



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización. Chimaltenango, Guatemala.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación
Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Pablo David Pacheco Alquiay

Carné: 10003240

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización. Chimaltenango, Guatemala 2022.

Pablo David Pacheco Alquijay

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora general

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza

Secretario general

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

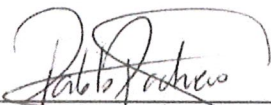
Guatemala 15 de abril de 2013

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

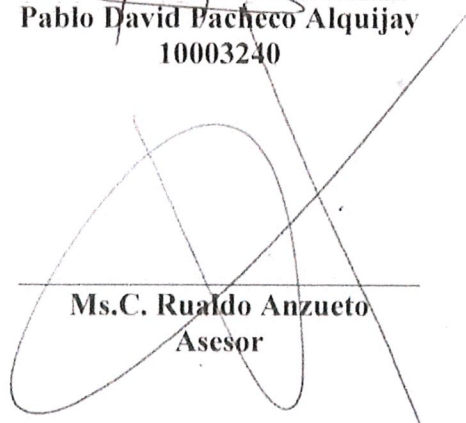
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA INFORMAR A LOS COLABORADORES DE PRIMER INGRESO DE LA EMPRESA VISIONFUND GUATEMALA, S.A. ACERCA DEL REGLAMENTO DE LA ORGANIZACIÓN, CHIMALTENANGO, GUATEMALA.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Pablo David Pacheco Alquiay
10003240



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor

Pablo David Padro Alquiay

10003240

23-06-2025

Pablo Padro



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2013

Señor:
Pablo David Pacheco Alquijay
Presente

Estimado Señor Pacheco:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA INFORMAR A LOS COLABORADORES DE PRIMER INGRESO DE LA EMPRESA VISIONFUND GUATEMALA, S.A. ACERCA DEL REGLAMENTO DE LA ORGANIZACIÓN. CHIMALTENANGO, GUATEMALA.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Pablo David Pacheco Alquijay

10003240

23-06-2025

A stylized handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pablo Pacheco'.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 16 de septiembre de 2022

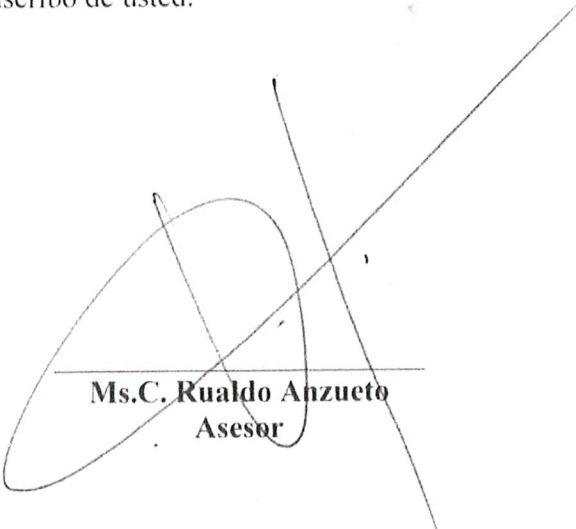
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA INFORMAR A LOS COLABORADORES DE PRIMER INGRESO DE LA EMPRESA VISIONFUND GUATEMALA, S.A. ACERCA DEL REGLAMENTO DE LA ORGANIZACIÓN. CHIMALTENANGO, GUATEMALA.** Presentado por el estudiante: Pablo David Pacheco Alquijay, con número de carné: 10003240, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,


Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor

Pablo David Pacheco Alquijay

10003240

23-06-2025

~~Pablo Pacheco~~



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de abril de 2025

Señor
Pablo David Pacheco Alquiay
Presente

Estimado Señor Pacheco:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Pablo David Pacheco Alquizar

10003240

23-06-2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pablo Pacheco', with a horizontal line drawn through it.

Ciudad de Guatemala, 18 de junio de 2025.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA INFORMAR A LOS COLABORADORES DE PRIMER INGRESO DE LA EMPRESA VISIONFUND GUATEMALA, S.A. ACERCA DEL REGLAMENTO DE LA ORGANIZACIÓN. CHIMALTENANGO, GUATEMALA.** Del estudiante Pablo David Pacheco Alquijay, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

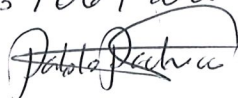
Asesor Lingüístico

Universidad Galileo

Pablo David Pacheco Alquijay

10003240

23/06/2025





Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 20 de junio de 2025.

Señor:
Pablo David Pacheco Alquijay
Presente

Estimado Señor Pacheco:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA INFORMAR A LOS COLABORADORES DE PRIMER INGRESO DE LA EMPRESA VISIONFUND GUATEMALA, S.A. ACERCA DEL REGLAMENTO DE LA ORGANIZACIÓN. CHIMALTENANGO, GUATEMALA.** Presentado por el estudiante: Pablo David Pacheco Alquijay, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Pablo David Pacheco Alquiay

10003240

23/06/2025

Pablo Pacheco

Dedicatoria

A Dios, por darme la vida y permitirme llegar a cumplir mis metas.

A mi familia, que siempre me apoyó en todo momento a pesar de las adversidades.

A mis compañeros de estudio, que siempre estuvieron ahí y que juntos recibimos el conocimiento que nos formó.

A mis catedráticos, que abrieron mi mente y dejaron la semilla del conocimiento que hoy germina y que me ayudará a desenvolverme en mi vida profesional.

A la Universidad, que me acogió en sus brazos y me dejó las herramientas necesarias para enfrentarme a un mundo cambiante.

A mi papá, que me enseñó entre tantas cosas con el ejemplo, muchos valores y a que a través del conocimiento se pueden lograr resultados extraordinarios, de muchas de sus frases, estudiar para la vida y no para un examen. A mi mamá incondicional quien siempre me ha demostrado que con trabajo constante se logran cumplir las metas.

Por último, a mis hermanos de quienes he aprendido de sus éxitos, logros y errores, y quienes me han apoyado incondicionalmente.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa VisionFund Guatemala S.A. se identificó que no cuenta con manual de inducción para la integración, cultura y el reglamento de comportamiento de los colaboradores de nuevo ingreso a la organización.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por colaboradores de primer ingreso a la organización y expertos en las áreas de comunicación y diseño. Con la finalidad de capacitar a los colaboradores dirigido a los colaboradores de primer ingreso, de la empresa VisionFund Guatemala S.A.

A partir de la estructuración de un marco teórico, las referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales de inducción. El desarrollo de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para la creación del manual y se recomendó a VisionFund Guatemala S.A. colocar el material a cargo del departamento de Gente & Cultura en la sección de capacitación para su correcta administración.

Para efectos legales únicamente el autor, PABLO DAVID PACHECO ALQUIJAY, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

1.1	Introducción	1
Capítulo II: Problemática		2
2.1	Contexto	2
2.1.1	Requerimiento de Comunicación y Diseño	3
2.2	Justificación	3
2.2.2	Vulnerabilidad.....	4
2.2.4	Factibilidad.	4
2.2.5	Recursos Humanos.....	4
2.2.6	Recursos Organizacionales.	5
2.2.7	Recursos Económicos.	5
Capítulo III: El objetivo general		6
3.1	Objetivo General	6
3.2	Objetivos específicos	6
Capítulo IV: Marco de referencia		7
4.1	Información general del cliente	7
4.2	FODA.....	8
Capítulo V: Definición del grupo objetivo		9
5.1	Perfil geográfico	9
5.2	Perfil demográfico	9
5.3	Perfil psicográfico	9
5.4	Perfil conductual	10
Capítulo VI: Marco teórico		11
6.1	Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	11
6.2	Principal teoría de comunicación	14
6.2.1	Teoría de la información	14
6.2.2	Comunicación Corporativa	14
6.3	Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	15
6.3.1	Concepto de diseño gráfico.	16
6.4	Principales teoría y elementos del diseño.....	16
6.4.1	Diseño gráfico editorial	16
6.4.2	Formato	16
6.4.3	Retícula.....	17

6.4.4	Tipografía.....	17
6.4.5	Color.....	17
6.4.6	Elementos gráficos	18
6.5	Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	18
6.5.1	Ciencias auxiliares.....	19
6.5.2	Semiología.....	19
6.5.3	Sociología.....	20
6.5.4	Antropología.....	20
6.5.5	Psicología	21
6.5.6	Psicología de la comunicación.	21
6.5.7	Psicología del color.	22
6.5.8	Psicología de la imagen.....	22
6.5.9	Pedagogía	23
6.5.10	Andragogía.....	23
6.5.11	Lingüística.....	24
6.5.12	Otra ciencia asociada y relevante para el proyecto.	25
6.5.13	Artes	25
6.5.14	Fotografía	26
6.5.15	Artes tipográficas	26
6.6	Teorías.....	27
6.6.1	Teoría del color	27
6.6.2	Teoría de la Gestalt	28
6.6.3	Tendencias.....	29
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....		31
7.1	Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	31
7.2	Conceptualización	32
7.3	Bocetaje.....	34
Capítulo VIII: Validación técnica.....		59
7.4	Población y muestreo.....	59
7.5	Método e instrumentos	60
7.6	Resultados e interpretación de resultados	64
7.7	Cambios en base a los resultados	73
Capítulo IX Propuesta gráfica final		73

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución	79
9.1 Plan de costos de elaboración.....	79
9.2 Plan de costos de producción.....	80
9.3 Plan de costos de reproducción	81
9.4 Plan de costos de distribución.....	81
Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones	83
10.1 Conclusiones.....	83
10.1.1 Recomendaciones.....	83
Capítulo XII Conocimiento general.....	72
10.2 Demostración de conocimientos.....	72
Capítulo XIII Referencias.....	86
11.1 Bibliografía.....	86
11.2 Biblio web	87
11.3 Diseño gráfico en el aula	88
11.4 E-grafía	90
Capítulo XIV: Anexos	91

Capítulo I

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

VisionFund Guatemala S.A. ha ofrecido a personas con unidad productiva propia sus servicios desde 1995. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con manual de inducción del reglamento de la organización para capacitar a los colaboradores de primer ingreso a la organización. Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca de la historia, fundación y reglamento de la organización.

Para crear el concepto creativo se usará el método de diagramación asimétrica y por medio de una de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

Este proyecto de llevará a cabo a través de un proceso de investigación, comunicación, diseño y validación. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un equipo de expertos. Se prevé cambios importantes que representen una mejora importante al implementar un producto de comunicación y diseño funcional para la organización.

Capitulo II

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

VisionFund Guatemala S.A. fue creada el año 2003 por Vision Mundial, orientada al apoyo de niños, su fundación se efectuó en 1950 por Bob Pearce en Estados Unidos como una organización de ayuda humanitaria, VisionFund viene a Guatemala en 1995 con el nombre de AGUDES (Asociación Guatemalteca para el Desarrollo) y en el año 2016 cambia su nombre a VisionFund Guatemala. S.A. Actualmente se dedica a microfinanzas para ayudar a las personas con potencial empresarial.

La organización carece de materiales gráficos para la capacitación de los nuevos colaboradores que ingresan a la institución, esto dificulta el aprendizaje del proceso de integración, las normas internas y cultura organizacional.

Se identificó la necesidad de contar con materiales gráficos como un manual de inducción que contenga toda la información requerida para la integración y las normas de comportamiento y cultura general de nuevos de sus colaboradores a la institución al facilitar a los capacitadores la enseñanza y proporcionar al personal un recurso de información rápida para consultas; como aporte de espera favorecer en los siguientes aspectos: Reducir los márgenes de error en los conocimientos necesarios de la cultura organizacional de la institución y contribuir al sentido de pertenecía de sus colaboradores con materiales y recursos gráficos más agradables que generan entusiasmo.

2.1.1 Requerimiento de Comunicación y Diseño

VisionFund Guatemala S.A. no cuenta con manual de inducción del reglamento de la organización para capacitar a los colaboradores de primer ingreso a la organización.

2.2 Justificación

Para sustentar el proyecto, las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

2.2.1 Magnitud. En la República de Guatemala habitan 17.4 millones de personas, y está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra Chimaltenango, que en la actualidad acoge a 98 mil habitantes. Dentro de la cabecera departamental existen 16 empresas aproximadamente dedicadas a la actividad de su empresa, y entre ellas, está VisionFund Guatemala S.A. que atiende aproximadamente a 7 mil de clientes reales.



Figura Núm. 1 Gráfica de magnitud realizada por Pablo David Pacheco Alquijay.

2.2.2 Vulnerabilidad. VisionFund Guatemala S.A. no cuentan con manuales de inducción para los colaboradores de primer ingreso, se perderá la oportunidad de inducir, informar y entrenar sobre el reglamento interno de la organización a nuevo personal.

Por lo tanto, de no diseñar un manual de inducción para los colaboradores de primer ingreso que contenga el reglamento interno; presenta problemas de comunicación interna, dificultad en mejoras de imagen organizacional y continuar generando descontento con sus propios colaboradores.

2.2.3 Trascendencia. Al contar con Diseño de manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización la empresa podrá mejorar el sentido de pertenencia de sus colaboradores de primer ingreso. Además, se establecerá una línea gráfica de comunicación interna y proporcionará material de apoyo para sus colaboradores.

2.2.4 Factibilidad. El proyecto Diseño de manual impreso tendrá como función informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.2.5 Recursos Humanos. VisionFund Guatemala S.A. cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.2.6 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de VisionFund Guatemala S.A.

autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.2.7 Recursos Económicos. VisionFund Guatemala S.A. dispone actualmente con los recursos necesarios para la impresión del manual de inducción del reglamento de la organización que posibilita la realización de este proyecto.

2.2.7 Recursos Tecnológicos. VisionFund Guatemala S.A. posee con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador tiene con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computadora portátil.
- Cámara fotográfica profesional.
- Software de edición de fotografías, diagramación y vectorización.
- Estabilizador de cámara.
- Equipo de iluminación.

Capitulo II

Capítulo III: El objetivo general

3.1 Objetivo General

Diseñar un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización.

3.2 Objetivos específicos

- 3.2.1** Recopilar toda la información necesaria de VisionFund Guatemala S.A. para la creación de un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa.
- 3.2.2** Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales de inducción para la creación de un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa.
- 3.2.3** Diagramar el contenido del manual de inducción para que sea fácil de leer y comprender.

Capitulo IV

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

VisionFund Guatemala, S.A. fue creada en Guatemala en 1995, inicialmente llamada como AGUDESA (Asociación Guatemalteca para el Desarrollo), en el año 2003 World Vision crea a VisionFund International como subsidiaria para el desarrollo de sus programas humanitarios, en el año 2016 AGUDESA pasa a ser parte de VisionFund International, mismo año en el que cambia de nombre a VisionFund Guatemala, S.A. y formar parte de la red de microfinancieras.

World Vision fue creada por Bob Pierce en 1950 como una organización de ayuda humanitaria, en el año 2003 crean a VisionFund International como subsidiaria para el desarrollo de sus programas de microfinanzas.

Actualmente ofrece créditos a personas con potencial empresarial para el desarrollo de ellos y sus familias, especialmente de los niños y niñas.

4.1.1. Misión Contribuir al desarrollo económico sostenible de las familias con potencial empresarial.

4.1.2 Visión Para cada niño y niña vida en toda su plenitud, nuestra oración para cada corazón, la voluntad de hacerlo posible.

4.2 FODA.



Figura No. 2 Tabla FODA

Capitulo V

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 18 a 30 años de edad, con un NSE D1, gustos por las microfinanzas, contabilidad, y tendencias a ser independientes con inclinaciones religiosas.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en zonas rurales y urbanas de los departamentos de Chimaltenango, Sacatepéquez, San Marcos, Escuintla y Guatemala. Trabaja en zonas rurales y urbanas de los mismos departamentos, transita por zonas del casco urbano y rural de difícil acceso vehicular.

Se entretiene en parques públicos y de accesos por beneficio gubernamental y en medios digitales de acceso gratuito o de bajo costo. Puntualmente, el proyecto se ubicará en el municipio de Chimaltenango, Chimaltenango, en las Oficinas Nacionales de VisionFund Guatemala, S.A., lugar en el que se realizan las capacitaciones a los colaboradores de primer ingreso a la organización.

5.2 Perfil demográfico

La organización está compuesta por mujeres y hombres de 18 a 30 años de edad. Con un NSE D1, y contempla las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018..

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, la familia, el gobierno de derecha, se reúne en organizaciones cristianas en su mayoría. Cree en el trabajo y en la diversión familiar, por lo que frecuenta parques públicos y de ingreso de bajo costo. Rechaza fiestas y consumo de bebidas

alcohólicas y acostumbra a hacer reuniones familiares, asistir a cultos religiosos y paseos a lugares turísticos.

5.4 Perfil conductual

El personal de la organización se muestra interesado y entusiasmado, propones contar con materiales similares o mejores que le ayuden a recibir una mejor capacitación. Reflejan asombro y antipatía porque la organización no cuenta con un material de este tipo por experiencias vividas o comentadas por otros colaboradores.

Capítulo VI

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

Fundación. Una fundación es un tipo de personalidad jurídica. La fundación se caracteriza por ser una organización que no posee ánimo de lucro, es decir, no genera beneficios. Además, sus ingresos o patrimonio se componen por las aportaciones que sus donantes o patronos conceden a la institución.

Estos donantes conforman el propio patronato de la fundación, obteniendo la distinción de patronos. Las funciones que desempeñan, además de cuidar del patrimonio, se establecen el objeto social de los estatutos de la fundación. Es decir, sus funciones están relacionadas con el fin por el que se creó la fundación.

- **Ayuda humanitaria** Como lo indica ACNUR (2019), la ayuda humanitaria es la que se brinda a la población víctima de un desplazamiento para garantizar el acceso a servicios básicos como alimentación, atención médica, agua o refugio. Las causas del desplazamiento pueden ser desastres naturales, guerras o conflictos armados. Son las llamadas emergencias humanitarias.
- **Subsidiaria** Según *Economipedia* (s.f.), una empresa subsidiaria es aquella que está controlada por otra compañía. A esta compañía se le denomina «matriz». Esto es debido a que, en la mayoría de los casos, esta controla una gran cantidad de acciones de la primera y se posiciona como dominante.
- **Microfinanzas** También llamado microcrédito, como su nombre indica, es un pequeño préstamo dirigido principalmente a personas con bajos ingresos económicos.

En los países emergentes no faltan iniciativas, sino dinero para crear una empresa. Con el fin de satisfacer las necesidades de esos clientes y de luchar contra la pobreza, las instituciones de microfinanzas (IMF) han creado servicios y productos financieros y no financieros.

Por lo tanto, las microfinanzas representan un medio para abrir el camino de la autonomía a las poblaciones más pobres. Las microfinanzas están presentes principalmente en los países emergentes y en desarrollo.

Todos los servicios financieros derivados de ellas han contribuido a mejorar notablemente las condiciones de vida de la población, sobre todo aumentando el índice de bancarización en algunos países. Estos servicios, que son factores de éxito de los objetivos de desarrollo sostenible, permiten, entre otras cosas, promover y aumentar el espíritu empresarial. (Economipedia, s.f.).

- **Unidad productiva** La unidad de producción es el conjunto de recursos materiales, incluyendo el factor humano, organizados con el fin de generar uno o más bienes o servicios. La unidad de producción consiste entonces en una serie de elementos, como instalaciones, herramientas y personal, que trabajan en equipo para desarrollar uno o varios productos. (Economipedia, s.f.).
- **Crédito** Un crédito es una operación de financiación donde una persona llamada ‘acreedor’ (normalmente una entidad financiera), presta una cierta cifra monetaria a otro, llamado ‘deudor’, quien a partir de ese momento, garantiza al acreedor que retornará esta cantidad solicitada en el tiempo previamente estipulado más una cantidad adicional, llamada ‘intereses’. (Economipedia, s.f.).
- **Destinos de los créditos** VisionFund Guatemala y todas las microfinancieras que pertenecen a la red de VisionFund International aprueban créditos a personas con unidades productivas

de los sectores de agricultura, manufactura, servicios y comercio para asegurar el buen uso del producto para que los clientes se vean impactados satisfactoriamente. (VisionFund Guatemala, s.f.).

Expansión de VisionFund Guatemala. Las proyecciones de la organización son expandir su cobertura territorial para impactar de forma positiva a más personas especialmente a niños y niñas para que tengan una vida plena. Cuenta actualmente con once agencias, se espera que se concluya el 2023 con catorce agencias.

- Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño
- Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.
- Concepto de comunicación escrita. Es aquella que, en el momento de iniciarse, emisor y receptor no tienen necesariamente que coincidir en el espacio y en el tiempo.

Al no haber ocasión de retroalimentación inmediata, ni tampoco posibilidad de contar con la comunicación no verbal, el emisor ha de prestar especial atención al redactar el mensaje (el documento escrito), para que el receptor (el lector) lo comprenda con el sentido que quiso darle el emisor.

Esquema de comunicación. Se presenta la junta directiva conformada por los Gerentes Generales y de los departamentos que conforman la organización como los emisores de la información que los colaboradores de primer ingreso deben recibir quienes serán los receptores.

El mensaje se transmitirá en medio escrito con contenido sintetizado de la información que todo colaborador de nuevo ingreso debe conocer para la buena ejecución de su labor diaria y su permanencia en la organización.

6.2 Principal teoría de comunicación

6.2.1 Teoría de la información

La teoría de la información es una representación matemática de las condiciones y parámetros que involucran la transmisión y el procesamiento de la información. Se deriva de los planteamientos originales de Claude E. Shannon, publicados en el *BeU System Technical Journal* en 1948.

En un sentido muy general, la información es interpretada como los mensajes que proveen los medios estándares de comunicación, tales como el telégrafo, la radio o la televisión, y las señales involucradas en los computadores electrónicos, los sistemas de servomecanismo (o de autorregulación) y otros dispositivos y aditamentos para el procesamiento de datos.

La teoría de la información también se aplica a las señales que aparecen en los sistemas nerviosos y neuronales del ser humano y de todos los organismos vivos. Los signos y señales no deben tener un significado en el sentido ordinario (Enc Brit 1993a).

6.2.2 Comunicación Corporativa

La comunicación corporativa es un proceso que establece una organización y consiste en transmitir información y conocer la respuesta de la audiencia receptora del mensaje. Para eso, desarrolla acciones que permiten conectar a la organización con las personas que la integran (comunicación interna) o con un público externo (comunicación externa) con el objetivo de mejorar la relación entre ellos.

La comunicación corporativa es una de las herramientas estratégicas que permiten a una empresa, por ejemplo, alcanzar un buen posicionamiento en el mercado o mejorar la relación entre sus integrantes.

A medida que la organización crece y aumenta la cantidad de empleados y de clientes, resulta cada vez más importante implementar una buena gestión comunicacional, teniendo en cuenta los objetivos de la empresa, el clima organizacional y los imprevistos o situaciones de crisis que puedan ocurrir en el entorno y que impactan en la organización.

6.3 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

Concepto de diseño. Del italiano diseño, la palabra diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

El concepto de diseño suele utilizarse en el contexto de las artes, la arquitectura, la ingeniería y otras disciplinas. El momento del diseño implica una representación mental y la posterior plasmación de dicha idea en algún formato gráfico (visual) para exhibir cómo será la obra que se planea realizar. El diseño, por lo tanto, puede incluir un dibujo o trazado que anticipe las características de la obra.

Al diseñar, la persona no sólo tiene en cuenta aspectos estéticos, sino también cuestiones funcionales y técnicas. Esto exige a los diseñadores estudios, investigaciones y tareas de modelado que le permitan encontrar la mejor manera de desarrollar el objeto que pretenden crear. (Diseño y Elaboración de Maquetas en Arquitectura, 2024).

6.3.1 Concepto de diseño gráfico.

El Diseño Gráfico es una forma de pensamiento. Es el desarrollo consciente de la capacidad, ontológica, del ser humano, de crear un universo de signos, símbolos y señales. Y es la posibilidad de producción de cambios sociales, antes que un emergente de ellos». Alfredo Yantorno en el artículo Profesor... ¿qué es el diseño?.

6.4 Principales teoría y elementos del diseño

6.4.1 Diseño gráfico editorial

Es la rama del diseño gráfico que se dedica al diseño y la composición de publicaciones como revistas, periódicos y libros. Es una rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de diferentes piezas, como libros, revistas, periódicos, fanzines, catálogos, etc.

6.4.2 Formato

Refiere a la manifestación física de la publicación, y hoy también a los distintos tipos de archivos digitales. Si, se trata de publicaciones impresas se debe evaluar cuál es el formato más adecuado para una revista o para un libro. Por ejemplo, raramente encontraremos una novela impresa apaisada y en tamaño A4; tampoco un informe de empresa en tamaño bolsillo.

Si hablamos de formatos digitales habrá que evaluar si un PDF es más accesible para un determinado público que una publicación hecha como apps o en HTML.

6.4.3 Retícula

Todas las publicaciones deben tener una organización interna que les dé coherencia. Aunque imperceptible y casi invisible, la retícula subyace estructurando el contenido y conformando la caja tipográfica del libro.

La retícula es la base para la diagramación, y ordena y equilibra la composición de las páginas. La retícula ubica y contiene a todos los elementos dentro de las páginas. Hasta la revista más transgresora tiene una retícula sobre la que se asientan sus textos e imágenes.

Las retículas más elaboradas son las de los libros complejos, las revistas y los periódicos. Por el contrario, la retícula de una novela es más sencilla que la de un libro de texto o técnica.

6.4.4 Tipografía.

Es la estrella de cualquier tipo de publicación y de las piezas gráficas. Gracias a ella las ideas reciben una forma visual mediante las fuentes o fuentes tipográficas.

La tipografía encuentra su máxima expresión en el texto, en los caracteres de los párrafos. También pueden hacerse composiciones artísticas, sobre todo en las cubiertas de los libros y las portadas de las revistas.

La selección de las fuentes o familia de fuentes para una publicación está determinada por el público al que se dirige. Pero también por el mensaje que se desea expresar y el formato del libro, además de la tradición tipográfica.

6.4.5 Color

El color “aporta variedad, provoca sensaciones y añade dimensión espacial”, dice David Dabner en Diseño, maquetación y composición (Blume, 2008).

Los colores determinan en gran parte cómo percibimos una publicación y su mensaje. Hay colores que se perciben como fríos y otros como calientes; también algunos parecen alejarse y otros acercarse.

El color es un factor clave en el diseño de revistas, periódicos, catálogos, piezas digitales y libros complejos. Adquiere gran relevancia en libros prácticos, de referencia, enciclopedias, catálogos.

En el caso de novelas y antologías, y algunos ensayos y biografías, su presencia se reduce a las cubiertas.

6.4.6 Elementos gráficos

La gran mayoría de la bibliografía hace referencia a las imágenes, existen muchos otros elementos además de ellas.

Los diseñadores también deben trabajar con tablas, gráficas, figuras, iconos, mapas, dibujos, infografías, cronologías, ilustraciones y organigramas.

Todos estos elementos reciben diferentes aplicaciones tipográficas y cromáticas, además de un tratamiento especial del contenido. (Detipos PLUS, s.f.).

6.5 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

El Diseño Gráfico no es, en absoluto, una disciplina aislada, sino que su desarrollo y funciones son llevadas a cabo en colaboración con otras disciplinas; todas ellas guardan una estrecha relación en la que ambas partes resultan beneficiadas.

Se trata de una disciplina fundamentada en la creatividad, y como tal, hunde sus raíces en los fundamentos del arte (el uso de las formas, la luz, el color, las sombras, texturas, etcétera), con el fin de cumplir con una misión determinada: comunicar. Por tanto, el Diseño Gráfico abarca todo lo relativo a la comunicación audiovisual; se asocia a un concepto, pero nunca deja de lado su esencia, la creatividad, todo ello con el objetivo de lograr la mejor comunicación posible. (ESDi – Institut Universitari de Disseny i Art de Barcelona, s.f.).

6.5.1 Ciencias auxiliares

Una ciencia auxiliar es aquella que funciona como soporte de otra ciencia para que ésta cumpla con sus metas y objetivos. Se trata de disciplinas científicas que pueden complementar a una ciencia en ciertos casos específicos. (Definicion.de, 2021).

6.5.2 Semiología

La semiología o semiótica es la disciplina que se encarga del estudio de los signos, es decir, las ideas que asociamos en nuestra mente con diferentes elementos de la realidad. Los signos, en el proceso comunicativo, son utilizados por un emisor para transmitir un significado a un receptor.

Algunos sistemas de signos de la vida cotidiana son los idiomas, las señales de tránsito, las señales militares, el lenguaje de sordomudos, los signos matemáticos, los mensajes criptográficos, los símbolos de un Estado.

Para los estudiosos de la semiología, toda la realidad social se articula en sistemas de signos que forman una “semiosfera” o espacio simbólico en el cual transcurre la vida humana. Ferdinand De Saussure (1857-1913) propuso el término “semiología” para nombrar a la ciencia que estudia el uso de los signos en el seno de la vida social.

La función de la semiología es analizar los efectos que producen los signos sobre la sociedad. Esto la convierte en una herramienta muy poderosa para investigar el funcionamiento simbólico del poder, las representaciones de la industria cultural y la manera en que los medios influyen en nuestra percepción de lo que acontece en nuestra sociedad.

6.5.3 Sociología

La sociología es la ciencia social dedicada al estudio de las sociedades humanas: sus fenómenos colectivos, interacciones y procesos de cambio y de conservación, tomando en cuenta el contexto histórico y cultural en que se hallan insertas.

En su aproximación al fenómeno de la sociedad humana, la sociología emplea técnicas y métodos de investigación científica, provenientes de diversas disciplinas y áreas del saber, lo cual le brinda una perspectiva interdisciplinaria para el análisis y la interpretación. La investigación sociológica cuenta tanto con métodos cualitativos como cuantitativos.

La perspectiva sociológica es fundamental en la comprensión contemporánea de los procesos humanos. Siempre es generalizante: intenta formar una perspectiva amplia y compleja en torno a los hechos y dinámicas sociales. Por eso, es común que la sociología incursione en los campos de la economía, las ciencias políticas, la geografía, la educación, el derecho y la psicología. (UNAM, 2021).

6.5.4 Antropología

La antropología es el estudio del ser humano desde una perspectiva holística (integral), que toma en cuenta tanto sus rasgos más físicos y animales, como los que componen su cultura y su civilización. Su nombre proviene de los vocablos griegos *anthropos*, “hombre”, y *logos*, “conocimiento”, de modo que se la puede definir como el estudio de la humanidad.

La antropología es una ciencia muy cercana a otros campos del saber científico-social, como la sociología o la psicología, a los que acude a menudo en busca de herramientas. También se vincula con otras ciencias naturales, como la biología, ya que su abordaje de la humanidad es mucho más complejo y requiere de una mirada tanto social, como biologicista.

El objeto de estudio de la antropología es la humanidad como un todo. Dicho así, puede resultar un poco vago, ya que el fenómeno humano es infinitamente complejo, y depende siempre del modo en que lo encaremos. (Britannica Educación, 2023).

6.5.5 Psicología

La psicología es una ciencia social y una disciplina académica enfocadas en el análisis y la comprensión de la conducta humana y de los procesos mentales experimentados por individuos y por grupos sociales durante momentos y situaciones determinadas.

La psicología tiene un campo de estudio vasto, ya que se centra en la mente y la experiencia humanas, desde diversas perspectivas, corrientes y metodologías. Algunas de ellas son más próximas a las ciencias duras y al empleo del método científico, mientras que otras no lo consideran apropiado para el objeto de estudio, y prefieren construir métodos y abordajes propios.

Esta ciencia social se interesa por los procesos de la percepción, la motivación, la atención, la inteligencia, el aprendizaje, el pensamiento, la personalidad, el amor, la conciencia y la inconsciencia, pero también por las relaciones interpersonales y por el funcionamiento bioquímico del cerebro. (American Psychological Association, 2023).

6.5.6 Psicología de la comunicación.

La psicología de la comunicación es una conducta científica independiente, que se encarga de estudiar y analizar el proceso de comunicación a partir de los mecanismos

biopsicosociales, inconscientes y conscientes que lo conforman. Forma uno de los campos de estudio que ha logrado, en los últimos períodos, mayor utilidad y calidad para los expertos de las ciencias humanas.

Asimismo, la psicología de la comunicación inspecciona el valor mutuo entre un individuo y su medio social. Por lo tanto, esta ciencia investiga los rasgos sociales de la conducta y el trabajo mental. Para la gran mayoría de especialistas y estudiosos de la psicología de la comunicación, el padre de esta disciplina es el sociólogo francés Auguste Comte.

Un personaje que, proyectó lo que se dio en llamar moral positiva y que se centralizaba tanto en lo que era el papel del hombre en la humanidad y en la cultura como en lo que son los elementos biológicos del mismo en materia de conducta. (García, 2020).

6.5.7 Psicología del color.

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos.

Hay ciertos aspectos subjetivos en la psicología del color, por lo que no hay que olvidar que pueden existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas. A pesar de todo, hay ciertos principios aceptados que vamos a repasar en este artículo y que se aplican fundamentalmente a las sociedades occidentales. (Verywell Mind, 2023).

6.5.8 Psicología de la imagen

La Psicología de la Imagen es una corriente psicológica enmarcada en el pensamiento siloísta. ... La Psicología de la Imagen estudia psicología teórica descriptiva de la conciencia y del comportamiento; y también hace psicología práctica, utilizando para ello técnicas exploratorias y de trabajo sobre uno mismo.

Mediante la fotografía psicológica se puede transmitir, inspirar, generar y transportar emociones. El psicólogo lo realiza a través de la palabra, y el fotógrafo a través de la imagen, ambas profesiones surgen a partir de procesos revelando aspectos inconscientes, difíciles de acceder. (García, 2018).

6.5.9 Pedagogía

La pedagogía es la ciencia que estudia la educación. El objeto principal de su estudio es la educación como un fenómeno socio-cultural, por lo que existen conocimientos de otras ciencias que ayudan a comprender el concepto de educación, como por ejemplo, la historia, la psicología, la sociología, la política.

La pedagogía tiene la función de orientar las acciones educativas en base a ciertas prácticas, técnicas, principios y métodos. A lo largo de la historia, muchos han sido los pedagogos que se encargaron de plantear sus propias teorías sobre la pedagogía.

La pedagogía está asociada a otra ciencia denominada andragogía, encargada de formar a las personas como humanos permanentes, teniendo en cuenta sus vivencias y experiencias sociales y culturales. (Santamaría, 2022).

6.5.10 Andragogía

La Andragogía es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Etimológicamente la palabra adulto proviene de la voz latina adultos, que puede interpretarse como "ha crecido" luego de la etapa de la adolescencia.

El crecimiento biológico del ser humano llega en un momento determinado al alcanzar su máximo desarrollo en sus aspectos fisiológicos, morfológicos y orgánicos; sin embargo desde el punto de vista psico-social, el crecimiento del ser humano, a diferencia de otras especies, se manifiesta de manera ininterrumpida y permanente.

La Andragogía requiere reformular los conceptos que permitan reconocer las particularidades de los seres humanos en su edad adulta y la especificidad de sus procesos educativos propios de su etapa evolutiva.

La Andragogía requiere diseñar los lineamientos de una metodología didáctica adecuada para establecer procesos apropiados del proceso enseñanza-aprendizaje en el adulto. La Andragogía tiene un amplio espectro en el campo educativo, tanto en procesos educativos formales y no formales, presenciales y virtuales, tales como:

- Alfabetización de adultos
- Formación de Formadores, Docentes, Facilitadores de Aprendizaje
- Formación Formal en las aulas universitarias presenciales y virtuales
- Formación tecnológica
- Especializaciones en programas de cuarto nivel y programas ejecutivos de educación continua
- Formación “No formal” en programas de desarrollo personal y laboral, desarrollando el talento humano habilidades blandas y duras
- Encuentros de actualización profesional y científica
- Programas de desarrollo social y comunitario

(Knowmad Society, 2021).

6.5.11 Lingüística

La lingüística es la ciencia que estudia el lenguaje. Esto implica estudiar sus orígenes, su evolución, sus fundamentos y su estructura con el objetivo de comprender las dinámicas propias de las lenguas vivas (contemporáneas) y las muertas (las antiguas de las que éstas provienen).

De todos los sistemas creados por el ser humano, ninguno es tan complejo, vasto y potente como el lenguaje. Entre las muchas ciencias que estudian el lenguaje, se destacan:

- La filología. Se centra en el estudio histórico del lenguaje y su manifestación en textos escritos, principalmente filosóficos y literarios, y desde su aparición en el siglo XIX
- La lingüística. Está más orientada al lenguaje hablado y a los modos en que opera en cierto momento de la historia (aunque también estudia los textos escritos)

La lingüística es a la vez una disciplina científico-social y una rama de la psicología.

Esto se debe a que su objeto de estudio, el lenguaje, involucra dos tipos de procesos: una serie de procesos mentales (la adquisición de la lengua, su puesta en práctica, su vínculo con el pensamiento) y otros sociales (la evolución de la lengua, la pragmática, su rol en la formación identitaria). (RAE-ASALE, 2021).

6.5.12 Otra ciencia asociada y relevante para el proyecto.

6.5.13 Artes

Es actividad que requiere un aprendizaje y puede limitarse a una simple habilidad técnica o ampliarse hasta el punto de englobar la expresión de una visión particular del mundo. El término arte deriva del latín *ars*, que significa habilidad y hace referencia a la realización de acciones que requieren una especialización, como por ejemplo el arte de la jardinería o el arte de jugar al ajedrez.

Se ha dicho que todo arte es una ciencia y que toda ciencia implica un arte. A la ciencia corresponde observar, analizar, sintetizar, elaborar las leyes que han de regir determinado tipo de fenómenos; al arte compete elevar a la categoría de obras de arte los fenómenos

que la ciencia estudia. La ciencia se expresa en es, el arte dice sea; la ciencia conoce a través de la razón, el arte crea mediante el sentimiento. Sin embargo, a pesar del aparente abismo que separa el arte de la ciencia, existen infinidad de puntos de contacto.

6.5.14 Fotografía

Se llama fotografía a una técnica y a una forma de arte que consiste en capturar imágenes empleando para ello la luz, proyectándola y fijándose en forma de imágenes sobre un medio sensible (físico o digital).

Las imágenes obtenidas así también se denominan fotografías o fotos, y son el resultado de décadas de perfeccionamiento de la técnica y de los materiales fotosensibles, hasta lograr la calidad óptica de las cámaras modernas. Además, esta tecnología permitió el desarrollo y perfeccionamiento de otras semejantes, incluida la cinematografía.

6.5.15 Artes tipográficas

La palabra litografía proviene de dos términos griegos: “typos” que significa golpe, marca o forma, y “graphia” que significa cualidad de escribir.

Podemos definir la tipografía como “el arte de diseñar las letras”. Se denomina así a la disciplina que estudia la representación gráfica de las letras para que el lenguaje escrito sea efectivo.

Al mismo tiempo, denominamos también tipografía a la escritura con un conjunto de caracteres alfanuméricos, elaborados previamente y que cuentan con un estilo y una serie de características en común.

6.6 Teorías.

6.6.1 Teoría del color

Se conoce como Teoría del color a un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. Es un principio de gran importancia en el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la televisión, entre otras áreas visuales.

No existe una única Teoría del color, sin embargo, sino un conjunto de aproximaciones al color y a sus dinámicas. Muchas de ellas forman parte de la historia del arte o de la física (óptica), y poseen diferentes autores.

De acuerdo a este tipo de estudios del color, a cada uno se le pueden atribuir distintas propiedades, como son:

- **Matiz.** También llamado “croma”, alude al color en sí mismo, lo que nos permite distinguir un color de otro diferente.
- **Luminosidad.** También llamada “valor”, se refiere a la cantidad de luz presente en el color, o sea, si es más claro o más oscuro, lo que equivale a decir si está más cerca del negro o del blanco.
- **Saturación.** Básicamente se refiere a la pureza del color, o sea, la concentración de gris presente en un color en un momento determinado. Mientras más gris posea, menos puro será y menor será su saturación, viéndose como si estuviera sucio, opaco.

6.6.2 Teoría de la Gestalt

La Teoría o psicología de la Gestalt, fue un movimiento que se inició en la década de 1920 en Berlín, Alemania. Gestalt es una palabra alemana que significa patrón, figura o forma. Este movimiento buscaba encontrar un sentido a cómo nuestras mentes perciben las cosas como un todo, en lugar de individualmente cada elemento.

La corriente estudiaba cómo nuestra mente configura, mediante ciertas leyes o principios básicos, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales o de la memoria. Demostraron que nuestro cerebro siempre va a intentar simplificar y organizar imágenes complejas, porque está preparado para comprender mejor el mundo que nos rodea.

Teorías del recorrido visual.

Un punto muy importante es el recorrido visual, que se desarrolla a partir de la región óptima primaria (ángulo superior izquierdo), desde ahí la vista sigue una de las dos trayectorias siguientes: Lectura circular, en el sentido de las agujas del reloj; Lectura en Z, se divide la página en dos mitades horizontales (superior e inferior) y dos mitades verticales (izquierda y derecha).

Se considera que la parte superior tiene mayor valor que la inferior y que la izquierda tiene más valor que la derecha. Así la página divide la plana en cuadrantes, de los cuales el más importante será el superior izquierdo y el menos, el inferior derecho.

En consecuencia, según esta teoría la vista hace una lectura siguiendo el trazado de la letra zeta (Z). Aunque tradicionalmente se creía que el primer lugar donde se fijaba la vista era el ángulo superior derecho, ambas lecturas explicadas son teorías que conviven actualmente, donde se señala la zona de apertura de visión al ángulo superior izquierdo.

6.6.3 Tendencias

Equilibrio asimétrico, la composición se define como una distribución o disposición de todos los elementos que incluiremos en el diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada.

En un diseño, lo primero que se debe elegir son todos los elementos que aparecerán en él, luego debemos distribuirlos para colocarlos con el espacio disponible.

Los elementos pueden ser tanto imágenes, como espacios en blanco. Es muy importante tener en cuenta de qué forma situaremos estos elementos en nuestra composición, para que tengan un equilibrio formal y un peso igualado.

Un equilibrio es asimétrico cuando al dividir una composición en dos partes iguales, no existen las mismas dimensiones en tamaño, color, peso, pero existe un equilibrio entre dos elementos. En el equilibrio asimétrico, al ser desiguales los pesos a un lado y otro del eje, el efecto es variado.

La asimetría nos transmite agitación, tensión, dinamismo, alegría y vitalidad; en este tipo de equilibrio una masa grande cerca del centro se equilibra por otra pequeña alejada del aquel.

Tablero de tendencias



Figura Núm. 3 creado por Pablo David Pacheco Alquejay.

Capítulo VII

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Comunicación. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la comunicación, así como también las formas específicas de comunicación corporativa. Ya que la comunicación corporativa, influye en el grupo objetivo de manera positiva apegada a las conductas que se quieren establecer en los colaboradores.

Semiología Utilizando signos visuales facilitaremos la captación de la información que necesitamos transmitir a los colaboradores, siendo estos de fácil reconocimiento e interpretación.

Arte editorial Se aplicará diseño editorial a este proyecto porque establece normas que permiten una comunicación visual efectiva, atractiva para los colaboradores de primer ingreso.

Diseño Se utilizarán los colores corporativos para persuadir a los lectores logrando una comunicación visual directa que permita mayor concentración al momento de su lectura así mismo lograr impacto visual capaz de crear interés para quienes lo vean.

Diagramación Utilizando diagramación asimétrica lograremos un material gráfico dinámico, alegre y atractivo para los colaboradores de primer ingreso, despertando interés en leer su contenido.

Tipografía Se utiliza una tipografía estándar que cumple con los aspectos necesarios para una lectura fácil, clara y rápida.

Psicología del color El color institucional Naranja (Pantone 1505 C) se utilizará de manera dominante, ayudará a transmitir el entusiasmo de la organización así mismo apoya al interés de los colaboradores de primer ingreso.

Psicología de la imagen Utilizando fotografías que transmitan desarrollo y el apoyo que la organización da a sus clientes para que los colaboradores de primer ingreso se sumerjan en la visión y misión de la empresa.

Teoría de color En este manual se aplicará el contraste, intensidad y saturación del color para garantizar una impresión que impacte a los lectores, esto ayudará a persuadirlos.

Tendencia de diseños asimétricos

7.2 Conceptualización

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto de diseño del manual de inducción del reglamento de la organización y políticas de los productos financieros que ofrece actualmente.

Método. El método de equilibrio asimétrico

El método creativo “método de equilibrio asimétrico” fue creado en el Renacimiento, en el siglo XV, a partir del invento de la imprenta, y usada principalmente para maquetar y componer diferentes tipos de publicaciones (libros, periódicos, folletos, informes, blogs...) tanto en formato físico como digital

El método de equilibrio asimétrico, funciona de la siguiente forma: El proceso del diseño editorial con métodos de equilibrio asimétrico pasa fundamentalmente por 4 etapas generales: creación, edición, diseño y producción. Se debe llevar el siguiente esquema:

- Creación: Contenido de información, imágenes, fotos y gráficos que lo formarán.
- Edición: Maquetación, orden, simetría o asimetría como en el caso de este proyecto.
- Diseño: Detalles de forma de la información, en la que se define el diseño del contenido.
- Producción: En el caso de ser material impreso, el proceso de imprimir las cantidades necesarias.

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado.

Definición del concepto Para el proyecto de diseño del manual de inducción del reglamento de la organización y políticas de los productos financieros que ofrece actualmente VisionFund Guatemala, se aplicó la técnica de creatividad titulada método de equilibrio asimétrico. Se desarrollaron los siguientes pasos:

- Creación
- Edición
- Diseño
- Producción

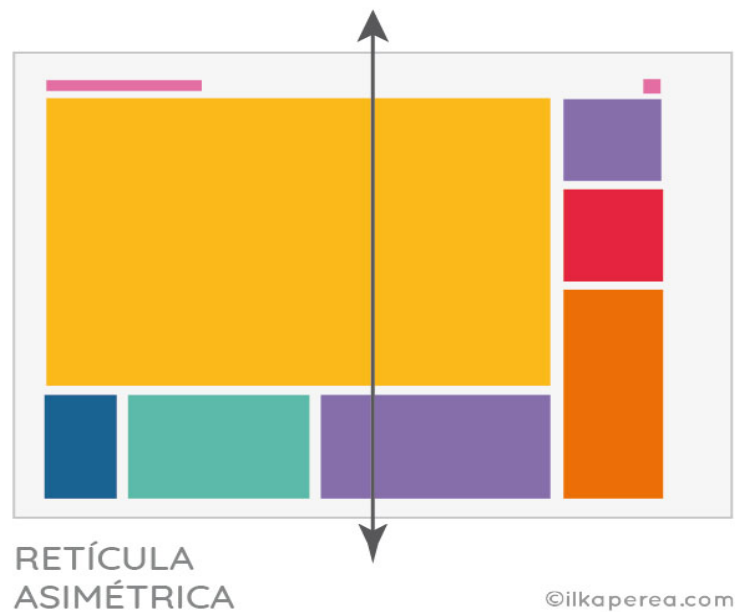


Figura Núm. 4 creado por Pablo David Pacheco Alquejay

}

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“Trabajar y colaborar día a día para el desarrollo”**.

De igual forma la frase funcionará como eslogan y se incluirá en el material presentado. Sin embargo, como la compañía ya cuenta con un eslogan, esta frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

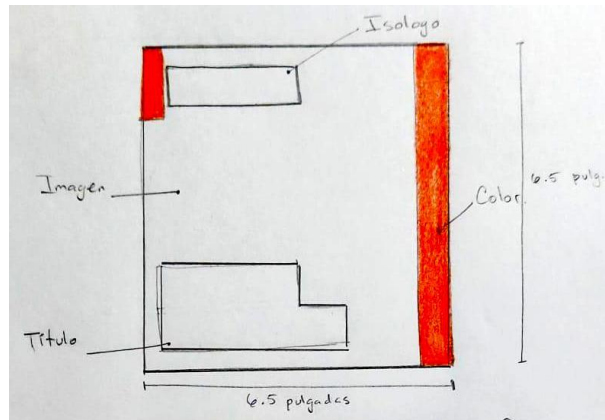
7.3 Bocetaje

Con base en la frase **“Trabajar y colaborar día a día para el desarrollo”** se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color Naranja Pantone 1505C como color principal.	Identificar a la empresa VisionFund Guatemala	Adobe Color: Elegir paleta de colores básica para aplicar en...	Entusiasmo y alegría.
Tipografía Familia Myriad Pro	Transmitir formalidad, tranquilidad y fluidez	Títulos en Negrita, Cuerpo en Regular y notas en Ligth	Dinamismo y seguridad
Fotografías	Transmitir desarrolló, emoción, bienestar	Fotografías a color primer plano	Alegría
Diagramación	Ritmo, movimiento	Asimétrico	Dinamismo
Elementos gráficos	Facilidad de interpretación	Iconos	Alegría y entusiasmo.

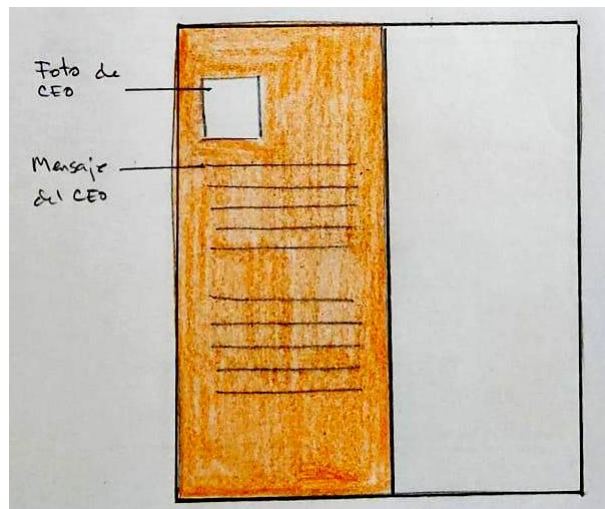
Bocetaje.

Boceto inicial de portada



En la portada del manual se pretende integrar representativos de la organización, fotografía que represente el desarrollo de unos de los clientes, título del manual y color institucional.

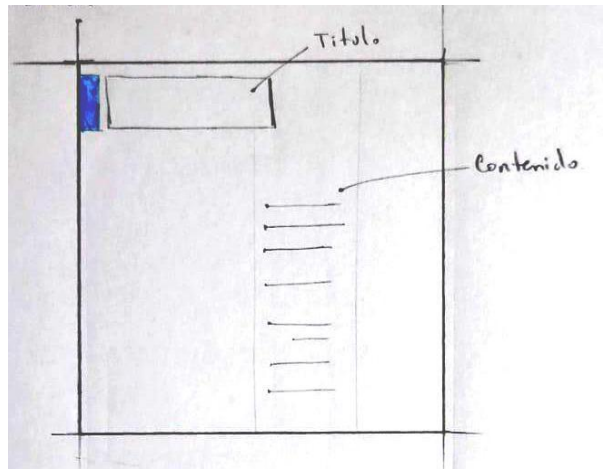
Boceto de retiro de la portada



En este espacio se incorpora un mensaje del CEO de la organización incluyendo una

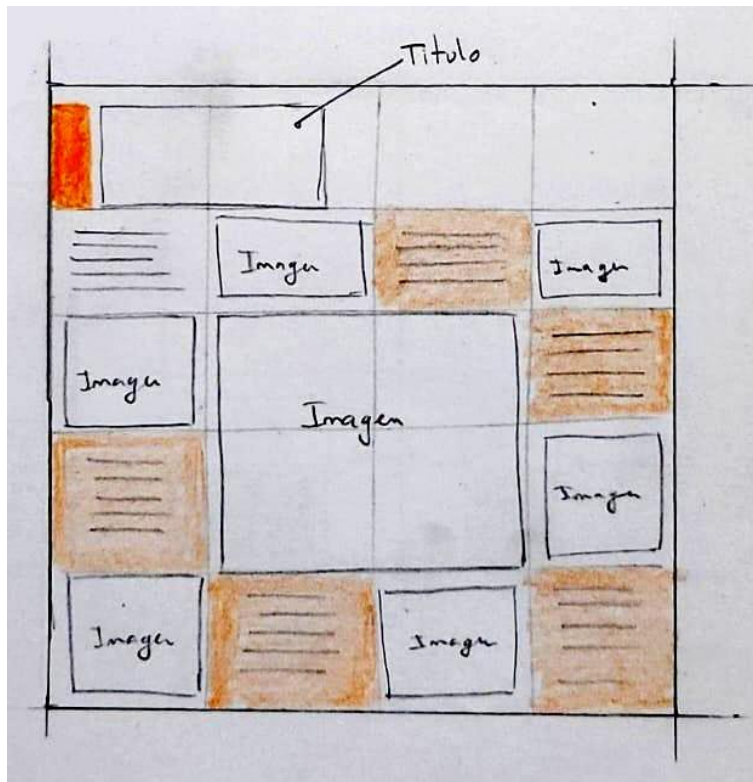
fotografía.

Boceto del contenido del manual

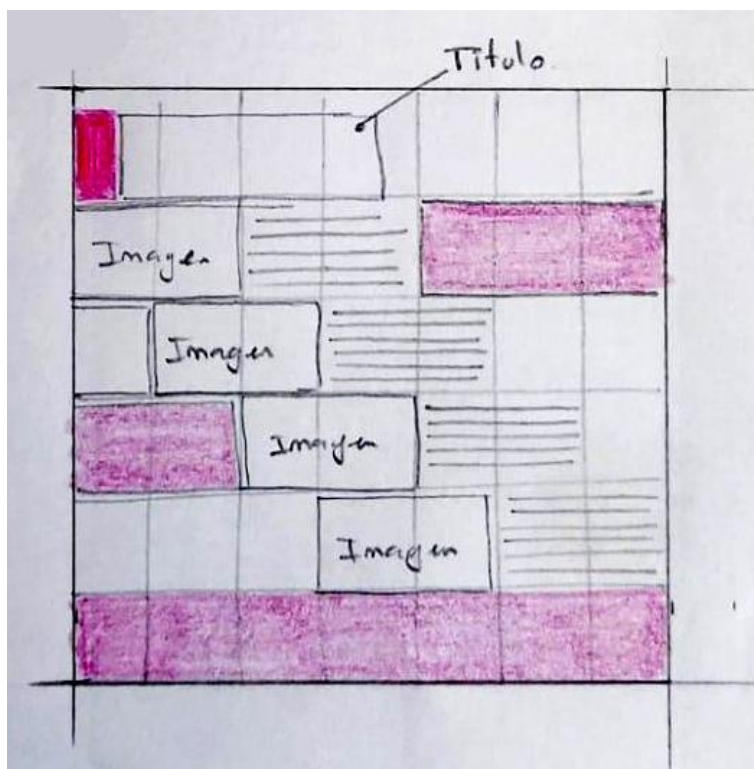


Incorporando colores secundarios de la organización, y texto espacioso.

Boceto de página de contenido Historia de Jade Blanco.

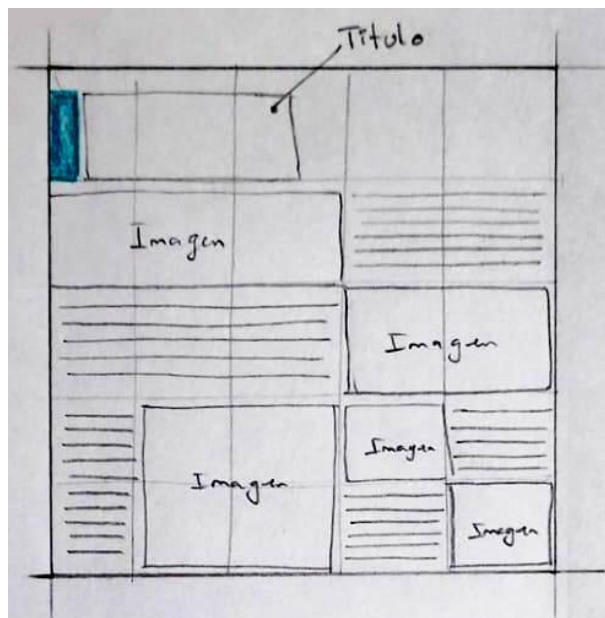


Diagramación asimétrica del contenido, imágenes y color institucional

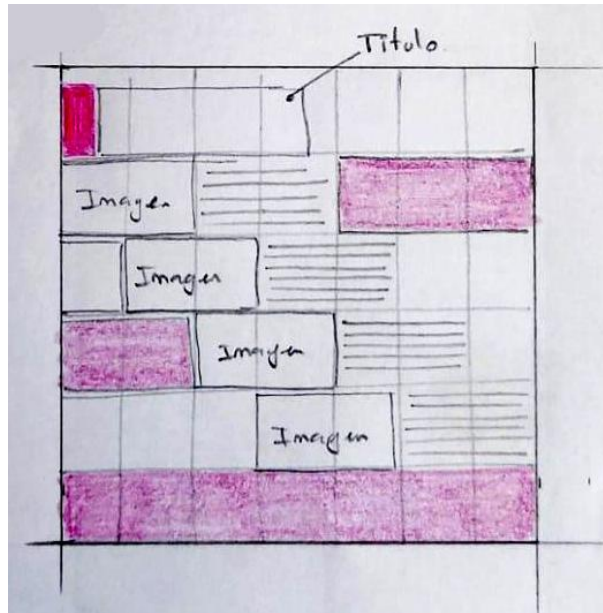


Diagramación asimétrica del contenido, imágenes y color institucional

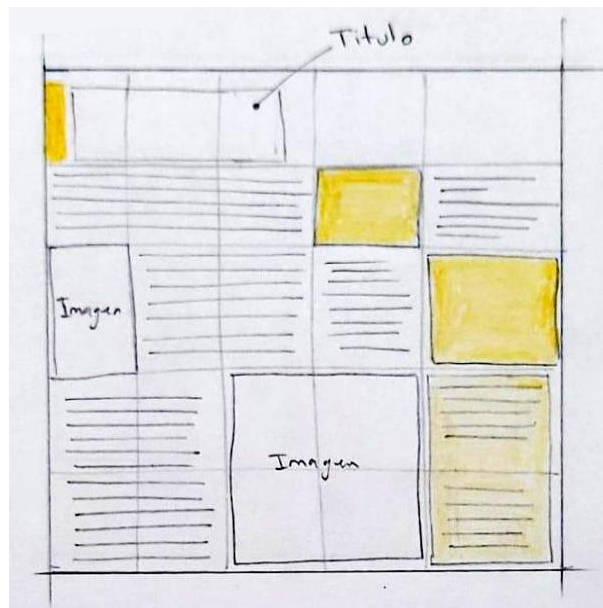
Boceto de página de Información de World Vision y programas de ayuda humanitaria.



Diagramación asimétrica utilizando color secundario de la organización. Boceto natural de página de información de Diagramación asimétrica utilizando color secundario.

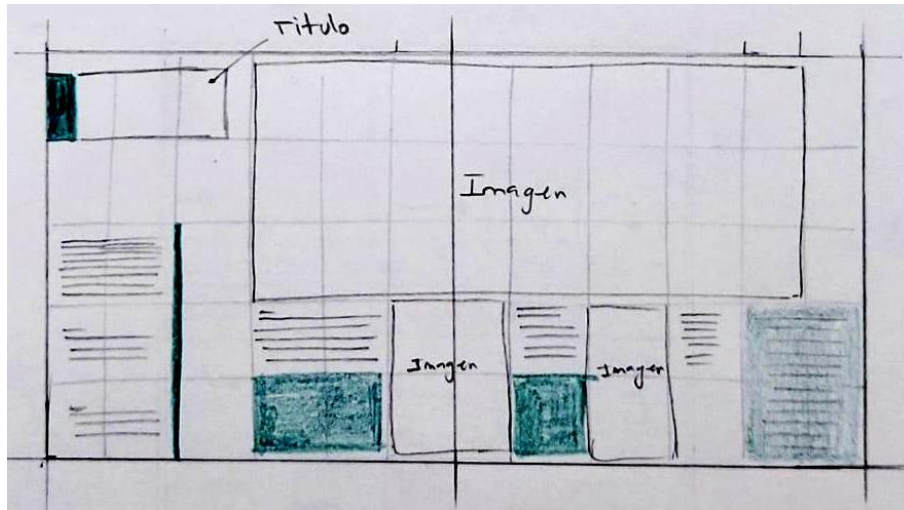


Boceto de página con información de VisionFund International

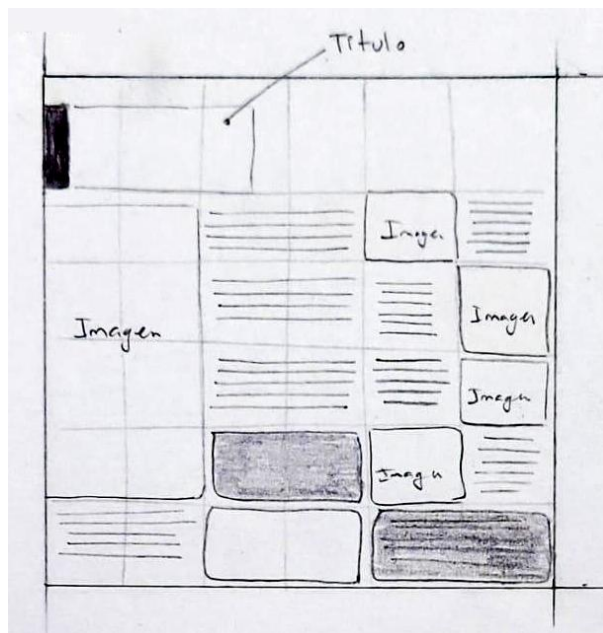


Diagramación asimétrica combinación de imágenes y texto y color secundario

Boceto de páginas de presencia de la organización en el mundo. Diagramación asimétrica, utilizando dos páginas corridas, combinando imágenes, texto y color secundario.

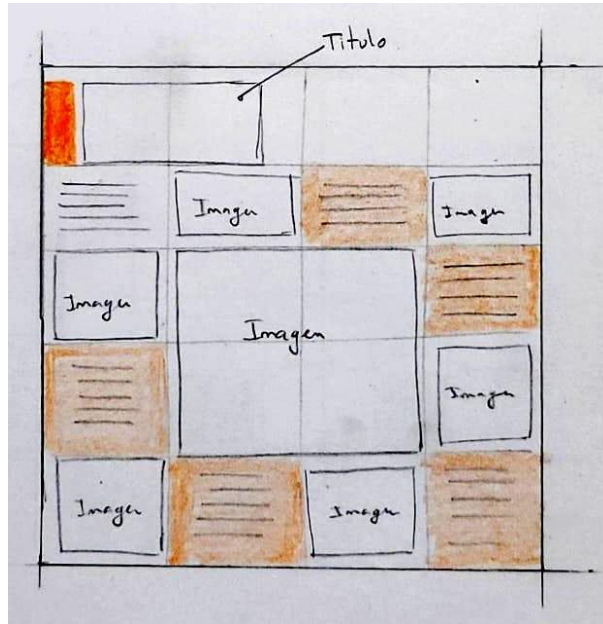


Boceto de página con información de VisionFund Guatemala



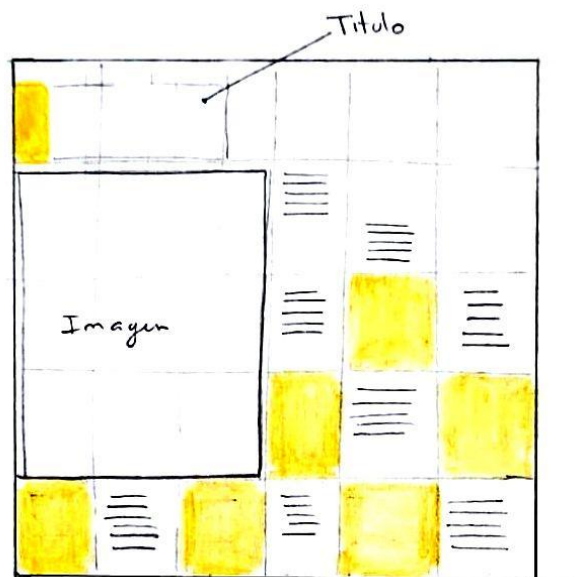
Diagramación asimétrica con explicación de la organización.

Boceto de página con logo



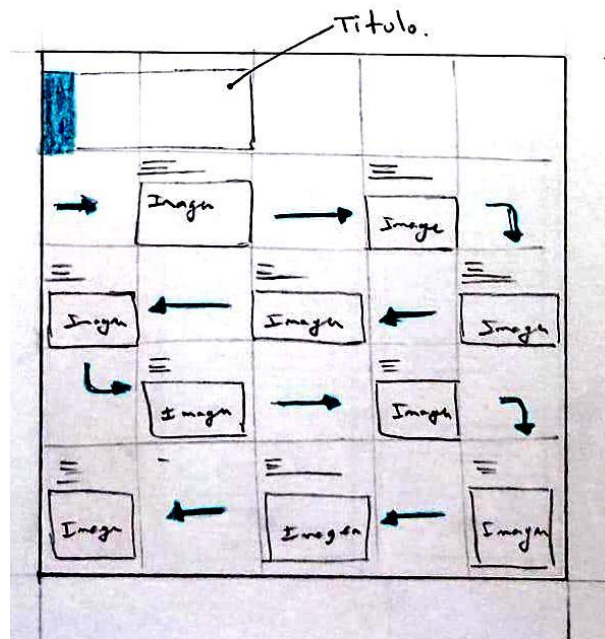
Diagramación asimétrica con explicación del logo de la organización.

Boceto de página con Presencia de VisionFund en Guatemala



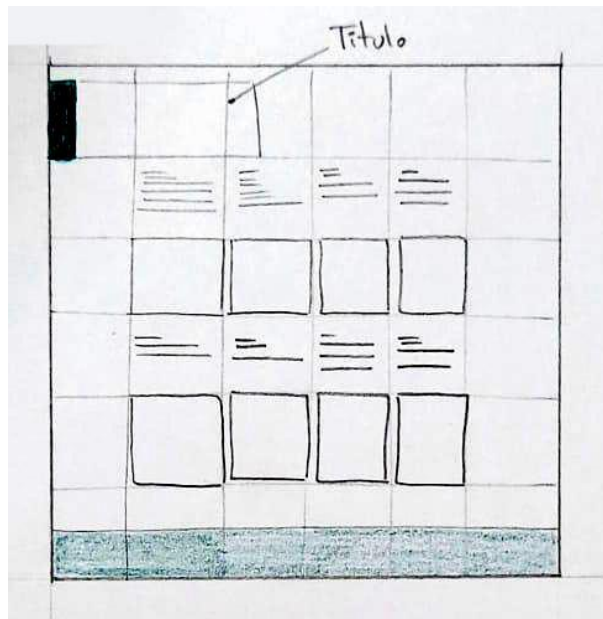
Diagramación asimétrica combinada con color secundario.

Página con línea del tiempo



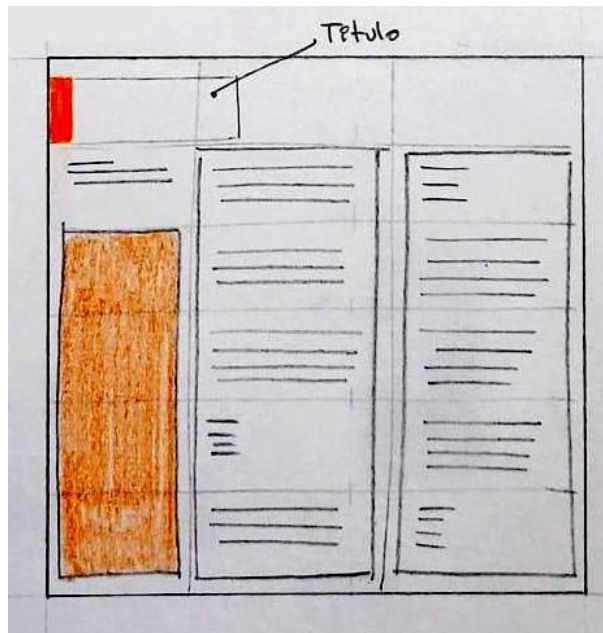
Boceto asimétrico en la que se expresa la línea del tiempo de la organización, combinado con color secundario.

Página de Productos Financieros



Diagramación asimétrica con información de los productos financieros que ofrece la organización.

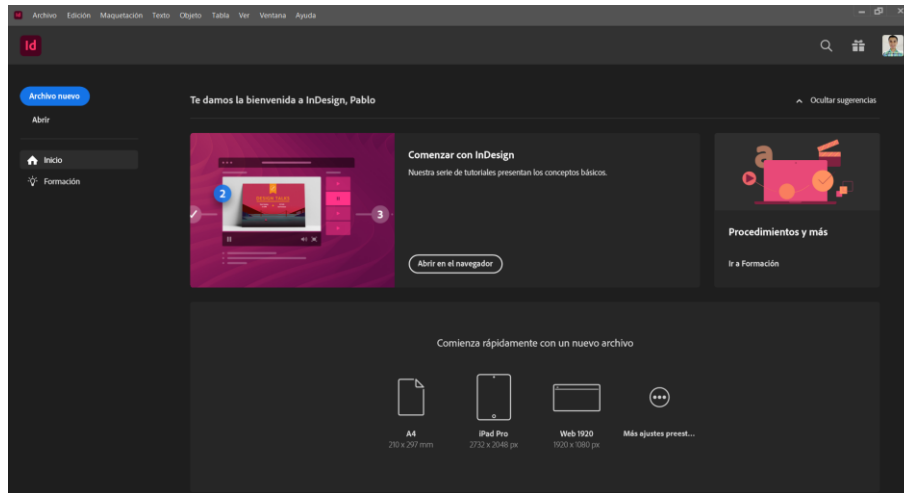
Páginas con reglamento



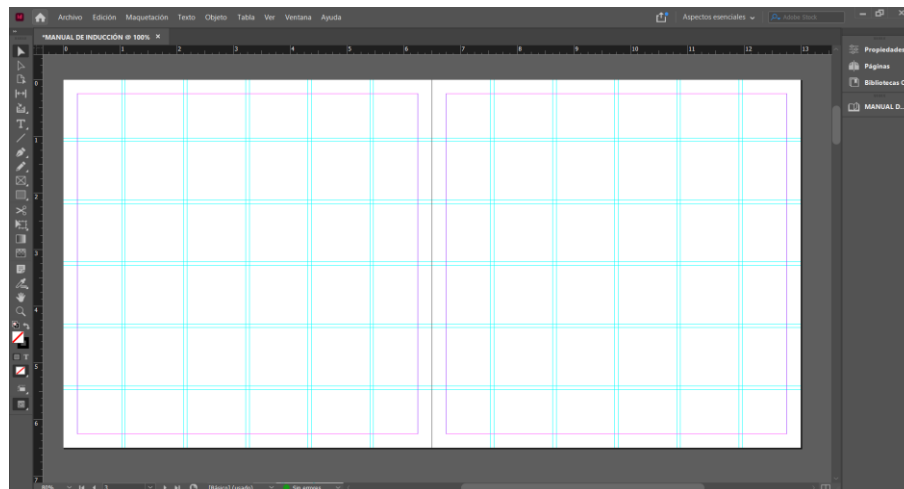
Diagramación asimétrica con información del reglamento de la organización.

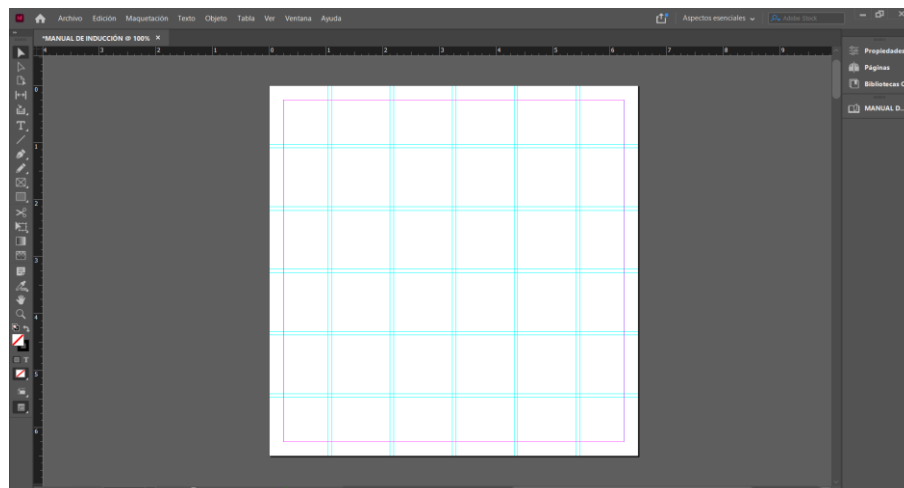
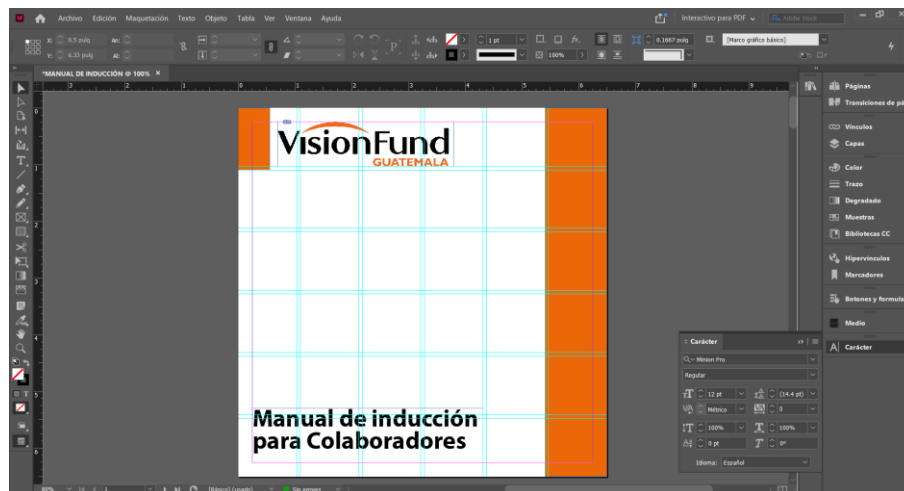
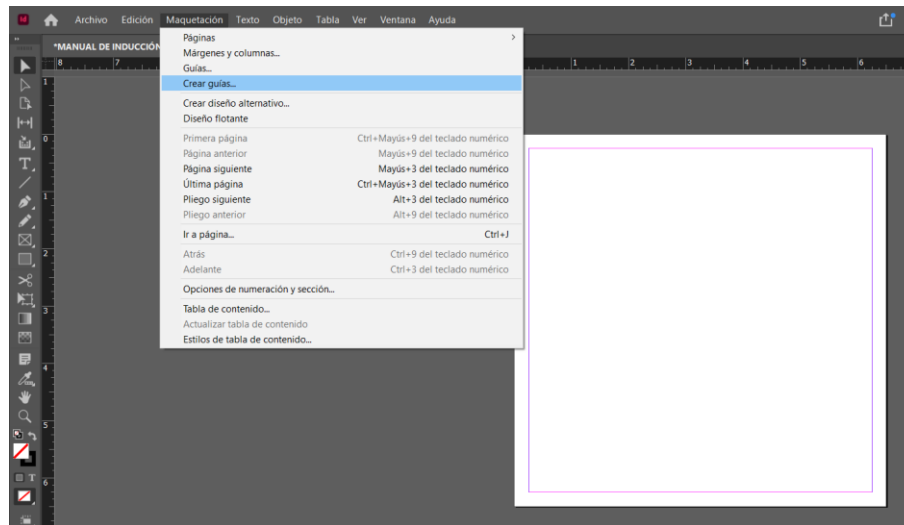
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

Creación de documento digital en programas de diseño.



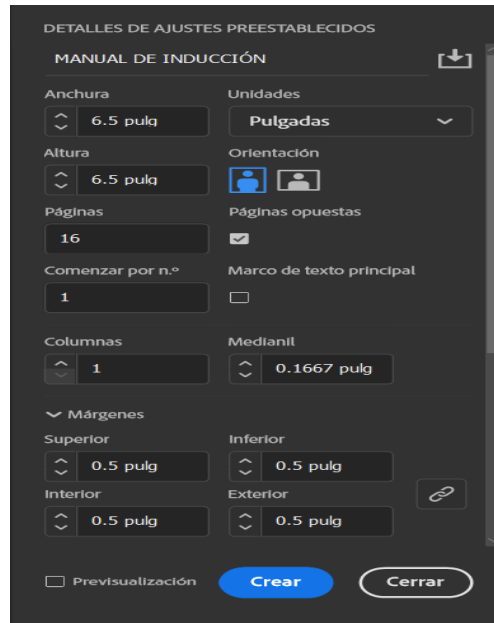
Utilizará Adobe Indesing para diagramación, con ayuda de Adobe Illustrator para crear contenido gráfico.





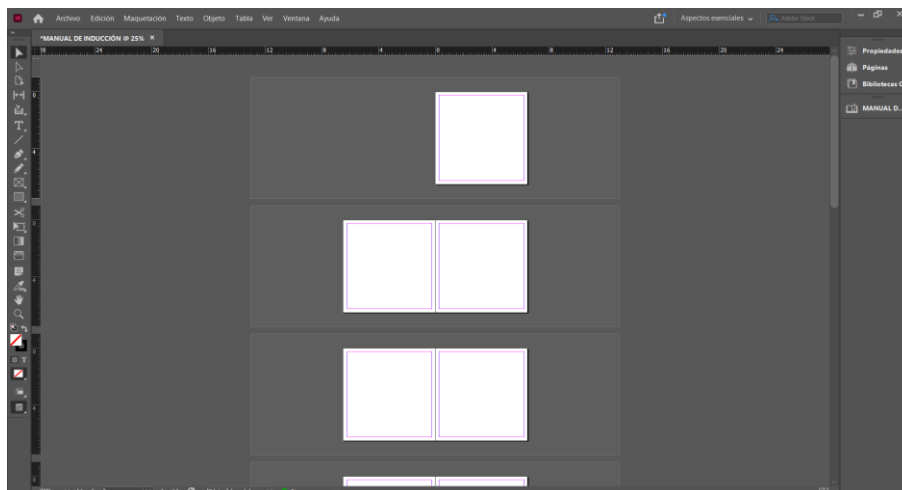
Utilizaremos Adobe Indesign para diagramación, con ayuda de Adobe Illustrator para crear contenido gráfico.

Nombre y medidas



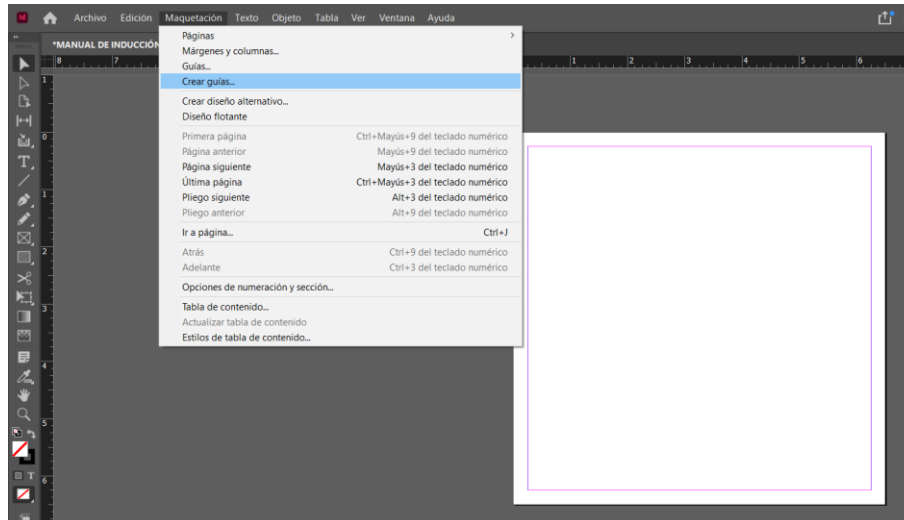
Establecemos el nombre del documento digital del proyecto y las medidas que se propusieron en el proceso de bocetaje.

Revisión de documento



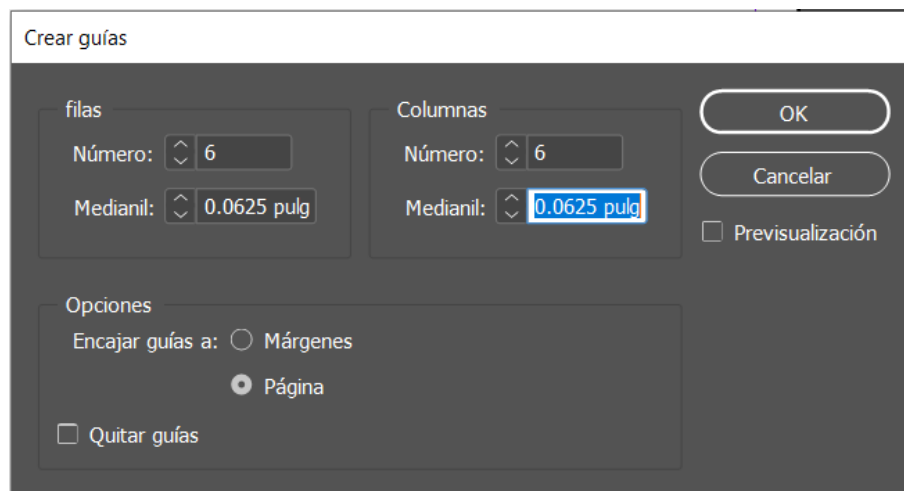
Verificar que el documento se haya creado correctamente.

Líneas guía de diagramación

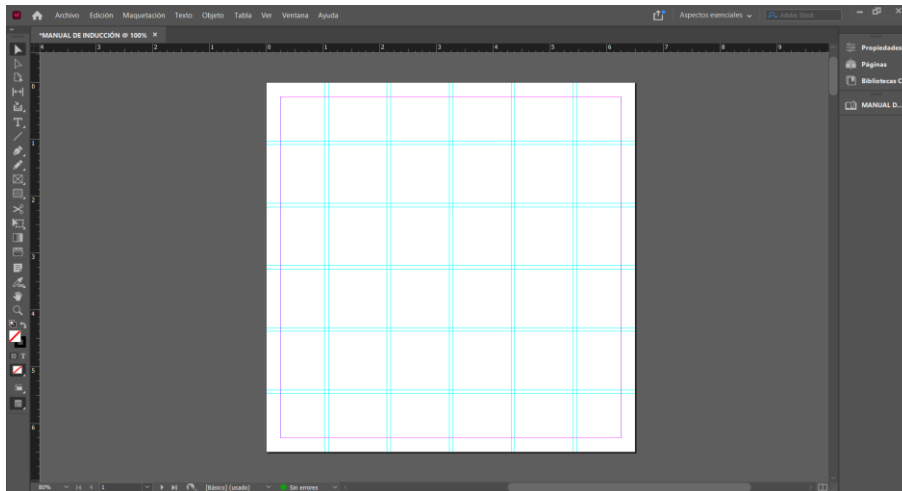


Establecer las líneas guías que se propusieron en el bocetaje,

Cuadro de diálogo de líneas guías.

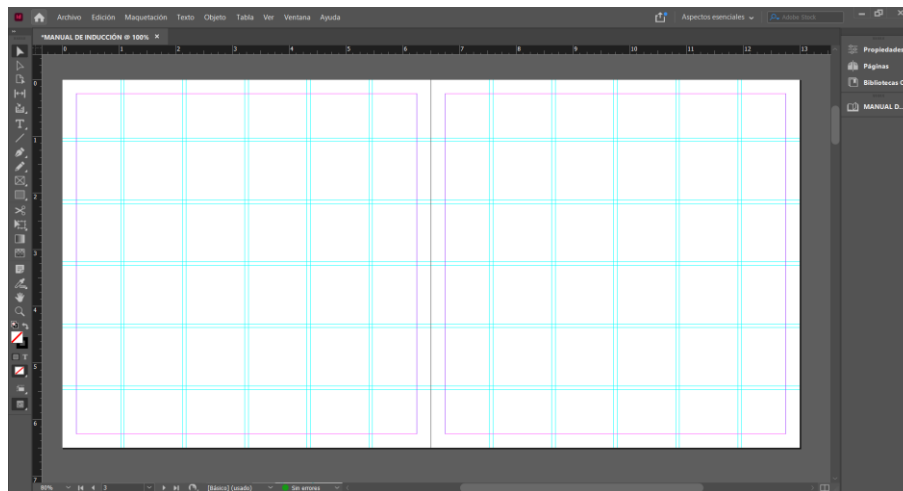


Se ajustan las guías y los espacios entre cada módulo.



Visualización de líneas guías de diagramación.

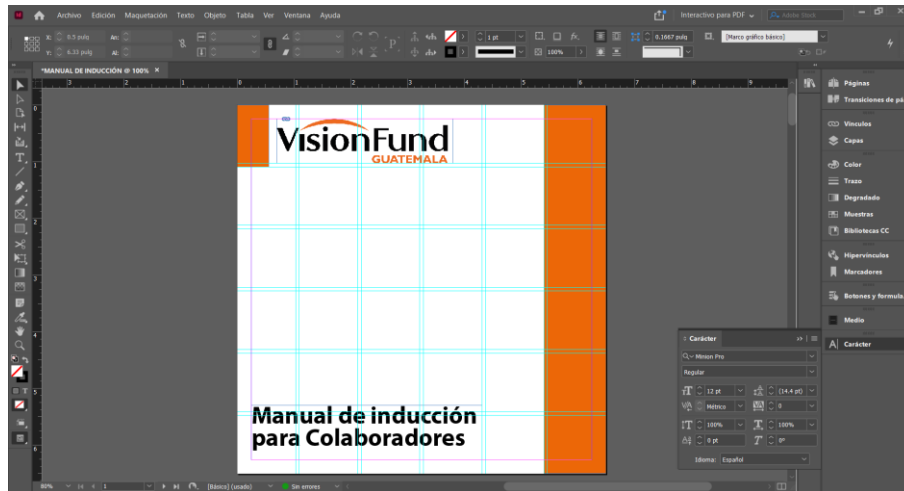
Visualización de las líneas.



Replicar guías en todo el documento.

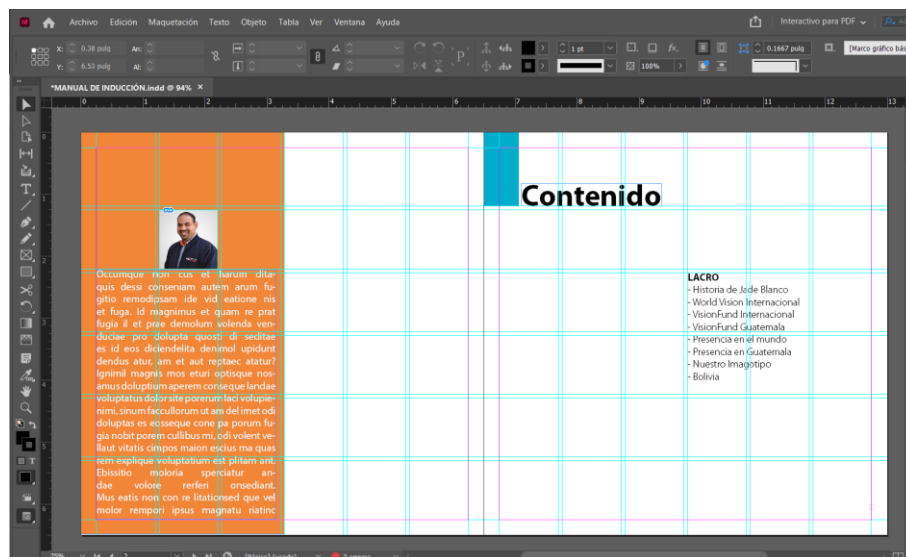
Visualización de líneas guía en todo el documento.

Diseño de portada



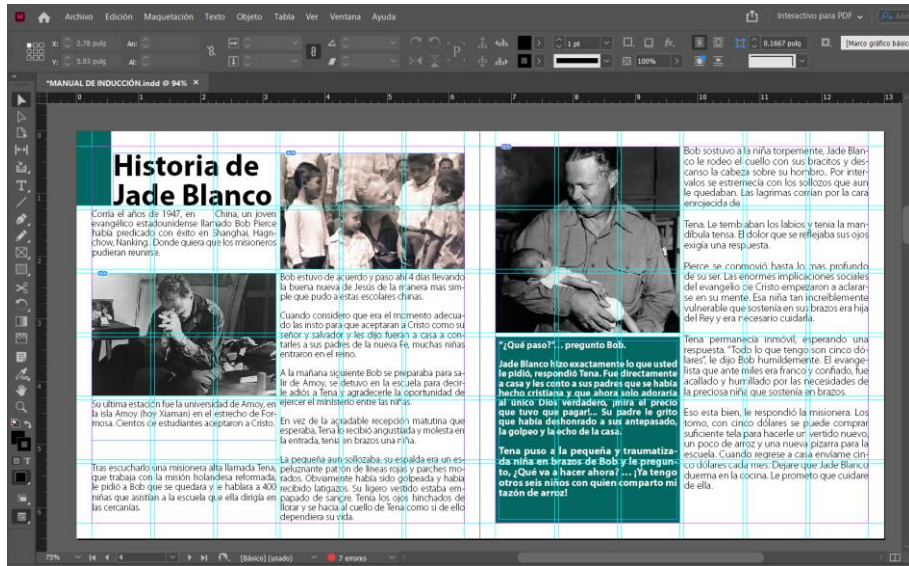
Se colocó el contenido de texto e imagen.

Contraportada y contenido



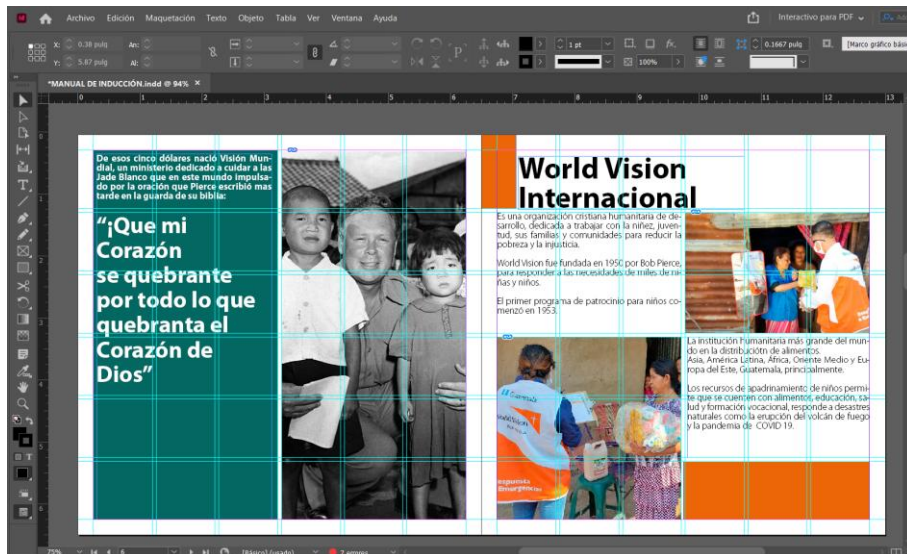
Se da espacio para bienvenida y contenido del manual.

Historia de Jade Blanco

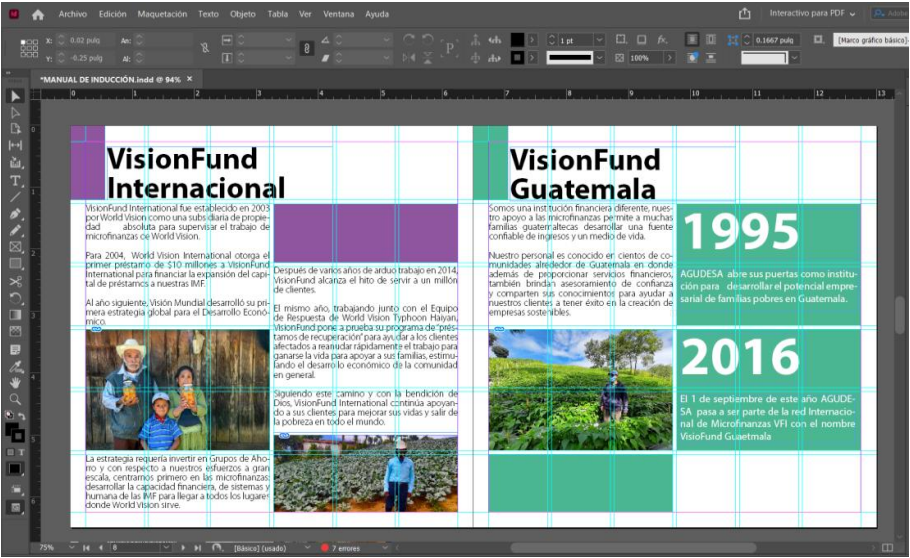


Se coloca información de la historia de cómo inició la organización siguiendo la diagramación propuesta.

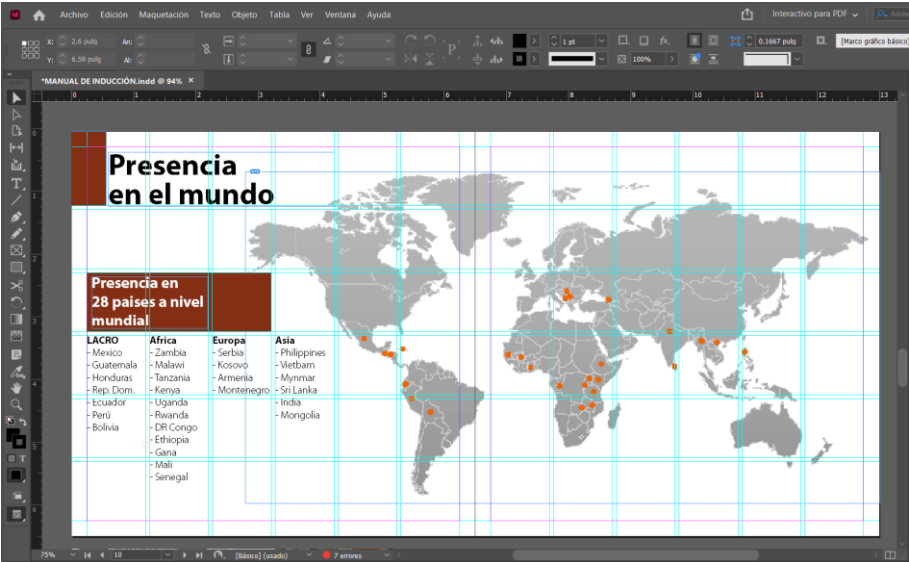
Información de la organización.



Se utilizó una página más para el contenido de Historia de Jade Blanco y se continúa con la información de World Vision

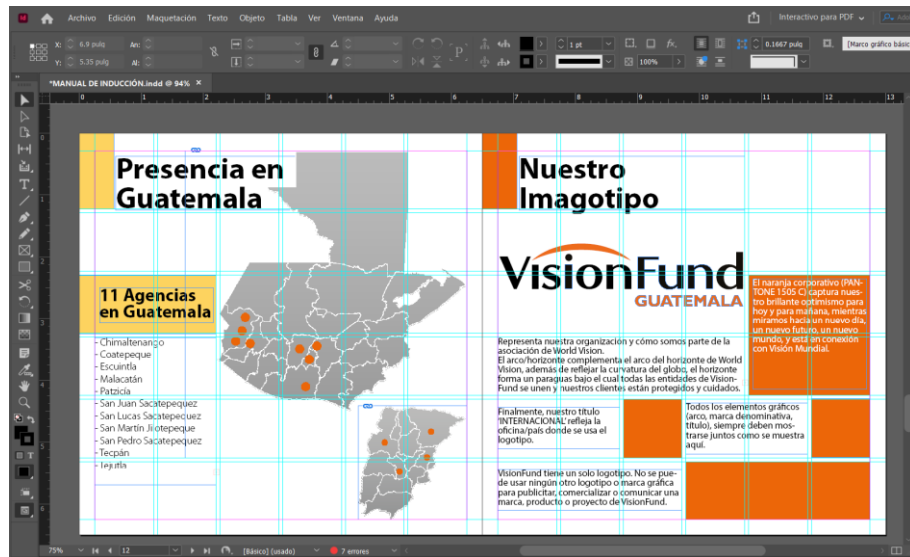


VisionFund Internacional y VisionFund Guatemala Se colocó información general de los inicios de la organización a nivel internacional y a nivel nacional. Presencia en el mundo



Con el apoyo de Adobe Ilustrador se creó un gráfico que representa los países del mundo en los que la organización tiene presencia y se colocaron los nombres de los países por cada continente.

Presencia en Guatemala y el imago tipo

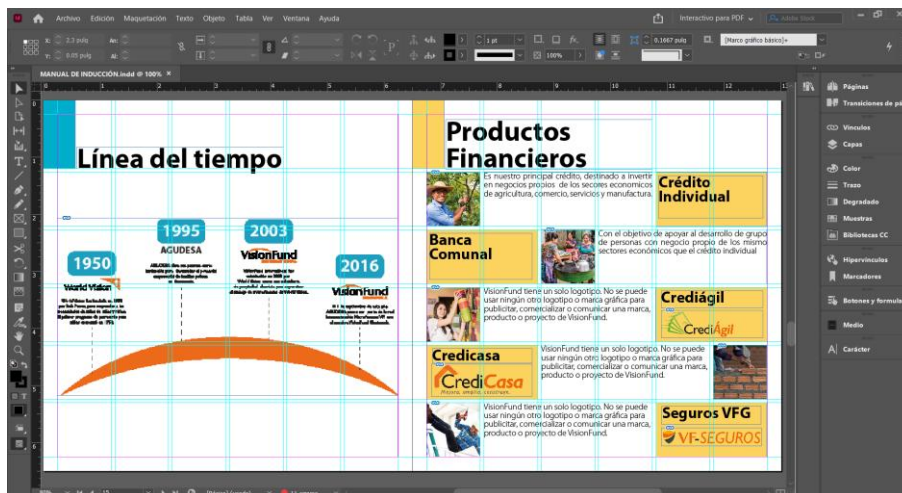


Con la herramienta de Adobe Ilustrador se crea un gráfico del mapa de Guatemala, se colocan las ubicaciones en las que la organización tiene presencia. Se da una explicación de los elementos que contiene el imago tipo y su significado.



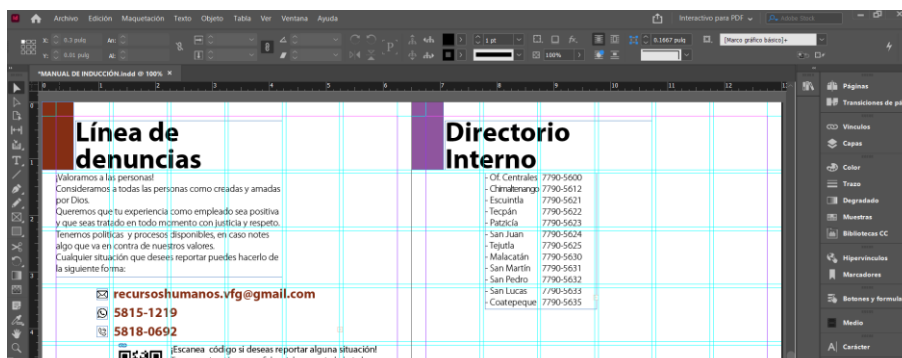
Línea

del tiempo y productos financieros



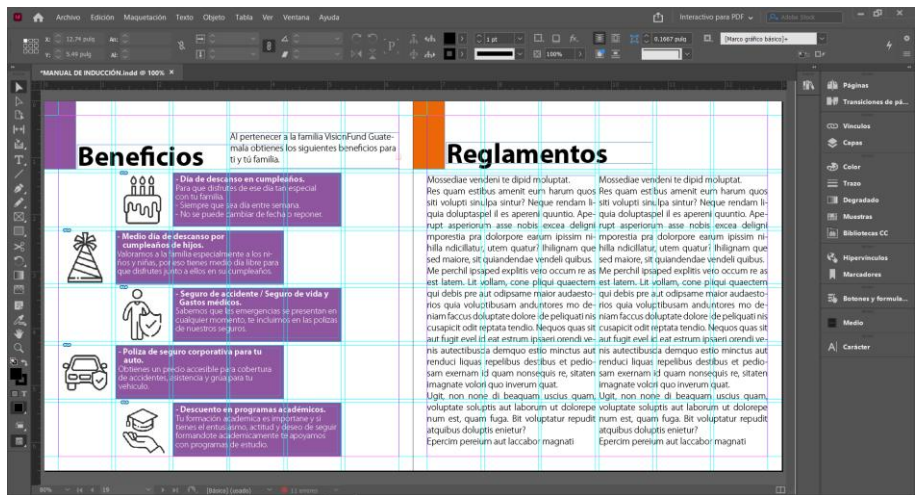
Se creó un gráfico con elementos del logo para representar una línea del tiempo de la evolución de la organización y los productos financieros que ofrece actualmente

Denuncias y directorio interno



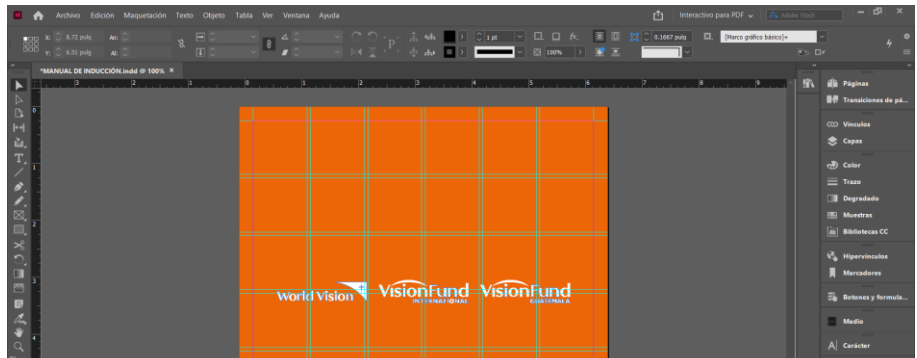
Se agregó contenido de denuncias de anomalías internas y directorio de los departamentos que conforman a la organización.

Beneficios y reglamento



Se diseñó el contenido de los beneficios de pertenecer a la organización y se inició el contenido del reglamento por se.

Contraportada



Se incluyen los logos de las organizaciones que tienen participación.

Propuesta preliminar

Pieza 1: Portada. Tamaño 6.5x6.5 pulgadas

**Manual de inducción
para Colaboradores**

Portada con imagen acorde al giro de la empresa

Pieza 2: Retiro de portada y página 1. Tamaño 13 x 6.5 pulgadas abierta



Bienvenidos a la familia VisionFund.

Si estas iniciando el proceso de inducción a esta organización es porque recibiste el llamado para impactar positivamente las familias guatemaltecas y especialmente la vida de los niños y niñas para que tenga una vida plena.

Gracias por aceptar el reto y sumarte a lo-gralo, sabemos que no sera fácil pero sabemos también que no es imposible, ahora contamos con tu valioso apoyo, junto lograremos muchos logros.

Ten siempre presente que como organización y como personas creyentes de Dios, ponemos a nuestro creador delante de todo lo que hacemos.

Gracias por ser parte de la familia VisionFund Guatemala

Contenido

LACRO

- Historia de Jade Blanco
- World Vision Internacional
- VisionFund Internacional
- VisionFund Guatemala
- Presencia en el mundo
- Presencia en Guatemala
- Nuestro Imagotipo
- Línea del tiempo
- Productos financieros
- Línea de denuncias
- Directorio
- Beneficios
- Reglamento

Mensaje de bienvenida y contenido del manual.

Pieza 3: página 2 y página 3. Tamaño 13 x 6.5 pulgadas abierta

Historia de Jade Blanco

Corría el año de 1947, en China, un joven evangélico estadounidense llamado Bob Pierce había predicado con éxito en Shanghai, Hagnchow, Nanking. Donde quiera que los misioneros pudieran reunirse.



Bob estuvo de acuerdo y paso ahí 4 días llevando la buena nueva de Jesús de la manera mas simple que pudo a estas escolares chinas.

Cuando considero que era el momento adecuado las insto para que aceptaran a Cristo como su señor y salvador y les dijo fueran a casa a contarles a sus padres de la nueva Fe, muchas niñas entraron en el reino.

A la mañana siguiente Bob se preparaba para salir de Amoy, se detuvo en la escuela para decirle adiós a Tena y agradecerle la oportunidad de ejercer el ministerio entre las niñas.

En vez de la agradable recepción matutina que esperaba, Tena lo recibió angustiada y molesta en la entrada, tenía en brazos una niña.

La pequeña aun sollozaba, su espalda era un espeluznante patrón de líneas rojas y parches morados. Obviamente había sido golpeada y había recibido latigazos. Su ligero vestido estaba empapado de sangre. Tenia los ojos hinchados de llorar y se hacia al cuello de Tena como si de ello dependiera su vida.

Su ultima estación fue la universidad de Amoy, en la isla Amoy (hoy Xiamen) en el estrecho de Formosa. Cientos de estudiantes aceptaron a Cristo.

Tras escucharlo una misionera alta llamada Tena, que trabaja con la misión holandesa reformada, le pidió a Bob que se quedara y le hablara a 400 niñas que asistían a la escuela que ella dirigía en las cercanías.



Bob sostuvo a la niña torpemente, Jade Blanco le rodeo el cuello con sus bracitos y descanso la cabeza sobre su hombro. Por intervalos se estremecía con los sollozos que aun le quedaban. Las lagrimas corrían por la cara enrojecida de

Tena. Le temblaban los labios y tenía la mandíbula tensa. El dolor que se reflejaba sus ojos exigía una respuesta.

Pierce se conmovió hasta lo mas profundo de su ser. Las enormes implicaciones sociales del evangelio de Cristo empezaron a aclararse en su mente. Esa niña tan increíblemente vulnerable que sostenía en sus brazos era hija del Rey y era necesario cuidarla.

Tena permanecía inmóvil, esperando una respuesta. "Todo lo que tengo son cinco dólares", le dijo Bob humildemente. El evangelista que ante miles era franco y confiado, fue acallado y humillado por las necesidades de la preciosa niña que sostenía en brazos.

Eso esta bien, le respondió la misionera. Los tomo, con cinco dólares se puede comprar suficiente tela para hacerle un vestido nuevo, un poco de arroz y una nueva pizarra para la escuela. Cuando regrese a casa envíame cinco dólares cada mes. Dejare que Jade Blanco duerma en la cocina. Le prometo que cuidare de ella.

"¿Qué paso?... pregunto Bob.

Jade Blanco hizo exactamente lo que usted le pidió, respondió Tena. Fue directamente a casa y les conto a sus padres que se había hecho cristiana y que ahora solo adoraria al único Dios verdadero, mira el precio que tuvo que pagari... Su padre le grito que había deshonrado a sus antepasado, la golpeo y la echo de la casa.

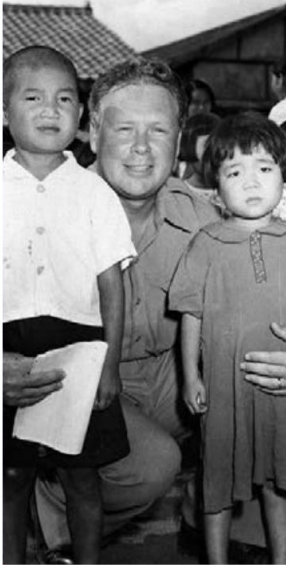
Tena puso a la pequeña y traumatizada niña en brazos de Bob y le pregunto, ¿Qué va a hacer ahora? ... ¡Ya tengo otros seis niños con quien comparto mi tazón de arroz!

Historia de cómo se fundó la organización.

Pieza 4: página 4 y página 5. Tamaño 13 x 6.5 pulgadas abierta

De esos cinco dólares nació Visión Mundial, un ministerio dedicado a cuidar a las Jade Blancas que en este mundo impulsado por la oración que Pierce escribió más tarde en la guarda de su biblia:

“¡Que mi Corazón se quebrante por todo lo que quebranta el Corazón de Dios”



World Vision Internacional

Es una organización cristiana humanitaria de desarrollo, dedicada a trabajar con la niñez, juventud, sus familias y comunidades para reducir la pobreza y la injusticia.

World Vision fue fundada en 1950 por Bob Pierce, para responder a las necesidades de miles de niñas y niños.

El primer programa de patrocinio para niños comenzó en 1953.



La institución humanitaria más grande del mundo en la distribución de alimentos. Asia, América Latina, África, Oriente Medio y Europa del Este, Guatemala, principalmente.

Los recursos de apadrinamiento de niños permiten que se cuenten con alimentos, educación, salud y formación vocacional, responde a desastres naturales como la erupción del volcán de fuego y la pandemia de COVID 19.



Complemento de la historia de cómo se fundó la organización y la labor de WorldVision Internacional.

Pieza 5: página 6 y página 7. Tamaño 13 x 6.5 pulgadas abierta

VisionFund Internacional

VisionFund Internacional fue establecido en 2003 por World Vision como una subsidiaria de propiedad absoluta para supervisar el trabajo de microfinanzas de World Vision.

Para 2004, World Vision International otorga el primer préstamo de \$10 millones a VisionFund Internacional para financiar la expansión del capital de préstamos a nuestras IMF.

Al año siguiente, Visión Mundial desarrolló su primera estrategia global para el Desarrollo Económico.



La estrategia requería invertir en Grupos de Ahorro y con respecto a nuestros esfuerzos a gran escala, centramos primero en las microfinanzas: desarrollar la capacidad financiera, de sistemas y humana de las IMF para llegar a todos los lugares donde World Vision sirve.



VisionFund Guatemala

Somos una institución financiera diferente, nuestro apoyo a las microfinanzas permite a muchas familias guatemaltecas desarrollar una fuente confiable de ingresos y un medio de vida.

Nuestro personal es conocido en cientos de comunidades alrededor de Guatemala en donde además de proporcionar servicios financieros, también brindan asesoramiento de confianza y comparten sus conocimientos para ayudar a nuestros clientes a tener éxito en la creación de empresas sostenibles.



1995

AGUDESA abre sus puertas como institución para desarrollar el potencial empresarial de familias pobres en Guatemala.

2016

El 1 de septiembre de este año AGUDESA pasa a ser parte de la red Internacional de Microfinanzas VFI con el nombre VisioFund Guatemala

} Los roles de VisionFund International y VisionFund Guatemala

Pieza 6: página 8 y página 9. Tamaño 13 x 6.5 pulgadas abierta

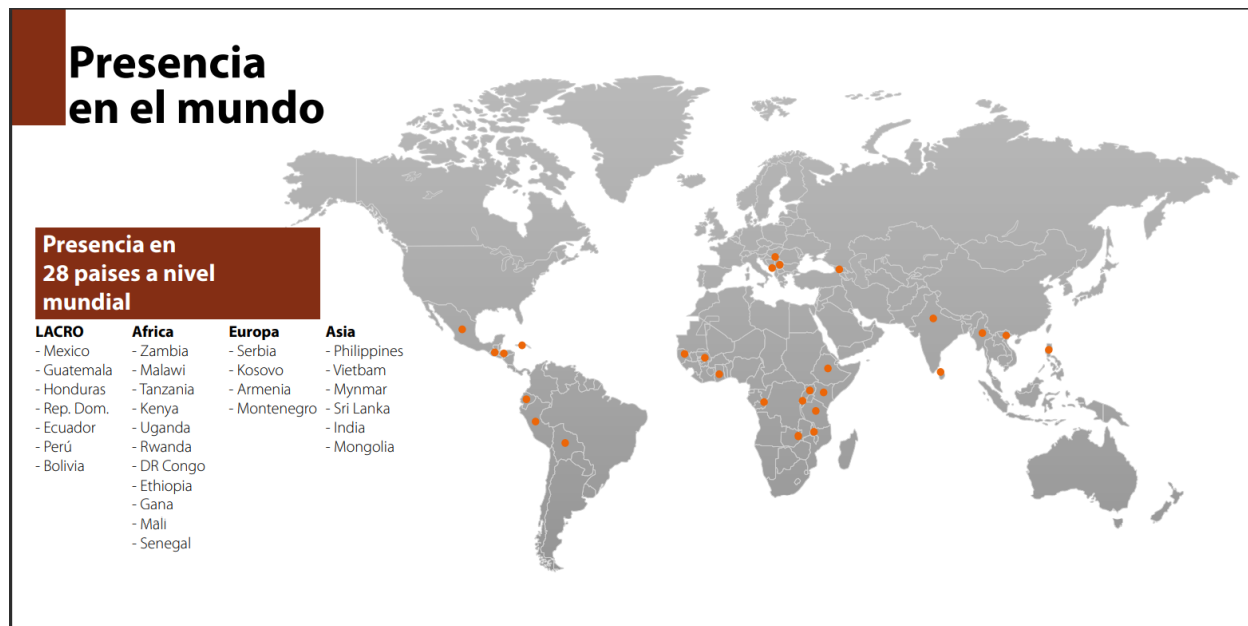


Gráfico de la presencia de la organización en el mundo.

Pieza 7: página 10 y página 11. Tamaño 13 x 6.5 pulgadas abierta



Presencia de la organización en Guatemala y explicación del imalogo.

Pieza 8: página 12 y página 13. Tamaño 13 x 6.5 pulgadas abierta

Línea del tiempo

1950
World Vision
World Vision fue fundada en 1950 por Bob Rennie para responder a las necesidades de niños de niñas y niños. El primer programa de patrocinio para niños comenzó en 1953.

1995
AGUDESA
AGUDESA abre sus puertas como institución para desarrollar el potencial empresarial de familias pobres en Guatemala.

2003
VisionFund INTERNATIONAL
VisionFund International fue establecido en 2003 por World Vision como una subsidiaria de propiedad absoluta para supervisar el trabajo de microfinanzas de World Vision.

2016
VisionFund GUATEMALA
El 1 de septiembre de este año AGUDESA pasa a ser parte de la red Internacional Microfinanzas VFI con el nombre VisionFund Guatemala.

Productos Financieros

Es nuestro principal crédito, destinado a invertir en negocios propios de los sectores económicos de agricultura, comercio, servicios y manufactura.

Crédito Individual

Con el objetivo de apoyar al desarrollo de grupo de personas con negocio propio de los mismo sectores económicos que el crédito individual

Banca Comunal

VisionFund tiene un solo logotipo. No se puede usar ningún otro logotipo o marca gráfica para publicitar, comercializar o comunicar una marca, producto o proyecto de VisionFund.

Crediágil

VisionFund tiene un solo logotipo. No se puede usar ningún otro logotipo o marca gráfica para publicitar, comercializar o comunicar una marca, producto o proyecto de VisionFund.

Credicasa

VisionFund tiene un solo logotipo. No se puede usar ningún otro logotipo o marca gráfica para publicitar, comercializar o comunicar una marca, producto o proyecto de VisionFund.

Seguros VFG

Línea del tiempo y productos financieros actuales.

Pieza 9: página 14 y página 15. Tamaño 13 x 6.5 pulgadas abierta

Línea de denuncias

¡Valoramos a las personas!
Consideramos a todas las personas como creadas y amadas por Dios.
Queremos que tu experiencia como empleado sea positiva y que seas tratado en todo momento con justicia y respeto.
Tenemos políticas y procesos disponibles, en caso notes algo que va en contra de nuestros valores.
Cualquier situación que desees reportar puedes hacerlo de la siguiente forma:

✉ recursoshumanos.vfg@gmail.com
 📞 **5815-1219**
 📞 **5818-0692**

📄 ¡Escanear código si desees reportar alguna situación!
 Tu comunicación es confidencial y manejada bajo los lineamientos de apoyo de G&C correspondientes.

Directorio Interno

- Of. Centrales 7790-5600
- Chimaltenango 7790-5612
- Escuintla 7790-5621
- Tecpán 7790-5622
- Patzicía 7790-5623
- San Juan 7790-5624
- Tejutla 7790-5625
- Malacatán 7790-5630
- San Martín 7790-5631
- San Pedro 7790-5632
- San Lucas 7790-5633
- Coatepeque 7790-5635

Medios de comunicación para denuncias y directorio internos.

Pieza 11: página 18 y página 19. Tamaño 13 x 6.5 pulgadas abierta

Beneficios

Al pertenecer a la familia VisionFund Guatemala obtienes los siguientes beneficios para ti y tu familia.

- Día de descanso en cumpleaños.**
Para que disfrutes de ese día tan especial con tu familia.
- Siempre que sea día entre semana.
- No se puede cambiar de fecha o reponer.
- Medio día de descanso por cumpleaños de hijos.**
Valoramos a la familia especialmente a los niños y niñas, por eso tienes medio día libre para que disfrutes junto a ellos en su cumpleaños.
- Seguro de accidente / Seguro de vida y Gastos médicos.**
Sabemos que las emergencias se presentan en cualquier momento, te incluimos en las pólizas de nuestros seguros.
- Póliza de seguro corporativa para tu auto.**
Obtienes un precio accesible para cobertura de accidentes, asistencia y grúa para tu vehículo.
- Descuento en programas académicos.**
Tu formación académica es importante y si tienes el entusiasmo, actitud y deseo de seguir formandote académicamente te apoyamos con programas de estudio.

Reglamentos

Mossediae vendeni te dipid moluptat. Res quam estibus amenit eum harum quos siti volupti sinulpa sintur? Neque rendam li- quia doluptaspel il es apereni quuntio. Ape- rupt asperiorum asse nobis excea deligni mporestia pra dolorpore earum ipissim ni- hilla ndicillatur, utem quatur? Ihilignam que sed maiore, sit quiandendae vendeli quibus. Me perchil ipsaped explitis vero occum re as est latem. Lit vollam, cone pliqui quaectem qui debis pre aut odipsame maior audaesto- rios quia voluptibusam anduntore mo de- niam faccus doluptate dolore ide peliquati nis cusapicit odit reptata tendio. Nequos quas sit aut fugit evel id eat estrum ipsaeri oreudi ve- nis autectibusda demquo estio minctus aut reduci liquas repelibus destibus et pedio- sam exernam id quam nonsequis re, sitaten imagnate volori quo inverum quat. Ugit, non none di beaquam uscuis quam, voluptate soluptis aut laborum ut dolorepe num est, quam fuga. Bit voluptatur repudit atquibus doluptis enietur? Epercim pereium aut laccabor magnati

Mossediae vendeni te dipid moluptat. Res quam estibus amenit eum harum quos siti volupti sinulpa sintur? Neque rendam li- quia doluptaspel il es apereni quuntio. Ape- rupt asperiorum asse nobis excea deligni mporestia pra dolorpore earum ipissim ni- hilla ndicillatur, utem quatur? Ihilignam que sed maiore, sit quiandendae vendeli quibus. Me perchil ipsaped explitis vero occum re as est latem. Lit vollam, cone pliqui quaectem qui debis pre aut odipsame maior audaesto- rios quia voluptibusam anduntore mo de- niam faccus doluptate dolore ide peliquati nis cusapicit odit reptata tendio. Nequos quas sit aut fugit evel id eat estrum ipsaeri oreudi ve- nis autectibusda demquo estio minctus aut reduci liquas repelibus destibus et pedio- sam exernam id quam nonsequis re, sitaten imagnate volori quo inverum quat. Ugit, non none di beaquam uscuis quam, voluptate soluptis aut laborum ut dolorepe num est, quam fuga. Bit voluptatur repudit atquibus doluptis enietur? Epercim pereium aut laccabor magnati

Beneficios y Reglamento.

Pieza 12: Tamaño 6.5 x 6.5 pulgadas abierta

Contraportada.



Capítulo VIII

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización y políticas de productos financieros que ofrece, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo.

El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de dos maneras: de forma virtual a través utilizando formatos de Google Forms para clientes y grupo objetivo, e impresas para expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

El instrumento que utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a cinco (5) número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

7.4 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 15 personas divididas en tres grupos:

Clientes: Nancy Camey, Fernando Payeras, Luis Almendares, Ester Santizo, José Pop.

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y el área del diseño que aplica.

- Mario Santos

- Pamela Samayoa
- Alfredo Arévalo
- Alejandro Vielman
- Alejandra Lang

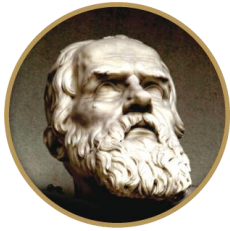
Grupo objetivo: Nuevos colaboradores de la organización que inician proceso de inducción y capacitación.

7.5 Método e instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta. La encuesta consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicosométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Asímismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

Modelo de la encuesta



Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	☐	Experto	☐	Nombre	
M	☐	Cliente	☐	Profesión	
Edad		Grupo Objetivo	☐	Puesto	

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización y políticas de productos financieros que ofrece. Chimaltenango, Guatemala.

Antecedentes:

La empresa VisionFund Guatemala fue creada el año 1950 por Bob Pearce, y actualmente se dedica principalmente a microfinanzas.

Al visitar la organización VisionFund Guatemala se observó que no cuenta con manual de inducción del reglamento de la organización para capacitar a los colaboradores de primer ingreso a la organización.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización.

Instrucciones:

De acuerdo al proceso de investigación, se plantea la propuesta de Manual de inducción para colaboradores y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento?

SI ____ NO ____
2. ¿Considera importante recopilar toda la información necesaria de VisionFund Guatemala S.A. para la creación de un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa?

SI ____ NO ____
3. ¿Considera adecuado investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales de inducción para la creación de un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa?

SI ____ NO ____
4. ¿Considera adecuado diagramar el contenido del manual de inducción para que sea fácil de leer y comprender?

SI ____ NO ____

Parte Semiológica:

5. ¿Considera adecuados a una empresa de microfinanzas los colores propuestos en el diseño?

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____
6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo de entre 21 y 32 años?:

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____

7. ¿Los diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles / dan a entender la información general de la organización?

Muy comprensibles ____ Poco comprensibles ____ Nada comprensibles ____

Parte Operativa:

8. ¿Considera que la tipografía utilizada en el diseño del manual es legible?

Muy legible ____ Poco legible ____ Nada legible ____

9. ¿Cree visible los títulos, subtítulos, gráficos y fotografías en la propuesta gráfica presentada?

Muy visible ____ Poco visible ____ Nada visible ____

10. Según su criterio ¿El tamaño físico de la propuesta es ideal para ser consultados, estudiados, trasladados y utilizarlos

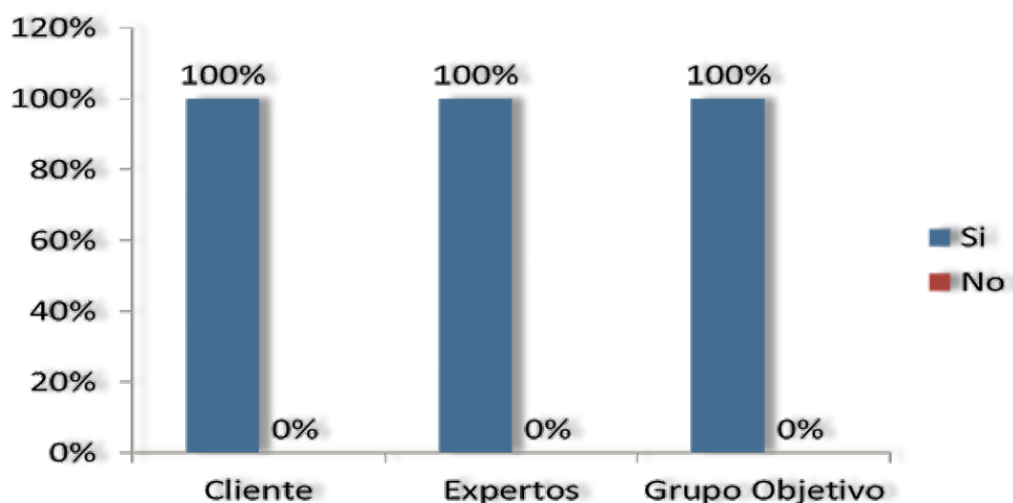
SI ____ NO ____

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio: _____

7.6 Resultados e interpretación de resultados

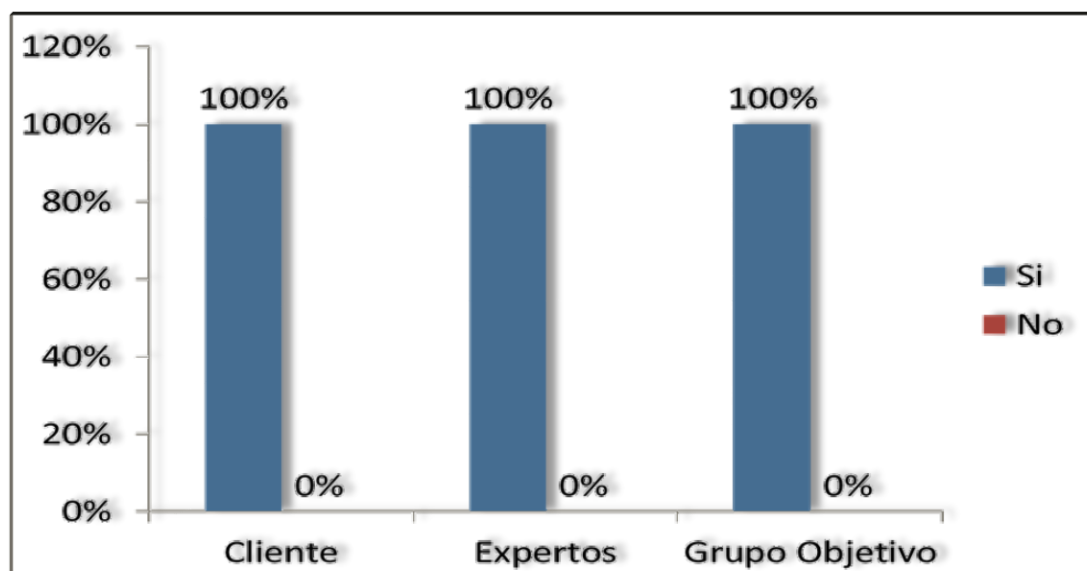
Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización?



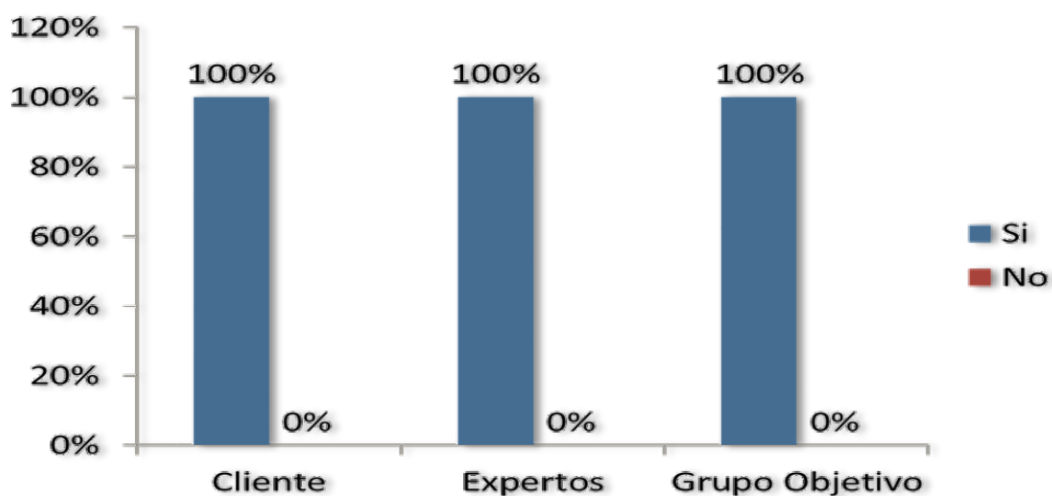
Interpretación. El 100% de los encuestados indicó que, si es necesario diseñar un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala S.A. acerca del reglamento de la organización, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que si es necesario la creación y diseño un manual impreso con el reglamento interno de la organización.

2. ¿Considera importante recopilar toda la información necesaria de VisionFund Guatemala S.A. para la creación de un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa?



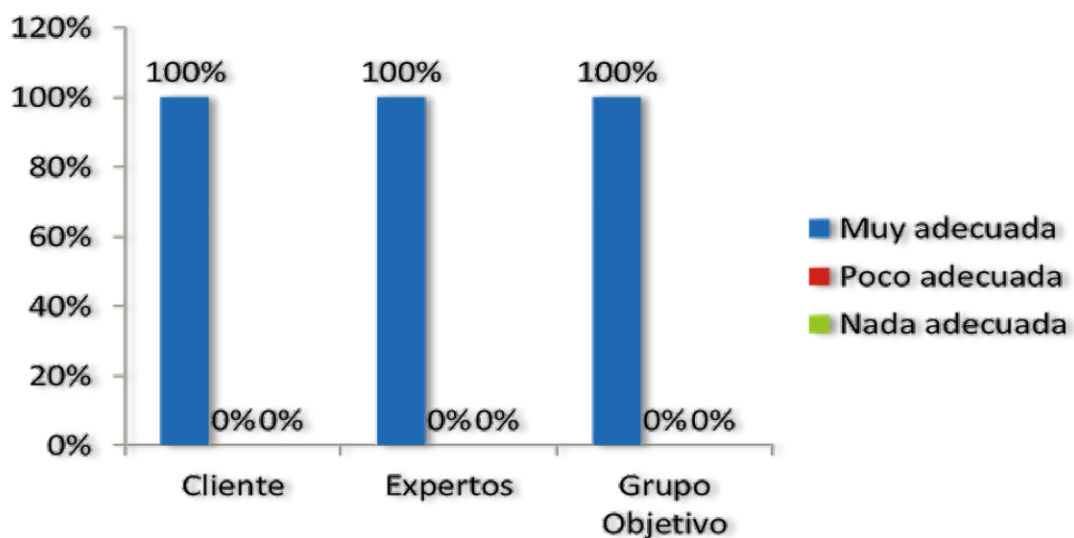
Interpretación. El 100% de los encuestados indicó que, si es necesario recopilar toda la información necesaria de VisionFund Guatemala S.A. para la creación de un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que si es necesario recopilar toda la información de VisionFund Guatemala S.A. para elaborar un manual impreso para colaboradores de primer ingreso.

3. ¿Considera adecuado investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales de inducción para la creación de un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicó que es necesario investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales de inducción para un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que si es necesario investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales impresos para colaboradores de primer ingreso a la organización.

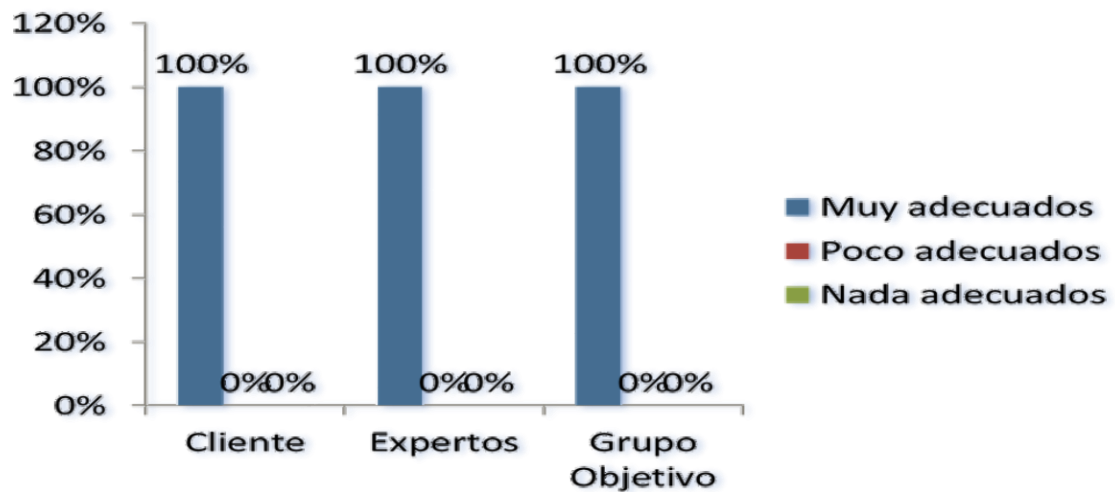
4. ¿Considera adecuado diagramar el contenido del manual de inducción para que sea fácil de leer y comprender?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicó que, si es necesario investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales de inducción para la creación de un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que si es necesario investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales impresos para colaboradores de primer ingreso a la organización.

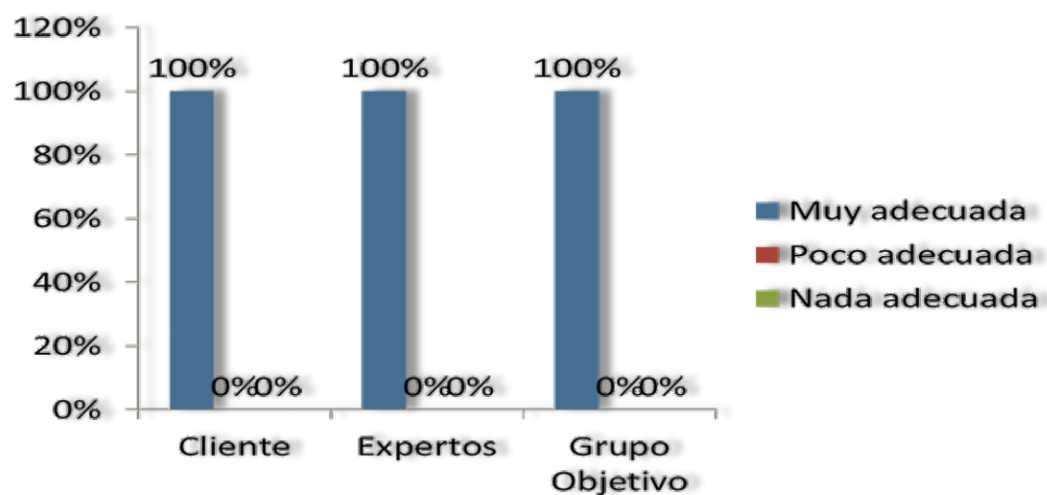
Parte Semiológica

5. ¿Considera adecuados a una empresa de microfinanzas los colores propuestos en el diseño?



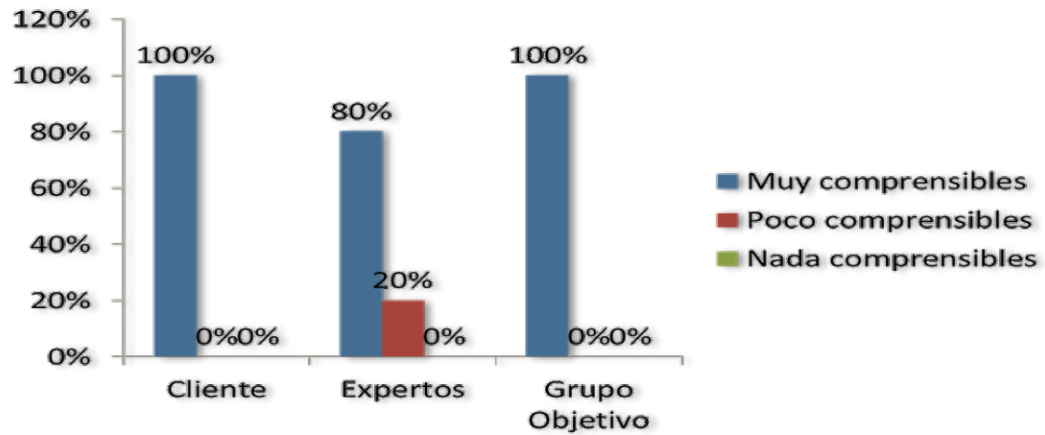
Interpretación. El 100% de los encuestados indicó que son muy adecuados los colores propuestos en el diseño para una empresa de microfinanzas, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que los colores propuestos en el diseño si son adecuados para una empresa de microfinanzas.

6. ¿Cree que la tipografía usada es adecuada a un grupo objetivo de entre 21 y 32 años?



Interpretación. El 100% de los encuestados indicó que la tipografía usada es muy adecuada para el grupo objetivo de entre 21 y 32 años, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la tipografía usada es muy adecuada para el grupo objetivo.

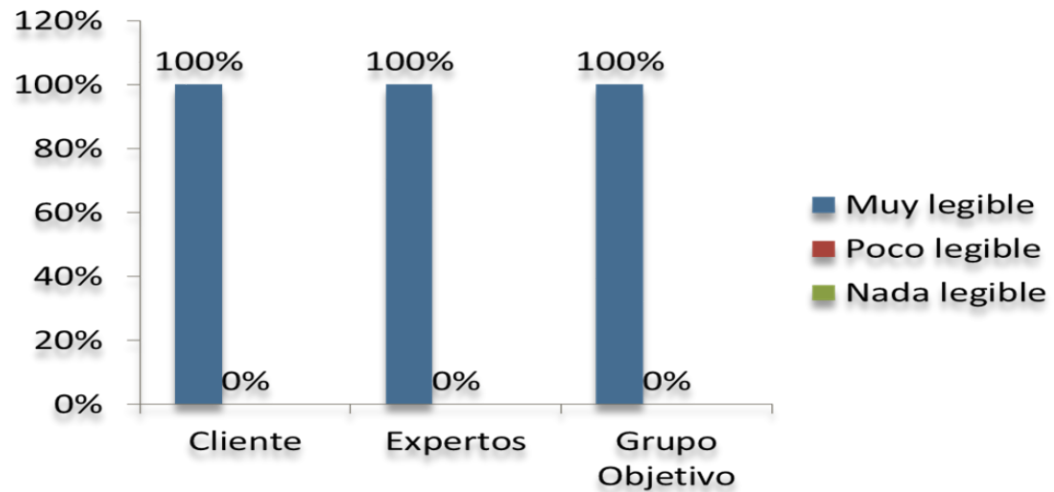
7. ¿Los diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son comprensibles / dan a entender la información general de la organización?



Interpretación. El 93.33% de los encuestados indicó que los diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son muy comprensibles / dan a entender la información general de la organización, mientras que una respuesta negativa a la pregunta (6.33%) indicó que los diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son poco comprensibles. Por consiguiente, esto demuestra que los diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica son muy comprensibles / dan a entender la información general de la organización.

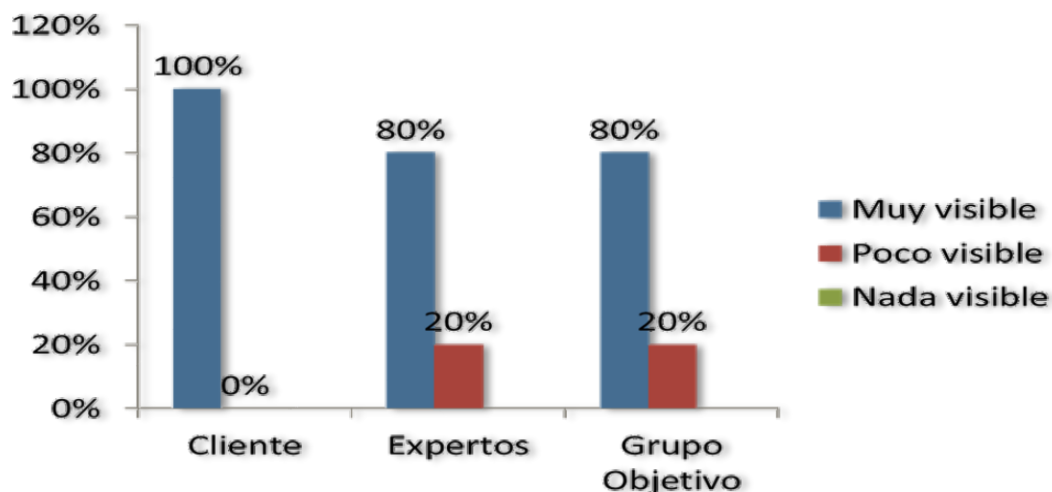
Parte Operativa

8. ¿Considera que la tipografía utilizada en el diseño del manual es legible?



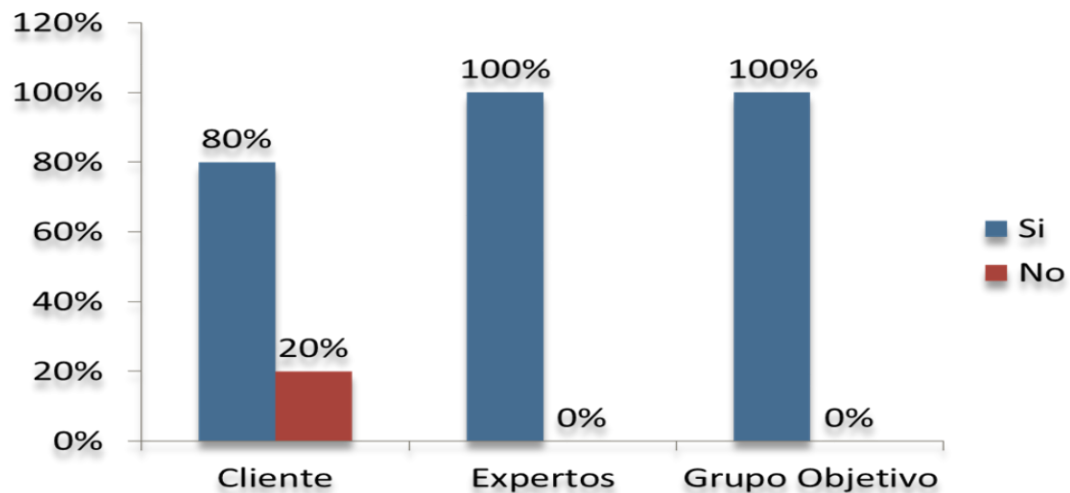
Interpretación. El 100% de los encuestados indicó que la tipografía utilizada en el manual es muy legible, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que la tipografía utilizada en el manual es muy legible.

9. ¿Cree visible los títulos, subtítulos, gráficos y fotografías en la propuesta gráfica presentada?



Interpretación. El 86.66% de los encuestados indicó que los títulos, subtítulos, gráficos y fotografías en la propuesta gráfica presentada son muy visibles, mientras que dos respuestas negativas a la pregunta (13.33%) indicó que los títulos, subtítulos, gráficos y fotografías en la propuesta gráfica presentada son poco visibles. Por consiguiente, esto demuestra que los títulos, subtítulos, gráficos y fotografías en la propuesta gráfica presentada son muy visibles.

10. Según su criterio ¿El tamaño físico de la propuesta es ideal para ser consultados, estudiados, trasladados y utilizarlos?



Interpretación. El 93.33% de los encuestados indicó que el tamaño físico de la propuesta si es ideal para ser consultados, estudiados, trasladados y utilizarlos, mientras que una respuestas negativa a la pregunta (6.33%) indicó que el tamaño físico de la propuesta no es ideal para ser consultados, estudiados, trasladados y utilizarlos. Por consiguiente, esto demuestra que el tamaño físico de la propuesta si es ideal para ser consultados, estudiados, trasladados y utilizarlos.

7.7 Cambios en base a los resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- No se mencionaron cambios relevantes en el diseño propuesto.

Capítulo IX



Pieza 1: Portada del manual 6.5x6.5 pulgadas

Pieza 2: Bienvenida de CEO y contenido del manual 13x6.5 pulgadas



Bienvenidos a la familia VisionFund.

Gracias por decir sí a una organización mundial, en donde encontrarás y vivirás experiencias que te formarán, desarrollarán y estamos seguros contribuirán a tu crecimiento laboral y personal.

Confiamos y creemos que Dios va delante de todas nuestras actividades, es quien nos guía para cumplir nuestras metas de impacto y crecimiento en clientes, sin él nada somos y con él tenemos todo.

Bienvenido y deseamos que en cada paso que des sea cumplida tu misión la cual se une a la nuestra para que juntos cumplamos sueños y objetivos.

A partir de hoy eres parte de la familia Naranja VFG! Dios te bendiga a ti y a tu familia.

Contenido

- Historia de Jade Blanco
- World Vision Internacional
- VisionFund Internacional
- VisionFund Guatemala
- Presencia en el mundo
- Presencia en Guatemala
- Nuestro Imagotipo
- Visión, Misión y Valores
- Línea del tiempo
- Productos financieros
- Línea de denuncias
- Directorio
- Beneficios
- Reglamento

Pieza 3: Historia de Jade Blanco 13x6.5 pulgadas

Historia de Jade Blanco

Corría el año de 1947, en China, un joven evangélico estadounidense llamado Bob Pierce había predicado con éxito en Shanghai, Hagnchow, Nanking, donde quiera que los misioneros pudieran reunirse.

Su última estación fue la universidad de Amoy, en la isla Amoy (hoy Xiamen) en el estrecho de Formosa. Cientos de estudiantes aceptaron a Cristo.

Tras escucharlo una misionera alta llamada Tena, que trabaja con la misión holandesa reformada, le pidió a Bob que se quedara y le hablara a 400 niñas que asistían a la escuela que ella dirigía en las cercanías.



Bob estuvo de acuerdo y pasó allí 4 días llevando la buena nueva de Jesús de la manera más simple que pudo a estas escolares chinas.

Cuando considero que era el momento adecuado las insto para que aceptaran a Cristo como su señor y salvador y les dijo fueran a casa a contarles a sus padres de la nueva Fe, muchas niñas entraron en el reino.

A la mañana siguiente Bob se preparaba para salir de Amoy, se detuvo en la escuela para decirle adiós a Tena y agradecerle la oportunidad de ejercer el ministerio entre las niñas.

En vez de la agradable recepción matutina que esperaba, Tena lo recibió angustiada y molesta en la entrada, tenía en brazos una niña.



La pequeña aun sollozaba, su espalda era un espeluznante patrón de líneas rojas y parches morados. Obviamente había sido golpeada y había recibido latigazos. Su ligero vestido estaba empapado de sangre. Tenía los ojos hinchados de llorar y se hacía al cuello de Tena como si de ello dependiera su vida.

"¿Qué paso?... pregunto Bob. Jade Blanco hizo exactamente lo que usted le pidió, respondió Tena.

Fue directamente a casa y les contó a sus padres que se había hecho cristiana y que ahora solo adoraría al único Dios verdadero, ¡mira el precio que tuvo que pagar!... Su padre le gritó que había deshonrado a sus antepasados, la golpeó y la echo de la casa.

Tena puso a la pequeña y traumatizada niña en brazos de Bob y le pregunto, ¿Qué va a hacer ahora?... ¡Ya tengo otros seis niños con quien comparto mi tazón de arroz!

Bob sostuvo a la niña torpemente, Jade Blanco le rodeo el cuello con sus bracitos y descansó la cabeza sobre su hombro.. Por intervalos se estremecía con los sollozos que aun le quedaban. Las lágrimas corrían por la cara enrojecida de Tena.

Le temblaban los labios y tenía la mandíbula tensa. El dolor que se reflejaba sus ojos exigía una respuesta.

Pierce se conmovió hasta lo más profundo de su ser. Las enormes implicaciones sociales del evangelio de Cristo empezaron a aclararse en su mente. Esa niña tan increíblemente vulnerable que sostenía en sus brazos era hija del Rey y era necesario cuidarla.

Pieza 4: Historia de Jade Blanco e información de World Vision 13x6.5 pulgadas

Tena permanecía inmóvil, esperando una respuesta. "Todo lo que tengo son cinco dólares", le dijo Bob humildemente. El evangelista que ante miles era franco y confiado, fue acallado y humillado por las necesidades de la preciosa niña que sostenía en brazos.

Eso está bien, le respondió la misionera. Los tomó, con cinco dólares se puede comprar suficiente tela para hacerle un vestido nuevo, un poco de arroz y una nueva pizarra para la escuela. Cuando regrese a casa envíame cinco dólares cada mes. Dejáre que Jade Blanco duerma en la cocina. Le prometo que cuidaré de ella.

De esos cinco dólares nació Visión Mundial, un ministerio dedicado a cuidar a las Jade Blanco que en este mundo impulsado por la oración que Pierce escribió más tarde en la guarda de su biblia:

"¡Que mi Corazón se quebrante por todo lo que quebranta el Corazón de Dios"



World Vision Internacional

Es una organización cristiana humanitaria de desarrollo, dedicada a trabajar con la niñez, juventud, sus familias y comunidades para reducir la pobreza y la injusticia.

World Vision fue fundada en 1950 por Bob Pierce, para responder a las necesidades de miles de niñas y niños.

El primer programa de patrocinio para niños comenzó en 1953.



La institución humanitaria más grande del mundo en la distribución de alimentos. Asia, América Latina, África, Oriente Medio y Europa del Este, Guatemala, principalmente.

Los recursos de apadrinamiento de niños permite que se cuenten con alimentos, educación, salud y formación vocacional, responde a desastres naturales como la erupción del volcán de fuego y la pandemia de COVID 19.



Pieza 5: VisionFund Internacional y VisionFund Guatemala 13x6.5 pulgadas

VisionFund Internacional

VisionFund Internacional fue establecido en 2003 por World Vision como una subsidiaria de propiedad absoluta para supervisar gran escala, centrarnos primero en las micro-finanzas: desarrollar la capacidad financiera, de sistemas y humana de las IMF para llegar a todos los lugares donde World Vision sirve.

Para 2004, World Vision International otorga el primer préstamo de \$10 millones a VisionFund Internacional para financiar la expansión del capital de préstamos a nuestros clientes.

Al año siguiente, Visión Mundial desarrolló su primera estrategia global para el Desarrollo Económico.



El mismo año, trabajando junto con el Equipo de Respuesta de World Vision Typhoon Haiyan, VisionFund pone a prueba su programa de "préstamos de recuperación" para ayudar a los clientes afectados a reanudar rápidamente el trabajo para ganarse la vida para apoyar a sus familias, estimulando el desarrollo económico de la comunidad en general.

Siguiendo este camino y con la bendición de Dios, VisionFund Internacional continúa apoyando a sus clientes para mejorar sus vidas y salir de la pobreza en todo el mundo.

VisionFund Guatemala

Somos una institución financiera diferente, nuestro apoyo a las microfinanzas permite a muchas familias guatemaltecas desarrollar una fuente confiable de ingresos y un medio de vida.

Nuestro personal es conocido en cientos de comunidades alrededor de Guatemala en donde además de proporcionar servicios financieros, también brindan asesoramiento de confianza y comparten sus conocimientos para ayudar a nuestros clientes a tener éxito en la creación de empresas sostenibles.



1995

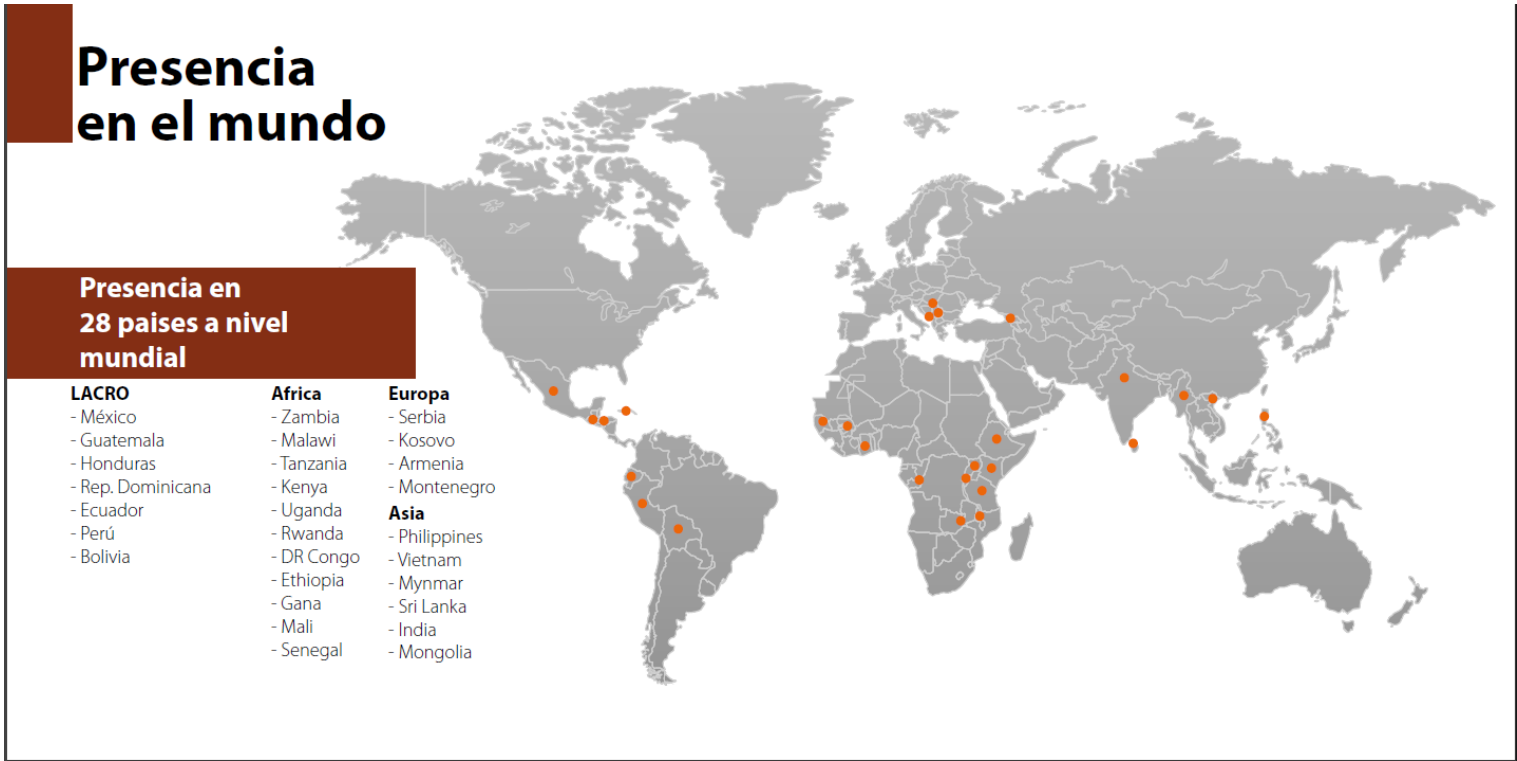
AGUDESA abre sus puertas como institución para desarrollar el potencial empresarial de familias pobres en Guatemala.

2016

El 1 de septiembre de este año AGUDESA pasa a ser parte de la red Internacional de Microfinanzas VFI con el nombre VisionFund Guatemala

Esto es lo que nos hace diferentes, mediante la subsistencia y la obtención de ganancias nuestros clientes mejoran la calidad de alimentos, salud y educación para su familia, brindando la oportunidad de un futuro mejor.

Pieza 6: Mapa de presencia a nivel mundial 13x6.5 pulgadas



Pieza 7: Mapa de presencia en Guatemala e información del logo de la organización.

13x6.5 pulgadas.

Presencia en Guatemala

11 Agencias en Guatemala

- Chimaltenango
- Coatepeque
- Escuintla
- Malacatán
- Patzicá
- San Juan Sacatepéquez
- San Lucas Sacatepéquez
- San Martín Jilotepeque
- San Pedro Sacatepéquez
- Tecpán
- Tejutla



Nuestro Logo

VisionFund

GUATEMALA

Representa nuestra organización y cómo parte de la de World Vision (Vision Mundial por lo niños). El arco/horizonte complementa el arco del horizonte de World Vision, además de reflejar la curvatura del globo, el horizonte forma un paraguas bajo el cual todas las entidades de VisionFund se unen y nuestros clientes están protegidos y cuidados.

Finalmente, nuestro título 'INTERNACIONAL' refleja la oficina/país donde se usa el logotipo.

VisionFund tiene un solo logotipo. No se puede usar ningún otro logotipo o marca gráfica para publicitar, comercializar o comunicar una marca, producto o proyecto de VisionFund.

El naranja corporativo (PANTONE 1505 C) captura nuestro brillante optimismo para hoy y para mañana, mientras miramos hacia un nuevo día, un nuevo futuro, un nuevo mundo, y está en conexión con World Vision.

Todos los elementos gráficos (arco, marca denominativa, título), siempre deben mostrarse juntos como se muestra aquí.

Pieza 9: Productos financieros de la organización y Líneas de comunicación para denuncias. 13x6.5 pulgadas.

Productos Financieros		Línea de denuncias	
 Es nuestro principal crédito, destinado a invertir en negocios propios de los sectores económicos de agricultura, comercio, servicios, pecuario y manufactura.	Crédito Individual	¡Valoramos a las personas! Consideramos a todas las personas como creadas y amadas por Dios. Queremos que tu experiencia como empleado sea positiva y que seas tratado en todo momento con justicia y respeto. Tenemos políticas y procesos disponibles, en caso notes algo que va en contra de nuestros valores. Cualquier situación que desees reportar puedes hacerlo de la siguiente forma: ✉ recursoshumanos.vfg@gmail.com 📞 5815-1219 ☎ 5818-0692  ¡Escanea código si deseas reportar alguna situación! Tu comunicación es confidencial y manejada bajo los lineamientos de apoyo de G&C correspondientes.	
Banca Comunal	 Con el objetivo de apoyar al desarrollo de grupo de personas con negocio propio de los mismo sectores económicos que el crédito Individual.		
 VisionFund tiene un solo logotipo. No se puede usar ningún otro logotipo o marca gráfica para publicitar, comercializar o comunicar una marca, producto o proyecto de VisionFund.	Crediágil 		
Credicasa  Mejora, amplía, construye.	VisionFund tiene un solo logotipo. No se puede usar ningún otro logotipo o marca gráfica para publicitar, comercializar o comunicar una marca, producto o proyecto de VisionFund. 		
 VisionFund tiene un solo logotipo. No se puede usar ningún otro logotipo o marca gráfica para publicitar, comercializar o comunicar una marca, producto o proyecto de VisionFund.	Seguros VFG 		

Pieza 10: Directorio de departamentos internos de la organización y Beneficios que tienen los colaboradores. 13x6.5 pulgadas

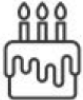
Directorio Interno

Gerente financiero	203
Asistente RRHH	205
Asistente 2 RRHH	208
Contabilidad	210
Auxiliar contabilidad	211
Chimaltenango	212
Administración	213
Fábrica	214
Jurídico	216
Atención al C2	219
Sistemas	220
Análisis	221
Fábrica2	223
Digitación	224
Atención al cliente	227

Call Center	237
Escuintla	301
Tecpán	302
Patzicía	303
San Juan	304
Malacatán	305
San Martín	306
San Pedro	307
San Lucas Sac.	308
Coatepeque	310
Tejutla	311
CallCenter	318

Beneficios

Al pertenecer a la familia VisionFund Guatemala obtienes los siguientes beneficios para ti y tu familia.

- 
- Día de descanso en cumpleaños.
 Para que disfrutes de ese día tan especial con tu familia.
 - Siempre que sea día entre semana.
 - No se puede cambiar de fecha o reponer.
- 
- Medio día de descanso por cumpleaños de hijos.
 Valoramos a la familia especialmente a los niños y niñas, por eso tienes medio día libre para que disfrutes junto a ellos en su cumpleaños.
- 
- Seguro de accidente / Seguro de vida y Gastos médicos.
 Sabemos que las emergencias se presentan en cualquier momento, te incluimos en las pólizas de nuestros seguros.
- 
- Póliza de seguro corporativa para tu auto.
 Obtienes un precio accesible para cobertura de accidentes, asistencia y grúa para tu vehículo.
- 
- Descuento en programas académicos.
 Tu formación académica es importante y si tienes el entusiasmo, actitud y deseo de seguir formándote académicamente te apoyamos con programas de estudio.

Pieza 11: Reglamento básico de la organización. 13x6.5 pulgadas

Reglamento

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. El presente Reglamento Interior de Trabajo se formula de conformidad con lo establecido por el Título II, Capítulo IV, Artículos 57 al 60 del Código de Trabajo, con el objeto de regular las condiciones precisas y obligatorias que regirán la prestación de servicios y realizaciones concretas del trabajo de los trabajadores de la entidad VISIONFUND GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA.

Artículo 2. Las disposiciones del presente Reglamento Interior de Trabajo, denominado también en lo sucesivo "Reglamento" o "este Reglamento", una vez aprobado por la Inspección General de Trabajo son de cumplimiento obligatorio, tanto para los trabajadores llamados en adelante también "el personal" o "los empleados", como para la entidad nombrada en lo sucesivo también como "patrono" o "el empleador".

Artículo 3. En el presente Reglamento, de conformidad con la Ley de la materia será fijado en dos sitios de los más visibles del lugar, centros de trabajo o lugares o centros de trabajo en que conste la entidad VISIONFUND GUATEMALA, SOCIEDAD ANÓNIMA para que sea fácilmente conocido por las personas a quienes se refiere y obliga o se imprimirá en un folleto que se suministrará a todos los empleados de la entidad.

Artículo 4. En el presente Reglamento, se estipulan las normas a que se sujetan las prestaciones y ejecución de los servicios por los trabajadores en la entidad y sus centros de trabajo. Sus disposiciones son de cumplimiento obligatorio, y las infracciones que se causen darán lugar a la aplicación de la sanción respectiva recogida en la normativa disciplinaria de este Reglamento.

Artículo 5. La organización, dirección, administración y fijación de políticas técnicas, materiales, de personal y sistemas son facultades exclusivas de la Dirección de la entidad, quienes las ejercerán sin más limitaciones que las que determinan el Código de Trabajo, Leyes Laborales, Reglamentos y Disposiciones Legales aplicables e inherentes a su actividad.

Artículo 6. Son nulas "ipso jure" y no obligan a los trabajadores, cualquier disposición contenida en el presente Reglamento Interior de Trabajo que sea contraria a la costumbre imperante en la entidad y disminuya previamente adquiridos por ellos y/o que las leyes laborales les confieran.

Artículo 7. En este Reglamento se estipulan el mínimo de prestaciones otorgadas por el empleador a los trabajadores, sin perjuicio de una superación posterior de las mismas, bien por voluntad de éste o por disposición legal.

Artículo 8. El principio de rendimiento es exigible, en consecuencia, todo trabajador debe dar en la actividad que ha aceptado desempeñar, el rendimiento propio y adecuado de su categoría o especialización profesional.

Artículo 9. La relación laboral entre trabajadores y empleador se perfeccionará con el inicio de la relación laboral y se formalizará a través de la celebración de un Contrato Individual de Trabajo, de conformidad con las leyes laborales respectivas, y una vez el trabajador haya llenado los requisitos establecidos en este Reglamento.

Los dos primeros meses de trabajo, para los contratos por tiempo indefinido, se reputan de prueba conforme a la Ley por lo que durante dicho período la terminación de la relación se produce sin responsabilidad de las partes, obligándose únicamente al pago de prestaciones irrenunciables.

Se prohíbe la simulación del período de prueba con el propósito de evadir el reconocimiento de los derechos irrenunciables de los trabajadores y los derivados del contrato de trabajo por tiempo indefinido.

Pieza 12: Contraportada del manual. 13x6.5 pulgadas



Capítulo X

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de un manual impreso para informar a los colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala, S.A. acerca del reglamento de la organización, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

9.1 Plan de costos de elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	40	Q1,000.00
Recopilación de información	1	40	Q1,000.00
Bocetaje	2	80	Q2,000.00
Total de costos de elaboración			Q4,000.00

9.2 Plan de costos de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	1	40	Q1,000.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q600.00
Artes finales de manual de inducción para colaboradores de primer ingreso.	2	80	Q2,000.00
Total de costos de elaboración			Q3,600.00

9.3 Plan de costos de reproducción

Impresión de manual de inducción para colaboradores de primer ingreso.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Manual de inducción para colaboradores de primer ingreso de 6x6 pulgadas en papel couche a color con laminado brillante tipo revista con dos grapas al centro	150	Q15.00	Q2,250.00
Total			Q2,250.00

9.4 Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que será ubicado en las instalaciones de la empresa.

Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 15% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q9,850.00

Utilidad 15% = Q1,455.00

Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q4,000.00
Plan de costos de producción	Q3,600.00
Plan de costos de reproducción	Q2,250.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Subtotal I	Q9,850.00
Margen de utilidad 15%	Q1,477.50
Subtotal II	Q11,327.50
IVA 12%	Q1,359.30
TOTAL	Q12,686.80

Capítulo XI

Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones

10.1 Conclusiones

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el FODA, se procedió a una propuesta y diseñó un manual de inducción para capacitar a los colaboradores dirigido a los colaboradores de primer ingreso, de la empresa VisionFund Guatemala S.A.
- Para dar sustento al proceso de investigación se investigaron a través del marco teórico las referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales de inducción para colaboradores de primer ingreso para la creación del proyecto para VisionFund Guatemala S.A.
- En el trabajo de campo se realizaron de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para la creación del manual de inducción para colaboradores de primer ingreso.
- Se diagramó el manual de inducción para colaboradores de primer ingreso de la empresa VisionFund Guatemala S.A.
-

10.1.1 Recomendaciones

- Se recomienda a VisionFund Guatemala S.A. colocar el material a cargo del departamento de Gente & Cultura en la sección de capacitación para su correcta administración.

- Se recomienda a VisionFund Guatemala S.A. proporcionar un ejemplar a cada uno de los colaboradores de primer ingreso a la organización para que se cumplan las expectativas esperadas al formar parte de la empresa,
- Se recomienda a VisionFund Guatemala S.A. mantener la calidad de impresión descrita para el manual de inducción para mantener la imagen corporativa estable.

Capítulo XII

Capítulo XII Conocimiento general

10.2 Demostración de conocimientos



Capítulo XIII

Capítulo XIII Referencias

11.1 Bibliografía

García, M. A. (2020). Psicología de la comunicación: fundamentos y aplicaciones. Editorial Académica Española.

AMBROSE – HARRIS, Bases del diseño (Colección), Parramón, 2008.

BHASKARAN, L., ¿Qué es el diseño editorial?, index Book, 2006.

MUNARI, B., Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodologí-a didáctica, Gustavo Gili, 1984.

RODRÍGUEZ, José Luis, Las funciones de la imagen en la enseñanza, Gustavo Gill, 1978.

SAMARA, Timothy, Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos, Gustavo Gili, 2008.

VILLAFANE, Justo, La gestión profesional de la imagen corporativa, Pirámide, 1999.

BIERUT, M., Fundamentos de diseño gráfico, Infinito, 2009. BLOM-DAHL

ANDERSEN, CH. A., Principios generales de la comunicación visual, Seminarios y ediciones, 1975.

COSTA, J., Imagen global. Evolución del diseño de identidad, Ediciones CEAC, 1987.

FISHEL, C., Rediseño de la imagen corporativa, Gustavo Gili, 2000.

FISHEL, C., Rediseño de la imagen corporativa, Gustavo Gili, 2000.

11.2 Biblio web

A

Apuntes sobre diseño gráfico: Teoría, enseñanza e investigación

Escrito por Carlos Moreno Rodríguez

https://books.google.com.gt/books?id=La7wAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico&f=false

D

Diseño Grafico Para la Gente, Escrito por Jorge Frascara

https://books.google.com.gt/books?id=hGTy0RXXRuGsC&printsec=frontcover&dq=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico&f=false

E

Economipedia. (s.f.). Empresa subsidiaria. Recuperado el 22 de junio de 2025, de

<https://economipedia.com/definiciones/empresa-subsidiaria.html>

Economipedia. (s.f.). Microfinanzas. Recuperado el 22 de junio de 2025, de

<https://economipedia.com/definiciones/microfinanzas.html>

Economipedia. (s.f.). *Unidad de producción*. Recuperado el 22 de junio de 2025, de

<https://economipedia.com/definiciones/unidad-de-produccion.html>

T

Técnicas de diseño gráfico corporativo. Manual teórico

Escrito por Jose García Llorente

https://books.google.com.gt/books?id=rupCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico&f=false

11.3 Diseño gráfico en el aula

Diseño Gráfico

Sergio Ricupero

https://books.google.com.gt/books?id=_COd0A-85lcC&printsec=frontcover&dq=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico&f=false

El diseño gráfico en materiales didácticos

Escrito por Carlos Moreno Rodríguez

https://books.google.com.gt/books?id=3DLxvU4xg9cC&pg=PA34&dq=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiXv9jExJX5AhUrZzABHUw_BA4ChDoAXoECAcQAg#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico&f=false

Diseño gráfico latinoamericano

Escrito por Rómulo Moya Peralta

https://books.google.com.gt/books?id=RWhzy0vim04C&pg=PA9&dq=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiXv9jExJX5AhUrZzABHUw_BA4ChDoAXoECAsQAg#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico&f=false

Diseño gráfico de productos editoriales multimedia. ARGN0110

Escrito por Daniel Santo Orcero

<https://books.google.com.gt/books?id=6U8pEAAAQBAJ&printsec=frontcover&q=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico+editorial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj477ShxZX5AhVGr4QIHYSStCzoQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20editorial&f=false>

Lexicón para el diseño gráfico: Conceptos fundamentales para su estudio

Escrito por León Felipe Irigoyen

https://books.google.com.gt/books?id=ObYzEAAAQBAJ&printsec=frontcover&q=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico+editorial&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20editorial&f=false

Publicar con calidad editorial: Cuatro pilares de la producción de un libro

Escrito por Mariana Egvaras Etchetto

https://books.google.com.gt/books?id=YcucDwAAQBAJ&printsec=frontcover&q=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico+editorial&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20editorial&f=false

Pensar en diseño gráfico

Escrito por José Rodolfo Sánchez Gómez, Edgardo Flavio López Martínez

https://books.google.com.gt/books?id=McJNAQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico+editorial&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20editorial&f=false

11.4 E-grafía

¿Qué es el diseño gráfico?

<https://www.mique.es/que-es-el-diseno-editorial/>

Diseño editorial

<https://marianaeguaras.com/que-es-el-diseno-editorial/>

Diseño editorial | Diversidad Visual

<https://diversidad.com/diseno-editorial/>

Características del diseño editorial moderno

<https://www.esneca.com/blog/diseno-editorial-moderno/>

La diagramación, es un oficio del diseño editorial

<http://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-diseno-editorial/>

El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/39751/1/TFM%20%20autor%20Leonardo%20Guerreiro%20Reyes.pdf>

Conceptos básicos de diseño gráfico: Teoría del color

<https://edu.gcfglobal.org> >

El Color en el Diseño Gráfico - Cecrea

<https://cecrea.net › el-color-en-el-diseno-grafico>

La andragogía en la educación superior

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872007000200008

Comunicación Corporativa

<https://concepto.de/comunicacion-corporativa/>

Capítulo XIV: Anexos

Estudio socioeconómico VisionFund Guatemala, S.A

Actualización 2018	1.80%		35.40%			62.80%		
	0.70%	1.10%	5.9	11.60%	17.90%	50.70%	12.10%	Indeterminado
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	