidad contratada Coordinación de envío de facturas a proveedores
Objetivo de la entrevista:	Identificar los problemas de comunicación que existe en el cargo, los problemas que pueden surgir ante un mal procedimiento con el cliente externo. Así como conocer otros problemas relacionados con las actividades que realiza la persona entrevistada.
Fecha de la entrevista	viernes, 01 de junio de 2018
Horario de la entrevista	9:00 a.m. a 12:00 p.m.

Entrevistadora:	María del Carmen Pérez
entrevistado:	Byron René Marín Chacón
Edad:	50 años
Años de relación laboral en la empresa:	15 años
Relación laboral con la empresa:	Jefe de Producción
Actividades que realiza en la empresa:	Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa. Organiza y hace el seguimiento de la ejecución de todos los trabajos de publicidad, instalación y mantenimiento dentro del ciclo de producción garantizando que cumplan con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad.
Objetivo de la entrevista:	Identificar los problemas de comunicación que existe en el cargo, los problemas que pueden surgir ante un mal procedimiento con el cliente externo. Así como conocer otros problemas relacionados con las actividades que realiza la persona entrevistada.
Fecha de la entrevista	viernes, 01 de junio de 2018
Horario de la entrevista	9:00 a.m. a 12:00 p.m.

Entrevistadora:	María del Carmen Pérez
entrevistado:	Mònica Elizabeth Moctezuma Reyes
Edad:	33 años
Años de relación laboral en la empresa:	8 años
Relación laboral con la empresa:	Contadora General
Actividades que realiza en la empresa:	<p>Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.</p> <p>Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar. Revisa el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones. Lleva mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA. Elabora los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables generalmente aceptado, a objeto de obtener los estados financieros.</p>
Objetivo de la entrevista:	Identificar los problemas de comunicación que existe en el cargo, los problemas que pueden surgir ante un mal procedimiento con el cliente externo. Así como conocer otros problemas relacionados con las actividades que realiza la persona entrevistada.
Fecha de la entrevista	viernes, 01 de junio de 2018
Horario de la entrevista	9:00 a.m. a 12:00 p.m.

1.4.2. Resultado de las entrevistas

La información que se obtuvo es de gran interés, cuyo objetivo era conocer aspectos importantes de la empresa, como el ámbito laboral, la cooperación interna, conocimientos internos de servicios. Todo esto para ampliar la visión que se tiene internamente de la empresa.

Con la entrevista se obtienen los siguientes datos:

- Conocimiento de cómo funciona la empresa, su visión, misión y a que se dedican.
- Sus deseos de integrarse como un solo equipo de trabajo.
- Conocimientos de sus operaciones internas, y organizacional.
- Carencia de un departamento de RRHH y/o comunicación para el desarrollo de
- planes estratégicos de comunicación para la integración laboral.
- Sus fortalezas como empresa generadora de publicidad.

1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentro y disensos entre entrevistados

Entrevista	Preguntas	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4
1. ¿Qué es Publimer?	Es una empresa de mercado y publicidad exterior	Se encarga de dar publicidad a diferentes clientes.	Es su segunda casa y le gusta lo que hace.	No hay evidencia	No hay evidencia
2. ¿Cuál es su organización internamente?	Gerente General, Gerente de ventas, Gerente de producción, operativos, vendedores, contador, jefe de logística.	Cuando ingresan personas nuevas, ella pregunta, pero no identifica, pero no ubica posición, ella tiene un listado.	Gerente de ventas, sus compañeros de trabajo, jefe de taller, dirección financiera y recepción	No hay evidencia	No hay evidencia
3. ¿Cuál es la misión y visión?	Es crear una empresa familiar que pueda prestar el servicio el servicio de publicidad exterior y con eso poder sostener las 57 familias que depende de la empresa	No hay evidencia	Vender Vallas	No hay evidencia	No hay evidencia
4. ¿Cómo se da a conocer Publimer en Guatemala?	En todas las calles y vallas, somos miembros de la cámara de industria de la gremial exterior.	No hay evidencia	En las agencias ya están Posicionados y en las vallas	Web activa y publicar	
5. ¿Qué herramientas utiliza para darse a conocer?	No hay evidencia	Se coloca publicidad en las vallas disponibles y hay una asesora que las recibe.	Internet, Web y Correo	La Web	
6. ¿Cuáles son sus objetivos principales?	Mantenerse, somos una empresa de publicidad exterior renovando sus servicios y cartera.	No hay evidencia	Vender Vallas	Venta asesorar al cliente y conocer para conocer los puntos	
7. ¿Cómo percibe la empresa?	Personal interno ha ido creciendo, Crecimiento Comercial	Se sorprenden por ver que es una casa y no vieron que es una empresa que con el tiempo fue viéndose una ambiente agradable.	Estable, se cumple lo que se ofrece	Ha sido una empresa que ha ido creciendo, líder para promover su puntos.	
8. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que conoce de la empresa en lo interno y externo?	Mucha experiencia mantienen al personal, Comunicación y afinidad.	Comunicación, son solo 6 personas que se comunican por telefono , habian muchos cambios cuando ella entro, realiza la labor de cobros.	La Colaboración del personal, Reconocidos, Mala organización, Le quedan mal al cliente por mentir las fechas de instalación, tener mas personal en las Jornadas, Planeación anticipada.	Intalaciones, ubicaciones externa, Variedad de productos, No hay amistad, Falta de tecnología.	
9. ¿Cuenta con departamento de comunicación?	No hay evidencia	No hay evidencia	No hay evidencia	No hay evidencia	No hay evidencia
10. ¿Qué perfil consideraría usted tiene un comunicador y las funciones que desempeñaría en su empresa?	Recurso humano, No comunicación.	No hay evidencia	No hay evidencia	No hay evidencia	No hay evidencia

Como podemos observar en el cuadro anterior, observamos los puntos compatibles dentro de los entrevistados, en el cual sobresalen barreras para el mejoramiento de la comunicación y la integración del personal.

Los cuadros destacados en amarillo, son los puntos donde difieren en sus argumentos, según respuestas de cada uno, exhibe que cada quien observa necesidades trascendentales, oportunidades y debilidades para trabajar objetivamente los puntos trascendentales para que la información fluía, sea acelerada, ágil, eficaz y logre alcanzar un desarrollo colectivo.

1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado:

Las entrevistas llevadas a cabo en la empresa Publimer a los trabajadores, con respecto los canales de comunicación interna y la comunicación que utiliza para la comunicación con los clientes externos, respondiendo a las entrevistas de forma favorable y obteniendo resultados satisfactorios para determinar la debilidad y las herramientas necesarias de comunicación.

A continuación, se definen y reflejan los resultados de las entrevistas ejecutadas.

Gráfica 1



Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 100% dice Si conocen los métodos de comunicación que utiliza la empresa.

Análisis: Todos los entrevistados conocen a la perfección los métodos de comunicación que utiliza la empresa, ya que utilizan una comunicación directa para informar.

Gráfica 2

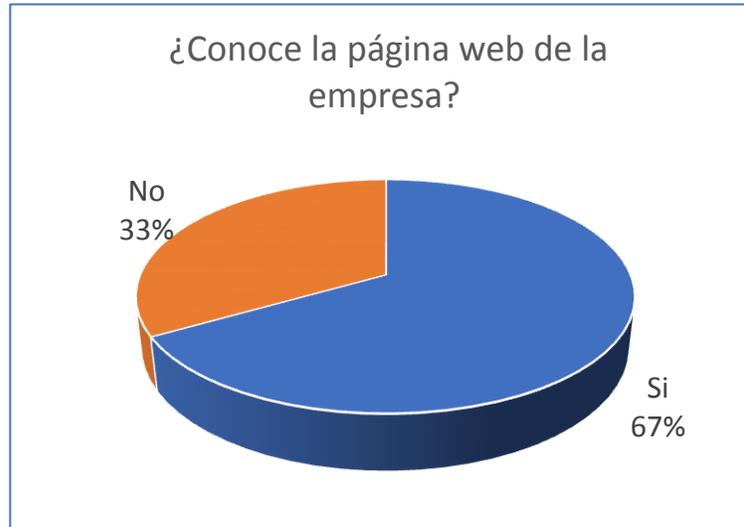


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 67% menciona que les trasladan información por medio de correo mientras que el otro 33% informa que lo hacen a través de otros medios.

Análisis: La mayor parte de la proporción dicen conocer los métodos de comunicación que utiliza la empresa. Teniendo como mayor proporción la comunicación a través de correo y de forma directa o por teléfono.

Gráfica 3

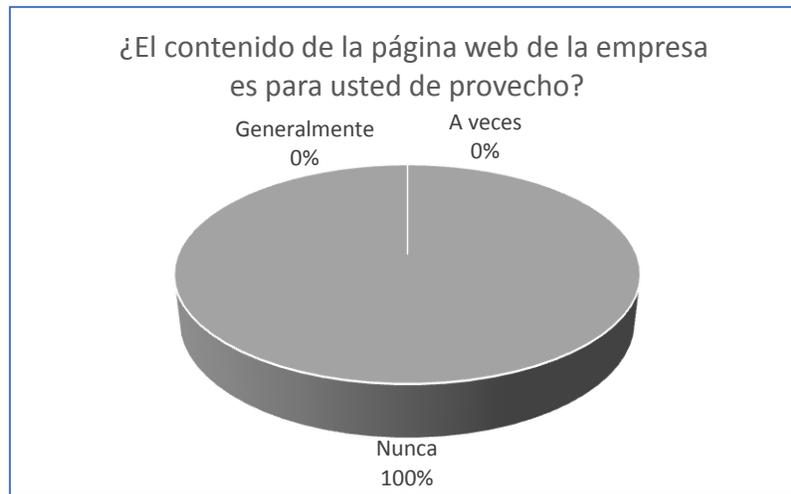


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 67% dice que, si conocen la página de la empresa, mientras que el otro 33% informa que no lo ha visto.

Análisis: La mayoría de los entrevistados menciona que, si conoce la página web de la empresa, y esto es importante ya que si la página está bien estructurada debería de informales del plan estratégico de la empresa y conocen de ella.

Gráfica 4



Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 100% dice que el contenido de la página web de la empresa no es provechoso para el desempeño de su trabajo.

Análisis: El total de los entrevistados empleados de Publimer mencionan que la información de la página no le es provechosa, esto puede ser que la pagina no contenga datos importantes con respecto a los planes estratégicos de la empresa.

Gráfica 5

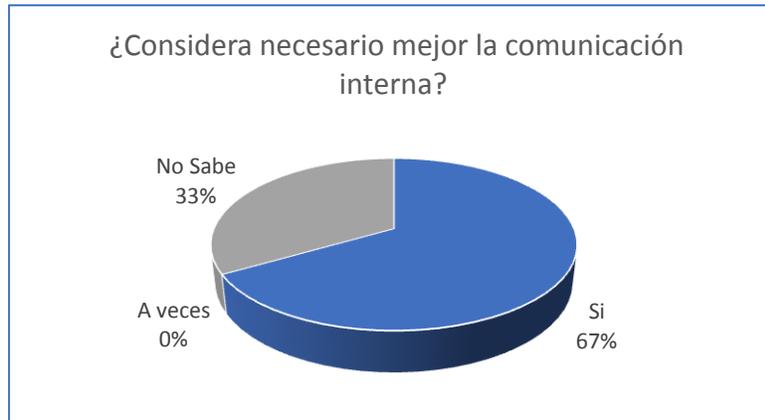


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El total de los entrevistados afirma que la comunicación que actualmente emplea la empresa es efectiva para ejecutar con destreza el trabajo.

Análisis: Todos los entrevistados afirman que la información que se trasmite es efectiva para ejecutar bien su trabajo. Como conocemos una de las comunicaciones efectivas para transmitir información siempre ha sido la comunicación directa, la cual utiliza la empresa Publimer.

Gráfica 6

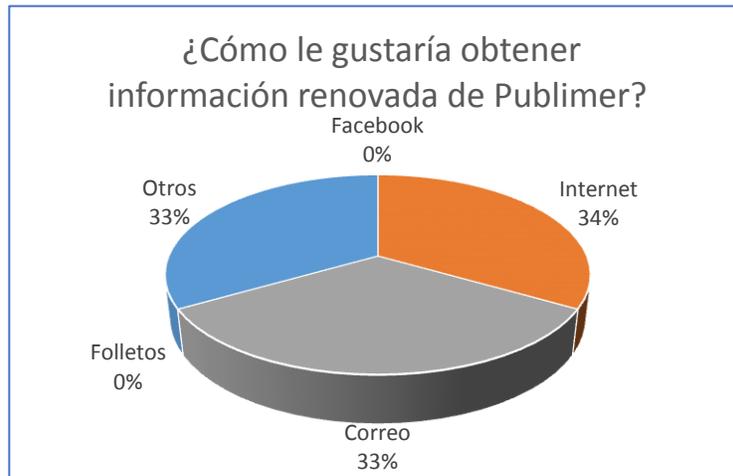


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 67% de la proporción del total de los entrevistados consideran que si es necesario el mejoramiento de la comunicación interna en la empresa y el otro 33% dice no saber.

Análisis: A pesar de la mayoría de los entrevistados afirma que es efectiva la comunicación que se trasmite, dicen también ser necesario implementar nuevos métodos de comunicación directa para actualizar las vías de comunicación.

Gráfica 7



Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 33% de los entrevistados dicen que les gustaría obtener información renovada de Publimer a través de correo, el 34% por medio de internet y el 33% Otros medios.

Análisis: Con respecto a cómo le gustaría el entrevistado obtener información de su empresa la mayoría de la proporción opta por métodos más tecnológicos, mientras que una minoría de los entrevistados se inclina por los métodos tradicionales que han regido en la empresa como lo es la forma directa de jefatura a subordinado.

Entrevista a personeros encargadas del departamento:

Se utilizó parte de las entrevistas y encargados de departamento para visualizar si conocen de la situación actual de la empresa según las personas que dirigen el departamento seleccionado. Se evaluaron alternativos conocimientos básicos sobre la empresa, si conocen su web, si es efectiva según su perspectiva y sobre todo conocer que otros medios convendrían conveniente se implementara.

Con esta herramienta conocimos la forma en que las personas encargadas del departamento perciben a la institución.

Gráfica 1

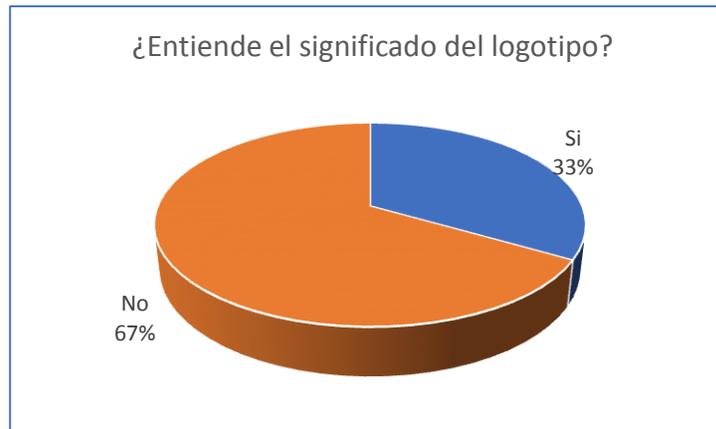


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 100% de los entrevistados conocen el logotipo de la empresa Publimer.

Análisis: Todos los entrevistados conocen el logotipo de la empresa Publimer, esto se considera efectivo apoyado por la forma de comunicación que se tiene directamente, a través de correos o documentos escritos. El que todos conozcan el logo de la empresa, su misión y visión, influyen para que se involucren totalmente con la empresa.

Gráfica 2

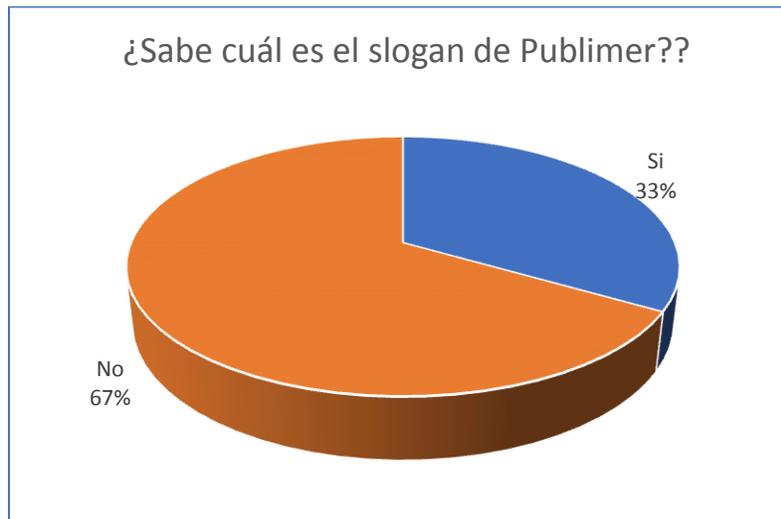


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 67% de los entrevistados no entienden el significado del logotipo de la empresa y el otro 33% si entienden el significado del logotipo.

Análisis: De todos los empleados que conocen el logo de su empresa el 67% no conoce el significado de este. El logotipo de Publimer cumple con la característica principal de ser fácil y memorable ya que todos los entrevistados si lo recuerdan y lo reconocen; más sin embargo no hace énfasis en ser relevante, ya que debería poseer algún representativo clave de la empresa.

Gráfica 3



Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 67% de la proporción del total de los entrevistados no conocen el slogan de su empresa, mientras que el 33% si lo conoce.

Análisis: El slogan tiene como característica principal mencionar los beneficios principales del producto o servicio, ayuda a generar una personalidad distintiva de con respecto al resto. Por tanto, es indispensable que los empleados de una empresa conozcan el slogan, ya que forma parte de la identidad del personal de la empresa, el saber de ella representa una parte fundamental de conocer los atributos que la empresa ofrece.

Gráfica 4

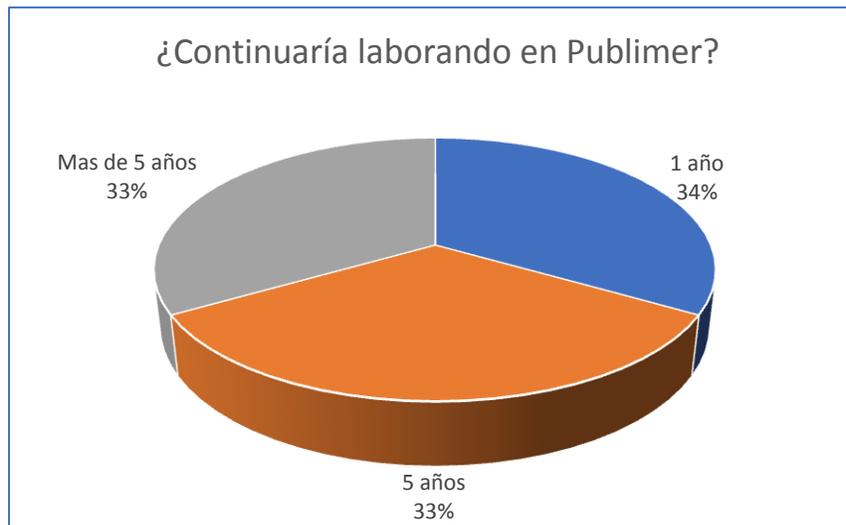


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: El 100% de los entrevistados se sienten identificados con la empresa.

Análisis: Es importante que todos los empleados se identifiquen con la empresa ya que forja personal comprometido con la empresa para ser un equipo de alto desempeño para cumplir con los objetivos y metas.

Gráfica 5



Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: 34% de los entrevistados dice que solo un año continuaría trabajando en Publimer, el 33% cinco años y el otro 33% más de cinco años.

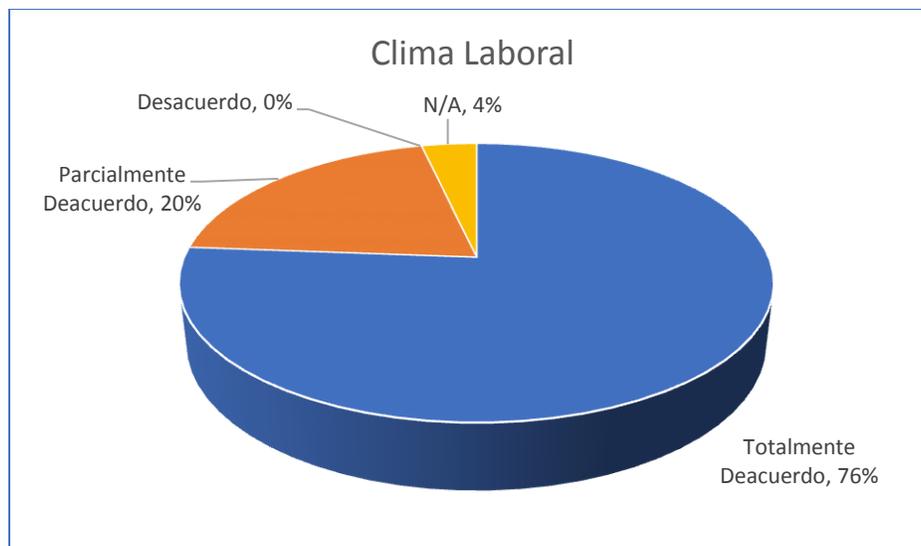
Análisis: Cuando se les pregunto a los entrevistados, si continuarían laborando en Publimer, los colaboradores están bien compartidos ya que el 34% dice que un año, el 33% dice que 5 años y 33% más de 5 años, todo esto implica que el 34% de un año puede ser que puedan estar buscando nuevas oportunidades de trabajo y no se sienten tan identificados con la empresa. Mas sin embargo el 67% quiere o considera la empresa como bien estable económicamente para trabajar 5 años en adelante.

Entrevista a jefaturas encargadas del departamento

Se utilizó otro tipo de entrevista dirigida a las jefaturas para visualizar específicamente el ambiente de trabajo, como si se sienten cómodos haciendo su trabajo, si se sienten útil en su labor, el conocimiento organizacional de la empresa, si hay compañerismo y esfuerzo por trabajo en conjunto.

Con esta herramienta conocimos la forma que los jefes evalúan el ambiente laboral dentro de la empresa y su perspectiva.

Gráfica 1

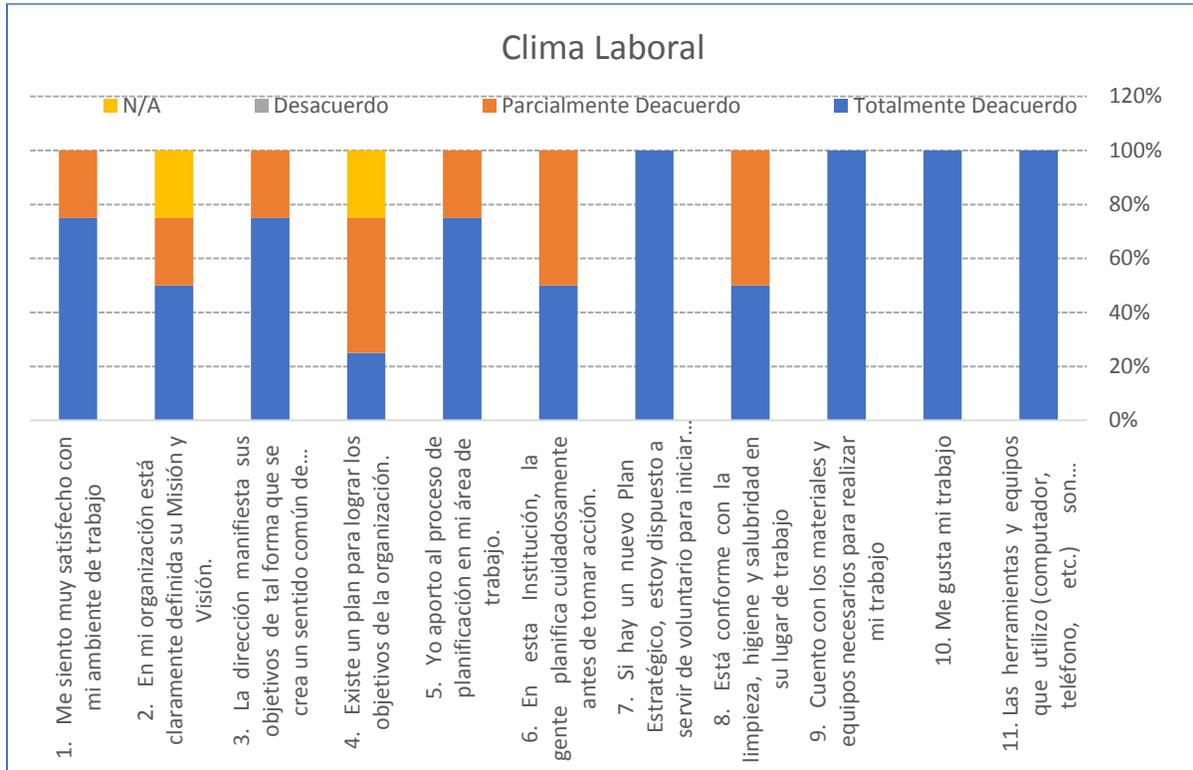


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: Con respecto al clima laboral el 76% está totalmente de acuerdo en un ambiente agradable de trabajo, mientras que el 20% está en un plano de intermedio.

Análisis: Es importante que los empleados se desenvuelvan en un ambiente grato de trabajo, cuando no hay un buen ambiente agradable entre los empleados se vuelve alta la rotación, baja productividad, dificultad en las comunicaciones y existe alta posibilidad de conflictos internos. Por tanto, todos los empleados de una empresa deberían coincidir que existe un buen clima laboral en sus empresas.

Gráfica 2

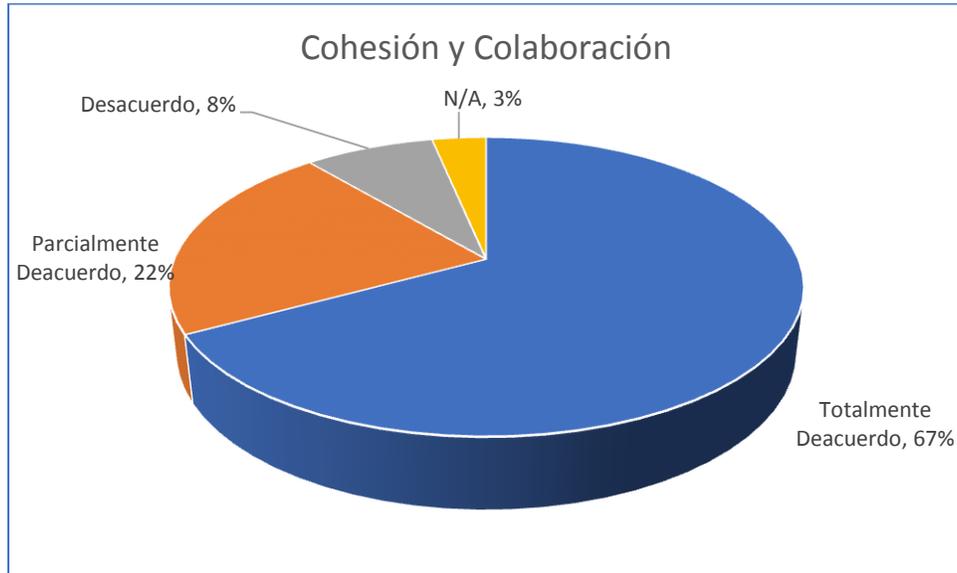


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: Es importante mencionar que de todos los aspectos evaluables entorno al ambiente laboral, la gente está cómoda con su trabajo, las herramientas necesarias para sus labores, materiales de trabajo el 100% se siente satisfechas, mientras en aspectos organizacionales como planes para lograr objetivos, buena definición de misión y visión hay un porcentaje mínimo del 20% en cada aspecto, que se quedaron al margen.

Análisis: En muchos negocios familiares no ven los beneficios de la incorporación de un plan estratégico, dicho plan debería proporcionar un enfoque y la dirección mediante la identificación de oportunidades, así como las amenazas, y las herramientas necesarias que la empresa puede utilizar con eficacia para combatir la competencia, prestar un mejor servicio y ganar cuotas de mercados.

Gráfica 1

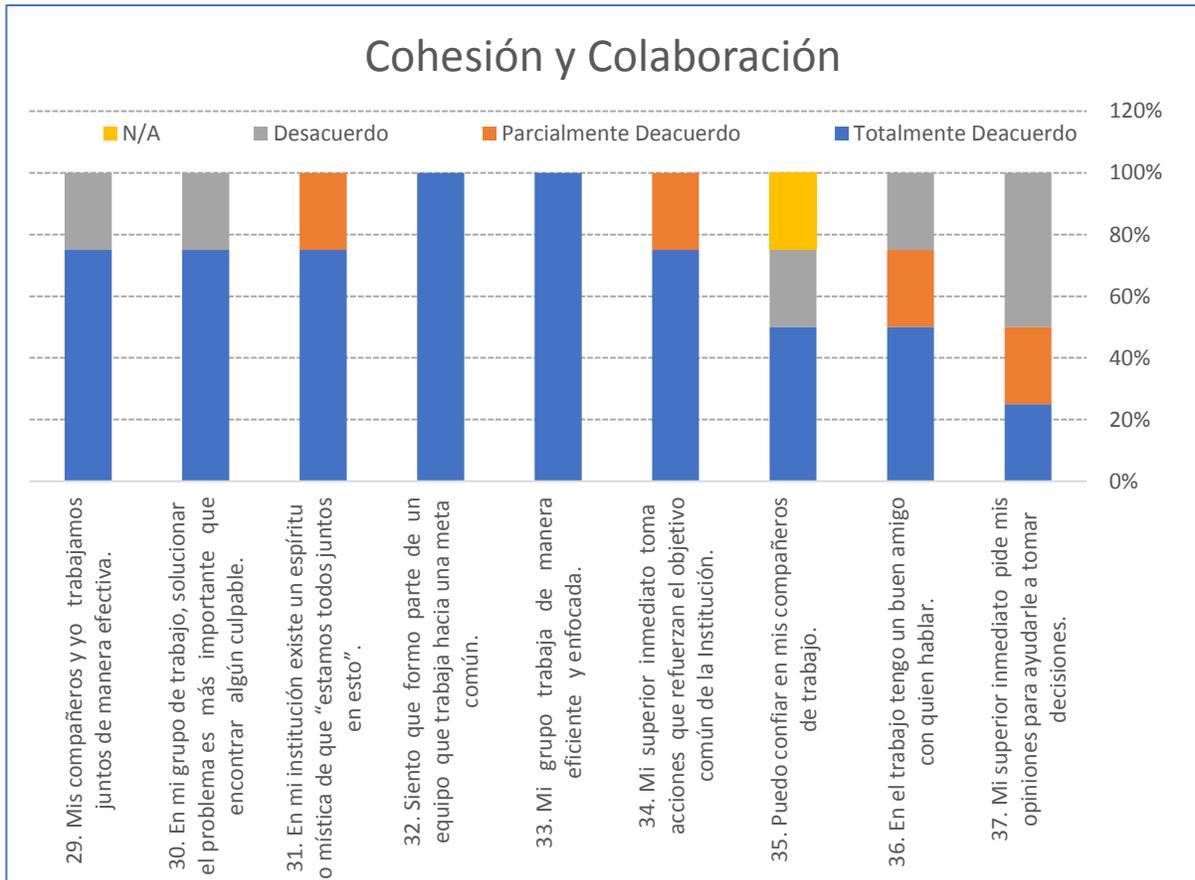


Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: Tocando el tema de cohesión y colaboración las jefaturas en el 67% se sienten totalmente de acuerdo, un 22% parcialmente de acuerdo, mientras con un mínimo del 8% están en desacuerdo.

Análisis: Como en el gráfico del ambiente laboral, la cohesión y colaboración es un factor conveniente mantenerlo al 100% en la empresa, El no ser así puede llegar a un ambiente no grato para los empleados.

Gráfica 2



Fuente: Epesista María Del Carmen Pérez, 2018

Interpretación: Los puntos vulnerables en la cohesión y colaboración son el trabajo en conjunto y como punto débil que en la empresa no toman la opinión de los empleados para ayudar en la toma de decisiones en la mejora de los cumplimientos finales.

Análisis: Es importante mencionar que todos los aspectos evaluables en el entorno de cohesión y colaboración existe un porcentaje considerable en desacuerdo como el trabajo de manera efectiva, el de solucionar problemas de forma conjunta, la confianza en sus compañeros, la amistad laboral y sobre todo en el hecho que los jefes superiores no piden opiniones.

1.5. Radiografía de la institución

Con base a los resultados obtenidos a través de la observación y entrevistas al personal de la empresa Publimer S.A. se reunió la información necesaria para conocer aspectos importantes de la empresa, así como establecer sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

La matriz FODA obtenida del diagnóstico de comunicación se describe a continuación

1.5.1. Fortalezas

- Publicidad expuesta por 24 horas.
- Exclusividad de diseños.
- Buena relación calidad-precio.
- Facilidad de instalar un punto de valla según las necesidades de su cliente.
- Diferentes formatos de vallas.
- Opción a instalar nuevos puntos estratégicos.
- Flexibilidad en los precios.
- Personal altamente experto.
- Autofinanciación en la empresa
- Clientes con alta fuerza de inversión

1.5.2. Oportunidades

- Personal altamente calificado.
- Personal con iniciativa de trabajo.
- Diferentes tipos de elementos para la publicidad.
- Implementación de sistemas tecnológicos para darse a conocer.
- Poder de enfocar el servicio a la diversidad de clientes de la zona.
- Tendencia al alza del sector inmobiliario.
- Instalación de vallas temáticas, genera nuevos clientes
- Contratación de proyectos con promotoras, constructoras y arquitectos para clientes de alto poder adquisitivo.

1.5.3. Debilidades

- Personal sin constante capacitación.
- Tiempos de instalación muy extensas.
- Cambio de imagen, con alto costo de inversión
- Logística sin sistema establecido, incurre en mayor tiempo
- Falta de compromisos de culminación de trabajo, al no contemplar problemas.
- Vallas inactivas, sin movimiento.
- El conocimiento de sus ejecutivos con respecto a la ubicación e identificación de todas sus vallas.
- Falta de un ordenamiento organizacional.
- Los departamentos enfrentan obstáculos comunicativos por parte de las jefaturas y su medio de comunicación.
- La deficiencia en la comunicación no permite una buena conexión entre las personas que colaboran en toda la organización.

1.5.4. Amenazas

- Puntos exclusivos amenazados por la competencia.
- Problemas medio-ambientales que puedan afectar el medio ambiente
- Tala de árboles incontrolados por la instalación de nuevos puntos publicitarios
- Aumento de competencia
- Accidentes ocasionados por caídas de vallas por diferentes índoles ambientales.
- Atrasos en instalación por autorizaciones externas.
- Obstrucción visual de señalizaciones de tránsito.
- Obstrucción de paso peatonal
- Obstrucción de vías principales de tránsito

CAPITULO II

2. Plan de Comunicación

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA PUBLIMER”

2.1. Antecedentes Comunicacionales

Las vallas son grandes espacios publicitarios, con la ventaja de ubicarse en diferentes puntos estratégicos de alto tráfico, para capturar la atención de muchas personas que van en sus vehículos y/o peatones, Publimer es una excelente opción para el plan comunicacional de muchas marcas, cuentan con un portafolio o parque de vallas que asciende a 1,800 unidades de diferente formato que son de gran interés por su posición geográfica que ayuda a segmentar a un público objetivo.

Elaboradas de lámina galvanizada, diseño en vinil impreso o lona con opción a instalar excedentes con diseños impactantes que atraen la atención de la gente algunas con reflectores para su mejor visualización nocturna. A la presente fecha la empresa Publimerc según su nombre comercial, no evidencia, ningún antecedente comunicacional interno.

2.2. Objetivo de Comunicación

2.2.1. Objetivo General

- Motivar y fortalecer la comunicación y planificación interna.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Contribuir a la elaboración de su organigrama
- Fortalecer la comunicación y el trabajo en equipo a través de capacitaciones.

2.3. Público Objetivo

Para la elaboración del plan de comunicación de la empresa Publimer se trabajó con público interno del departamento de Mercadeo, Ventas y Gerencia General.

2.4. Mensaje

Establecidos ya los objetivos del Plan de Comunicación y basadas en las necesidades de la empresa Publimer, el mensaje a transmitir puede ser selectivo a la campaña aprobada según este listado.

Idea, plan y acción

2.5. Estrategia

- Organigrama Institucional
- Talleres

2.6. Acciones De Comunicación

Estrategia 1: El Organigrama

- Representación gráfica de la estructura de la empresa

Esta estrategia pretende demostrar la importancia de establecer un **organigrama en la empresa** para crear las bases sobre las que soportan el buen funcionamiento y crecimiento de la misma.

Cuando no existe un **organigrama en la empresa** que establezcan las distintas operaciones que deben ser realizadas, y establezca quién asume la responsabilidad de cada tarea, ocurre que al final todo el mundo se ocupa de todo, y lo que finalmente sucede es que nadie es responsable de nada.

En definitiva, la implantación del organigrama en la empresa obedece a la necesidad de establecer sistemas de trabajo que reduzcan el factor aleatorio, y la improvisación en la empresa, lo que se acabará traduciendo en mejoras en la calidad de la atención y el desarrollo del negocio en sí mismo.

El tipo de Organigrama que se empleara es el estilo Silo también llamado Funcional. Este estilo clasifica a los colaboradores basándose en sus funciones dentro de la empresa. En dicho organigrama se cuenta con un responsable que es experto en la tarea asignada o para la que fue contratado.

La comunicación debe fluir desde la persona responsable. Realizando un chek list de las funciones de mandos medios que ayuda a definir la posición del resto de personal.

Esquema a utilizar:



Fuente: <https://www.gestion.org/moodle-como-recurso-de-estudio-instalacion-y-configuracion/>

Estrategia 2 y 3: Talleres

- Fortalecer la comunicación y el trabajo en equipo a través de talleres.

En definitiva, todos los seres humanos al desarrollarse desde pequeños empiezan un proceso de capacitación que se profundiza a través de los años y las profesiones que se dedican en sus vidas. Todos estos elementos son de suma importancia para la calidad de vida de una persona ya que son las que hacen la diferencia entre alguien que pueda ser reconocido y quien no por sus méritos.

La capacitación es el proceso por el cual una persona aprende y se perfecciona sus conocimientos. La necesidad permanente de estar actualizado, sumar cursos y conocimientos extras a los que se dan oficialmente en la carrera elegida, con capacitaciones en determinados ámbitos laborales se considera un factor determinante para que el personal complete o actualice conocimientos con nuevos datos, nuevas tecnologías, etc.

Este nuevo fenómeno de la capacitación constante en determinados temas o habilidades se da en el marco de un mundo globalizado donde los cambios se generan cada vez más rápido.

Mientras en otras épocas las personas podían vivir toda su vida con el mismo trabajo y no necesitar más conocimiento para realizar las actividades determinadas, convirtiéndose en una labor rutinaria y no llevar a una visión más amplia para el desarrollo de su trabajo dentro de una empresa.

Hoy en día la competencia y la necesidad de ser exitoso ha llevado al mundo laboral a ser más exigente. Contar con una capacitación adecuada es esencial para el desarrollo tanto personal como organizacional, es por eso que se trabajará un plan de capacitación el cual constará de una serie de capacitaciones para el desarrollo de las

actividades internas, enfocadas en puntos clave como el departamento de ventas, servicio al cliente y trabajo en equipo.

Se realizarán dos presentaciones a los empleados de Publimer retroalimentando contenidos en beneficio a los niveles profesionales y desempeño dentro de Publimer de los colaboradores, tomando en cuenta que la empresa apoya el crecimiento de cada empleado, con los siguientes temas:

- Taller de Ambiente Laboral y Servicio al Cliente
- Taller ¿Que son las ventas?

Objetivo del Taller

La Capacitación propuesta para los todos colaboradores de Publimer, S.A., tiene como objetivo fortalecer el desempeño, optimizar la calidad de trabajo, mejorar el entorno laboral y sobre todo mejor aptitudes ante el cliente en cuanto al servicio a prestar.

Contenido del Programa

Con el desarrollo de la propuesta se pretende que el personal de la empresa Publimer refuerce su confianza y conocimientos para mejorar la calidad de trabajo, el aumento de la rentabilidad y el mejoramiento de los estándares en el servicio al cliente.

El desarrollo contempla capacitación grupal, con conceptos modernos para aprender nuevas tácticas de abordaje, y resolución de situaciones de conflictos.

Tácticas que sirven para la búsqueda de nuevas formas de comunicación que contribuyan a reforzar los conocimientos de los colaboradores, enseñándoles cómo transformar esas quejas en herramientas de retención y fuentes de valiosa información, mejorar los estándares de calidad otorgada y fundamentar la calidad percibida por el cliente.

Perfil de los expositores

Lic. Cristian Villatoro Navarro

Gerente de Servicio al Cliente



Experto en Servicio al Cliente, Mercadeo y Publicidad, egresado de la Universidad Mariano Gálvez.

El Licenciado Villatoro Navarro ha basado su experiencia en el sector inmobiliario, con más 10 años en el mercado fue el creador de la empresa "Enfoque Inmobiliario"



Lic. Luis Adolfo Rojas Marroquín

Gerente de ventas de Cervecería Centroamericana



Consultor, docente y capacitador; egresado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, graduado de Administración de Empresas; impartió clases en la facultad de Ciencias Económicas.

Experto en Ventas y Mercadeo, ha formado su experiencia en empresa nacionales e internacionales de gran trayectoria, fue Gerente comercial de marcas estratégicas CCA, Gerente Comercial Coca-Cola Femsa por más de 18 años en México.

Programa de talleres

Nombre del taller	Servicio al Cliente
Objetivo	Fortalecer el desempeño, optimizar la calidad de trabajo, mejorar el entorno laboral y sobre todo mejor aptitudes ante el cliente en cuanto al servicio a prestar.
Duración	3 Horas
Contenido	<p>Quien es el Cliente. Cliente interno Cliente Externo La importancia del cliente. Que es el servicio al cliente y cuál es su importancia. Factores que intervienen en el servicio al cliente. La importancia del servicio al cliente Cliente feliz = Negocio feliz. La Mejor manera de vender</p>
Materiales a utilizar	<p>Pizarra, Marcadores Lápiz, Lapicero y Borrador Apuntador Laser Cañonera Block de notas Comunicación Roll Ups, Temas importantes del Taller Audio Mobiliario y Mantelería Laptop</p>

Hora	4:00 PM
Fecha	10 de Agosto 2018
Lugar	3 Calle 1-92 Zona 3 Guatemala
Expositor 1	Lic. Cristian Villatoro Navarro
Expositor 2	Lic. Luis Adolfo Rojas Marroquín
Tema	Servicio al Cliente y Ventas
Incentivo	Diploma de participación en Taller

Participantes

Alcance

El presente plan de talleres es de aplicación para todo el personal que trabaja en la empresa PUBLIMER S.A por temas de rutina laboral se espera una asistencia de 20 personas.

- Gerente General
- Asistente de Gerencia
- Gerente de Mercadeo y Ventas
- Asesores de Ventas
- Jefe de Taller
- Supervisor
- Operativos

Finalidad del plan de talleres

Siendo su propósito general el impulsar la eficiencia organizacional; con estos talleres se pretende contribuir a mejoras las debilidades que reflejan los estudios realizados en la empresa Publimer S.A.

- Elevar el nivel de rendimiento de los colaboradores y con ello; el incremento de la productividad y rendimiento de la empresa.
- Mejorar la interacción entre los colaboradores y con ello, elevar el interés por el aseguramiento de la calidad en el servicio.
- Generar conductas positivas y mejoras en el clima laboral, la productividad y la calidad del trabajo.

La excelencia en la atención al cliente se logra cuando la empresa en su conjunto se compromete con el desarrollo y transmisión de modelos basados en buenas prácticas. Hacer foco en la calidad del servicio ofrecido

CAPITULO III

3. Informe de la ejecución

3.1. Proyecto desarrollado

“ ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA PUBLIMER”

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento del Plan de Comunicación de la empresa Publimer en el ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura -EPSL, serán asumidos por la epesista, se iniciará un proceso de evaluación de las estrategias con el costo de inversión y se buscará alianzas con proveedores o se replantearán nuevas estrategias buscando la economía de la empresa.

3.1.2. Presupuesto

PRESUPUESTO				
Cantidad	Descripción	P. Unitario	P. Total	Financiamiento
1	Creación del organigrama institucional de la empresa Publimer	Q.500.00	Q.500	
1	Taller de Trabajo en equipo	Q.1,000.00	Q.1,000.00	
1	Taller ¿Qué son las ventas?	Q.500.00	Q.500.00	
1	Proyector	Q.200.00	Q.200.00	
1	Pantalla	Q.700.00	Q.700.00	
1	Coffe Break	Q.100.00	Q.100.00	
1	Servicio de asesoría comunicacional	Q.5,000.00	Q.5,000.00	
Total proyecto comunicacional:			Q.10,994.00	

Integrado de gastos	
Financiamiento	Monto:
Epesista	Q.10,994.00
Empresa / Institución	Q.0
Patrocinio	Q.0

3.1.3. Beneficiarios

Los beneficiarios directos e indirectos fueron los siguientes:



Guatemala 10 de Agosto del 2018

Capacitación:	Ambiente Laboral, Servicio al cliente y Ventas	Capacitador:	Lic. Cristian Villatoro Navarro y Lic. Luis Adolfo Rojas
Fecha:	10/08/2018	Lugar:	3 calle 1-93 zona 3 ciudad.
Horario:	15:00 a 17:00 hrs.	Dirigido a:	Colaboradores Publimer

	Nombre	Cargo	Asistencia
1.)	Jennifer Abigail Gonzalez Alvardo	Recepción	✓
2.)	Ingrid Emilia de León Coz	Asistente de Gerencia	✓
3.)	Mildred Isabel Godinez Cifuentes.	Auxiliar de Contabilidad	✓
4.)	Maria Fernanda Velez Payes	Auxiliar de Logística	✓
5.)	Mónica Elizabeth Moctezuma Reyes.	Contadora General	✓
6.)	Byron René Marín Chacón	Jefe de Producción	✓
7.)	Ángel Norberto Díaz Guzman	Ayudante de Taller	✓
8.)	Miguel Ángel Andrade Muñoz	Herrero	✓
9.)	Luis Humberto Domínguez Dionisio	Ayudante de Taller	✓
10.)	Wilson Gómez	Ejecutivo de Cuentas	✓
11.)	Marlon Escobar	Ejecutivo de Cuentas	✓
12.)	Kenia Hernández	Ejecutivo de Cuentas	✓
13.)	Emilio Escobar	Ejecutivo de Cuentas	✓
14.)	Fredy Escobar	Ejecutivo de Cuentas	✓
15.)	José Emilio Escobar	Ejecutivo de Cuentas	✓
16.)	María del Rosario Roman	Ejecutivo de Cuentas	✓
17.)	Fredy Escobar	Propietario	✓
18.)	Byron Escobar	Gerente de Mercadeo y Ventas	✓

Vo.Bo.
Lic. Byron Escobar
Gerente de Mercadeo y Ventas

Los talleres de capacitación y organización del organigrama beneficio de forma directa al personal de Publimer S.A. sin importar el área don de ejecuta sus labores, ya que la misma es una integración de equipo y todo el ritmo laboral lleva un proceso que debe ejecutar de la mejor manera para alcanzar los estándares altos de servicio y ventas que la empresa requiere.

3.1.4. Recursos humanos

No.	Entidad	Puesto	Apoyo
1	Licenciado Luis Pedroza	Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.	Asesoría y supervisión
2	Licenciado Fernando Flores	Supervisor del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.	Asesoría y supervisión
3	Licenciado Byron Escobar	Gerente de Mercadeo y Ventas Publimer S.A.	Autorización para Realizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.
4	Licenciado Jhony Freycer	Trade Marketing CCA	Contactos de capacitadores y apoyo en logística.
5	Licenciado Cristian Villatoro Navarro	Gerente General de Enfoque Inmobiliario	Apoyo en la capacitación de Servicio al Cliente y Clima Laboral
6	Licenciado Luis Adolfo Rojas Marroquín	Gerente Comercial de marcas estratégicas CCA.	Apoyo en la capacitación de Ventas

3.1.5. Área Geográfica de Acción

Instalaciones de la empresa Publimer S.A. ubicadas en 3 calle 1-93 zona 3 ciudad capital de Guatemala.

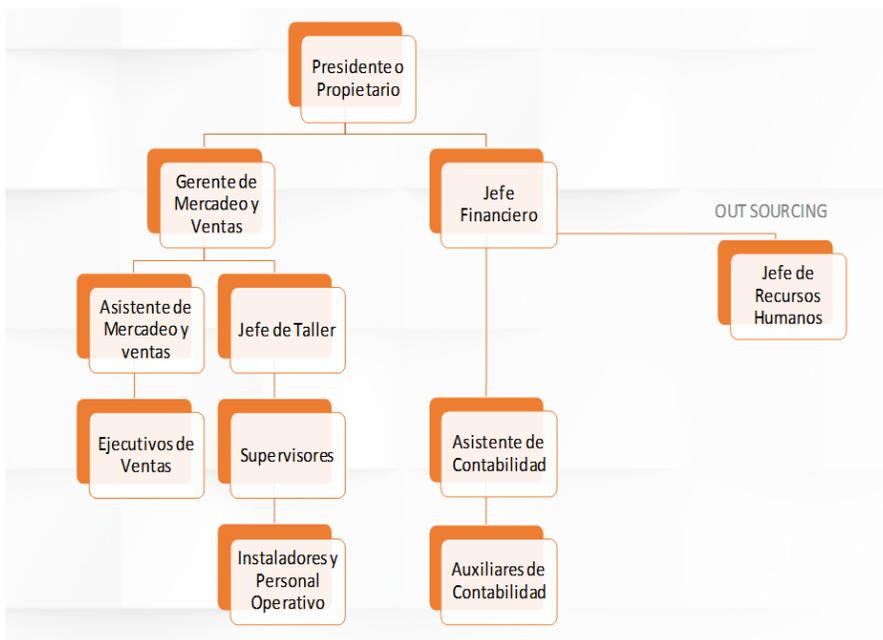
3.2. Estrategia y acciones desarrolladas

- Elaboración del Organigrama interno y descripción de puestos
- Talleres de Clima Laboral, Servicio al Cliente y Ventas

Estrategia 1:

Elaboración del Organigrama interno y descripción de puestos

- Representación gráfica de la estructura de la empresa



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Presidente o Propietario
DEPARTAMENTO:	Dirección General
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TÍTULOS:	Comunicador Social y Publicista Profesional
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Es el encargado de administrar, controlar y dirigir los recursos de la empresa y asegura su óptimo funcionamiento. El propietario es la máxima autoridad inmediata de la empresa, es el principal estratega y planificador. Tiene que investigar, planificar y desarrollar un plan, revisarlo y cambiarlo si es necesario. Comunica las nuevas políticas y las que han sido modificadas.

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Ninguno	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Todo el Personal
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
1	75

FUNCIONES DEL PUESTO

- Planifica, controla y supervisa los planes a corto, mediano y largo plazo.
- Controla las actividades predispuestas para los logros de los objetivos.
- Autoridad que define la contratación, selección del personal clave de la empresa.
- Toma decisiones y supervisa minuciosamente las jefaturas.

UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Gerente de Mercadeo y Ventas
DEPARTAMENTO:	Mercadeo y Ventas
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TITULOS:	Licenciado en Administración de Empresas
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Debe controlar, transmitir y supervisar las operaciones y funciones delegadas por el presidente o propietario, así como obtener los informes de control y supervisión de cada uno de los departamentos a su cargo.

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Presidente o Propietario	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Depto. Ventas. Depto. Mercadeo Personal Operativo e impresiones
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
1	15

FUNCIONES DEL PUESTO

- Cumplir con las funciones delegadas y asignadas por el jefe inmediato.
- Dirigir un equipo de ventas y capacitarlos para su alto desempeño.
- Incrementar la cartera de clientes y mantener cada uno de ellos.
- Cumplir a tiempo los requerimientos del cliente.
- Optimizar recurso y coordinar logística de publicidad de los diferentes puntos publicitarios.
- Motivar y organizar al equipo de ventas para el cumplimiento de metas mensuales.
- Elaborar y/o ejecutar las estrategias comerciales de Marketing y ventas
- Desarrollar nuevos proyectos comerciales.

UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Asistente de Mercadeo y Ventas
DEPARTAMENTO:	Mercadeo y Ventas
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TITULOS:	Secretaria Comercial, con estudios publicitarios
DESCRIPCION DEL PUESTO	Asistente de Ventas es la encargada de pasar las ordenes y pedidos de material al departamento de producción. Lleva el control de las reservaciones de las vallas y el control de las facturaciones, asiste al Gerente de Mercadeo y Ventas en dar seguimiento para el cumplimiento de las metas.

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Gerente de Mercadeo y Ventas	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Asesores de Ventas
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
1	10

FUNCIONES DEL PUESTO
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar ordenes de impresión. • Coordinar reservaciones de vallas. • Seguimiento. • Coordinar reuniones semanales.



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Ejecutivos de Ventas
DEPARTAMENTO:	Ventas
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TITULOS:	Cursando la carrera Universitaria de Mercadeo, Publicidad
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Involucra Principalmente dar solución a las problemáticas de los clientes, atenderlas de manera optima y ejecutar la venta.

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Asistente de Mercadeo y ventas	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Ninguno
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
10	Ninguno

FUNCIONES DEL PUESTO

- Preparar planes y presupuestos de ventas.
- Prospección de clientes
- Tóke en frío
- Llevar la cartera de clientes mensual
- Planificar y organizar los circuitos contratados por los clientes.
- Coordinar la instalación y la desinstalación de la publicidad.
- Cumplir con las metas establecidas por el departamento.

UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Jefe de Taller
DEPARTAMENTO:	Operaciones
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TÍTULOS:	Técnico Superior Universitario en Ingeniería y/o Herrero profesional
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Planificar las actividades de la unidad bajo su responsabilidad, controlando, coordinando y supervisando el mantenimiento y reparación de las vallas, a fin de garantizar el buen estado de las mismas

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Gerente de Mercadeo y Ventas	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Personal de Taller Personal de Mantenimiento de Unidades
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
1	45

FUNCIONES DEL PUESTO

- Planifica y coordina el trabajo a realizarse en el taller de mantenimiento y reparación de las unidades.
- Controla el mantenimiento preventivo y las reparaciones realizadas a las vallas.
- Efectúa inspecciones a los vehículos de transporte que presentan fallas y recomienda las reparaciones pertinentes.
- Selecciona los materiales que van a ser utilizados en el trabajo y Distribuye el trabajo del personal a su cargo.
- Evalúa, controla el uso, salida, entrada de materiales y herramientas utilizadas en el taller.
- Participa en la ejecución de los trabajos del taller resolviendo los problemas que el personal no esté en capacidad de solventar.
- Contacta con los talleres o empresas mecánicas para resolver problemas mecánicos de los vehículos.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Supervisor
DEPARTAMENTO:	Operaciones
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TITULOS:	Herrero profesional
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Encargado de coordinar las instalaciones de las vallas y cambios de imagen de circuitos contratados. Apoya al jefe de taller en supervisar el estatus de las vallas para el mantenimiento preventivo.

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Jefe de Taller	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Personal de Taller Personal de Mantenimiento de Unidades
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
1	45

FUNCIONES DEL PUESTO

- Supervisión constante en todo el parque de vallas de la empresa.
- Coordinar y supervisar el mantenimiento preventivo a las vallas.
- Coordinar la instalación de publicidad.
- Traslados de diferentes materiales publicitarios.
- Instalación de vallas en nuevos puntos publicitarios.

UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Instaladores / Personal Operativo
DEPARTAMENTO:	Operaciones
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TÍTULOS:	Titulos Primaria, Nivel Medio y Universitarios
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Es el encargado de realizar las instalaciones de las vallas y cambios de imagen de circuitos contratados. Apoya al supervisor y Jefe de taller en realizar el mantenimiento preventivo de las vallas

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Jefe de Taller Supervisor	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Ninguna
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
45	Ninguno

FUNCIONES DEL PUESTO

- Realizar el mantenimiento preventivo a las vallas.
- Instalación de publicidad.
- Traslados de diferentes materiales publicitarios.
- Instalación de vallas en nuevos puntos publicitarios.

UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Jefe de Finanzas
DEPARTAMENTO:	Finanzas
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TÍTULOS:	Título profesional Administración, Finanzas, Auditoria
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Con capacidad para controlar y administrar las funciones dependientes al área económica y financiera de la empresa. Sus tareas principales es la administración del capital económico de la empresa, el control de ingresos y egresos monetarios de la empresa, el pago de salarios.

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Presidente o propietario	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Asistente de Contabilidad Auxiliares de Contabilidad
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
1	13

FUNCIONES DEL PUESTO
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar las cuentas por pagar y coordinar los fondos disponibles. • Controlar los archivos administrativos y contables. • Elaboración de reportes financieros. • Planificar, dirigir y controlar la gestión financiera, contable y presupuestaria. • Control de activos de la empresa. • Entrega relaciones mensuales de salarios por departamento



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Jefe de Recursos Humanos RRHH
DEPARTAMENTO:	Recursos Humanos
EMPRESA / SOCIEDAD:	Out Sourcing
TÍTULOS:	Titulos Universitarios
DESCRIPCION DEL PUESTO	Supervisar la correcta aplicación del proceso de contratación y movimientos en general en base a normas y procedimientos con el fin de proporcionar las condiciones adecuadas para el desarrollo del personal. Supervisar que el proceso de contratación se haya realizado de acuerdo a la normatividad aplicable.

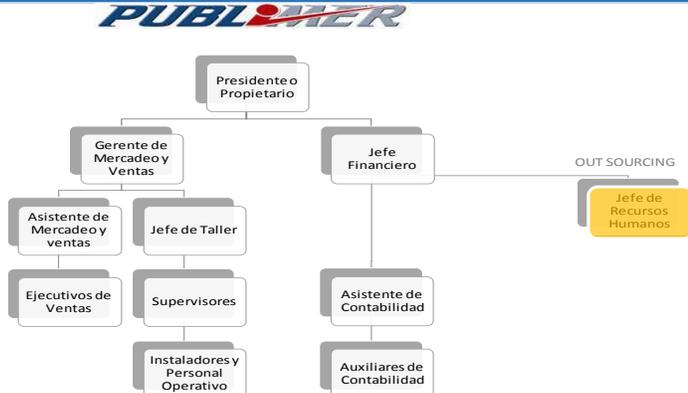
UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Presidente o propietario Jefe Financiero	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Personal Nuevo
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
Empresa	Ninguno

FUNCIONES DEL PUESTO

- Realizar procesos de reclutamiento (entrevistas y evaluaciones técnicas).
- Calificar y evaluar al personal de la empresa para mantener el alto desempeño.
- Realizar las contrataciones elegidas por la empresa Publimer

UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Asistentes de Contabilidad
DEPARTAMENTO:	Finanzas
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TÍTULOS:	Título profesional universitario de Contador Público o equivalente habilitante.
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Supervisar y coordinar el registro contable de las operaciones, así como la elaboración de los estados contables y liquidaciones tributarias, en el marco de la normativa vigente.

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Jefe de Finanzas	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Auxiliares de Contabilidad
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
1	12

FUNCIONES DEL PUESTO

- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades relativas a la gestión del Departamento.
- Supervisar el registro de las operaciones de acuerdo a las normas de contabilidad generalmente aceptadas y a las establecidas por el organismo regulador.
- Definir y controlar la implementación de los criterios y procedimientos para el registro contable de las operaciones.
- Colaborar en el diseño e implantación de un sistema de información para la toma de decisiones.
- Asegurar el cumplimiento integral de la normativa contable vigente.
- Definir los criterios y procedimientos requeridos para asegurar el cumplimiento de las normas tributarias.
- Supervisar que los inventarios de operaciones realizadas se encuentren debidamente registrados y actualizados, de acuerdo a la normativa.

UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

DENOMINACIÓN:	Auxiliares de Contabilidad
DEPARTAMENTO:	Finanzas
EMPRESA / SOCIEDAD:	Publimer S.A
TITULOS:	Perito Contador
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Los auxiliares contables podrían preparar entradas de diario, mantener balances generales actualizados y asistir con los cierres contables mensuales. Su labor es apoyar al contador al realizar algunas de las responsabilidades del departamento contable.

UBICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

RELACIONES ORGANIZATIVAS	
JERARQUICAS	
REPORTA A: (Indicar el puesto del supervisor Jerárquico) Jefe de Finanzas Asistente de Contabilidad	DIRIGE/SUPERVISA A: (Indicar puesto/s) Ninguna
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	No. COLABORADORES DIRECTOS (No. Personas Supervisadas directamente)
12	0
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos. • Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas. • Archiva documentos contables para uso y control interno. 	

UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA



3.3. Cronograma de actividades:

MES - AÑO	Abril. 2018				Mayo. 2018				Junio. 2018				Julio. 2018				Agosto. 2018				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
SEMANAS																					
ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1. Reunión con Gerencia para presentar las estrategias.			X																		
2. Reunión con Gerencia para ver puntos aprobados.				X																	
3. Elaboración de Organigrama.			X	X	X																
4. Elaboración y de puestos del organigrama.							X	X													
4. Plan de Talleres.									X	X	X	X									
5. Estructuración y selección de temas.															X						
6. Elaboración de las presentaciones del taller.															X						
7. Organización y ejecución de los talleres.																X	X				

3.4. Control y seguimiento:

El control de seguimiento derivado de las estrategias planteadas en este plan, se elaboraron según el plan de acción y ejecución con un cronograma que midió los avances cada semana en cada una de las estrategias.

Estrategia	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Organigrama y Funciones	La empresa Publimer S.A. Está formada por 75 colaboradores directos e indirectos; de los cuales el personal administrativo y operativo desconocen las funciones que tiene cada uno.	Los colaboradores de la empresa Publimer S.A. Les agradó saber que Dirección General realizará una continuación de los talleres de capacitación para dar a conocer y esquematizar las funciones que tiene cada uno de ellos dentro de la empresa y así; tener mejor indicadores de efectividad al finalizar el año.
Fortalecer la estructuración de la empresa Publimer S.A a través de su organigrama institucional	18 colaboradores de la empresa Publimer S.A de los departamentos de: Dirección General Financiero Logística Producción Ejecutivos de ventas Recibieron con mucho optimismo el taller de: Servicio al Cliente, Clima Laboral y Ventas.	Los colaboradores de la empresa Publimer S.A comentaron que es primera vez que reciben este tipo de taller donde los integran como equipo. Normalmente el departamento que recibe siempre capacitaciones es el operativo realizado por empresas proveedoras requeridas por los índices de seguridad que tienen en sus instalaciones; tales como CEMPRO. Indicaron que este tipo de taller los fortalece como equipo, permite conocerse personalmente con los otros departamentos de los cuales interactúan únicamente vía telefónica por la relación laboral que se tiene, pero que muchas veces no se llegan a conocer.

CONCLUSIONES

- Se inicia un proceso de cambio dentro de la empresa Publimer S.A. reforzando la comunicación interna y el clima laboral, a través talleres que permitieron la integración de diferentes departamentos de la empresa.
- La inclusión o integración del personal a través de reuniones o talleres es de gran aporte para iniciar un clima laboral apto para el desarrollo y evolución de la empresa.
- La importancia del clima laboral permanece en la influencia que este ejerce sobre la conducta de los trabajadores, siendo fundamental su diagnóstico para el diseño de instrumentos de Gestión de Recursos Humanos que permitan alinear los objetivos personales de los trabajadores con los particulares de la empresa.
- Dentro de las acciones realizadas se creó material que permitirá tener un organigrama integrado, permitiendo a los colaboradores conocer sus funciones específicas acorde al departamento a cargo o asignado.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la estructuración y contratación de personal a cargo del departamento de Recursos Humanos dentro de la empresa, para que facilite la creación de plazas internas, movimientos, asensos y contratación de plazas permanentes para que el personal cuente con estabilidad laboral, aspecto que puede llegar a motivarlo a desempeñar mejor sus funciones.

Es importante que los trabajadores cuenten con funciones definidas y que sobre todo que las conozcan, aun cuando sea de forma temporal para que no afecte el seguimiento y control de los procedimientos administrativos.

Se exhorta a los dirigentes de la empresa a continuar con talleres del clima organizacional, para el mejoramiento continuo y así poder tener personal capacitado y de alto rendimiento.

También se recomienda a la empresa dar a conocer el organigrama y las descripciones de los puestos.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Alianzas:** Pacto o unión entre personas, grupos sociales o estados para lograr un fin común
- **Autoría:** Cualidad o condición de autor.
- **Cohesión:** Unión o relación estrecha entre personas o cosas.
- **Comunicacional:** Pertenciente o relativo a la comunicación.
- **Diagnóstico:** El diagnóstico alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias.
- **Disenso:** Desacuerdo, la desavenencia, entre dos o más personas acerca de una cuestión en particular.
- **Epesista:** Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado.
- **Gremio:** Asociación profesional formada por personas que tienen el mismo oficio.
- **Integración:** La integración es la acción y efecto de integrar o integrarse a algo, proviene del latín integración y constituye completar un todo con las partes.
- **Organigrama:** Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas; así como de las personas que trabajan en las mismas.
- **Out door:** tecnicismo utilizado en medios publicitarios refiriéndose a espacios exteriores.
- **Outsourcing:** Subcontratamos y administramos tu fuerza laboral.
- **Procesos:** Procesamiento o conjunto de operaciones a que se somete una cosa para elaborarla o transformarla.
- **Unipolares:** tecnicismo utilizado en el gremio publicitario refiriéndose a vallas de gran formato

BIBLIOGRAFÍA

- Diccionario de la Lengua Española Océano, Grupo Editorial Océano, impreso en España, edición 2005, Barcelona, impreso y encuadernado por Gráficas Ramón Sopena, S.A.
- González, C. (2015). *Plan de Comunicación para impulsar la colaboración de los estudiantes de publicidad en las actividades de LaGencia generando oportunidades de desarrollo académico*. Guatemala.
- Hernández, R. (1998). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill Editores.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill Editores.
- PILOÑA, G. A. (1995). *Guía práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental*. Guatemala.

E-grafías

- https://www.google.com.gt/search?q=servicio+al+cliente&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjI5abA2-vcAhUObIAKHZgDBaoQ_AUICigB#imgrc=vd2eD87nY4-PuM:
- https://es.wikipedia.org/wiki/Clima_organizacional
- <https://www.gestion.org/moodle-como-recurso-de-estudio-instalacion-y-configuracion/>
- <https://es.smartsheet.com/blog/donde-puede-encontrar-las-mejores-plantillas-del-diagrama-de-gantt>

Anexo

Ficha de las entrevistas



Nombre:

Cargo que desempeña: _____ Tiempo

laboral: _____

1. ¿Qué es Publimer?
2. ¿Cuál es su organización internamente?
3. ¿Cuál es la misión y visión?
4. ¿Cómo se da a conocer Publimer en Guatemala?
5. ¿Qué herramientas utiliza para darse a conocer?
6. ¿Cuáles son sus objetivos principales?
7. ¿Cómo percibe la empresa?
8. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que conoce de la empresa en lo interno y externo?
9. ¿Cuenta con departamento de comunicación?
10. ¿Qué perfil consideraría usted tiene un comunicador y las funciones que desempeñaría en su empresa?

Ficha de las entrevistas



Nombre Completo:

Cargo que desempeña: _____ Tiempo laboral:

1. ¿Conoce los métodos de comunicación que utiliza la empresa?

Si No

2. ¿Cómo se informa de las labores que organiza la empresa?

Redes Sociales Página web Correo Electrónico

3. ¿Conoce la página web de la empresa?

Si No

4. ¿El contenido de la página web de la empresa es para usted de provecho?

Generalmente A veces Nunca

5. ¿La comunicación que emplea Publimer es amplia para ejecutar con destreza el trabajo?

Si A veces Casi nunca

6. ¿Considera necesario mejor la comunicación interna?

Si A veces

7. ¿Cómo le gustaría obtener información renovada de Publimer?

Facebook

Internet

Correo Electrónico

Folletos

Ficha de las entrevistas



Nombre Completo:

Cargo que desempeña: _____ Tiempo laboral:



1. ¿Recuerda el logotipo de Publimer?

Si No

2. ¿Entiende el significado del logotipo?

Si No

3. ¿Sabe cuál es el slogan de Publimer?

Si No

4. ¿Se siente identificado con la empresa?

Generalmente A veces Nunca

5. ¿Continuaría laborando en Publimer?

1 año 5 años + de 5 años



FORMATO DE ENTREVISTAS



Formato de entrevistas realizadas al personal de la empresa Publimer S.A

Ficha de las entrevistas

Nombre Completo: _____
Cargo que desempeña: _____ Tiempo laboral: _____

1. ¿Recuerda el logotipo de Publimer?
 Sí No
2. ¿Entiende el significado del logotipo?
 Sí No *Publimer y Mercado exterior.*
3. ¿Sabe cuál es el slogan de Publimer?
 Sí No *No sé*
4. ¿Se siente identificado con la empresa?
 Generalmente A veces Nunca
5. ¿Continuaría laborando en Publimer?
1 año 5 años + de 5 años

Ficha de las entrevistas

Nombre Completo: _____
Cargo que desempeña: _____ Tiempo laboral: _____

1. ¿Recuerda el logotipo de Publimer?
 Sí No
2. ¿Entiende el significado del logotipo?
 Sí No *No sé porque se llama así*
3. ¿Sabe cuál es el slogan de Publimer?
 Sí No
4. ¿Se siente identificado con la empresa?
 Generalmente A veces Nunca
5. ¿Continuaría laborando en Publimer?
1 año 5 años + de 5 años

3

Ficha de las entrevistas

Nombre Completo: _____
Cargo que desempeña: _____ Tiempo laboral: _____

1. ¿Recuerda el logotipo de Publimer?
 Sí No
2. ¿Entiende el significado del logotipo?
 Sí No
3. ¿Sabe cuál es el slogan de Publimer?
 Sí No
4. ¿Se siente identificado con la empresa?
 Generalmente A veces Nunca
5. ¿Continuaría laborando en Publimer?
1 año 5 años + de 5 años
** No sé; como está aprendiendo y no sabe si más adelante le ofrecen una mejor oportunidad.*
** USAC - Carrera de la Comunicación*

1

Nombre Completo: _____
Cargo que desempeña: _____ Tiempo laboral: _____

1. ¿Conoce los métodos de comunicación que utiliza la empresa?
 Sí No
2. ¿Cómo se informa de las labores que organiza la empresa?
Redes Sociales
Página web
 Correo Electrónico
Otros: *TV, comunicación Directo, Teléfono, Canal de Comunicación con Directo*
3. ¿Conoce la página web de la empresa?
 Sí No
4. ¿El contenido de la página web de la empresa es para usted de provecho?
Generalmente A veces Nunca *Nunca*
** Si quisiera saber más acerca de los contenidos de la página web para otros.*
5. ¿La comunicación que emplea Publimer es amplia para ejecutar con destreza el trabajo?
 Sí A veces Casi nunca
6. ¿Considera necesario mejorar la comunicación interna?
 Sí A veces No sabe
7. ¿Cómo le gustaría obtener información renovada de Publimer?
Facebook
Internet
Correo
Folleto
Otros: _____

Tener 2 laptop para ir a Visitar a los

3



FOTOGRAFIAS DE LOS TALLERES



Preparando montaje para los Talleres en
Publimer dirigido a personal
administrativo, financiero y operativo.

Viernes 10 de agosto 2018





FOTOGRAFÍAS DE LOS TALLERES



Presentación del Lic. Cristian Villatoro
quien impartió el taller de Servicio al Cliente y
Clima Laboral.

Viernes 10 de agosto 2018





FOTOGRAFÍAS DE LOS TALLERES



Presentación del Lic. Luis Adolfo Rojas
quien impartió el taller de Ventas
Viernes 10 de agosto 2018





FOTOGRAFIAS DE LOS TALLERES



Entrega de diplomas a los participantes

Viernes 10 de agosto 2018





MATERIAL GRÁFICO



Banners utilizados en los talles con diferentes mensajes.

Mantengo una ACTITUD de Servicio

COMPETENCIAS CORPORATIVAS

Orientación al Cliente

- Mantiene una actitud de servicio en su puesto de trabajo.
- Se esfuerza por comprender las necesidades y las expectativas de los clientes tanto internos como externos.
- Demuestra interés en brindar seguimiento a las necesidades de los clientes.
- Busca resolver problemas que se presentan con otras áreas, para alcanzar los resultados esperados.

Gerencia General

Servicio al Cliente

Ventas

-No te esfuerces por ser exitoso, más bien por ser de valor.
-Albert Einstein.

-La definición del propósito es el punto de comienzo de todo logro.
-W. Clement Stone.

-El 80% del éxito es mostrarse.
-Woody Allen.

-Cree y actúa como si fuese imposible fallar.
-Charles Kettering.

-No cuentes los días, haz que los días cuenten.
-Muhammad Ali.

-La acción es la llave fundamental de todo éxito.
-Pablo Picasso.



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): María del Carmen Pérez Felipe
No. Carné y DPI: Carné: 199921846 DPI: 1866545882205
Jefe o Encargado (a): Byron Escobar / Gerente de Mercadeo y Ventas
Institución o Empresa: Publimer S.A
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: 07	Julio	5	5	6	6	6	6	34 hrs.
2	Del: 09 / Al: 14	Julio	5	5	6	6	6	6	34 hrs.
3	Del: 16 / Al: 21	Julio	5	5	6	6	6	6	34 hrs.
4	Del: 23 / Al: 28	Julio	5	5	6	6	6	6	34 hrs.
5	Del: 30 / Al: 04	Agosto	5	5	6	6	6	6	34 hrs.
6	Del: 06 / Al: 11	Agosto	5	5	6	6	6	6	34 hrs.
7	Del: 13 / Al: 18	Agosto	5	5	6	6	6	6	34 hrs.
8	Del: 20 / Al: 25	Agosto	5	5	6	6	6	6	34 hrs.
9	Del: 27 / Al: 31	Agosto	5	5	6	6	6		28 hrs.
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS									300 hrs.

(f)
Lic. Byron Escobar
Gerente de Mercadeo y Ventas

PUBLIMER
PUBLICIDAD & MERCADEO EXTERIOR, S.A.
3a. Calle 2-45, Zona 3
Guatemala, Centro América
Teléfono: 2316-1100

(f)
Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL