

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y SOCIALES (FCAS)**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
FLEXOPRINT S. DE R.L.**

**SUSTENTADO POR:
GABRIELA ESTHER UMAÑA MEDINA
22111282**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y
EMPRENDIMIENTO**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS C.A.

OCTUBRE, 2025

Índice

Dedicatoria.....	V
Agradecimientos.....	VI
Resumen Ejecutivo.....	VII
Introducción.....	IX
I. Contenido del Informe.....	1
1. Capítulo I.....	1
1.1. Objetivos de la Práctica Profesional.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. Datos de la Empresa.....	2
1.2.1. Reseña Histórica.....	2
1.2.2. Misión.....	2
1.2.3. Visión.....	2
1.2.4. Valores.....	3
1.2.5. Organigrama.....	3
1.2.6. Productos y Especialidades.....	3
1.3. Descriptor de Puesto.....	4
1.4. Descriptor de Área.....	5
1.5. PLAN DE TRABAJO PRÁCTICA PROFESIONAL.....	7
2. Capítulo II.....	10
2.1. Actividades Primarias.....	10
2.1.1. Actividad 1: Coordinación de pedidos y atención al cliente.....	10
2.1.2. Actividad 2: Elaboración de cotizaciones y órdenes de compra.....	12
2.1.3. Actividad 3: Coordinación entre departamentos.....	13

2.1.4.	Actividad 4: Apoyo en Facturación Directa	15
2.2.	Actividades Secundarias	16
2.2.1.	Asistencia a Expo Horeca 2025	16
2.2.2.	Asistencia en la generación de contenido para redes sociales	17
2.2.3.	Asistencia en Reclutamiento	18
3.	Capítulo III	19
3.1.	Análisis FODA	19
3.2.	Implementaciones	20
3.2.1.	Campaña de reactivación comercial para la máquina de impresión UV en Flexoprint	20
3.2.1.1.	Justificación	20
3.2.1.2.	Descripción	21
3.2.1.3.	Impacto	22
3.2.2.	Implementación del uso de Trello para el control y trazabilidad de pedidos en el área administrativa	24
3.2.2.1.	Justificación	24
3.2.2.2.	Descripción	24
3.2.2.3.	Impacto	25
3.3.	Propuestas	26
3.3.1.	Incorporación de materiales especiales para impresión UV y HP Índigo 26	
3.3.1.1.	Justificación	26
3.3.1.2.	Sustento Teórico	26
3.3.1.3.	Descripción	27
3.3.1.4.	Impacto de la propuesta (cuantitativo)	28
3.3.1.5.	Costos	28

4. Capítulo IV	31
4.1. Conclusiones.....	31
4.2. Recomendaciones	32
4.2.1. Recomendaciones para la empresa	32
4.2.2. Recomendaciones para UNITEC.....	32
4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes.....	32
4.3. Bibliografía.....	33
4.4. Glosario de Términos	36
4.5. Anexos	38

Índice de Figuras

Ilustración 1: Fuente Propia.....	3
Ilustración 2: Plano Mecánico	11
Ilustración 3: Cotización.....	13
Ilustración 4: Trello de Trabajo	14
Ilustración 5: Expo Horeca 2025	16
Ilustración 6: Fotografía Enviada a MKT.....	17
Ilustración 7: Reclutamiento en CompuTrabajo.....	18
Ilustración 8: Bobina Flexografía	38
Ilustración 9: Mimaki Maquina UV	38
Ilustración 10: Bocetos para Facturación	39
Ilustración 11: Inventariado de Etiquetas	39
Ilustración 12: Logo Flexoprint.....	40

Índice de Tablas

Tabla 1: Plan de Trabajo (Elaboración Propia)	9
Tabla 2: FODA Elaboración Propia	19
Tabla 3: Ficha Técnica – Mimaki UJV100-160Plus (Elaboración Propia).....	21
Tabla 4: Tabla Comparativa (Elaboración Propia).....	21
Tabla 5: Impacto Campaña Reactivación (Elaboración Propia)	22
Tabla 6: Impacto de Trello (Elaboración Propia).....	25
Tabla 7: Costo Contenedor Total (Elaboración Propia).....	29
Tabla 8: Valores (Elaboración propia)	29

Dedicatoria

A mis padres y hermanos, por ser mi fuerza constante, por sus sacrificios silenciosos y por acompañarme en cada paso de este camino con amor incondicional.

A toda mi familia y a mis amigos, por su apoyo, su fe en mí y por recordarme siempre que los sueños sí se cumplen con esfuerzo y corazón.

A mis jefes en Flexoprint, por su guía, confianza y enseñanzas. Cada palabra, reto y oportunidad compartida durante esta etapa marcó profundamente mi crecimiento profesional.

A mis licenciados y docentes, quienes durante estos cuatro años de carrera sembraron en mí no solo conocimiento, sino también pasión, disciplina y visión. Gracias por formar parte esencial de quien soy hoy.

Y a mi emprendimiento, Walsis, que me demostró que soy capaz, que el conocimiento aplicado transforma realidades y que los sueños que se trabajan con determinación y fe pueden hacerse empresa, marca y propósito de vida.

Agradecimientos

Agradezco profundamente a Dios, por ser mi guía, mi paz y mi motor en cada etapa de este proceso. Sin su presencia, nada de esto hubiese sido posible.

A la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por brindarme una formación integral y retadora, y por ser un espacio que me permitió crecer no solo como profesional, sino también como ser humano.

Al personal administrativo y docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, por su acompañamiento durante toda la carrera y por estructurar un plan académico que verdaderamente responde a las necesidades del entorno profesional.

A mis compañeros de clase, por los aprendizajes compartidos, el apoyo mutuo y por haber sido parte esencial de esta etapa tan significativa.

A todo el equipo humano de Flexoprint HN, por su apertura, colaboración y disposición para compartir su experiencia durante mi práctica profesional. Cada interacción fue una oportunidad de aprendizaje real.

A quienes, desde el silencio, la distancia o los pequeños gestos, formaron parte de este camino. Gracias por sumar.

Resumen Ejecutivo

Durante el período de práctica profesional comprendido entre mayo y octubre del año 2025, se llevaron a cabo actividades en el área administrativa, comercial y de apoyo operativo de la empresa Flexoprint HN, ubicada en San Pedro Sula. Esta práctica tuvo como finalidad aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración Industrial y Emprendimiento de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), integrando la teoría con la realidad empresarial del sector gráfico.

Flexoprint HN se destaca por ofrecer soluciones de impresión flexográfica, impresión digital HP Indigo e impresión UV, atendiendo principalmente a clientes del rubro alimenticio, cosmético, agrícola y de empaque personalizado. La práctica permitió participar activamente en los procesos internos de la empresa, particularmente en la atención a clientes nuevos, seguimiento de órdenes de producción, revisión y elaboración de cotizaciones, verificación de precios, y coordinación entre los departamentos de ventas, diseño y producción.

Además de las funciones administrativas, se colaboró en eventos externos como Expo Horeca 2025, brindando apoyo como representante de la empresa en el stand corporativo. En esta actividad, se atendió a visitantes interesados en los servicios gráficos de Flexoprint, se compartió información clave sobre capacidades de producción, y se generaron conexiones estratégicas con potenciales clientes y proveedores del sector.

Una segunda actividad complementaria fue el apoyo a la agencia externa encargada de marketing, suministrando fotografías y videos de procesos productivos directamente desde planta, junto con explicaciones técnicas sobre las labores desarrolladas. Este material sirvió de base para el contenido mensual en redes sociales, mejorando la calidad de comunicación visual y la presencia de marca.

Como parte del análisis estratégico, se desarrolló un FODA que identificó fortalezas clave como el equipo tecnológico de alta calidad y la experiencia técnica del personal; oportunidades como la innovación en materiales, automatización de tareas y diversificación de clientes; debilidades relacionadas con la falta de promoción de ciertos activos subutilizados; y amenazas derivadas de la competencia creciente y las exigencias de personalización del mercado.

Durante la práctica se identificaron y propusieron mejoras de alto valor. Entre ellas destaca la propuesta de implementación de Trello como herramienta de gestión para optimizar la asignación y seguimiento de tareas, la cual mejora la visibilidad de pedidos en proceso y permite organizar la carga de trabajo entre departamentos.

Asimismo, se presentó una propuesta para posicionar estratégicamente la máquina de impresión UV, que hasta entonces tenía baja demanda, promoviendo sus capacidades para tirajes cortos y personalizados. A su vez, se desarrolló una propuesta a mediano plazo para la incorporación de materiales especiales —como vinilos holográficos y metalizados— con el fin de atender a nichos de mercado que buscan diferenciación visual en sus productos.

Todas estas iniciativas fueron sustentadas por análisis comparativos con otras empresas del sector, estimaciones de costos y estudios de tendencias de consumo.

En conclusión, la práctica profesional en Flexoprint HN representó una experiencia formativa integral, que permitió desarrollar competencias clave para el ejercicio profesional, fortalecer habilidades de liderazgo, pensamiento crítico, comunicación, y proactividad. A través del contacto directo con la realidad empresarial, fue posible comprender a profundidad los retos de la industria gráfica y las oportunidades de innovación desde la perspectiva de la administración industrial.

Introducción

El presente informe tiene como finalidad describir y documentar el proceso de práctica profesional realizado como parte del plan de estudios de la carrera de Licenciatura en Administración Industrial y Emprendimiento en la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), campus San Pedro Sula. Esta práctica profesional fue desarrollada en la empresa Flexoprint HN, una compañía especializada en impresión flexográfica, digital e impresión UV. La pasante fue asignada al área administrativa y comercial, desempeñando funciones relacionadas con atención a clientes, seguimiento de pedidos, coordinación de procesos y mejora de flujos operativos. El periodo total comprendió desde mayo hasta octubre del año 2025, incluyendo tanto la fase I, relacionada a integración, diagnóstico y actividades de apoyo, como la fase II, enfocada en implementación, propuestas de mejora y documentación técnica.

Este documento se encuentra estructurado en cuatro capítulos. En el primer capítulo, se presenta una descripción general de la empresa, incluyendo su historia, misión, visión, valores y organigrama. En el segundo capítulo, aborda el detalle de las actividades realizadas durante ambas fases de la práctica. En el tercer capítulo, se expone el análisis FODA, las implementaciones desarrolladas y las propuestas de mejora. Finalmente, en el cuarto capítulo, contiene las conclusiones generales del proceso, así como los agradecimientos, dedicatoria, bibliografía y anexos que respaldan la experiencia vivida y el aporte realizado a la organización.

I. Contenido del Informe

1. Capítulo I

1.1. Objetivos de la Práctica Profesional

1.1.1. Objetivo General

Aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración Industrial y Emprendimiento durante la práctica profesional en el área administrativa de Flexoprint, con el fin de contribuir a la eficiencia operativa de la empresa mediante la atención a clientes, la gestión de cotizaciones, la coordinación interdepartamental y la propuesta de mejoras administrativas.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Colaborar en la atención y seguimiento a clientes nuevos para garantizar una comunicación eficiente que fortalezca las relaciones comerciales.
- Apoyar en la elaboración de cotizaciones y órdenes de compra con el fin de facilitar la toma de decisiones oportunas y precisas.
- Coordinar el envío de pedidos a producción para asegurar un flujo continuo entre ventas, diseño y producción sin interrupciones.
- Supervisar el cumplimiento de tiempos y especificaciones en el proceso de producción para garantizar la calidad y puntualidad de los pedidos.
- Proponer e implementar mejoras administrativas, incluyendo la creación de formatos internos y el diseño de manuales de procesos, con el objetivo de optimizar la comunicación entre departamentos y estandarizar las tareas operativas.

1.2. Datos de la Empresa

1.2.1. Reseña Histórica

Flexoprint, S. de R.L. de C.V., es una empresa hondureña fundada en el año 2020, con sede en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés. Se especializa en la fabricación de empaques flexibles y etiquetas adhesivas, atendiendo principalmente a la industria alimentaria y otros sectores que requieren soluciones de empaque personalizadas y de alta calidad.

La empresa ofrece una variedad de productos, entre los que destacan:

- Bolsas de polipropileno: utilizadas para empaquetar productos alimenticios como tajadas y palitos de papa.
- Bolsas para café: diseñadas para preservar la frescura y calidad del producto.
- Etiquetas adhesivas: desarrolladas de forma personalizada según las necesidades del cliente.

Flexoprint utiliza tecnologías avanzadas de impresión, tales como la impresión flexográfica y la impresión digital con la prensa HP Índigo 6K, lo que le permite ofrecer acabados de alta precisión y calidad, tanto en tirajes cortos como largos.

La empresa se distingue por su enfoque en la personalización de diseños, la eficiencia en la producción y una atención cercana con sus clientes, asegurando que cada pedido cumpla con los estándares establecidos desde la solicitud hasta la entrega final.

Con una visión de liderazgo en el sector gráfico e industrial, Flexoprint continúa expandiendo su presencia mediante procesos sostenibles, relaciones comerciales sólidas y el fortalecimiento del talento humano como pilares estratégicos de su desarrollo.

1.2.2. Misión

Proveer soluciones de empaque impresas de alta calidad que respondan a las necesidades específicas de nuestros clientes, a través de bolsas de polipropileno, etiquetas y empaques personalizados. Utilizamos tecnología de impresión flexográfica y digital, con un enfoque en la eficiencia, la puntualidad y la atención personalizada.

1.2.3. Visión

Consolidarnos como una empresa líder en el sector de empaques impresos en Honduras, reconocida por su innovación, compromiso con la calidad y capacidad de adaptación a las

tendencias del mercado; fortaleciendo relaciones duraderas con nuestros clientes y aportando al desarrollo del sector gráfico nacional.

1.2.4. Valores

- Calidad
- Responsabilidad
- Innovación
- Trabajo en equipo

1.2.5. Organigrama

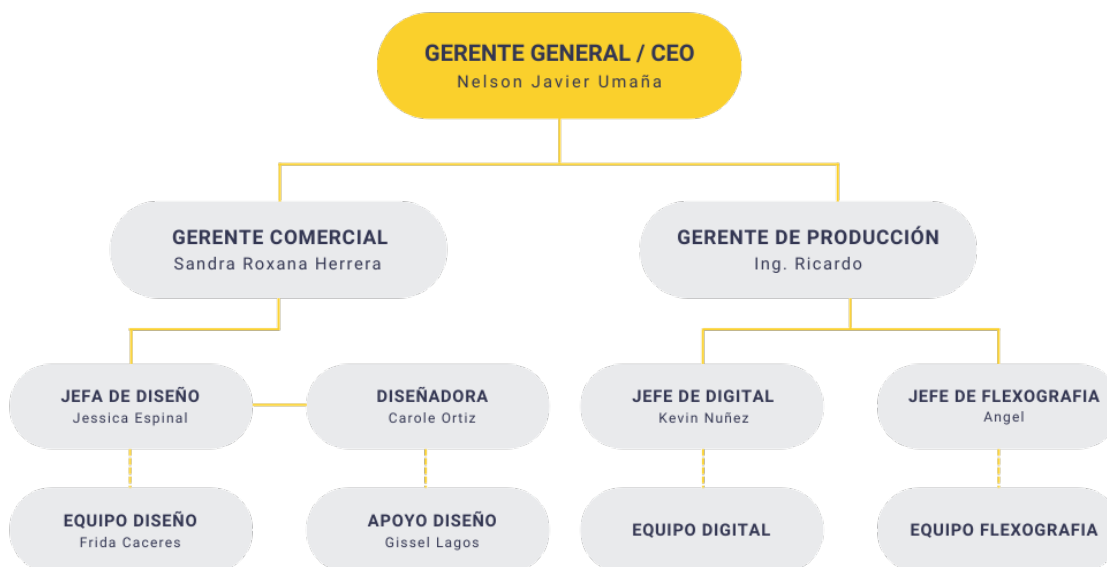


Ilustración 1: Fuente Propia

1.2.6. Productos y Especialidades

Flexoprint se especializa en la producción de empaques flexibles y etiquetas, ampliando su oferta con soluciones gráficas y publicitarias que responden a las necesidades específicas de cada cliente:

- Bolsas de polipropileno: Diseñadas para el empaque de alimentos y productos diversos, ofreciendo resistencia y excelente calidad de impresión.
- Bolsas para café: Fabricadas con materiales que conservan la frescura del producto, adaptadas a la identidad visual de cada marca.

- Etiquetas adhesivas: Personalizadas con cortes y diseños variados, producidas tanto con impresión flexográfica como impresión digital UV, ideales para productos de consumo masivo o presentaciones exclusivas.
- Impresión UV con Mimaki: Tecnología avanzada que permite imprimir sobre una amplia variedad de superficies con acabados de alta calidad, durabilidad y secado instantáneo, utilizada para etiquetas especiales, packaging rígido y artículos promocionales.
- Impresión flexográfica: Ideal para tirajes altos, garantiza velocidad y precisión en empaques que requieren eficiencia a gran escala.
- Impresión digital con HP Índigo: Solución premium para etiquetas y empaques en cantidades reducidas o con requerimientos altamente personalizados.

1.3. Descriptor de Puesto

El puesto de Asistente Administrativo dentro del área administrativa de Flexoprint tiene como objetivo principal brindar apoyo técnico y operativo a la gerencia, facilitando la atención al cliente, la elaboración de cotizaciones, la coordinación interdepartamental y la ejecución de tareas administrativas que aporten al buen funcionamiento de los procesos internos.

Durante la práctica profesional, este rol se ha orientado a fortalecer la eficiencia operativa de la empresa, promoviendo una comunicación efectiva entre los departamentos de ventas, diseño y producción, así como el seguimiento puntual de pedidos. Además, se participa activamente en la elaboración e implementación de propuestas de mejora como la creación de formatos internos y manuales de procesos, con el propósito de estandarizar actividades clave dentro del área.

Las principales funciones desempeñadas en este puesto son:

- Atender y dar seguimiento a clientes nuevos, recopilando datos necesarios para generar cotizaciones y órdenes de compra.
- Elaborar cotizaciones según tipo de impresión, cantidades y especificaciones técnicas.
- Gestionar y documentar órdenes de compra internas y externas.
- Coordinar el envío de pedidos al área de diseño y producción.

- Dar seguimiento a los procesos de producción para verificar cumplimiento de tiempos y requisitos.
- Proponer mejoras administrativas, como herramientas colaborativas y formatos internos.
- Participar en la elaboración de manuales de procesos administrativos.
- Apoyar en tareas administrativas generales como control de reportes y actualización de registros.

El desempeño en este puesto requiere habilidades de organización, pensamiento analítico, comunicación efectiva y dominio básico de herramientas digitales. También demanda capacidad de adaptación, atención al detalle y disposición para trabajar en equipo dentro de un entorno dinámico y orientado a resultados.

1.4.Descriptor de Área

El área Administrativa de Flexoprint se encarga de coordinar, supervisar y ejecutar una serie de actividades clave que garantizan el funcionamiento eficiente de la empresa. Su responsabilidad principal es mantener el orden, control y seguimiento de los procesos operativos, permitiendo una conexión efectiva entre los departamentos de ventas, diseño, producción y gerencia general.

Los profesionales que integran esta área, como el asistente administrativo, desempeñan funciones tanto estratégicas como operativas, entre las que destacan:

- **Gestión de proveedores:** mantener comunicación directa con proveedores nacionales e internacionales, solicitar cotizaciones, generar órdenes de compra, dar seguimiento a entregas de insumos y verificar el cumplimiento en tiempo, forma y calidad.
- **Coordinación con producción:** organizar la carga de trabajo según la planificación de pedidos, priorizar entregas, monitorear avances y brindar soporte administrativo ante cambios o urgencias.
- **Elaboración de cotizaciones:** analizar requerimientos de los clientes, calcular precios según volúmenes, materiales y tipo de impresión (flexográfica o digital), asegurando que la cotización sea clara, competitiva y rentable.

- Preparación de archivos y documentación: generar órdenes internas, fichas técnicas, reportes de avance y listas de producción, además de archivar ordenadamente cotizaciones, aprobaciones de arte y demás documentos clave.
- Seguimiento a clientes y pedidos: mantener comunicación activa con los clientes desde la cotización hasta la entrega final, resolviendo dudas, coordinando aprobaciones y notificando fechas estimadas de entrega.
- Control y reporte administrativo: llevar registros actualizados de ventas, órdenes procesadas, avances de producción, solicitudes pendientes y cualquier otro dato que facilite la toma de decisiones por parte de la gerencia.

En resumen, el área administrativa en Flexoprint actúa como eje central de coordinación entre los distintos departamentos, asegurando que cada pedido fluya correctamente desde su solicitud inicial hasta su entrega final. La eficiencia, el orden, la proactividad y la capacidad para resolver problemas en tiempo real constituyen pilares fundamentales en el desempeño de este equipo.

1.5. PLAN DE TRABAJO | PRÁCTICA PROFESIONAL

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Gabriela Esther Umaña Medina

CUENTA: 22111282

NOM. DEL CENTRO DE PRÁCTICA: Flexoprint

CARGO: Asistente Administrativo

S. de R.L.

NO.	FUNCIÓN ASIGNADA	ACTIVIDADES A DESARROLLAR	CRITERIO DE LOGRO	RECURSOS NECESARIOS	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	FECHA DE EVALUACIÓN	NIVEL DE PROGRESO	RESULTADOS A LA FECHA DE EVALUACIÓN
1	Coordinación de pedidos y atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción de pedidos - Recolección de datos del cliente - Confirmación de requerimientos 	Solicitudes registradas correctamente y aprobadas por el cliente	WhatsApp, correo, PC, hoja de control	26/05/2025				
2	Elaboración de cotizaciones y órdenes de compra	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de cotizaciones según volumen y tipo de impresión - Elaboración y control de órdenes internas - Diseño y 	Cotizaciones enviadas y OC listas para producción	Plantillas Excel, historial de precios, correo electrónico, formato de cotizaciones	02/06/2025				

		estructuración de un nuevo formato digital para cotizaciones solicitado por el jefe inmediato							
3	Coordinación entre departamentos	<ul style="list-style-type: none"> - Seguimiento con diseño y producción - Confirmación de avance por pedido - Resolución de bloqueos operativos 	Flujo continuo del pedido sin interrupciones	Reportes internos, mensajes, lista de producción	09/06/2025				
4	Apoyo en Facturación Directa	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de ODOO - Facturación manual y digital - Servicio de apoyo al contador 	Facturación al día y datos exactos.	Odo, Word, Excel, PC.	10/06/2025				

5	Apoyo administrativo general	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidación de reportes - Registro de clientes - Revisión de datos y soporte digital 	Registros actualizados y respaldados digitalmente	Excel, computadora, sistema interno	17/06/2025				
---	------------------------------	--	---	-------------------------------------	------------	--	--	--	--

Tabla 1: Plan de Trabajo (Elaboración Propia)

2. Capítulo II

2.1. Actividades Primarias

2.1.1. Actividad 1: Coordinación de pedidos y atención al cliente

Una de las actividades esenciales realizadas desde el inicio de la práctica fue la atención directa a los clientes y la coordinación de sus pedidos. Esta función comienza con la recepción de solicitudes a través de distintos canales como WhatsApp, correo electrónico o llamadas. A partir de esa solicitud inicial, se recopila toda la información necesaria para entender los requerimientos del cliente: tipo de producto, medidas, cantidades, material, impresión (flexográfica o digital), colores, acabados y necesidades especiales de diseño o presentación.

Una vez obtenidos todos los datos, se procede a llenar una hoja de control interna donde se documentan los elementos clave para generar la cotización. En este proceso es importante validar que el cliente haya enviado todos los archivos necesarios o indicaciones claras, para evitar malentendidos más adelante. Posteriormente, se comunica al área de diseño y se da seguimiento a la elaboración de la cotización correspondiente.

Esta actividad también implica mantener una comunicación clara, amable y profesional con los clientes, explicándoles los pasos del proceso y resolviendo cualquier duda que pueda surgir. Una vez que la cotización es enviada y aprobada, se procede a generar el plano mecánico y trasladar toda la información al área de diseño y producción, asegurando que no se omita ningún detalle relevante. Durante todo este flujo se monitorea el estado del pedido y se mantiene al cliente informado sobre avances y fechas tentativas de entrega.

Esta función me ha permitido fortalecer habilidades de comunicación, gestión de tiempo y atención al detalle, al mismo tiempo que comprendo mejor el flujo operativo de la empresa y la importancia de documentar de forma clara cada paso para asegurar la trazabilidad del pedido.

Aprendizaje Obtenido
Mejorar la capacidad para comunicarme de forma clara y profesional con los clientes. Aprender a recopilar información técnica de manera precisa para elaborar cotizaciones efectivas. Comprender la importancia de documentar adecuadamente cada solicitud para facilitar la trazabilidad del pedido.
Áreas de oportunidad profesional

Fortalecer la habilidad para responder solicitudes con mayor agilidad sin perder exactitud. Aprender a manejar situaciones de presión y pedidos urgentes manteniendo la calma y la eficiencia en la comunicación con los distintos departamentos.

Fuente Elaboración Propia 1

+ (504) 9632-1309
@FLEXOPRINTHONDURAS

PLANO MECÁNICO

50x139mm

ELEMENTOS INFORMATIVOS SE ELIMINARÁN EN PRODUCCIÓN

ESTIMADO CLIENTE PREVIO A SU APROBACIÓN POR FAVOR REALICE UNA REVISIÓN DETALLADA DEL ARTE, SI TIENE CAMBIOS A REALIZAR FAVOR COMUNICARLOS AL EJECUTIVO DE VENTAS PARA EJECUTARLOS.

UNA VEZ FIRMADO EL PLANO MECÁNICO FLEXOPRINT QUEDARÁ EXENTO DE RESPONSABILIDAD SOBRE CUALQUIER ERROR RELACIONADO CON EL ARTE UNA VEZ IMPRESO EL MISMO.

REVISAR EN DETALLE ANTES DE FIRMAR

MEDIDAS
 TEXTOS
 RSA
 COLORES
 CÓDIGO DE BARRA

APROBACIÓN

NOMBRE: _____

FECHA: _____

FIRMA: _____

CLIENTE: <u>DEL CORRAL</u> FECHA: <u>15 JULIO, 2025</u> MEDIDA: <u>50X139MM</u> PRODUCTO: <u>ESTOFADO MAGRO DE RES</u> CÓDIGO: <u>N/A</u> MATERIAL: <u>PP BLANCO A/A. - LAM.</u> IMPRESIÓN: <u>DIGITAL</u> TIPO CORTE: <u>PUNTA CURVA</u>	VENDEDOR: <u>NELSON U.</u> DISEÑADOR: <u>GISSEL T.</u> EMBOBINADO: 	COLORES <input checked="" type="checkbox"/> CMYK <input type="checkbox"/> MAGENTA <input type="checkbox"/> BLACK <input type="checkbox"/> CYAN <input type="checkbox"/> YELLOW <input type="checkbox"/> BLANCO <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> -----
--	--	--

USO EXCLUSIVO PARA EL DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

PEDIDO:	FECHA CANTIDAD	ANCHO BOBINA:	TROQUE-LADORA	<input type="radio"/> #1 <input type="radio"/> #2	<input type="radio"/> INDIGO <input type="radio"/> PLOTTER MIMAKI <input type="radio"/> FLEXOGRAFÍA	FECHA ENVÍO A PRODUCCIÓN
<input type="radio"/> TRABAJO NUEVO <input type="radio"/> REPETICIÓN		<input type="radio"/> TROQUELADORA <input type="radio"/> SLITTER				
OPERADOR: _____			OPERADOR: _____			
FECHA PRODUCCIÓN: _____			TURNO: _____			
MATERIAL / PROVEEDOR: _____			HORA INICIO: _____			
LOTE DE MATERIAL: _____			HORA FINAL: _____			
METROS: _____			LOTE DE PRODUCCIÓN: _____			
COPIAS: _____			CANTIDAD FINAL: _____			
CANTIDAD IMPRESA: _____			OBSERVACIONES: _____			

Ilustración 2: Plano Mecánico

2.1.2. Actividad 2: Elaboración de cotizaciones y órdenes de compra

Una función clave realizada durante la práctica fue la elaboración de cotizaciones y órdenes de compra. Esta actividad comienza una vez que el cliente ha enviado su requerimiento y la información ha sido validada. A partir de eso, se procede a cotizar de acuerdo con el tipo de producto, cantidad solicitada, materiales, tipo de impresión (digital o flexográfica), acabados y tiempo estimado de producción.

Para facilitar este proceso, se trabaja con plantillas de Excel que contienen rangos de precios y condiciones de impresión previamente establecidas por la empresa. Sin embargo, cada cliente puede tener condiciones particulares, por lo que es importante saber adaptar la cotización a cada caso, considerando variables como volumen, tiempo de entrega, complejidad del diseño y costos indirectos.

Durante el proceso también se comenzó a diseñar y estructurar un nuevo formato digital para cotizaciones, solicitado por el jefe inmediato, con el objetivo de estandarizar la información enviada a los clientes y facilitar su lectura. Este formato incluye detalles técnicos, desglose de precios, condiciones de pago y tiempos estimados, y está en proceso de validación interna.

Una vez que el cliente aprueba la cotización, se procede a generar la orden de compra interna (OC), que es el documento que se utiliza para canalizar el pedido hacia los departamentos de diseño y producción. La OC incluye todas las especificaciones detalladas del producto, así como los archivos adjuntos, condiciones especiales y tiempos de entrega. Esta actividad me ha permitido desarrollar pensamiento analítico, aprender a trabajar con rangos de precios y márgenes, y comprender la importancia de mantener registros ordenados para cada cotización y orden generada.

Aprendizaje Obtenido
Aprender a elaborar cotizaciones técnicas ajustadas a las necesidades del cliente. Desarrollar criterio para estructurar precios según cantidad, tipo de impresión y materiales. Diseñar formatos que estandaricen el proceso comercial y fortalezcan la imagen de la empresa.
Áreas de oportunidad profesional
Mejorar la precisión en los cálculos financieros de cotizaciones. Fortalecer el dominio de herramientas de Excel avanzadas. Aprender a optimizar el tiempo de elaboración de cada cotización sin comprometer la claridad ni los márgenes de rentabilidad.

Fuente Elaboración Propia 2

FACTURA ANTICIPO

CLIENTE:	Kaahwe Café	FECHA:	15/7/25
----------	-------------	--------	---------

DESCRIPCION	UND.	PRECIO UND.	SUB-TOTAL
Bolsa 300g Café Tricapa	1,500	L18.27	L27,405.00
Medida 4+1.5x11			
Impresión Digital			
Válvula (Opcional)	1500	L1.50	L2,250.00
		SUB-TOTAL:	L29,655.00
		ISV:	L4,448.25
		TOTAL	L34,103.25

OBSERVACIONES:

- * Las cantidades descritas pueden variar +/- 10 %.
- * Precio vigente hasta el 30 de Septiembre del 2025
- * Para confirmación se requiere el anticipo del 50 % del Subtotal
- * Costo de hules descritos en la cotización
- * 25 días hábiles de fabricación después de confirmación de boceto y elaboración de hules de impresión.

Ilustración 3: Cotización

2.1.3. Actividad 3: Coordinación entre departamentos

Una de las actividades más retadoras y enriquecedoras durante la práctica ha sido la coordinación interdepartamental entre ventas, diseño y producción. Esta función surgió ante la necesidad de establecer un flujo más claro de información entre las áreas, ya que los pedidos, una vez aprobados, deben atravesar varias etapas que dependen del trabajo conjunto de diferentes personas.

Mi función principal fue asegurar que, una vez enviada la orden de compra, el área de diseño recibiera toda la información correctamente: arte aprobado, cantidad, especificaciones del material, tipo de impresión, fechas estimadas de entrega, entre otros. Además, debía confirmar que el pedido pasara oportunamente a producción y dar seguimiento a los avances para evitar retrasos o bloqueos operativos. Esto implicó mantener comunicación constante con los equipos involucrados.

Una de las mejoras implementadas fue la creación de un sistema de control visual en Trello, en donde se organizaron los pedidos por etapas: cotización, diseño, enviados a producción y entregados. Esta herramienta permitió identificar fácilmente cuellos de botella, evitar errores de duplicidad y centralizar la información por pedido. A partir de esto, se estableció que solo una persona por área (ventas, diseño y producción) sería responsable de actualizar

la información y comunicarse con el resto, lo que facilitó la trazabilidad y redujo los errores operativos.

Esta coordinación también incluía resolver dudas, validar cambios solicitados por los clientes y, en ocasiones, reestructurar el cronograma cuando algún pedido debía priorizarse. La agilidad en este proceso fue clave para cumplir los tiempos de entrega y mantener la satisfacción del cliente.

En esta actividad fortalecí mis habilidades de organización, comunicación interna y resolución de problemas, así como el uso de herramientas digitales para trabajo colaborativo.

Aprendizaje Obtenido
Desarrollar habilidades de organización y trazabilidad en procesos. Aprender a coordinar flujos de trabajo entre equipos diversos. Utilizar herramientas digitales como Trello para mejorar la visibilidad y seguimiento de pedidos. Implementar mejoras en la comunicación operativa entre áreas.
Áreas de oportunidad profesional
Fortalecer la toma de decisiones bajo presión. Aprender a anticipar bloqueos en el flujo de trabajo. Mejorar la capacidad de liderar equipos de forma indirecta, guiando la colaboración sin tener autoridad jerárquica.

Fuente Elaboración Propia 3

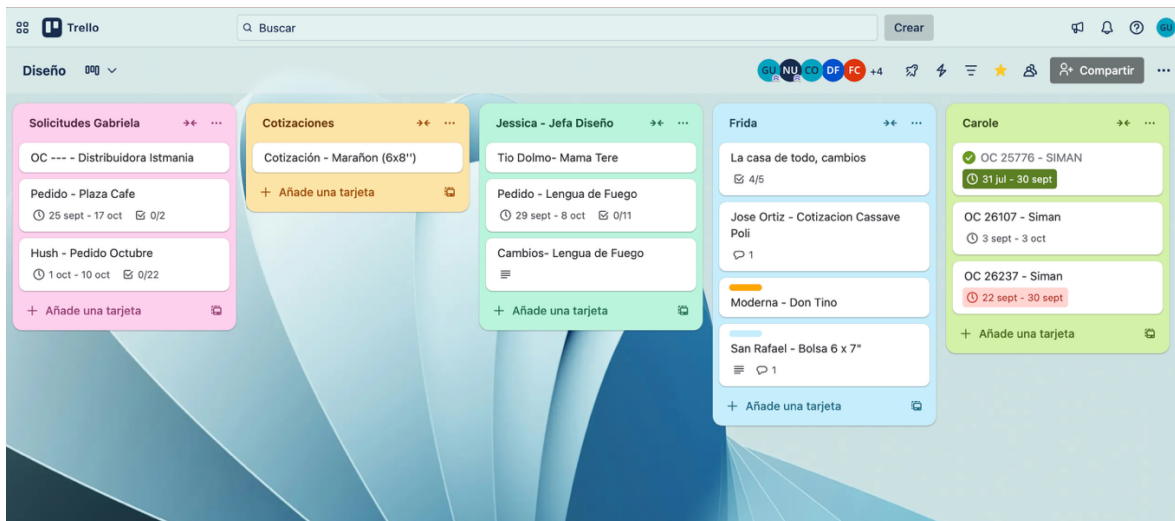


Ilustración 4: Trello de Trabajo

2.1.4. Actividad 4: Apoyo en Facturación Directa

Una actividad clave y de mucho aprendizaje fue el apoyo en el proceso de facturación directa a clientes, utilizando como plataforma principal el sistema ERP Odoo, empleado por la empresa para la gestión contable y operativa. Esta actividad consistió en la elaboración de facturas para ventas realizadas desde planta, ventas por punto físico o desde atención directa a clientes frecuentes.

El procedimiento implicaba ingresar los datos del cliente, seleccionar correctamente el producto, precio y condiciones pactadas, así como verificar que la información coincidiera con la orden de compra, para garantizar la correcta emisión del documento fiscal.

Asimismo, se validaban aspectos como el método de pago, la ruta de entrega, y se adjuntaban observaciones cuando fuese necesario.

El uso del sistema Odoo facilitó el manejo ordenado y digitalizado de los documentos, permitiendo también la consulta rápida del historial de pedidos y la trazabilidad de las transacciones. Esta actividad permitió fortalecer habilidades de atención al detalle, precisión en el registro de información, y manejo de software administrativo.

La experiencia también generó un mejor entendimiento de los flujos de trabajo internos entre ventas, administración y contabilidad, favoreciendo así una visión integral de los procesos comerciales en la empresa.

Aprendizaje Obtenido
Adquisición de habilidades en el uso del sistema Odoo para la elaboración de facturas, registro de ventas y seguimiento de clientes. Mejora en la precisión del ingreso de datos y comprensión del flujo de facturación dentro de la empresa.
Áreas de oportunidad profesional
Profundizar en el uso de otros sistemas contables y administrativos, así como adquirir conocimientos básicos de contabilidad para una mayor autonomía.

Fuente Elaboración Propia 4

2.2. Actividades Secundarias

2.2.1. Asistencia a Expo Horeca 2025

Durante el desarrollo de la práctica profesional, se brindó apoyo en la representación institucional de Flexoprint en la Expo Horeca 2025, una feria especializada en el sector hotelero, gastronómico y de cafés especiales. La participación se centró en la atención directa a los visitantes que se acercaban al stand en busca de información sobre los servicios de impresión que ofrece la empresa.

Entre las principales funciones desempeñadas, se destacan la presentación oral de los productos y servicios ante potenciales clientes, la resolución de consultas frecuentes relacionadas con materiales, tiempos de entrega, personalización de empaques, y la interacción con otras marcas y representantes comerciales con el fin de generar nuevos contactos empresariales.

Asimismo, se brindó acompañamiento al equipo de ventas durante toda la jornada del evento, promoviendo los valores de la empresa, fortaleciendo su imagen corporativa, y recabando información de posibles clientes interesados, la cual fue trasladada posteriormente al área correspondiente para su seguimiento.

Esta experiencia permitió consolidar habilidades comunicativas en espacios empresariales, comprender mejor las necesidades del mercado objetivo, y reforzar la importancia del contacto directo con el cliente en ferias comerciales.



Ilustración 5: Expo Horeca 2025

2.2.2. Asistencia en la generación de contenido para redes sociales

Como parte de las responsabilidades complementarias durante la práctica profesional, se brindó apoyo en la gestión de contenido visual destinado a las redes sociales institucionales de Flexoprint. Esta tarea surgió a partir de la necesidad de mantener actualizado el material audiovisual que la agencia de marketing —encargada del manejo digital externo— utiliza para la planificación y ejecución de campañas mensuales.

Dado que el equipo de marketing opera bajo la modalidad de outsourcing y no se encuentra físicamente en planta, se asumió la labor de documentar visualmente los procesos productivos, avances de pedidos y funcionamiento interno de la empresa. Para ello, se realizaron recorridos periódicos en planta con el fin de capturar fotografías y videos de procesos clave, como impresión flexográfica, impresión digital UV, corte, empaque y control de calidad.

Además del material visual, se proporcionó al equipo de marketing la información contextual y técnica necesaria para que comprendieran el contenido capturado, incluyendo nombres de los procesos, tipos de productos impresos, tecnologías utilizadas y novedades relevantes que pudieran destacarse en la comunicación institucional.

Esta actividad facilitó la integración entre los equipos internos y externos de la empresa, garantizando que el contenido publicado reflejara fielmente las operaciones y capacidades de Flexoprint. Asimismo, contribuyó a fortalecer la imagen corporativa mediante una comunicación más cercana, técnica y transparente con el público objetivo.



Ilustración 6: Fotografía Enviada a MKT

2.2.3. Asistencia en Reclutamiento

Como parte de las actividades secundarias realizadas durante la práctica profesional, se brindó apoyo puntual en procesos de reclutamiento y selección de personal. Esta colaboración consistió en acompañar al área administrativa en la revisión de currículums, filtrado inicial de perfiles, y coordinación de entrevistas con aspirantes a puestos operativos y administrativos dentro de la empresa.

La participación también incluyó la elaboración de listados con datos relevantes de los candidatos, la actualización de bases de datos internas, y la organización de expedientes físicos y digitales conforme a las instrucciones del equipo encargado. Estas tareas permitieron familiarizarse con los criterios internos de selección, así como con la importancia de mantener un proceso estructurado, ágil y alineado con las necesidades de producción y cultura organizacional de Flexoprint.

Esta experiencia enriqueció el proceso formativo de la pasante al introducirla en un área clave de la gestión del talento humano, promoviendo habilidades como la organización, análisis de perfiles, y confidencialidad en el manejo de información.

The screenshot displays a web interface for managing job offers. At the top, it says 'Gestión de ofertas (1 ofertas)'. On the left, there is a 'Filtros' sidebar with search and filter options. The main area shows a table of offers with columns for 'Oferta / localidad', 'Caduca el', 'Inscritos', and 'Acciones'. One offer is visible: 'Auxiliar de diseño' in San Pedro Sula, with a deadline of 24 November 2025, 18 applicants (9 to be reviewed), and 523 views. The offer is marked as 'Activa' and 'Destacada'.

Oferta / localidad	Caduca el	Inscritos	Acciones
<input type="checkbox"/> Auxiliar de diseño San Pedro Sula Última actualización 27 de Septiembre de 2025 523 visualizaciones Publicada por Gabriela	24 noviembre 2025	18 9 por revisar	[Edit] [Print] [Refresh] [Share] [Archive] [Delete]

Ilustración 7: Reclutamiento en CompuTrabajo

3. Capítulo III

3.1. Análisis FODA

Según Koontz y Weihrich (2012), el análisis FODA es "una herramienta estratégica que permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una organización o situación específica, con el propósito de facilitar la toma de decisiones acertadas y la formulación de estrategias efectivas". Esta metodología fue aplicada a la experiencia de práctica profesional en Flexoprint, S. de R.L., con el fin de evaluar tanto el contexto organizacional como el desempeño individual dentro de la empresa.

A continuación, se presenta el análisis FODA correspondiente:

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Integración rápida y efectiva al equipo de trabajo. Participación en procesos administrativos clave como cotizaciones y coordinación de producción. Uso eficiente de herramientas digitales (Trello, Excel, correo corporativo) para la trazabilidad de pedidos. Confianza del equipo en la practicante, demostrada en su representación de la empresa en eventos como Expo Horeca. 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento en la demanda de productos personalizados por parte de marcas locales. Potencial para desarrollar una identidad visual más sólida en redes sociales a partir del contenido generado en planta. Crecimiento del interés de nuevos mercados en empaques sostenibles y personalizados. Posibilidad de generar alianzas con emprendimientos, cafeterías, restaurantes y concept stores.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Falta de procedimientos formalmente documentados que estandaricen las tareas del área administrativa. Dependencia de conocimientos tácitos del personal, lo que limita la autonomía operativa. Ausencia de una plataforma para el registro sistemático de clientes potenciales contactados en ferias o redes sociales. Escasa disponibilidad de material audiovisual técnico para uso comercial o institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> Variaciones en los costos de insumos, lo que afecta la estabilidad de las cotizaciones. Cambios en los requerimientos del cliente o retrasos en su retroalimentación, que afectan los tiempos de entrega. Alta competitividad en el mercado gráfico local con empresas que ofrecen servicios similares. Avances tecnológicos en impresión que podrían volver obsoletos algunos procesos actuales si no se actualizan.

Tabla 2: FODA Elaboración Propia

3.2. Implementaciones

3.2.1. Campaña de reactivación comercial para la máquina de impresión UV en Flexoprint

3.2.1.1. Justificación

Durante la práctica profesional, se detectó que la maquina de impresión UV, mimaki UJV 100-160 plus, con la que contaba Flexoprint permanecía inactiva, pese a encontrarse en condiciones óptimas para su uso operativo. Esta situación fue atribuida principalmente a la falta de promoción y posicionamiento comercial del servicio, lo cual limitaba su visibilidad frente a los clientes y provocaba un subaprovechamiento de los recursos tecnológicos disponibles.

Tras un análisis comparativo con Printspot, una empresa reconocida por el uso intensivo de esta tecnología en etiquetas personalizadas para pequeños negocios, se evidenció que la impresión UV se encuentra actualmente en auge, gracias a su versatilidad, la resistencia de los materiales, la alta calidad visual de los acabados y su capacidad para atender demandas de tirajes cortos, personalizados y con diseños únicos, características especialmente atractivas para marcas emergentes y emprendedores.

En este contexto, la máquina UV de Flexoprint representaba una oportunidad estratégica no solo para diversificar los ingresos, sino también para fortalecer la propuesta de valor de la empresa frente a nuevos segmentos de mercado. La inexistencia de una campaña que comunicara las ventajas del servicio impedía que tanto el equipo comercial como los clientes conocieran el potencial de este recurso, generando así un vacío entre la capacidad instalada y la demanda real del mercado.

Por esta razón, se propuso una campaña de reactivación comercial con enfoque estratégico y creativo, orientada a informar, educar y captar nuevos clientes para este servicio. Esta propuesta surgió de la observación directa de las dinámicas internas de la empresa, de la comparación con referentes del sector y de la creciente tendencia de búsqueda de diferenciación por parte de los consumidores. Así, la propuesta busca no solo reactivar un equipo desaprovechado, sino también alinear la estrategia de marketing con los activos tecnológicos de la empresa, generando un impacto positivo en la productividad, la rentabilidad y el posicionamiento de marca.

3.2.1.2. Descripción

La implementación consistió en desarrollar una propuesta de campaña de marketing para promocionar la máquina de impresión UV de Flexoprint. Esta máquina permite imprimir directamente sobre vinilo adhesivo blanco, un material resistente al agua, moldeable y ampliamente utilizado para aplicaciones como etiquetas, envases, stickers decorativos, productos promocionales y otros fines comerciales.

Se elaboró una ficha técnica de la maquina, además otra tabla comparativa resaltando los beneficios del servicio: no requiere laminado adicional, permite tirajes iniciales pequeños, ofrece acabados de alta calidad y es ideal para clientes que buscan personalización sin altos volúmenes.

La información fue compartida con el equipo externo de marketing encargado del contenido digital, y se recomendó su uso tanto en redes sociales como en canales de venta directa (WhatsApp y cotizaciones). También se sugirió incluir muestras impresas en entregas físicas, para que los clientes conocieran visualmente el resultado y despertaran interés por esta opción de impresión.

Tabla 3: Ficha Técnica – Mimaki UJV100-160Plus (Elaboración Propia)

Parámetro	Especificación
Tecnología	Inkjet UV LED, curado instantáneo
Resolución máxima	Hasta 1,200 dpi
Ancho máximo de impresión	1,610 mm
Espesor de sustrato	Hasta 1.0 mm
Tintas	CMYK + Blanco + Transparente
Velocidad de impresión	7 – 23 m ² /h (según modo)
Consumo eléctrico	~500 W
Funciones destacadas	Ahorro de tinta (hasta 50%), impresión multicapa (hasta 3 capas), vinculación con plotter, autocorrección de cabezales

Tabla 4: Tabla Comparativa (Elaboración Propia)

Aspecto	Mimaki UJV100-160Plus	HP Indigo 6K
Tirajes	Ideal para cortos y personalizados	Mejor en grandes volúmenes

Laminado	No requiere en la mayoría de casos	Puede requerir protección extra
Acabados	Efectos especiales (blanco, transparente, multicapa)	Uniformidad premium en papeles especiales
Costos	Bajos (energía e insumos)	Más altos por mantenimiento e insumos
Rapidez	Curado instantáneo, entregas rápidas	Setup eficiente pero con procesos adicionales
Materiales	Materiales flexibles ≤ 1 mm	Amplia gama de sustratos, incluidos más gruesos

3.2.1.3. Impacto

Gracias a la activación de esta campaña, la máquina de impresión UV logró alcanzar una carga de trabajo semanal de aproximadamente 3,000 etiquetas, consolidándose como una nueva línea activa de producción dentro de Flexoprint.

La implementación permitió revalorizar un activo subutilizado, diversificar los servicios ofrecidos y atraer nuevos tipos de clientes interesados en soluciones personalizadas, resistentes y visualmente atractivas. El vinilo adhesivo blanco se posicionó como una solución versátil para múltiples sectores, desde emprendedores hasta empresas que requerían etiquetas impermeables y moldeables.

No se requirió inversión adicional para poner en marcha esta línea, lo que convierte a esta iniciativa en una mejora de alto impacto y bajo costo. A futuro, se contempla ampliar el catálogo de materiales compatibles con la tecnología UV para fortalecer aún más esta línea de negocio.

Tabla 5: Impacto Campaña Reactivación (Elaboración Propia)

Concepto	Valor	Explicación
Inversión en campaña (Lempiras)	L 1,000.00	Monto invertido para impulsar la promoción del servicio UV en redes sociales.
Clientes nuevos adquiridos	8	Cantidad de nuevos clientes que solicitaron el servicio durante la campaña.
Etiquetas vendidas (semana 1)	1,600	Total de etiquetas impresas durante la primera semana tras la activación.

Ganancia estimada (mínima)	L 5,000.00	Ingreso aproximado generado por las ventas iniciales, considerando tarifas promedio.
Ganancia estimada (máxima)	L 7,000.00	Ingreso máximo estimado según pedidos registrados durante la campaña.
Retorno mínimo sobre inversión (ROI)	400%	Cada L.1 invertido generó un retorno de L.4 ($5000 / 1000 = 5$).
Retorno máximo sobre inversión (ROI)	600%	Cada L.1 invertido generó un retorno de L.7 ($7000 / 1000 = 7$).

3.2.2. Implementación del uso de Trello para el control y trazabilidad de pedidos en el área administrativa

3.2.2.1. Justificación

Durante la práctica profesional en Flexoprint S. de R.L., se identificó una necesidad constante de dar seguimiento efectivo a los pedidos recibidos, así como de mantener claridad en el flujo de trabajo entre el área administrativa, diseño y producción.

Anteriormente, este seguimiento se realizaba mediante conversaciones por WhatsApp, correos electrónicos o notas físicas, lo que generaba confusión, retrasos en la entrega de pedidos y, en algunos casos, pérdida de información clave sobre especificaciones, fechas de entrega o cambios solicitados por los clientes.

La falta de un sistema visual de gestión de tareas limitaba la capacidad del equipo para tener una visión integral del avance de los pedidos, especialmente en jornadas de alta demanda. Asimismo, la comunicación entre departamentos se veía fragmentada, dificultando la trazabilidad y disminuyendo la eficiencia en la gestión de tiempos y recursos.

Ante esta situación, se propuso la implementación de Trello, una herramienta digital basada en tableros y tarjetas que permite visualizar en tiempo real el estado de cada pedido, asignar responsables, adjuntar archivos y comentarios, y establecer fechas de vencimiento. Esta solución permitió estandarizar el proceso de seguimiento, reducir la dependencia de herramientas informales, y optimizar el trabajo colaborativo entre departamentos.

La propuesta buscó no solo mejorar la organización interna, sino también reducir los errores en producción, brindar mayor claridad en los entregables, y asegurar una atención más profesional hacia el cliente final. Además, al tratarse de una herramienta de fácil adopción y sin costo en su versión básica, se garantizó su viabilidad de implementación sin requerimientos técnicos o financieros complejos.

3.2.2.2. Descripción

Se implementó la herramienta digital Trello, una plataforma colaborativa basada en tableros, listas y tarjetas. Se creó un tablero titulado "Seguimiento de Pedidos", estructurado con listas que representaban las etapas del proceso operativo:

- Solicitudes Nuevas

- Diseñadores
- Aprobación del cliente
- En producción
- Entregado

Cada pedido ingresaba como tarjeta con su número de orden, cliente, producto solicitado y observaciones. Se agregaban archivos relevantes (diseños, aprobaciones), se asignaban etiquetas por estado y se mencionaban responsables en cada etapa.

Se brindó una inducción al equipo sobre el uso de la herramienta y se acordaron buenas prácticas de actualización para asegurar el uso correcto del tablero.

3.2.2.3. Impacto

La incorporación de Trello mejoró de forma significativa la organización y trazabilidad de pedidos, facilitando la visualización del estado de cada proyecto por parte de todos los involucrados. La dependencia de conversaciones dispersas o información suelta se redujo, permitiendo una gestión más ágil, ordenada y colaborativa.

Los tiempos de respuesta al cliente mejoraron gracias a la claridad sobre en qué etapa se encontraba cada pedido. También se redujeron errores, especialmente en proyectos con personalización, al centralizar diseños y aprobaciones dentro de cada tarjeta.

Al ser una herramienta gratuita y de fácil uso, no implicó costos adicionales para la empresa. Esta implementación representó una mejora simple pero efectiva en la gestión administrativa, alineando el trabajo con metodologías modernas y fomentando la adopción de herramientas digitales dentro del equipo.

Tabla 6: Impacto de Trello (Elaboración Propia)

Indicador	Situación antes de la implementación	Situación después de la implementación	Mejora estimada
Tiempo en generación de cotización de artes	El proceso podía tardar entre 48 y 72 horas, debido a retrasos en la asignación de tareas.	El proceso se redujo a un máximo de 24 horas, gracias a la asignación directa en Trello.	Mejora del 50% al 66.6% en rapidez
Reducción de pérdida de información	Información dispersa en chats de WhatsApp, correos y notas, lo	Toda la información está centralizada en Trello:	Reducción en confusiones y reprocesos

	que generaba consultas repetidas y pérdida de tiempo.	archivos, especificaciones y responsables.	
Colaboración entre áreas	Falta de visibilidad del estado del pedido entre administración, diseño y producción.	Mayor fluidez al compartir el mismo tablero digital con tareas asignadas.	Mejora en comunicación y coordinación

3.3. Propuestas

3.3.1. Incorporación de materiales especiales para impresión UV y HP Índigo

3.3.1.1. Justificación

Durante la práctica profesional en Flexoprint, se detectó una oportunidad estratégica relacionada con la innovación en materiales para impresión. Aunque la empresa cuenta con equipos de impresión de alta gama como HP Indigo y UV, su catálogo de sustratos sigue limitado a materiales convencionales, como el vinilo blanco adhesivo o el papel semigloss. Al comparar la oferta de Flexoprint con competidores como Printspot, se identificó una ventaja competitiva en la incorporación de acabados especiales como vinilos holográficos, materiales metalizados y laminantes con efectos visuales. Estos materiales generan una percepción de valor más alta y son especialmente atractivos para marcas enfocadas en públicos jóvenes o en productos personalizados.

Según Kotler y Keller (2016), “el valor percibido por el cliente se forma no solo por la calidad del producto, sino también por su presentación, empaque y diseño visual”. En este sentido, los acabados especiales representan un recurso valioso para mejorar la percepción del cliente final.

Esta propuesta surge para responder a la necesidad de diferenciarse en un mercado competitivo, ampliar el portafolio de impresión y atraer nuevas audiencias mediante soluciones visualmente impactantes.

3.3.1.2. Sustento Teórico

El diseño y la presentación visual se han convertido en factores decisivos en la conducta del consumidor. Según Kotler y Keller (2016), “el empaque y la etiqueta pueden ser los principales responsables del interés inicial del consumidor por un producto”. Esto es especialmente cierto en mercados donde la primera impresión determina la conversión de venta, como el cosmético, artesanal, alimenticio y de papelería personalizada.

Sánchez y Rojas (2021) afirman que “los materiales con acabados metalizados o holográficos captan la atención de los consumidores más jóvenes, quienes buscan diferenciarse y destacar sus productos en entornos visuales sobresaturados”. Esto es congruente con la evolución de los hábitos de consumo de las generaciones más jóvenes, que valoran la estética y el branding personalizado como parte de su identidad. Desde la perspectiva técnica, HP (2023) destaca que “la aplicación de efectos visuales mediante laminantes holográficos o cold foil en impresión digital ha demostrado aumentar en un 20% la atención visual sobre etiquetas en anaquel”. Además, este tipo de soluciones permite resultados de alta calidad en tirajes cortos sin necesidad de recurrir a procesos tradicionales más costosos como el hot stamping. Por su parte, Gupta (2020) señala que “la impresión UV sobre materiales especiales como vinilos holográficos, metalizados o reflectivos, abre nuevas oportunidades para personalización sin comprometer la durabilidad ni la calidad”. Todos estos estudios respaldan la viabilidad y el valor estratégico de incorporar materiales llamativos, especialmente en entornos donde el diseño visual es un diferenciador clave.

3.3.1.3. Descripción

La propuesta consiste en ampliar el catálogo de materiales disponibles para impresión UV y HP Indigo mediante la incorporación de sustratos especiales como vinilos adhesivos holográficos imprimibles, vinilos metalizados y laminantes holográficos. Estos materiales permiten elevar el valor percibido del producto final, captando la atención de clientes que buscan diferenciación y acabados llamativos.

En el caso de HP Indigo, se plantea la incorporación de laminantes holográficos compatibles con el sistema de laminado a registro. Estos materiales, con efectos visuales como prisma, galaxia o rayado, pueden ser aplicados sin necesidad de procesos adicionales como foil o stamping, brindando un acabado profesional y de alto impacto.

Para la impresión UV, se propone la inclusión de vinilos metalizados y holográficos imprimibles sobre los cuales se puedan producir stickers, empaques personalizados, tarjetas y materiales promocionales. La resistencia de estos vinilos y su versatilidad los convierten en una opción atractiva para el cliente final.

Cabe destacar que la empresa ya contaba con proveedores confiables para este tipo de materiales, por lo que el proceso se centró en la solicitud de muestras e imágenes de los

materiales disponibles para su evaluación y selección. Este paso permitió visualizar con claridad las texturas, patrones y posibilidades de aplicación, lo que facilitó la toma de decisiones estratégicas.

La propuesta es completamente viable con los recursos actuales de la empresa, y su implementación fortalece el posicionamiento de Flexoprint como un proveedor moderno, versátil e innovador.

3.3.1.4. Impacto de la propuesta (cuantitativo)

La implementación de nuevos materiales especiales en Flexoprint tendría un impacto positivo tanto a nivel comercial como estratégico. Desde el punto de vista del mercado, permitiría a la empresa atender nichos emergentes que demandan productos visualmente atractivos y diferenciados, como emprendimientos de cosmética, regalos personalizados, papelería creativa y marcas juveniles.

Esta diferenciación visual facilitaría la atracción de nuevos clientes y el fortalecimiento de relaciones con clientes actuales, ampliando la oferta de valor con opciones únicas y de mayor impacto visual. Además, se incrementaría el ticket promedio por pedido, ya que estos materiales permiten una mejor valorización del producto final sin requerir una gran inversión adicional.

A nivel interno, esta propuesta posiciona a Flexoprint como una empresa que innova, se adapta a las tendencias de diseño y responde activamente a la demanda del mercado.

También favorece el fortalecimiento del equipo comercial y de diseño, al darles herramientas nuevas para cotizar, crear y presentar propuestas gráficas de alto valor.

3.3.1.5. Costos

La implementación de esta propuesta implicaría una inversión inicial moderada a alta, debido a que los materiales especiales deben ser importados desde Asia, particularmente China, donde se encuentran los proveedores más competitivos en este tipo de sustratos. Según cotizaciones preliminares, el costo total de una compra inicial de prueba, suficiente para abastecer producción durante varios meses, se estima en aproximadamente \$2095.5 USD, incluyendo materiales como:

- Vinilos metalizados imprimibles para impresión UV.
- Holográficos imprimibles para impresión UV.

El precio por metro cuadrado varía entre \$2.10 y \$2.40 USD, dependiendo del tipo de material, volumen y presentación. Aunque representa una inversión significativa, estos materiales permiten una alta rentabilidad al ser aplicados en productos con valor percibido elevado, como etiquetas de cosmética, papelería premium o empaques personalizados. Además, al tratarse de materiales duraderos, es posible proyectar un abastecimiento de mediano a largo plazo, con rotación constante si se integran al catálogo y se promueven activamente en campañas de marketing.

La empresa cuenta con la infraestructura necesaria para su uso inmediato, por lo que no se requiere inversión en maquinaria adicional. El costo adicional contemplado sería el flete de envío, diseño de catálogo visual, contenido promocional y sesiones de prueba para validación de calidad, lo cual podría realizarse con recursos internos.

Tabla 7: Costo Contenedor Total (Elaboración Propia)

Contenedor High Cube: 40 pies	\$ 5000
Rastra	\$ 500
Conductor	\$ 300
Costo Flete Total del Contenedor	\$ 5800

Estimando que de los 40 pies del contenedor, 5 pies sean utilizados para el material especial de impresión UV.

$$\frac{\$ 5800}{40 \text{ pies}} = 145 \text{ \$/pie}$$

$$145 \text{ \$/pie} \times 5 \text{ pies} = \$ 725$$

Tabla 8: Valores (Elaboración propia)

Valor Flete	\$ 725
Valor total de Productos	\$ 2095.5

$$\$725 + \$2095.5 = \$2820.5$$

Son \$2,820.5 por los 15 rollos de material.

$$\text{\$ } 2820.5 * 1.15 = \text{\$ } 3243$$

Son \\$3,243 con impuestos.

$$\text{\$ } 3,243 \div 15 \text{ rollos} = \text{\$ } 216.2 \text{ por rollo}$$

Como resultado del análisis realizado, se observa que el costo aproximado por rollo será de L. 5,794.16, incluyendo lo que corresponde a fletes dentro del país e impuestos. Se tomó en consideración un tipo de cambio estimado de L. 26.80 por \$1 USD.

Considerando que el precio estimado por rollo al importar directamente desde Asia es de L. 5,794.16, y comparándolo con el precio comercial ofrecido en el país por un rollo similar, como el metálico dorado que alcanza los L. 27,676.53, se obtiene un ahorro aproximado del 79.06 %. Por lo tanto, resulta significativamente más conveniente optar por la importación directa desde Asia, ya que permite reducir costos de adquisición de insumos de manera sustancial, beneficiando la rentabilidad del negocio.

$$\text{Ahorro} = \frac{(27,676.53 - 5794.16)}{27,676.53} = 0.7906 \times 100 = 79.06 \%$$

4. Capítulo IV

4.1. Conclusiones

- La atención y seguimiento a nuevos clientes permitió establecer canales de comunicación más eficaces, fortaleciendo las relaciones comerciales desde el primer contacto. Este proceso mejoró la experiencia del cliente, facilitó la recopilación de información clave para cotizaciones y favoreció una percepción profesional de la empresa en sus primeros acercamientos.
- El apoyo en la elaboración de cotizaciones y órdenes de compra contribuyó a reducir los tiempos de respuesta, garantizar la claridad en los requerimientos del cliente y minimizar errores en los pedidos. La estandarización de formatos y la verificación oportuna de datos fortalecieron la eficiencia en la toma de decisiones operativas y comerciales.
- La correcta coordinación en el envío de pedidos a producción generó un flujo de trabajo más fluido y menos propenso a interrupciones. El traspaso oportuno de información entre las áreas de ventas, diseño y producción optimizó la cadena interna de valor, permitiendo una respuesta más ágil a la demanda del cliente.
- La supervisión del cumplimiento de tiempos y especificaciones en la producción garantizó mayor control en los procesos, reduciendo posibles retrasos y desviaciones en la calidad. Este seguimiento contribuyó a mantener estándares definidos y asegurar que los pedidos fueran entregados conforme a lo pactado con el cliente.
- La identificación de áreas de mejora dentro de la gestión administrativa facilitó la implementación de soluciones como la introducción de herramientas digitales, la elaboración de manuales y el rediseño de formatos. Estas acciones contribuyeron a la estandarización de tareas, optimización de la comunicación interdepartamental y aumento en la eficiencia operativa.

4.2. Recomendaciones

4.2.1. Recomendaciones para la empresa

Se recomienda continuar fomentando una cultura de mejora continua en los procesos administrativos, especialmente en el uso de herramientas digitales para la trazabilidad y control de pedidos. Asimismo, sería beneficioso establecer espacios periódicos de retroalimentación entre los equipos de ventas, diseño y producción para fortalecer la comunicación interna. Se sugiere también considerar la implementación de programas internos de capacitación breve en habilidades blandas como atención al cliente, liderazgo operativo y comunicación efectiva, con el objetivo de fortalecer la cohesión del equipo y elevar el nivel de servicio brindado.

4.2.2. Recomendaciones para UNITEC

Sería valioso incorporar dentro del plan de estudios más asignaturas o módulos prácticos enfocados en la gestión de procesos empresariales con herramientas digitales (como Odo, Trello u otros ERP), así como prácticas de documentación de procesos y trabajo en entornos colaborativos. También se sugiere promover actividades extracurriculares orientadas a fortalecer la capacidad de análisis crítico, la gestión de proyectos y la toma de decisiones en contextos reales, lo cual prepararía aún mejor a los estudiantes para su inserción en el ámbito laboral.

4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes

A quienes se encuentran próximos a realizar su práctica profesional, se les recomienda aprovechar al máximo esta etapa como una oportunidad de aprendizaje integral. Es fundamental mantener una actitud proactiva, observar con detenimiento el funcionamiento interno de la empresa y proponer mejoras que aporten valor. Además, es aconsejable documentar experiencias, aprendizajes y desafíos enfrentados, ya que esto facilita la reflexión y la transferencia de conocimientos a futuros escenarios laborales. Por último, se sugiere reforzar el manejo de herramientas digitales, redacción técnica y comunicación asertiva, ya que son competencias altamente valoradas en el entorno profesional actual.

4.3. Bibliografía

Expo Horeca. (s/f). Expohorecahonduras.com. Recuperado el 06 de junio de 2025, de

<https://expohorecahonduras.com/>

de Trabajo y Seguridad Social SETRASS, S. (s/f). *INFORME DE MERCADO LABORAL*

DE HONDURAS. Gob.hn. Recuperado el 06 de junio de 2025, de

https://www.trabajo.gob.hn/wp-content/uploads/2023/06/INFORME-MERCADO-LABORAL_-JULIO-2022.pdf

De, E. (2014, diciembre 11). *Qué es FODA*. Enciclopedia Significados.

<https://www.significados.com/foda/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15ª ed.). Pearson Educación.

Carolina. (2019, junio 10). *Cultura Organizacional: ¿conoce su definición, importancia y*

más! Pingback ES: <https://pingback.com/es/resources/cultura-organizacional/>

What is Trello? (2022, mayo 23). Atlassian Support; Atlassian.

<https://support.atlassian.com/trello/docs/what-is-trello/>

Alberto Medina León. (2018, enero). *Procedimiento para la gestión por procesos: métodos*

y herramientas de apoyo. ResearchGate. Recuperado 20 de mayo de 2025, de

https://www.researchgate.net/publication/335327234_Procedimiento_para_la_gestion_por_procesos_metodos_y_herramientas_de_apoyo

Guajardo, I. (2015). *Administración Una Perspectiva Global y Empresarial* 14 ed. Koontz.

Uanl.

https://www.academia.edu/14776670/Administracion_Una_Perspectiva_Global_y_Empresarial_14_edi_Koontz

- ISO 9001:2015. (2015, 1 septiembre). ISO. <https://www.iso.org/standard/62085.html>
- Gupta, R. (2020). *Digital printing technologies: An overview of UV applications*. *Journal of Print Science*, 58(4), 245–260. <https://journals.sagepub.com/home/prs>
- HP. (2023). *Enhance your labels with holographic films*. HP Indigo Commercial Blog. <https://www.hp.com/us-en/commercial-printing/indigo/blog>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.^a ed.). Pearson Educación.
- Sánchez, A., & Rojas, D. (2021). *Diseño gráfico contemporáneo: tendencias y valor percibido en la era digital*. Universidad de los Andes. <https://revistas.uandes.cl/dgc>
- Gupta, R. (2020). Digital Printing Technologies: An Overview of UV Applications. *Journal of Print Science*, 58(4), 245–260. <https://journals.sagepub.com/home/prs>
- HP. (2023). Enhance your labels with holographic films. *HP Indigo Commercial Blog*. <https://www.hp.com/us-en/commercial-printing/indigo/blog/enhance-your-labels-with-holographic-films.html>
- International Organization for Standardization. (2015). *ISO 9001:2015. Sistemas de gestión de la calidad – Requisitos*. <https://www.iso.org/standard/62085.html>
- Monk, E., & Wagner, B. (2012). *Concepts in Enterprise Resource Planning* (4th ed.). Cengage Learning. <https://www.cengage.com/c/concepts-in-enterprise-resource-planning-4e-monk/>

Sánchez, A., & Rojas, D. (2021). Diseño gráfico contemporáneo: tendencias y valor percibido en la era digital. *Revista de Diseño Gráfico Contemporáneo*, Universidad de los Andes. <https://revistas.uandes.cl/dgc>

4.4. Glosario de Términos

CRM (Customer Relationship Management): Estrategia empresarial centrada en conocer, anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes, mediante el uso de tecnología para gestionar la relación comercial. (Kotler & Keller, 2016)

Diseño gráfico: Proceso de creación visual que combina imágenes, texto y colores con el objetivo de comunicar un mensaje claro a una audiencia específica. (Sánchez & Rojas, 2021)

ERP (Enterprise Resource Planning): Sistema de planificación de recursos empresariales que integra distintas áreas operativas de una organización, como ventas, finanzas, producción y logística, en una sola plataforma tecnológica. (Monk & Wagner, 2012)

Etiqueta autoadhesiva: Producto impreso sobre un material con adhesivo sensible a la presión, utilizado para identificación, promoción o información de un artículo. (Smith, 2020)

Impresión digital: Tecnología que permite imprimir directamente desde un archivo digital a un soporte físico, sin necesidad de planchas, y es ideal para tirajes cortos y personalizados. (Gupta, 2020)

Impresión UV: Técnica de impresión digital que utiliza tintas curables mediante luz ultravioleta. Permite imprimir sobre materiales no porosos como acrílico, vidrio o vinilo con alta calidad y resistencia. (Gupta, 2020)

Laminado: Proceso mediante el cual se recubre una superficie impresa con una película plástica para protegerla, aumentar su durabilidad y/o aportar un acabado estético. (HP, 2023)

Marketing visual: Estrategia de mercadotecnia que utiliza recursos gráficos, colores y diseño para captar la atención del consumidor y generar impacto emocional. (Kotler & Keller, 2016)

Material holográfico: Sustrato decorativo que incorpora patrones tridimensionales de luz generando efectos visuales llamativos. Es utilizado en etiquetas, empaques y decoración. (Avery Dennison, 2022)

Material metalizado: Película plástica recubierta con una fina capa de metal que proporciona un acabado brillante. Usado en etiquetas, empaques o papelería para generar valor visual. (HP, 2023)

Pedido personalizado: Orden que se realiza bajo requerimientos específicos del cliente, ajustando diseño, materiales o cantidades según sus necesidades. (Gupta, 2020)

Trazabilidad: Capacidad de seguir el historial, la aplicación o la localización de un producto o proceso, a lo largo de las distintas etapas de su producción o manejo. (ISO 9001:2015)

4.5. Anexos



Ilustración 8: Bobina Flexografía

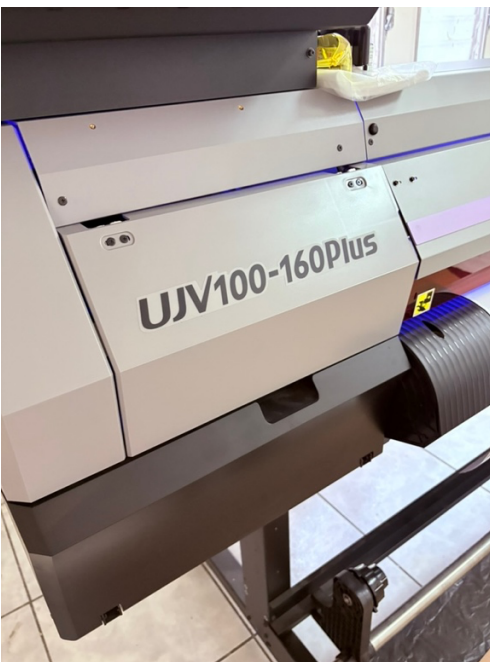


Ilustración 9: Mimaki Maquina UV

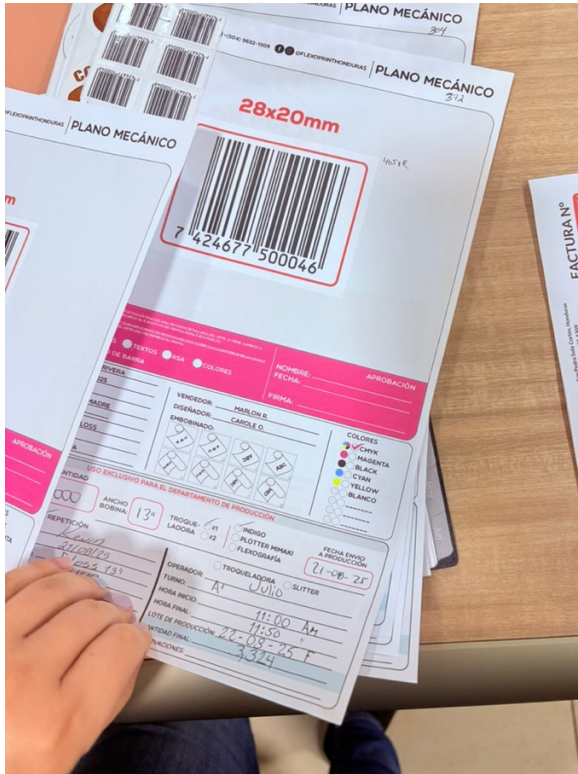


Ilustración 10: Bocetos para Facturación



Ilustración 11: Inventariado de Etiquetas



Ilustración 12: Logo Flexoprint