



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN SANTO TOMÁS

### SEMINARIO: RELACIONES PÚBLICAS ESTRATÉGICAS

“Plan de Relaciones Públicas Internas para “Empresa de Logística y Comercio Internacional”

### TRABAJO FINAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
*LICENCIADO EN RELACIONES COMERCIALES*

#### *PRESENTAN:*

Michelle Alejandra Arreguín Lozano  
Leticia Ivón Centeno Díaz  
Elda González Arellano  
Luis Miguel Linaldi Cruz (TEP)  
Sandra Berenice Ruiz Fernández



*CONDUCTOR: L.R.C. Alejandro Enrique Hernández De La Torre*

México, D.F.,

Julio 2008



## **A MIS AMADOS PADRES**

### **José Trinidad Arreguín Salazar y Maricela Lozano Murrieta**

*Gracias por darme la vida.... Su amor, cariño, comprensión, regaños y sonrisas que me han brindado durante toda mi vida.....*

*Gracias por enseñarme aliviar mi dolor y curar mis lamentos, a levantarme de mis tropiezos y aprender de ellos, por los consejos, regaños.....*

*Gracias por ejemplo dado para ser una mejor persona, honrada, responsable, sincera, por siempre enseñarme a dar sin esperar nada a cambio, por prepararme para enfrentar la vida por mi misma.....*

*Por todo esto son **“GRACIAS INFINITAS”** las que tengo hacía ustedes que ni con todas las palabras, ni cosas del mundo podría pagarles todo lo que me han brindado por estar conmigo siempre física y moralmente, sobre todo en los momentos mas importantes y difíciles de mi vida, por apoyarme cuando mas los necesito, por su gran y enorme esfuerzo para sacarme adelante a pesar de las circunstancias es **POR TODO ESTO QUE LES DEDICO A USTEDES QUE SON MI MAYOR ALICIENTE EN LA VIDA ESTE ROYECTO ¡MIL GRACIAS!***

## **A MI FAMILIA DE AMBAS PARTES**

*Muchas gracias a mis tíos (as), Primos (as), Abuelos por estar conmigo por ayudarme y acompañarme en lo que pudieron, sobre todo a Lillian y Eduardo por enseñarme a seguir adelante con mis proyectos y no dejarlos sin termino y toda la ayuda extra que me brindaron....*

## **A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS DE PROYECTO**

*Gracias por todo, por el gran esfuerzo, dedicación y comprensión que nos tuvimos en todo momento chicos para lograr este sueño y objetivo que teníamos en común y que por fin pudimos lograrlo llegando en este momento a cumplirlo.*

## **MUCHAS Y MIL GRACIAS A TODOS**

**MICHELLE ALEJANDRA ARREGUÍN LOZANO**



Honestamente no terminaría de agradecer a todas las personas que me han apoyado tanto en mi vida profesional como social. Claro siempre estarán primero mi madre y mi padre, puesto que a ellos debo mi desarrollo profesional. Solo por ellos quise realizar una carrera y ahora reconozco que el beneficio es para mí.

Hermanos, hermana, cuñis y sobrina quienes se que aunque no me lo digan me aprecian, Arturo como tres años sin hablarte, ya hasta perdí la cuenta solo espero volverte a hablar antes de que mueras tu o muera yo. Aquel día me sentiré tan realizada que te estrechare entre mis brazos y te apretare tan fuerte como querer demostrarte todo mi sufrimiento por tu indiferencia.

Amiga, tú me conoces mejor que nadie sin mascarar, me has visto llorar tantas veces y también he compartido mis escasos momentos de felicidad contigo. Valoro mucho tu amistad por que me has ayudado bastante, me comprendes y sobre todo no me juzgas.

Gracias a todos ustedes por formar parte de mi mundo, por cooperar con lo que pueden. Nos veremos en la próxima entrega.

Leticia Ivón Centeno Díaz



### **A mis Padres:**

Tomasa Arellano. Mamá, sabes te admiro por tu fortaleza inagotable, si algún momento dije no quiero ser como tú, ahora rectifico y si, si quiero ser como tú con ese temple y fortaleza que te caracteriza. A ti dedico este proyecto, ya que siempre haz estado a mi lado escuchando y atendiendo mis dolencias. Te amo y gracias por darme la vida.

Adrián González. Papá, gracias por tu apoyo silencioso, se que estas muy orgulloso de nuestros logros tanto de mi hermanita como los míos. La vida ha sido muy dura y nos ha tirado varias veces, en especial esta caída es la más fuerte; es por eso que debemos estar unidos y no soltarnos. Gracias por escucharme y atenderme. Te amo papá.

### **A mi hermanita:**

Irene González. Hermanita, aunque dejé de decirlo y demostrarlo tanto tiempo, quiero que recuerdes estas palabras: Te amo y siempre te voy a apoyar en lo que decidas, solo permíteme estar a tu lado. Tu, haz sido mi mayor motivación para concluir la carrera, para mejorar mis actitudes, para corregir mis errores, y para seguir adelante. Hermanita, ahora mas que nunca necesito estar cerca de ti, te amo mucho.

### **A mi compañero y amigo:**

Víctor Arévalo. Se que los tiempos han sido turbulentos, sin embargo hemos aprendido a andar el camino juntos. Te agradezco todo el apoyo que me has brindado, y sobre todo el empeño con el cual estas estudiando y trabajando. Gracias por la pasión que le pones a todo que haces, te amaré siempre.

### **A mis compañeros de seminario:**

Gracias por su confianza y el apoyo que recibí de cada uno de ustedes. Sobre todo de mi equipo de trabajo quien me apoyó en el momento más difícil de la carrera.

Un agradecimiento especial a las Orientadoras del Cecyt 12 JMMyP del turno Matutino, Ma. Magdalena Sánchez, Miriam Pastrana y Ma. del Carmen. Quienes además del apoyo moral, me brindaron su amistad incondicional. Las quiero mucho.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que me acompañaron en el trayecto de mis estudios, tanto en la escuela como en el trabajo. Especialmente a Leoncio Fernández, Juan Abele, y Juan Fuentes, agradezco el apoyo y las facilidades para la realización de esta Tesina.

L.R.C      ELDA GONZÁLEZ ARELLANO



## **AGRADECIMIENTO**

DEDICO MI TRABAJO A MIS PADRES, YA QUE SU INVALUABLE APOYO FUE, ES Y SIGUE SIENDO LA FUERZA Y ESPERANZA QUE ME MOTIVA A LOGRAR MIS OBJETIVOS.

AGRADEZCO EN ESPECIAL A UNA MUJER INCOMPARABLE, VALEROSA, INCANSABLE, TENAZ; QUE CON SU EJEMPLO ME ENSEÑO HACER UNA PERSONA RESPONSABLE Y A CONOCER EL VALOR DE UN SER HUMANO; GRACIAS POR TODO GABRIELA CRUZ CANO, GRACIAS POR TODO MAMÀ.

LUIS MIGUEL LINALDI CRUZ



### **A MIS PADRES:**

Que puedo decirles, gracias por todo el esfuerzo y apoyo que me han brindado durante todo este tiempo, espero poder recompensar una pequeña parte de todo lo que me han dado con este logro más en mi vida. Son mi principal motivo para forjarme metas y cumplirlas aunque el camino es difícil y largo siempre han estado conmigo brindándome todo lo que he necesitado, ahora que termino mi carrera profesional les agradezco profundamente todo lo que han hecho por mí y espero estén tan orgullosos de mí como yo lo estoy de ustedes. **Laura Fernández** *este trabajo esta especialmente dedicado para ti, porque sos lo más importante para mí y todos mis triunfos te los dedico a ti.*

### **A MIS HERMANOS:**

Que me han soportado y apoyado toda la vida, que me han motivado para hacer y dar lo mejor de mí, esas personitas que siempre han estado a mi lado y con los que he compartido buenos y malos momentos. **Erika, Aldo, Areli** *los quiero y este es uno más de todos los logros que nos esperan, gracias.*

### **A MIS AMIGOS:**

A estas maravillosas personas que me han ayudado siempre, que me han animado, con las que he vivido tantas cosas gracias por todo su apoyo, consejos, por estar conmigo en las buenas y en las malas ahora puedo decirles que no los defraude lo prometido es deuda y aquí esta la culminación de mi carrera. **Leticia, Nancy, Raquel, Ramón** *y a todos los demás que me faltan porque son demasiados gracias chicos por aguantarme tanto tiempo.*

Quiero agradecer esencialmente a dos personas que son muy especiales e importantes para mí: a **Rodrigo** *por su apoyo incondicional durante toda mi carrera, sos quien más me ayudo estos cinco años y quien más merece que le dedique este trabajo, gracias te quiero.* Y a **Ricardo** *que durante tantos años me ha alentado con nuestro sentido de competitividad tan nuestro y único, gracias por el impulso que representas para mí, te quiero.*

**Att. Sandra Berenice Ruiz Fernández.**

“No solo no hubiéramos sido nada sin ustedes sino con toda la gente que estuvo a nuestro alrededor desde el comienzo, algunos siguen hasta hoy... Gracias Totales”.

*Gustavo Cerati.*



## Capítulo I “GRUPO FH”

1.1	Antecedentes	1
1.2	Misión, Visión, Filosofía, y Giro Comercial	1
1.3	Organigrama	3
1.4	Entorno interno	4
	Derechos y obligaciones	4
1.4.1	Qué ofrece “Grupo FH” a los nuevos integrantes la empresa:	4
	• Prestaciones de ley	4
	• Prestaciones adicionales	4
	• Incentivos	5
	• Desventajas	5
	• Convenios	5
	• Recreación	6
	• Culturales	6
	• Eventos	6
	• Comunicación de los convenios	6
	• Comunicación de las prestaciones a los empleados	7
1.4.2	Qué espera “Grupo FH” de sus colaboradores	7
1.4.3	Capacitación	8
	• Personal Operativo	8
	• Personal Administrativo	8
1.5	Servicios de “Grupo FH”	11
1.5.1	Servicios principales	11
	1.5.1.1 Subservicios	11
1.5.2	Servicios corporativos	12
1.6	Infraestructura de “Grupo FH”	13
1.7	Calidad del “Grupo FH”	14
1.7.1	Cómo aplican las certificaciones	14
1.7.2	El costo de sus certificaciones	14
1.7.3	Metodología para la certificación	15
1.7.4	Cada cuando re-certifican	15
1.7.5	Restricciones de las certificaciones	15
1.7.6	Empresa certificadora	15
1.7.7	Medición de la calidad dentro de la empresa	16
1.8	Principales clientes del “Grupo FH”	16
	• Clientes aduanales	16
	• Clientes de logística	16
1.9	Competencia	16
1.10	Situación actual de la empresa	17
	• Fortalezas	17
	• Debilidades	17
	• Oportunidades	17
	• Amenazas	17
1.11	Situación financiera	18



## Capítulo II INVESTIGACION

2.1	Definición del problema	20
2.2	Planteamiento del problema	20
	• ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿quién?, ¿como?, ¿porque?	20
2.3	Exponer el problema	20
2.4	Objetivo general	21
	2.4.1 Objetivos específicos	21
2.5	Hipótesis	21
2.6	Identificación de variables	22
2.7	Factores para decidir el tipo de investigación	22
2.8	Tipo de investigación	22
	• Problema	22
	• Tipo de información necesaria	22
	• Como se utilizaran los resultados de la investigación	23
	• Públicos por analizar	23
	• Hay que contratar un asesor externo o se puede hacer la investigación dentro de la misma	23
	• Como se analizarán, mostraran o aplicaran los resultados de la investigación	23
	• Con que rapidez se requieren los resultados	23
2.9	Público objetivo	23
2.10	Tamaño y selección de la muestra	23
2.11	Cuestionario	24
2.12	Tabulación de Resultados	27
2.13	Gráficas	30
2.14	Análisis de la investigación	42
2.15	Reporte de la investigación	43

## Capítulo III PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

3.1	Objetivo	44
3.2	Público Objetivo	44
3.3	Estrategias	44
3.4.	Tácticas	44
	3.4.1 Rediseño del curso de Inducción	44
	3.4.2 Periódico Mural	45
	3.4.3 Folleto en forma de "Tríptico"	47
	3.4.4 Incentivos en forma de "Regalo"	47
	3.4.5 Cartas personales	49
	3.4.6 Buzón de Sugerencias	50
	3.4.7 Intranet	50
	3.4.8 Boletín Informativo	51
	3.4.9 Eventos	52



## Capítulo IV CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

4.1 Conclusiones	53
4.2 Sugerencias	53

BIBLIOGRAFÍA	54
--------------	----

## ANEXOS

Anexo 1 Folleto en forma de "Tríptico"	55
Anexo 2 Carta personal de Felicitación por Nupcias	57
Anexo 3 Carta personal de Felicitación por buen desempeño	58
Anexo 4 Buzón de Sugerencias	59
Anexo 5 Boletín Informativo	60



## INTRODUCCIÓN

El siguiente Plan de Relaciones Públicas Internas se realizó para el Grupo es una empresa la cual ofrece los servicios de Comercio y Logística Internacional.

La misión de Grupo FH es “ser una organización dedicada a proporcionar, con experiencia y profesionalismo un servicio integral para el Comercio y la Logística Internacional, cumpliendo con la normatividad vigente, así como satisfacer las necesidades de nuestros clientes en forma ética, con una infraestructura humana, material y tecnológica de vanguardia.

Dentro de su visión esta “ser la mejor organización en la prestación de servicios para el Comercio y la Logística Internacional, manteniendo un crecimiento de forma sustentable”

Con el paso del tiempo Grupo FH ha logrado mantener un gran nicho de mercado, en el se encuentran clientes muy importantes y reconocidos, los cuales han permitido respaldar a Grupo FH a través del tiempo proyectando una imagen de confianza y calidad.

Desafortunadamente se ha presentado un ambiente hostil dentro de la empresa, el cual se presume, es resultado de la actitud del personal ya que no se siente identificado con la misma.

El problema que se tenía inicialmente era que “El personal del Grupo FH no se siente identificado con la Empresa”, sin embargo después de la investigación realizada se confirmó que eso no era lo que sucedía; ya que el personal si se siente identificado, la realidad es que la comunicación no fluye de manera adecuada y por lo tanto se desconoce, y el personal no explota al máximo sus beneficios.

Por consiguiente se sugiere un Plan de Relaciones Públicas Internas el cual tiene como objetivo “Mejorar el alcance de la comunicación interna de los empleados”.

Las estrategias del Plan de Relaciones Públicas Internas tienen como fin básicamente difundir la información (prestaciones, políticas, eventos, cursos, novedades, etc.) interna de la empresa, de tal manera que llegue a los empleados en tiempo y forma. Para que a su vez estos conozcan los sucesos y acontecimientos que se estén presentando dentro de la misma.

Los medios por los cuales se pretende lograr el objetivo y las estrategias del Plan de Relaciones Públicas Internas se mencionan a continuación:

- *Rediseñar el curso de inducción*
- *Periódico mural*
- *Elaboración de trípticos*
- *Bonos de productividad*



- *Cartas de felicitación*
- *Cartas personales*
- *Buzón de sugerencias y comentarios*
  
- *Carteles*
- *Rediseño del servicio de Intranet*
  
- *Boletín informativo*

Una vez expuesto el “Plan de Relaciones Publicas Internas para el Grupo FH” es importante mencionar que tanto las estrategias como los medios sugeridos, son los más idóneos para atacar las áreas de oportunidad, arrojadas en la investigación y así obtener los beneficios esperados.



## CAPITULO I “GRUPO FH”

### 1.1 ANTECEDENTES

“GRUPO FH (*Grupo Fernández Hinojosa*)” inicia sus operaciones el 24 de Mayo de 1923 en la Ciudad de México; durante el primer año solo se realizaron actividades de Comercio Exterior por lo cual GRUPO FH comenzó ofreciendo el servicio de bufete de Comercio Exterior.

Un lustro después (en 1928) *GRUPO FH* integra el servicio de Logística Nacional en el norte y centro del país; posteriormente ese servicio de Logística se realiza en todo el país y parte de Latinoamérica.

En 1930 *GRUPO FH* integra el nuevo servicio de Trámites de Importación y Exportación (Agencia de Aduana).

En 1931 se integra a *GRUPO FH* el servicio de Almacenaje en Estados Unidos.

En 1935 *GRUPO FH* inicia el nuevo servicio de Transporte Terrestre y Aéreo en Estados Unidos – México – Latinoamérica.

En 1936 se incluye en *GRUPO FH* el servicio de Almacenaje y Resguardo de Producto Terminado.

Después de 85 años de servicio ininterrumpidos *GRUPO FH* se consolida como una empresa sólida que ofrece a sus clientes "soluciones efectivas y oportunas" a sus necesidades de "Logística y Comercio Internacional", siempre para su seguridad, dentro del marco vigente.

### 1.2 MISION, VISION, FILOSOFIA y VALORES

#### MISION

Somos una organización dedicada a proporcionar, con experiencia y profesionalismo, un servicio integral para el **Comercio y la Logística Internacional**, cumpliendo con la normatividad vigente.

Nuestro compromiso es satisfacer las necesidades de nuestros Clientes en forma ética, con una infraestructura humana, material y tecnológica de vanguardia.

#### VISION

“Ser la mejor organización en la prestación de servicios para el **Comercio y la Logística Internacional**, manteniendo nuestro crecimiento de forma sustentable”.



## FILOSOFIA

La filosofía de trabajo se basa en un "compromiso permanente" con nuestros clientes, a través de la rápida y dinámica adaptación de la organización a las cambiantes exigencias de un mercado en constante evolución, ofreciendo un "servicio integral" que cumpla plenamente con sus expectativas y requerimientos de aduanas, comercio y logística internacional.

## VALORES

El valor más apreciado en nuestra sociedad es la responsabilidad y se manifiesta en:

- Llegar puntualmente.
- Hacer el trabajo de acuerdo a las políticas y procedimientos de la empresa.
- Cuidar los materiales y herramientas de trabajo.
- Cuidar las instalaciones de la empresa.
- Ser honestos con nuestro trabajo.

El grupo Fernández Hinojosa propicia la puesta en práctica de 6 valores

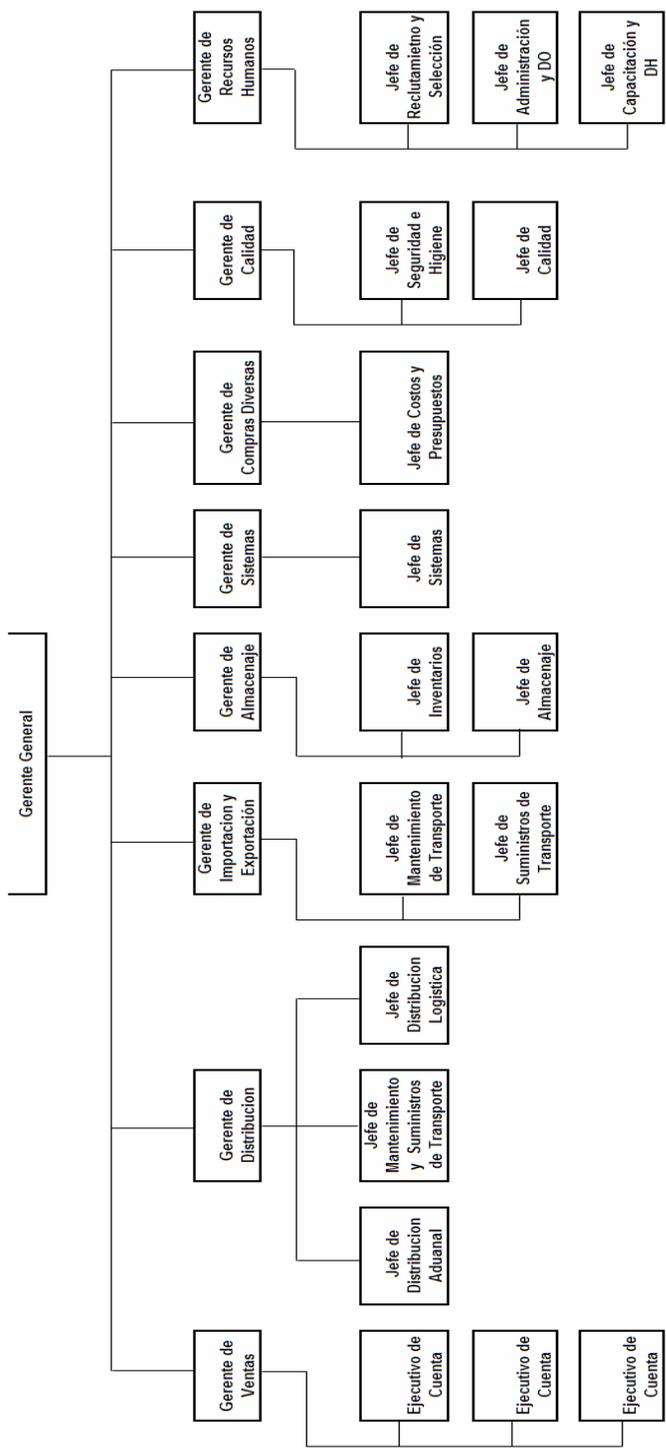
- *RESPECTO*. Tratamos a toda persona con amabilidad y educación, reconociendo que existen diferentes puntos de vista.
- *HONESTIDAD*. Hablamos con la verdad y actuamos con rectitud, honradez y responsabilidad.
- *COMPROMISO*. Cumplimos con nuestras responsabilidades en tiempo, calidad y costo.
- *PROFESIONALISMO*. Nos actualizamos constantemente y somos competentes para lograr los objetivos y metas.
- *INNOVACIÓN*. Proponemos nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de incrementar la productividad y el valor agregado a la cadena de suministro.
- *ACTITUD DE SERVICIO*. Escuchamos, atendemos y satisfacemos de manera oportuna los requerimientos de nuestros clientes y aprendemos de su retroalimentación para mejorar el servicio.
- *SINERGIA*. Maximizamos los resultados trabajando en equipo de forma integral hacia un objetivo común.

## GIRO COMERCIAL

El giro de *GRUPO FH* son los servicios de Comercio y Logística Internacional.



### 1.3 ORGANIGRAMA





## **1.4 ENTORNO INTERNO GRUPO FH**

### **DERECHOS:**

- Vacaciones.
- Reparto de Utilidades.
- Aguinaldo.
- Descanso.
- Seguridad Social.
- Locker.
- Seguro de Vida.
- Fondo de Ahorro.
- Vales de Despensa.

### **OBLIGACIONES:**

- Puntualidad y Asistencia.
- Incapacidades.
- Portación de Uniformes.
- Portación de Credencial.
- Guardar Disciplina.
- Respeto a todo el personal de la empresa.
- Trabajo en equipo.

### **1.4.1 QUÉ OFRECE EL GRUPO FH A LOS NUEVOS INTEGRANTES LA EMPRESA**

En el Grupo FH encontrarás una amplia gama de posibilidades de desarrollo sustentable cuando la calidad de tu trabajo y actitudes hacia el mismo muestren el deseo de superación constante.

- Reglamento Interno de Trabajo.
- Reglamento de Seguridad.
- Higiene.
- Salud laboral.
- Protección personal.

### **PRESTACIONES DE LEY:**

- Seguro social.
- Afore.
- INFONAVIT
- Prima vacacional.
- Vacaciones.

### **PRESTACIONES ADICIONALES:**

- 11% de fondo de ahorro sobre el sueldo mensual el cual se puede disponer una vez al año.
- 10% del sueldo en vales de despensa.
- Seguro de vida (solo personal administrativo).



- Seguro Médico de Gastos Mayores (solo personal administrativo).
- Uniformes sin costo para el personal (para el personal administrativo 1 vez al año y para el personal operativo 2 veces al año).
- Equipo de Seguridad (botas industriales, guantes, chalecos, fajas y cascos de seguridad).
- Bono de rendimiento mensual (solo para el área de distribución, proporcional al rendimiento gasolina vs. trayecto y es en especie).
- Bono de distribución mensual (solo para el área de distribución, es proporcional al número de tiros vs. utilidad que genere la unidad y es en especie).
- Bono de métricas mensual (depende de la operación de cada área).
- Se otorgan 2 días con goce de sueldo en caso de fallecimiento de familiares de primer grado, nacimiento y nupcias.
- Viáticos para viajes de negocios.
- Préstamo hipotecario.

#### **INCENTIVOS:**

- A fin de año se otorgan despensas y chamarras.
- El 10 de mayo se otorga medio día libre a las mujeres.
- El 24 y 31 de diciembre se otorga medio día libre a todos.
- Se otorga jueves, viernes y sábado en semana santa.
- Se otorga una caja de chocolates Ferrero Rocher a los empleados en su cumpleaños.
- El 6 de enero se les invita a partir la rosca de reyes y beber atole.
- El 2 de febrero se les invita a degustar de tamales y atole.
- El 1 de noviembre se les invita a degustar de pan de muerto y atole.

#### **DESVENTAJAS:**

- Clima laboral de Incertidumbre por la división de las empresa
- La difusión de la información que se les otorga a los Supervisores es deficiente; y no es difundida en todos los niveles
- Los empleados no están integrados, por los niveles y la lucha de poderes.

#### **CONVENIOS**

##### *Parques:*

- Oaxtepec: Se otorga el 15% sobre el precio de entrada para el empleado y 5 personas más.



- Tepetongo: Se otorga el 15% sobre el precio de entrada para el empleado y 5 personas más.
- Six Flags: Se otorga el 15% sobre el precio de entrada para el empleado y 5 personas más.

#### **RECREACIÓN:**

- Bioparque Estrella: Se otorga el 15% sobre el precio de entrada para el empleado y 3 personas más.
- Granjas de las Américas: Se otorga el 15% sobre el precio de entrada para el empleado y 3 personas mas
- Granja del Tío Pepe: Se otorga el 15% sobre el precio de entrada para el empleado y 3 personas mas

#### **CULTURALES:**

- OCESA (Teatro)
- COMO APLICA: 30% de descuento en el acceso para el empleado y cinco personas más.

#### **EVENTOS:**

- Torneo de Fútbol (se realiza durante el primer semestre del año).
- Torneo de Básquetbol (se realiza durante el segundo semestre del año).
- El 12 de diciembre se realiza una misa a la imagen de la virgen de Guadalupe que se encuentra dentro de la empresa y posteriormente se realiza la degustación de tamales y atole.
- El 31 de diciembre se realiza la fiesta de fin de año con todos los empleados.
- Evento en Juríca, Querétaro denominado "*2º Encuentro por la Calidad*" los días 4,5 y 6 de Julio 2008. (Congreso de integración con todos los empleados del Grupo FH), dicho evento se lleva a cabo cada 10 años, ya que es el tiempo en el cual la empresa recertifica.

#### **COMUNICACIÓN DE LOS CONVENIOS**

Se realiza a través del periódico mural, de boca en boca y por correo electrónico a los supervisores.



## **COMUNICACIÓN DE LAS PRESTACIONES A LOS EMPLEADOS**

- Se mencionan en el curso de inducción,
- Se proporciona una síntesis elaborada por recursos humanos del reglamento interno,
- Se exponen en el boletín trimestral y
- También se da la información de boca en boca

### **1.4.2 ¿QUÉ ESPERA EL GRUPO FH DE SUS COLABORADORES?**

En el Grupo FH espera que cada persona que se incorpora a trabajar tenga una fuerte disposición de aprender, trabajar en equipo y dar su mejor esfuerzo en cada momento.

La actitud que se espera de nosotros es abierta; dispuesta al cambio, manteniendo una buena relación con nuestros compañeros de trabajo, así como con nuestros jefes.

De igual manera se espera de cada colaborador del Grupo FH que participe de manera comprometida con su trabajo, ya que sin el, la calidad del servicio que ofrecemos se vería disminuida.









## **1.5 SERVICIOS DEL GRUPO FH**

### **1.5.1 SERVICIOS PRINCIPALES:**

- Trámites de Importación y Exportación.
- Asesoría en comercio Exterior.
- Consolidación y Desconsolidación de carga terrestre y aérea.
- Almacenaje, Resguardo y Distribución de Producto Terminado.
- Bufete de Comercio Exterior que ofrece los servicios aduanales y de reexpedición de carga de importación y exportación más completos del mercado. En servicios de Comercio Exterior experiencia que marca el paso en soluciones de Aduanas, Logística y Comercio Internacional.

#### **1.5.1.1 SUBSERVICIOS:**

- Reexpedición de carga
- Pick and Pack
- Cruce de puente
- Almacenaje
- Etiquetado
- Diseño de estrategias de almacenaje y distribución de acuerdo a sus necesidades
- Distribución hacia cualquier punto del país
- Sistema informático desarrollado internamente para la administración de inventarios (WMS), protección y confidencialidad de la información del cliente
- Inventarios físicos de las operaciones y actualización en línea de la base de datos
- Inventarios físicos de las operaciones y actualización en línea de la base de datos
- Procedimientos de verificación de la mercancía a través de lectores ópticos inalámbricos o revisión física contra documentos
- Procedimientos de verificación de la mercancía a través de lectores ópticos inalámbricos o revisión física contra documentos
- Establecimiento y ejecución de programas diarios de distribución y entrega de mercancía
- Rastreo y reporte continuo del estatus de su mercancía
- Capacidad de conectividad remota e intercambio electrónico de datos en cualquier modalidad
- Programa de maquila de servicios
- Despacho aduanal
- Agenciamiento de carga internacional multimodal
- Asesoría en comercio exterior



- Desarrollo de soluciones logísticas y de tecnología de información a la medida de las necesidades de su empresa
- Capacidad de conectividad remota e intercambio electrónico de datos (EDI) en cualquier modalidad
- Personal profesional y capacitado con amplia experiencia en el sector aduanal
- Asignación de Ejecutivo de Cuenta especializado para cada cliente y sector
- Asesoramiento continuo (antes, durante y posterior al servicio de despacho aduanal)
- Rastreo y reporte continuo del estatus de su mercancía
- Reportes

#### **1.5.2 SERVICIOS CORPORATIVOS:**

- Despacho Aduanal en México y E.U.A
- Sistema desarrollado internamente para el control y rastreo total de la operación
- Bases de datos para la clasificación arancelaria y elaboración de reportes periódicos
- Establecimiento de indicadores de operación para la medición y evaluación continua del desempeño (KPI)
- Comunicaciones oportunas enfocadas a la difusión y actualización de legislaciones aplicables en materia de comercio exterior
- Asesoría experta en Comercio Internacional
- Trámites y autorizaciones gubernamentales para el cumplimiento de regulaciones no arancelarias
- Seguimiento, recolección y reexpedición de órdenes de compra
- Consolidación y reexpedición de carga aérea, terrestre y marítima (multimodal)
- Agente de carga aérea IATA
- Disponibilidad de contratación de un Seguro Preferencial para la protección de su mercancía
- Almacenaje en la Ciudad de México y Laredo, Texas
- Administración y control de inventarios a través de un sistema automatizado desarrollado internamente (WMS)
- Distribución local y foránea con sistema de rastreo satelital (GPS)
- Otros servicios de almacenaje: recepción con código de barras, surtido de órdenes electrónicas, manejo especializado de mercancía y etiquetado
- Transporte consolidado entre nuestras terminales
- Desarrollo de soluciones de Tecnología de Información en sitio
- Desarrollo e implantación de sistemas informáticos para el manejo adecuado, protección y confidencialidad de la información del cliente



## 1.6. INFRAESTRUCTURA DE GRUPO FH

- Oficinas en la Ciudad de México; Nuevo Laredo, Tamaulipas; Laredo, Texas y Veracruz, Veracruz.
- Espacio de almacenaje disponible.
- Red Mundial de Agentes Corresponsales.
- Oficinas interconectadas para la transmisión eficiente de voz y datos.
- Equipo de cómputo moderno y de alta capacidad.
- Equipos de intercomunicación interna y externa.
- Unidades de transportes propias.
- Oficinas y Centro de Distribución en la Ciudad de Laredo, Texas.
- Espacio de almacenaje disponible con mas de 80,000ft<sup>2</sup> con 32 puertas de acceso de carga y descarga y la mejor infraestructura para el resguardo de mercancía.
- Red Mundial de Agentes Corresponsales.
- Red de transmisión de voz y datos con líneas digitales.
- Servidores comunicados entre diferentes oficinas.
- Equipo de cómputo moderno y de alta capacidad.
- Equipos de intercomunicación interna y externa.
- Áreas específicas para el servicio de Pick & Pack: etiquetado, flejado, paletizado, y reempaque de mercancías.
- Patio con capacidad para 200 trailers que permite recibir las mercancías de carga en camión completo.
- Cruce de mercancías en tráiler completo o consolidado varias veces al día, en unidades de nuestra propia compañía.
- Sistema inteligente contra incendio en todo el centro de distribución y oficinas.
- Centro de distribución moderno y funcional con excelente ubicación.
- Unidades de distribución equipadas con caja cerrada, equipo de intercomunicación, rampas hidráulicas, sistema de ejecución para el manejo y traslado de su mercancía.
- Alta tecnología que facilita el control de mercancía, ayuda a eficientar la operación y reduce costos.
- Personal operativo uniformado y con equipo de intercomunicación.
- Transporte terrestre con vehículos propios (Flota de trailers, camiones y camionetas con diferente capacidad de carga).
- Sistema de rastreo satelital (GPS).
- Sistema de contingencia para asegurar el funcionamiento permanente de la empresa.
- Sistema de seguridad y de restricción en accesos.
- Vigilancia a través de un Sistema de Circuito Cerrado de Cámaras.
- Guardias de seguridad uniformados con servicio las 24 horas y con equipo de intercomunicación.
- Disponibilidad de servicios de custodia.
- Racks de distintos tipos y capacidades.



## 1.7 CALIDAD DEL GRUPO FH

- ISO 9001:2000 Sistema de Administración por Calidad de Servicios de Agencia Aduanal Mexicana
- ISO 9001:2000 Sistema de Administración por Calidad de Servicios de Almacenaje, Control de Inventarios y Distribución
- NMX-EC-17020-IMNC-2000 Unidad de Verificación en Materia de Información Comercial
- Sistema de calidad enfocado a la satisfacción de nuestros clientes.
- Establecimiento de indicadores de operación para la medición y evaluación continua del desempeño (KPI).
- Certificación en el manejo de materiales peligrosos.
- Unidades de cruce fronterizo certificadas en programa FAST.
- Certificación como Unidad de Verificación. (UVA).
- Certificado que considera los servicios de Agencia Aduanal Mexicana (importaciones y exportaciones) con sus áreas de apoyo como consultoría, sistemas, calidad, contabilidad, facturación, cobranza, relaciones gubernamentales, etc.
- Certificado para los servicios, de almacenaje, control de inventarios, distribución, transportación y Order Fulfillment. Con las áreas de apoyo como recursos humanos, seguridad, sistemas y calidad.

### 1.7.1 CÓMO APLICAN LAS CERTIFICACIONES

Para lograr las Certificaciones de la empresa, se genera un programa de trabajo, que consiste normalmente en 9 etapas las cuales son las siguientes:

1. Planeación del proyecto.
2. Análisis y definición de los procesos.
3. Implementar plan de calidad.
4. Documentación.
5. Capacitación y entrenamiento.
6. Implementación y verificación.
7. Auditorías Internas.
8. Acciones correctivas.
9. Auditoría de certificación.

### 1.7.2 EL COSTO DE SUS CERTIFICACIONES

Las auditorías externas tienen un costo de \$1,100 USD por día auditor. La duración de las auditorías esta en función de la cantidad de personas que labora en la empresa. Existen 2 tipos de auditorías, las de Certificación y las de Seguimiento.



Las auditorias de certificación normalmente tienen una duración entre 5 a 7 días, que se repiten cada 3 años. Las de seguimiento tienen una duración normal de 2 días y son cada 6 meses.

### 1.7.3 METODOLOGÍA PARA LA CERTIFICACIÓN

Como preparación para las auditorias de certificación, se tiene el plan de trabajo arriba mencionado. Que nos permite estar preparados para la auditoria externa. En la auditoria externa, se hace una revisión documental y de procesos para revisar, la implantación, adecuación y eficacia del sistema de calidad.

### 1.7.4 CADA CUANDO RE-CERTIFICAN

Las certificaciones tienen una duración de 3 años. Por lo cual cada 3 años se tienen auditorias de re-certificación.

### 1.7.5 RESTRICCIONES DE LAS CERTIFICACIONES

Las certificaciones tienen la restricción de que se deben tener revisiones periódicas del sistema de calidad. Cuando se presentan No Conformidades en el sistema pueden ser No Conformidades Mayores o Menores. Las No Conformidades Mayores representan un incumplimiento total o grave al sistema de calidad. Para estas situaciones se tienen lapsos no mayores de 60 días para solucionar estas desviaciones y requieren una visita de seguimiento por la empresa certificadora. Para no conformidades menores el seguimiento es cada 6 meses, en caso no atender satisfactoriamente una No Conformidad menor, se puede convertir en mayor.

### 1.7.6 EMPRESA CERTIFICADORA

La empresa que en este momento nos esta auditando externamente en ISO 9001 es LLoyd's Register Quality Assurance con acreditaciones de ANAB (USA) y RvA (Holanda. Comunidad Económica Europea)





### 1.7.7 MEDICION DE LA CALIDAD DENTRO DE LA EMPRESA

Para medir la calidad se tienen diferentes tipos de objetivos de calidad y objetivos operativos, que nos permiten monitorear y conocer el grado de cumplimiento de los requisitos especificados por el cliente.

### 1.8 PRINCIPALES CLIENTES DEL GRUPO FH

#### Clientes Aduanales:

- Louis Vuitton México.
- Tellabs Internacional.
- Gucci Importaciones.
- Scheneider Electric México.
- Sociedad Textil Lonia.
- Warner de México.
- Boston Scientific.
- Fábricas de Calzado Andrea.
- Chrysler de México.
- Dupon't

#### Clientes De Logística:

- Sky.
- Dyclass.
- Cytec y Kemira.
- Quest.
- Oce.
- CIE
- Sonda .
- Haggar.
- Catimini.
- Ingram Micro.

### 1.9 COMPETENCIA

- Entorno Logístico Integral, S.C.
- Grupo Ventamex S.A. De C.V
- Logistic Baja S.A. De C.V.
- Pakmail Centro Operativo S.A. De C.V.
- Logistica Dynamica S.A. De C.V.
- Valley Transportation S.A De R.L.
- Solori Forwarding S.A. De C.V.
- Vocar Transportation Services S.C.
- Grupo Jucasa S.A. De C.V.
- Earth & Ocean Global Logistic S.A.



## **1.10 SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA**

### **FORTALEZAS**

- La empresa Grupo FHL, cuenta con 85 años de experiencia en el mercado
- Excelente ubicación geográfica de la empresa y los almacenes
- Cuenta con tecnología de punta
- Innovación en sus servicios
- Infraestructura vanguardista
- Excelente calidad en sus servicios
- Amplia gama de servicios

### **DEBILIDADES**

- El Director de la empresa es individualista ya que no delega la responsabilidad por completo
- Rotación de personal, constante
- La empresa no realiza actividades de prospectación
- No cuenta con un departamento de mercadotecnia, por lo tanto no realiza actividades mercadológicas
- La estructura organizacional es deficiente ya que no cuenta con departamentos esenciales
- Las funciones de cada departamento no están delimitadas

### **OPORTUNIDADES**

- Nicho de mercado amplio, debido a la gran gama de servicios
- Gran demanda de servicios por parte de empresas importadoras y exportadoras
- Apertura a nuevos negocios por los tratados de libre comercio

### **AMENAZAS**

- Demasiada competencia
- No cuenta con posicionamiento en el mercado
- Debido a las obras públicas que realiza el Gobierno del Distrito Federal, los tiempos de entrega se ven afectados



## 1.11 SITUACION FINANCIERA

### INFORME GRUPO FH

#### 1. Datos Identificativos.

RFC	GFH309123G8
Denominación	Grupo FH, S.A. de C.V.
Giro	Servicios de Comercio y Logística Internacional.
Domicilio	Soles N.56, Col. Peñón de los Baños, Del. Venustiano Carranza, C.P. 15520, México DF.
N. de empleados	800 (200 Administrativos + 600 Operaciones).

#### 2. Valoración Grupo FH.

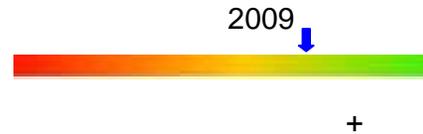
Valor máximo 10 y mínimo 1

#### RATINGS PREDICTIVOS DE RENTABILIDAD Y SOLVENCIA

	2007*	2006*	Dif.%	
<u>Rating Rentabilidad</u>	3	3	0,0%	
<u>Rating Solvencia</u>	9	9	0,0%	

### RATING PREDICTIVO DE MOROSIDAD

Calificación del comportamiento en pagos: **6**



### OPINIÓN DE CRÉDITO

Crédito Comercial Recomendado: **635.600 euros**

### 3. Datos Registrados.

Situación Mercantil	Activa
Fecha Inicio operaciones	Anterior de 1930
Objeto Social	Esta información no esta disponible.
Capital Social	6.310.500 euros (06/09/2006)
Capital Desembolsado	6.310.500 euros (06/09/2006)

### 4. Datos Económicos.

	2006 (12)*	2005 (12)*	Dif.%
Ventas	19.361.221,43	17.583.537,35	10,1%
Resultado	1.500.868,80	1.543.488,53	-2,7%
Total Activo	14.680.656,18	8.879.781,58	65,3%
Fondo de Maniobra	3.960.209,20	-1.269.866,04	
411,8%			
Fondos Propios	11.721.955,77	4.211.086,97	
178,3%			
Endeudamiento a Corto Plazo	2.958.700,41	4.668.694,61	-
36,6%			
Endeudamiento a Largo Plazo	-----	-----	
Datos Expresados en Euros			



## **CAPITULO II INVESTIGACIÓN**

### **2.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

El personal del Grupo FH no se siente identificado con la Empresa.

### **2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:**

En el presente año el Departamento de Recursos Humanos en el Área de Comunicación y Desarrollo manifiesta que el personal del Grupo FH no se siente identificado con la empresa, por lo tanto el ambiente de trabajo es indiferente en todos los niveles gerenciales y operativos.

- **¿DÓNDE?**  
Grupo FH  
Soles No.56  
Col. Peñón de los Baños Del. Venustiano Carranza  
15520 México, D.F.
- **¿CUÁNDO?**  
En el presente año 2008.
- **¿QUIÉN?**  
El “Departamento de Recursos Humanos Área de Comunicación y Desarrollo”.
- **¿COMO?**  
Debido a experiencias expuestas por el “Departamento de Recursos Humanos Área de Comunicación y Desarrollo”.
- **¿PORQUE?**  
La comunicación es deficiente entre el personal Gerencial y el personal Operativo.



## **2.3 EXPONER EL PROBLEMA**

El Departamento de Recursos Humanos Área de Comunicación y Desarrollo reporta que el personal del Grupo FH no se siente identificado con la empresa debido a que la comunicación es deficiente entre el personal Gerencial y el personal Operativo.

## **2.4 OBJETIVO GENERAL**

Evaluar las causas por las cuales el personal del Grupo FH no se siente identificado con la empresa.

### **2.4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

O 1: Determinar si la apatía por parte del Nivel Gerencial es una de las razones por las cuales el personal del Grupo F.H no se siente identificado con la empresa.

O 2: Determinar si el desinterés por parte del Nivel Operativo es una de las razones por las cuales el personal del Grupo F.H no se siente identificado con la empresa.

O 3: Evaluar si las herramientas de comunicación que actualmente utiliza el Grupo FH son las idóneas para informar e integrar a todo el personal.

O 4: Analizar si el flujo de información es el adecuado en todos los niveles del Grupo FH.

O 5: Evaluar si la información difundida al personal del Grupo FH, es oportuna

Conocer la percepción de los empleados del Grupo FH, ante la información difundida

O 6: Analizar si los niveles gerenciales del Grupo FH rompen con el ciclo de retroalimentación

## **2.5 HIPOTÉISIS**

H<sub>1</sub>.- El personal de la empresa Grupo FH no se siente identificado con la misma debido a la transmisión deficiente de la información.

H<sub>0</sub>.- El personal de la empresa Grupo FH no se siente identificado con la misma debido a la poca integración de los empleados.



## 2.6 IDENTIFICACION DE VARIABLES

**Variable Dependiente**  
\* La calidad y contenido de la información

**Variable independiente**  
\* La actitud y estado de ánimo del personal

## 2.7 FACTORES PARA DECIDIR EL TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Es una Investigación Medible.

- a) *Tema*: Problemática Empresarial
- b) *Situación*: Falta de identificación con la empresa por parte del personal
- c) *Tiempo*: 30 días
- d) *Importancia de la situación*: Alta

## 2.8 TIPO DE INVESTIGACIÓN

### FORMAL

El tipo de investigación que se utilizará para efecto de este Plan de Relaciones Públicas Internas será: *“El método descriptivo explicativo”*, ya que los objetivos serán los focos o los puntos que dirigirán la investigación y sobre estos se recolectarán los datos una vez planteados los objetivos.

En la parte metodológica se plantearan las hipótesis que nos arrojaran las variables dependientes e independientes, una vez formuladas y operacionalizadas las hipótesis se determinara la muestra (grado de amplitud que tendrá la investigación). Definida la muestra se estipularan las técnicas a utilizar que son: *Entrevista* y *Cuestionario*. Posteriormente se definirá el modelo estadístico (que se menciona a continuación) para después hacer el cronograma para mostrar como se realizará la investigación en tiempo y por último se desarrollara el informe final.

**1. Problema:** El personal del Grupo FH no se siente identificado con la Empresa

**2. Tipo e Información necesaria:**

- a. Cuantitativa
- b. Cualitativa
- c. Inmediata
- d. Interna



**3. Como se utilizaran los resultados de la investigación:**

De forma Ética, Responsable y Confidencial para así mismo mejorar las relaciones dentro de la empresa y lograr un cambio de actitud en el personal.

**4. Públicos por analizar:**

- Personal Administrativo
- Personal Operativo

**5. Hay que contratar un asesor externo o se puede hacer la investigación dentro de la misma:**

No es necesario ya que se puede realizar con el personal involucrado dentro de la misma.

**6. Como se analizarán, mostraran o aplicaran los resultados de la investigación:**

Se analizarán por el método de tabulación, se representarán en forma gráfica y se aplicarán con base al objetivo planteado.

**7. Con que rapidez se requieren los resultados:**

Se requieren de forma Inmediata.

## **2.9 PÚBLICO OBJETIVO**

Personal administrativo y operativo de planta de Grupo FH, es decir personal de mando medio.

## **2.10 TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA**

La muestra se determinará a través del método estadístico, usando la fórmula de universos finitos, y la técnica de muestreo será probabilístico al azar simple, ya que cualquier persona que posea las características del público objetivo tendrá la misma posibilidad de ser elegido como sujeto de investigación.

En la fase exploratoria se supo que se cuenta con un total de 800 empleados de Grupo FH, con base en esto se aplica la siguiente fórmula.

$N = 800$

$Z = 95\% = .95$

$e = 5\% = 0.05$

$p = 0.5$

$q = 0.5$

En donde "N" significa: Universo

En donde "Z" significa: Nivel de Confianza

En donde "e" significa: Error de Estimación

En donde "p" significa: Probabilidad a Favor

En donde "q" significa: Probabilidad en Contra



$$n = \frac{Z^2 p q N}{N e^2 + Z^2 p q} =$$
$$n = \frac{(.95)^2 (0.5) (0.5) (800)}{(800) (0.05)^2 + (.95)^2 (0.5)(0.5)} = \frac{180.5}{2.225625} = 81 \text{ Empleados}$$

Las encuestas se realizarán conforme a lo siguiente:

- 20 Empleados Administrativos
- 61 Empleados Operativos

## 2.11 CUESTIONARIO

Buenos días/tardes, mi nombre es \_\_\_\_\_ y se esta realizando una investigación referente a la comunicación y el ambiente social dentro de la empresa. ¿Nos ayudarías a responder algunas preguntas?

---

① Puesto o actividad desempeñada: \_\_\_\_\_

② Antigüedad: \_\_\_\_\_

③ Departamento: \_\_\_\_\_

---

1.- ¿Conoces todas las prestaciones adicionales que te ofrece la empresa?

① Si ( ) Cuales \_\_\_\_\_

② No ( )

2.- ¿Las prestaciones adicionales, cubren tus necesidades?

① Si ( )

② No ( ) Porque \_\_\_\_\_

3.- ¿Recibiste el curso de inducción?

① Si ( )

② No ( )



4.- ¿Conoces los diferentes servicios que te ofrece la empresa?

① Si ( ) Cuales \_\_\_\_\_

② No ( )

5.- ¿Qué tanto disfrutas la actividad que desempeñas?

① Mucho ( )      ② Poco ( )      ③ Nada ( )

Porque: \_\_\_\_\_

6.- ¿La empresa organiza eventos especiales?

① Si ( ) Cuales \_\_\_\_\_

② No ( )

7.- ¿La empresa te ofrece incentivos?

① Si ( ) Cuales \_\_\_\_\_

② No ( )

8.- ¿Cómo te enteras de la información “cursos, simposios, invitaciones, actividades recreativas, etc.” que ofrece la empresa?

\_\_\_\_\_

9.- ¿Consideras que el medio por el cual recibes esta información es el más adecuado o efectivo?

① Si ( )

② No ( ) Porque \_\_\_\_\_

10.- ¿Cómo te enteras de la información organizacional (movimientos de personal, altas, bajas, juntas, modificación de procesos, sistemas etc.” que ofrece la empresa?

\_\_\_\_\_

11.- ¿Consideras que el medio por el cual recibes esta información es el mas adecuado o efectivo?

① Si ( )

② No ( ) Porque \_\_\_\_\_



12.- ¿Consideras correcta y completa toda la información tanto organizacional como recreativa que te proporciona la empresa?

① Si ( )

② No ( ) Porque \_\_\_\_\_

---

13.- ¿Cómo evaluarías a la empresa en una escala de:

① Excelente \_\_\_\_\_

② Muy buena \_\_\_\_\_

③ Buena \_\_\_\_\_

④ Regular \_\_\_\_\_

⑤ Mala \_\_\_\_\_

⑥ Muy mala \_\_\_\_\_

⑦ Pésima \_\_\_\_\_

14.- ¿Consideras un futuro dentro de la empresa?

① Si ( )

② No ( )



## 2.12 TABULACION DE RESULTADOS

### PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

1.- ¿Conoces todas las prestaciones adicionales que te brinda tu empresa?				
SI		60		74%
NO		21		26%
SI LA RESPUESTA ES SI, CUÁLES?				
PRÉSTAMO DE CASA		5		
BONOS		15		
SEGURO MÉDICO		15		
VALES DE DESPENSA		25		
<b>TOTALES</b>		<b>60</b>		<b>81</b>
				<b>100%</b>

2.- ¿Las prestaciones adicionales, cubren tus necesidades?				
SI		59		73%
NO		22		27%
SI LA RESPUESTA ES NO, PORQUÉ?				
NO LOS OCUPO		3		
NO CONOZCO TODOS		19		
<b>TOTALES</b>		<b>22</b>		<b>81</b>
				<b>100%</b>

3.- ¿Recibiste el curso de inducción de tu empresa?				
SI		74		91%
NO		7		9%
SI LA RESPUESTA ES NO, PORQUE?				
NO LO RECUERDO		1		
NO LO TOMÉ		2		
FALTA DE TIEMPO		4		
<b>TOTALES</b>		<b>7</b>		<b>81</b>
				<b>100%</b>

4.- ¿Conoces los servicios que te ofrece tu empresa?				
SI		77		95%
NO		4		5%
SI LA RESPUESTA ES SI, CUALES?				
CAFETERÍA		58		
TRANSPORTE		19		
<b>TOTALES</b>		<b>77</b>		<b>81</b>
				<b>100%</b>

5.- ¿Qué tanto disfrutas la actividad que desempeñas?				
MUCHO		65		
POCO		9		
NADA		7		
<b>TOTALES</b>		<b>81</b>		<b>100%</b>



6.- ¿Tu empresa organiza eventos especiales para ustedes?				
SI		77		95%
NO		4		5%
SI LA RESPUESTA ES SI, CUÁLES?				
PARQUES RECREATIVOS		24		
TEATRO		6		
SIMPOSIUMS		2		
AÑO NUEVO		45		
<b>TOTALES</b>		<b>77</b>		<b>81 100%</b>

7.- ¿Tu empresa ofrece incentivos para ustedes?				
SI		76		94%
NO		5		6%
SI LA RESPUESTA ES SI, CUÁLES?				
RIFAS		12		
BONOS DE PRODUCTIVIDAD		47		
DESPENSAS		13		
CHAMARRAS		4		
<b>TOTALES</b>		<b>76</b>		<b>81 100%</b>

8.- ¿Cómo te enteras de la información "cursos, simposios, invitaciones, actividades, recreativas, etc. Que ofrece tu empresa?				
CARTELES		59		
INTRANET		14		
JEFE		5		
OTROS		3		
<b>TOTALES</b>		<b>81</b>		<b>100%</b>

9.- ¿Consideras que el medio por el cual recibes esta información es el más adecuado o efectivo?				
SI		30		37%
NO		51		63%
SI LA RESPUESTA ES NO, PORQUÉ?				
ME ENTERO DESPUÉS DE TIEMPO		20		
MI JEFE NO ME INFORMA		18		
CUANDO ME ENTERO YA ACABO LA PROMOCIÓN		13		
<b>TOTALES</b>		<b>51</b>		<b>81 100%</b>

10.- ¿Cómo te enteras de la información organizacional (movimientos de personal, altas, bajas, juntas, modificación de procesos, sistemas etc, que ofrece tu empresa?				
RADIO PASILLO	69			
JEFE	8			
OTROS	4			
<b>TOTALES</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>		

11.- ¿Consideras que el medio por el cual recibes esta información es el mas adecuado o efectivo?				
SI	76	94%		
NO	5	6%		
SI LA RESPUESTA ES NO, PORQUÉ?				
NO LLEGA A TIEMPO	2			
NO ES CLARA	1			
CONFUNDE	2			
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>		<b>81</b>	<b>100%</b>

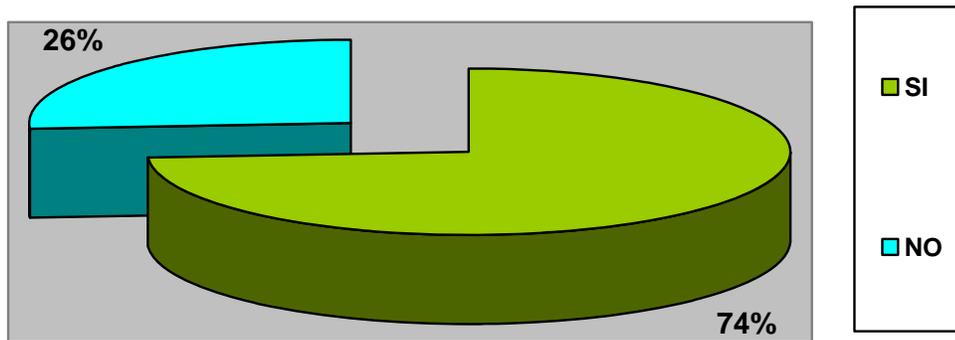
12.- ¿Consideras correcta y completa toda la información tanto organizacional como recreativa que te proporciona tu empresa?				
SI	6	7%		
NO	75	93%		
SI LA RESPUESTA ES NO, PORQUÉ?				
DEBERÍA SER MÁS FORMAL	36			
DEBERÍA ANUNCIARSE BIEN	39			
<b>TOTALES</b>	<b>75</b>		<b>81</b>	<b>100%</b>

13.- ¿Cómo evaluarías a tu empresa en una escala de:				
EXCELENTE	10			
MUY BUENA	47			
BUENA	20			
REGULAR	4			
MALA	-			
MUY MALA	-			
PÉSIMA	-			
<b>TOTALES</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>		

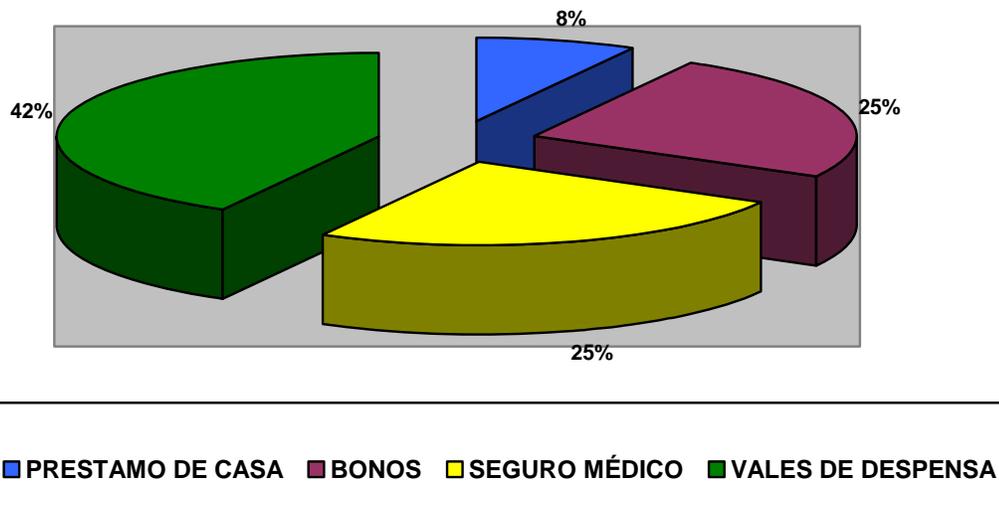
14.- ¿Consideras un futuro dentro de tu empresa?				
SI	74			
NO	7			
<b>TOTALES</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>		

## 2.13 GRÁFICAS

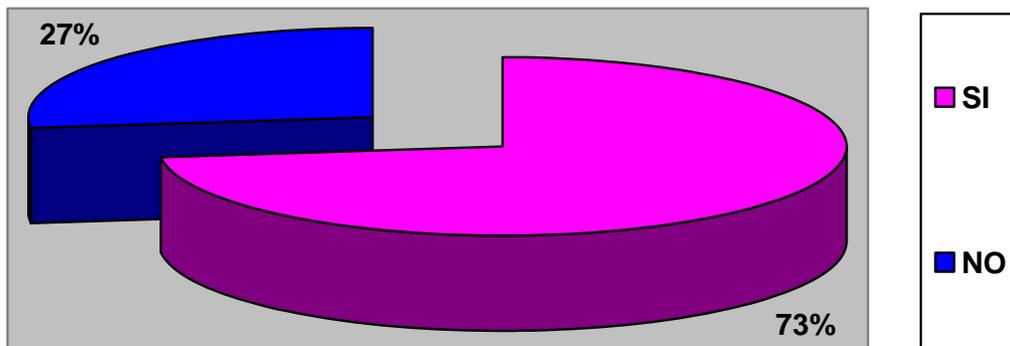
1. ¿Conoces todas las prestaciones adicionales que te brinda tu empresa?



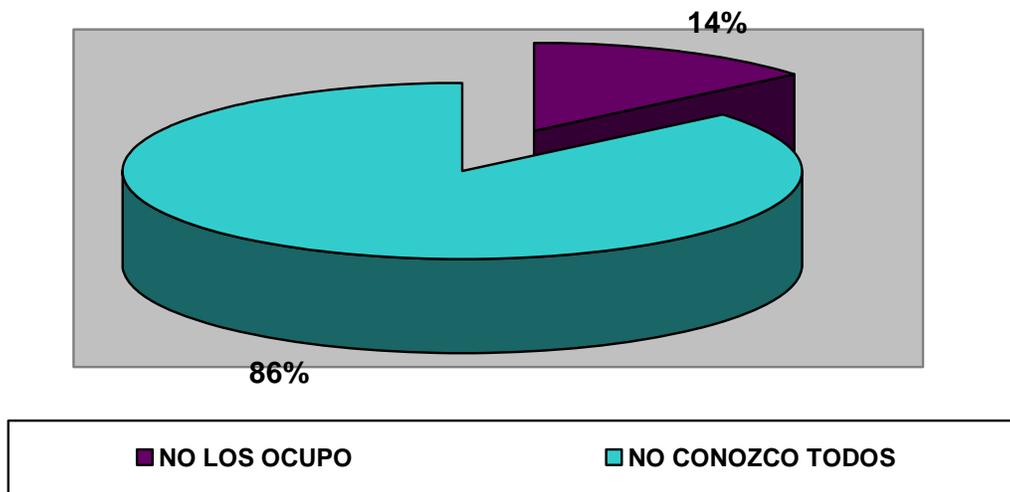
Cuáles:



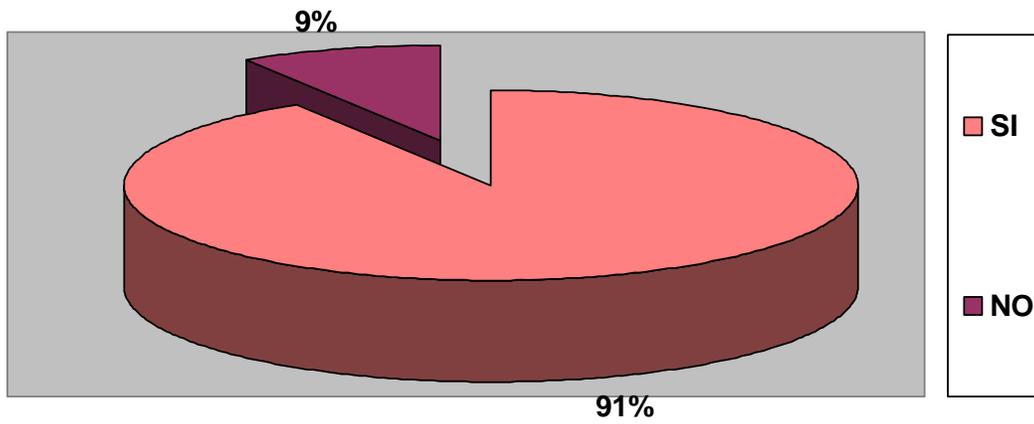
2. ¿Las prestaciones adicionales cubren tus necesidades?



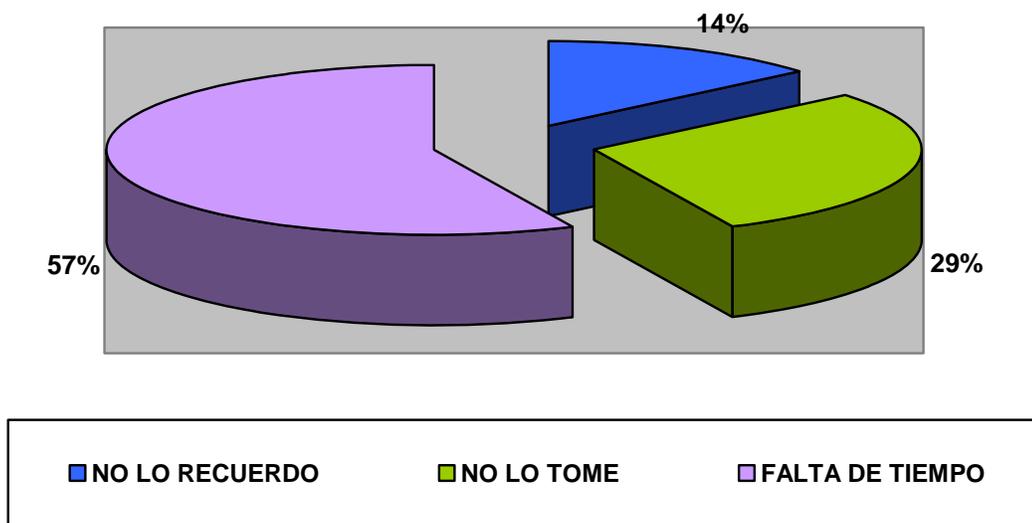
Porqué:



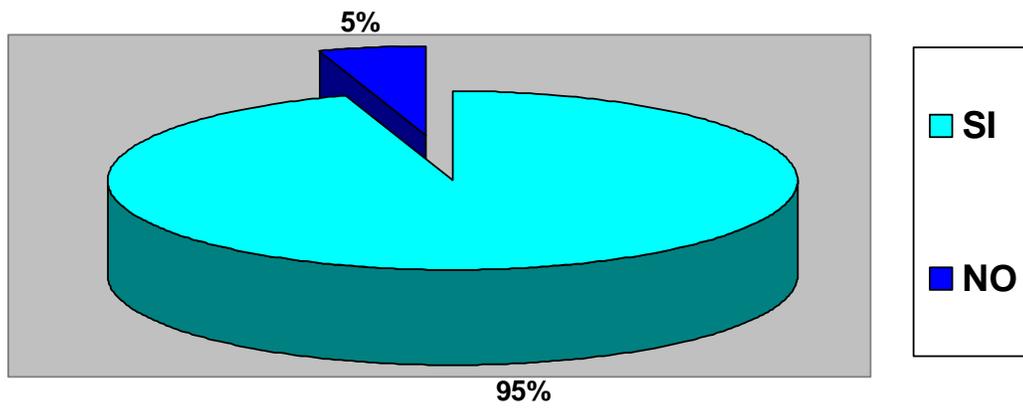
2. ¿Recibiste el curso de inducción de tu empresa?



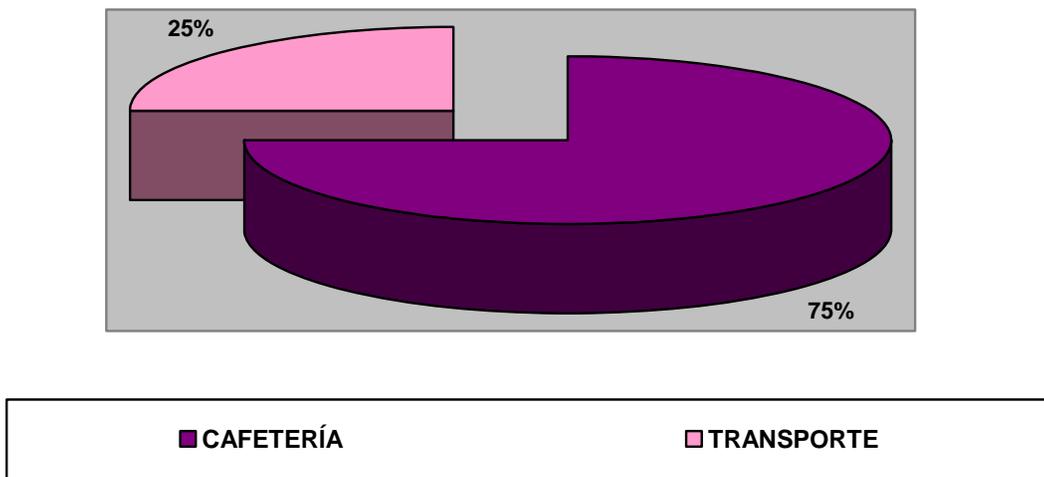
Porqué:



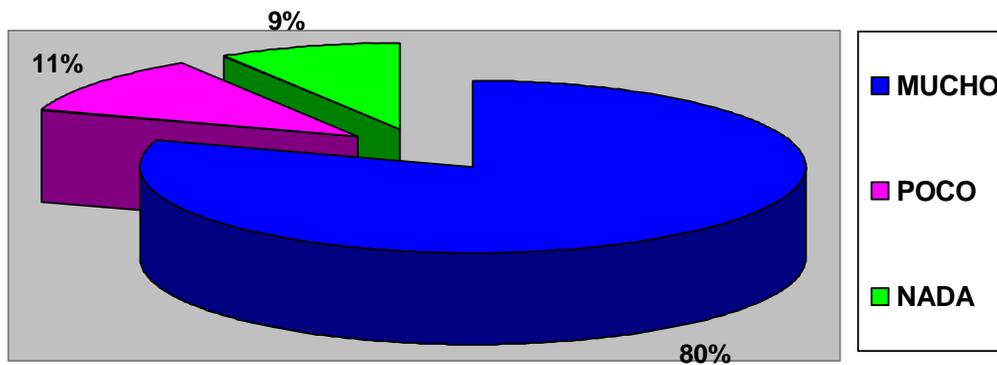
3. ¿Conoces los servicios que te ofrece tu empresa?



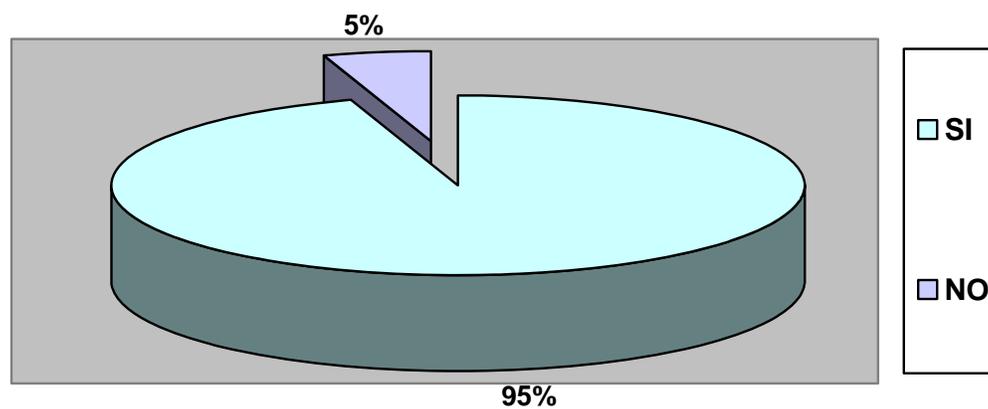
Cuáles:



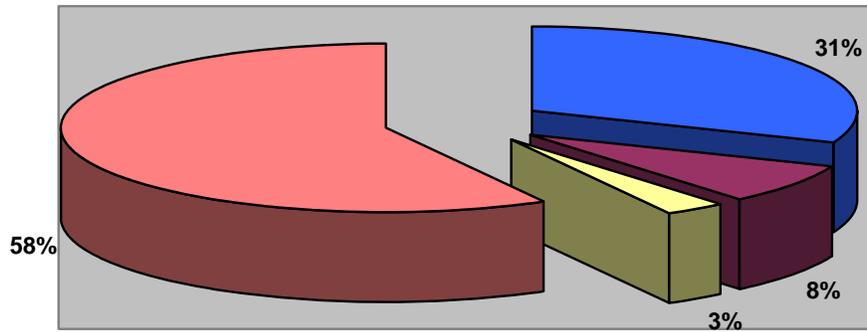
4. ¿Qué tanto disfrutas la actividad que desempeñas?



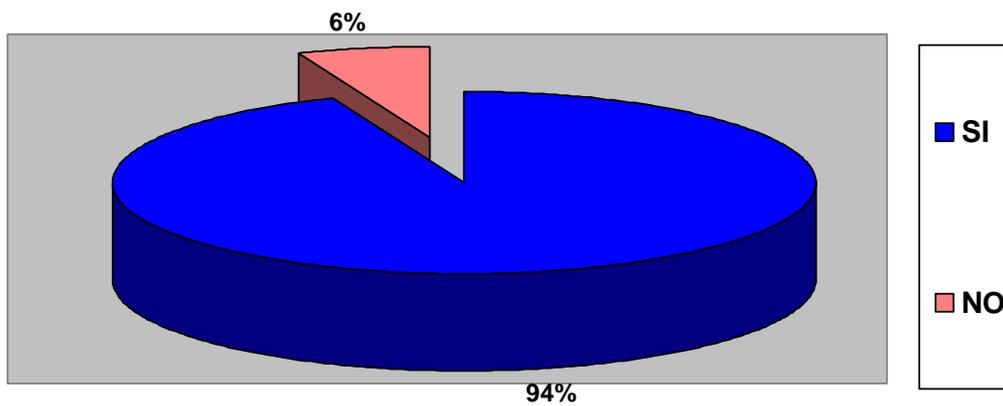
5. ¿Tu empresa organiza eventos especiales para ustedes?



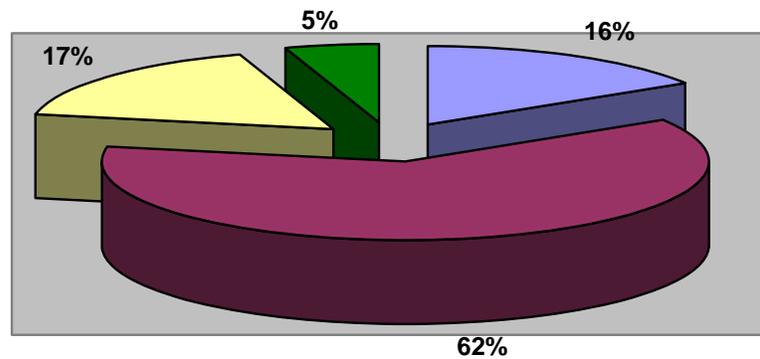
Cuáles:



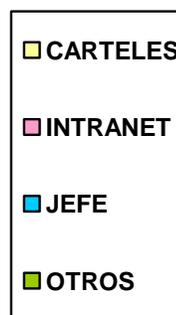
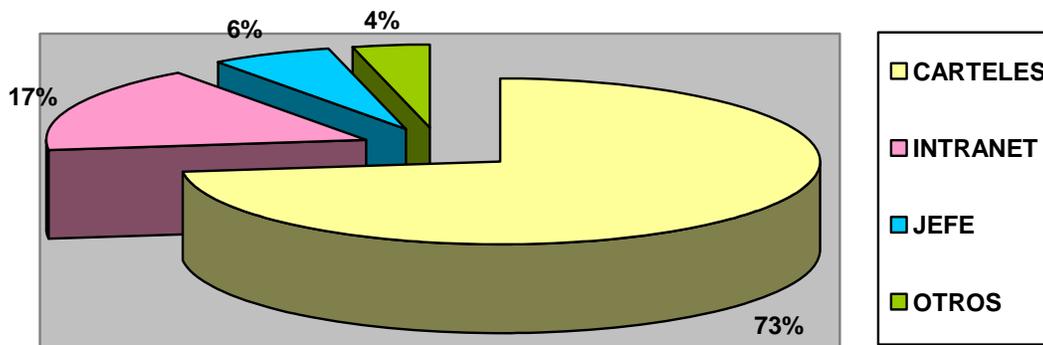
6. ¿Tu empresa ofrece incentivos para ustedes?



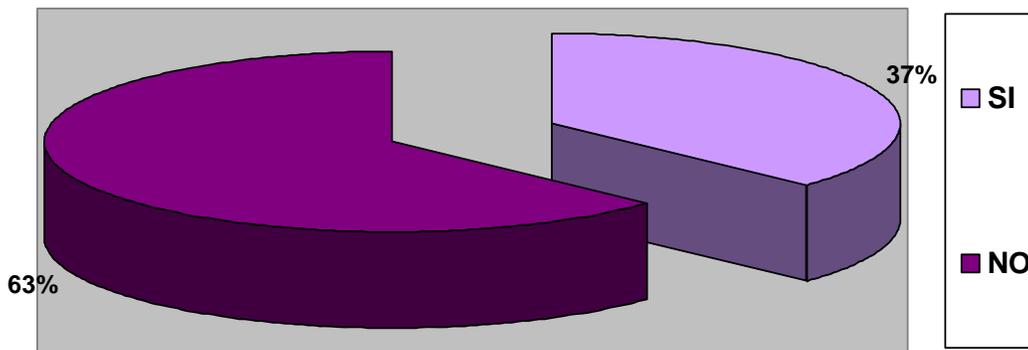
Cuáles:



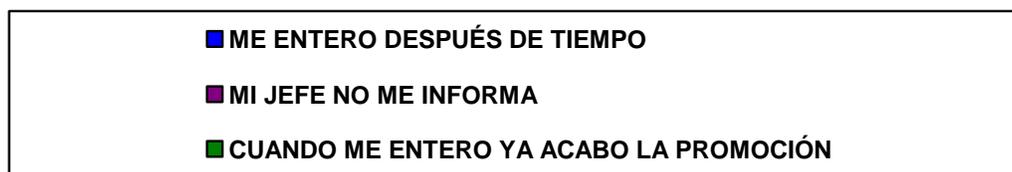
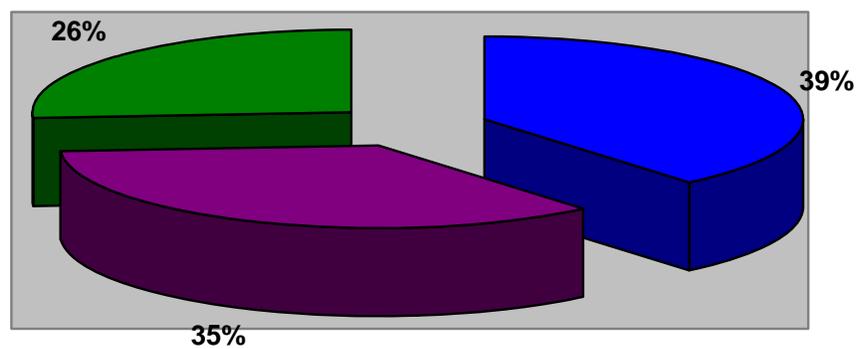
7. ¿Cómo te enteras de la información “cursos, simposios, invitaciones, actividades recreativas, etc.” que ofrece tu empresa?



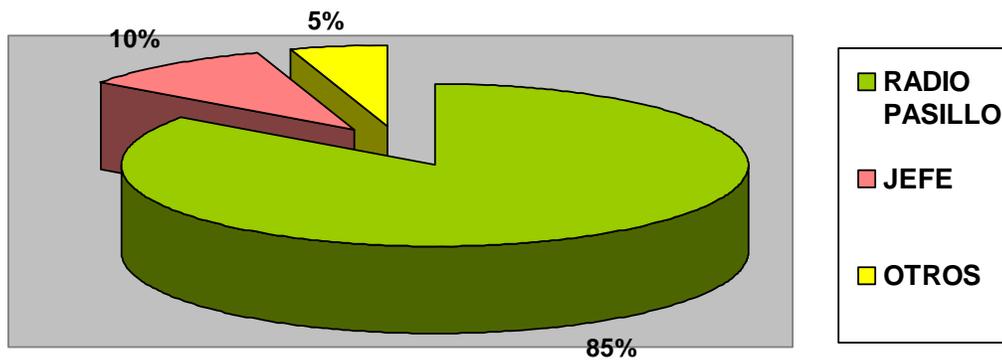
9.- ¿Consideras que el medio por el cual recibes esta información es el más adecuado o efectivo?



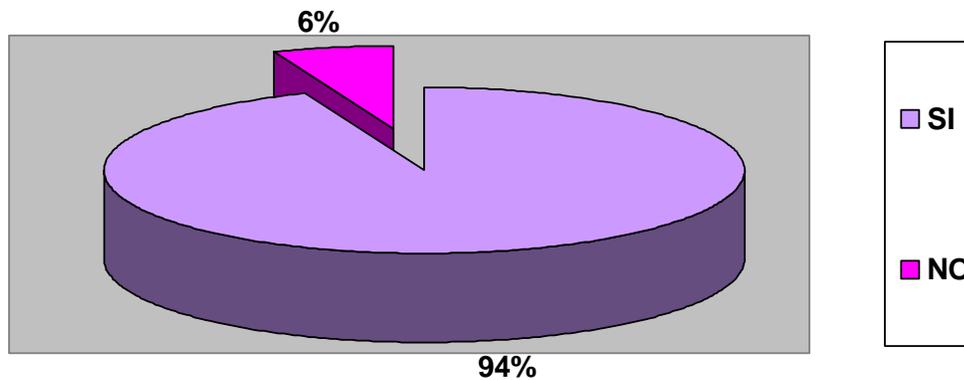
Porqué:



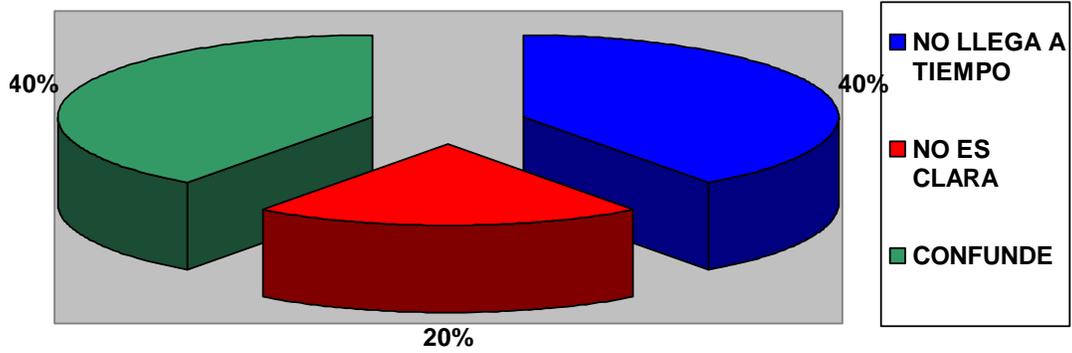
10.- ¿Cómo te enteras de la información organizacional (movimientos de personal, altas, bajas, juntas, modificación de procesos, sistemas etc.” que ofrece tu empresa?



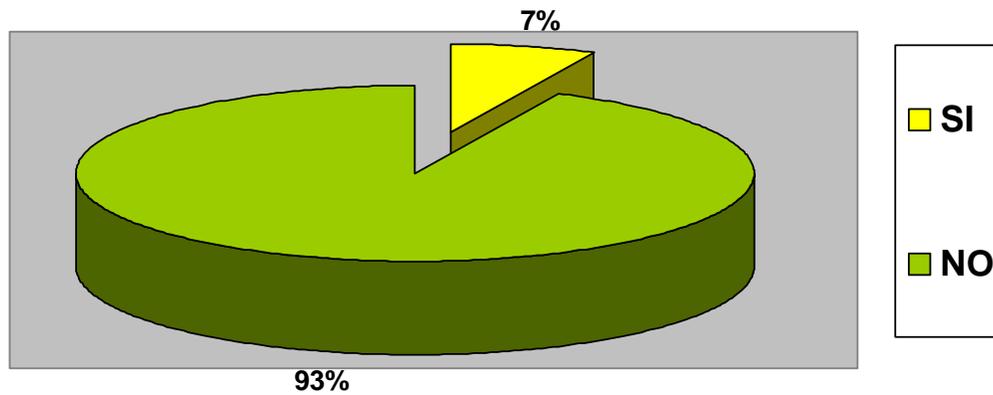
11.- ¿Consideras que el medio por el cual recibes esta información es el mas adecuado o efectivo?



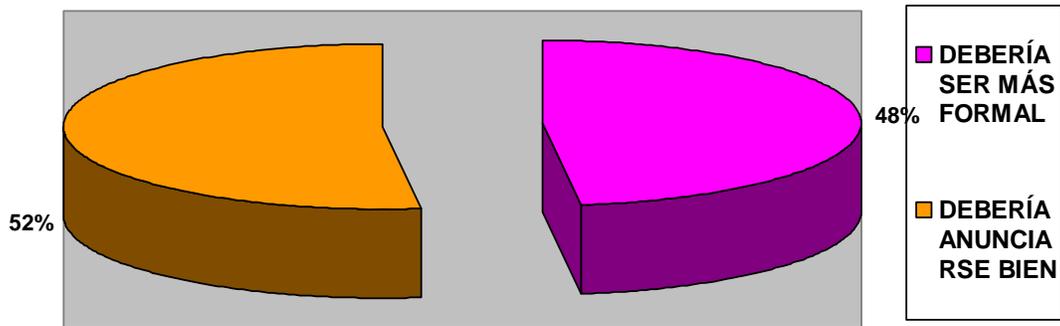
Porqué:



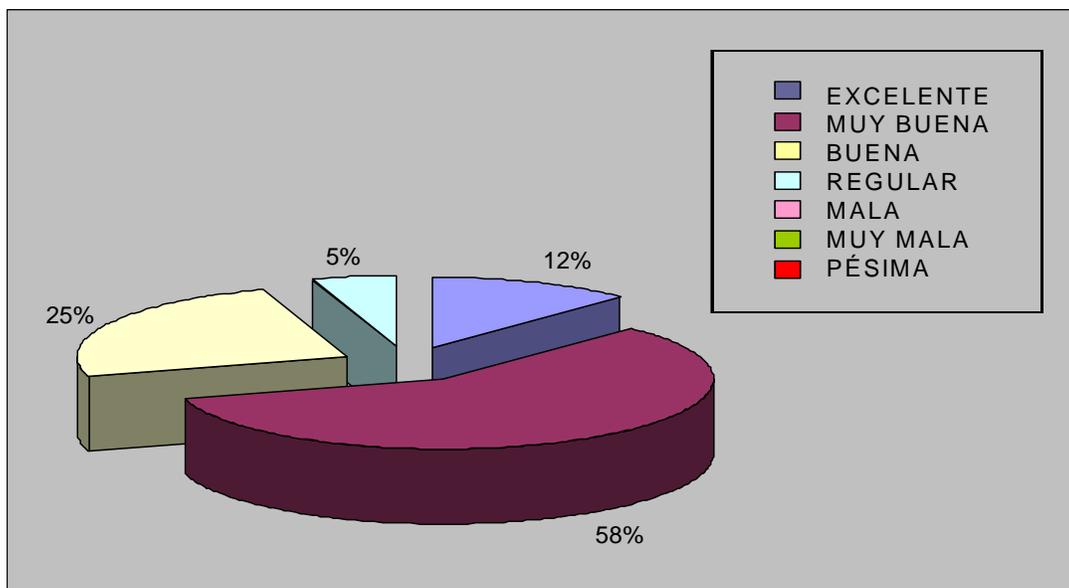
12.- ¿Consideras correcta y completa toda la información tanto organizacional como recreativa que te proporciona tu empresa?



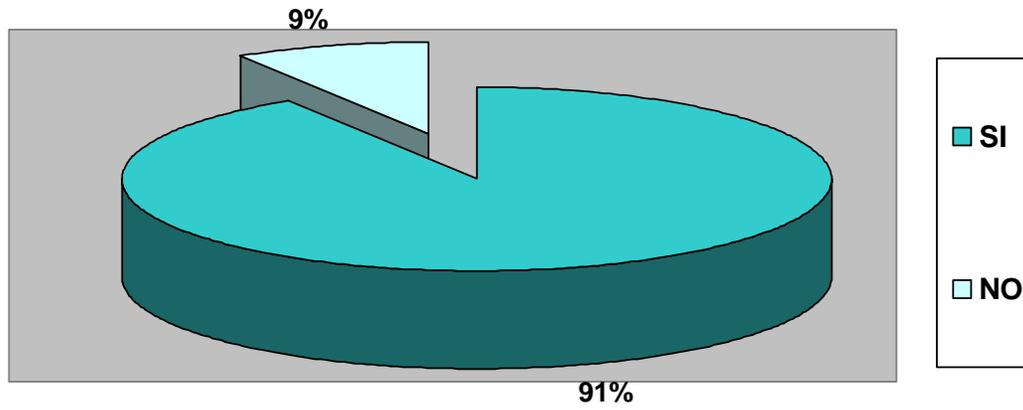
Porqué:



13.- ¿Cómo evaluarías a tu empresa en una escala de:



14.- ¿Consideras un futuro dentro de tu empresa?





## 2.14 ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

Las encuestas revelan que el personal de Grupo FH se siente identificado con la misma, respecto al trabajo, al futuro que ve en ella, a la estabilidad económica de la empresa y por consiguiente la estabilidad que tienen cada empleado; al paquete de prestaciones que ofrece Grupo FH a sus empleados (prestaciones de ley y prestaciones adicionales), la forma de trabajar y el ambiente propio de trabajo en la empresa lo consideran (los empleados) agradable.

Los empleados de esta empresa (Grupo FH) son comprometidos con las labores y/o actividades que tienen asignadas con las zonas de trabajo, las formas de trabajo y en general con el cuidado (protección civil) que la empresa tiene implementado.

Las oportunidades de desarrollo y crecimiento laboral son adecuadas y justas, enfatizan los empleados.

Los beneficios (parques recreativos, parques acuáticos, centros recreativos, conciertos y descuentos varios) que ofrece Grupo FH es una prestación extra que periódicamente reciben los empleados.

Los empleados manifiestan que el “Bono Mensual” es un beneficio preponderante que estimula la labor que realizan en Grupo FH.

Por otro lado, manifiestan un desacuerdo generalizado respecto a la información (en cuanto a forma y contenido) que reciben de todos los beneficios que Grupo FH les brinda como parte de un paquete de prestaciones adicional a las prestaciones que se ofrecen por ley.

El desacuerdo generalizado por parte de los empleados consiste en no conocer algunas de las múltiples prestaciones adicionales que ofrece Grupo FH. Algunos de los empleados encuestados menciona que después de algún tiempo se percata que existen prestaciones que pueden ser utilizados por ellos (el empleado y su familia) y que la forma de enterarse de esas prestaciones fue por conversaciones con empleados de mayor antigüedad, es decir, la inducción no fue completa en este rubro y ya siendo empleados de planta no encontraron esta información publicada o no fueron informados.

Un desacuerdo más de los empleados es el que se refiere a los cursos, simposiums, seminarios, etc. que Grupo FH ofrece de manera gratuita o con descuentos para sus empleados que tienen valor curricular y que muchos de ellos sirven como incentivo para obtener un nuevo puesto en la empresa, ya que en este caso (mencionan los empleados) muchas veces se enteran de dicha información pero lamentablemente con poco tiempo a sus inicio o cuando esta en curso y/o finalizado.



Algunos jefes inmediatos no difunden la información que reciben de la alta gerencia por falta de tiempo y medios; este es el argumento de los jefes inmediatos hacia sus empleados, sin embargo los empleados argumentan que esto es solamente falta de interés por parte de sus jefes.

En el estudio realizado los empleados manifestaron que otra de sus inconformidades es sobre la falta de información que existe respecto a los cambios de departamento de personal, nuevos ingresos, rotación de personal, renuncias o bajas de personal, nuevos nombramientos, entre otros.

En resumen los empleados encuestados de Grupo FH son comprometidos con su empresa, consideran muchas ventajas de laborar en ella, están satisfechos con la actividad que realizan, sin embargo consideran que por no estar bien informados o informados a tiempo no pueden hacer uso de todos los beneficios y/o prestaciones que su empresa les ofrece.

## **2.15 REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación realizada a Grupo FH nos muestra de inicio una inconformidad por parte de los empleados y debido solo a la carencia de información de todos los beneficios, concursos, cursos, rotación de personal, instalaciones e infraestructura de la empresa, el alcance y proyección de la empresa, etc.

Grupo FH se muestra como una empresa estable, con solvencia y liquidez, debido a ello ofrece a sus empleados estabilidad laboral y económica, sin embargo hoy por hoy sus empleados se percatan que los múltiples beneficios que ofrece su empresa (Grupo FH) no son utilizados de manera completa por ellos; esto último ocurre porque no son informados o no saben como utilizar dichos beneficios.

De acuerdo a lo anterior se determina que existe una anomalía dentro de la empresa que consiste en la falta de información y comunicación al personal de la empresa, esto en el rubro de beneficios (prestaciones adicionales a la ley, cursos, simposiums, etc.) e información administrativa (rotación de personal, altas y bajas de personal, nombramientos, etc.).

Se considera necesario resarcir dicha anomalía para disipar la inconformidad de los empleados hacia la empresa para lograr una satisfacción completa y que se consideren identificados plenamente con la empresa.



## **Capítulo III PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS**

### **3.1 OBJETIVO**

Mejorar el alcance de la comunicación interna con los empleados.

### **3.2 PÚBLICO OBJETIVO**

El presente Plan De Relaciones Publicas, tiene como público objetivo al personal administrativo y operativo de Grupo FH.

### **3.3 ESTRATEGIAS**

1. Corrección del entorno social de los empleados dentro del Grupo FH por medio de las actividades deportivas, culturales y sociales.
2. Mejoramiento de la comunicación interna de Grupo FH por medio de los impresos.
3. Lograr la motivación personal de los empleados de Grupo FH por medio de las tácticas de estimulación personal.

### **3.4 TACTICAS**

#### **3.4.1 REDISEÑO DEL CURSO DE INDUCCIÓN**

Con el rediseño del curso de inducción se pretende mejorar las relaciones entre los colaboradores de la empresa, para que se sientan a gusto desde su ingreso y así manifiesten la confianza de dirigirse a sus compañeros para cualquier asunto ya sea laboral, personal o social.

Así mismo; generar tanto en el nuevo empleado como en los compañeros de trabajo una actitud participativa y de seguridad para motivarlos en su desarrollo personal.

El proceso del curso de inducción es el siguiente:



- La Gerencia del Departamento de Recursos Humanos se encargara de notificar al Gerente del Departamento correspondiente (ventas, distribución, almacenaje, sistemas, compras, importación - exportación, y calidad) sobre el ingreso del nuevo empleado y a su vez informara sobre los pormenores de la contratación, esto se realizara de manera personal o telefónica, para mejorar la comunicación y el trato. Finalmente el gerente notificara al jefe inmediato correspondiente.
- Una vez que el jefe inmediato reciba la información sobre el nuevo empleado le informara sobre sus actividades y lo invitara cordialmente a dar un recorrido por todos los departamentos de la empresa presentándolo con sus compañeros
- Posteriormente el jefe inmediato se encargara de enviar un correo electrónico a todos los empleados de la empresa donde les informara sobre los datos del nuevo empleado para contactarlo, como son: nombre completo, dirección electrónica, extensión telefónica, departamento y cargo.
- Una vez que el empleado obtiene su contrato indefinido de trabajo, se llevara a cabo un evento de integración, es decir; se realizara un desayuno en el comedor de la empresa con los compañeros del departamento involucrado, para que se conozcan y compartan experiencias laborales o personales, y a su vez hagan sentir al nuevo empleado en un ambiente agradable pero sobre todo que se sienta identificado.

### 3.4.2 PERIODICO MURAL

Actualmente existe un periódico mural en Grupo FH, su ubicación es correcta, ya que todo el personal lo puede observar, sin embargo este periódico lo contrala el departamento de recursos humanos y lamentablemente no se actualiza la información del mismo (periódico mural).

Tomando en cuenta que el periódico mural ya existe, sus medidas son adecuadas (3X2 m.) y está bien ubicado, la propuesta es hacer partícipes a los empleados en la realización de este periódico mural, la vigencia de la información será de 30 días, es decir cada mes se renovara la información considerando el siguiente calendario:

Mes	Depto.
Enero	Recursos Humanos
Febrero	Distribución



Marzo	Ventas
Abril	Importación y Exportación
Mayo	Almacenaje
Junio	Sistemas
Julio	Compras Diversas
Agosto	Calidad
Septiembre	Mantenimiento
Octubre	Recursos Humanos
Noviembre	Almacenaje
Diciembre	Dirección General

El contenido del periódico mural será el siguiente:

- Sección social
- Novedades
- Laboral
- Triunfos
- Lobby
- Felicitación “onomásticos”
- Avisos de ocasión

Los gerentes de departamento convocaran a su personal para generar ideas y elaboración del periódico



### 3.4.3 FOLLETO EN FORMA DE “TRIPTICO”

Para informar sobre lo cursos, simposios y seminarios se utilizara como medio el “tríptico”.

El tríptico se emitirá por cada evento a realizar, tomando en cuenta que se distribuirá en zona de casilleros, cafetería, reloj chocador, de 15 a 20 días antes de iniciarse dicho evento, el tríptico se realizara de la siguiente manera:

- El formato del tríptico comenzará con el nombre del curso o simposio así como el lugar y horarios del mismo.
- Dentro del tríptico contendrá el objetivo y la información más sobresaliente del curso o simposio, también se describirá de manera completa y correcta a quien o quienes dirigen el curso, simposio o seminario, el costo, fecha de inscripción, valor curricular, el patrocinador y manera en que se desarrollara el mismo.
- El tríptico se elaborara siguiendo las reglas generales para la elaboración de trípticos respetando las medidas (21.59 x 27.94 cm.).
- El tiraje de trípticos será de número de empleados de la empresa, es decir 800 trípticos.

**Ver Anexo 1**

### 3.4.4 INCENTIVOS EN FORMA DE “REGALOS”

En la actualidad se proporciona a los empleados de distribución un premio de productividad que se otorga en función al rendimiento de la unidad, esto en relación al kilometraje recorrido contra el consumo de gasolina.

<i>Tipo de camioneta:</i>	<i>Rendimiento esperado:</i>
- Currier (entrega local)	8km/lt.
- Van (entrega local)	5.5km/lt.
- Foráneo (entrega fuera de Área metropolitana)	11km/lt.

Dicho premio es mensual y consiste en regalos para el empleado que lo amerita, los regalos pueden ser: relojes, perfumes, pases para el cine, pases para parques recreativos, etc.

Se implementara un regalo para el resto de los empleados que consistirá en:

*Administrativos*



- Para ameritar el premio se requiere que el empleado cumpla satisfactoriamente sus actividades asignadas, estas actividades las asignara el jefe inmediato de cada departamento administrativo y calificará dicha actividad, al final del mes el jefe inmediato reportara que empleados alcanzan su derecho al premio por desempeño.
- El premio al desempeño consistirá en regalos para el empleado que lo amerite, estos regalos pueden ser: relojes, despensas, chamarras, pases para lugares de recreación, plumas, mascadas, corbatas y diferentes souvenirs según corresponda.

#### *Operativos*

El personal operativo recibirá el premio para el desempeño dependiendo de las actividades que realiza y el departamento en el cuál labora, por ejemplo:

- El personal de distribución tiene como principal rubro evaluativo al premio al desempeño la optimización de combustible por kilometro recorrido y de acuerdo a ello su jefe inmediato asignara el bono a cada empleado.
- Para el caso del personal de almacén se evaluará la eficiencia en el inventario de almacén y la optimización de sus recursos.
- El personal del área de sistemas será evaluado de acuerdo al correcto mantenimiento y soporte técnico del equipo de cómputo de la empresa así como el control de riesgos de redes.

Los empleados cuentan con 200 puntos otorgados al inicio de mes, cuando el empleado incurre en alguna falta le serán restados de acuerdo a la siguiente tabla:

Incidencia	Puntos Restados
Retardos	10
Faltas	25
Uniforme incompleto	30
Incumplimiento de actividades	45
Bajo desempeño	38
Productividad no alcanzada	26



### **3.4.5 CARTAS PERSONALES**

Se realizarán cartas de felicitación cuando los empleados contraigan nupcias, existan nuevos nombramientos, felicitación por onomástico y por la llegada de un nuevo miembro a la familia del empleado.

- Las cartas de felicitación se enviarán impresas al jefe de departamento donde labore el empleado para que su jefe inmediato haga entrega personal de esta a este.
- Las cartas de felicitación estarán impresas en papel tipo reciclado y estarán protegidas por un sobre de color blanco que contendrá los datos del empleado a quien se dirige la misiva.
- La carta de felicitación estará firmada de manera autógrafa por el director de la empresa.

#### ***Ver Anexo 2***

Se realizarán cartas personales para resaltar y engrandecer los logros de los empleados que hayan sobresalido en su labor durante 30 días. Los jefes de departamento evaluarán mediante reportes el desempeño de los empleados para saber quienes se harán acreedores a dicha carta.

- Estas serán enviadas a los jefes de departamento para que este las entregue personalmente a los empleados que lo ameriten.
- Las cartas serán impresas en papel tipo reciclado y contendrán el logotipo de la empresa respetando los colores institucionales, saludo, texto y firma autógrafa del director de la empresa.
- Las cartas estarán dentro de un sobre blanco rotulado con el nombre del empleado.

#### ***Ver Anexo 3***

Las cartas serán expedidas por la Dirección General.



### **3.4.6 BUZÓN DE SUGERENCIAS**

Actualmente la empresa Grupo FH no cuenta con un Buzón de Sugerencias y Comentarios, por lo tanto cuando los empleados desean externar un comentario o sugerencia no existe un medio que entere de estos a las autoridades pertinentes.

- Se instalara un Buzón en el área de casilleros a un lado del periódico mural para que sea fácil de localizar.
- El Buzón será de color azul e incluirá un block de hojas para que los empleados puedan hacer sus comentarios, además de incluir una pluma. Las hojas del Block tendrán impreso:
  - Nombre del reportante.
  - Departamento del reportante.
  - Fecha.
  - Comentario/Sugerencia.
- El Buzón se revisara semanalmente por el Departamento de Capacitación y Desarrollo de Recursos Humanos y se separaran los comentarios por departamento reportante, para posteriormente ser enviados al departamento correspondiente para su evaluación.
- Se realizará un reporte solo en casos especiales para dar a conocer la Información. Estos resultados se publicarán en el espacio “Laboral” dentro del periódico mural.

**Ver Anexo 4**

### **3.4.7 INTRANET**

Actualmente la empresa cuenta con el sistema de Intranet para la comunicación interna de sus empleados pero no tiene una gran difusión puesto que solo muy pocos empleados lo utilizan (generalmente el nivel gerencial).

El servicio de Intranet será utilizado solo para el personal administrativo; se les asignara una cuenta de correo electrónico de la Intranet y se difundirá el uso de la misma para manejar información importante y de último momento en la realización de su trabajo y/o información de interés laboral.

La difusión del uso del Intranet para el personal administrativo se realizará como aviso en el reloj checador y en los reportes del día.



- Durante 90 días permanecerán los avisos dirigidos al personal administrativo recordándoles que el uso de la Intranet es obligatorio.
- El jefe inmediato entregará la cuenta de correo electrónico de Intranet a cada empleado a su cargo.
- Se sugerirá al Departamento de Recursos Humanos que realice una campaña de capacitación y optimización del uso de la Intranet de la empresa al personal administrativo.

El Departamento de Sistemas será el encargado de organizar, administrar y reparar la Intranet.

### **3.4.8 BOLETÍN INFORMATIVO**

Implementar un boletín informativo para comunicar la información relevante que ocurre, su periodicidad será bimestral. El Departamento que se encargara de realizar el Boletín será el Departamento de Recursos Humanos a través de la Lic. Bibiana L. Herrera Jefe del Departamento quien se encargara de recabar la información.

Se realizara de la siguiente manera: el boletín informativo llevará el nombre de “TU ESPACIO FH” el cual contendrá en cada publicación la información recabada de toda la empresa, este boletín será impreso en papel couche blanco a 4 tintas aproximadamente de 10 a 12 hojas (de 20 a 24 páginas) con una medida de 14 por 21.5 cm. La portada de este boletín contendrá el nombre del boletín año, número y fecha así como resaltar alguno de sus contenidos a grosso modo, la contraportada contendrá las memorias del director, el sumario y el directorio del personal encargado de su publicación, el contenido del boletín se dividirá en las siguientes 11 secciones:

**Anécdota:** En este espacio se compartirá una semblanza de las experiencias vividas por los empleados en general de FH, y se elegirá al personal al azar.

**Entérate:** En esta sección se informara a todo el personal de las prestaciones adicionales y de Ley a las cuales tienen derecho todos los empleados

**Actividades Grupo FH:** Esta sección esta destinada para informar a los empleados de altas, bajas y/o movimientos de puestos del personal en Grupo FH; así como recordar algunas de las reglas y derechos importantes de los empleados



**Reconocimiento a Brigadas:** Dentro de Grupo FH se convocara a todo el personal para formar parte de las brigadas de salud y protección civil. Esta sección reconocerá la loable labor que realizan dichas brigadas.

**Tú Espacio:** Aquí el personal de Grupo FH planteará nuevas propuestas para el mejor manejo de información general de la empresa.

**Vive Bien y Sano:** Es una sección que informará a los empleados sobre la correcta y sana alimentación así como Tips de Salud.

**Tips para el mejoramiento en la Higiene y Seguridad Industrial en el área de Trabajo:** Esta sección mencionará y recordará al personal sobre las medidas de Protección Civil y Adiestramiento Industrial.

**Gente Grupo FH:** Esta sección esta destinada para empleados de mayor antigüedad que comparten sus experiencias y vivencias dentro de Grupo FH.

**Onomásticos:** Sección destinada a congratular al personal de Grupo FH.

**Felicitaciones Especiales:** Esta destinado para el personal que contrajo Nupcias, para felicitar al personal con nuevo nombramiento, felicitar la llegada de un nuevo miembro a la familia.

**Para celebrar:** Esta sección se enfoca a dar un reconocimiento al personal con mayor antigüedad por su gran labor y desempeño.

**Ver Anexo 5**

### **3.4.9 EVENTOS**

Se realizará un torneo de futbol rápido (varonil) el día 1 de Octubre de 2008 para todos los empleados de Grupo FH; el personal formara sus equipos (máximo 7 personas por equipo y pueden ser de diferentes Departamentos) y los registraran en el Departamento de Capacitación y Desarrollo de la empresa (Departamento responsable).

Los partidos serán de 30 minutos y se irán descartando conforme vayan perdiendo.

Al equipo ganador se le otorgara un incentivo en forma de regalo como los que ya se han mencionado anteriormente.



## **CAPITULO IV                    CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS**

### **4.1    CONCLUSIONES**

Con el anterior Plan de Relaciones Publicas Internas se pretende mejorar la relación entre los empleados y cubrir las necesidades que en la actualidad no han sido satisfechas por parte de la empresa y con esto reforzar el sentido de pertenencia y la identificación del personal con Grupo FH.

El Plan de Relaciones Publicas para el Grupo FH se basa en tácticas que están dirigidas a las necesidades de pertenecer a algo, dignidad, mejoramiento del personal, poder creador, de estima y de autorrealización personal. Al cubrir estas necesidades se pretende que los empleados reaccionen a estos estímulos con un mejor desempeño de sus actividades y por lo tanto mejoren su productividad.

Finalmente cabe mencionar que los empleados del Grupo FH no son del todo indiferentes con sus compañeros ni con la empresa, es por esto que las tácticas mencionadas serán suficientes para lograr el objetivo.

### **4.2    SUGERENCIAS**

Se sugiere a grupo FH:

- Mostrar interés por los asuntos y problemas del personal.
- Empezar acciones inmediatas para la solución de los asuntos y problemas del personal.
- Establecer una comunicación recíproca, sincera y libre entre los empleados y de la empresa con los empleados.
- Realizar encuestas de las actitudes de los empleados con regularidad.

Aunque algunas de estas sugerencias se logran con el Plan de Relaciones Publicas Internas, se propone a Grupo FH mantener la comunicación con los empleados y monitorear los resultados con regularidad, para poder medir el alcance del Plan.



## BIBLIOGRAFÍA

- Hernández Sampieri, R. *Medios de comunicación en las organizaciones*. 1991.
- Fernández Collado. *La comunicación en las organizaciones*. México, Editorial Trillas. 1991.
- Frazier Moore H. y Canfield Bertrard R., *Relaciones públicas*, México, Editorial CECSA, 2002.
- Marston John E., *Relaciones públicas modernas*, México, Editorial Mc Graw Hil, 2004.
- Ríos Szalay Jorge, *Relaciones públicas*, México, Editorial Trillas, 2005.
- Simon Roaymond, *Relaciones públicas, teoría y práctica*, México, Editorial Limusa Willey, 2004.
- Wilcox D. L., *Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas*, Editorial Pearson, 2006.
- Mercado A., Salvador, *Relaciones Públicas Aplicadas*, Editorial Thomson, 2005.
- Nothstine, William L.; "Cómo Influir en los Demás - Estrategias exitosas para una comunicación persuasiva", Editorial Granica, México, México, 1992.

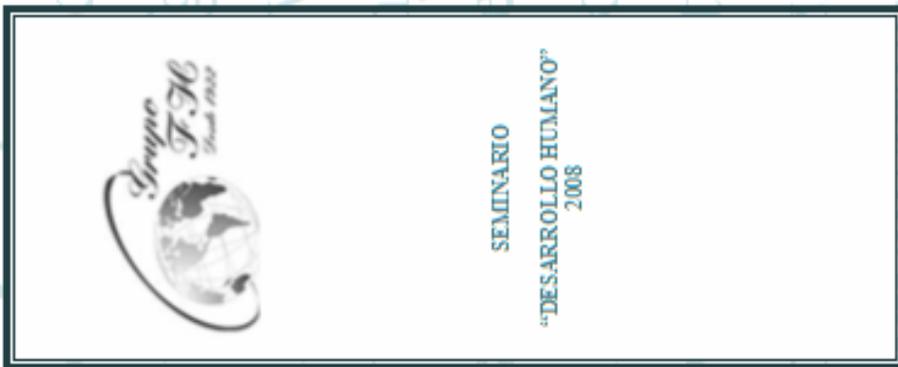
## ANEXOS

### ANEXO 1

FOLLETO EN FORMA DE TRIPTICO

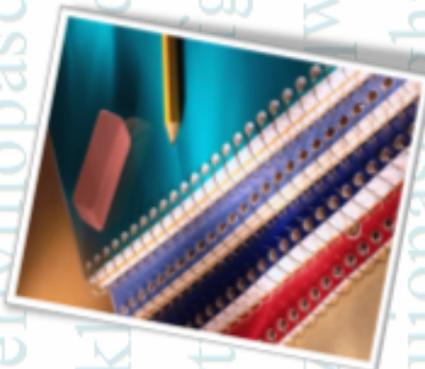
<p style="text-align: center;">Seminario de Desarrollo Humano</p> <p style="text-align: center;">Patrocinado por <b>CIE</b></p>	<p><b>Objetivo</b></p>	<p>EL Objetivo principal del Seminario de Desarrollo Humano</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr un crecimiento personal a partir de un mayor conocimiento de sí mismos, de sus recursos y sus potencialidades, así como la posibilidad de establecer relaciones más auténticas.</li> </ul>		<p>Dicho seminario tendrá valor <b>curricular</b></p>
---	------------------------	---	--	--	---

qwertyuiopasdfghjklzxcvbnmqwertyuiopasdf



Material:

- cuaderno profesional
- lápiz del 2
- bolígrafo



Duración: 48 hrs.

Inicio: Del 2 agosto al 18 de Octubre 2008

Día en que será impartido: Sabatino

Horario: De 08:00hrs a 12:00hrs.

Cuota única de recuperación: \$80.00

Fecha de inscripción: del 21 al 24 de Julio 2008

Exponente:

**Lic. Luis Fernando**  
**Rosas del Castillo**

zxcvbnmqwertyuiopasdfghjklzxc

uiopasdfghjklzxcvbnmqwertyuiop

cvbnmqwertyuiopasdfghjklzxcvbnmqwertyui



## ANEXO 2

CARTA PERSONAL DE FELICITACION POR NUPCIAS



Grupo FH Soles No.56  
Col. Peñón de los Baños Del. Venustiano Carranza  
15520 México, D.F.

25 DE JULIO DE 2008

**APOLINAR SÁNCHEZ ORTEGA  
PRESENTE**

ES UN PLACER FELICITARLO POR HABER CONTRAIDO NUPCIAS, Y DESEARLE LA MAYOR FELICIDAD A USTED Y A SU ESPOSA, QUE LA SALUD, LA PROSPERIDAD Y LA ESTABILIDAD FAMILIAR SIEMPRE PREBALEZCAN EN SU HOGAR .

SIN MAS POR EL MOMENTO, RECIBA UN GRAN SALUDO Y NUEVAMENTE FELICIDADES

ATENTAMENTE

\_\_\_\_\_  
LEONCIO FERNANDEZ HINOJOSA  
DIRECTOR GENERAL



## ANEXO 3

### CARTA PERSONAL DE FELICITACION POR BUEN DESEMPEÑO



Grupo FH Soles No.56  
Col. Peñón de los Baños Del. Venustiano Carranza  
15520 México, D.F.

**29 DE JULIO DE 2008**

**GABRIEL MORALES TELLEZ  
PRESENTE**

ES UN GRAN PLACER FELICITARLO POR SU EXCELENTE DESEMPEÑO LABORAL DURANTE EL PRESENTE MES E INVITARLO A CONTINUAR CON ESA ACTITUD POSITIVA Y EN UNA MEJORA CONTINUA

SIN MAS POR EL MOMENTO, RECIBA UN CORDIAL SALUDO Y LE REITERAMOS NUESTRA MAS AMPLIA FELICITACION

ATENTAMENTE

---

LEONCIO FERNANDEZ HINOJOSA  
DIRECTOR GENERAL

## ANEXO 4

### BUZON DE SUGERENCIAS





## ANEXO 5

BOLETÍN INFORMATIVO  
(Exterior)



[BOLETÍN-grupofh@hotmail.com](mailto:BOLETÍN-grupofh@hotmail.com)

*Grupo  
F.H.  
Desde 1922*  
**TU ESPACIO  
F.H.**

Año 0, Núm. 0, Enero 2009

Grupo FH  
Sóles No. 56  
Col. Peñón de los Baños Del Venustiano Carranza  
15520 México, D.F.  
Tel. 5080-5208  
[www.grupofh.com.mx](http://www.grupofh.com.mx)



(Interior)

BIENVENIDO A TU ESPACIO 

BIENVENIDO A TU ESPACIO



ANÉCDOTA



GENTE GRUPO FH



ENTÉRATE



TIPS PARA EL MEJORAMIENTO EN LA HIGIENE Y  
SEGURIDAD INDUSTRIAL EN EL ÁREA DE TRABAJO



ACTIVIDADES GRUPO FH



RECONOCIMIENTO A BRIGADAS



VIVE BIEN Y SANO



TU ESPACIO

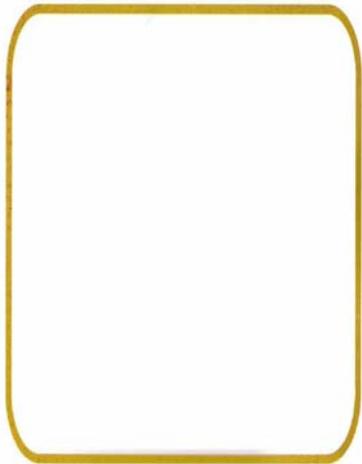


ONOMÁSTICOS  
PARA CELEBRAR  
FELICITACIONES ESPECIALES

DIRECTORIO

ANÉCDOTA

GENTE FH





Lávate las manos antes y después de ir al baño



ACTIVIDADES GRUPO FH

RECONOCIMIENTO A BRIGADAS





¿QUIERES QUE TUS FOTOS  
APAREZCAN EN LA PORTADA?

MÁNDANOSLA AL CORREO

[grupofh@hotmail.com](mailto:grupofh@hotmail.com)

