



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un manual digital de inducción para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A. Escuintla, Guatemala.

2,019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Bianca Sucely García García.

Carné No.: 15001180.

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, febrero 2019.

UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Título del proyecto:

Diseño de un manual digital de inducción para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A. Escuintla, Guatemala.
2,019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Bianca Sucely García García.

Carné No.: 15001180.

Nueva Guatemala de la Asunción, febrero 2019.

Autoridades

- ★ Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño
- ★ Vicerrectora General, Dra. Mayra de Ramírez
- ★ Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo
- ★ Secretario General, Lic. Jorge Retolaza
- ★ Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler
- ★ Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 09 de abril de 2018

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 UN MANUAL DIGITAL DE INDUCCIÓN PARA INFORMAR ACERCA DE LOS LINEAMIENTOS Y POLÍTICAS A LOS EMPLEADOS DE PRIMER INGRESO, DE LA EMPRESA ALIMENTOS MARAVILLA, S.A. ESCUINTLA, GUATEMALA 2019.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Bianca Sucely García García
15001180



Licda. Claudia Ruíz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 11 de mayo de 2018

Señorita:
Bianca Sucely García García
Presente

Estimada Señorita García:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado **DISEÑO DE UN MANUAL DIGITAL DE INDUCCIÓN PARA INFORMAR ACERCA DE LOS LINEAMIENTOS Y POLÍTICAS A LOS EMPLEADOS DE PRIMER INGRESO, DE LA EMPRESA ALIMENTOS MARAVILLA, S.A. ESCUINTLA, GUATEMALA 2019**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 16 de febrero de 2019

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 UN MANUAL DIGITAL DE INDUCCIÓN PARA INFORMAR ACERCA DE LOS LINEAMIENTOS Y POLÍTICAS A LOS EMPLEADOS DE PRIMER INGRESO, DE LA EMPRESA ALIMENTOS MARAVILLA, S.A. ESCUINTLA, GUATEMALA 2019.** Presentado por la estudiante: Bianca Sucely García García, con número de carné: *15001180*, 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,

Licda. Claudia Ruiz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 28 de marzo de 2019

**Señorita
Bianca Sucely García García
Presente**

Estimada Señorita García:

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

Ciudad de Guatemala, 04 de mayo de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN MANUAL DIGITAL DE INDUCCIÓN PARA INFORMAR ACERCA DE LOS LINEAMIENTOS Y POLÍTICAS A LOS EMPLEADOS DE PRIMER INGRESO, DE LA EMPRESA ALIMENTOS MARAVILLA, S.A. ESCUINTLA, GUATEMALA. 2019***, de la estudiante Bianca Sucely García García, 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



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 07 de mayo de 2019

Señorita:
Bianca Sucely García García
Presente

Estimada Señorita García:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DIGITAL DE INDUCCIÓN PARA INFORMAR ACERCA DE LOS LINEAMIENTOS Y POLÍTICAS A LOS EMPLEADOS DE PRIMER INGRESO, DE LA EMPRESA ALIMENTOS MARAVILLA, S.A. ESCUINTLA, GUATEMALA 2019.** Presentado por la estudiante: Bianca Sucely García García, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios: Por darme la fortaleza y fe espiritual, en que todo es posible.

A mi Madre: Blanca A. Morales de García, por ser la razón principal de mi esfuerzo, gracias por tu paciencia y amor incondicional.

A mi Padre: Dr. Estuardo García M. le doy las gracias por apoyarme, por su esfuerzo en estos 4 años y por su amor incondicional.

A mi Hermano: Seymour E. García G. por brindarme su apoyo y amor incondicional.

A los(as) Licenciados(das): Por darme las herramientas necesarias para salir adelante y forjar un futuro.

En especial a: Universidad Galileo, por brindarme una educación excepcional y una experiencia que ha superado mis expectativas.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Alimentos Maravilla, S.A. se identificó que no cuenta con un manual digital de inducción para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un manual digital de inducción para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A. Escuintla.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 21 personas entre grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que, con respecto al diseño del manual de inducción digital, se ha cumplido con el objetivo de informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.

Se recomendó que todo el contenido del manual de inducción sea actualizado cada cinco años, para que cumpla con el objetivo de informar los lineamientos, políticas, beneficios y normas de la empresa a los empleados de primer ingreso.

Para efectos legales únicamente la autora Bianca Sucely García García es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción

Introducción.....	1
-------------------	---

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	2
2.3 Justificación.....	2
2.3.1 Magnitud.....	3
2.3.2 Vulnerabilidad.....	3
2.3.3 Trascendencia.....	3
2.3.4 Factibilidad.....	4

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general.....	5
3.2 Objetivos específicos.....	5

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente.....	6
--	---

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	11
5.2 Perfil demográfico.....	12
5.3 Perfil psicográfico.....	12
5.4 Perfil conductual.....	12

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	13
--	----

6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	15
6.3	Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	18
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar		
7.1	Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	24
7.2	Conceptualización.....	25
7.3	Bocetaje.....	26
7.4	Propuesta preliminar.....	39
Capítulo VIII: Validación técnica		
8.1	Población y muestreo.....	60
8.2	Método e Instrumentos.....	61
8.3	Resultados e Interpretación de resultados.....	67
8.4	Cambios en base a los resultados.....	81
8.5	Justificación.....	94
Capítulo IX: Propuesta gráfica Final.....		
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución		
10.1	Plan de costos de elaboración.....	121
10.2	Plan de costos de producción.....	121
10.3	Plan de costos de reproducción.....	121
10.4	Plan de costos de distribución.....	121
10.5	Margen de utilidad.....	121
10.6	IVA.....	122
10.7	Cuadro resumen.....	122

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
11.1 Conclusiones.....	123
11.2 Recomendaciones.....	124
Capítulo XII: Conocimiento general.....	125
Capítulo XIII: Referencias.....	127
Capítulo XIV: Anexos.....	131

Capítulo I: Introducción

Capítulo I: Introducción

Para el presente proyecto de graduación se analizará la problemática de la empresa Alimentos Maravilla, SA. Que no cuenta con un manual de inducción en digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso.

Por lo tanto, se va a implementar un diseño creativo en su manual de inducción digital, que abrirá un canal de comunicación entre el nuevo empleado y Alimentos Maravilla, para crear un sentido de pertenencia, integración y Orientación. Con el nuevo diseño del manual de inducción digital, los nuevos empleados no olvidarán los lineamientos y normas de la empresa.

Primero, se investigará la problemática. Segundo, se definirán los objetivos del proyecto. Tercero, se realizará un marco de referencia con toda la información del cliente. Cuarto, se hará una investigación profunda de términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de manuales digitales de inducción a través de fuentes bibliográficas, con el objetivo de respaldar científicamente la propuesta de diseño.

Quinto, se harán bocetos y un diseño preliminar para mostrar al cliente y a un grupo de expertos de cómo se va a implementar la metodología necesaria para realizar este proyecto.

Las metodologías de investigación que se implementarán son: La cualitativa, para obtener un entendimiento lo más profundo posible del problema. Mientras que, la cuantitativa examinará los datos de manera numérica, que se obtendrán de la implementación de una encuesta.

Finalmente, el diseño del manual digital de inducción cumplirá con todos los objetivos del proyecto y satisfacción las necesidades del cliente.

Capítulo II: Problemática

Capítulo II: Problemática

El departamento de Recursos Humanos de Alimentos Maravilla tiene un manual de inducción simple, sin diseño y con solo texto, por lo que los empleados de primer ingreso no lo encuentran visualmente atractivo y es tedioso al momento de la lectura.

Por lo tanto, se propone un manual digital de inducción que sea creativo, dinámico y atractivo visualmente, que motive la lectura y conceda el conocimiento necesario para la integración de los empleados de primer ingreso, sobre los lineamientos y políticas de la empresa.

2.1 Contexto

Alimentos Maravilla, S.A. nació en 1983 en Guatemala, iniciándose con la fabricación de bebidas y néctares, con fórmulas y marcas propias, dentro de las que destacan Sipi y Del Frutal, al obtener el liderazgo en dichas categorías en Guatemala y expandir nuestro mercado a Centroamérica, México, El Caribe y Estados Unidos de Norte América.

Actualmente, el departamento de RRHH de Alimentos Maravilla requiere la ayuda de un diseñador para realizar un nuevo diseño a su manual de inducción porque han observado la falta de interés en la lectura de este por los empleados de primer ingreso.

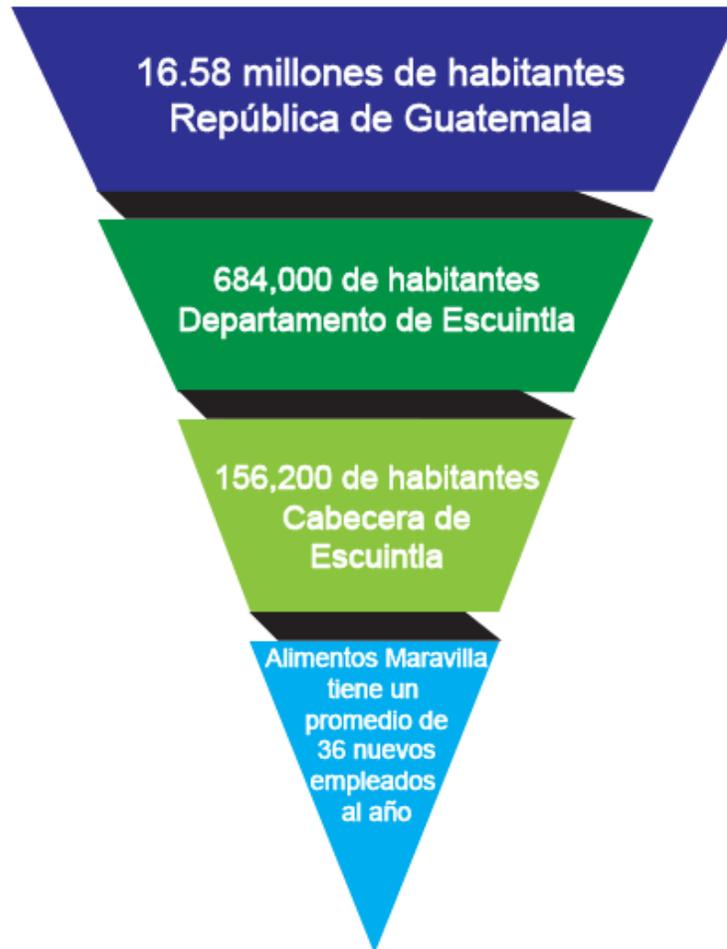
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.

Alimentos Maravilla no cuenta con un manual digital de inducción para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que 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).

2.3.1 Magnitud.



2.3.2 Vulnerabilidad. Al no contar con el diseño de un manual digital de inducción, el empleado de primer ingreso no adquiere el conocimiento necesario sobre la empresa como lo son los lineamientos y políticas de esta. En consecuencia, el nuevo empleado no se sentirá identificado con la empresa y el proceso de inducción será insatisfactorio. Por lo tanto, no sabrá cuáles son sus derechos, obligaciones, los objetivos de la empresa, prestaciones laborales y los requerimientos del puesto a ocupar.

2.3.3 Trascendencia. Al contar con un diseño creativo en su manual de inducción, se abrirá un canal de comunicación entre el nuevo empleado y Alimentos Maravilla. Por

consiguiente, adquirirán el conocimiento necesario de la empresa, la visión única de los objetivos y estrategias de la empresa para todos los empleados y creará un sentido de pertenencia, integración y orientación. Con el nuevo diseño del manual de inducción los nuevos empleados no olvidarán los lineamientos y normas de la empresa.

2.3.4 Factibilidad. La empresa Alimentos Maravilla cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos, que hacen posible y realizable el proyecto.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La empresa Alimentos Maravilla 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 desempeñen dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Los ejecutivos de la empresa Alimentos Maravilla autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La empresa Alimentos Maravilla cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. La estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III: Objetivos de diseño

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar un manual digital de inducción para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.

3.2 Objetivos Específicos

1. Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de manuales digitales de inducción a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta de diseño, que será utilizado por el departamento de Recursos Humanos para los nuevos empleados.
2. Recopilar información acerca de los lineamientos y políticas de la empresa Alimentos Maravilla para integrarlos al manual de inducción y facilite el aprendizaje a los empleados de primer ingreso.
3. Diagramar el contenido del manual de inducción a través del programa Adobe Illustrator para que el diseño cumpla con las expectativas esperadas por el departamento de RR.HH. de Alimentos Maravilla.

Capítulo IV: Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Alimentos Maravilla, S.A. nació en 1983 en Guatemala, iniciándose con la fabricación de bebidas y néctares, con fórmulas y marcas propias, dentro de las cuales destacan Sipi y Del Frutal, al obtener el liderazgo en dichas categorías en Guatemala y expandir nuestro mercado a Centroamérica, México, El Caribe y E.E.U.U.

En 1993 se obtuvo la licencia de la marca Tampico, propiedad de Marbo, Inc., Chicago, Illinois, para la producción y comercialización de bebidas, inicialmente para Guatemala y posteriormente extendiendo el territorio a Honduras y Nicaragua. En 1998 se inició la producción y comercialización de varias líneas de tomate y frijoles, bajo la licencia de la marca Del Monte, propiedad de Del Monte Foods.

En febrero del 2003 se lanzó al mercado una nueva línea de bebidas deportivas, bajo la marca Revive, que ha logrado captar una participación importante de mercado en Centroamérica. En mayo del 2003, se adquirió a Unilever de Centro América, S.A., el Negocio de Néctares de Frutas y Jugos de Vegetales, incluyendo las marcas: Friito, Del Fruto, Marinero y la licencia de uso de la marca NATURA'S para Néctares y Jugos. Conjuntamente, se adquirió una planta productora localizada en Honduras, con alta tecnología para la producción de estos productos.

Con esta adquisición, Alimentos Maravilla consolida el liderazgo en la categoría de néctares a nivel centroamericano. En octubre del 2003, Alimentos Maravilla y Campbell Soup Company comenzaron su alianza estratégica con la maquila de V8 Juice Blends en Centroamérica y el Caribe. En mayo del 2005 se inició la comercialización de Tampico en varios Estados de México, bajo la licencia de Tampico Beverages Inc., siendo éste un paso importante en los planes futuros de expansión regional.

En el 2005 y 2006 Alimentos maravilla ha sido muy activo en innovaciones, introduciendo al mercado centroamericano la línea de mezcla de sabores Del Frutal Revolution, concentrados de frutas para fresco natural bajo la marca Del Frutal, jugo de naranja con pulpa natural marca De La Granja y Marinero cocktail de vegetales con caldo de almeja en lata de aluminio.

Sus productos son elaborados bajo estrictos controles de fabricación, con procedimientos que garantizan al consumidor obtener productos con la calidad que ofrece el sello de Alimentos Maravilla, S.A., respaldado por programas internacionales de aseguramiento de calidad, como HACCP e ISO.

En la actualidad, Alimentos Maravilla, S.A. tiene un portafolio de más de 100 productos y cuenta con una alta capacidad de producción instalada, lo que permite abastecer cualquier mercado internacional. Maravilla es considerada hoy en día como la tercera empresa más innovadora del país, la décima más admirada y la décima mejor manejada.

4.2 Misión

Somos una empresa de bebidas y alimentos líder en el mercado centroamericano con una creciente participación en México y El Caribe.

4.3 Visión

Ser la empresa número uno en el mercado de bebidas y alimentos.

4.4 Delimitación Geográfica

Cabecera departamental de Escuintla.

4.5 Grupo Objetivo

Empleados de primer ingreso.

4.6 Principal Beneficio al Grupo Objetivo

Facilitar el crecimiento e integración con la empresa.

4.7 Competencia

Kern's y PepsiCo.

4.8 Posicionamiento

Es de alto reconocimiento.

4.9 Factores de Diferenciación

Amplia variedad de productos de la más alta calidad.

4.10 Objetivo de Mercadeo

Expansión en el mercado internacional.

4.11 Objetivo de Comunicación

Qué los empleados tengan claro los lineamientos y políticas de la empresa.

4.12 Mensajes clave a comunicar

Historia de la empresa, misión, visión, lineamientos y políticas de la empresa.

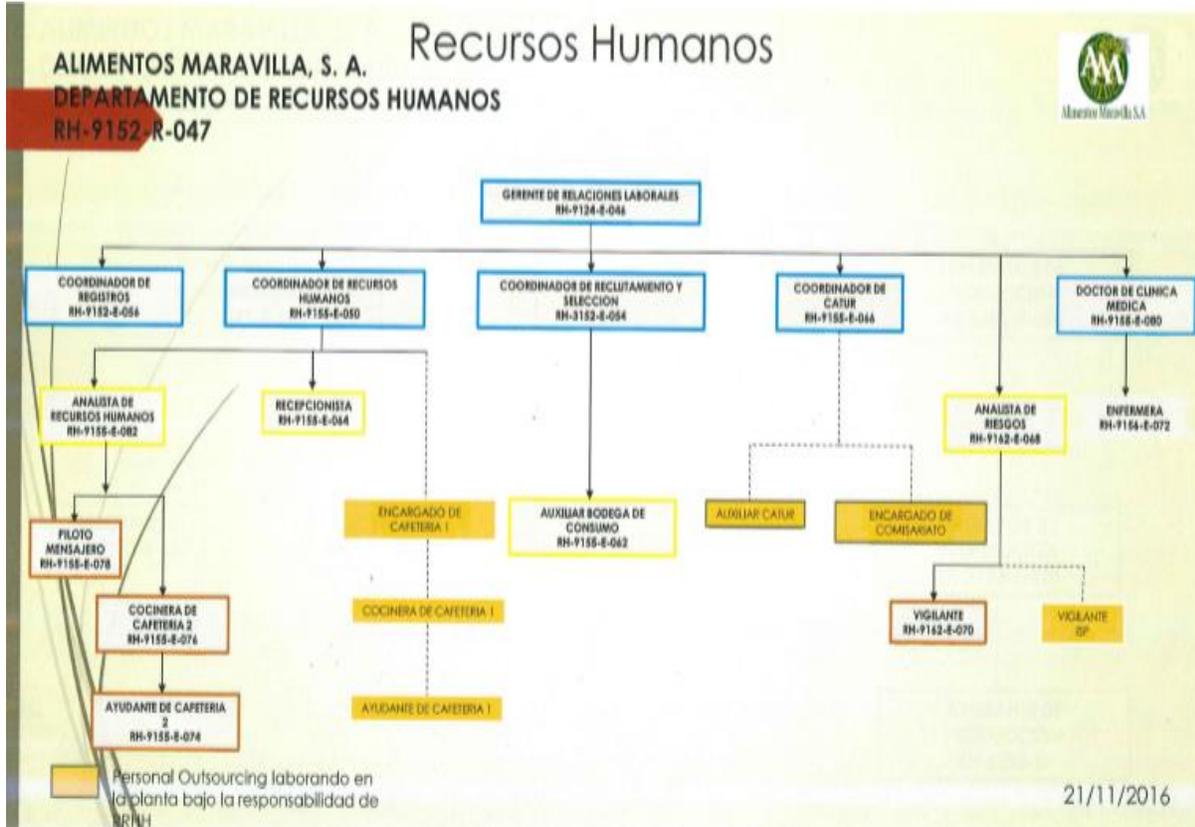
4.13 Estrategia de Comunicación

Diseño de un manual digital de inducción.

4.14 Reto del diseño y trascendencia

Los empleados conozcan a conciencia los lineamientos y políticas de la empresa.

4.15 Organigrama de la empresa



4.16 Foda

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad financiera. - Tiene un amplio mercado en Centroamérica, México, El Caribe y E.E.U.U. - Mejor capacidad de fabricación 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento en el mercado internacional. - Ampliación de la cartera de productos para satisfacer nuevas necesidades de los clientes. - Integración vertical
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Pocas oportunidades de contratación. - Un mal estructurado servicio al cliente. - Falta de algunas habilidades o capacidades clave. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kern´s y PepsiCo. - Situación económica de nuestros consumidores. - Cambios en las necesidades y gustos de los consumidores.

4.17 Logotipo de la Empresa



Colores del logotipo.

Nombre	Código	C	M	Y	K	R	G	B
Verde	#065a31	83%	25%	86%	42%	6	90	49
Blanco	#f8fff	3%	1%	1%	0%	248	255	255
Amarillo	#d5bd1c	13%	24%	94%	4%	213	189	23

Tipografía: Arial y Courier New.

Forma: Circular y con una espiga de trigo.

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

El grupo objetivo para el manual digital son hombres y mujeres de 18 a 40 años de primer ingreso en la empresa Alimentos Maravilla, que necesitan una capacitación para su integración. Por lo general, Alimentos Maravilla contrata más a operadores y pilotos, cabe agregar que en pocas ocasiones contrata mujeres, ya sea para que laboren en oficina o en el servicio de limpieza.

Después de lo anterior expuesto, el porcentaje de contrataciones es el siguiente: 95% hombres y 5% mujeres. Sin embargo, el diseño del manual digital de inducción será orientado para ambos géneros sin discriminación alguna, porque Alimentos Maravilla considera que siempre existirá algún puesto disponible.

5.1 Perfil geográfico

Alimentos Maravilla se encuentra ubicada en la cabecera departamental de Escuintla, en el municipio de Escuintla, Km 58,5 carretera a Siquinala\Escuintla, Ciudad de Escuintla Zona 2. Con una densidad poblacional según la zona de 39,800 de habitantes. El departamento de Escuintla cuenta con una extensión territorial de 4384 km², aproximadamente.

Escuintla se encuentra situada sobre la cordillera (Sierra Madre), por lo que su estructura es accidentada y con una pendiente que termina en el mar. Posee tierras fértiles que la hacen productora de infinidad de productos agrícolas, entre los que tenemos: caña de azúcar, café, algodón, frutas, maíz, legumbres y frijón. Otro rubro de la economía departamental es la ganadería, que se explota en grandes extensiones de su territorio.

El idioma principal es el español, pero en esta zona, también encontramos el Cakchiquel y el idioma poqomam. Su clima es variado, predominando el calor, que origina selvas tupidas de tipo tropical. SEGEPLAN (2013).

5.2 Perfil demográfico (Ver Tabla NSE en Anexo 2.2 pág. 141)

5.2.1 NSE C-. Habitantes con educación media completa. Con un desempeño como vendedor o dependiente. Con ingresos de ocho mil quetzales. Viven en casa o departamento rentado o financiado. Con hijos menores en escuelas e hijo mayor en universidad estatal. Poseen un vehículo de 8-10 años de antigüedad y sin seguro. Sus bienes son un televisor, un celular, cable, equipo de sonido y electrodomésticos básicos. Van a centros comerciales y parques para entretenerse. Y finalmente poseen una cuenta de ahorros.

5.2.2 NSE D. Habitantes con educación primaria completa. Con un desempeño como obrero o dependiente. Con ingresos de cuatro mil quetzales. Viven en casa o departamento rentado o financiado. Con hijos menores en escuelas. Poseen una moto por trabajo. Sus bienes son un televisor, un celular, cable y electrodomésticos básicos. Van a centros comerciales y parques para entretenerse. Y finalmente poseen una cuenta de ahorros.

5.3 Perfil psicográfico

Dentro de la empresa tienen muchas actividades recreativas como: celebración del Día de la Madre, Día del padre, Día del Niño para los hijos de los empleados. Fuera de la empresa sus actividades son salir a centros comerciales a pasear con la familia o ir de visita con familiares y asistir a la iglesia.

5.4 Perfil conductual

Con respecto a, su actitud dentro de la empresa, es lo siguiente: Siguen órdenes de sus superiores. Muestran un sentido de responsabilidad y un deseo en desempeñarse lo mejor posible. Por lo regular, leen el manual de inducción solo una vez y en ocasiones no terminan de leerlo. Y, cuando hay dificultades lo leen para informarse qué fue lo que hicieron mal o no entienden algo con respecto a la empresa.

Capítulo VI: Marco teórico

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Distribuidor(a). Un distribuidor juega un rol clave en el mundo del marketing. Se pueden comparar con un mayorista en la industria de venta minorista. Es decir, El distribuidor trata con un productor o mercado de negocios en lugar del mercado del consumidor. “Un distribuidor es la persona u organización que se encarga de vender un producto o servicio. Como norma general, el distribuidor actúa como intermediario entre el productor y el consumidor” (Definición.mx, 2018).

6.1.2 Envasador(a). La función del envasado es proteger los alimentos elaborados de la luz, la humedad y otros contaminantes ambientales.

Es decir, el **envasado** es un método para conservar alimentos consistentes en calentarlos a una temperatura que destruya los posibles microorganismos presentes y sellarlos en tarros, latas o bolsas herméticas (Educalingo, 2018).

6.1.3 Empresa. Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

Es decir que, el concepto de empresa refiere a una organización o institución, que se dedica a la producción o prestación de bienes o servicios que son demandados por los consumidores; obteniendo de esta actividad un rédito económico, es decir, una ganancia (Enciclopedia de Conceptos, 2018).

6.1.4 Empleado. El empleado es una persona que presta servicios que son retribuidos por una empresa, una institución o una persona individual.

Cabe decir que, es una persona que trabaja a sueldo en una empresa pública o privada. Y se distingue del trabajador, ya que este es un término más amplio que incluye aquellas personas que trabajan y no dependen de un empleador (Definiciones-de, 2018).

6.1.5 Empleados de primer ingreso. El empleado de primer ingreso es una persona que ingresa por primera vez ya sea en una empresa pública o privada o en una institución para prestar sus servicios.

Una vez terminado el proceso de inducción, se acuerda con el candidato la fecha de su ingreso. Algunas empresas le entregan al futuro empleado un escrito donde constan las condiciones que se acordaron, antes de que la persona renuncie a su empleo anterior (Maristany, 2010, p.282).

6.1.6 Fábrica. Una fábrica es un establecimiento con las instalaciones y la maquinaria necesarias para fabricar, confeccionar, elaborar u obtener un producto. “En consecuencia, es un espacio que cuenta con la infraestructura y los dispositivos que se requieren para producir determinados bienes o transformar una fuente energética” (Porto y Merino,2012).

6.1.7 Recursos Humanos. Los recursos humanos son las personas con las que una organización cuenta para desarrollar y ejecutar de manera correcta las acciones, actividades, labores y tareas que deben realizarse.

Cabe decir que, Recursos Humanos es la disciplina que estudia las relaciones de las personas en las organizaciones, la relación entre las personas y las organizaciones, las causas y consecuencias de los cambios en ese ámbito, y la relación de ambas con la sociedad (Maristany, 2010, p.29).

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Es un intercambio de información, en el que un emisor transmite a un receptor algo a través de un canal esperando que, posteriormente, se produzca una respuesta de dicho receptor, en un contexto determinado.

La comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimiento y experiencias. Este intercambio se realiza fundamentalmente a través de símbolos, señales y signos (Mejía, 2010, p.11).

6.2.1.2 Teorema lineal de la comunicación (imagen Anexo 1.1). Es un sistema de comunicación, compuesto por un emisor, un receptor, un canal de transmisión y una fuente de ruido, que en todo sistema real de transmisión existe en mayor o menor medida.

En el proceso de la comunicación, sus componentes o partes interactúan y se influyen recíprocamente durante el flujo comunicativo. Se establece un circuito de comunicación, donde los participantes intercambian los papeles de emisor y receptor, según quien esté mandando o recibiendo el mensaje. Para la estructuración del mensaje se requiere del empleo de un código, y, además, de un canal como medio de transmisión (Mejía, 2010, p.17).

6.2.1.3 Principales autores de la comunicación. Ferdinand de Saussure (1857-1913) fundador de la semiología y el estructuralismo. Considerado el fundador de la lingüística, en sus investigaciones enunció la dicotomía lengua y habla, que se considera el punto de partida del estructuralismo por concebir la lengua como un sistema de elementos y reglas de combinación entre ellos aceptables por la comunidad de hablantes que la utilizan para comunicarse.

Charles Sanders Peirce (1839-1913) Fundador del pragmatismo y de la semiótica contemporánea. Es considerado como fundador de la corriente de pensamiento denominada “pragmatismo” y también como “padre” de la semiótica contemporánea entendida como teoría filosófica de la significación y de la representación.

Humberto Eco (1932-2016) El último humanista. fue un escritor, filósofo y profesor de universidad italiano. Fue autor de numerosos ensayos sobre semiótica, estética, lingüística y filosofía, así como de varias novelas, siendo El nombre de la rosa la más conocida (Avalon, 2018).

6.2.1.4 Tipos de Comunicación.

6.2.1.4.1 Comunicación corporativa. La Comunicación Corporativa se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que, desarrollando los, constituyen la plataforma de proyección de la imagen corporativa de la empresa en una forma eficiente. “Por lo tanto, la comunicación corporativa es una disciplina que dirige todos los mensajes que una empresa, organización o institución desea transmitir a todas sus partes interesadas” (Metro.inter, 2018).

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Concepto de diseño. Es una actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos. “Es decir, un diseño es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace” (Concepto definición. de, 2018).

6.2.2.2 Concepto de diseño gráfico. El diseño gráfico es una profesión, cuyo objetivo es satisfacer necesidades de comunicación visual. Se ocupa de organizar o crear imágenes y textos, para comunicar un mensaje específico, a un determinado grupo con objetivos claros y definidos.

Cabe decir que, el diseño gráfico es una disciplina creativa de las artes visuales que engloba, entre otros ámbitos, la dirección artística, la tipografía, la composición de textos y las tecnologías de la información (Ambrose y Harris, 2010, p.12).

6.2.2.3 Digital. El término digital se usa comúnmente para referirse a casi todos los aparatos electrónicos e informáticos que nos rodean actualmente. “Cabe decir que, cualquier señal o modo de transmisión que utiliza valores discretos en lugar de un espectro continuo de valores (como las señales analógicas)” (Danesse, 2018).

6.2.2.4 Principales autores del Diseño gráfico. Cassandre (1901 – 1968) Ucrania (de padres franceses, donde vivió toda su vida). Uno de los padres del cartelismo y del diseño gráfico moderno, un artista que se terminó suicidándose al negarse a cambiar su estilo cuando este pasó de moda.

Gustav Klutsis (1895–1938) Rusia. Un diseñador gráfico pionero de la fotografía, el collage constructivista y sus numerosos afiches pro-Leninistas-Stalinistas. Junto a su esposa Valentina Kulagina, entre otros, contribuyeron al desarrollo de una nueva identidad visual del socialismo soviético.

El Lissitzky (1890–1941) Rusia. Uno de los principales representantes del avant-garde ruso y el arte abstracto. Aparte de sus contribuciones al movimiento socialista también es reconocido por sus contribuciones al movimiento Bauhaus.

Laszlo Moholy-Nagy (1895-1946) Hungría. Tuvo un papel fundamental en el Diseño Gráfico desarrollado en la Bauhaus, tanto en su aspecto pedagógico como en su identidad visual (Acevedo, 2018).

6.2.2.5 Manual. Instrumento administrativo que contiene en forma ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas y procedimientos de una institución o empresa. “Se denomina manual a toda guía de instrucciones que sirve para el uso de un dispositivo, la corrección de problemas o el establecimiento de procedimientos de trabajo” (Definición.mx, 2018).

6.2.2.6 Manual de inducción (imagen en Anexo 1.2). El manual de inducción contiene la información necesaria que el empleado de nuevo ingreso debe saber acerca de la compañía para poder desempeñar su trabajo satisfactoriamente. “Es la orientación de la política y procedimientos de la empresa, es decir las diferentes instrucciones y entrenamiento iniciales al nuevo empleado” (Saravia, 2013).

6.2.2.6.1 Elementos del manual de inducción (imagen en Anexo 1.3). Un manual de inducción contiene lo siguiente: Introducción, Bienvenida, Historia de la organización, Misión, Visión y Valores, Objetivos de la empresa, Organigrama, Políticas, Reglas, Normas, Directorio e Información general (Pascual, 2015).

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Antropología. Es una ciencia que analiza al hombre en el contexto cultural y social del que forma parte. “Cabe decir que, la antropología es el estudio de la especie humana y sus ancestros inmediatos” (Kottak, 2011, p.5).

6.3.1.2 Psicología. La psicología es el estudio científico de la conducta y la experiencia de cómo los seres humanos y los animales sienten, piensan, aprenden, y conocen para adaptarse al medio que les rodea. “Es decir, es el estudio científico de los procesos mentales y del comportamiento” (Cosacov, 2010, p.12).

6.3.1.3 Psicología del color. Es un estudio psicológico que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. “Es decir, la psicología del color es un ramo de la psicología que analiza e interpreta el efecto que los colores tienen sobre la percepción y comportamiento humano” (Anónimo, 2018).

6.3.1.4 Psicología de la imagen. La psicología de la imagen crea o modifica la percepción colectiva hacia una persona o institución. “Es decir que, es aquella que se encarga de estudiar el conjunto de conocimientos y técnicas psicológicas aplicables a la emisión de los estímulos y a la comprensión de los estados asociados” (López, 2014).

6.3.1.5 Sociología. Es una ciencia social que se encarga de estudiar el funcionamiento de la sociedad humana. Se podría decir que la sociología existe desde hace mucho tiempo, mucho antes de que se desarrollara como una ciencia u objeto de estudio. Según Giddens afirma: “La sociología es el estudio de la vida social humana, de sus grupos y sociedades” (Giddens, 2002, p.27).

6.3.1.6 Semiología. La semiología fue definida y estudiada por Saussure en Ginebra, en 1908, como "la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social", haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística. “Es decir, es la ciencia que estudia el signo en general; todos los signos que formen lenguajes o sistemas” (Beuchot, 2013, p.12).

6.3.1.7 Semiología del discurso. Cuando se piensa en el término “discurso” se le relaciona directamente con el mensaje que expone una persona (un orador) ante un público, con un propósito específico.

La semiología se basa en el estudio y el análisis del discurso centrándose en los signos y símbolos que él mismo utiliza, pero no en su significado. Esto es así debido a que las diferentes teorías semiológicas sostienen que el significado es algo dado artificialmente al símbolo y que el mismo puede variar de acuerdo con la historia, la comunidad, las personas, etc. (Bembibre, 2015).

6.3.1.8 Semiología de la imagen. La semiología de la imagen analiza los códigos visuales, la manera como una imagen forma parte de la representación social y construye visiones del mundo. “Cabe decir que, es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen” (Borbolla, 2015).

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Artes Tipográficas. Es el arte y la técnica de crear y componer tipos de tipografía para comunicar un mensaje, una idea o información. Es decir, que las artes tipográficas son un medio por el cual se muestra la creatividad del artista, del diseñador o del creador de esta.

De este planteamiento se deriva que el diseñador gráfico debe emplear las letras en una composición tanto para comunicar ideas como para configurar el aspecto visual de la misma, siendo necesario para ello conocer a fondo los diferentes tipos existentes y sus propiedades, conocimientos que se agrupan en la ciencia o arte de la tipografía (Ciberaula, 2017).

6.3.2.2 Dibujo. El dibujo es una forma de expresión gráfica que estampa imágenes sobre un soporte físico (papel) o virtual (programas). “lo que quiere decir, que el dibujo es el arte visual de representar algo en un medio bidimensional o tridimensional mediante diversas herramientas y/o métodos” (Anónimo, 2018).

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos. “Es decir que, la teoría del color es una guía que pretende estandarizar los conocimientos sobre los colores para su aplicación práctica en diversas áreas como puedan ser las artes visuales o el diseño gráfico” (About Español, 2018).

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. La Teoría de la Gestalt propone una nueva forma de entender la psicología, basada en principios holísticos y rompiendo el paradigma del viejo conductismo.

Según la teoría de la Gestalt, la mente configura los elementos que recibe por medio de los canales sensoriales o de la memoria. Dicha configuración adopta un carácter primario sobre los elementos que la conforman. La suma de dichos elementos no nos permite la comprensión del funcionamiento de la mente, lo que postulaban como: el todo es más que la suma de sus partes. (Anónimo, 2017).

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Diagramación (imagen en Anexo 1.4). La diagramación, también llamada a veces maquetación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales.

Por lo tanto, diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto o imagen) en el espacio dimensional mediante criterios de jerarquización buscado funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable. (González, 2009, p.12).

6.3.4.2 Dibujo técnico. El dibujo técnico se puede definir como el sistema de representación gráfica de objetos ya existentes o bien de prototipos, atendiendo a normas y convenciones preestablecidas por instituciones reguladoras. “Es decir, que es un lenguaje gráfico utilizado en el mundo de la técnica, mediante el, los técnicos pueden recibir información del exterior y a su vez pueden ellos transmitir y comunicar sus ideas” (Méndez, 2014, p.3).

6.3.4.3 Diseño de línea (imagen en Anexo 1.6). Los diseños, dibujos y demás objetos visuales se componen por líneas de distintas formas que dependen de las necesidades específicas de cada mensaje transmitido a través de la imagen, así como de la utilidad que requiera tener una u otra silueta de algún producto fabricado o esbozado. Es decir, que la línea genera dinamismo y crea dirección a una composición.

La línea es el elemento del diseño más fuerte, más importante y más influyente.

Esto se debe a que sin ella no puede haber forma. Si no hay forma no puede haber textura y si no hay textura entonces no puede haber patrón (FotoNostra, 2018).

6.3.4.4 Ilustración a mano alzada (imagen en Anexo 1.5). Es una técnica que se emplea para expresar con inmediatez las ideas necesarias para la elaboración de una determinada pieza, objeto o proceso.

Es una representación realista de una imagen, que se realiza a través de trazos. Se hace de manera directa, sin repetir y sin revisiones o alteraciones posteriores. Es

decir, es una ilustración hecha sobre la marcha que utiliza solo un lápiz, un bolígrafo u otro instrumento para hacer los trazos (García, 2018).

6.3.4.5 Geométrica (imagen en Anexo 1.7). El diseño geométrico consiste en la creación de una obra de cualquier tipo (animación, dibujo, videojuego, diseño estético, etc..) mostrando objetos a través de formas geométricas. Por otro lado, el diseño gráfico geométrico se ha puesto muy de moda en los últimos años y se han podido ver espectaculares obras en diseño de logotipos, carteles y tipografías.

Es decir, el Diseño Geométrico es una divertida tendencia que se enfoca en la belleza simplista de mezclar ciertas formas, líneas y curvas para obtener resultados creativos. Con raíces en los principios matemáticos reales, el diseño geométrico puede ser creado con precisión formulista o por medio de la experimentación (Nieves, 2017).

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico (infografía).

Tendencias y Teorías aplicables al Proyecto de Graduación.

Diseño Geométrico

Esta tendencia se aplica al proyecto de graduación porque se enfoca en la simplicidad de mezclar ciertas formas, líneas y curvas para obtener resultados creativos en el diseño y visualmente atractivos.



Manual de inducción

Es la orientación de las políticas y normas de la empresa. Es decir, que al saber cuales son las diferentes instrucciones y entrenamiento iniciales para el nuevo empleado, será de utilidad para realizar el proyecto.



Comunicación Corporativa

Es aplicable esta disciplina porque será transmitida a todos los empleados de primer ingreso. Y, así se proyectará la imagen corporativa de la empresa en una forma eficiente.



Teoría del color

La teoría del color será una guía en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinando los colores en el proyecto de graduación.



Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimiento y experiencias. Por lo tanto, es un medio por el cual la empresa abre un canal entre ella y el nuevo empleado, con la ayuda del manual de inducción digital.



Semiología

Por medio de la semiología en el proyecto se estudiarán todos los signos que formen el lenguaje del manual de inducción de la empresa.

ABC ABC ABC
abc abc abc

Diagramación

Por medio de la diagramación, el diseño será distribuido, organizado en el espacio dimensional mediante criterios de jerarquización buscado funcionalidad y con una imagen visualmente atractiva.



Digital

El Diseño del proyecto será realizado en formato digital a petición del cliente. Por lo cual, el diseño solo será reproducido y transmitido digitalmente.



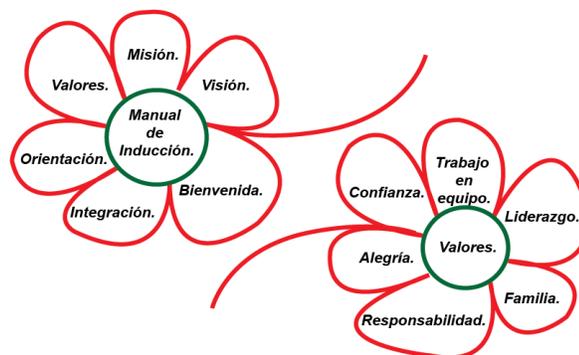
7.2 Conceptualización

7.2.1 Método. El método creativo que utilice para crear el concepto del proyecto se llama la Flor de Loto (técnica MY), en el que consiste dibujar una flor, en el centro la idea, y en los pétalos, palabras relacionadas con el centro de la flor.

Es una técnica de creatividad que consiste en ir deduciendo ideas o temas de uno inicial situado en el centro. Las ideas surgen a partir del centro, como los pétalos de una flor. El autor es Yasuo Matsumura, presidente de Clover Management Research. (Matsumura, 2018).

- Primero inició con dibujar una flor.
- Segundo, en el centro el tema, idea u objeto creativo.
- Tercero, escribí en los pétalos que lo rodean las ideas relacionadas.
- Cuarto, de uno de los pétalos elegí uno para dibujar otra flor.
- Quinto con las dos flores, escribí varias opciones para el concepto.

7.2.1.1 Representación gráfica del método.

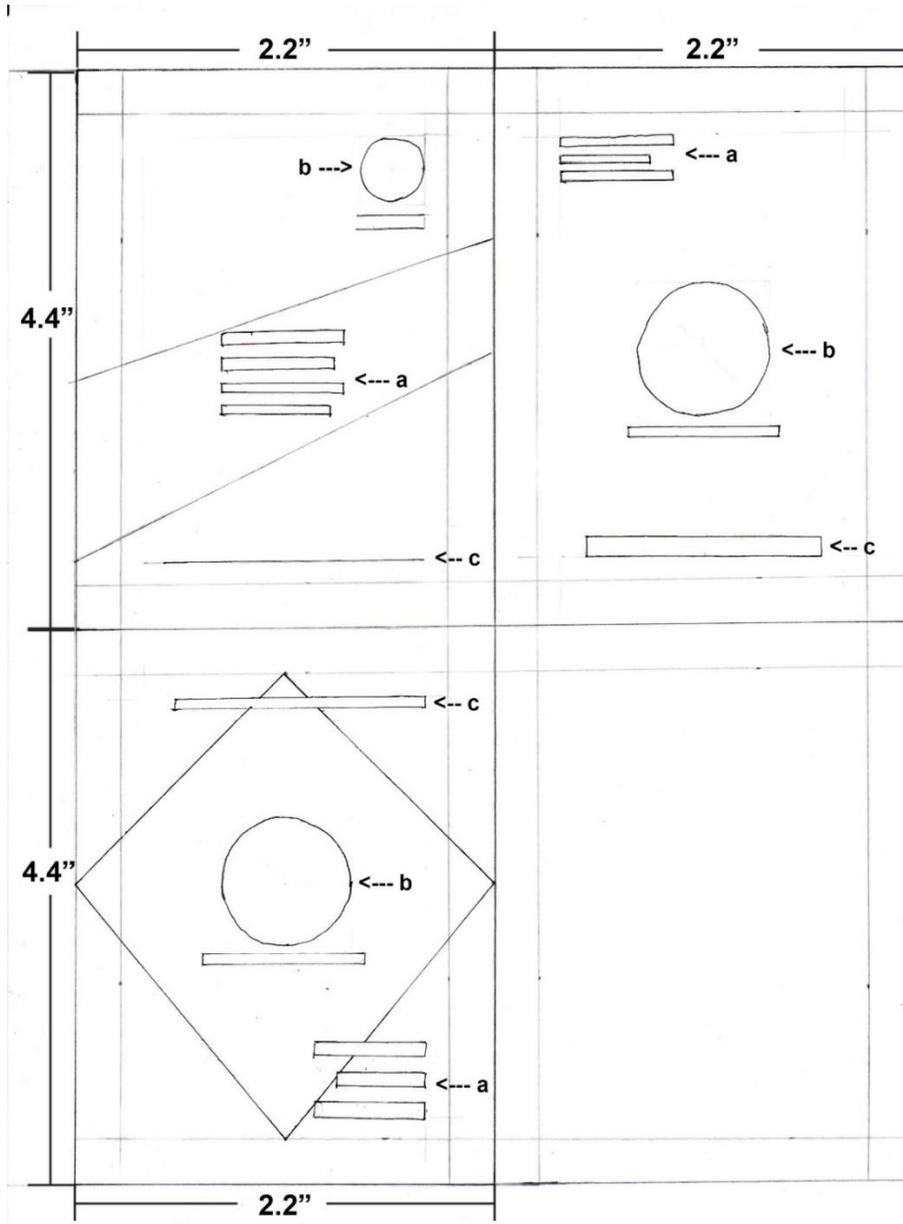


7.2.2 Definición del concepto. France conceptual: “Bienvenido, ya eres parte de la familia de Alimentos Maravilla, S.A.”. Y significa, Que se recibe con agrado al nuevo integrante del núcleo familiar de Alimentos Maravilla. Este es el concepto seleccionado por el cliente, por lo tanto, se va a aplicar en la portada del manual de inducción.

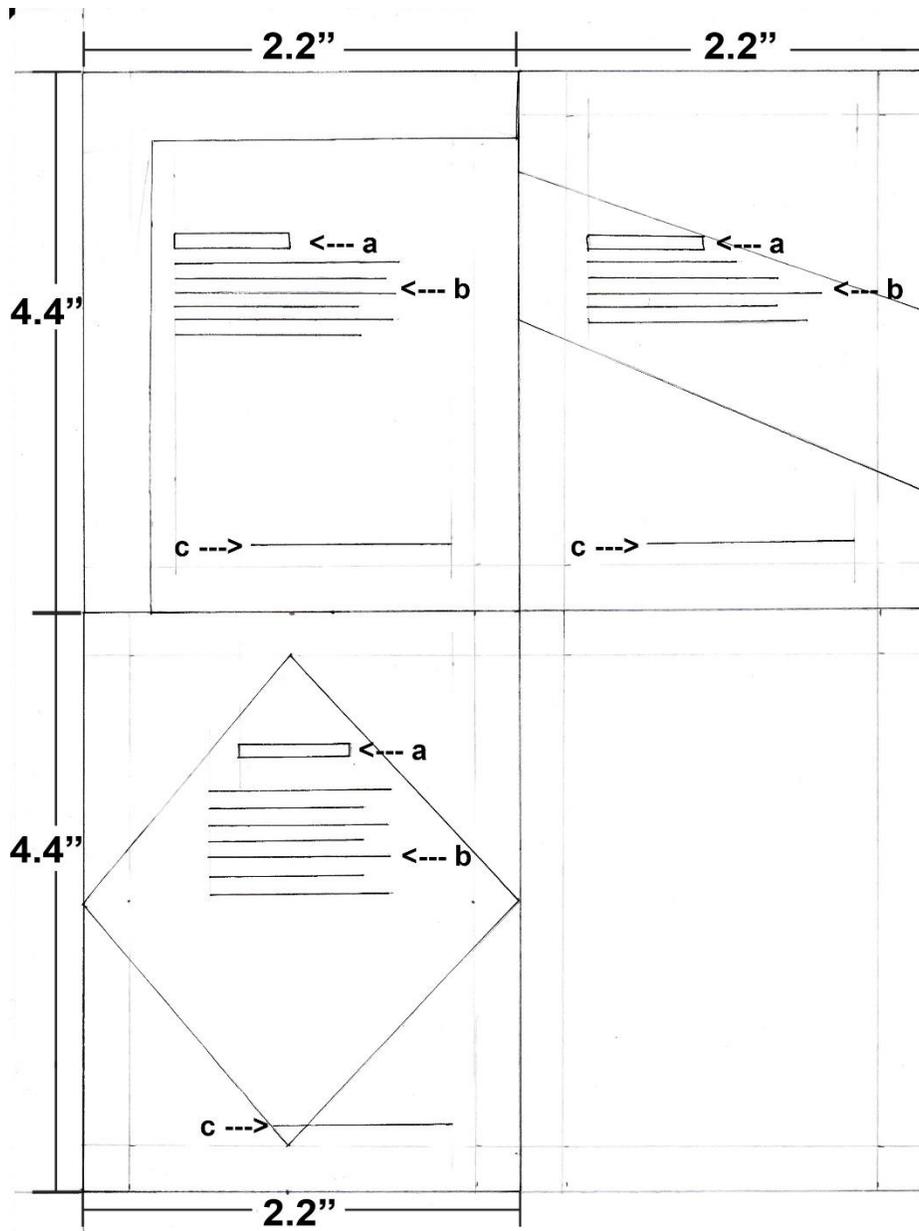
7.3 Bocetaje

7.3.1 Proceso de Bocetaje.

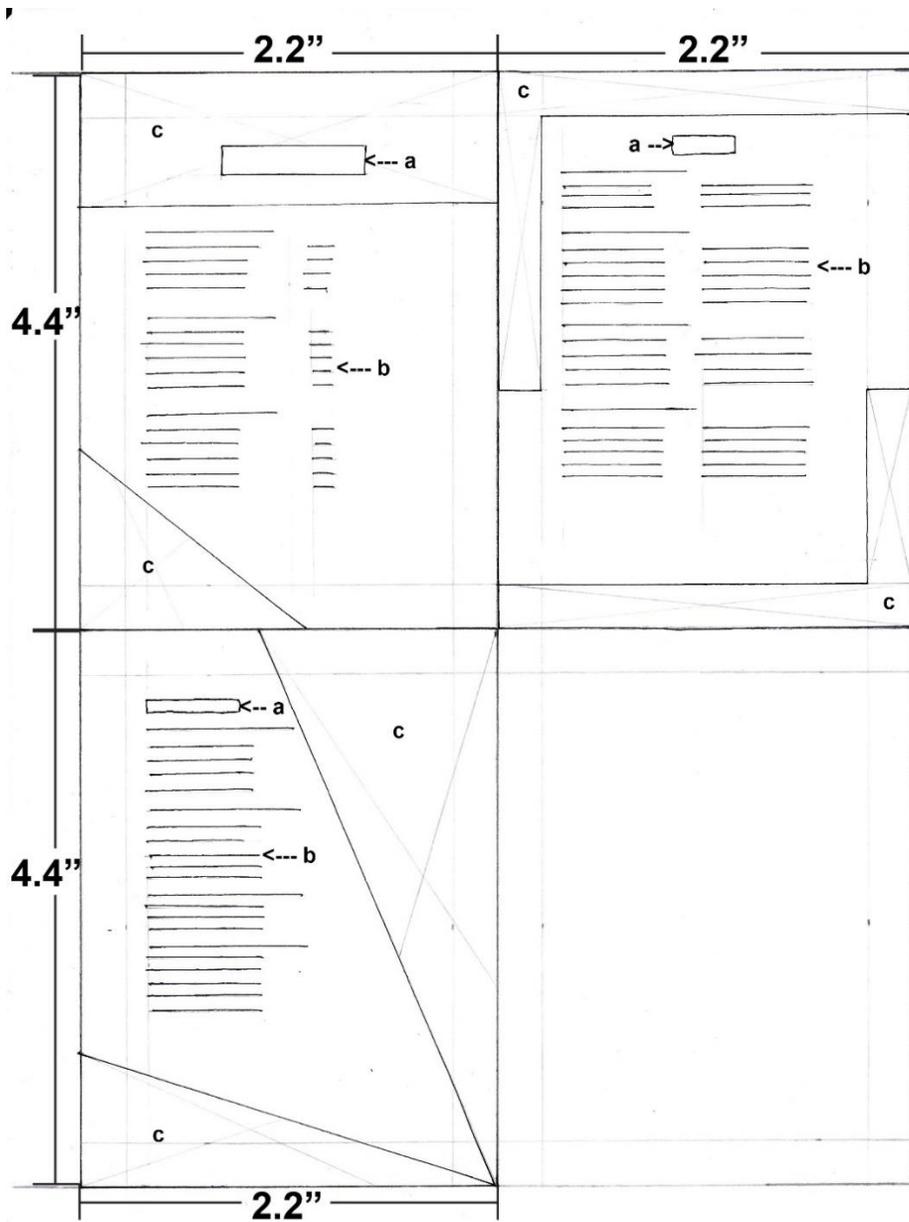
7.3.1.1 Bocetos iniciales: Versiones 1, 2 y 3.



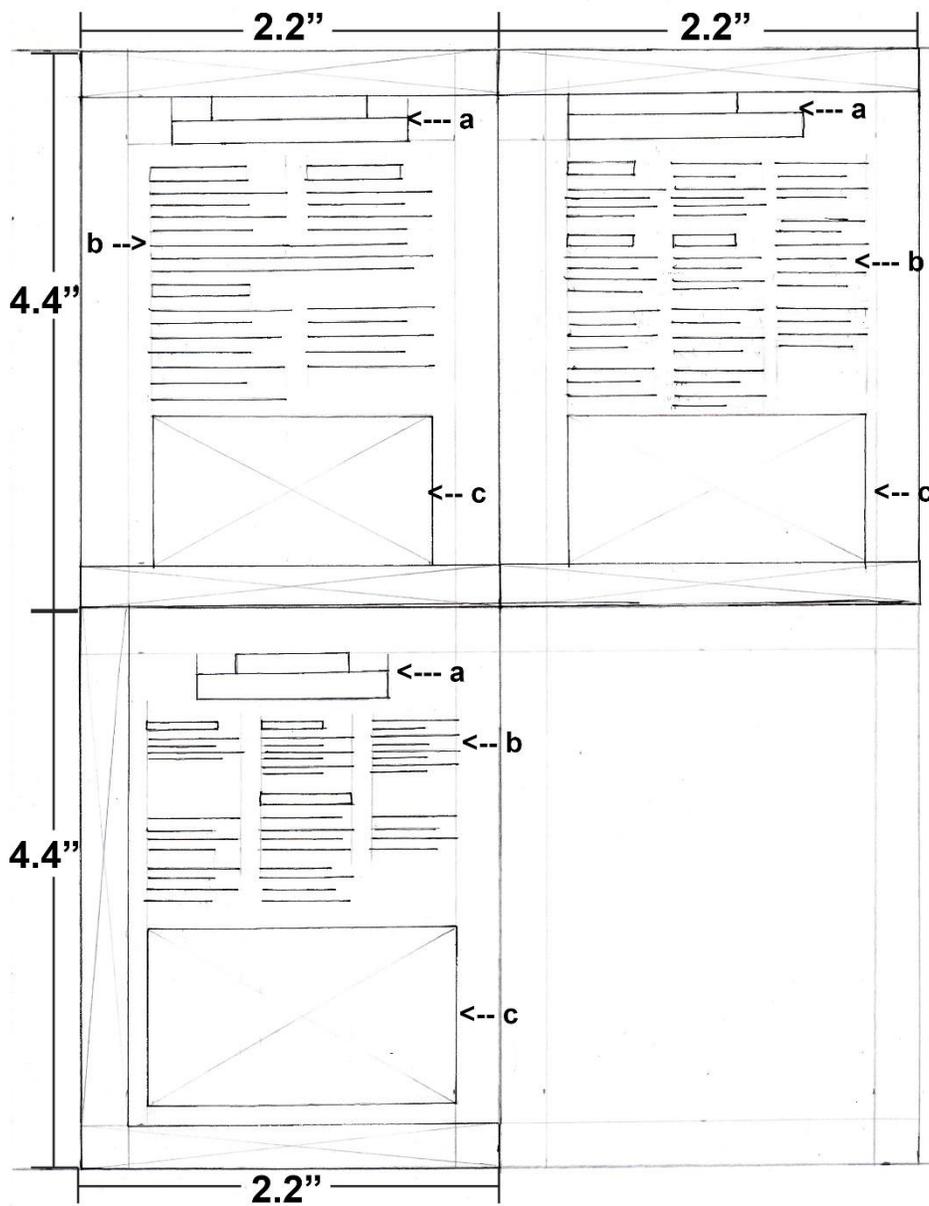
Portadas: a. Frase conceptual. b. Logotipo de la empresa. c. Título del manual.



Contraportadas: a. Título. b. texto. c. dirección.

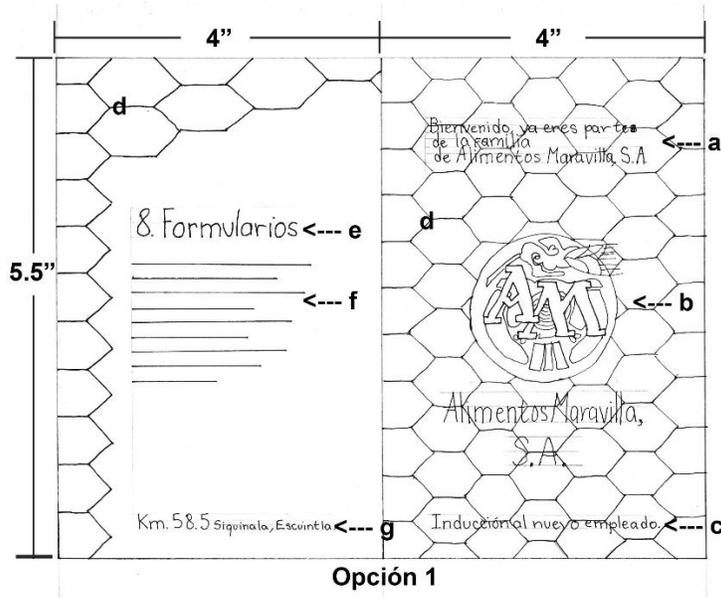


Índice 1, 2 y 3: a. título. b. texto. c. diseño contorno de la página.

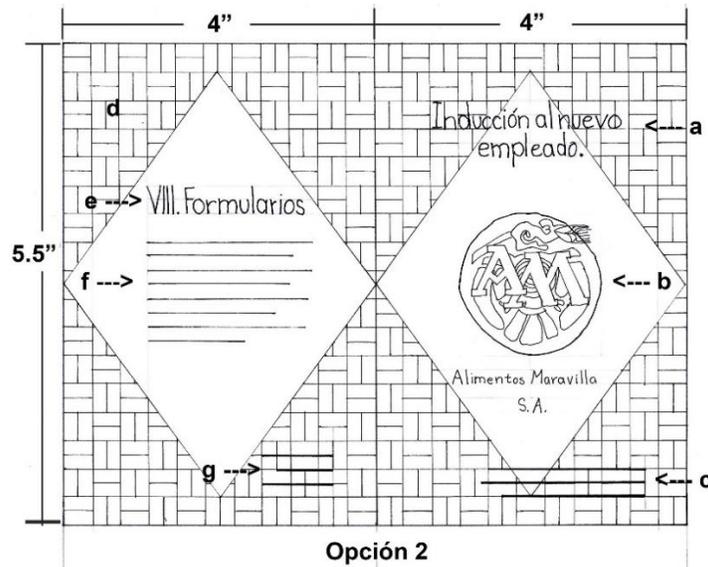


Diseño de páginas interiores 1, 2 y 3: a. título. b. texto. c. imagen.

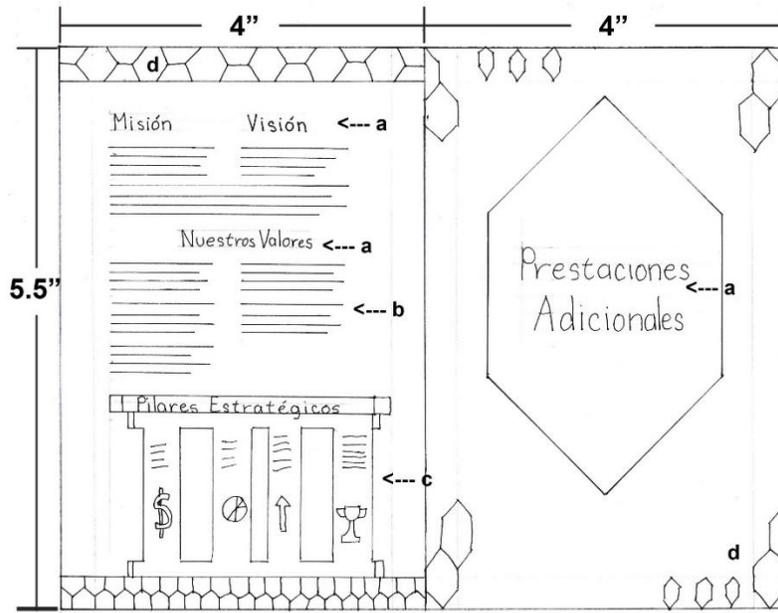
7.3.1.2 Bocetos intermedios: Versiones 2 y 3 como opción 1 y 2 para que el cliente elija.



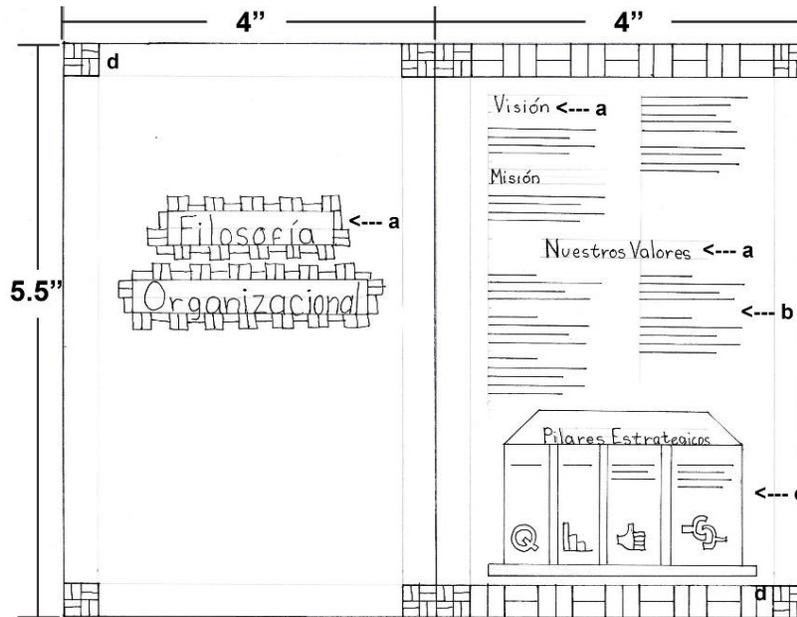
Portada y contraportada: a. Título b. logotipo. c. frase conceptual. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página. e. título 2. f. texto. g. dirección.



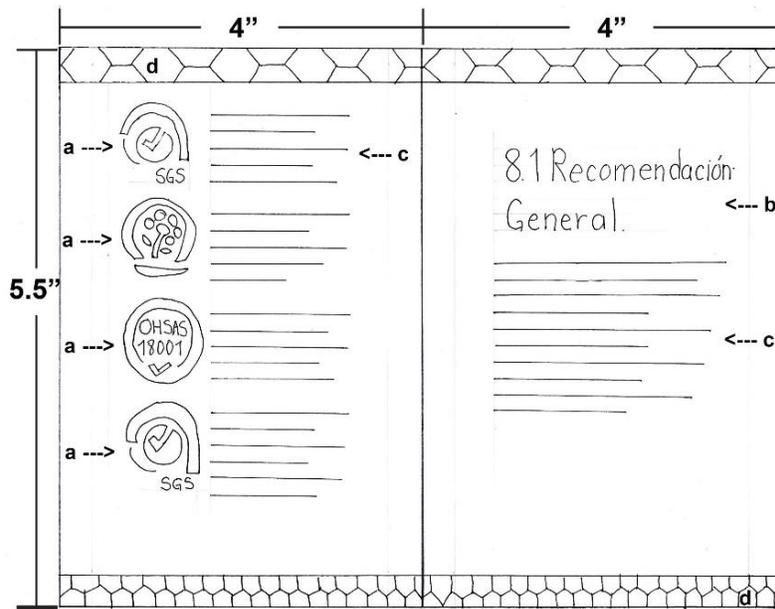
Portada y contraportada: a. Título b. logotipo. c. frase conceptual. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página. e. título 2. f. texto. g. dirección.



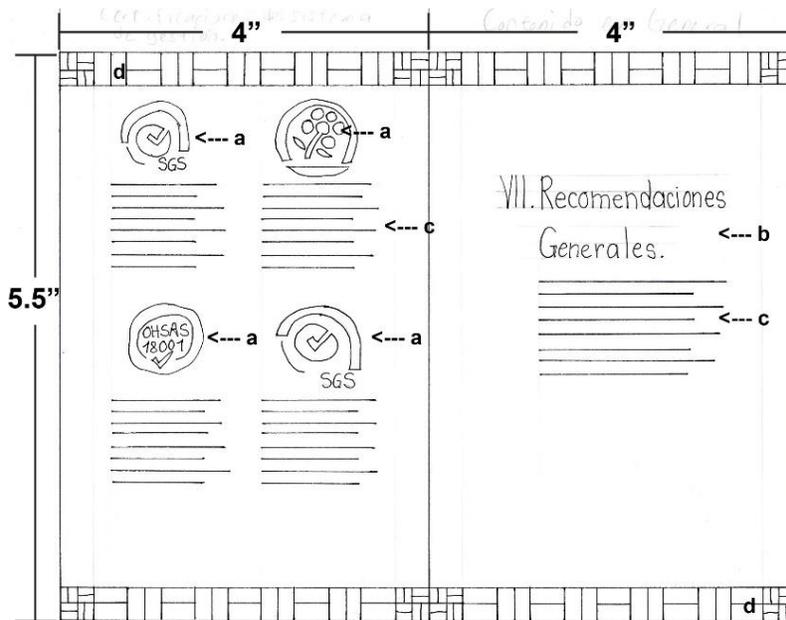
Contenidos opción 1: a. título. b. texto. c. imagen ilustrada. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.



Contenidos opción 2: a. título. b. texto. c. imagen ilustrada. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.

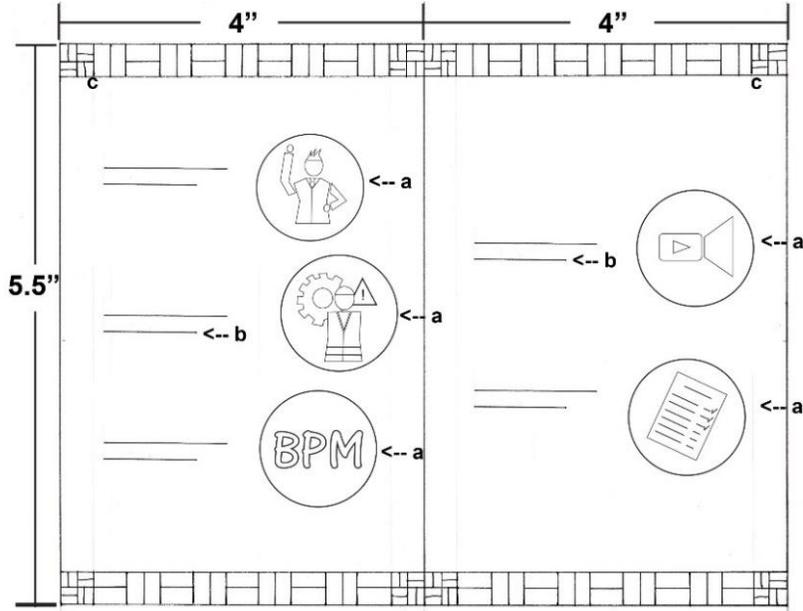


Contenidos 2 opción 1: a. logotipo de gestión. b. título. c. texto. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.

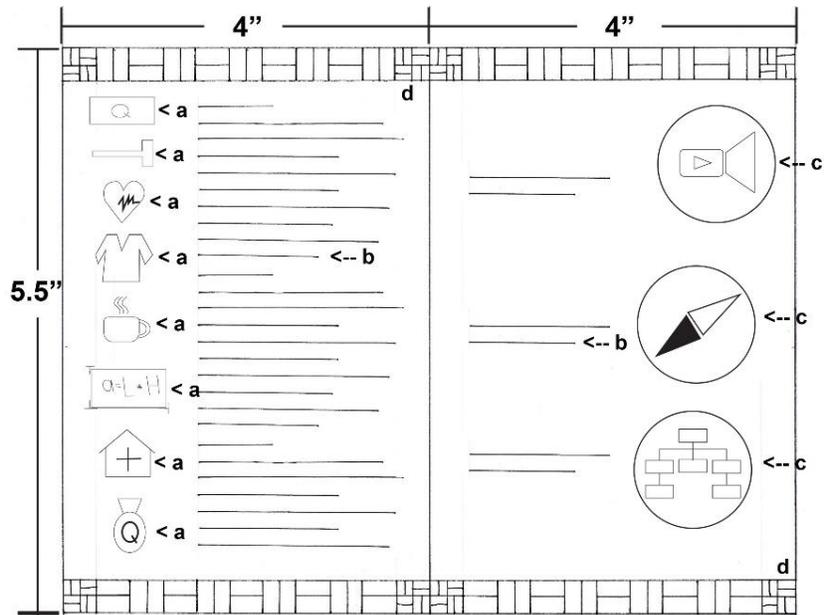


Contenidos 2 opción 2: a. logotipo de gestión. b. título. c. texto. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.

7.3.1.3.1 Bocetos intermedios de las páginas adicionales de opción 2.

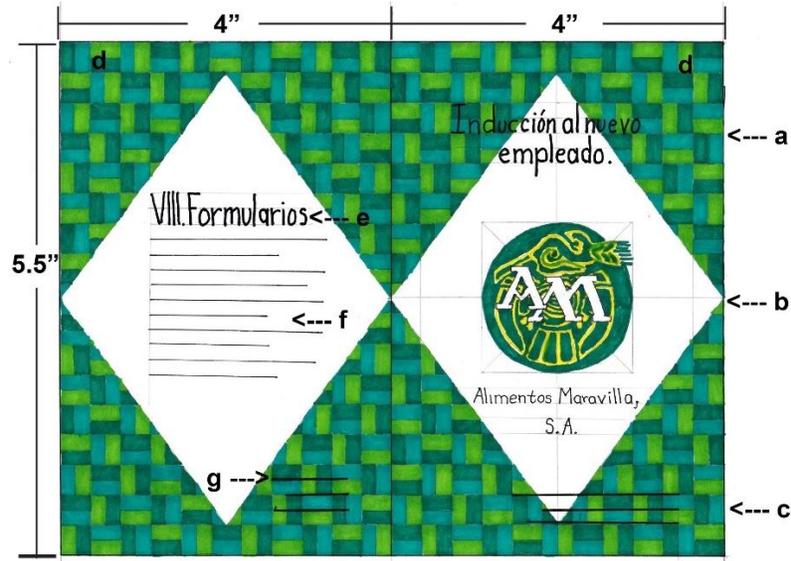


Páginas adicionales 1: a. iconos. b. texto. c. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.

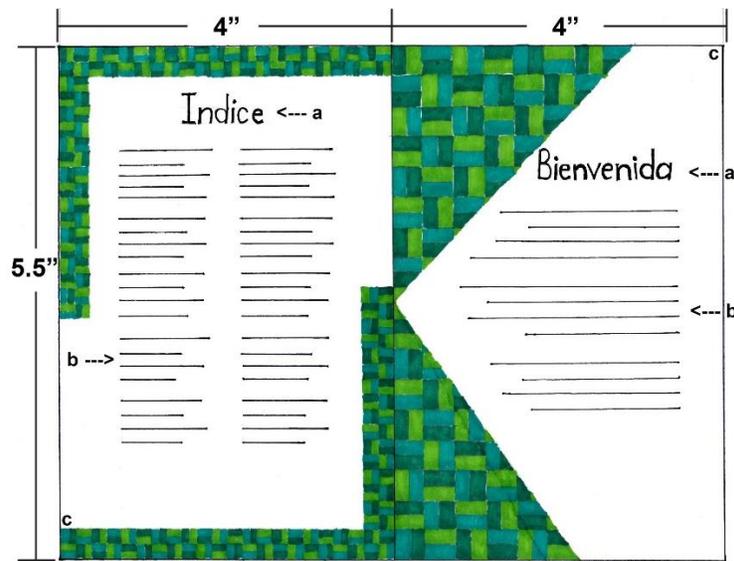


Páginas adicionales 2: a. símbolos. b. texto. c. iconos. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.

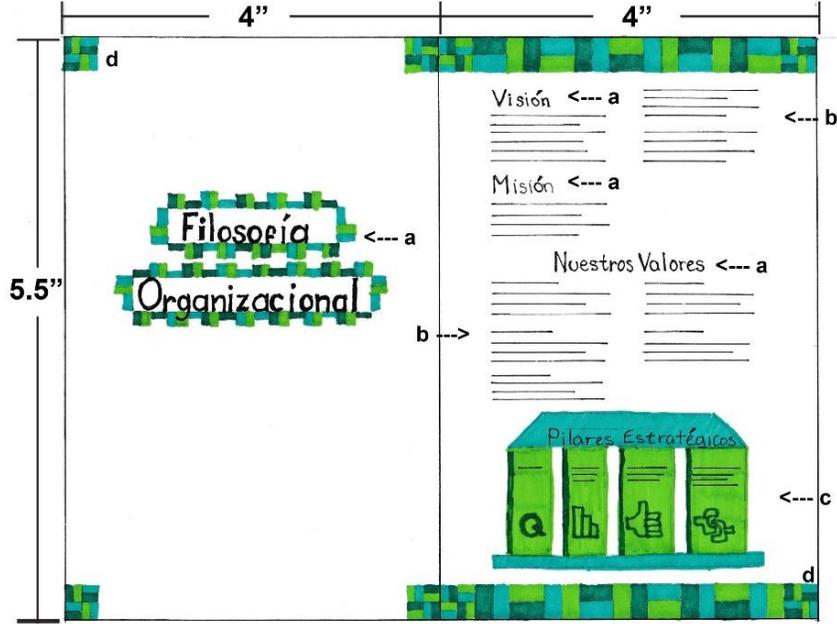
7.3.1.4 Bocetos a color de la opción elegida por el cliente.



Portada y contraportada: a. Título b. logotipo. c. frase conceptual. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página. e. título 2. f. texto. g. dirección.

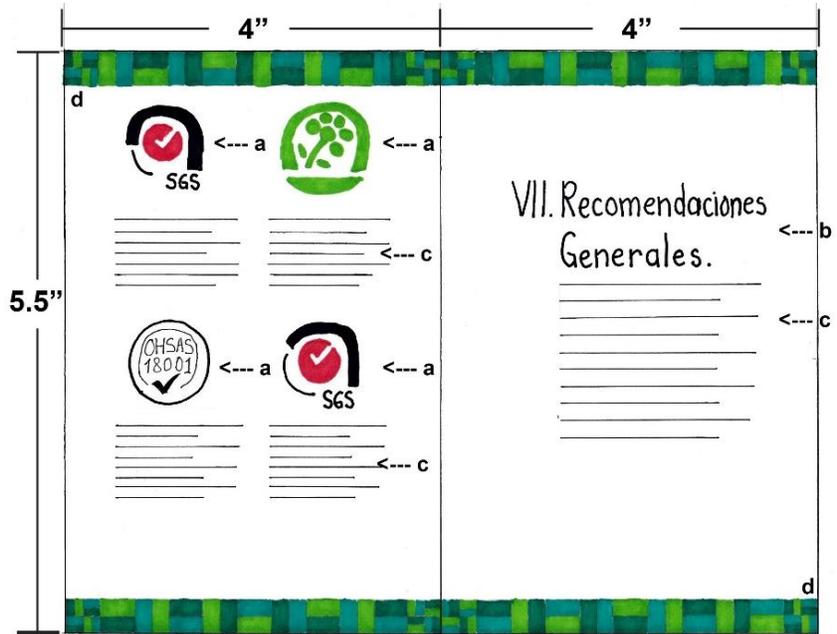


Índice y bienvenida: a. título. b. texto. c. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.



Título y filosofía organizacional: a. título. b. texto. c. imagen ilustrada.

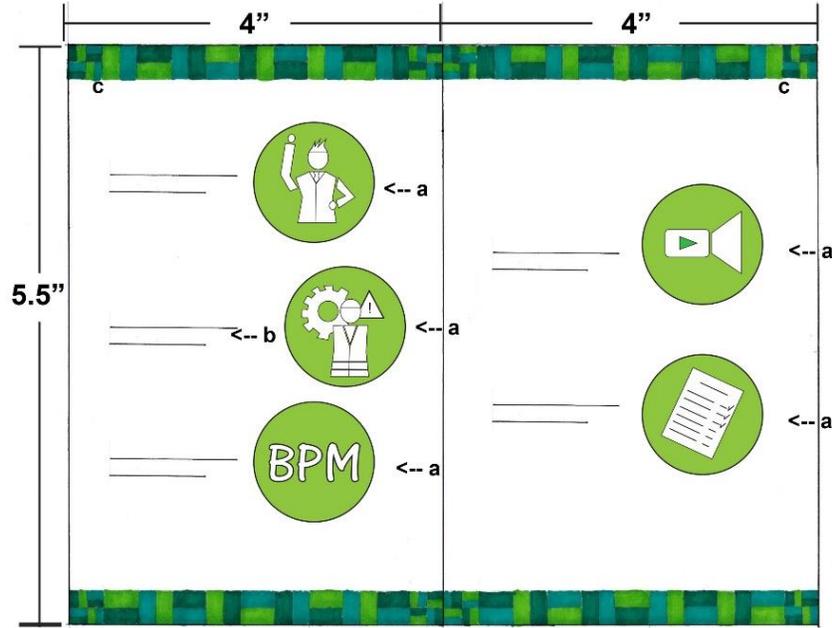
d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.



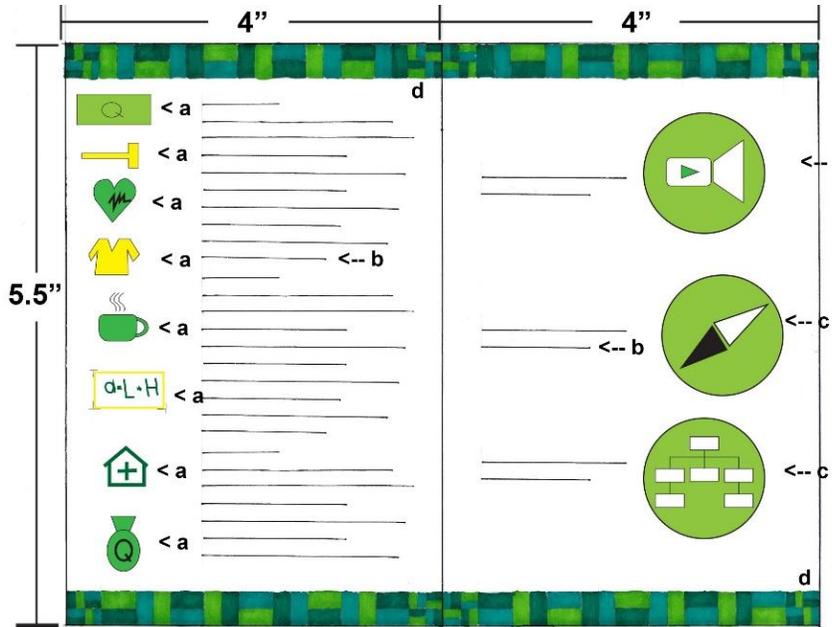
Sistema de gestión y recomendaciones: a. logotipo de gestión. b. título.

c. texto. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.

7.3.1.3.1 Bocetos a color de las páginas adicionales.



Páginas adicionales 1: a. iconos. b. texto. c. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.

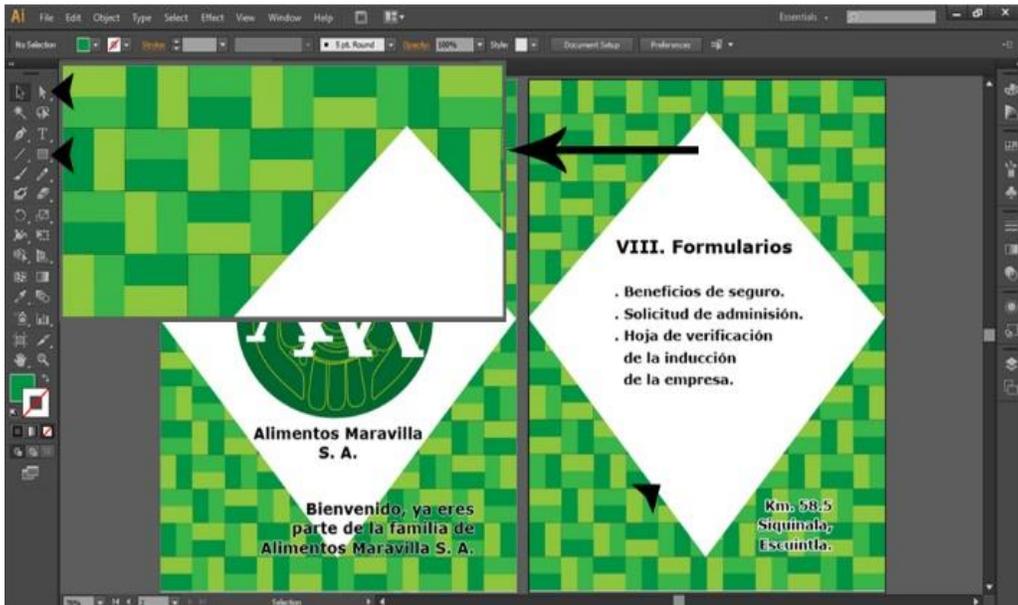


Páginas adicionales 2: a. símbolos. b. texto. c. iconos. d. diseño geométrico como fondo en contorno de la página.

Los colores seleccionados para los bocetos son un juego de matices elegidos extraídos del logotipo de la empresa. El tipo de fuente (tipografía) que se utilizará en todos los diseños es Arial y Verdana por motivo del nivel socio económico del grupo objetivo, para facilitar su lectura y comprensión del manual.

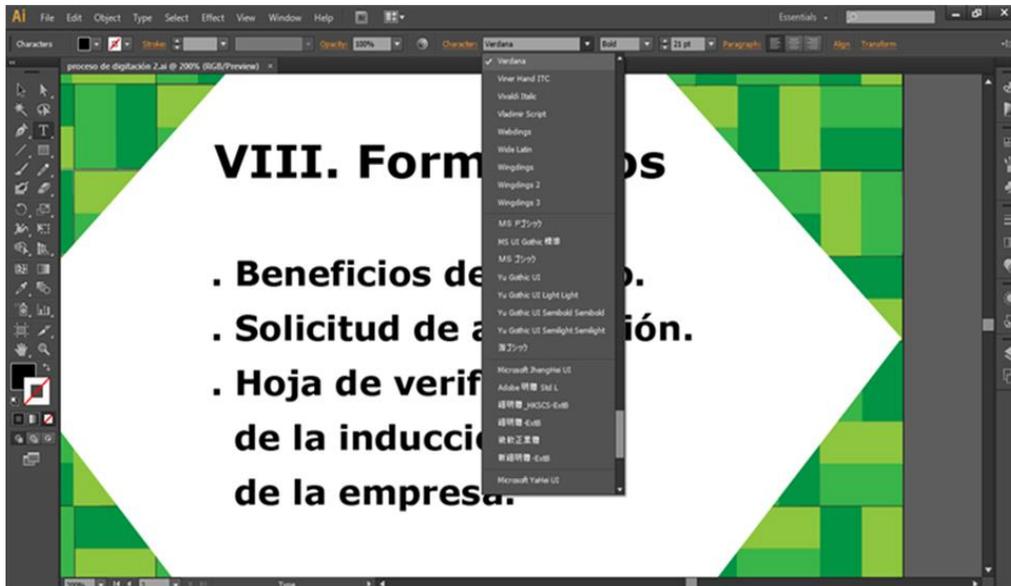
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.

7.3.2.1 Portada y contraportada.



Paso 1. Se coloca el diseño geométrico como fondo de las páginas siguiendo la diagramación de los bocetos para cada página del manual. El patrón del diseño está formado por rectángulos en posición vertical y horizontal de tres tonalidades de verde, cada rectángulo fue colocado uno a uno para seguir el patrón dispuesto para cada página.

Los rombos que se observan fueron creados con la herramienta rectángulo en el panel de herramientas (lado izq. De la imagen) de Adobe Illustrator y después se da forma con la herramienta de selección directa (puntero blanco) para darle la forma deseada y listo.



Paso 2. Al colocar los textos se eligió la tipografía Verdana Bold en esta ocasión para facilitar la lectura de nuestro grupo objetivo. Los Títulos, contenidos y la frase conceptual elegida por el cliente tienen un tamaño específico siguiendo la jerarquía (48 pt, 36pt y 24pt).



Paso 3. Finalmente se inserta el logotipo que proporciono la empresa del cliente directamente al manual digital.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.1 Portada.



Portada.

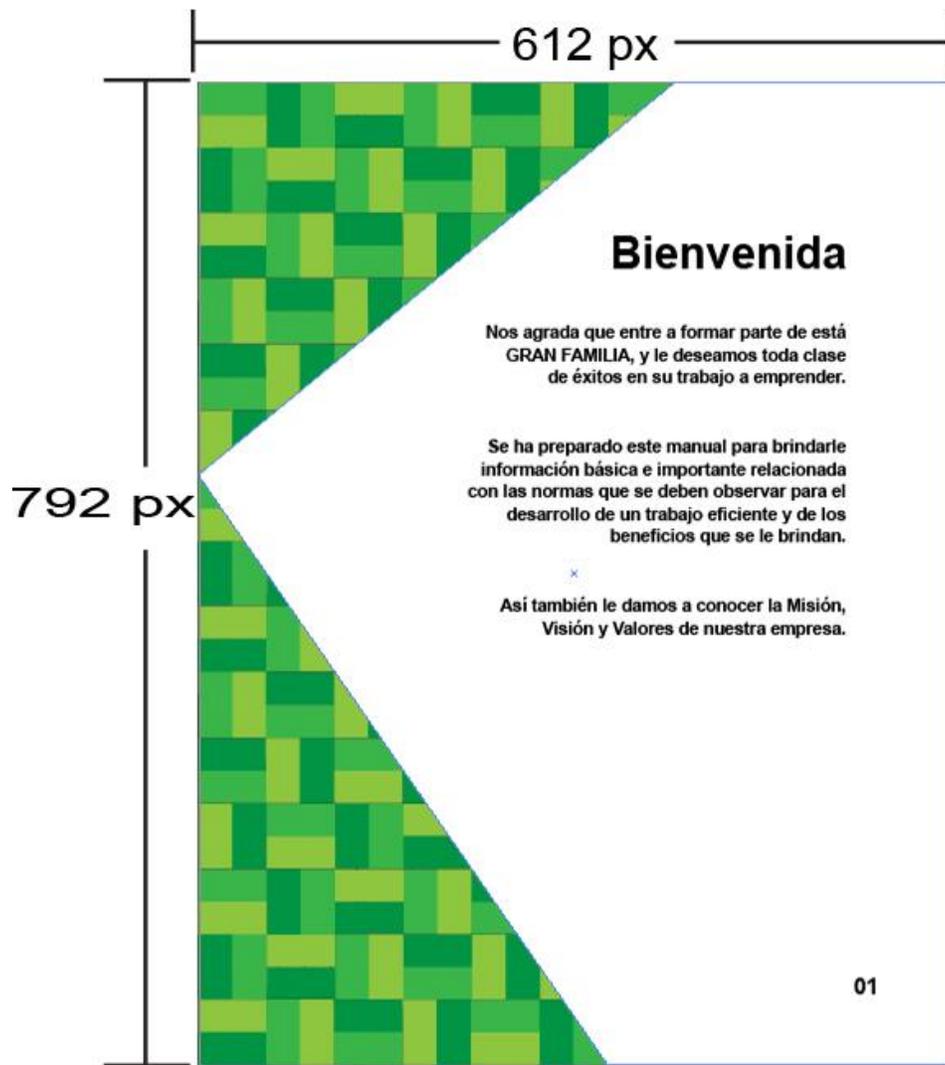
7.4.2 Contenido general de páginas interiores.

	Pág.		Pág.
Bienvenida	01	* Ausencias	
I. Filosofía Organizacional	02	* Normas de la empresa	
1. Visión		6. Manual de seguridad Industrial	
2. Misión		* Equipo de protección personal	
3. Valores		* Asistencia médica de emergencia	
4. Pilares Estratégicos		7. Manual de buenas prácticas de manufactura	
II. Beneficios y Normas	04	* Microbiología básica	
5. Manual de instrucciones para nuevo empleado.		* Higiene personal	
* Prestaciones		* Normas de higiene en el trabajo	
* Festejos		III. Introducción a la empresa	06
+ Día de la madre		8. Historia de la empresa y productos que se fabrican (vídeo).	
+ Día del trabajador		9. Guía de productos	
+ Convivio Navideño		10. Orgranigrama	
* Incentivos		IV. Buenas prácticas de fabricación (BPM)	12
+ Canastillas con productos para bebé.		11. Introducción a BPM (Vídeo)	
+ Premiación a anual a trabajadores destacados.		* Definiciones	
+ Curso recreativo de vacaciones para hijos de trabajadores.		* Personal y prácticas para el personal	
* CATUR		* Edificios e instalaciones	
* Formas de pago			
* Deducciones de planilla			
* Horario de trabajo			
* Vacaciones			
* Fallecimiento de familiar cercano			

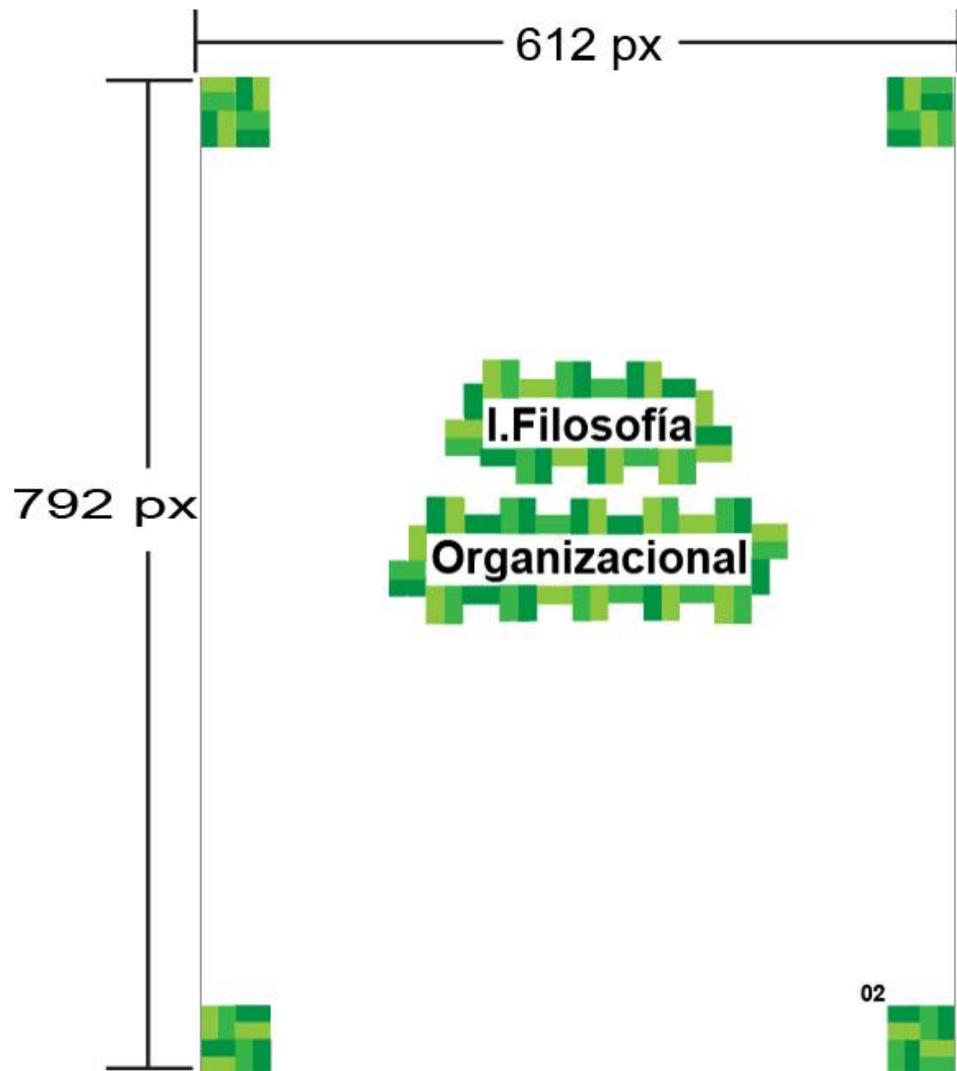
Índice 1 de 2.

		612 px		
792 px	<ul style="list-style-type: none"> * Equipo y utensilios (diseño, instalación y mantenimiento) * Equipo y utensilios 12. Evaluación de BPM. V. Certificaciones del sistema de gestión 13. Política del sistema de Gestión 14. ISO 9001 15. ISO 14001 16. OHSAS 18001 17. FSSC 22000 VI. Información general 18. Aguinaldo 19. Lugar de pago 20. Prestaciones legales 21. Seguro de vida 22. Uniformes 23. Cafetería 24. Oficinas + RR. HH. + Ingeniería + Bodega + Almacén + Supervisión 25. Área de trabajo 26. Clínica Médica 27. Banco 28. Parqueos 	<ul style="list-style-type: none"> Pág. 14 16 	<ul style="list-style-type: none"> VII. Recomendaciones Generales 29. Persona a notificar en caso de emergencia 30. Procedimiento en caso de accidentes y emergencias 31. Procedimiento para notificar ausencias 32. Paso de montacargas 33. Botiquines, puertas de emergencia, extintores y camillas en todos los salones 34. Lockers y candados 35. Duchas, sanitarios y lavamanos 36. Apagado de equipo 37. Coordinación de ingreso por las garitas VIII. Formularios 38. Beneficiarios de seguro 39. Solicitud de admisión 40. Hoja de verificación de la inducción de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Pág. 18 19

Índice 2 de 2.



Página 1.



Página 2.

612 px

792 px

Visión

Ser la empresa número uno en el mercado de bebidas.

Misión

Somos una empresa de bebidas líder en el mercado Centro americano con una creciente participación en México y el Caribe.

CREEMOS en nuestros clientes y proveedores como socios estratégicos y juntos trabajamos para exceder las expectativas de nuestros consumidores.

Respeto

Aceptamos y respetamos las diferencias que tiene las personas y respetamos la propiedad de otros. Este respeto nos permite estar en armonía con nosotros y los demás.

Responsabilidad

Entregamos siempre con pasión más de las exigencias propias de nuestro trabajo. Respetamos y cumplimos compromisos. Cuando damos nuestra palabra ¡Cumplimos!

Honestidad

Para poder cumplir con nuestra misión es necesario que actuemos de acuerdo con lo que decimos y con lo que consideramos importante. ¡Hagamos que todos nos tengan confianza!

CONFIAMOS nuestro éxito en el desarrollo de marcas y la eficiencia y calidad de operación.

E INVERTIMOS para proporcionar mejores beneficios a nuestros consumidores, clientes, colaboradores, accionistas y la comunidad.

Nuestros Valores

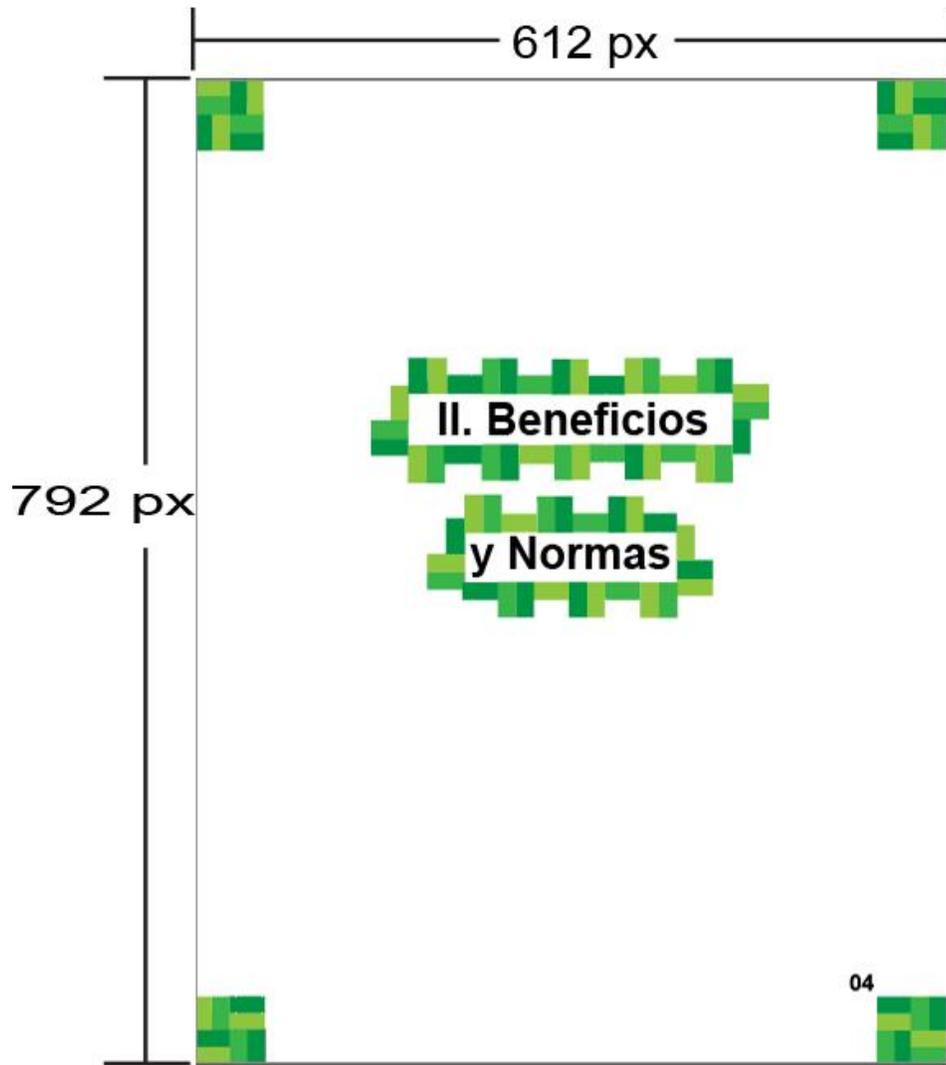
Pasión

Realizamos con gran entusiasmo todas las tareas encomendadas. Damos lo mejor en todos los retos que se nos presentan y en todas las dificultades que debemos superar para alcanzar nuestras metas. Sólo así tenemos una gran satisfacción al terminar cada día.

Lealtad

¡Estamos orgullosos e identificados con el trabajo que realizamos, con los productos de la organización y nos sentimos complacidos con el servicio que damos a nuestros clientes internos y externos!
¡Queremos a nuestra empresa y lo que representa!





Página 4.

612 px

792 px

* Manual de Instrucciones para el nuevo empleado.



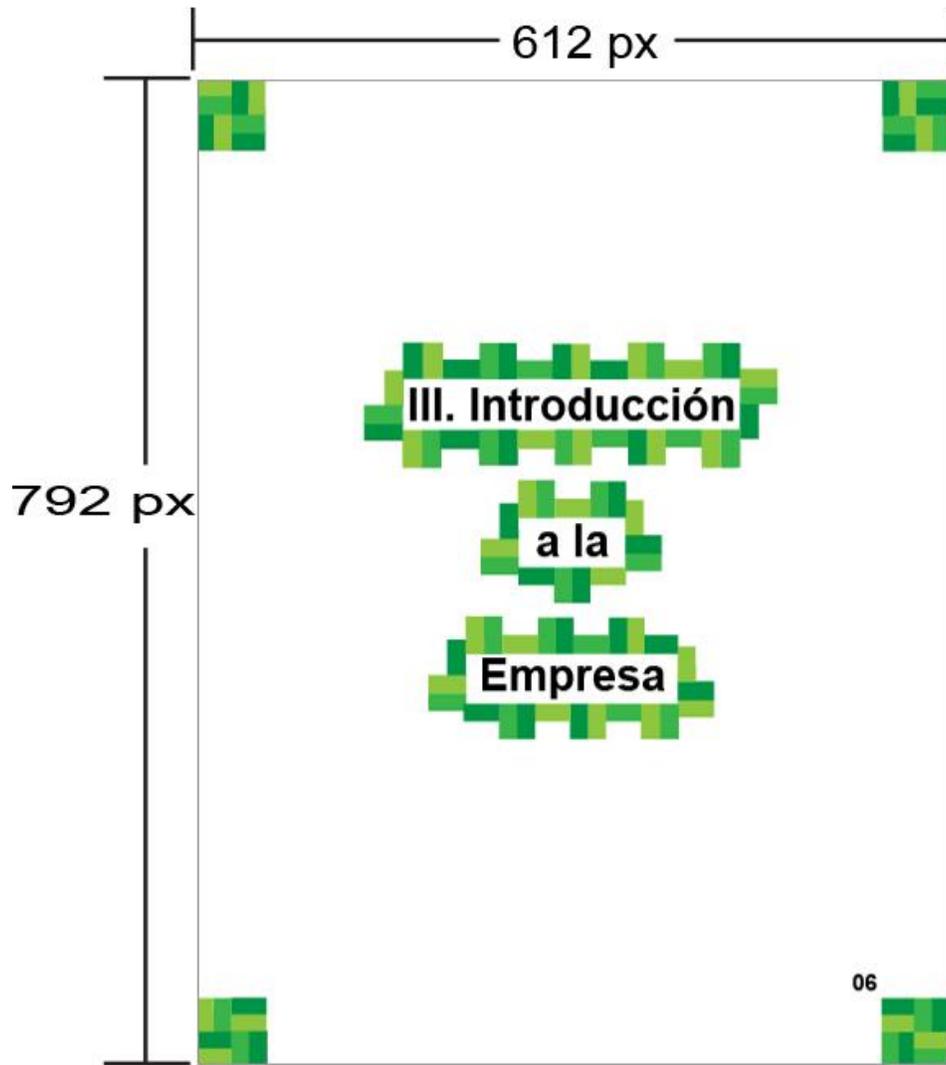
* Manual de Seguridad Industrial.



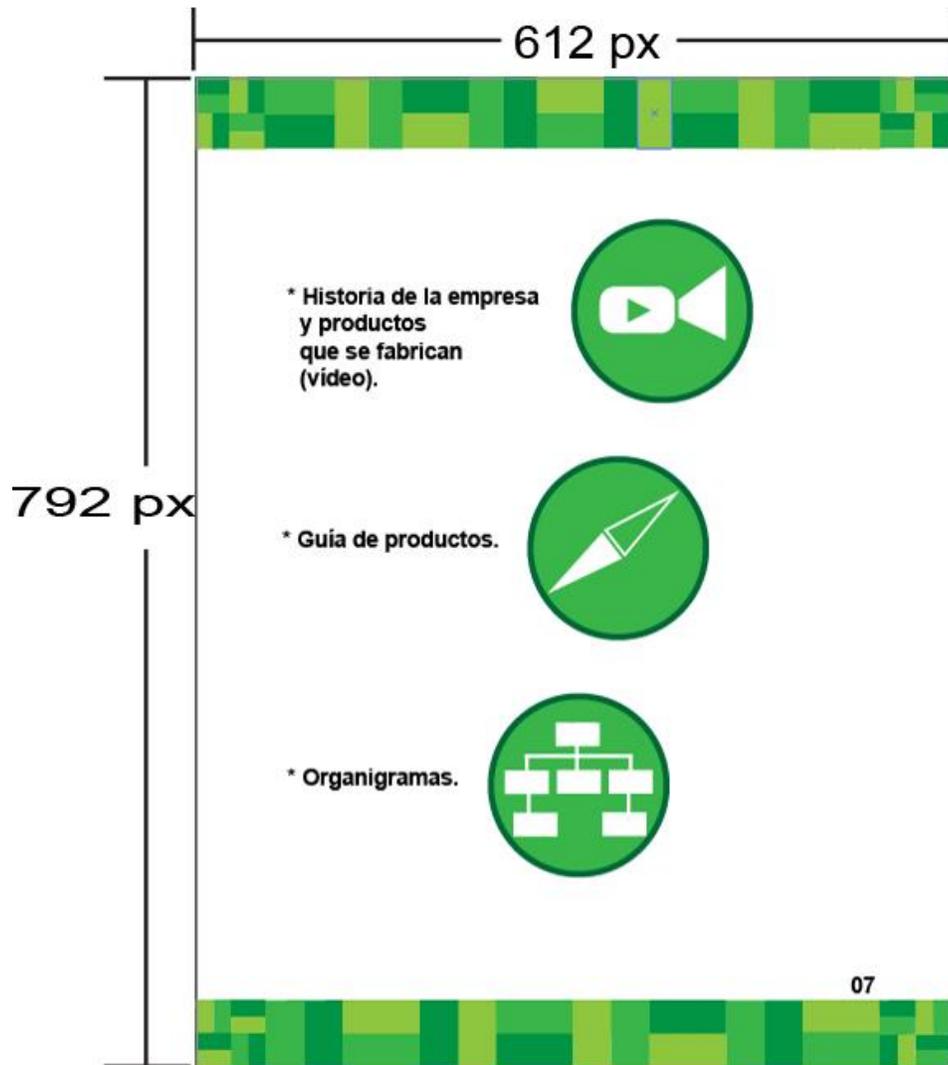
* Manual de Buenas prácticas de manufactura.



05



Página 6.

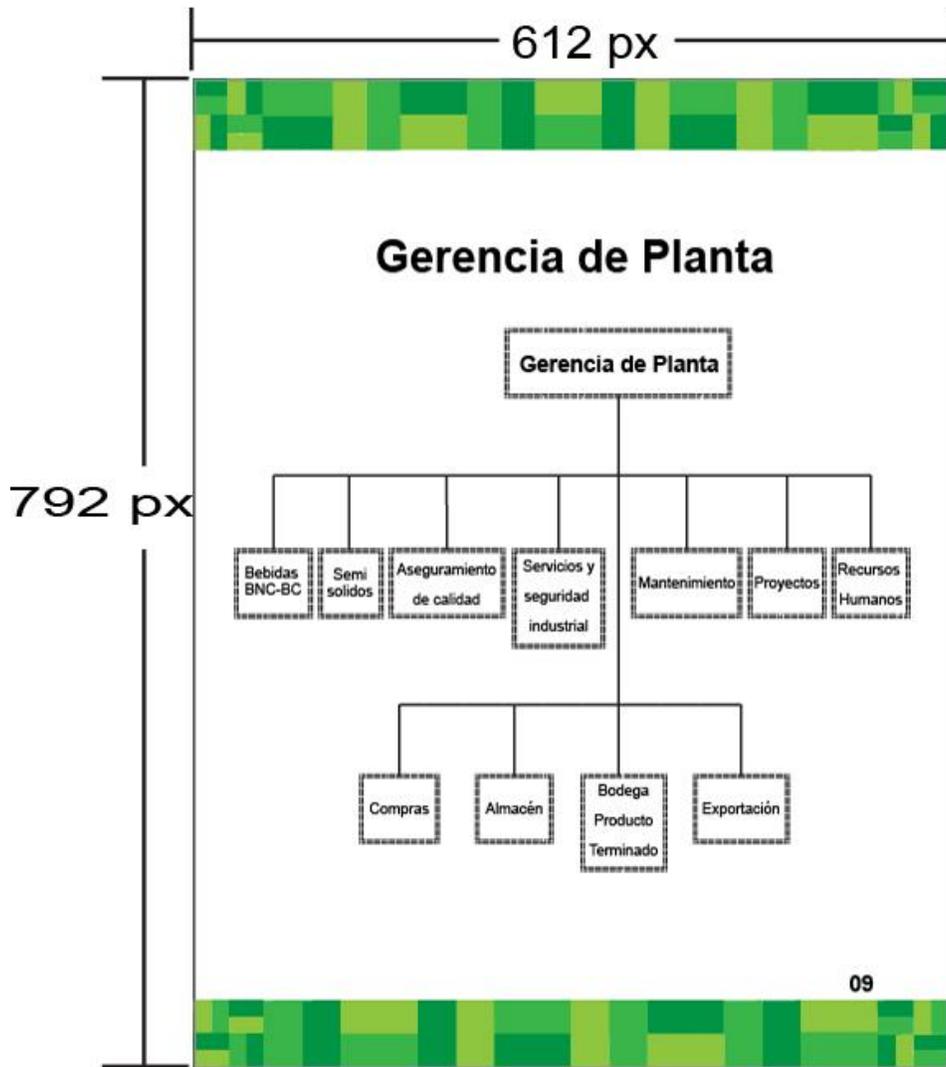


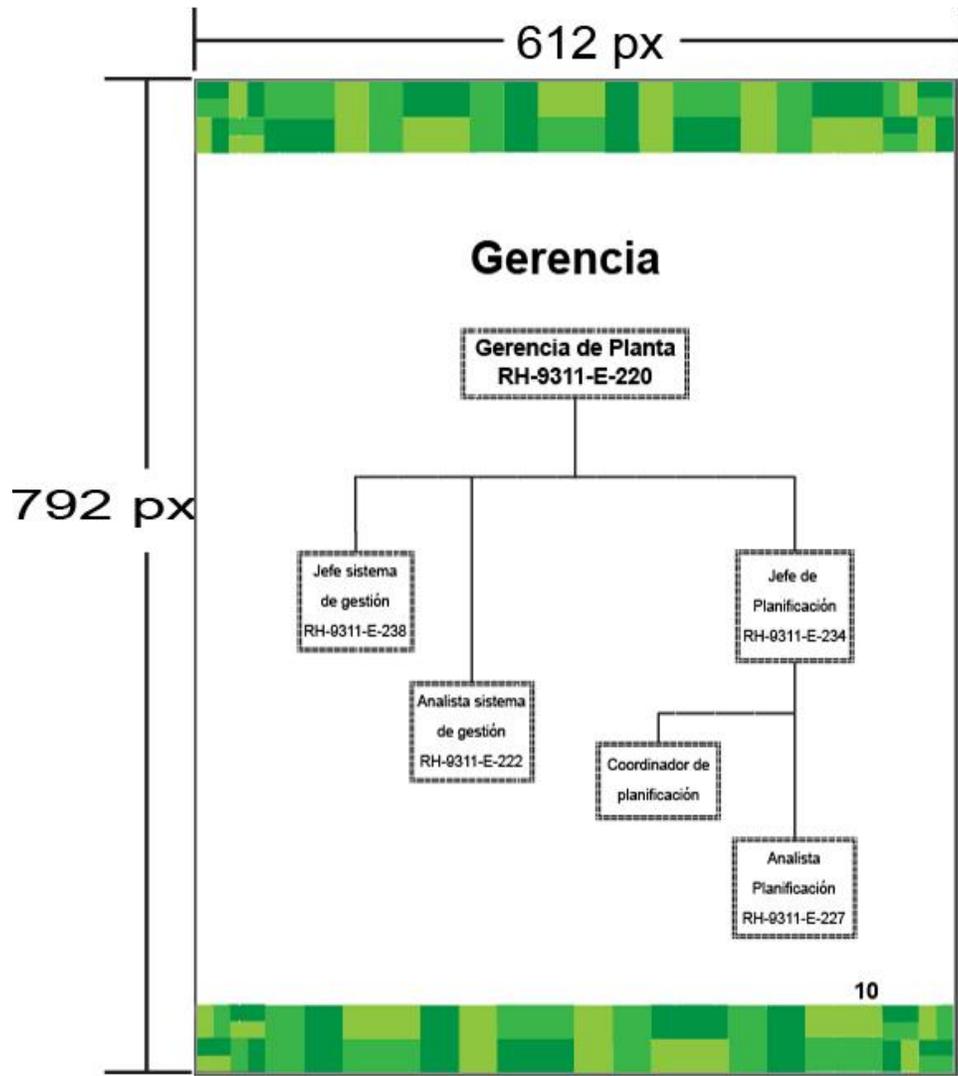
612 px

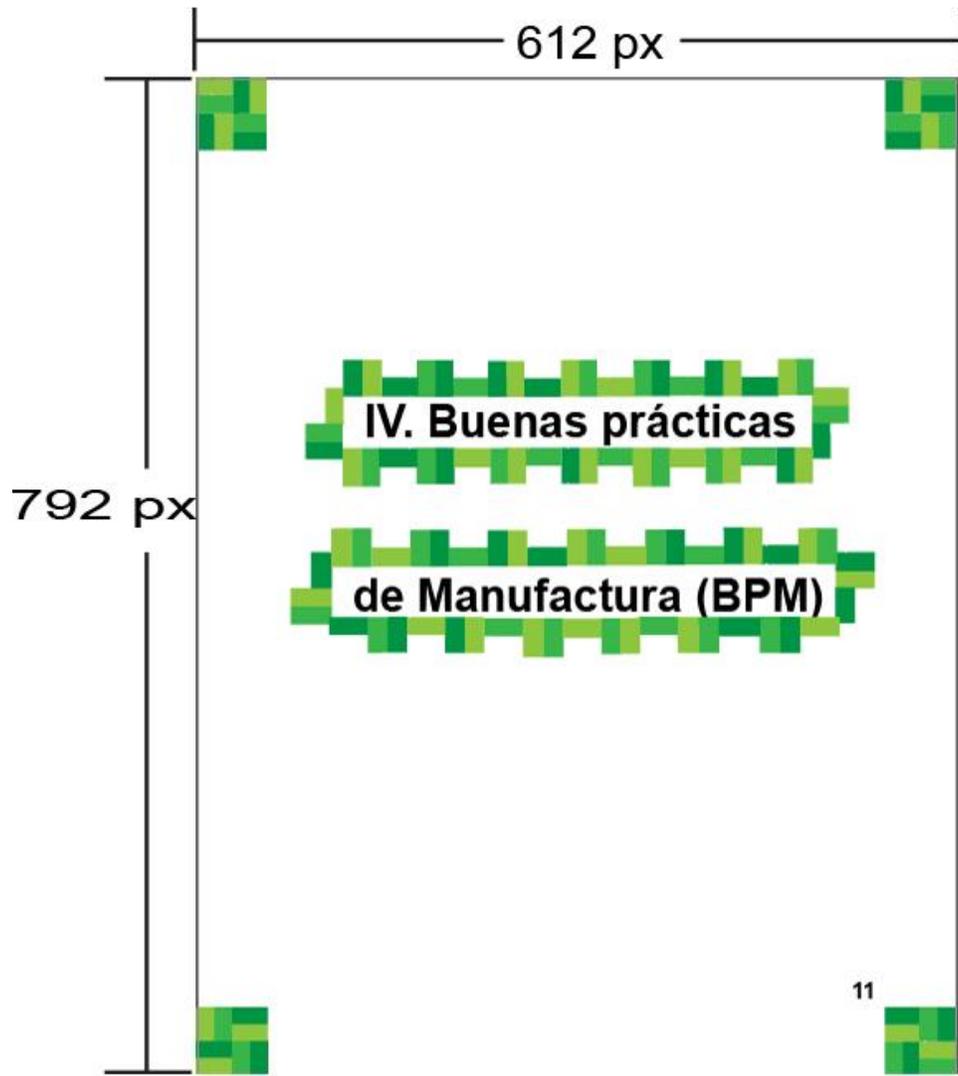
792 px

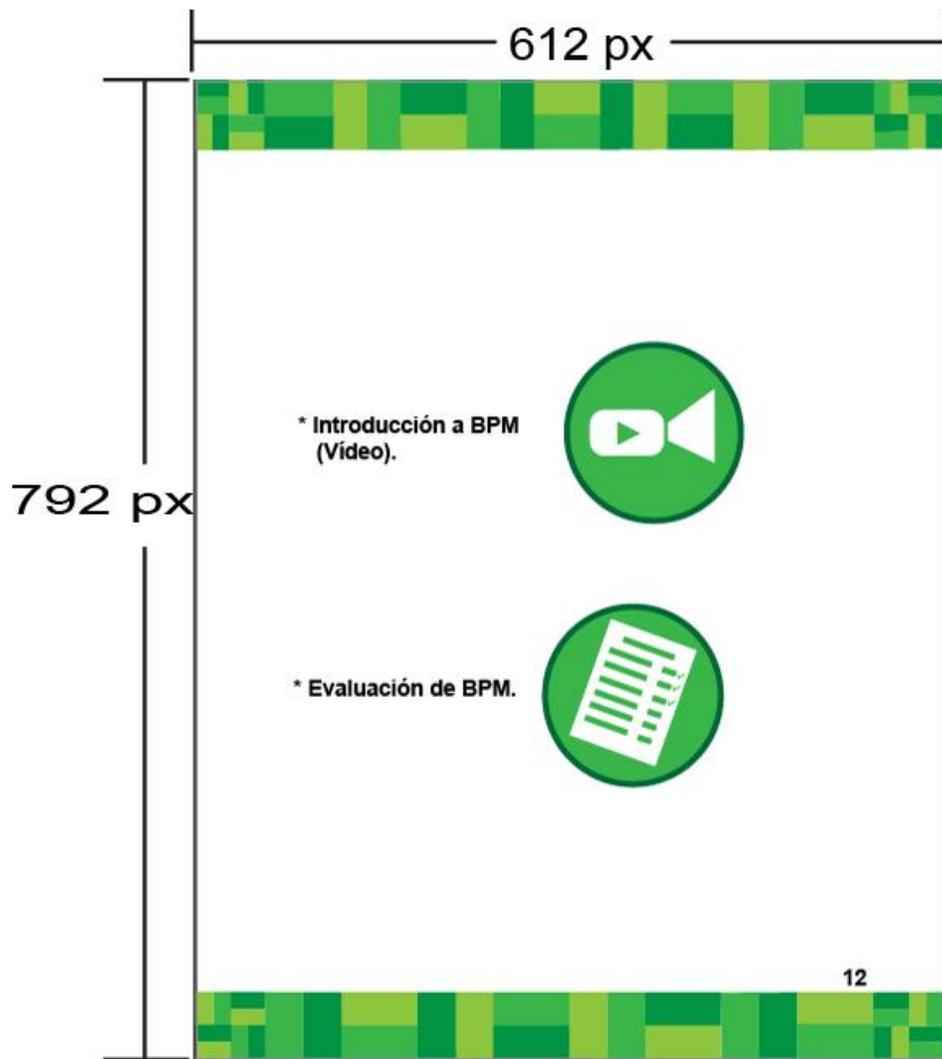
Organigramas Planta
Alimentos Maravilla,
S.A.

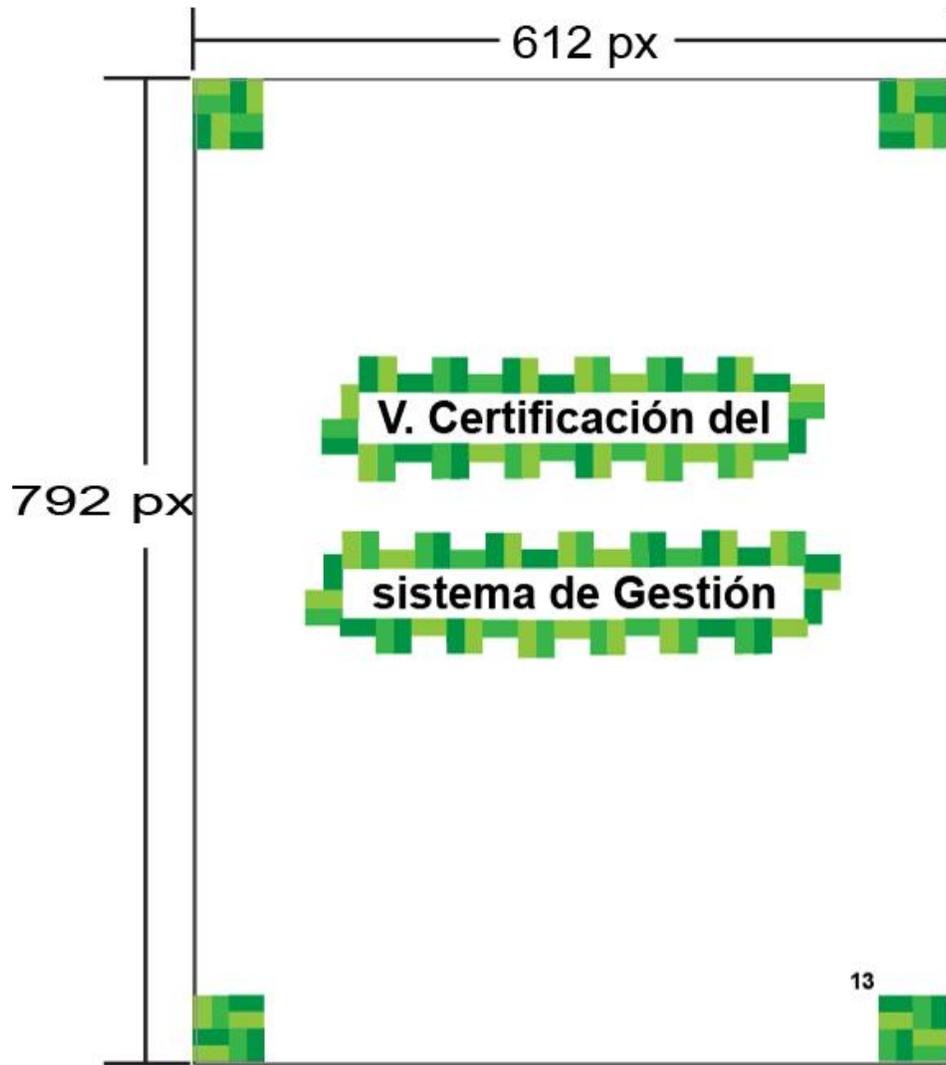
Actualización de Organigramas por departamento. **08**











612 px

*** Políticas del sistema de gestión**



ISO 9001 - Gestión de Calidad

ISO 9001 es una norma de sistemas de gestión de la calidad (SGC) reconocida internacionalmente. Proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones.



ISO 14001 - Gestión Ambiental

ISO 14001 es la norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), que ayuda a la organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales, como parte de sus prácticas de negocios.



Normas OHSAS 18001 - Gestión de la seguridad y salud laboral

OHSAS 18001 establece los requisitos mínimos de las mejores prácticas en gestión de seguridad y salud en el trabajo, destinados a permitir que una organización controle sus riesgos y mejore su

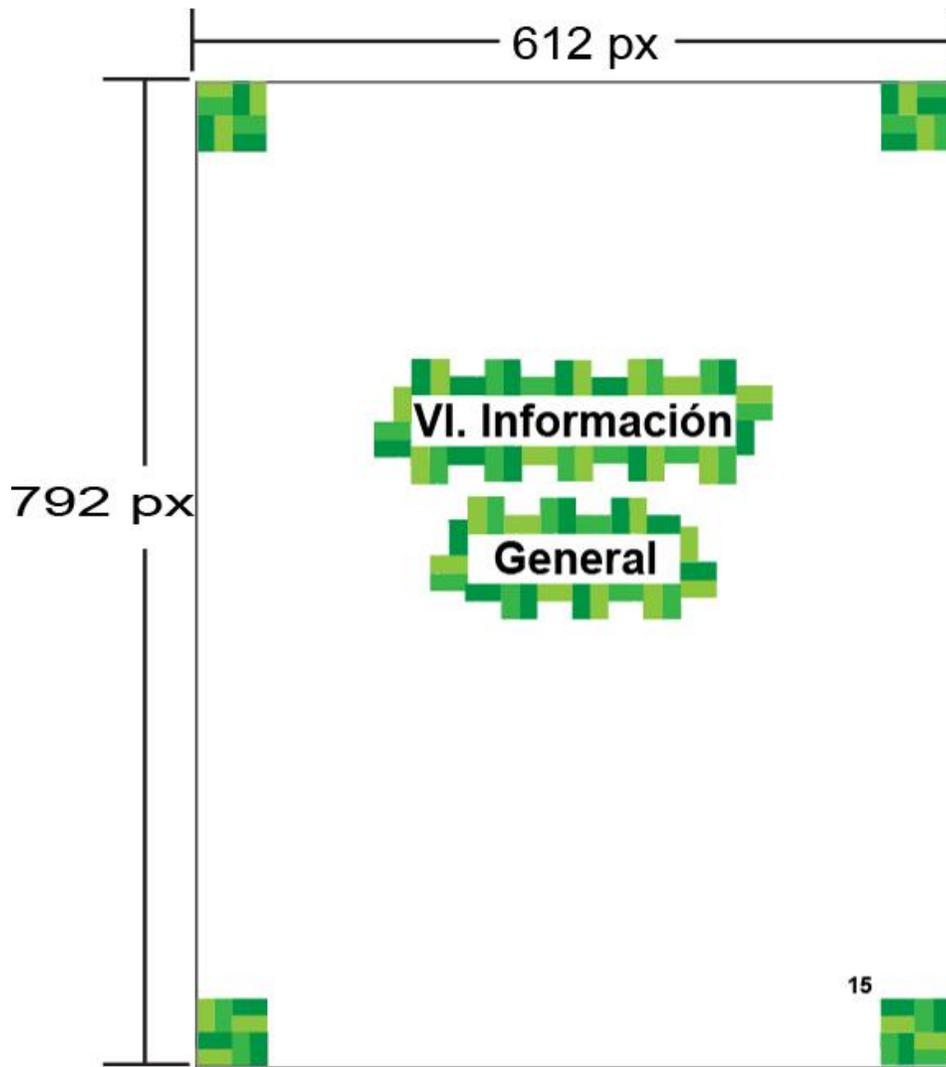


FSSC 22000 - Gestión de seguridad Alimentaria

FSSC, por sus siglas en inglés: Food Safety System Certificación. Es una herramienta completa de seguridad alimentaria que se basa en los estándar de gestión ISO 22000:2005.

14

792 px

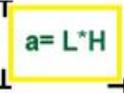


Página 15.

612 px

792 px



	<p>* Aguinaldo Se paga anualmente en el mes de diciembre y es un salario completo. Bono 14 se paga anualmente en el mes de julio y corresponde a un salario completo sobre el devengado.</p>
	<p>* Prestaciones legales IGSS IRTRA</p>
	<p>* Seguro de Vida Q6,000.00</p>
	<p>* Uniformes 5 camisas (para el área de bodega) - 2 camisas - 3 playeras - 3 pantalones - 1 par de zapatos</p>
	<p>* Cafetería La cafetería está en funcionamiento de 12:00 am a 2:00 pm. Los trabajadores disponen de 45 minutos para almorzar.</p>
	<p>* Oficinas * Área de trabajo No se permite la ingestión de alimentos en el área de trabajo.</p>
	<p>* Clínica Médica La clínica puede suspender 2 días a los empleados, se puede obtener medicina al crédito.</p>
	<p>* Banco Abierto de 3:00 pm a 8:00 pm. cajero automático.</p> <p>* Parqueos Solo los jefes y supervisores tienen derecho a parqueo.</p>

16



612 px

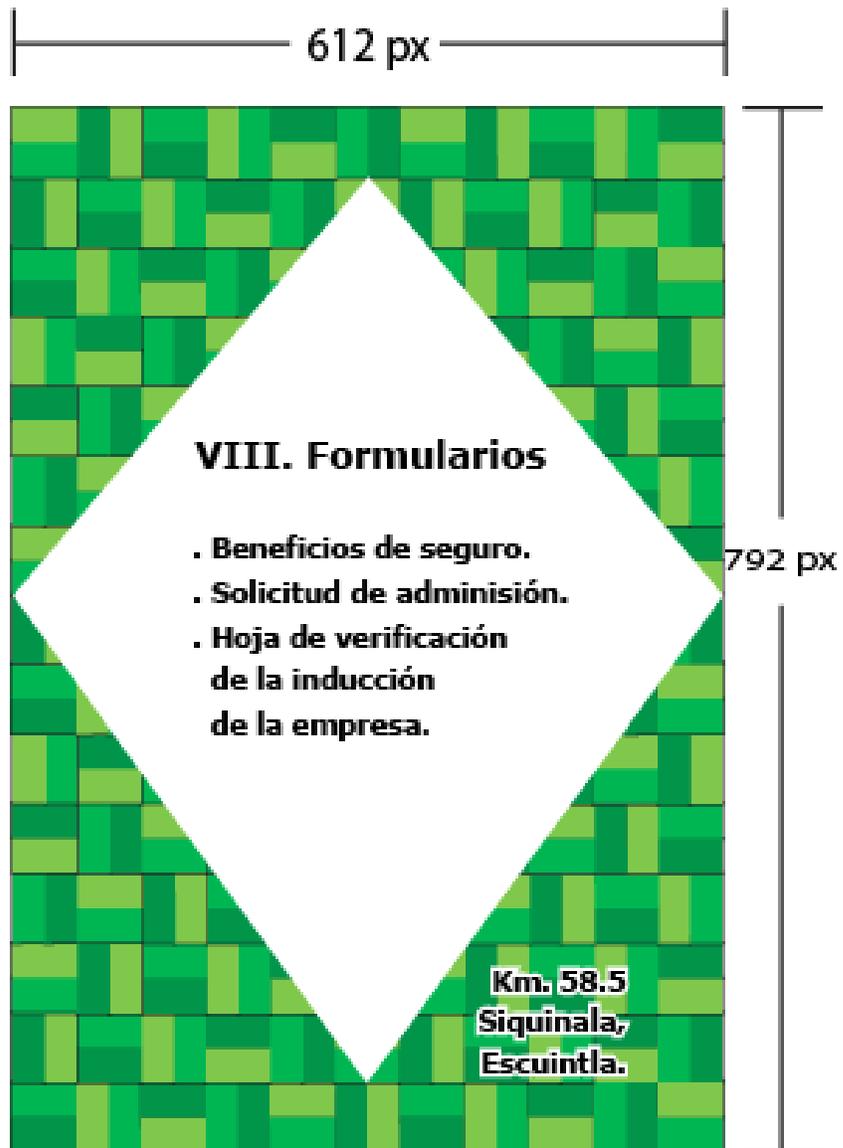
792 px

VII. Recomendaciones Generales

- [Persona a notificar en caso de emergencia](#)
- [Procedimiento en caso de accidentes y emergencias](#)
- [Procedimiento para notificar ausencias](#)
- [Paso de montacargas](#)
- [Botiquines, puertas de emergencia, extintores y camillas en todos los salones](#)
- [Lockers y candados](#)
- [Duchas, sanitarios y lavamanos](#)
- [Apagado de equipo](#)
- [Coordinación de ingreso por las garitas](#)

17

7.4.3 Contraportada del manual.



Página 18.

Capítulo VIII: Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

El proceso de validación consiste en evaluar cuantitativamente la efectividad que presenta el material diseñado en función de dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto.

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

La herramienta por utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a las personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a expertos en el área de comunicación y diseño (6 expertos, 1 cliente, 4 personas de la empresa, 10 del grupo objetivo).

8.1 Población y muestreo

8.1.1 Cliente.

Nombre	Puesto que desempeña	Años de experiencia
1. Luz R. de Morán	Coordinadora de Recursos Humanos	26
2. María F. Ávila Pinela	Analista RRLL	5
3. Norma C. Rivera López	Coordinadora de relaciones laborales	23
4. Fernando Asturias	Coordinador de RRHH	5
5. Adela Valdés de Pérez	Asistente secretaria BNC	24

8.1.2 Expertos.

Nombre	Título Universitario	Años de experiencia
1. Ingrid Ordoñez	Mercadóloga	18
2. Carlos Franco R.	Diseñador Gráfico y comunicador	30
3. Claudia Arriaza	Diseñadora Gráfica	20
4. José Manuel Monroy	Licenciado en publicidad	20
5. Wendy Franco	Licenciada en Comunicación y Diseño	25
6. Héctor Chinchilla	Consultor en comunicación e imagen pública estratégica.	10

Grupo objetivo: 10 personas. **Total, de encuestados:** 21 personas.

*Fotografías de los expertos y del cliente (Ver anexos 2).

8.2 Método e instrumentos

8.2.1 ¿Qué es una investigación cualitativa y cuantitativa? La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

En investigaciones cualitativas se debe hablar de entendimiento en profundidad, en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible. Mientras que, la metodología cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística.

Para que exista Metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya Naturaleza sea lineal. Es decir, que haya claridad entre los elementos que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlo y

saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos.

Los elementos constituidos por un problema, de investigación Lineal, se denominan: variables, relación entre variables y unidad de observación. (Ramírez, 2018).

8.2.2 ¿Que es una encuesta? Una encuesta es un procedimiento dentro una investigación de un proyecto estudiantil o de mercadeo en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado.

8.2.3 ¿Que es la selección múltiple? Son preguntas con varias posibles respuestas de las cuales una es la correcta y las restantes son incorrectas, o de las que todas son parcialmente correctas, pero sólo una de ellas es la más apropiada; en el primer caso, son llamadas de respuesta única y, en el segundo, de respuesta óptima o esperada por el autor de la encuesta.

8.2.4 Instrumento de validación.



**Facultad de Ciencias de la Comunicación
(Facom). Licenciatura en Comunicación y
Diseño. Proyecto de Tesis.**

Género: Femenino. Masculino. Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia:

Perfil: **Experto.** **Cliente.** **Grupo Objetivo.**

Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A. Escuintla, Guatemala.

2,019.

Antecedentes:

Alimentos Maravilla, S.A. nació en 1983 en Guatemala, iniciándose con la fabricación de bebidas y néctares, con fórmulas y marcas propias, dentro de las cuales destacan Sipi y Del Frutal, obteniendo el liderazgo en dichas categorías en Guatemala, expandiendo nuestro mercado a Centroamérica, México, El Caribe y Estados Unidos de Norte América.

Actualmente, el departamento de RRHH de Alimentos Maravilla requiere la ayuda de un diseñador para realizar un nuevo diseño a su manual de inducción porque han observado la falta de interés en la lectura de este por los empleados de primer ingreso.

Al contar con un diseño creativo en su manual de inducción se abrirá un canal de comunicación entre el nuevo empleado y Alimentos Maravilla, S.A. Por consiguiente, adquirirán el conocimiento necesario de la empresa, la visión única de los objetivos y estrategias de la empresa para todos los empleados. Creando un sentido de pertenencia, integración y Orientación.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe la propuesta del manual de inducción digital y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios designados.

Parte Objetiva:

- 1) ¿Considera usted necesario diseñar un manual digital de inducción para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso?

Si. No.

- 2) ¿Considera usted que es importante investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de manuales digitales de inducción que respaldan científicamente la propuesta de diseño del manual de inducción digital?

Si. No.

- 3) ¿Considera usted que sea importante el recopilar información acerca de los lineamientos y políticas de la empresa Alimentos Maravilla para integrarlos al manual de inducción y facilite el aprendizaje a los empleados de primer ingreso?

Si. No.

- 4) ¿Considera que sea necesario diagramar el contenido del manual de inducción a través de un programa “Adobe Illustrator” para que el diseño cumpla con las expectativas esperadas por el departamento de Recursos Humanos?

Si. No.

Parte Semiológica:

- 5) ¿Considera usted que la tipografía (Arial y Verdana) utilizada en el manual de inducción digital es?

Muy adecuado. Poco Adecuado. Nada Adecuado.

6) ¿Considera usted que el tamaño de la Fuente (Arial, 12pt a 36pt, páginas interiores, Verdana, 14pt a 36pt, portada y contraportada) utilizada en los textos del manual de inducción digital es?

Muy Legible. Poco Legible. Nada Legible.

7) ¿Considera que los colores utilizados en el manual de inducción (verde, amarillo, blanco y negro) son?

Muy corporativos. Poco Corporativos. Nada Corporativos.

8) ¿Considera usted que la diagramación empleada en el diseño del manual de inducción es?

Muy adecuado. Poco Adecuado. Nada Adecuado.

9) ¿Considera usted que el diseño del manual le da un sentido de?

Mucha Pertenencia. Pertenencia. Poca Pertenencia.

Parte Operativa:

10) ¿Considera usted que la orientación vertical del manual de inducción es?

Muy Adecuado. Poco Adecuado. Nada Adecuado.

11) ¿Considera usted que toda la línea gráfica del manual de inducción es?

Muy Agradable. Poco Agradable. Nada Agradable.

12) ¿Considera usted que la frase conceptual expuesta en la portada del manual de inducción

(Bienvenido, ya eres parte de la familia de Alimentos Maravilla S. A.) es?

Muy Adecuado. Poco Adecuado. Nada Adecuado.

13) ¿Considera usted que el utilizar un fondo de color blanco y el orden de los temas en el manual de inducción, provoca que la lectura sea?

Muy Agradable. Poco Agradable. Nada Agradable.

14) ¿Considera usted que la tendencia geométrica (figuras geométricas) utilizada en el manual de inducción es?

Llamativa. Innovadora. Moderna.

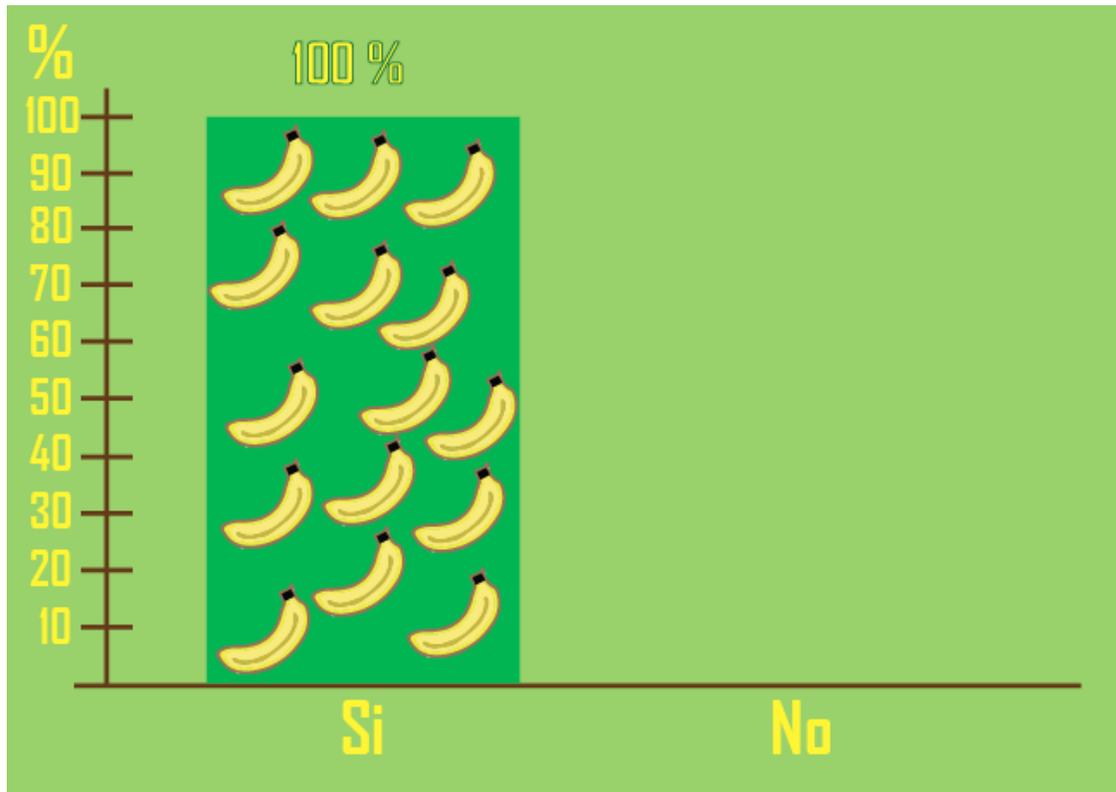
De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Gracias por contribuir al proyecto de tesis **“Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A. Escuintla, Guatemala. 2,019.”**, su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

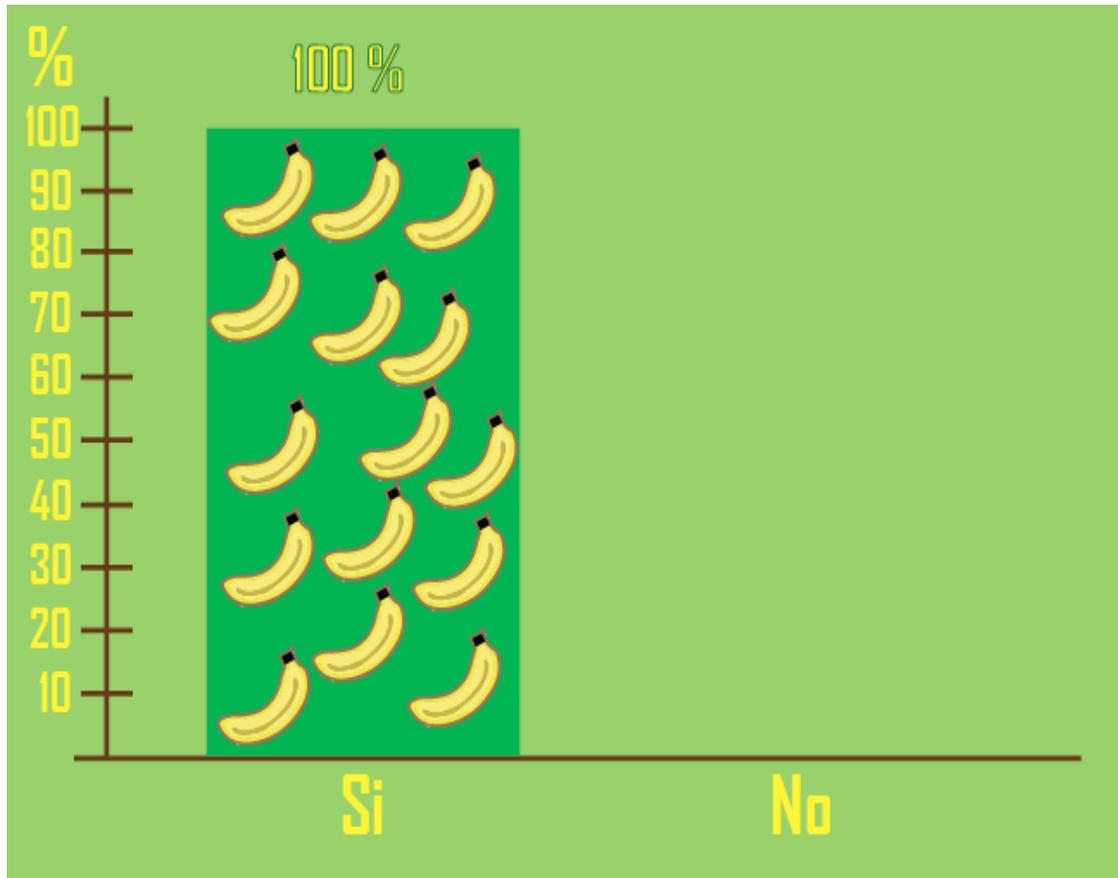
Parte Objetiva:

1) ¿Considera usted necesario diseñar un manual digital de inducción para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso?



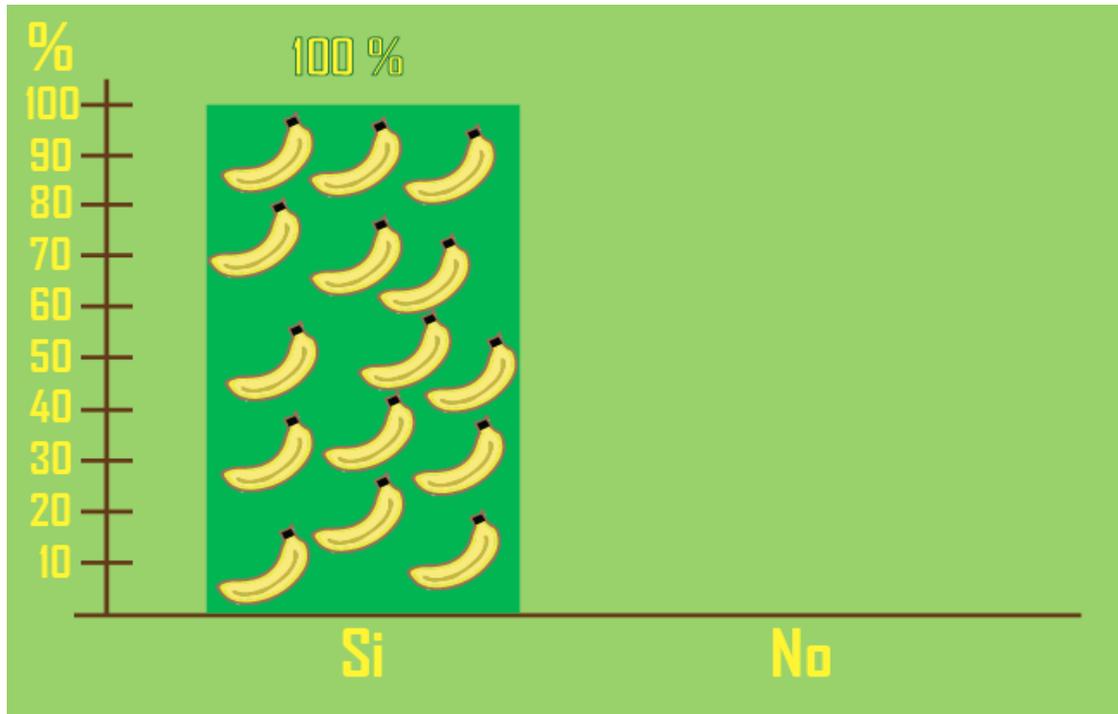
Interpretación: El 100% de los encuestados consideró necesario diseñar un manual digital de inducción para informar acerca de los lineamientos y políticas de la Empresa a los empleados de primer ingreso. Por lo tanto, se cumple el objetivo general del proyecto.

2) ¿Considera usted que es importante investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de manuales digitales de inducción que respaldan científicamente la propuesta de diseño del manual de inducción digital?



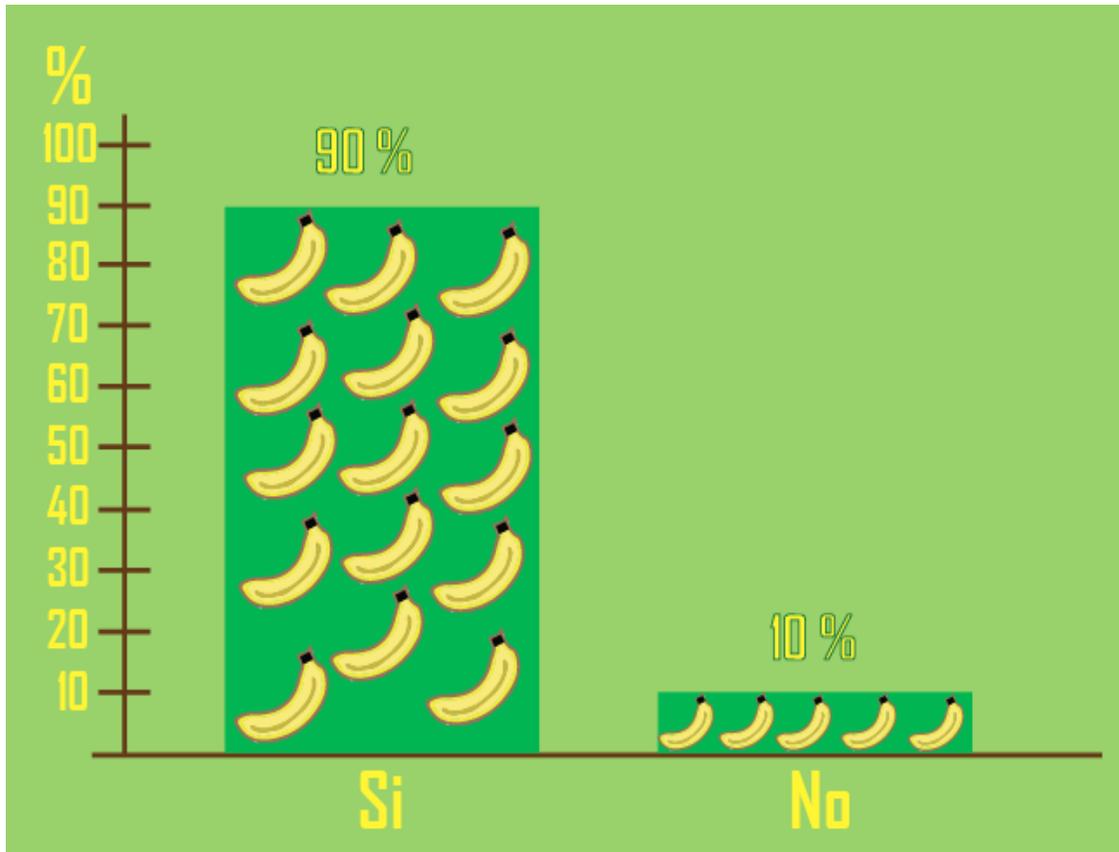
Interpretación: El 100% de los encuestados consideró que es importante investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de manuales digitales de inducción que respaldan científicamente la propuesta del diseño del manual digital de inducción. Por lo tanto, se cumple con el primer objetivo específico del proyecto.

3) **¿Considera usted que sea importante el recopilar información acerca de los lineamientos y políticas de la empresa Alimentos Maravilla para integrarlos al manual de inducción y facilite el aprendizaje a los empleados de primer ingreso?**



Interpretación: El 100% de los encuestados consideró que sí es importante el recopilar información acerca de los lineamientos y políticas de la empresa Alimentos Maravilla para integrarlos al manual de inducción y facilite el aprendizaje a los empleados de primer ingreso. Por lo tanto, se cumple con el segundo objetivo específico del proyecto.

4) ¿Considera que sea necesario diagramar el contenido del manual de inducción a través de un programa “Adobe Illustrator” para que el diseño cumpla con las expectativas esperadas por el departamento de Recursos Humanos?

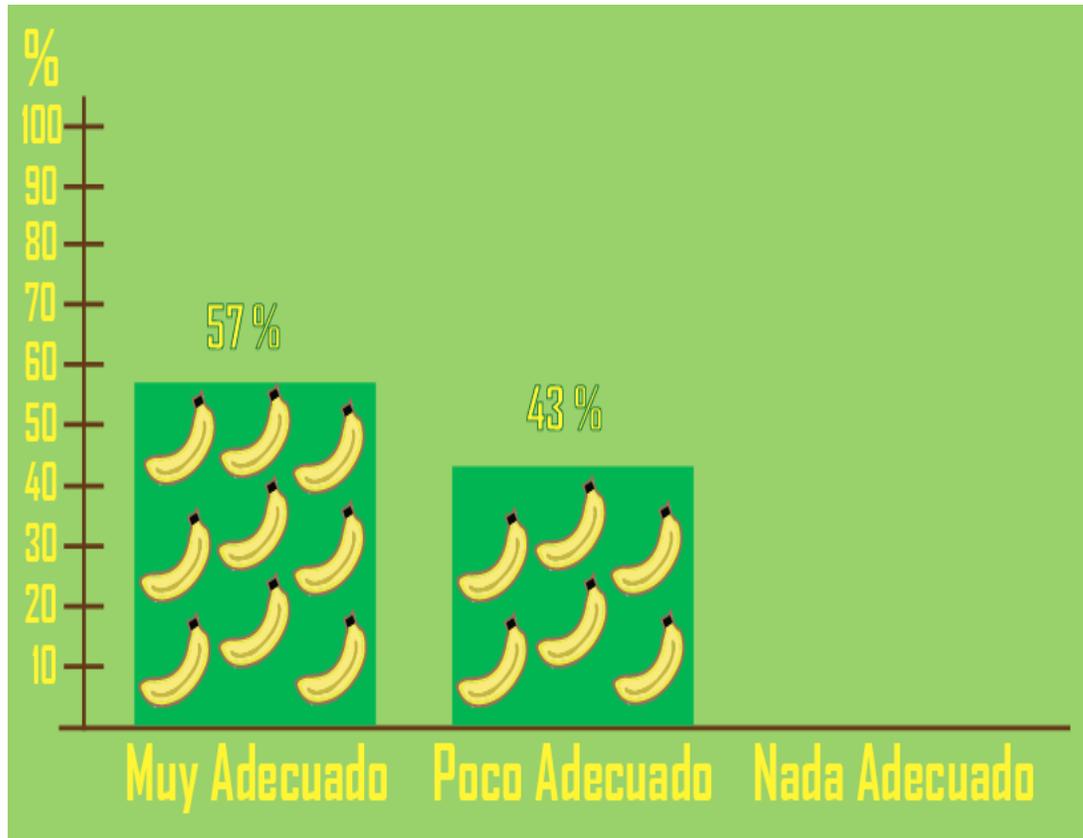


Interpretación: El 90% de los encuestados consideró que es necesario diagramar el contenido del manual de inducción a través de un programa “Adobe Illustrator” para que el diseño cumpla con las expectativas esperadas por el departamento de Recursos Humanos y el 10% de los encuestados no consideró necesario diagramar el contenido del manual con el programa “Adobe Illustrator”.

Por consiguiente, no se cumplió del todo con el tercer objetivo específico del proyecto. Por lo tanto, el proyecto se continuó en Adobe InDesign con cooperación de Adobe Illustrator para mejorar el diseño y la experiencia del cliente con el proyecto.

Parte Semiológica:

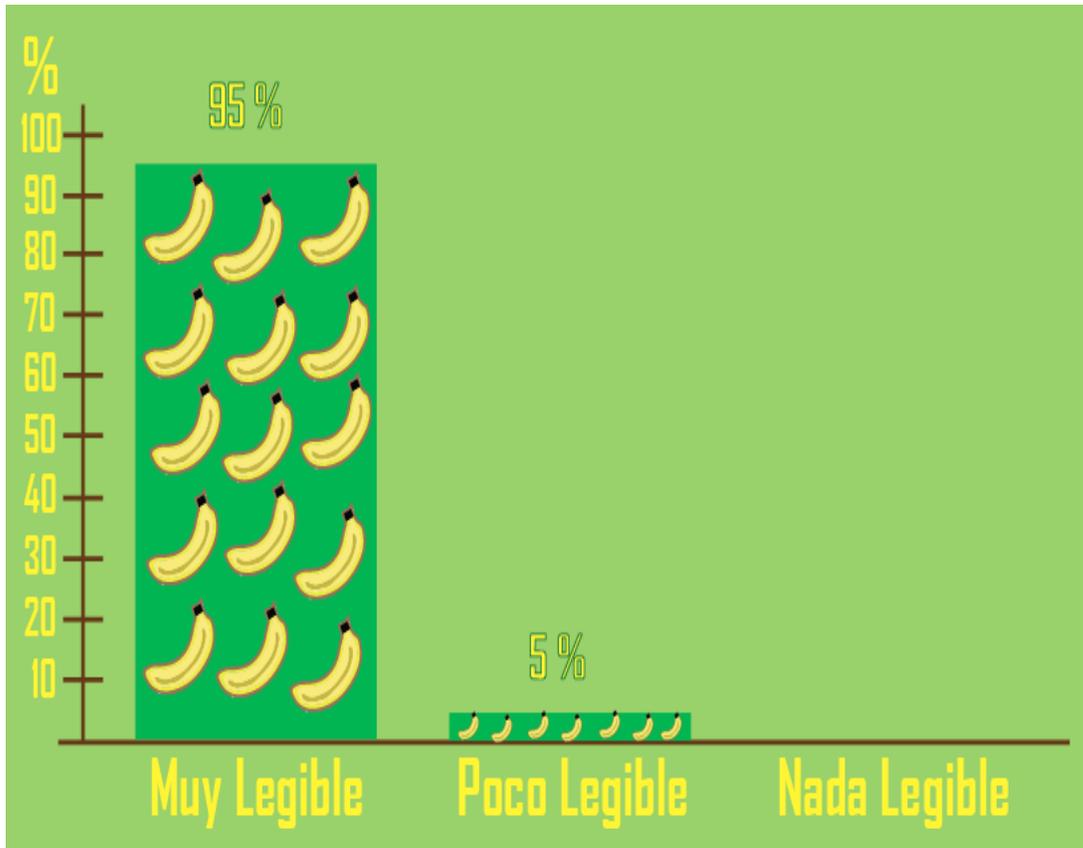
5) ¿Considera usted que la tipografía (Arial y Verdana) utilizada en el manual de inducción digital es?



Interpretación: Interpretación: El 57% de los encuestados consideró que la tipografía (Arial y Verdana) utilizada en el manual de inducción digital es muy adecuado, el 43% de los encuestados consideró que la tipografía (Arial y Verdana) utilizada en el manual de inducción digital es poco adecuado y el 0% nada adecuado.

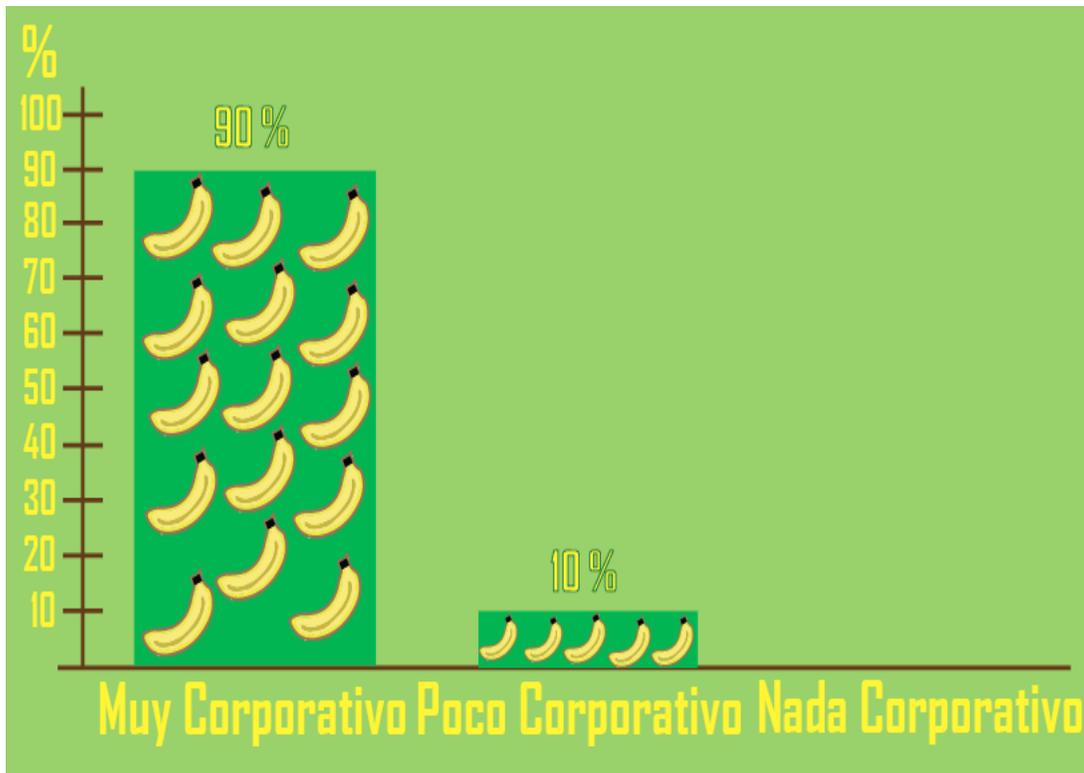
Por consiguiente, a pesar de los resultados de la encuesta, se tomó en cuenta las opiniones y críticas de los encuestados. Por lo tanto, la tipografía del manual fue cambiada a Comic sans ms (páginas internas) y Bookman Old Style (Portada y contraportada) para mejorar la experiencia del cliente con el proyecto.

6) ¿Considera usted que el tamaño de la Fuente (Arial, 12pt a 36pt, páginas interiores; Verdana, 14pt a 36pt, portada y contraportada) utilizada en los textos del manual de inducción digital es?



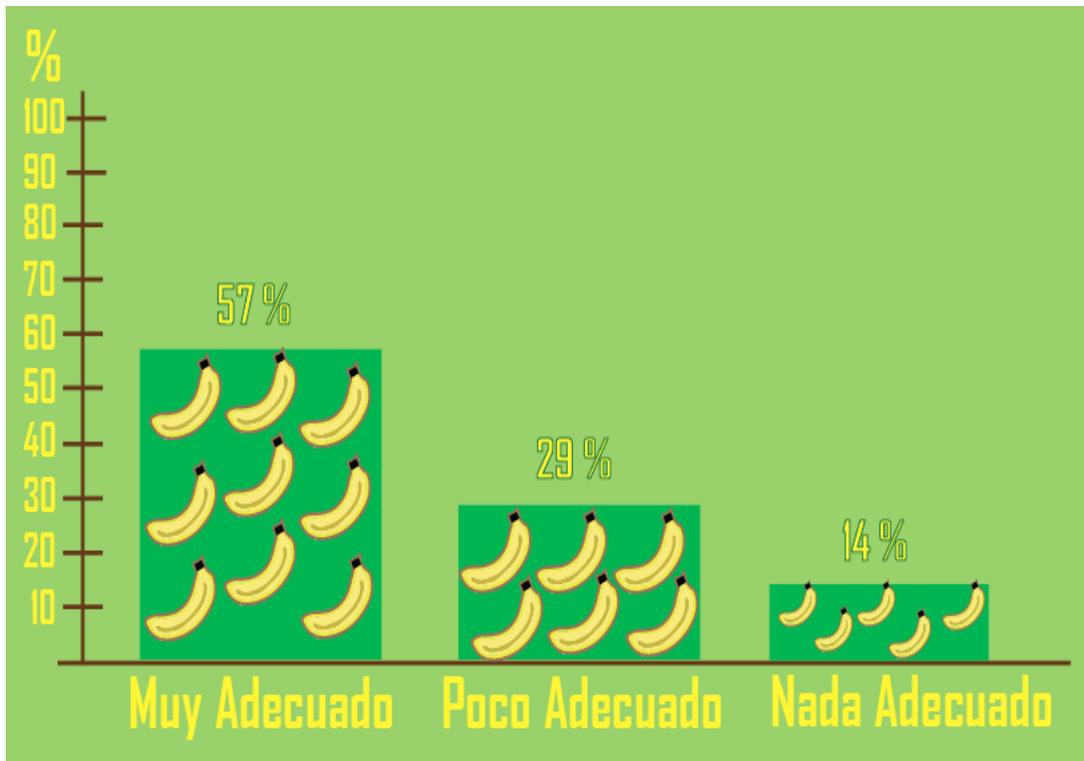
Interpretación: El 95% de los encuestados consideró que el tamaño de la Fuente (Arial, 12pt a 36pt, páginas interiores; Verdana, 14pt a 36pt, portada y contraportada) utilizada en los textos del manual de inducción es muy legible, el 5% de los encuestados consideró que el tamaño de la Fuente (Arial, 12pt a 36pt, páginas interiores; Verdana, 14pt a 36pt, portada y contraportada) utilizada en los textos del manual de inducción digital es poco legible y el 0% nada legible. Por lo tanto, no se cambiará el tamaño de las fuentes tipográficas del proyecto.

7) ¿Considera que los colores utilizados en el manual de inducción (verde, amarillo, blanco y negro) son? **blanco y negro) son?**



Interpretación: El 90% de los encuestados consideró que los colores utilizados en el manual de inducción (verde, amarillo, blanco y negro) son muy corporativos, el 10% de los encuestados consideró que los colores utilizados en el manual de inducción (verde, amarillo, blanco y negro) son poco corporativos y el 0% nada Corporativo. Por lo tanto, no se cambiará los colores seleccionados para el proyecto.

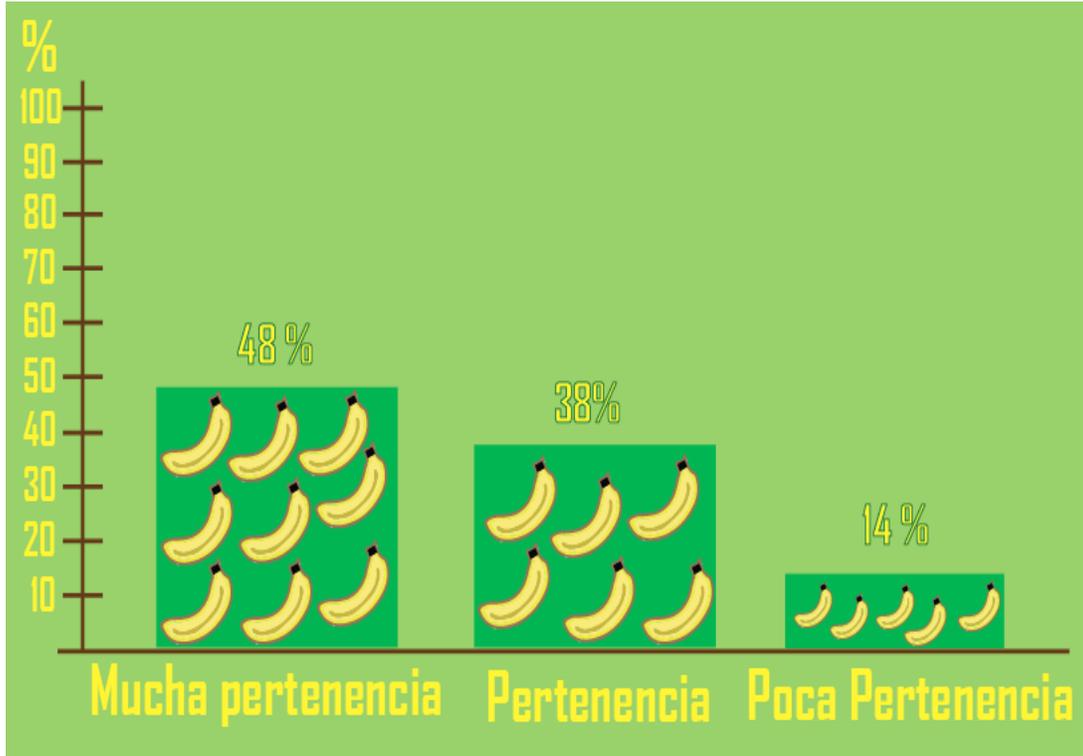
8) ¿Considera usted que la diagramación empleada en el diseño del manual de inducción es?



Interpretación: El 57% de los encuestados consideró que la diagramación empleada en el diseño del manual de inducción es muy adecuado, el 29% de los encuestados consideró que la diagramación empleada en el diseño del manual de inducción es poco adecuado y el 14% de los encuestados consideró que la diagramación empleada en el diseño del manual de inducción es nada adecuado.

Por consiguiente, a pesar de los resultados de la encuesta, se tomó en cuenta las opiniones y críticas de los encuestados. Por lo tanto, la diagramación tendrá algunos cambios para mejorar la experiencia del cliente con el proyecto.

9) ¿Considera usted que el diseño del manual le da un sentido de?

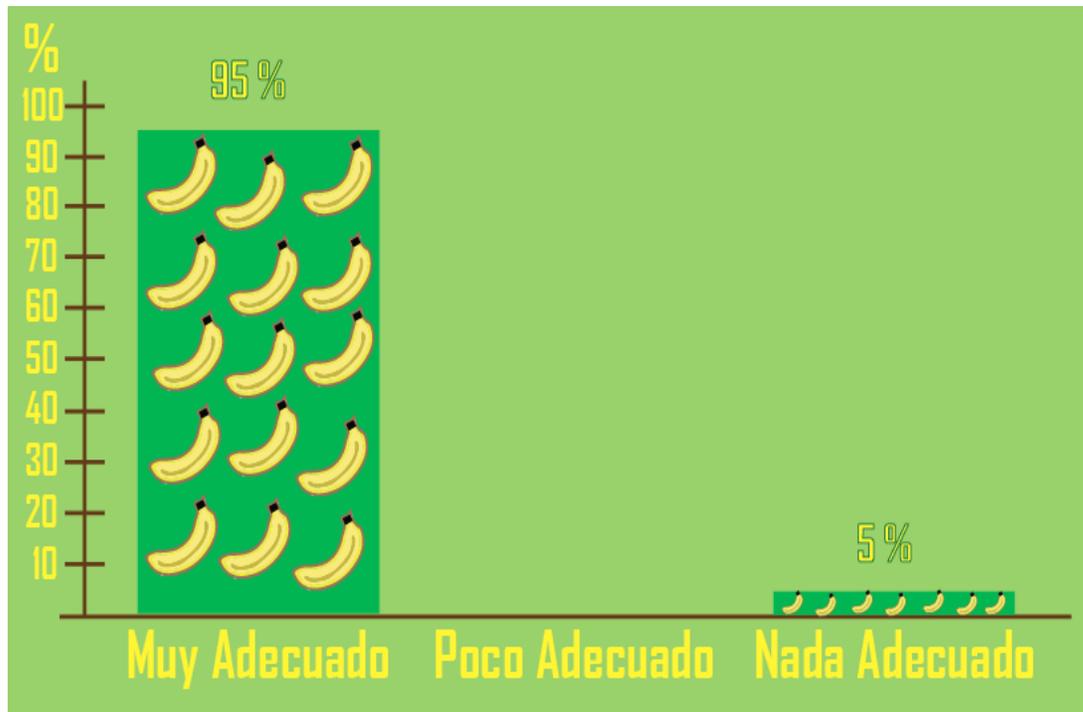


Interpretación: El 48% de los encuestados consideró que el diseño del manual le da un sentido de mucha pertenencia, el 38% de los encuestados consideró que el diseño del manual le da un sentido de pertenencia y el 14% de los encuestados consideró que el diseño del manual le da un sentido de poca pertenencia.

Por consiguiente, por los resultados de la encuesta, se tomó en cuenta las opiniones y críticas de los encuestados. Por lo tanto, el diseño del manual tendrá algunos cambios para mejorar la experiencia del cliente con el proyecto.

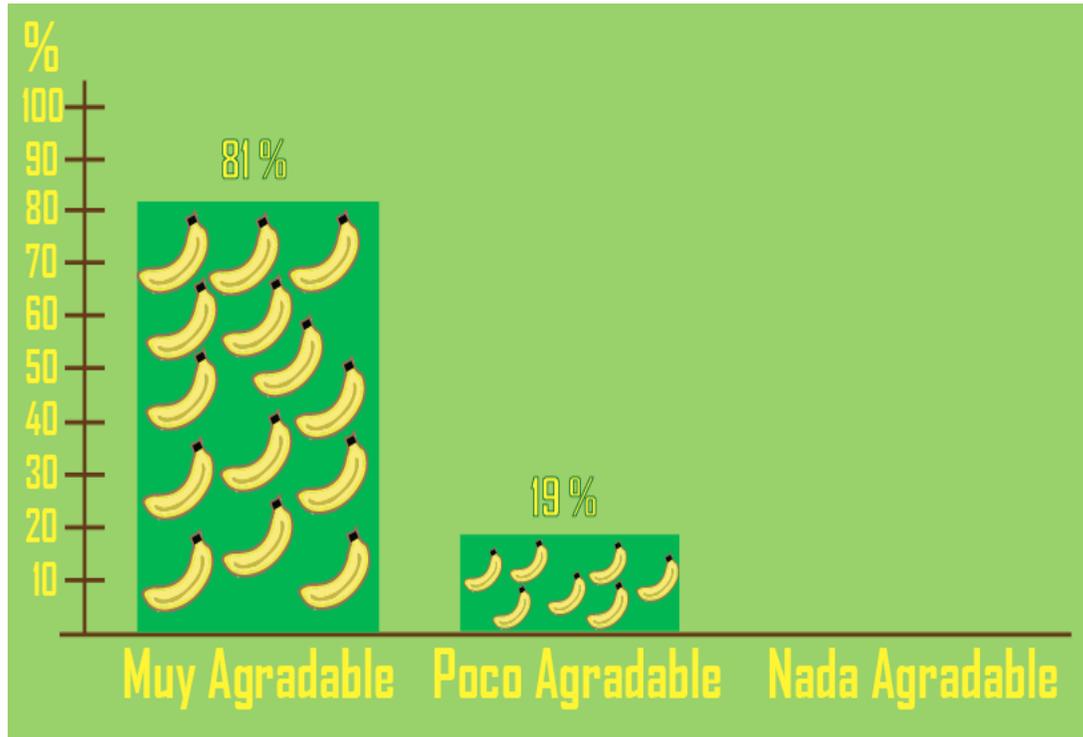
Parte Operativa:

10) ¿Considera usted que la orientación vertical del manual de inducción es?



Interpretación: El 95% de los encuestados consideró que la orientación vertical del manual de inducción es muy adecuado, el 0% poco adecuado y el 5% de los encuestados consideró que la orientación vertical del manual de inducción es nada adecuado. Por lo tanto, no se cambiará la orientación vertical del proyecto.

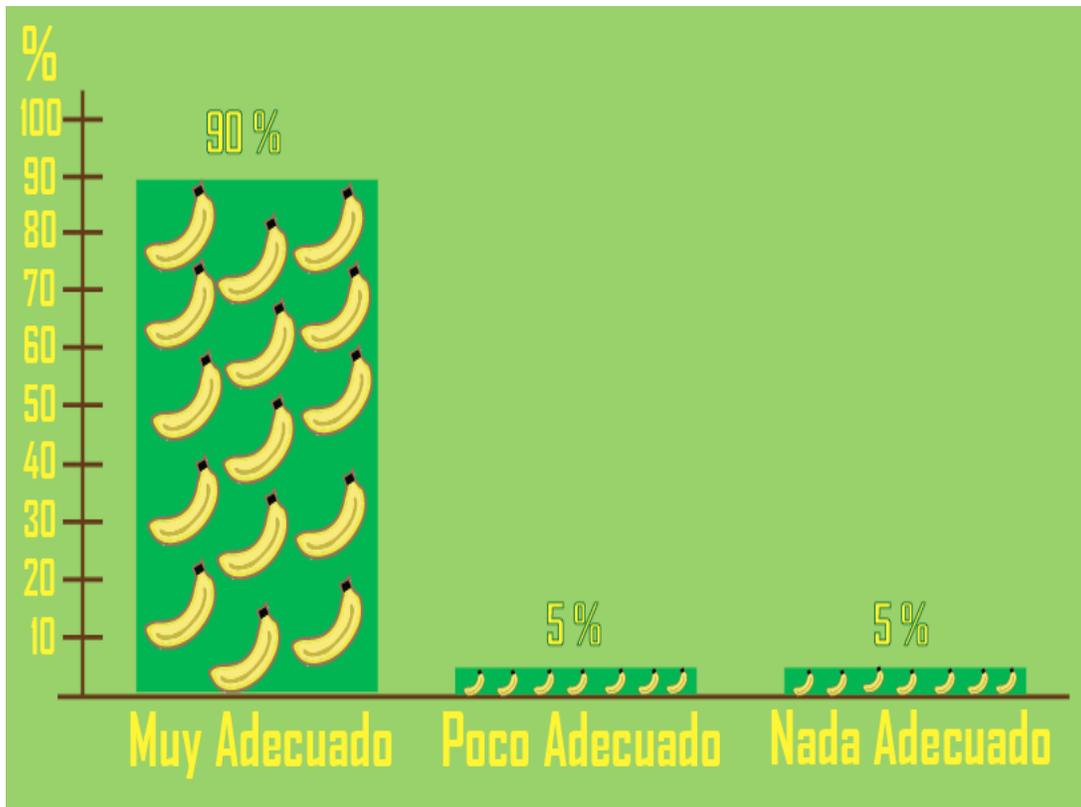
11) ¿Considera usted que toda la línea gráfica del manual de inducción es?



Interpretación: El 81% de los encuestados consideró que toda la línea gráfica del manual de inducción es muy agradable, el 19% de los encuestados consideró que toda la línea gráfica del manual de inducción es poco agradable y el 0% nada agradable.

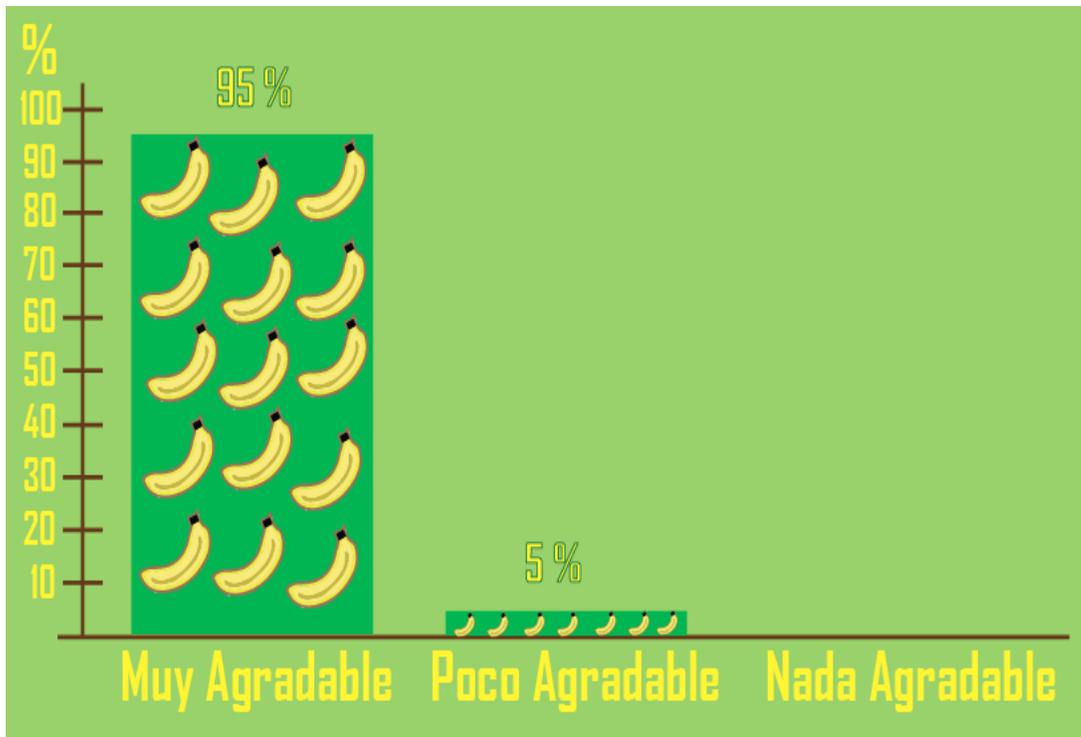
Por consiguiente, a pesar de los resultados de la encuesta, se tomarán en cuenta las opiniones y críticas de los encuestados. Por lo tanto, la línea gráfica tendrá algunos cambios para mejorar la experiencia del cliente con el proyecto.

12) ¿Considera usted que la frase conceptual expuesta en la portada del manual de inducción (Bienvenido, ya eres parte de la familia de Alimentos Maravilla S. A.) es?



Interpretación: El 90% de los encuestados consideró que la frase conceptual expuesta en la portada del manual de inducción (Bienvenido, ya eres parte de la familia de Alimentos Maravilla S. A.) es muy adecuado. El 5% poco adecuado de los encuestados consideró que la frase conceptual expuesta en la portada del manual de inducción (Bienvenido, ya eres parte de la familia de Alimentos Maravilla S. A.) es y el 5% de los encuestados consideró que la frase conceptual expuesta en la portada del manual de inducción (Bienvenido, ya eres parte de la familia de Alimentos Maravilla S. A.) es nada adecuado. Por lo tanto, no se cambiará la frase conceptual expuesta el proyecto.

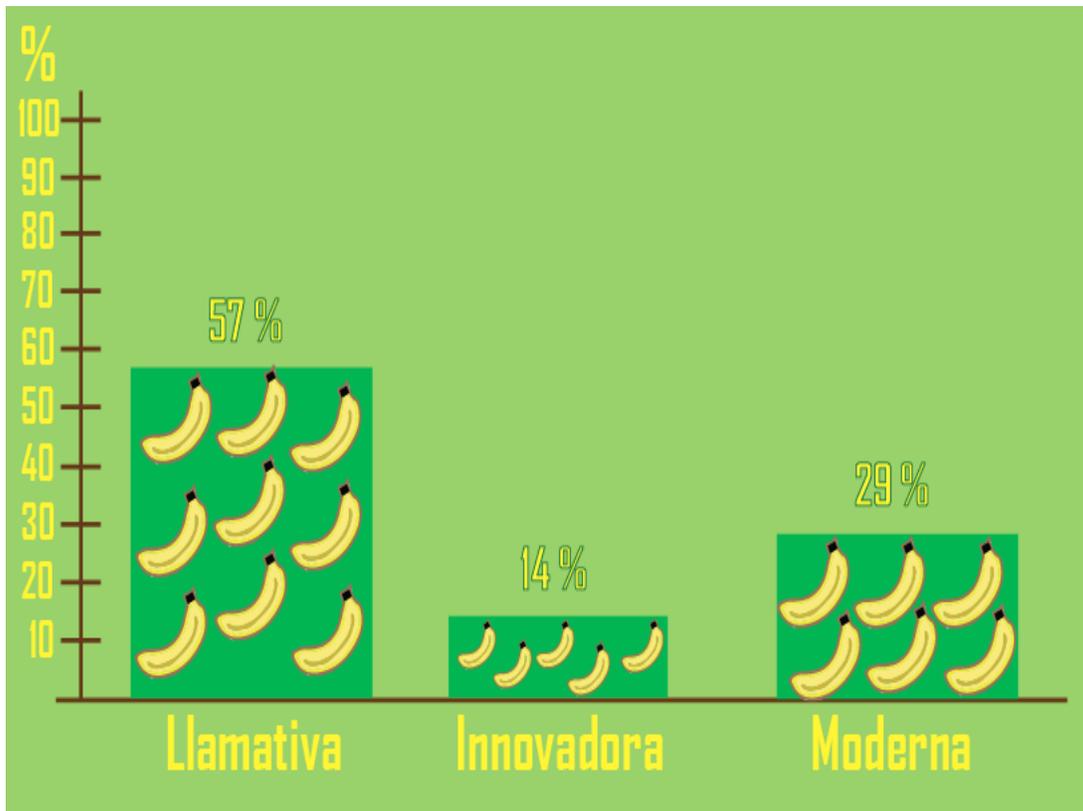
13) ¿Considera usted que el utilizar un fondo de color blanco y el orden de los temas en el manual de inducción, provoca que la lectura sea?



Interpretación: El 95% de los encuestados consideró que el utilizar un fondo de color blanco y el orden de los temas en el manual de inducción, provoca que la lectura sea muy agradable, el 5% de los encuestados consideró que el utilizar un fondo de color blanco y el orden de los temas en el manual de inducción, provoca que la lectura sea poco agradable y el 0% nada agradable.

Por lo tanto, no se cambiará fondo color blanco del proyecto, pero el contenido y los temas sufrirán algunos cambios por motivo que la Empresa tuvo la necesidad de proveer más contenido e imágenes para mejorar la experiencia, después de observar el diseño preliminar del proyecto.

14) ¿Considera usted que la tendencia geométrica (figuras geométricas) utilizada en el manual de inducción es?



Interpretación: El 57% de los encuestados consideró que la tendencia geométrica (figuras geométricas) utilizada en el manual de inducción es llamativa, el 14% de los encuestados consideró que la tendencia geométrica (figuras geométricas) utilizada en el manual de inducción es innovadora y el 29% de los encuestados consideró que la tendencia geométrica (figuras geométricas) utilizada en el manual de inducción es moderna.

Por lo tanto, por mayoría de votos la tendencia empleada en el diseño del proyecto se consideró llamativa, por lo cual no necesita cambios.

8.4 Cambios en base a los resultados

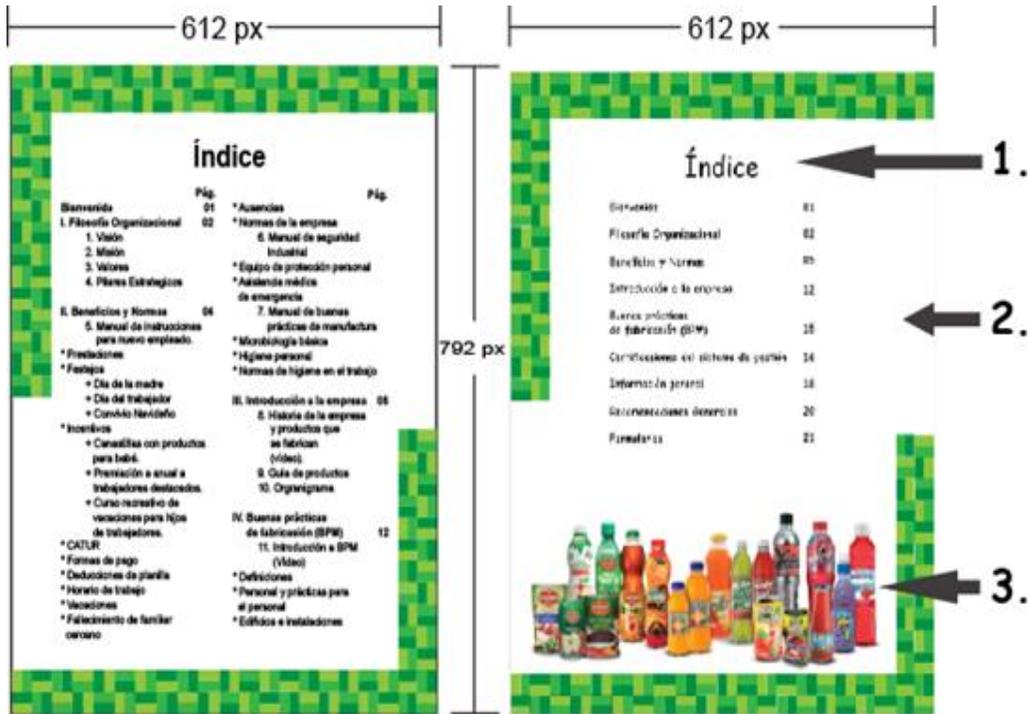
8.4.1 Antes y Después.

8.4.1.1 Portada.



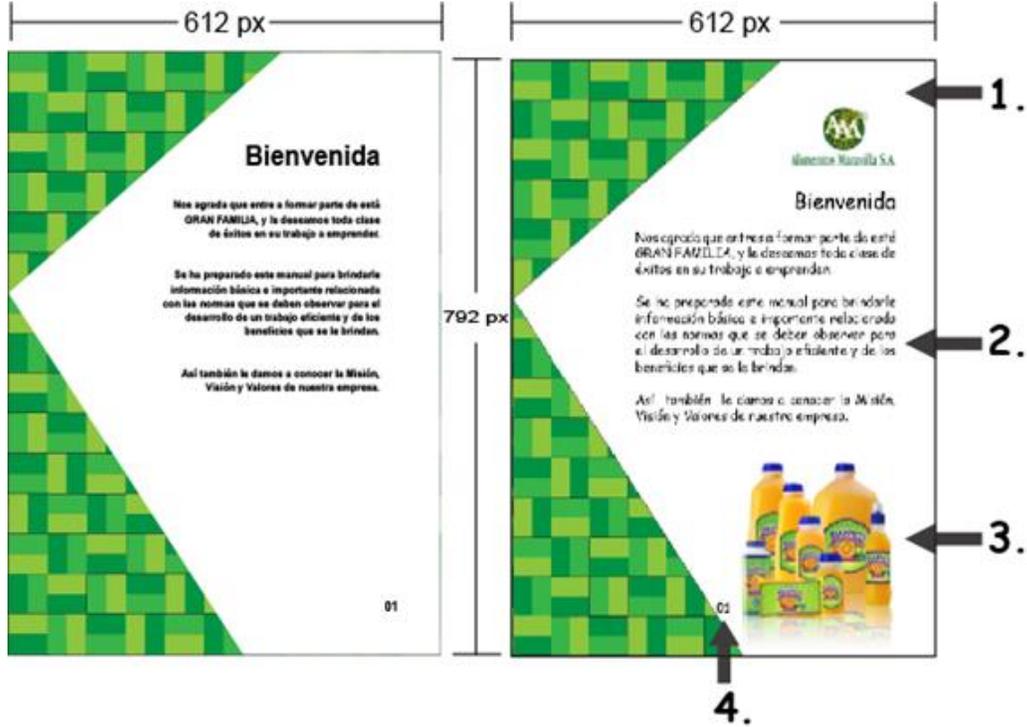
1. Se insertó imagen proporcionada por la Empresa.
2. La frase conceptual ahora está en la parte superior derecha con un pequeño cambio, en el cual el logotipo de la Empresa completa la frase.
3. El logotipo se cambió por el logotipo oficial proporcionado por la Empresa.
4. El título del manual ahora está en la parte inferior derecha.
5. El diseño original en forma de rombo se cambió por un sesgo dinámico con el fondo original del diseño anterior.

8.4.1.2 Índice.

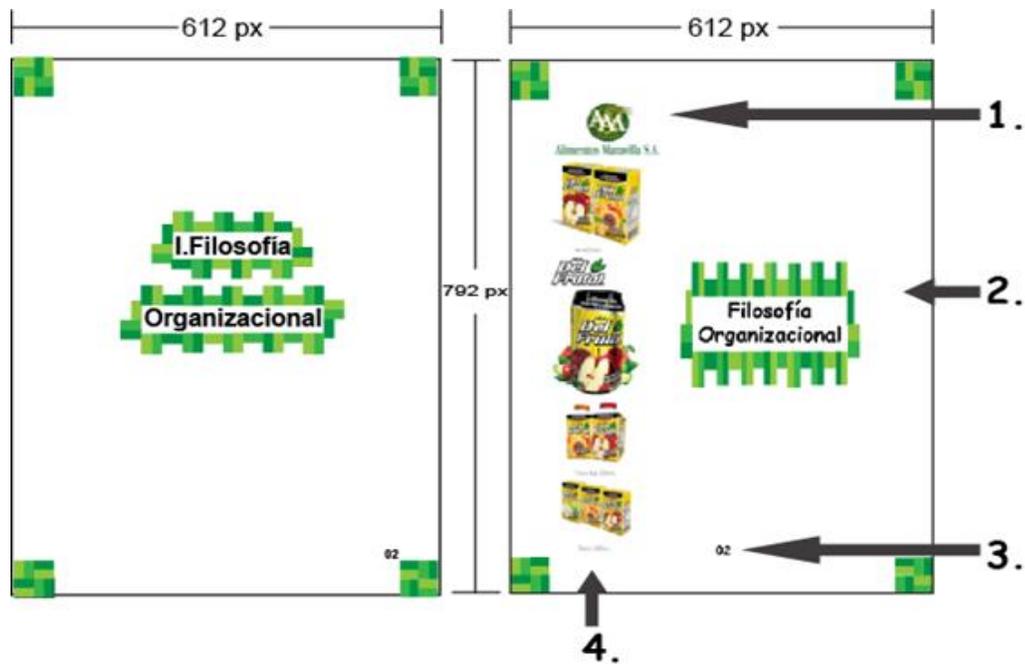


1. El índice y todo el texto del contenido de las páginas interiores, se ha cambiado a Comic Sans Ms.
2. Se redujo el contenido del índice a una columna.
3. Se insertó una imagen de los productos que produce y exporta Alimentos Maravilla, la imagen fue proporcionada por la Empresa.

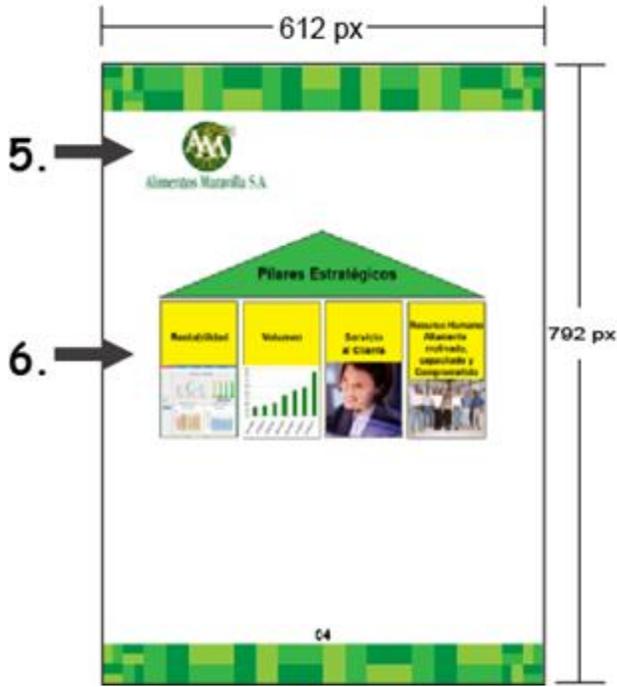
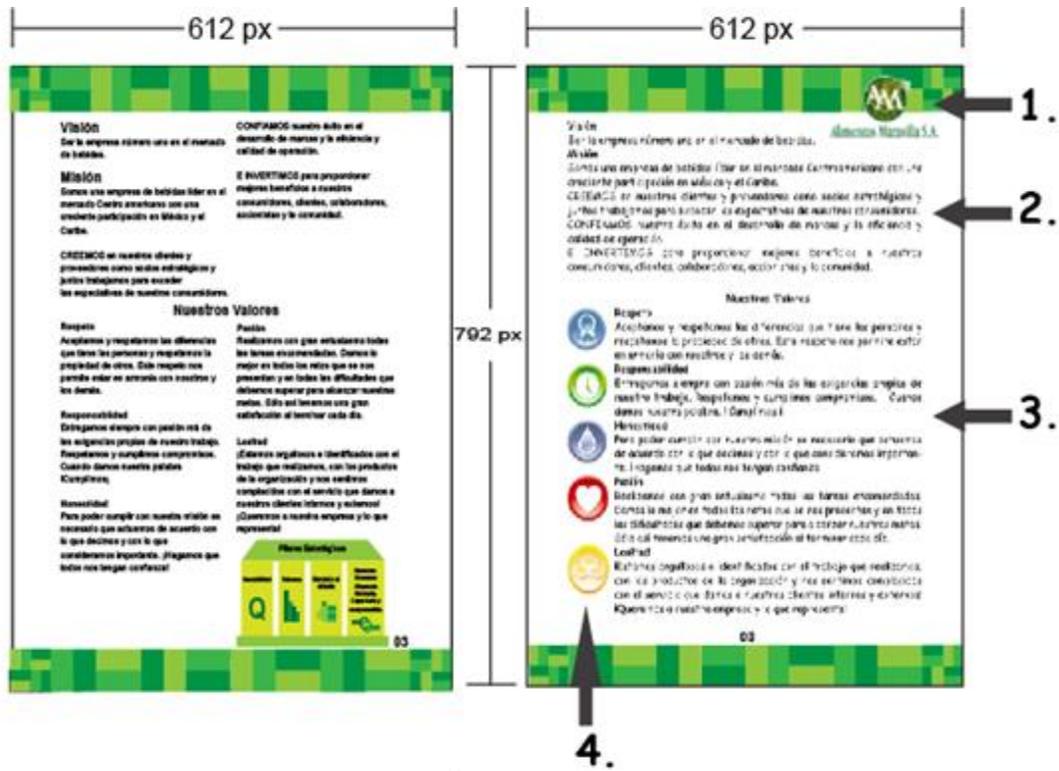
8.4.1.3 contenido páginas interiores.



1. En todas las páginas a partir de esta, se colocó el logotipo de la Empresa.
2. El contenido (los párrafos) se han justificado en todas las páginas.
3. Se insertó una imagen de los productos que produce y exporta Alimentos Maravilla, la imagen fue proporcionada por la Empresa.
4. Se cambió el sitio del número de página a la parte inferior central en todas las páginas.

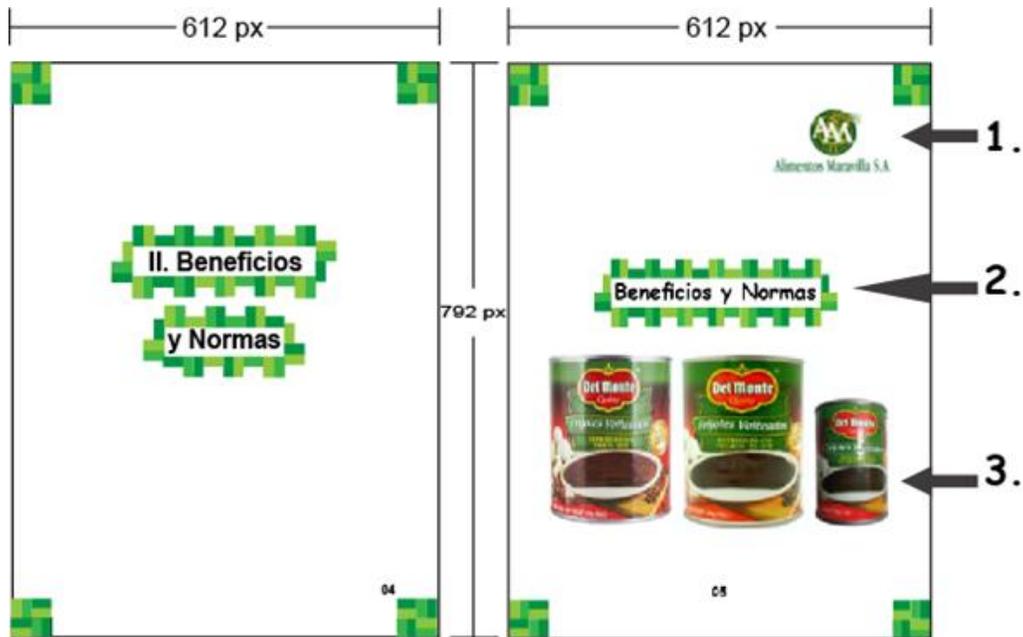


1. El logotipo de la Empresa.
2. El título del tema está completo en el interior del marco conservando el diseño original anterior, con algunos cambios.
3. El número de la página se ubica ahora en la parte inferior central.
4. Se insertó varias imágenes de los productos que produce y exporta Alimentos Maravilla, las cuales fueron proporcionadas por la Empresa.



1. El logotipo de la Empresa.
2. La misión y visión se le cambió a un párrafo para cada una.
3. Los valores tienen el mismo cambio ahora son un párrafo cada uno.

4. Los iconos ubicados de lado izquierdo de cada valor son proporcionados por la Empresa.
5. En la siguiente página como en las demás el logotipo de la empresa está colocado.
6. Los pilares estratégicos están ubicados en esta página, además el diseño de los pilares se rediseñó para que sea igual al del manual original proporcionado por la Empresa.

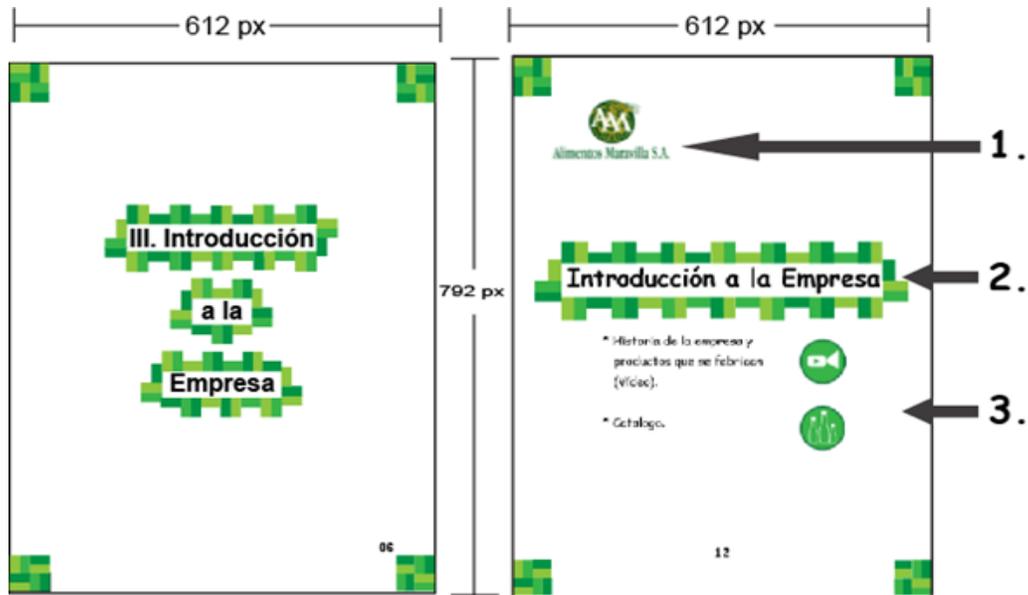


1. El logotipo de la Empresa.
2. El título del tema está completo dentro del marco, conservando el diseño anterior de la propuesta preliminar.
3. Se insertó una imagen de los productos que produce y exporta Alimentos Maravilla, la imagen fue proporcionada por la Empresa.

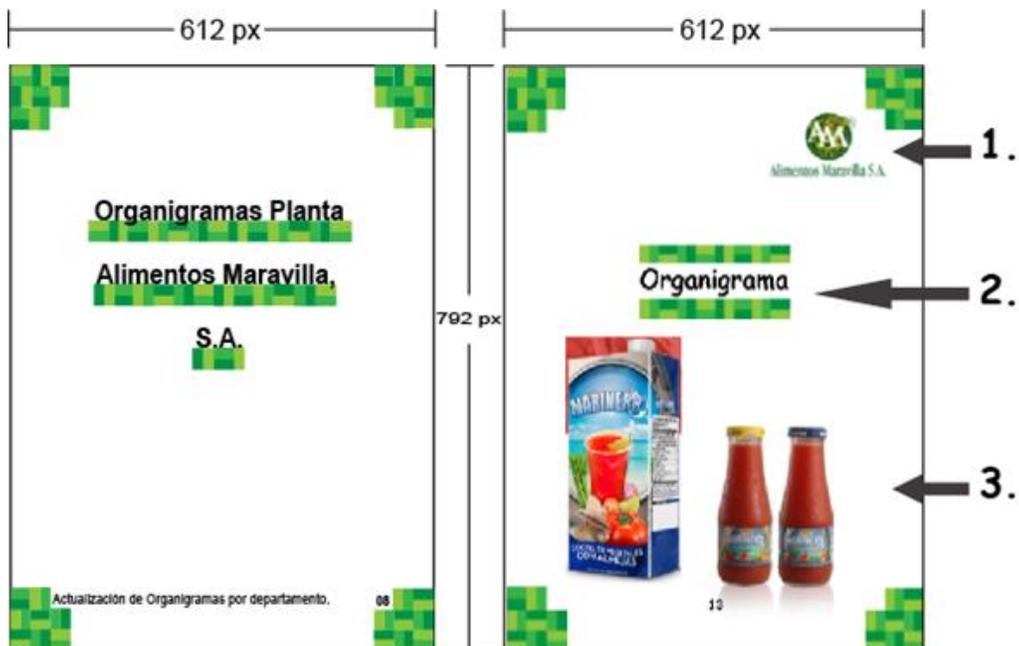
3. Se creó una 3era. página para agregar el nuevo contenido (formas de pago, beneficios, horarios, vacaciones y ausencias), imágenes proporcionadas por la Empresa y su respectivo logotipo.
4. Se creó una 4ta. página para agregar el nuevo contenido (faltas, matrimonio y nacimiento de bebé), imágenes proporcionadas por la Empresa y su respectivo logotipo.



5. Se creó una 5ta. página para agregar el nuevo contenido (normas), imágenes proporcionadas por la Empresa y su respectivo logotipo.
6. Se creó una 6ta. página para agregar el nuevo contenido (continuación de las normas), imágenes proporcionadas por la Empresa y su respectivo logotipo.
7. En esta página se agregó una referencia sobre el manual de seguridad industrial y una del manual de BPM (buenas prácticas mercantiles), con un icono cada uno.

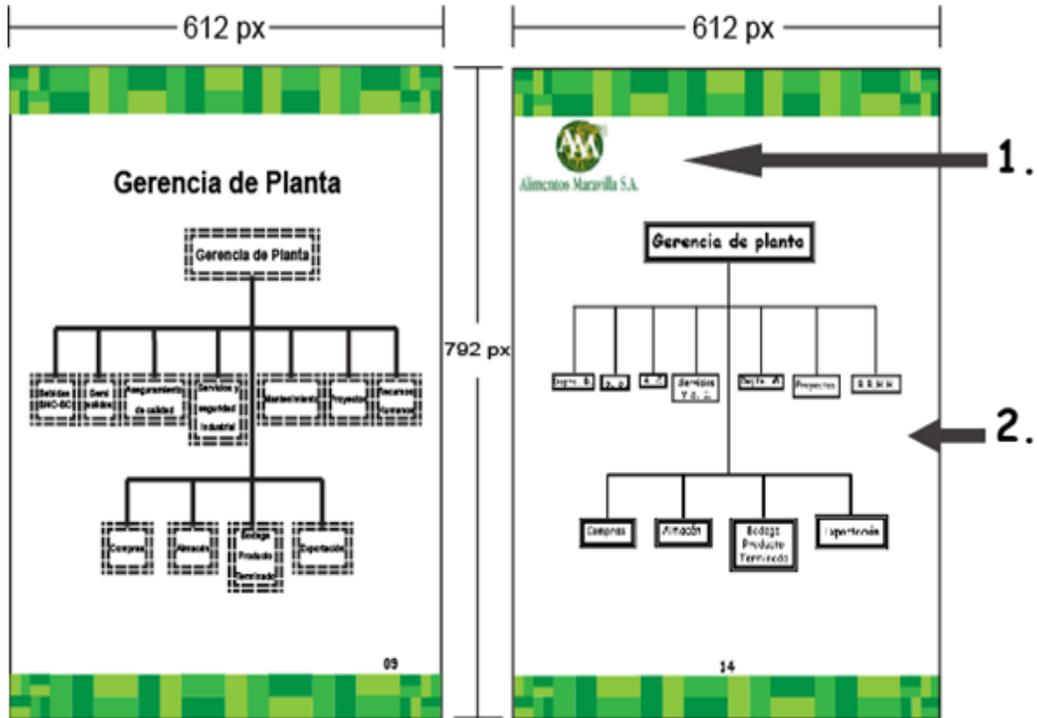


1. Logotipo de la Empresa.
2. El título está completo dentro del marco, conservando el diseño.
3. Se agregan las 2 referencias que estaban en una sola página, cada una con su respectivo icono. Además, la referencia del catálogo antes era la guía de productos y se rediseñó su icono.

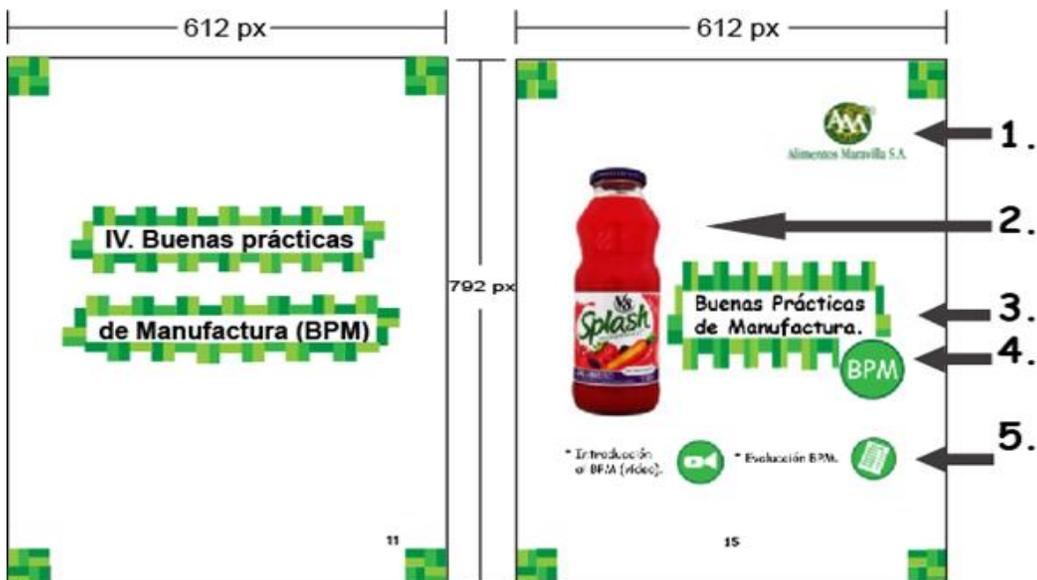


1. Logotipo de la Empresa.

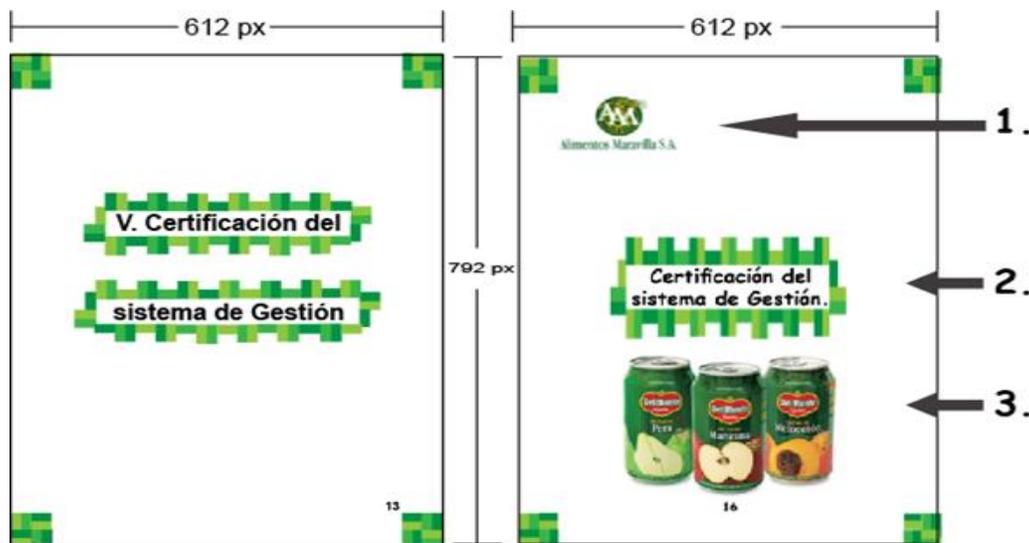
- Se redujo el título, además el diseño cambió un poco.
- Se insertó varias imágenes de los productos que produce y exporta Alimentos Maravilla, las cuales fueron proporcionadas por la Empresa.



- Logotipo de la Empresa.
- Se rediseñó el organigrama de planta (organigrama general).



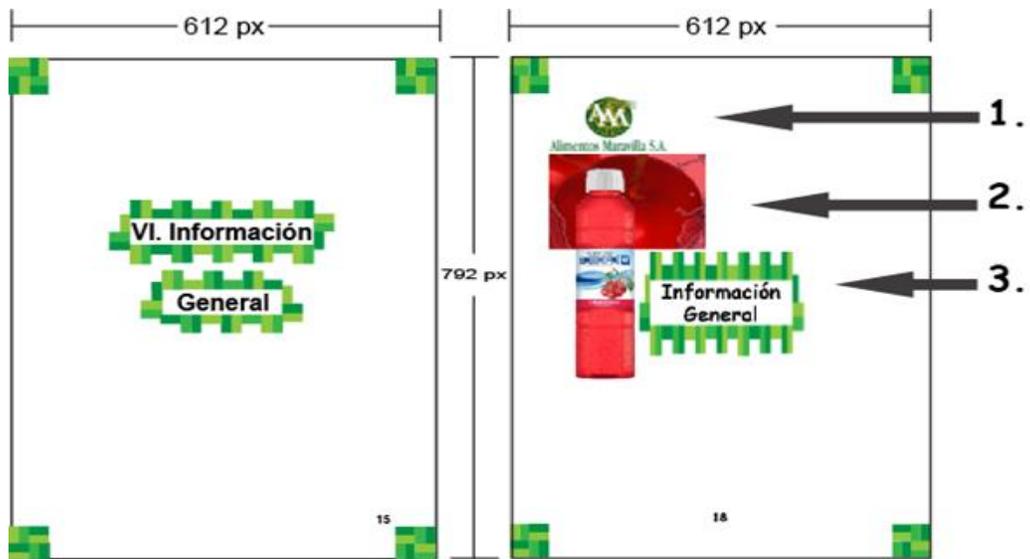
1. Logotipo de la Empresa.
2. Se insertó una imagen de un producto que produce y exporta Alimentos Maravilla, que fue proporcionada por la Empresa.
3. El título está completo en el marco y se conserva el diseño.
4. se agrega un icono que identifica al título.
5. Se agregan las 2 referencias que estaban en una sola página, cada una con su respectivo icono.



1. El logotipo de la Empresa.
2. El título del tema está completo dentro del marco, conservando el diseño anterior de la propuesta preliminar.
3. Se insertó una imagen de los productos que produce y exporta Alimentos Maravilla, la imagen fue proporcionada por la Empresa.



1. El logotipo de la Empresa.
2. Se justificaron los párrafos.
3. Se cambió el icono y el contenido del OHSAS 18001 a ISO 45001 por actualización de certificados de gestión.

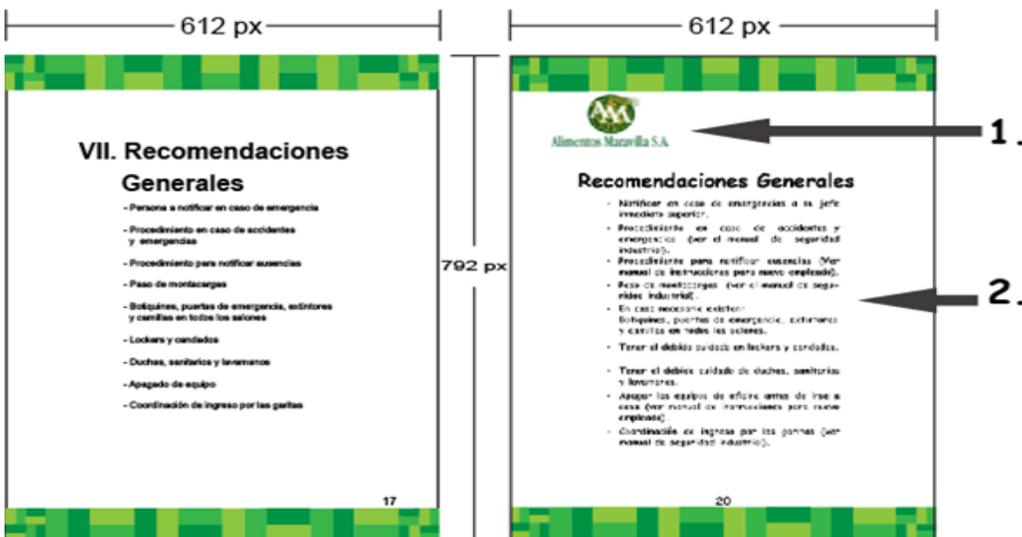


1. El logotipo de la Empresa.
2. Se insertó una imagen de los productos que produce y exporta Alimentos Maravilla, la imagen fue proporcionada por la Empresa.

3. El título del tema está completo dentro del marco, conservando el diseño anterior de la propuesta preliminar.



1. El logotipo de la Empresa.
2. Se cambió el icono de prestaciones legales a una balanza que representa en mejor medida al tema.
3. Se justificaron los párrafos.



1. El logotipo de la Empresa.

2. Se redactaron de nuevo las recomendaciones generales y se justificaron los párrafos.

8.4.1.4 Contraportada.



1. Como se puede observar el diseño de la contraportada cambió y el diseño es más dinámico, conservando el diseño fondo del preliminar.
2. El logotipo de la Empresa con un fondo blanco.
3. El contenido de los formularios se conservó.
4. El contenido de la dirección es igual, pero se le agregó el número de teléfono.
5. Esta imagen fue proporcionada por la Empresa.
6. Se añadió el número de la página (21) en la parte inferior central.

8.5 Justificación

8.5.1 Portada y contraportada. A pesar de los resultados obtenidos en las encuestas, se tomó en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente. Por lo tanto, la portada y contraportada del manual de inducción adquirieron unos cambios importantes, el cliente tomó la decisión de dar imágenes y el logotipo de la empresa para que el diseño sea

más llamativo y abra un canal de comunicación entre el nuevo empleado y la Empresa. Además, la contraportada está enumerada como las demás páginas (21).

8.5.2 Índice. A pesar de los resultados obtenidos en las encuestas, se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente. Por lo tanto, el índice adquirió unos cambios importantes, en los cuales se redujo el contenido a una sola página además se le agregó una imagen proporcionada por el cliente y el logotipo de la Empresa.

8.5.3 Bienvenida página 1. A pesar de los resultados obtenidos en las encuestas, se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente. Por lo tanto, la bienvenida adquirió unos cambios en los cuales se justificó el texto, se agregó una imagen proporcionada por el cliente y el logotipo de la Empresa.

8.5.5 Filosofía organizacional páginas 2, 3 y 4. Se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente. Por lo tanto, la filosofía organizacional adquirió unos cambios en los cuales se justificó el texto, párrafos de una sola columna, los pilares estratégicos en la página siguiente se agregó iconos y el logotipo de la empresa.

8.5.6 Beneficios y normas páginas 5 a la 11. Se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente. Por lo tanto, la página 5 adquirió unos cambios para que el manual sea más llamativo e informativo, la página 6 su contenido fue arrastrado al final de la página 11 por qué se agregó nuevo contenido proporcionado por la empresa.

8.5.7 Introducción a la empresa página 12. Se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente, la página 12 antes era la página 6 se corrió porque se añadió el contenido proporcionado por la empresa. Por lo tanto, lo que estaba en la página 7 ahora está en la página 12.

8.5.8 Organigrama páginas 13 y 14. Se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente, la página 13 antes era la página 7 y la 14 era la página 8, se corrieron porque se añadió el contenido proporcionado por la empresa. Por lo tanto, las páginas 13 y 14 tuvieron unos cambios y el diseño del organigrama cambió, además se eliminó el otro organigrama por pedido del cliente.

8.5.9 Buenas prácticas de manufactura página 15. Se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente, la página 15 antes era las páginas 11 y 12, se corrió porque se añadió el contenido proporcionado por la empresa. Por lo tanto, la página 15 es el resultado de la fusión de ambas páginas para aprovechar el espacio dispuesto por la antes mencionada página.

8.5.10 Certificación del sistema de Gestión páginas 16 y 17. Se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente, la página 16 antes era la página 13 y la 17 era la página 14, se corrieron porque se añadió el contenido proporcionado por la empresa. Por lo tanto, las páginas tuvieron unos cambios de diseño y se cambió el OHSAS 18001 A ISO 45001:2018 por pedido del cliente.

8.5.11 Información general páginas 18 y 19. Se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente, la página 18 antes era la página 15 y la 19 era la página 16, se corrieron porque se añadió el contenido proporcionado por la empresa. Por lo tanto, las páginas tuvieron unos cambios de diseño y se cambió un icono.

8.5.12 Recomendaciones generales página 20. Se tomaron en cuenta las sugerencias y comentarios descritos por los expertos y el cliente, la página 20 antes era la página 17, se corrió porque se añadió el contenido proporcionado por la empresa. Por lo tanto, la página 20 tuvo unos cambios específicamente el contenido de las recomendaciones, ahora están descritas en un

sentido más explicativo y familiar para que el empleado comprenda de mejor manera las antes mencionadas.

8.5.13 Conclusión de la justificación. En conclusión, el manual de inducción tuvo varios cambios en sus páginas a resultado de las opiniones y críticas de los encuestados. El cliente al observar el diseño preliminar optó por brindar las imágenes y contenidos necesarios para realizar dichos cambios.

Por lo tanto, el manual digital de inducción para los empleados de primer ingreso cumple con todos los objetivos descritos por esta tesis. Los diseños empleados como fondo de los contornos de las páginas se guiaron en la tendencia geométrica antes descrita en el punto 6.3.4.5 del marco teórico de esta tesis. Por consiguiente, se cubren todas las necesidades del cliente quien recibe el resultado final del proyecto de graduación (propuesta gráfica final).

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final



612 px

792 px

Índice

Bienvenida	01
Filosofía Organizacional	02
Beneficios y Normas	05
Introducción a la empresa	12
Buenas prácticas de manufactura (BPM)	15
Certificaciones del sistema de gestión	16
Información general	18
Recomendaciones Generales	20
Formularios	21



612 px

792 px



Alimentos Maravilla S.A.

Bienvenida

Nos agrada que entres a formar parte de esta GRAN FAMILIA, y le deseamos toda clase de éxitos en su trabajo a emprender.

Se ha preparado este manual para brindarle información básica e importante relacionada con las normas que se deben observar para el desarrollo de un trabajo eficiente y de los beneficios que se le brindan.

Así también le damos a conocer la Misión, Visión y Valores de nuestra empresa.

01



612 px

792 px



Alimentos Maravilla S.A.



1 litro 1000ml



Tetra top 250ml



Tetra 200ml



02

612 px

792 px



Alimentos Maravilla S.A.

Visión
Ser la empresa número uno en el mercado de bebidas.

Misión
Somos una empresa de bebidas líder en el mercado Centroamericano con una creciente participación en México y el Caribe.
CREEMOS en nuestros clientes y proveedores como socios estratégicos y juntos trabajamos para exceder las expectativas de nuestros consumidores.
CONFIAMOS nuestro éxito en el desarrollo de marcas y la eficiencia y calidad de operación.
E INVERTIMOS para proporcionar mejores beneficios a nuestros consumidores, clientes, colaboradores, accionistas y la comunidad.

Nuestros Valores

-  **Respeto**
Aceptamos y respetamos las diferencias que tiene las personas y respetamos la propiedad de otros. Este respeto nos permite estar en armonía con nosotros y los demás.
-  **Responsabilidad**
Entregamos siempre con pasión más de las exigencias propias de nuestro trabajo. Respetamos y cumplimos compromisos. Cuando damos nuestra palabra. ¡Cumplimos!
-  **Honestidad**
Para poder cumplir con nuestra misión es necesario que actuemos de acuerdo con lo que decimos y con lo que consideramos importante. ¡Hagamos que todos nos tengan confianza!
-  **Pasión**
Realizamos con gran entusiasmo todas las tareas encomendadas. Damos lo mejor en todos los retos que se nos presentan y en todas las dificultades que debemos superar para alcanzar nuestras metas. Sólo así tenemos una gran satisfacción al terminar cada día.
-  **Lealtad**
¡Estamos orgullosos e identificados con el trabajo que realizamos, con los productos de la organización y nos sentimos complacidos con el servicio que damos a nuestros clientes internos y externos! ¡Queremos a nuestra empresa y lo que representa!

03



612 px

792 px



612 px

792 px



Alimentos Maravilla S.A.

Beneficios y Normas



05

612 px

792 px



Prestaciones y otros beneficios adicionales



1/2 Galón 1.5 litro



400ml 225ml



500ml 330ml 250ml

- Seguro de vida.
- Anticipo sobre sueldo, que puede solicitar al cumplir los 6 meses de antigüedad en la Empresa de acuerdo a reglamento establecido.
- Cursos de capacitación.
- Clínica médica para la atención del empleado, esposa e hijos menores de 13 años, así mismo cobertura de primeros auxilios en caso de accidentes dentro de la Empresa.
- Facilidades para compra de medicinas que receta la Clínica Médica, según reglamento.
- Derecho al uso del Centro Recreativo y Deportivo.
- Cafetería para el servicio de los diferentes tiempos de comida.
- Derecho a consumo de nuestros productos en los tiempos de comida.
- Uniforme y calzado de acuerdo al área de trabajo.
- Excursión anual a centros turísticos, para la recreación de todos los trabajadores.
- Pastel en día del cumpleaños del trabajador.
- Auxilio Póstumo.

06

612 px

792 px

Festejos

- Celebración Día de la Madre, con la participación de las madres trabajadoras de la empresa y esposas de los trabajadores
- Celebración día del Trabajador.
- Convivió Navideño, en el cual se otorga un regalo navideño a los hijos de los trabajadores de la empresa, menores de 13 años de edad.

Incentivos

- Canastilla con productos para bebé a las madres que cumplen con el control prenatal en la Clínica Médica de la Empresa.
- Premiación anual a trabajadores destacados.
- Curso recreativo de vacaciones para hijos de trabajadores, menores de 13 años.

Catur

Nuestra empresa cuenta con una caja de ahorro su objetivo es brindar ayuda social y económica a todos los asociados a través de:

- Préstamos sobre pasivo laboral.
- Pago alta tasa de interés en ahorro.
- El aporte como asociado es de Q100.
- Regalo navideño.
- Comisariato.



Alimentos Maravilla S.A.



612 px

792 px

Formas de pago

Los empleados administrativos y operativos, reciben su sueldo en pago mensual.

Deducciones de planilla y nomina

1. 4.83% del I.G.S.S.
2. Impuestos sobre la renta de acuerdo a lo estipulado por la ley, en relación a su nivel de ingreso.

Horario de trabajo

Operativos de 7:00 a 19:00 horas turnos rotativos los cuales se ajustan a las necesidades de la empresa, su jefe inmediato será quien le informe sobre el horario que cubrirá.

Administrativos de 8:00 a 17:00 horas y el día viernes de 8:00 a 16:00 horas.

Se dispone de 45 minutos de almuerzo.

Vacaciones

Tendra 15 días hábiles de vacaciones al cumplir 1 año de labores.

Las ausencias se regulan así:

Faltas por enfermedad

Si falta un día por enfermedad debe presentar constancia de asistencia al I.G.S.S., o suspensión de clínica médica y de esta forma la Empresa pagará su día completo.



Alimentos Maravilla S.A.



08

612 px

792 px

En caso de un largo período de suspensión por el I.G.S.S., su pago corresponderá por parte del mismo. La clínica médica en caso necesario podrá suspenderlo 2 días con goce de salario.



Alimentos Maravilla S.A.

Faltas con permiso

Si por motivo justificado tiene que ausentarse de la empresa, debe notificar a su jefe inmediato con un día de anticipación. Tiene derecho a 1/2 día de permiso, y si se pasa se le descuenta ese tiempo de sus vacaciones.

Permiso de ausencia por muerte de familiares (núcleo familiar), derecho a 3 días.



Faltas sin permiso

Si falta sin permiso y sin justificación por escrito, perderá al día de ausencia.

Llegadas tarde al trabajo

Sus entradas tardes al trabajo se sancionaran de acuerdo a las normas de la empresa.

Matrimonio

Si contrae matrimonio tiene derecho a 5 días de permiso con goce de salario, para lo cual tiene que informar con 8 días de anticipación.



Nacimiento de Bebé

Por nacimiento de un hijo tiene derecho a gozar 2 días de permiso con goce de salario, es importante recordarle que debe presentar la partida de nacimiento para actualizar su archivo familiar.

09

612 px

792 px

Normas de la Empresa

Para el buen desarrollo de sus actividades se le recomienda observar las siguientes normas y reglamentos:

La conducta apropiada que debemos observar durante el desarrollo de nuestras actividades, está basada en las normas y reglamentos disciplinarios y para que los conozcamos y evitemos acciones contrarias, se describen a continuación en forma clara, para que pueda leerlos cuidadosamente y consultar con su jefe inmediato o con el departamento de Recursos Humanos:



Alimentos Maravilla S.A.

- Todos los empleados y trabajadores deben cumplir con el horario de trabajo establecido.
- Ningún empleado puede abandonar la empresa en horas de trabajo a menos que tenga un permiso especial de su jefe inmediato superior.
- Si algún empleado no puede presentarse a trabajar por enfermedad, debe avisar con una hora como mínimo a la hora de entrada.
- Para el control de entradas y salidas de cada trabajador, deberá marcarla en el reloj electrónico, evitando por cualquier medio que otro empleado marque su código.
- Se prohíbe ingerir alimentos dentro de las oficinas, en horas de trabajo y durante su elaboración.
- Se prohíbe fumar y escupir dentro de las instalaciones de la empresa.
- Se prohíbe usar el equipo y material de oficina para uso personal.



612 px

792 px



Alimentos Mazavilla S.A.

- Todo empleado debe reportar inmediatamente a sus superiores cualquier daño o accidente, físico y/o material.
- Se debe respetar y obedecer las instrucciones de nuestros superiores.
- Establecer buena comunicación y colaboración con los compañeros de trabajo.
- Todos los empleados deben colaborar en conservar el mobiliario y equipo de la empresa para el mejor desarrollo de las actividades.
- Respetar y contribuir al mantenimiento de las instalaciones en general.
- Cumplir con el uniforme de trabajo diariamente.
- No retirar productos de la cafetería, ni permanecer en dicha área, excepto en horarios de comida.
- La persona que sea sorprendida retirando algún objeto propiedad de la empresa, será despedida en forma inmediata.
- El empleado y su grupo familiar que desee ingresar al centro deportivo y recreativo, deberá llenar el pase respectivo y tomar en cuenta lo siguiente:
 1. El ingreso es permitido en fines de semana, días festivos y sólo puede ingresar su núcleo familiar más 4 invitados.
 2. No se permite el ingreso de productos de la competencia.
 3. El empleado deberá acompañar a sus invitados y será el responsable de velar porque observe un comportamiento adecuado dentro de las áreas, respetando las normas establecidas.

Observación
Cualquier duda que tenga en la interpretación de este manual y todas sus consultas respecto a prestaciones, beneficios adicionales, así como horarios y atribuciones de trabajo debe realizarlas directamente al departamento de recursos humanos o con su jefe inmediato.

* **Manual de Seguridad Industrial.** 

* **Manual de Buenas prácticas de manufactura.** 

11



612 px

792 px



Alimentos Maravilla S.A.

Introducción a la Empresa

* Historia de la Empresa y productos que se fabrican (Video).



* Catálogo.



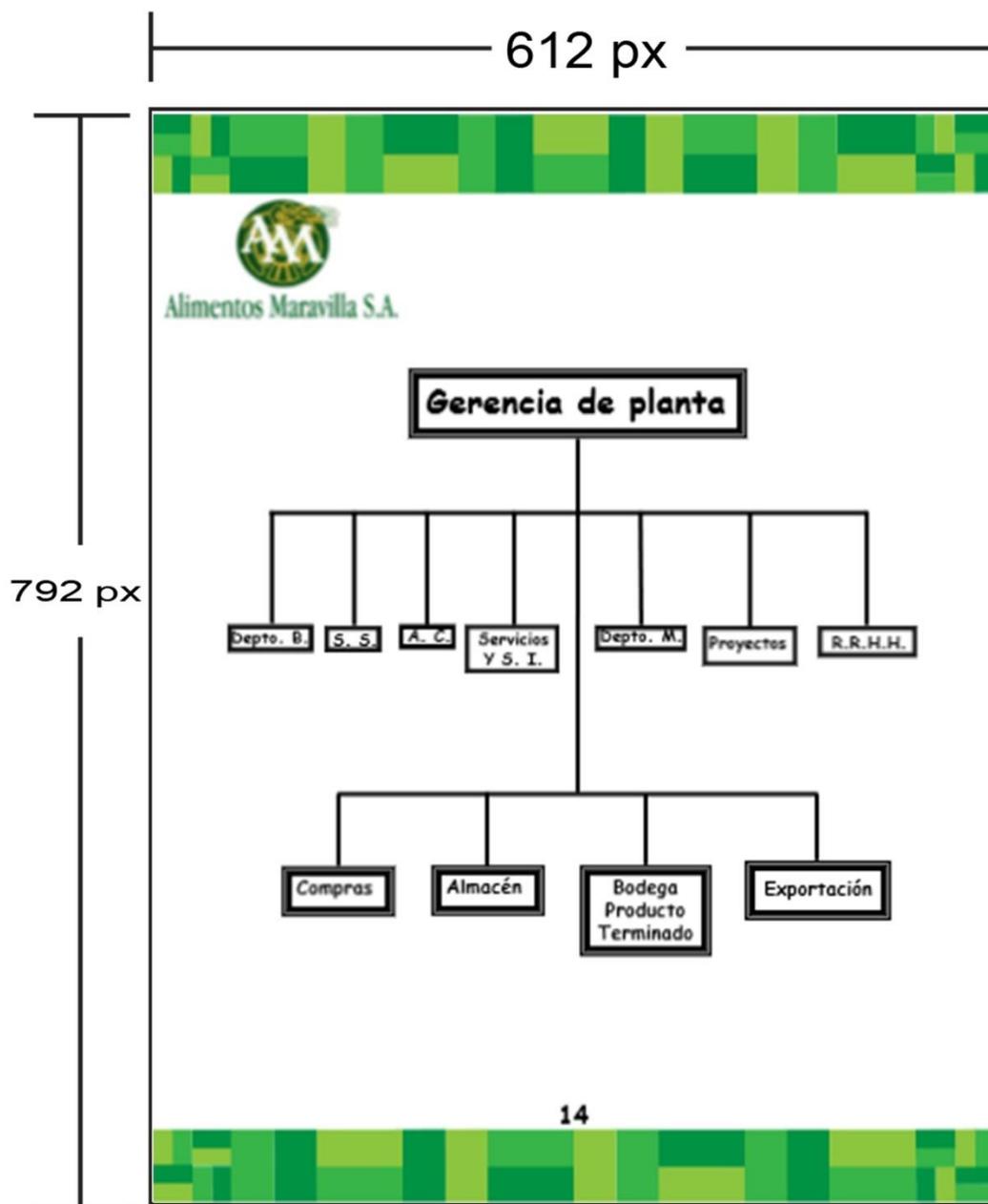
12

612 px

792 px



13



612 px

792 px

AM
Alimentos Maravilla S.A.

V8
Splash
ZARZAMOSO

**Buenas Prácticas
de Manufactura.**

BPM

* Introducción al BPM (vídeo). 

* Evaluación BPM. 

15



16

612 px

792 px



Alimentos Mazavilla S.A.



ISO 9001 - Gestión de Calidad
ISO 9001 es una norma de sistemas de gestión de la calidad (SGC) reconocida internacionalmente. Proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones.



ISO 14001 - Gestión Ambiental
ISO 14001 es la norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), que ayuda a la organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales, como parte de sus prácticas de negocios habituales.



ISO 45001 - seguridad y salud laboral
La norma ISO 45001 proporcionará estipulaciones y requisitos claros y mejorados respecto de la OHSAS 18001. La ISO 45001 permitirá a empresas y organizaciones mejorar su resistencia mediante la prevención, la adaptación y la respuesta a los riesgos para la Seguridad y Salud.



FSSC 22000 - Gestión de seguridad Alimentaria
FSSC, por sus siglas en inglés: Food Safety System Certificación. Es una herramienta completa de seguridad alimentaria que se basa en los estándar de gestión ISO 22000:2005.

17



612 px

792 px



Alimentos Maravilla S.A.



**Información
General**

18

The image shows a layout for a page with a width of 612 px and a height of 792 px. It features a logo for 'Alimentos Maravilla S.A.' at the top center, which includes a circular emblem with the letters 'AM'. Below the logo is a photograph of a red beverage bottle with a white cap. The bottle has a label that says 'BEBEREMOS' and 'Sabor Cereza'. To the right of the bottle is a decorative graphic consisting of vertical green bars of varying heights, with the text 'Información General' centered within it. The page number '18' is located at the bottom center. There are four small green and yellow square patterns in the corners of the page.

612 px

792 px



Q

Aguinaldo
Se paga anualmente el 120% (en diciembre 100% y en enero 20%) de un salario completo.
Bono 14 (sumatoria de el sueldo de un año).

 **Prestaciones legales (IGSS, ISR y IRTRA)**

 **Seguro de Vida de Q6,000.00**

Uniformes
2 camisas, 3 playeras, 3 pantalones y un par de zapatos.

 **Cafetería**
La cafetería está en funcionamiento a partir de las 12:00 pm. Los trabajadores disponen de 45 minutos para almorzar.

 **Oficinas**

Área de trabajo
No se permite la ingestión de alimentos en el área de trabajo.

 **Clínica Médica**
La clínica puede suspender 2 días a los empleados, se puede obtener medicina al crédito.

 **Banco**
Abierto a partir de las 14:30 Horas.

 **Parqueos (todos):**
Administrativos cerca de garita 6 y empleados operativos cerca de la garita 1.

19

612 px

792 px



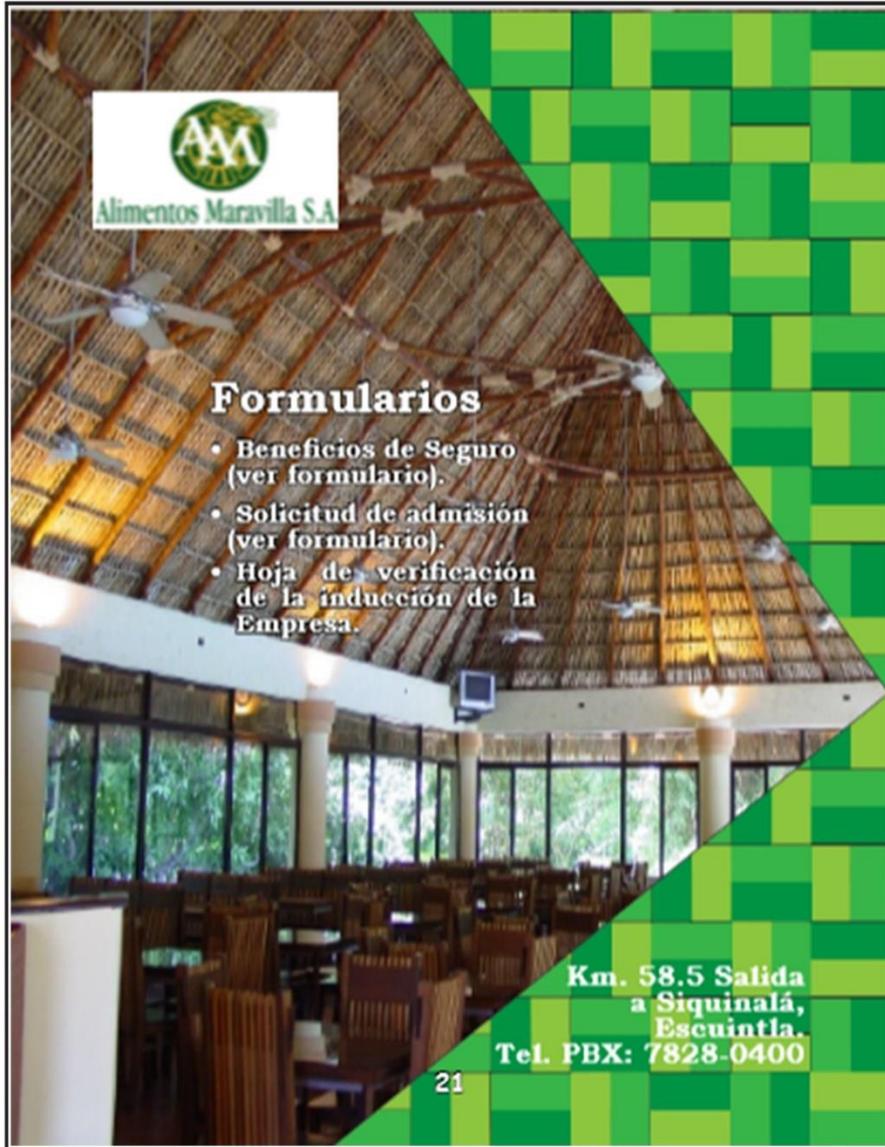
Alimentos Maravilla S.A.

Recomendaciones Generales

- Notificar en caso de emergencias a su jefe inmediato superior.
- Procedimiento en caso de accidentes y emergencias (ver el manual de seguridad industrial).
- Procedimiento para notificar ausencias (Ver manual de instrucciones para nuevo empleado).
- Paso de montacargas (ver el manual de seguridad industrial).
- En caso necesario existen:
Botiquines, puertas de emergencia, extintores y camillas en todos los salones.
- Tener el debido cuidado en lockers y candados.
- Tener el debido cuidado de duchas, sanitarios y lavamanos.
- Apagar los equipos de oficina antes de irse a casa (ver manual de instrucciones para nuevo empleado).
- Coordinación de ingreso por las garitas (ver manual de seguridad industrial).

612 px

792 px




Alimentos Maravilla S.A.

Formularios

- Beneficios de Seguro (ver formulario).
- Solicitud de admisión (ver formulario).
- Hoja de verificación de la inducción de la Empresa.

Km. 58.5 Salida
a Siquinalá,
Escuintla,
Tel. PBX: 7828-0400

21

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1 Plan de costos de elaboración

Del 15 de julio al 15 de agosto, se elaboró el diseño preliminar del manual de inducción para el departamento de RRHH de Alimentos Maravilla, S.A. A continuación, se muestra un cronograma de elaboración:

Cronología de elaboración	Semanas	Días x semana	Horas x Día	Costo x Hora	Total
15/07/18 al 15/08/18	5	4	5	Q25.00	Q2,500.00

10.2 Plan de costos de producción

Del 03 de octubre al 17 de octubre, se realizó la propuesta gráfica final del manual de inducción para el departamento de RRHH de Alimentos Maravilla, S.A. A continuación, se muestra un cronograma de elaboración:

Cronología de elaboración	Semanas	Días x semana	Horas x Día	Costo x Hora	Total
03/10/18 al 17/10/18	3	4	5	Q25.00	Q1,500.00

10.3 Plan de costos de reproducción

En esta ocasión no habrá costo de reproducción porque el manual de inducción es digital, como se menciona en el título de esta tesis.

10.4 Plan de costo de distribución

El departamento de RRHH de Alimentos Maravilla, S.A. es la encargada de distribuir(proyectar) el manual digital de inducción a los empleados de primer ingreso. Por lo tanto, no habrá costo de distribución.

10.5 Margen de utilidad

El total de costos estimados es de Q4,000.00. x 20% (Mu) = Q 800.00.

10.6 IVA

El total de costos estimados es de Q4,800.00 x 12%(IVA) = Q 576.00.

10.7 Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q2,500.00
Plan de costos de producción	Q1,500.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Sub total	Q4,000.00
Margen de utilidad(Mu) 20%	Q 800.00
Sub total	Q 4,800.00
IVA	Q 576.00
Gran total	Q5,376.00

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones

Con respecto a el diseño del manual digital de inducción, se ha cumplido con el objetivo de informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.

De la misma manera, al investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de manuales digitales de inducción a través de fuentes bibliográficas, se ha cumplido con el objetivo de respaldar científicamente la propuesta de diseño, que será utilizada por el departamento de Recursos Humanos para los nuevos empleados.

Al Recopilar información de la empresa Alimentos Maravilla, que proporcionó el cliente por medio del Brief, se ha cumplido con el objetivo de integrarlo al diseño del manual de inducción y facilitar el aprendizaje de los nuevos empleados.

Como resultado de, diagramar el contenido del manual digital de inducción a través de los programas Adobe Illustrator y InDesign, el diseño cumplió con las expectativas esperadas por el departamento de RR.HH. de Alimentos Maravilla.

En conclusión, el diseño del manual digital de inducción ha cumplido con todos los objetivos del proyecto y las expectativas del cliente.

Para dar por terminado estas conclusiones, la presente tesis me ha enseñado que todo el proceso que se realizó durante este trabajo es necesario y de amplio aprendizaje para mi persona.

11.2 Recomendaciones

Que el diseño del manual digital de inducción mantenga la misma resolución.

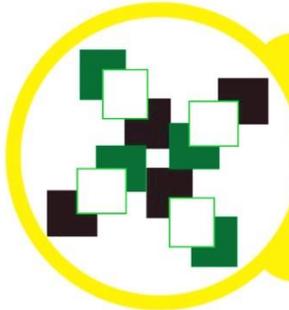
Que no se altere los colores y fuentes tipográficas implementadas en el diseño del manual digital de inducción.

Que todo el contenido del manual digital de inducción sea actualizado cada cinco años para que el mismo cumpla con el objetivo de informar los lineamientos, políticas, beneficios y normas de la empresa a los empleados de primer ingreso.

No alterar la diagramación implementada en el diseño del manual digital de inducción.

Capítulo XII: Conocimiento general

Conocimiento General

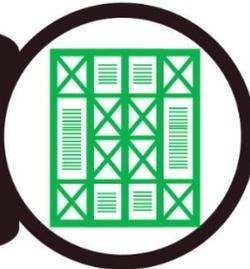


Fundamentos para el diseño
Los supermódulos fueron empleados al diseño del proyecto para crear armonía y estructura para que el diseño geométrico empleado en el manual digital de inducción tenga disposición rectangular.



Diseño Publicitario
Se utilizó una diagramación rectangular por la estabilidad y se seleccionaron los colores por la legibilidad de la tipografía empleada en el proyecto.

Diseño Editorial
Las retículas de diferentes diseños editoriales aprendidas en este curso fueron referencia para su implementación y diseño de la estructura final de la propuesta gráfica del proyecto.



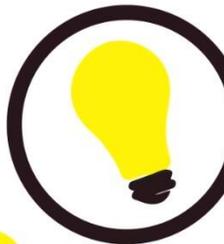
Practica de diseño
Se analizo con detalle la problemática del diseño del manual de inducción de Alimentos Maravilla y se creó una solución con el nuevo diseño digital del mismo.



Software II
Implemente el programa Adobe Illustrator para crear nuevos iconos, detalles del diseño y los módulos para una aplicación útil y mejorada en el diseño del proyecto.



Comunicación corporativa
La Comunicación Corporativa se ha convertido en uno de los elementos estratégicos más importantes de las organizaciones para lograr los objetivos finales que se han propuesto. Por medio de la cual establecer un canal de comunicación entre empleado y la empresa, todo ello por medio del concepto del manual de inducción.



Creatividad I
Emplee técnicas creativas aprendidas en este curso para crear ideas y diseñar el proyecto de graduación.

Técnicas de investigación
Utilice técnicas de investigación para encontrar información necesaria para entender con exactitud qué es, para qué es y cómo es la utilidad de un manual de inducción en una empresa.



Parte 1

Parte 2



Análisis de contenido

Es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación, por la cual se analizó los datos obtenidos de las encuestas hechas sobre el diseño preliminar y llegar al resultado del diseño de la propuesta gráfica final del proyecto.

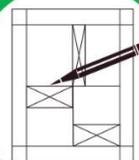


Diseño Gráfico III

Con el programa InDesign se implementó la retícula que determino las divisiones internas de la página y el diseño de las páginas del manual de inducción.

Investigación de mercados

Por medio de la investigación de mercado, procese los datos recopilados y analice la información, con respecto a los nuevos empleados y al segmento del mercado al que pertenecen.



Proyectos III

En este curso realice los bocetos necesarios de la propuesta de diseño que fue presentada a mi cliente para que tuviera una idea de cómo quedaría el diseño de la propuesta preliminar.

Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XIII: Referencias

A

About Español. “Teoría del color” (2018). Recuperado de:

<https://www.aboutespanol.com/teoria-del-color-180310>

Acevedo G. (2018). “Grandes Maestros del Diseño Gráfico”. Recuperado de:

<http://www.golpevisual.com/blog/grandes-maestros-del-diseno-grafico.html>

Ambrose G. y Harris P. (2009). Fundamentos del diseño gráfico.

Barcelona, España: Parramón Ediciones S.A.

Anónimo (2018). “Definición de dibujo”. Recuperado de:

<https://www.definicionabc.com/general/dibujante.php>

Anónimo (2018). “Preguntas de opción múltiple”. Recuperado de:

http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/184/cd/M5_Tareas_Cuestionarios/preguntas__de_opcin_mltiple.html

Anónimo. (2018). “Psicología del color”. Recuperado de:

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

Anónimo (2017). “Teoría de la Gestalt”. Recuperado de:

<http://solopsicologia.com/la-teoria-de-la-gestalt/>

Avalon (2018). “Grandes pensadores de la comunicación”. Recuperado de:

http://avalon.utadeo.edu.co/dependencias/publicaciones/tadeo_68/68191.pdf

B

Beuchot M. (2013). La semiología: Teorías del signo y el lenguaje de la historia.

Distrito Federal, México: Fondodeculturaeconomica.

Bembibre C. (2015). “Importancia de la semiología”. Recuperado de:

<https://www.importancia.org/semiologia.php>

Borbolla M. (2015). “Apuntes de semiótica y/o semiología”. Recuperado de:

<https://manuelhborbolla.wordpress.com/tag/semiotica-de-la-imagen/>

C

Ciberaula (2017). “La tipografía en el Diseño Gráfico”. Recuperado de:

http://diseno.ciberaula.com/articulo/tipografia_diseno_grafico/

Concepto definición. de (2018) “Diseño”. Recuperado de:

<http://conceptodefinicion.de/disen/>

Cosacov E. (2010). Introducción a la psicología. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.

D

Danesse F. (2018) “¿Qué es Digital?”. Recuperado de:

<https://sites.google.com/site/flaviodanesse/1o-ano-ciclo-basico/-que-es-digital>

Definicion.mx (2018). “Distribuidor”. Recuperado de:

<https://definicion.mx/distribuidor/>

Definición.mx (2018). “Manual”. Recuperado de: <https://definicion.mx/manual/>

Definiciones-de (2018). “Empleado”. Recuperado de:

<http://www.definiciones-de.com/Definicion/de/empleado.php>

E

Educalingo (2018). “Envasado”. Recuperado de: <https://educalingo.com/es/dic-es/envasador>

Enciclopedia de Conceptos (2018). "Empresa". Recuperado de:

<http://concepto.de/empresa/>

F

FotoNostra (2018). “Las líneas en fotografía”. Recuperado de:

<http://www.fotonostra.com/fotografia/laslineas.htm>

G

García M. (2018). “Definición de dibujo a mano alzada”. Recuperado de:

<https://diosdice.com/dibujo-a-mano-alzada/>

Giddens A. (2002). Sociología. Madrid, España: Alianza Editorial, S.A.

González L. (2009). Fundamentos de Diagramación. Lima, Perú:

Fondo Editorial de la UNMSM

J

J. Porto, M. Merino. Publicado: 2009. Actualizado: 2012. “Fabrica”. Recuperado de:

<https://definicion.de/fabrica/>

K

Kottak C. P. (2011). Antropología Cultural. Distrito Federal, México: McGraw Hill.

L

López L. (2014). “Psicología de la imagen pública”. Recuperado de:

<https://prezi.com/mbltj46vinq/psicologia-de-la-imagen-publica/>

M

Maristany J. (2010). Administración de Recursos Humanos.

Naucalpan de Juárez, México: Pearson.

Matsumura Y. (2018). Flos de loto (técnica MY). Recuperado de:

<https://www.neuronilla.com/la-flor-loto-tecnica-my/>

Méndez G.M. (2014). Dibujo Técnico. Oviedo, España: Ediuno.

Mejía A. (2009). Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional.

Balderas, México: Editorial Limusa, S.A.

Metro.inter (2018). “Comunicación corporativa”. Recuperado de:

http://www.metro.inter.edu/secuencial/BA_COMUNICACION_CORPORATIVA.pdf

N

Nieves M. (2017). “¿Qué es el Diseño Geométrico? Diseño en 60 Segundos”. Recuperado de:

<https://design.tutsplus.com/es/articles/what-is-geometric-design-design-in-60-seconds--cms-28079>

P

Plan de Desarrollo Departamental Escuintla 2011-2025. Recuperado el 5 de agosto de 2016,

de: <http://goo.gl/KDWcKp>

Pascual E. (2015). “Manual de inducción de personal a la organización. Ejemplo Gamesa”.

Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/manual-de-induccion-de-personal-a-la-organizacion-ejemplo-gamesa/>

R

Ramírez J. (2018). “Investigación Cualitativa y Cuantitativa”. Recuperado de:

<https://www.lifeder.com/investigacion-cualitativa-cuantitativa/>

S

Saravia S. (2013). “Manual de inducción”. Recuperado de:

<https://prezi.com/3sem0lkv13j1/manual-de-induccion/>

T

Tabla multivex (2013). Recuperado el 18 de mayo de 2018, de:

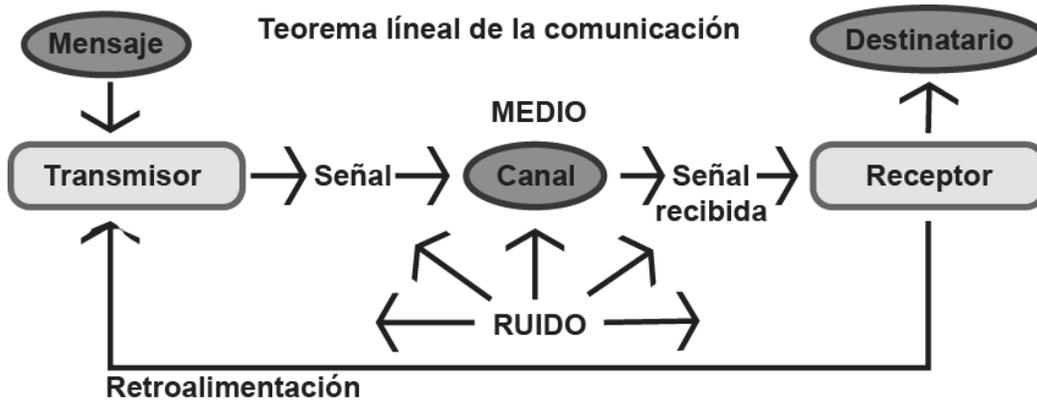
https://issuu.com/facom/docs/ma_fernanda_porres_escriba/278

Capítulo XIV: Anexos

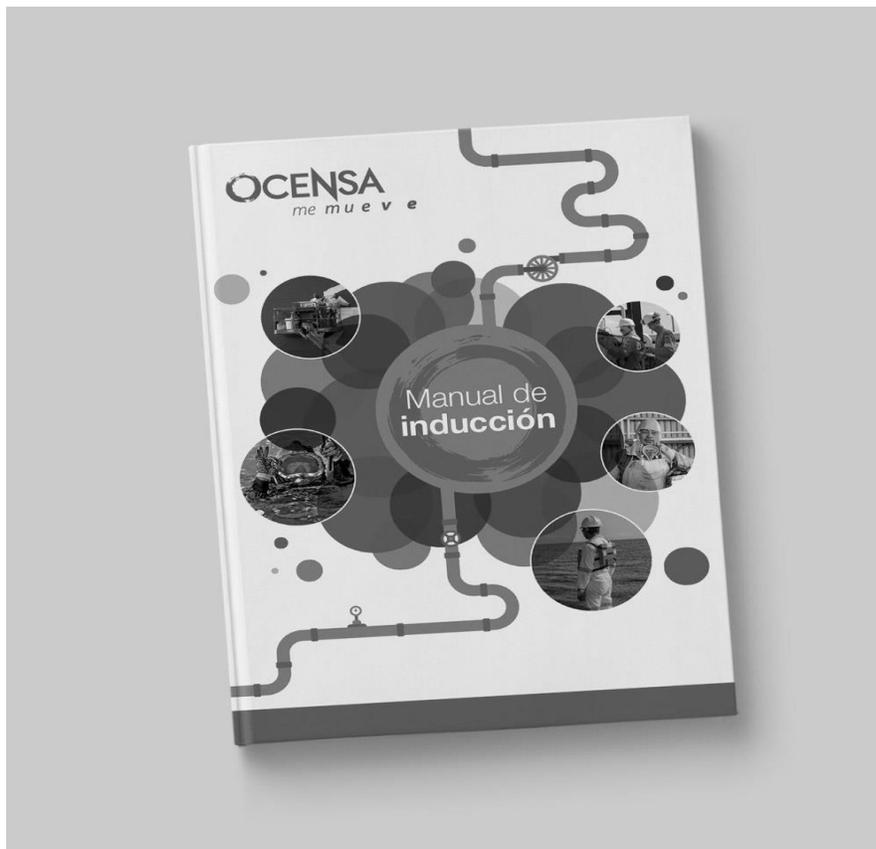
Capítulo XIV: Anexos

Anexos 1

Anexo 1.1 Ejemplo visual del concepto de 6.2.1.2 Teorema lineal de la comunicación.



Anexo 1.2 Ejemplo visual del concepto de 6.2.2.6 Manual de inducción.



Anexo 1.3 Ejemplo visual del concepto de 6.2.2.6.1 Elementos del manual de inducción.

Introducción

Este manual de inducción es un ejemplo de la empresa Gamesa S.A de C.V con el fin de ayudar a los lectores para facilitar el entendimiento específico en cada parte que conlleva un manual de inducción de una empresa...

Bienvenida

Bienvenido al equipo de Gamesa S.A DE C.V.

La vida o quizá el destino te ha traído hacia nosotros, eres muy afortunado, pues en él encontrarás un gran ambiente y un buen equipo de trabajo, claro que eso depende en gran medida de ti y de tu disposición de cooperar en Gamesa requiere.

Esta nota es una manera de decirte que estamos felices de que te hayas unido a nosotros. Durante las próximas semanas aprenderás las técnicas de nuestro negocio, podrás apreciar que Gamesa todos los programas y las oportunidades de

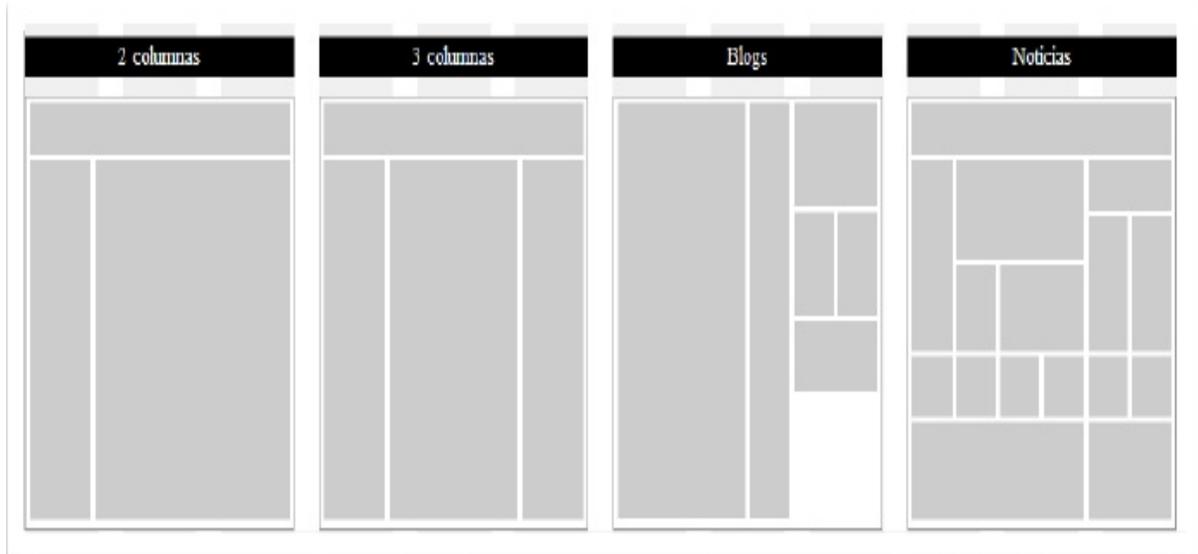
Antecedentes de la empresa

GRUPO GAMESA S DE RL DE CV tiene sus orígenes hace más de 80 años, cuando un par de jóvenes empresarios en el año de 1921 se dieron a la tarea de formar una compañía que fuera capaz de transmitir verdaderos momentos de sabor, y vieron en las galletas la forma ideal de lograr su propósito, sus fundadores fueron los hermanos santos, regiomontanos emprendedores, empezaron una pequeña fábrica dotada de 2 hornos de carbón, los cuales generaban un calor tan impresionante, que las personas que los alimentaban con el combustible sólido trabajaban en periodos de 25 minutos y descansaban otro tanto. Al inicio se llamo "fábrica de galletas LISA", para posteriormente, y en una fusión con otra pequeña empresa cambio a "GALLETERA MEXICANA SA DE CV".

Descripción de la empresa

"Gamesa S de RL de CV" es una empresa dedicada a la elaboración y distribución de galletas, cuenta con 9 plantas, 107 centros de distribución y la matriz se encuentra en Monterrey, N. L. en la Ciudad de México cuenta con un corporativo en Bosques de las Lomas llamado "HABITAT", pues en él se integraron todas las empresas del grupo Pepsico que tienen presencia en el país, como son: "Sabritas, Sonricks, Pepsicola Mexicana, Gatorade, Quaker y Gamesa, y en Monterrey se encuentra el corporativo de "Los Soles", desde estos dos puntos se toman las decisiones y el rumbo de la empresa, y es aquí donde reportan todos los departamentos, incluyendo a los de "Recursos Humanos".

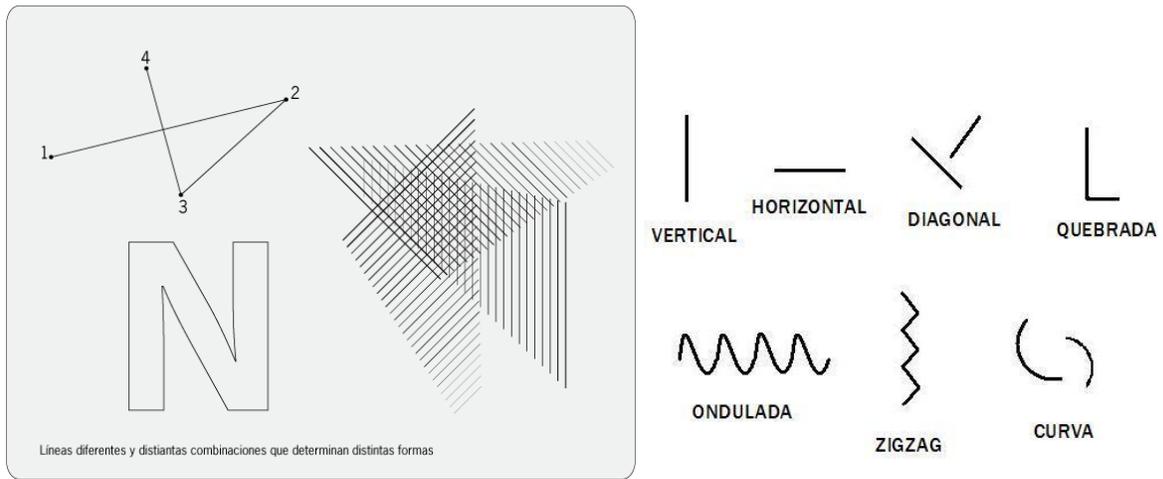
Anexo 1.4 Ejemplo visual del concepto de 6.3.4.1 Diagramación.



Anexo 1.5 Ejemplo visual del concepto de 6.3.4.4 Ilustración a mano alzada.



Anexo 1.6 Ejemplos visuales del concepto 6.3.4.3 Diseño de línea.



Anexo 1.7 Ejemplos visuales del concepto 6.3.4.5 Geométrica.



Anexos 2

Anexo 2.1 Comprobación fotográfica de expertos y el cliente

Anexo 2.1.1 Expertos.

COPIA
ASISTENTE



Facultad de Ciencias de la Comunicación
(Facom). Licenciatura en Comunicación y
Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad:
Nombre:
Profesión:
Puesto:
Años de experiencia:
Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.
Escuintla, Guatemala. 2,019.



COPIA
ASISTENTE



Facultad de Ciencias de la Comunicación
(Facom). Licenciatura en Comunicación y
Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad:
Nombre:
Profesión:
Puesto:
Años de experiencia: - Producción Televisiva.
Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.
Escuintla, Guatemala. 2,019.



Coordinadora
asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
(Facom). Licenciatura en Comunicación y
Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad:
Nombre:
Profesión:
Puesto:
Años de experiencia:
Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.

Escuintla, Guatemala. 2,019.



Coordinadora
asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
(Facom). Licenciatura en Comunicación y
Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad:
Nombre:
Profesión:
Puesto:
Años de experiencia:
Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.

Escuintla, Guatemala. 2,019.



Carla Durán
asesora



Facultad de Ciencias de la Comunicación
(Facom). Licenciatura en Comunicación y
Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia:

Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.
Escuintla, Guatemala. 2,019.



Carla Durán
asesora



Facultad de Ciencias de la Comunicación
(Facom). Licenciatura en Comunicación y
Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad:

Nombre:

Profesión:

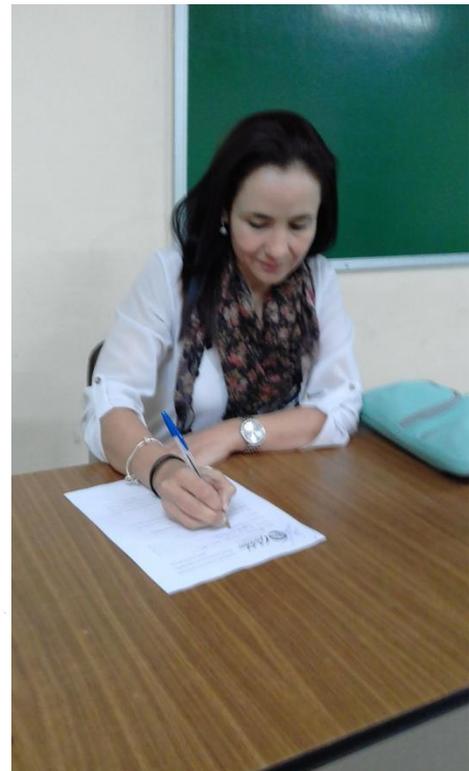
Puesto:

Años de experiencia:

Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.
Escuintla, Guatemala. 2,019.



Anexo 2.1.2 Cliente y administración de RRHH.


 Facultad de Ciencias de la Comunicación
 (Facom). Licenciatura en Comunicación y
 Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad: 46 años

Nombre: Juc Rosales de Morán

Profesión: Licenciada en Admon. de Empresas

Puesto: Coordinador Recursos Humanos.

Años de experiencia: 26

Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto
 Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.
 Escuintla, Guatemala. 2,019.




 Facultad de Ciencias de la Comunicación
 (Facom). Licenciatura en Comunicación y
 Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad: 23

Nombre: María Fernanda Cula Pineda

Profesión: Bachiller en Computación

Puesto: Analista PRL

Años de experiencia: 5 años

Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto
 Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.
 Escuintla, Guatemala. 2,019.




 Facultad de Ciencias de la Comunicación
 (Facom). Licenciatura en Comunicación y
 Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad:

Nombre:

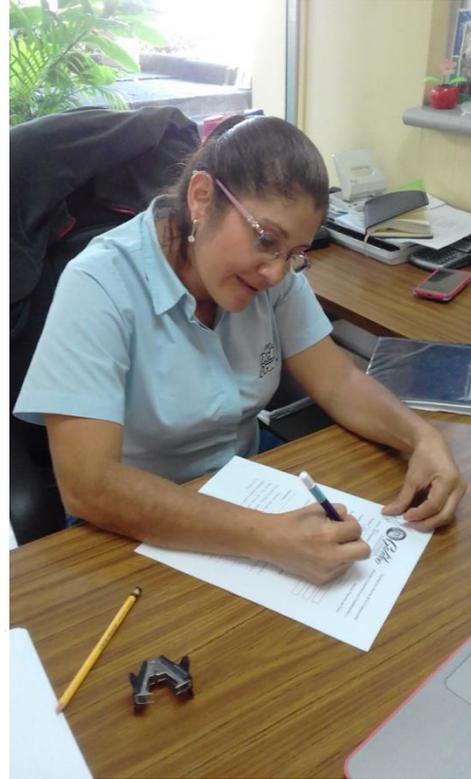
Profesión:

Puesto:

Años de experiencia:

Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto
 Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A. Escuintla, Guatemala. 2,019.




 Facultad de Ciencias de la Comunicación
 (Facom). Licenciatura en Comunicación y
 Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad:

Nombre:

Profesión:

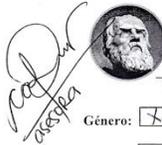
Puesto:

Años de experiencia:

Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto
 Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A. Escuintla, Guatemala. 2,019.





Facultad de Ciencias de la Comunicación
(Facom). Licenciatura en Comunicación y
Diseño. Proyecto de Tesis.

Género: Femenino. Masculino. Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

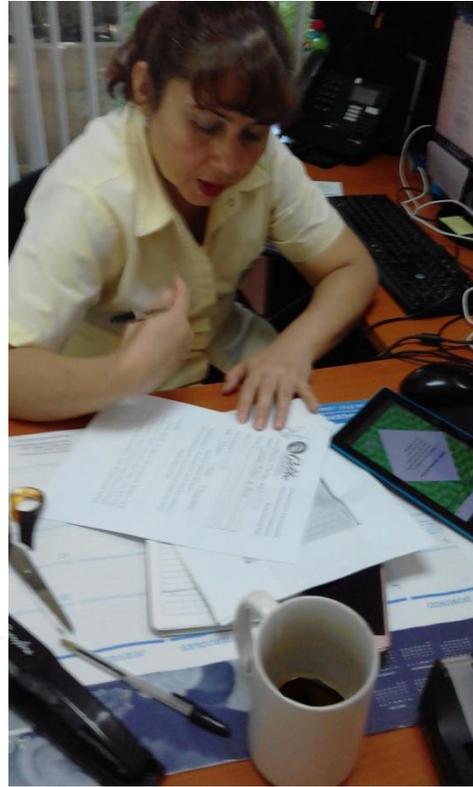
Años de experiencia:

Perfil: Experto. Cliente. Grupo Objetivo.

Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de un manual de inducción digital para informar acerca de los lineamientos y políticas a los empleados de primer ingreso, de la empresa Alimentos Maravilla, S.A.

Escuintla, Guatemala. 2,019.



Anexos 2.2 Tabla NSE

Tabla de Multivex

Niveles Socioeconómicos 2009

CARACTERÍSTICAS	Nivel A	Nivel B	Nivel C+	Nivel C	Nivel C-	Nivel D	Nivel E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura Maestría Doctorado	Superior Licenciatura	Superior Licenciatura	Superior Licenciatura	Media Completa	Primaria Completa	Primaria Incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director, Profesional Exitoso	Empresario, Ejecutivo de alto nivel, Profesional Comerciante	Ejecutivo medio, Comerciante vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q 70 mil	Piso Q 45 mil	Piso Q20 mil	Piso Q12 mil	Piso Q 8 mil	Piso Q 4 mil	Piso Q 1.4mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad 5-6 recámaras, 4 a 6 baños 3-4 salas, pantry, alacena, estudios, area de servicio separada garaje 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, garaje para 2-4 vehículos	Casa/departamento rentada o financiada, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio garaje para 2 vehículos	Casa/departamento rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garaje para 2 vehículos	Casa/departamento rentado o financiado 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento rentada o financiada 1-2 recámaras 1 baño, sala	Casa/cuarto rentando, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
OTRA PROPIEDAD	Finca, casa de descanso en lagos, mar, Antigua	Sitios/terrenos condominios 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	Por día	Por día eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U	Hijos menores en colegios privados caros, mayores U	Hijos menores colegios privados, mayores U	Hijos menores colegios privados mayores en U	Hijos menores en escuelas, mayores U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela

	del extranjero	local, postgrado extranjero	privadas y postgrado extranjero con beca	estatal			
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto helicóptero -avión	Autos de 2-3años asegurado 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, Direc TV, cable, internet 2 o más equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, máquinas de lavar, secar, platos, ropa, computadoras/miembro internet, portón eléctrico todos los electrodomésticos	2Tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet, cable, 2 equipos de Audio, 3 TV, 1 plana o de Plasma, máquinas de lavar, secar platos, ropa computadora, internet portón eléctrico y todos los electrodomésticos	1 Tel, mínimo, 1-2 cel., cable, internet, equipo de Audio, 2 TV, máquina de lavar ropa, secadora, computadora familiar, electrodomésticos básicos	1Tel. mínimo, 1-2 cel., cable, radio, 2 TV electrodomésticos básicos	1Tel. 1 cel., cable, radio, TV electrodomésticos básicos	1 cel., cable, radio, TV electrodomésticos básicos	1 cel. Radio, TV, estufa
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales	Cines, CC, parques temáticos locales	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 Cuentas monetarias y ahorro plazo fijo, seguro y Tc cuenta en US\$	2-3 Cuentas monetarias ahorro plazo fijo, seguro y TC cuenta en US\$	1-2Cuentas monetarias ahorro plazo fijo, Tc seguro	1 Cta. Q monetaria y de ahorro 1 Tc local	1 Cta. Q ahorro, TC local	1 Cta. Q de ahorro	

Proporcionada por la Facultad de Ciencias de la Comunicación. FACOM Universidad Galileo. 2012