

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

**DISEÑO DE INSTRUCTIVO DIGITAL INTERACTIVO PARA ENSEÑAR TEMAS
EMPRESARIALES A LOS MIEMBROS DEL MOVIMIENTO "SUMANDO
TALENTOS". IGLESIA VIDA REAL TV. GUATEMALA, GUATEMALA. 2016**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

ELABORADO POR:

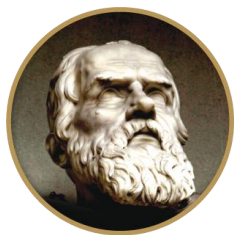
Josselyn Gabriela López Chicas

11004102

Para optar al título de:

LICECIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2016



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

**DISEÑO DE INSTRUCTIVO DIGITAL INTERACTIVO PARA ENSEÑAR TEMAS
EMPRESARIALES A LOS MIEMBROS DEL MOVIMIENTO "SUMANDO
TALENTOS". IGLESIA VIDA REAL TV. GUATEMALA, GUATEMALA. 2016**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

ELABORADO POR:

Josselyn Gabriela López Chicas

11004102

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2016


Guatemala 30 de abril de 2015

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 INSTRUCTIVO DIGITAL INTERACTIVO PARA ENSEÑAR TEMAS EMPRESARIALES A LOS MIEMBROS DEL MOVIMIENTO “SUMANDO TALENTOS”. IGLESIA VIDA REAL TV. GUATEMALA, GUATEMALA 2016. Así mismo solicito que la Licda. María Eugenia Aguilar sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Josselyn Gabriela López Chicas
11004102



Licda. María Eugenia Aguilar
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 4 de mayo del 2015

Señorita
Josselyn Gabriela López Chicas
Presente

Estimada Señorita López:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE INSTRUCTIVO DIGITAL INTERACTIVO PARA ENSEÑAR TEMAS EMPRESARIALES A LOS MIEMBROS DEL MOVIMIENTO “SUMANDO TALENTOS”. IGLESIA VIDA REAL TV. GUATEMALA, GUATEMALA 2016.** Así mismo, se aprueba a la Licda. María Eugenia Aguilar 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

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 4 de diciembre del 2015

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 INSTRUCTIVO DIGITAL INTERACTIVO PARA ENSEÑAR TEMAS EMPRESARIALES A LOS MIEMBROS DEL MOVIMIENTO “SUMANDO TALENTOS”. IGLESIA VIDA REAL TV. GUATEMALA, GUATEMALA 2016.** Presentada por la estudiante *Josselyn Gabriela López Chicas* con número de carné 11004102, 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. María Eugenia Aguilar
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 31 de mayo del 2016

Señorita
Josselyn Gabriela López Chicas
Presente

Estimada señorita López:

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, 26 de julio de 2016.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano.

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE INSTRUCTIVO DIGITAL INTERACTIVO PARA ENSEÑAR TEMAS EMPRESARIALES A LOS MIEMBROS DEL MOVIMIENTO "SUMANDO TALENTOS". IGLESIA VIDA REAL TV. GUATEMALA, GUATEMALA 2016***, de la estudiante Josselyn Gabriela López Chicas, 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, 26 de julio del 2016

Señorita
Josselyn Gabriela López Chicas
Presente

Estimada señorita López:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE INSTRUCTIVO DIGITAL INTERACTIVO PARA ENSEÑAR TEMAS EMPRESARIALES A LOS MIEMBROS DEL MOVIMIENTO "SUMANDO TALENTOS". IGLESIA VIDA REAL TV. GUATEMALA, GUATEMALA 2016**, presentada por la estudiante **Josselyn Gabriela López Chicas**, 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

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.s.C.

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios y a mis padres, por darme su apoyo.

Resumen

En la iglesia Vida Real tv, el movimiento “Sumando Talentos” no cuenta con materiales de comunicación visual que pueda proporcionar todo el contenido que se utiliza para motivar a empresarios cristianos del Grupo Hombres de Negocios.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un instructivo digital interactivo para dar a conocer temas administrativos que enseña el movimiento Sumando Talentos. Iglesia Vida Real tv.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción de los clientes del grupo objetivo, conformado por 27 hombres y mujeres entre 20 a 40 años, participantes del grupo cristiano Hombres de Negocios, y 4 expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue diseñar un instructivo digital interactivo para dar a conocer temas administrativos que enseña el movimiento Sumando Talentos, Iglesia Vida Real tv. Se recomendó hacer una presentación del instructivo digital interactivo en el movimiento Sumando Talentos para la transmisión del contenido y continuar la motivación a los miembros.

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

Índice

Capítulo I:

| | |
|-----------------------|---|
| 1.1 Introducción..... | 1 |
|-----------------------|---|

Capítulo II: Problemática

| | |
|--|---|
| 2.1 Contexto..... | 2 |
| 2.2 Requerimiento de comunicación y diseño | 3 |
| 2.3 Justificación | 3 |
| 2.3.1 Magnitud | 3 |
| 2.3.2 Vulnerabilidad | 4 |
| 2.3.3 Trascendencia | 4 |
| 2.3.4 Factibilidad | 4 |
| 2.3.4.1 Recursos Humanos | 5 |
| 2.3.4.2 Recursos Organizacionales | 5 |
| 2.3.4.3 Recursos Económicos | 5 |
| 2.3.4.4 Recursos Tecnológicos | 5 |

Capítulo III: Objetivos de diseño:

| | |
|----------------------------------|---|
| 3.1. Objetivo general | 6 |
| 3.2. Objetivos específicos | 6 |

Capítulo IV: Marco de referencia.

| | |
|---|---|
| 4.1 Información general del cliente | 7 |
|---|---|

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

| | |
|-------------------------------|----|
| 5.1 Perfil geográfico | 18 |
| 5.2 Perfil demográfico | 19 |
| 5.3 Perfil psicográfico | 20 |
| 5.4 Perfil conductual | 20 |

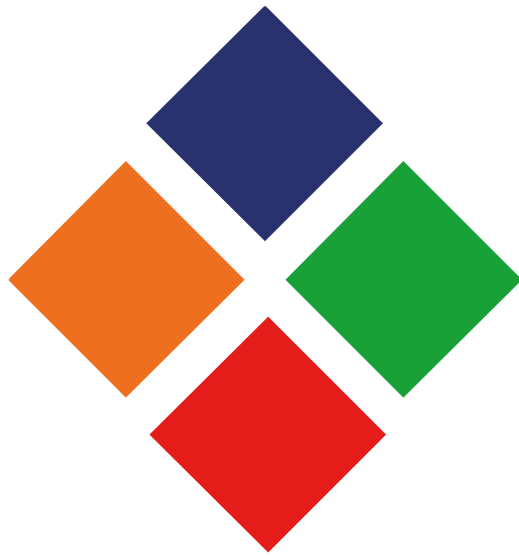
Capítulo VI: Marco teórico.

| | |
|--|----|
| 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio | 21 |
| 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño | 22 |
| 6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias | 27 |

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

| | |
|---|----|
| 7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico | 34 |
| 7.2 Conceptualización | 38 |

| | |
|--|------------|
| 7.2.1 Método | 38 |
| 7.2.2 Definición del concepto | 41 |
| 7.3 Bocetaje | 42 |
| 7.4 Propuesta preliminar | 67 |
| Capítulo VIII: Validación técnica. | |
| 8.1 Población y muestreo | 77 |
| 8.2 Método e instrumentos | 78 |
| 8.3 Resultados e interpretación de resultados | 79 |
| 8.4 Cambios en base a los resultados | 97 |
| Capítulo IX: Propuesta gráfica final | 101 |
| Capítulo X: Producción, reproducción y distribución | |
| 10.1 Plan de costos de elaboración | 162 |
| 10.2 Plan de costos de producción | 162 |
| 10.3 Plan de costos de reproducción | 162 |
| 10.4 Plan de costos de distribución | 162 |
| 10.5 Cuadro resumen | 163 |
| Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones. | |
| 11.1 Conclusiones | 164 |
| 11.2 Recomendaciones | 164 |
| Capítulo XII: Conocimiento general | 166 |
| Capítulo XIII: Referencias | |
| 13.1 Referencias de documentos físicos | 167 |
| 13.2 Referencias de documentos electrónicos | 168 |
| Capítulo XIV: Anexos | 169 |



Capítulo I

Introducción

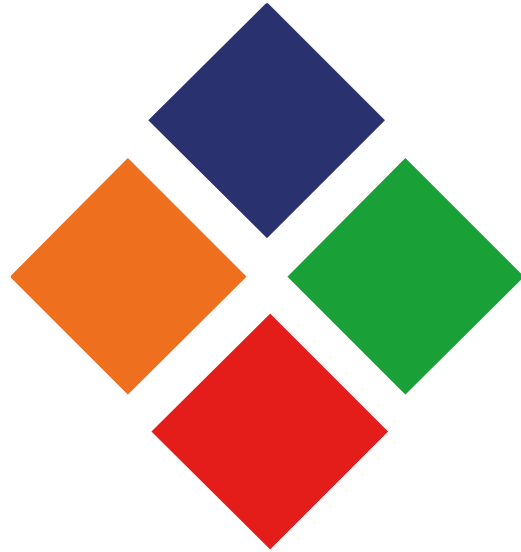
Introducción

La Iglesia Vida Real tv es una entidad que desea influir en las personas, al formar una comunidad para crecer juntos, pero ante todo honrar a Dios con las acciones. Está conformada por 60 ministerios, entre ellos, “Sumando Talentos”. Surge en el año 2013 por el llamado de Dios a la vida de la Licda. Ana Saenz de Tejada, en el que le hace ver la necesidad de apoyar a personas que necesitan orientación y guía para conseguir un trabajo. Con el apoyo incondicional de la iglesia Vida Real tv logra iniciar el Ministerio y transformarlo en un movimiento.

Por lo que se elabora el tema: DISEÑO DE INSTRUCTIVO DIGITAL INTERACTIVO PARA ENSEÑAR TEMAS EMPRESARIALES A LOS MIEMBROS DEL MOVIMIENTO "SUMANDO TALENTOS". IGLESIA VIDA REAL TV.

Gracias a la investigación del marco teórico, proceso creativo, digitalización hasta tener la propuesta preliminar. Se realizó una entrevista en donde se aplicó una encuesta con parte objetiva, semiológica y operativa al cliente, grupo objetivo y expertos. Se obtuvieron respuestas dicotómicas y en escala de Likert. Con el resultado se realizó cambios que proporcionaron la propuesta gráfico final.

Se concluyó en diseñar un instructivo digital interactivo para dar a conocer temas administrativo que enseña el movimiento Sumando Talentos. Iglesia Vida Real tv. Se logró diagramar los elementos gráficos para establecer el orden jerárquico y que dicho grupo objetivo lo comprenda y se creó una línea gráfica para identificar dicho instructivo con la Iglesia Vida Real tv.



Capítulo II

Problemática

La Iglesia Vida Real tv, el movimiento “Sumando Talentos” no cuenta con materiales de comunicación visual que puedan proporcionar todo el contenido que se utiliza para motivar a empresarios cristianos del Grupo Hombres de Negocios.

Por lo que se concluyó que la solución al problema será diseñar un instructivo digital interactivo para dar a conocer temas administrativos que enseña el movimiento "Sumando Talentos" al grupo cristiano Hombres de Negocios, que buscan orientación y guía para la vida empresarial.

2.1 Contexto

Sucedió una situación especial en el año 2013, el llamado de Dios en la vida de la Licda. Ana Saenz de Tejeda para auxiliar a personas que necesitan orientación y guía para conseguir trabajo, se convierte en la misión que debe cumplir y con el respaldo de dicha Iglesia, se fundó el movimiento “Sumando Talentos”. “Sumando” es cada una de las cantidades parciales que han de acumularse o añadirse unas a otras para formar la suma o cantidad total que se busca.

En una reunión con la Licda. Ana Saenz, se llegó a la conclusión de que en dicha Iglesia se requiere diseñar un instructivo digital interactivo para enseñar temas administrativos en el movimiento “Sumando Talentos”, a los hombres y mujeres que participan.

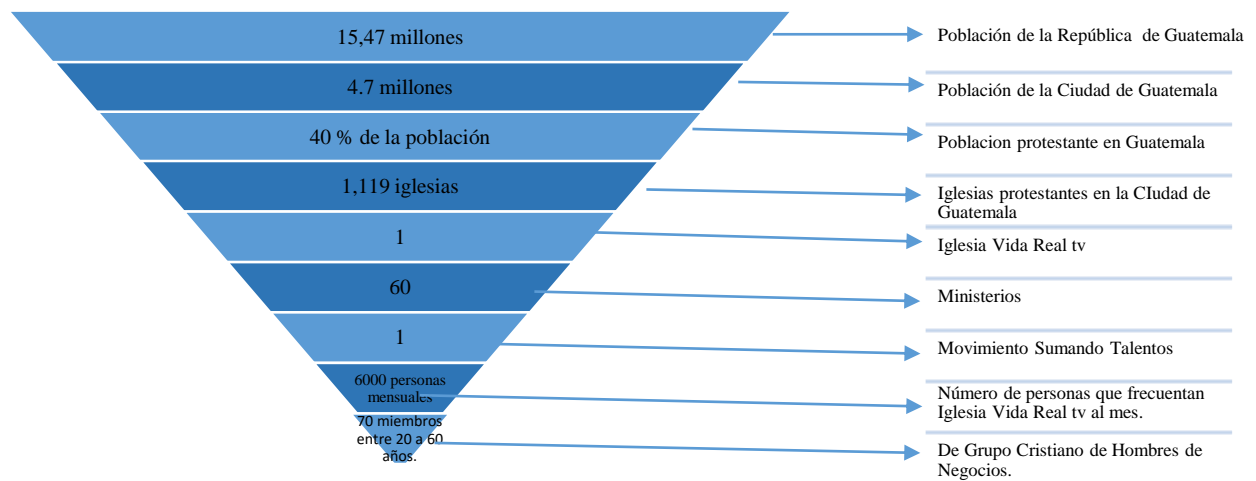
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño:

La Iglesia Vida Real tv carece de un instructivo digital interactivo para dar a conocer temas empresariales a los miembros del movimiento “Sumando Talentos”. Iglesia Vida Real tv.

Para la realización de dicho instructivo se utilizará la fotografía profesional como apoyo.

2.3 Justificación

2.3.1 Magnitud



Magnitud

La pirámide invertida está dividida en nueve secciones. La primera representa la cantidad de habitantes de Guatemala, según el Instituto Nacional de Estadística (INE- 1,457 millones de habitantes es la Población de la República de Guatemala; 4.7 millones de habitantes en el municipio de Guatemala; 40% de la población pertenece a la religión protestante; 1,119 de iglesias en la ciudad de Guatemala; 1 Iglesia Vida Real tv; 60 ministerios; 1 Movimiento Sumando Talentos; 6000 personas que asisten mensualmente a Vida Real tv; 70 miembros entre 20 a 40 años de Grupo Cristiano de Hombres de negocio).

2.3.2 Vulnerabilidad

No contar con un instructivo digital interactivo, no permite que los participantes se instruyan de temas administrativos que enseña el movimiento “Sumando Talentos” y esto afecta a la Iglesia Vida Real tv, ya que los participantes desconocen y pierden interés en dichos temas que se enseñan actualmente y a futuro.

2.3.3 Trascendencia

Al contar con un instructivo digital interactivo, la Iglesia Vida Real tv obtiene los siguientes beneficios:

Se podrá:

- ✓ Proporcionar durante las proyecciones del movimiento.
- ✓ Subir a la sitio web y a Issuu como un documento de Iglesia Vida Real tv.
- ✓ Ver en celulares, ipads, ipods, computadoras, laptops, entre otros.
- ✓ Compartir en Facebook.

2.3.4 Factibilidad

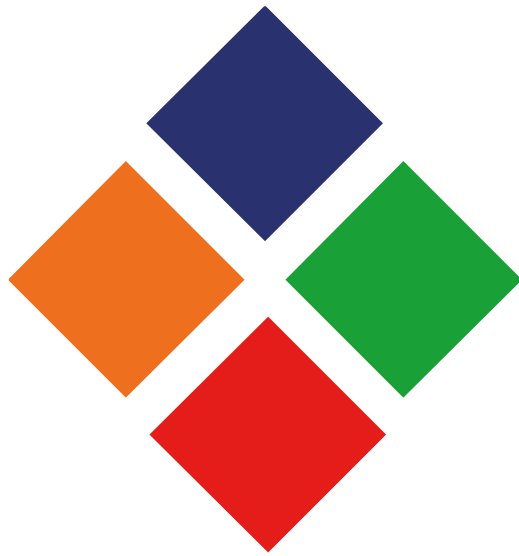
Este proyecto es factible, ya que cuenta con los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recurso Humano: La Iglesia Vida Real tv cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad y el conocimiento que hacen posible el desarrollo de las funciones que desempeña en cada actividad que realiza.

2.3.4.2 Recurso Organizacional: Las autoridades de la Iglesia Vida Real tv dedicadas al movimiento, están autorizados para proporcionar la información que se requiere para llevar a cabo el proyecto.

2.3.4.3 Recurso Económico: La Iglesia Vida Real tv cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recurso Tecnológico: La Iglesia Vida Real tv posee el equipo y las herramientas necesarias para producir y distribuir el resultado de este proyecto.



Capítulo III

Objetivos de diseño

3.1 Objetivos de diseño

Diseño de instructivo digital interactivo para enseñar temas empresariales a los miembros del movimiento Sumando Talentos. Iglesia Vida Real tv.

3.2 Objetivos Específicos

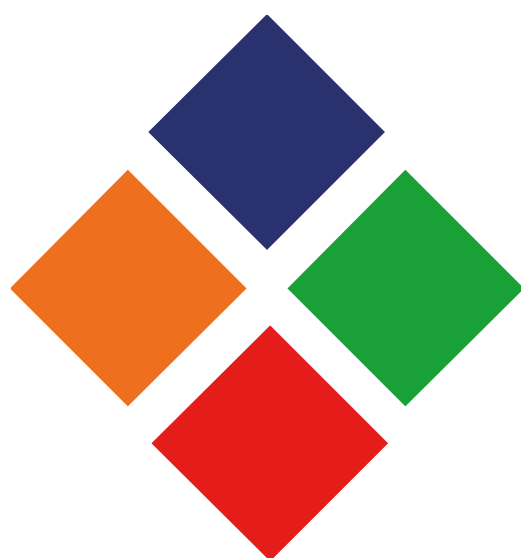
3.2.1 Investigar acerca de nuevas tendencias en instructivos para aplicar los conocimientos al material editorial que se realizará.

3.2.2 Recopilar toda la información de la Iglesia Vida Real tv, para obtener datos necesarios para iniciar el proyecto.

3.2.3 Diagramar los elementos gráficos del instructivo digital interactivo, para establecer el orden jerárquico y que el grupo objetivo lo comprenda.

3.2.4 Fotografiar las actividades, personal, instalaciones para incluir estas imágenes en el instructivo digital interactivo.

3.2.5 Unificar la línea gráfica para identificar el instructivo digital interactivo con la Iglesia Vida Real tv.



Capítulo IV

Marco de referencia

4.1 Información general del cliente:

Datos del estudiante

Nombre del estudiante: Josselyn Gabriela López Chicas

No. de Carné: 11004102

Celular: 57148808

Email: glopezchicas@gmail.com

Proyecto: Diseño de instructivo digital interactivo para dar a conocer temas administrativos que enseña del movimiento “sumando talentos”. Iglesia Vida Real tv. Guatemala,

Guatemala 2016

Datos de la Empresa

Nombre de la empresa: Iglesia Vida Real

Dirección: 19 ave. Final 16-02 Zona 10

Email: info@vidareal.tv

Teléfono: 22011000

Contacto: Ana Saenz

Celular: 56305488

4.3 Antecedentes: La Iglesia Vida Real tv es una entidad que desea influir en las personas, al formar una comunidad para crecer juntos, pero ante todo honrar a Dios con las acciones. Está conformada por 60 ministerios, entre ellos, “Sumando Talentos”, representado por cada miembro de los integrantes del movimiento, en base a la palabra Sumando, que es cada una de las cantidades que se agrega para obtener un total. Se traduce, en que dichos miembros activos se sumarán para ser personas emprendedoras.

¿Quiénes somos?

Permítanos presentarnos. Vida Real. Tv es una iglesia para los que han renunciado a las reuniones tradicionales, un lugar donde los sermones son positivos, prácticos y tienen una relación con la vida diaria. Los miembros son amigables con las visitas y usted puede estar seguro de la calidad del cuidado de sus niños. Somos un grupo de personas felices y amigables que hemos descubierto el gozo de practicar la vida cristiana. Es nuestro deseo que usted pueda experimentar la presencia de Dios y que esta sea una experiencia transformadora en su vida. Como pastores a cargo de esta iglesia le damos la más cordial bienvenida a nuestro sitio Web y lo invitamos a que se informe de quienes somos y nos visite en nuestra Iglesia en su primera oportunidad. Nuestro interés es ayudarle a tener la mejor relación con Cristo. Atentamente y a su servicio, Rony & Ninoschka de Madrid Pastores "Vida Real.Tv".

Lo que Creemos

En las creencias esenciales – Tenemos unidad

“Hay un solo cuerpo y un solo Espíritu...un solo Señor, una sola fe, un solo bautismo; un solo Dios y Padre de Todos.” Efesios 4:4-6 (NVI).

En creencias no esenciales – Tenemos Libertad

Recibid al débil en la fe, pero no para contender sobre opiniones... ¿Tú quién eres que juzgas al criado ajeno? para su propio Señor está en pie, o cae... de manera que cada uno de nosotros dará cuenta a Dios de sí... ¿Tienes Fe? Tenla para contigo delante de Dios. Romanos 14:1, 4, 12, 22.

En nuestras creencias – Mostramos caridad

“Si tengo el don de profecía y entiendo los ministerios y todo el conocimiento, y tengo una fe que logra trasladar montañas, pero no tengo amor, no soy nada.” 1 Corintios 13:2 (NVI).

Creencias esenciales:

Acerca de Dios - Dios es el creador y regidor de Universo, ha existido eternamente en tres personas: El Padre, el Hijo y el Espíritu Santo. Estos tres son iguales y un solo Dios. Génesis 1:1, 26, 27; Génesis 3:22; Salmos 90:2; Mateo 28:19; 1 Pedro 1:2; 2 Corintios 13:14.

Visión

“Ser una iglesia en múltiples puntos que provea un hogar espiritual seguro para el desarrollo integral de cada ser humano.”

Propósito

Declaración de Propósito influir a las personas para ayudarlas a **DESCUBRIR** una vida con propósito, relacionándolos con otros para crecer juntos y honrar a Dios con sus vidas. 5 Propósitos Adoración: Compañerismo, Discipulado, Ministerio e Influencia.

4.1.5 Valores

Dios nos ha hablado a través de la Biblia y la reconocemos como la autoridad definitiva de nuestras vidas. ¿Concuerdan sus prioridades con la Escritura?

Intimidad con dios auténtica - Adoración Dios de sea tener una relación profunda con cada uno de nosotros. ¿Está creciendo su relación con Dios?

Ambientes relevantes - Adoración Cada ambiente debe ser diseñado con excelencia para una conexión efectiva con cada tipo de audiencia. ¿Son nuestros ambientes agradables, atractivos y saludables?

Evangelismo relacional - Evangelismo El mensaje de Dios del perdón a través de Cristo es mejor transmitido dentro de un contexto relacional. ¿En quién está usted influyendo? comunidad autentica – Compañerismo La Responsabilidad mutua, la pertenencia, fidelidad, la atención y el crecimiento espiritual: ocurren mejor cuando estamos relacionamente conectados con otros creyentes. ¿Está usted en un grupo pequeño?

Servicio estratégico - Ministerio Nuestros dones espirituales tienen mejor impacto cuando los ejercitamos apoyando nuestra estrategia. ¿A quién está usted sirviendo? ¿Está brindando aprecio, amor y servicio a la comunidad? instrucción intencional – Discipulado: Somos responsables de trasladar a otros el conocimiento, las destrezas y las oportunidades que nos han sido confiadas. ¿A quién está usted instruyendo?

Estrategia

Grupos pequeños:

Desarrollar pequeñas comunidades que nos ayuden a experimentar y disfrutar la vida cristiana. Hecho 2:42.

Sensibilidad a los Visitantes:

Debemos considerar a la persona que viene por primera vez limitando nuestra cultura eclesial. 1 Corintios 14.

Creatividad:

Debemos ser altamente creativos al presentar el mensaje Bíblico, reconociendo que son las Buenas noticias de Dios para el Hombre. 1 Corintios 9:19-27.

Descentralización:

Permitir que todos los miembros del cuerpo de Cristo, participen en el qué hacer de la obra. Cada miembro es un ministro. Apocalipsis 1:6.

Significado

Vida Real Significa

Vida Real es Vida de hijo de Rey:

Es entender que Dios nos creó para ser sus hijos, y que debemos vivir como príncipes, hijos del Rey del Universo.

Vida Real es Vida en Abundancia:

No conformarse con existir solamente, es disfrutar plenamente todas las Bendiciones de Dios.

Vida Real es Autenticidad:

Es no necesitar de apariencias, es ser lo que Dios le ha permitido ser. No necesitar máscaras, sino enfrentar la vida confiando en que Dios tienen un perfecto plan para su vida. Es descubrir amigos que nos aceptan tal y como somos.

Vida Real es Vulnerabilidad:

Es reconocer que no somos perfectos, solamente pecadores en proceso de restauración.

Vida Real es Vida Eterna:

Es comprender que la vida no se acaba cuando el corazón deja de latir, sino tener la certeza de que Dios nos ha preparado una vida eterna.

“Sumando” es cada una de las cantidades parciales que han de acumularse o añadirse unas a otras para formar la suma o cantidad total que se busca.

Delimitación Geográfica: Guatemala, Guatemala

Grupo Objetivo: Empresarios, hombres y mujeres cristianos entre 20 y 40 años.

Principal beneficio al grupo objetivo: Instruir a los Hombres Cristianos de Negocios en relación a temas administrativo que enseñan en Iglesia Vida Real tv en el movimiento “Sumando Talentos”.

Competencia: Otras iglesias cristianas evangélicas en Guatemala.

Posicionamiento: Posicionamiento funcional, ya que proporciona beneficios al consumidor.

Factores de diferenciación: Instructivo digital interactivo con excelente diagramación e información.

Objetivo de mercadeo: Proporcionar la información al grupo objetivo para que estén bien instruidos en temas administrativos que enseña el movimiento Sumando Talentos de Iglesia Vida Real tv.

Objetivo de comunicación: Mejorar la transmisión a los miembros de la Iglesia Vida Real tv, para superar crisis espirituales por falta de empleo y enseñar acerca de temas administrativos dentro del movimiento Sumando Talentos de Iglesia Vida Real tv, a través de un instructivo digital interactivo.

Mensajes claves a comunicar: Movimiento, información, formalidad, profesionalismo, actividades, conocimiento.

Estrategia de comunicación: Proveer un apoyo espiritual.

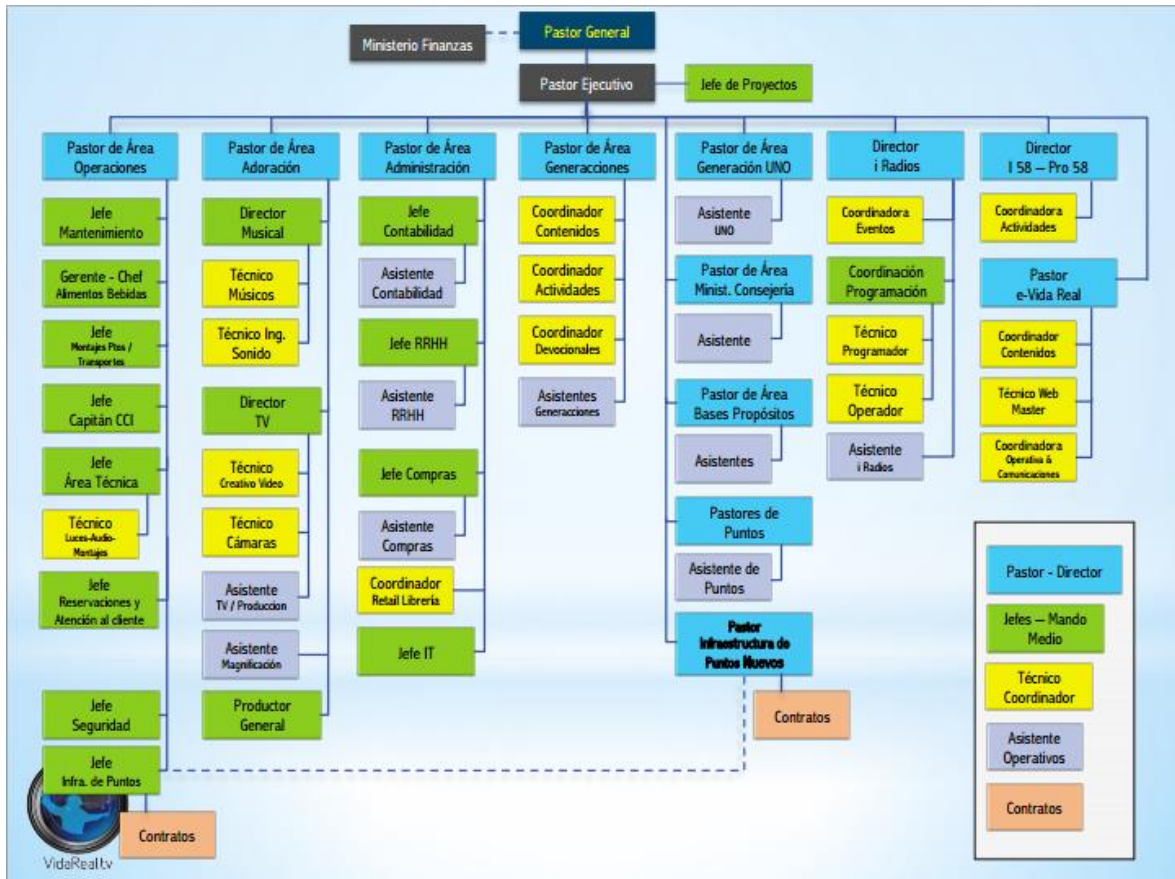
Reto del diseño y trascendencia: Incorporar un instructivo digital interactivo en el movimiento Sumando Talentos de Iglesia Vida Real. De forma innovadora, se otorga un material formativo.

Materiales a realizar: Diseño de un Instructivo digital interactivo y fotografías incluidas en el mismo.

4.4 FODA:

| Fortalezas | Oportunidades |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">-Cuenta con excelentes instalaciones.-Se encuentra al alcance del grupo objetivo.-Cuenta con varios ministerios. | <ul style="list-style-type: none">-Puede ampliar su grupo objetivo.-Puede cambiar su imagen.-Puede obtener más a través de volantes, banners y en la web. |
| Debilidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none">-Necesitan más parqueo.-Necesitan ampliar el lugar.-Necesita más servidores. | <ul style="list-style-type: none">-Otras iglesias la critican.-La influencia de otras iglesias.-No podría subsistir sin el apoyo de las ofrendas. |

4.5 Organigrama de la Iglesia Vida Real:



Datos del logotipo

El Movimiento Sumando Talentos en Iglesia Vida Real cuenta con un isologotipo con tres colores: rojo, gris y azul. Han tenido este logotipo desde que inicio.

Logotipo Vida Real tv



Logotipo de movimiento "Sumando Talentos" de Iglesia a Vida Real Tv



Prueba de colores:

Logotipo Iglesia Vida Real



Valores R=29 G=29 B=27

Valores C= 0% M= 0% Y=0% K=100%



Valores R= 255 G= 255 B= 255

Valores C= 0% M= 0% Y= 0% K= 0%

Logotipo Sumando Talentos



Valores R=227 G=16 B=28

Valores C= 0% M= 99% Y=94% K=0%



Valores R=203 G=198 B=197

Valores C= 23% M= 20% Y=20% K=2%



Valores R=37 G=76 B=124

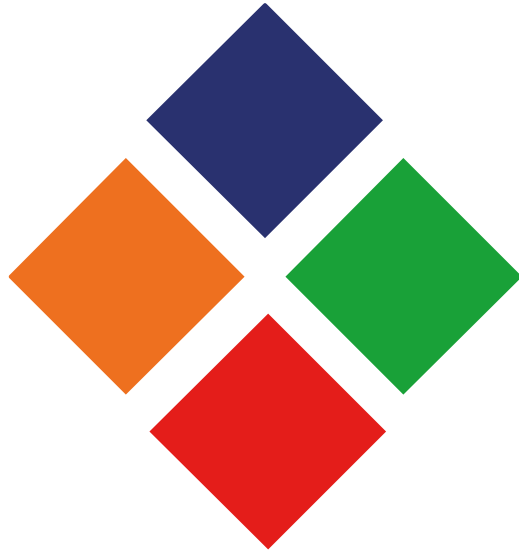
Valores C= 93% M= 70% Y=26% K=11%

Tipografía:

Arial Black

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z



Capítulo V

Definición del grupo objetivo

Hombres y mujeres entre 20 a 40 años, participantes del grupo cristiano Hombres de negocios, en busca de ayuda espiritual y de trabajos donde se puedan desempeñar de la mejor forma.

5.1 Perfil geográfico.

Guatemala es un país multicultural y pluricultural. Su mayor riqueza reside en esta diversidad y una de las principales tareas del guatemalteco y guatemalteca, es aprender a descubrirla y valorarla por medio de la tolerancia y la coexistencia con los 24 grupos étnicos.

La ciudad capital de Guatemala es la más moderna y cosmopolita ciudad de Centroamérica. De paso rápido y vibrante, la Ciudad de Guatemala (o Guate como se conoce localmente) es una mezcla maravillosa de lo viejo y lo nuevo y posee un encanto latino distinto. Hoy en día, cuenta con dos millones de habitantes. Su localización, instalaciones, y el aeropuerto internacional “La Aurora” la convierte en el punto de partida para visitas al resto del país.

Fue fundada en el 1776, después de que un terremoto devastador destruyó la antigua capital española, “La Ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala,” actualmente conocida como La Antigua, Guatemala. Posicionada encima de tres platos tectónicos, la Ciudad de Guatemala se extiende a lo largo de un valle con el volcán Agua predominante en el horizonte.

5.2 Perfil demográfico.

Hombres y mujeres, nivel socioeconómico C+, Ingresos de un promedio de Q. 20,000.00, de 20 a 40 años. Se describirá el estilo de vida de las familias, porque el grupo objetivo busca trabajo por la edad y nivel educativo.

La mayoría de los jefes de familia de estos hogares tiene un nivel educativo de licenciatura y en algunas ocasiones cuentan solamente con educación diversificado.

Destacan jefes de familia con algunas de las siguientes ocupaciones: Empresarios de compañías pequeñas o medianas, gerentes o ejecutivos secundarios en empresas grandes o profesionales independientes.

Las viviendas son casas o departamentos propios que cuentan con 5 habitaciones o más, 1 ó 2 baños completos. Uno de cada cuatro hogares cuenta con servidumbre de planta o de entrada por salida.

Los hijos son educados en primarias y secundarias particulares, y con grandes esfuerzos terminan su educación en universidades privadas caras o de alto reconocimiento.

Casi todos los hogares poseen al menos un automóvil, aunque no tan lujoso como el de los adultos. Usualmente tiene un auto familiar y un compacto. Normalmente, sólo uno de los autos está asegurado contra siniestro.

Tiene todas las comodidades y algunos lujos; al menos dos aparatos telefónicos, equipo modular, compact disc, dos televisores a color, videocasetera, horno de microondas, lavadora, la mitad de ellos cuenta con inscripción a televisión pagada y PC. Uno de cada tres tiene aspiradora.

En este nivel las amas de casa suelen tener gran variedad de aparatos electrodomésticos.

En cuanto a servicios bancarios, las personas de nivel C+ poseen un par de tarjetas de crédito, en su mayoría nacionales, aunque pueden tener una internacional.

Las personas que pertenecen a este segmento asisten a clubes privados, estos son un importante elemento de convivencia social. La televisión es también un pasatiempo y pasan en promedio poco menos de dos horas diarias viéndola. Actualmente no cuentan con trabajo.

5.3 Perfil psicográfico.

Necesitados de trabajo y ayuda espiritual para luchar por obtener una vida con mejor calidad.

Son muy perseverantes y emprendedores. La mayoría manifiestan gran amor por Dios y mucha fe. Algunos tienen una actitud positiva y enérgica.

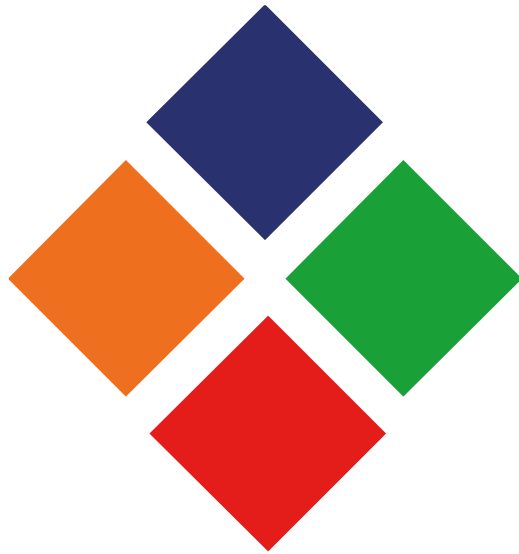
Les atraen los retos y la innovación de proyectos y sienten gozo y respeto hacia Dios.

Acostumbrar asistir a la iglesia y ser parte del movimiento Sumando Talentos para buscar orientación.

5.4 Perfil conductual.

Se sienten motivados a ser parte de la Iglesia Vida Real tv e invitados a ser parte del movimiento Sumando Talentos, que causa impacto en sus vidas.

Se identifican por la ayuda que les brindan ante el desempleo pues sienten la manifestación y el gran amor de Dios y a tener fe.



Capítulo VI

Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Iglesia

En una perspectiva vemos que la iglesia como organismo es algo vivo espiritualmente, donde los diversos órganos y funciones esenciales vienen dados por el hecho de la unión vital con Cristo y de la participación en los dones del Espíritu, mientras que la iglesia como organización es como el andamiaje o caparazón por el que dicho organismo se manifiesta al exterior en determinadas formas de administración y de gobierno. (Lacueva, 1973)

A la iglesia se le llama congregación, que es grupo de personas que se reúnen para buscar de Dios (su ser supremo). Existen diferentes tipos de iglesias evangélicas: Pentecostales y bautistas.

6.1.2 Cristiano (creyente)

Creyente –dice Millon- es el que cree. Fiel es aquel en quien se puede confiar sin ser engañado. La misma palabra griega “pistós” tiene esta doble significación. Aunque en su lugar respectivo hablaremos de la naturaleza de la fe cristiana, diremos ya que la auténtica fe es la que surge de la angustia de sentirse perdido, se vuelve hacia la Cruz de Cristo con esa angustia en esperanza de salvación, se arraiga totalmente en Cristo, se hace operante por el amor, dando frutos de buenas obras, y se mantiene en obediencia al Evangelio. (Lacueva, 1973)

Todo cristiano debe ser fiel a la doctrina que se enseña en la iglesia que es miembro, ya que eso le da cierto sello y lo hace parte de, haciéndolo sentir como si estuviera en familia, por ellos en algunas iglesias se suelen llamar “hermanos”.

6.1.3 Ministerio

Empleo o cargo que ejerce uno. Cargo de ministro, tiempo que dura. Cuerpo de los ministros. Departamento de un ministro.

Es un término latino que se asemeja al concepto de “servicio”, la palabra ministerio se utiliza cuando se habla de un departamento o división del gobierno de un Estado. Cada ministerio es una parte funcional del gobierno y tiene un responsable, que se denomina ministro. La máxima autoridad, y a quien responden los ministros, es el presidente de dicho gobierno. (Definición.de, 2008)

Asimismo se relaciona con la iglesia ya que la misma cuenta con una estructura interna en cuanto a la administración de sus miembros y servidores.

6.1.4 Movimiento

Hasta el latín se tiene que investigar para encontrar el origen etimológico de la palabra movimiento. En concreto, al hacerlo se descubre que es fruto de la suma de dos vocablos latinos: el verbo “movere”, que es sinónimo de “mudar de un lado a otro”, y el sufijo “-miento”, que es equivalente a “acción y efecto”. (Definición.de, 2008)

El desarrollo y difusión de una tendencia o doctrina también se conoce como movimiento. En las iglesias y entidades anónimas dicho movimiento se mantiene en constante crecimiento. La gran mayoría son para ayudar a personas en áreas que requieran apoyo físico, mental emocional, económico entre otros.

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

La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su todo su entorno y pueden compartirla con los demás. (Definición.de, 2008)

En el campo de comunicación se le conoce al proceso de intercambio de información o ideas de un emisor a un receptor y viceversa.

6.2.1.2 Comunicación corporativa

La comunicación corporativa es la disciplina que dirige todos los mensajes que una empresa, organización o institución desea transmitir a todas las partes interesadas. Esta se integra porque conecta personas e instituciones. (Metro, 2007)

Un comunicador corporativo es responsable de: Marca corporativa, identidad e imagen corporativa, responsabilidad social corporativa, reputación corporativa, entre otros.

6.2.1.3 Comunicación social

Se denomina como comunicación social a aquella área de estudios que estudia e investiga cuestiones como la comunicación, la información, la expresión, el rol de los medios de comunicación masiva y las industrias culturales. (ABC, 2007-2015)

Expresiones como comunicación social o comunicación de masas contiene una gran dosis de ambigüedad. El uso reiterado no únicamente no ha perfilado los contornos sino que los ha desdibujado hasta acomodarlos a cualquier emergencia discursiva. (Tresserras, 1987)

La comunicación social o masiva se puede apreciar en medios como Facebook, YouTube, twitter, blogs entre otros. Cada uno de ellos tiene la capacidad de transmitir un mensaje a millones de personas.

6.2.1.4 Comunicación Visual

El vocablo “comunicación” deriva del adjetivo “communis”, que en latín designa algo poseído solidariamente por varias personas. Por ende, es un proceso que supone la común - unión y participación de un grupo social. Como medios de intercambio e interacción, las imágenes son experiencias compartidas o símbolos, que se convierten en posesión cultural del conjunto. (Pol, 2005)

Dicha comunicación visual se puede apreciar en diferentes áreas como signo visual y marca gráfica, como en los signos que se utilizan actualmente para comunicarse en internet u otros medios. Se observa en las marcas de empresas ya que se debe conseguir transmitir el mensaje deseado en dicha marca.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño

El diseño es un proceso de creación visual con propósito. A diferencia de la pintura y la escultura, que son la realización de visiones y sueños personales del artista, está lleno de necesidades prácticas. Una pieza de diseño gráfico tiene que ser colocado ante los ojos del público y es expuesto como un mensaje predeterminado. (Wucius, 1993)

Para la elaboración se requiere de seguir ciertas normas pero, mucha creatividad y educación visual.

6.2.2.2 Diseño Gráfico

Se puede considerar como la organización armoniosa de elementos gráficos con el objetivo de cumplir una función de comunicación visual. Estos son el texto y la imagen, que convierten al mensaje impreso en digital en el decir de Moles, un mensaje multimedia.

Se crea para ser plasmado sobre soportes bidimensionales: Papel, cartón, plástico y otros. (González, 2002)

6.2.2.3 Diseño de instructivos

Tienen como objetivo primordial orientar al usuario en los procedimientos a seguir a través de una manera clara, detallada y precisa, de modo tal que la actividad a realizar, o la máquina a echar a funcionar resulte sencillas y exitosas. (DefiniciónABC, 2007-2015)

La colocación de los elementos gráficos es importante para que el grupo objetivo comprendan cada procedimiento. La composición que se logre deberá trasladar mensajes que motiven a los usuarios.

6.2.3.4 Diagramación

Diagramar es distribuir, organizar los elementos gráficos (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografía y colores). (González, 2002)

La tipografía, el color y la composición constituyen las bases de la diagramación. El diseñador establece las pautas: Formato, cajas de diagramación, texto, tamaño, estilo, formateo de párrafos, sangrías y otros. Un buen diagramador es el que respeta esas normas,

precisamente la creatividad radica en la capacidad para ofrecer múltiples posibilidades de presentación bajo una norma establecida.

6.2.3.5 Retícula

Es el término que puede emplearse en diferentes contextos. En su sentido más amplio, puede definirse como una estructura bidimensional que permite organizar ciertos elementos o contenidos. (Definición.de, 2008)

En la antigüedad fue cuando surgió la retícula como herramienta para el diseño, los pintores, escultores y arquitectos tomaban como base la “proporción aurea”, para mantener las proporciones y armonía.

6.2.3.6 Color

La luz se refleja y se percibe por el ojo. Esto puede estar relacionado con la pigmentación de la tinta o pintura. En un sentido amplio, incluye no solo los tonos espectrales, como el rojo, naranja, amarillo, verde, azul y púrpura, también negro, blanco, y todos los tonos grises intermedios. (Wucius, 1993)

El color puede transmitir sensaciones o sentimientos. Asimismo puede representar materias escolares, señales (peligro), ambientes y otros.

6.2.3.7 Software

Muchas personas asocian el término con los programas de computadoras. Sin embargo, incluye los documentos asociados y la configuración de datos que se necesitan para hacer que operen de manera correcta. Por lo general, un sistema de software consiste en diversos programas independientes, archivo de configuración que se utilizan para ejecutar

dicho sistema de documentación que describe la estructura, explica cómo utilizar el sistema y sitios web que permiten a los usuarios descargar la información de productos recientes. (Alfonso, 2006)

En el ámbito del diseño gráfico se le suele llamar así, a diseñar en la computadora: Sitios web, material impreso, empaques, ilustraciones, material interactivo, y otros.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1. Ciencias:

6.3.1.1 Semiología

Abarca o engloba los campos de las nuevas disciplinas que estudian la comunicación, ya que sus principios descansan sobre amplias y diferentes ciencias como lo son la lingüística, la lógica matemática y la cibernética. La semiología es el conjunto de conocimientos referente a todos los sistemas de signos que operan en la comunicación a escala social.

Se empieza a construir como ciencia autónoma a partir de los trabajos de Saussure y Pierce. (Alvarez, 1981)

El precursor es Ferdinand Saussure, quien propone una estructura del estudio del signo a la que llamó semiología. Pierce también se interesó en esto y partió de las disciplinas de la lógica y filosofía, siendo el padre de la semiótica.

6.3.1.2 Semiología de la imagen

Se entiende por semiología de la imagen al estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El conjunto de conocimientos de la imagen y

de las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, íconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de esta.

(InCom-UAB, 2001-1015)

Se desglosa de la “semiología” porque existen diversos tipos de íconos dispositivos electrónicos, estáticos o dinámicos.

6.3.1.3 Semiología del discurso

La semiología del discurso se encarga de estudiar el proceso a través del que los medios de comunicación de masas llegaron a integrarse a la cultura de la sociedad, cuando producen diversas tipologías en los discursos, tales como periodístico, publicitario y político. A partir de los que ha surgido el discurso social, toma conceptos de cada uno de ellos para expresar ideas con las que el pueblo se siente identificado. (Definición.de, 2008)

La gran mayoría de personas pueden pensar que el discurso es simplemente hablar en público pero requiere de un análisis, estructura y significado.

6.3.1.4 Lingüística

En el actual enfoque la lingüística ha recibido el influjo de modernas teorías de la comunicación, no solo toma en cuenta factores de todo el proceso, sino analiza el elemento humano, el mensaje y toma el idioma como el medio convencional o código, para que se realice.

Chomsky identifica el conocimiento de una lengua, con tener una gramática representada mentalmente. Esta constituye la competencia del que la habla por origen, y bajo

este punto de vista, la clave para entender comprende la naturaleza de dicha gramática. (Radford, 2010)

En el uso técnico moderno, el término, se aplica al estudio científico del lenguaje humano, trata de comprender cómo las lenguas funcionan como medio de expresión.

6.3.1.8 Deontología

Proviene de la unión de dos palabras griegas: “deontos”, que puede traducirse como “deber u obligación” y “logía”, que es sinónimo de “estudio”. Es un concepto que se utiliza para nombrar una clase de tratado o disciplina que se centra en el análisis de los deberes y de los valores regidos por la moral. (Definición.de, 2008)

Se aplica a diferentes carreras de estudio: Medicina, derecho, arquitectura, comunicación y diseño gráfico.

6.3.1.9 Sociología

La sociología no es una ciencia que pueda dar respuestas a finales y únicas a cada problema que afectan las sociedades, sino que, por el contrario, es una disciplina flexible y pluralista en la que convergen variadas perspectivas teóricas-metodologías, y no podría ser de otra manera. Como actores sociales que operan al interior de grupos, los seres humanos no piensan de la misma manera ni mucho menos responden de la misma forma a los múltiples desafíos de la vida social. La riqueza del pensamiento sociológico radica, entonces, en la variedad de sus interpretaciones y las respuestas que se originan a partir del estudio de la sociedad, entendidas como una realidad dinámica y cambiante que demanda constantemente la creación y aplicación de nuevos conceptos e interpretaciones.

(Gillbert, 1997)

Cada ser humano percibe el mundo que le rodea de diferente manera y las reacciones son distintas al momento de resolver un problema dentro de la sociedad.

6.3.1.10 Psicología

Werner Wolff dice que: “La psicología trata de la conducta del hombre, de sus experiencias íntimas y de las relaciones entre ambas. También se ocupa de los órganos que ejercen influencia sobre la experiencia y el comportamiento y de las conexiones de estos con el ambiente”. A este autor debe agradecerse la cautela de la frase “la psicología pretende ser una ciencia...”. (Pasternac, 1975)

Abarca todo del pensamiento de los seres humanos y conductas.

6.3.2. Artes:

6.3.2.1 Tipografía

La tipografía es el arte y el proceso de organización del tipo en una página, en la actualidad produce diferentes emociones, depende de la simpleza o elaboración. Serif y Sans Serif. Simplemente cambiar el tipo de letra, tamaño, color, peso, y la colocación en la diagramación puede agregar énfasis a palabras y mejorar el atractivo visual de un mensaje. (Graham, 2005)

Tiene varios propósitos en especial por la forma de la misma, ya que transmitirá un mensaje diferente a los lectores. Por ejemplo, un *grafitero* no maneja la misma tipografía que un poeta.

6.3.2.2 Fotografía

Es la representación visual de lo ópticamente comprensible. (Casademont, 1978)

La gran utilidad de las fotografías las hace un pilar de las páginas de diseño. Pueden informar, convencer, evocar una emoción, vender un producto o dar fe de los hechos. Las fotos son potentes imágenes visuales que pueden evocar respuestas emocionales fuertes en las personas. (Graham, 2005)

Permite capturar diferentes momentos de la vida ya sean importantes o no, bueno o malos, agradables o desagradables y así poder hacer memoria del evento ocurrido.

6.3.2.3 Ilustración

El término no tiene que significar "imagen bonita; " puede ser cuadros, gráficos o diagramas, o simplemente consistir en texto en formas geométricas que complementan perfectamente con el texto y el lector puede mirar en dicho texto, o la ilustración, o ambos, para obtener la historia completa. La combinación de lo visual con lo verbal ayuda a las personas a obtener la carne del mensaje más rápidamente que si la página utiliza letras o solo imágenes. (Graham, 2005)

Es una herramienta muy útil en el diseño gráfico, porque ayuda a que se explique de mejor manera el contenido. Hace a un tema más llamativo y entretenido, especialmente si es material para niños. Transforma un asunto sin personalidad en algo llamativo.

6.3.3. Teorías:

6.3.3.1 Teoría del Color

Un estudio a través de factores tales como las diferentes longitudes de onda luz de diferentes tonos o la relación del color / calor es interesante pero complicado y va más allá de nuestra preocupación aquí. (Lauer, 1979)

En la actualidad, distingue entre colores luz (RGB) y pigmento (CMY). Estos son rojo, verde y azul. Los pigmentos son el cian, magenta y amarillo.

6.3.3.2 Tecnología

Según Peter Drucker “la palabra tecnología es un manifiesto en cuanto combina *techne*- el misterio de un arte manual- con *logos*, el saber organizado, sistemático y con un fin determinado”. Es el conjunto ordenado de todos los conocimientos usados en la producción, distribución y uso de bienes y servicios. También es el conocimiento que permite satisfacer algunas necesidades o deseos humanos, en una forma detallada y reproducible. No consiste en artefactos, sino en el conocimiento que ellos llevan incorporados y en la forma en que la sociedad puede usarlos. (Ferraro, 1997)

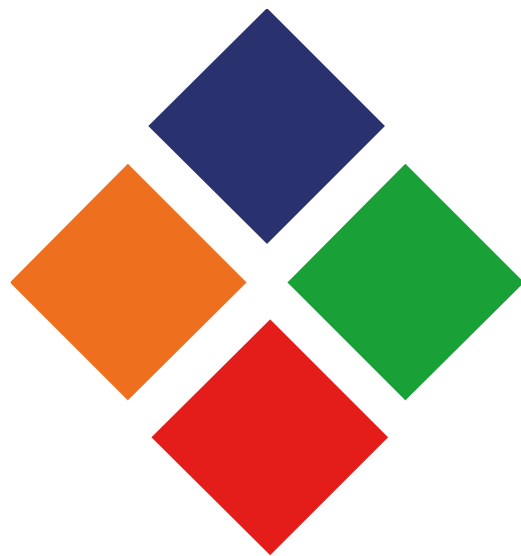
Sirve para que el ser humano expanda o amplíe habilidades para provocar un cambio en el mundo, por ejemplo: Para cortar, modelar y unir materiales, para mover cosas de un lugar a otro, para llegar más lejos con las manos, voces y sentidos. Se utiliza también, para tratar de provocar un cambio en el mundo para facilitar y producir de mejor forma.

6.3.4. Tendencias:

6.3.4.1 Vanguardismo

El término vanguardia proviene del francés *avantgarde*. Se refiere al impulso “guerrero” de estos movimientos. Las vanguardias querían romper con las normas impuestas y exigían una libertad total para lograr “una nueva expresividad”. (Galindo, 2008)

Serie de tendencias en las artes plásticas y en la literatura que tuvieron lugar en las primeras décadas del siglo XX con centro en Europa y derivaciones en los Estados Unidos y América Latina. Los movimientos vanguardistas no duraron demasiado y se encontraba conformado por pequeños grupos de artistas.



Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación del Marco Teórico

7.1.1 Conceptos de Diseño

7.1.1.1 Diseño

El diseño ayudará a encontrar los elementos gráficos del material instructivo, se podrá realizar de manera creativa y se resolverá el requerimiento de Iglesia Vida Real tv de forma profesional, y se aplicarán los conocimientos adquiridos.

7.1.1.2 Diseño Gráfico

El diseño gráfico es de suma importancia para la elaboración del proyecto, ya que será la herramienta que ayude a elaborarlo correctamente y trasladar la información necesaria a los integrantes del el Grupo Cristiano Hombres de Negocios.

Con la ayuda de los diferentes elementos gráficos se podrá realizar el material instructivo, para hacerlo atractivo, de fácil comprensión y lectura. El uso de la fotografía para demostrar las diferentes actividades que se realizan en el movimiento.

7.1.1.3 Diseño de instructivos

Al realizar un instructivos se requiere conocer ciertas normas y estructura para elaborarlo de la manera correcta y que este cumpla su función. Por esto será necesario tomar en cuenta la innovación al realizarlo.

7.1.1.4 Diagramación

Se deberá aplicar la diagramación correcta para que el instructivo tenga el orden jerárquico preciso. Se colocarán las imágenes y texto de la mejor manera para facilitar la comprensión.

7.1.1.5 Color

Se manejará una línea de colores que se identifiquen con la imagen del movimiento Sumando Talentos de Iglesia Vida Real tv. Además, se le buscará dar un toque original que le dé vida al aplicar tonos que transmitan seguridad y amistad.

7.1.1.6 Retícula

Será útil porque es una herramienta que nos puede brindar mayor equilibrio en nuestra composición al momento de diseñar. Proporcionando mayor profesionalidad y calidad en la elaboración del instructivo.

7.1.1.7 Software de diseño

Será muy útil el uso de los programas de diseño porque es en base a estos se puede digitalizar todo lo bocetado a mano alzada y obtener artes finales apropiadas. Esta es una manera muy rápida y práctica de realizar el material requerido.

7.1.1.8 Comunicación

El instructivo es un medio escrito que ayudará a comunicar y trasladar el mensaje y los conocimientos de las actividades del Movimiento Sumando Talentos en iglesia Vida Real tv.

Es necesario que el instructivo digital interactivo sea decodificado por el grupo Cristiano de Hombres de Negocios, por esto deberá ser planificado, dinámico y concreto, con el fin de que se constituya en un mensaje con dirección u orientación sinérgica, basada en retroalimentación constante.

7.1.1.9 Comunicación visual

Las fotografías tomadas serán útiles para dar a conocer de mejor manera al personal y las actividades realizadas por la iglesia Vida Real tv en el movimiento Sumando Talentos, con el fin de transmitir fácilmente el mensaje que se desea.

7.1.1.10 Semiología

La semiología será muy útil en toda el área escrita del proyecto, ya que se encarga de estudiar los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza).

7.1.1.11 Semiología de la imagen

Dentro del proyecto se incorporarán diferentes fotografías, íconos e ilustraciones que se relacionan con la semiología de la imagen, porque transmitirán el significado que se necesita para hacer comprender mejor al grupo Cristiano de Hombres de Negocios acerca de las actividades y el personal del movimiento “Sumando Talentos” en iglesia Vida Real tv.

7.1.1.12 Lingüística

Se proyectará instrucciones escritas y hará uso de una lengua (español), la redacción adecuada será muy útil para que se comprenda bien la información que transmitirá.

7.1.1.13 Deontología

Se hará uso de principios y deberes que la profesión del diseño gráfico y comunicación requiere al momento de elaborar el instructivo digital interactivo. Por esta razón se deberá trabajar con valores y ética en cada aspecto del proyecto.

7.1.1.14 Sociología

Se aplica la sociología debido a que este material está dirigido a un grupo de personas con diferentes formas de pensar y costumbres.

7.1.1.15 Psicología

Se integra la psicología porque estudia al ser humano en diferentes áreas y cómo reacciona en su entorno. Este proyecto está dirigido a personas con factores en común, sin embargo cada una reacciona diferente a lo que verán y aprenderán.

7.1.1.16 Tipografía

Se hará uso del arte tipográfico. Por esta razón se necesita trabajar con fuentes adecuadas para que encaje con el diseño, además que sea totalmente legible para los usuarios.

7.1.1.17 Fotografía

Se integrarán fotos para hacer más eficiente trasladar actividades que se puedan visualizar. Para esto se utilizarán diferentes técnicas, con el fin de obtener diferente información en cada imagen del personal y actividades realizadas en la Iglesia Vida Real tv en el movimiento Sumando Talentos.

7.1.1.18 Ilustración

Los dibujos facilitarán la comprensión de actividades que se realizan en la Iglesia Vida Real tv en el movimiento “Sumando Talentos”. Además, le dará un plus extra de creatividad al proyecto.

7.1.1.19 Teoría del Color

Cada color tiene un significado y transmite diferentes mensajes, por ello se requiere aplicar y trasladar emociones dirigidas al grupo objetivo.

7.1.1.20 Tecnología

Se utilizará la computadora, cámara e internet, ya que son excelentes herramientas para facilitar su elaboración y realizar el proyecto de manera profesional.

7.1.1.21 Vanguardismo

La vida actual requiere de nuevas ideas y proyectos por este motivo se aplicará la tendencia vanguardista en el proyecto. Además ayudará a llamar la atención del grupo objetivo, basado en una idea original.

7.2 Conceptualización:

7.2.1 Método: Mapa Mental

El creador de la idea del mapa mental fue Tony Buzan en 1974 con su libro "Use Your Head". Tony Buzan padre de los mapas mentales, afirma que esta técnica ayuda a entrar a los dominios de la mente de forma más creativa. Causa un efecto inmediato: En pocos minutos ayuda a organizar proyectos, estimula la creatividad, supera los obstáculos de la expresión escrita y ofrece un método eficaz para la producción e intercambio de ideas.

Un mapa mental es un diagrama usado para representar las palabras, ideas, tareas y dibujos u otros conceptos ligados y dispuestos radialmente alrededor de una palabra clave o de una idea central. Son un método muy eficaz para extraer y memorizar información, son una forma lógica y creativa de tomar notas y expresar ideas que consiste, literalmente, en

cartografiar reflexiones sobre un tema. Se utiliza para la generación, visualización, estructura, y clasificación taxonómica de las ideas, y como ayuda interna para el estudio, planificación, organización, resolución de problemas, toma de decisiones y escritura.

Se obtiene y desarrolla alrededor de una palabra o texto, situado en el centro, para luego derivar ideas, palabras y conceptos, es un recurso muy efectivo para evaluar la relación entre distintos conceptos

Características del mapa mental

Posee ciertas características que lo convierte muy efectivo al momento de pretender ver los resultados:

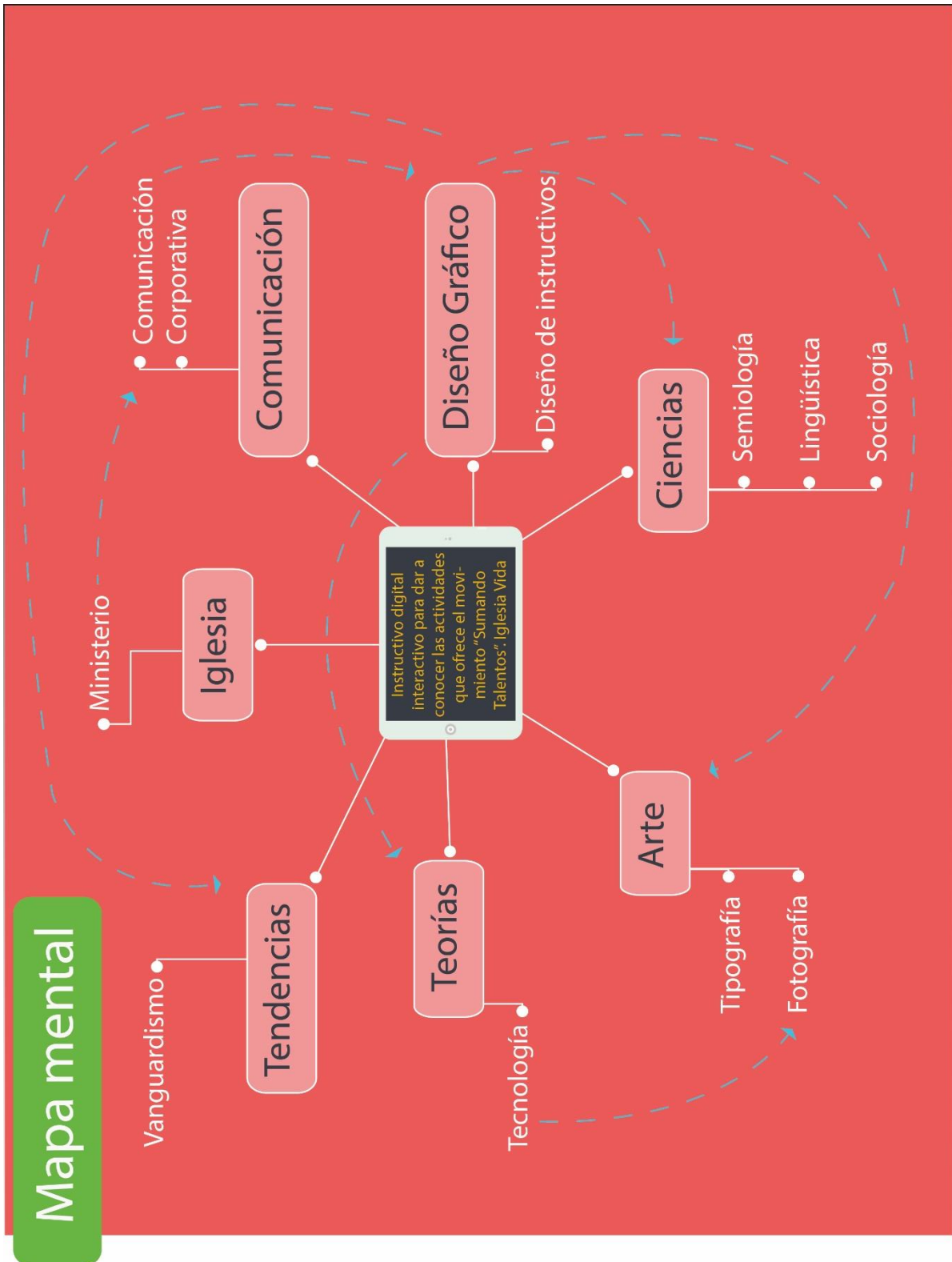
1. Se utilizan ambos hemisferios del cerebro (el izquierdo suministra material de información y el derecho se utiliza para la representación gráfica del Mapa Mental a diseñar).
2. Esta combinación permitirá la organización y estructuración del pensamiento con una mejor sintonía, ya que une la información con aquello que se imagina.

Técnica para la elaboración de los mapas mentales

- Utilizar un mínimo de palabras posibles, palabra claves o mejor imágenes.
- Iniciar colocando en el centro de la hoja la idea central.
- La idea central debe estar representada con una imagen clara.
- Ubicar por medio de la lluvia de ideas las ideas relacionadas con la idea central.
- Por medio de ramas enlaza la idea o tema central con ideas relacionadas o subtemas.
- Utilizar el espaciamiento para acomodar de manera equilibrada las ideas o subtemas.

- Subrayar las palabras clave.
- Utilizar el color para diferenciar los temas, sus asociaciones o para resaltar algún contenido.
- Pensar de manera tridimensional.
- Utilizar flechas, Íconos o cualquier elemento visual que permita diferenciar y hacer más clara la relación entre ideas.
- Plasmar las ideas como llegan.
- No limitarse, plasmar todas las ideas que se nos vengan a la mente.
- Utilizar la creatividad.
- Involucrarse con el mapa mental.

7.2.1.2 Aplicación del método.



7.2 Definición del concepto

- Una iglesia vanguardista
- Vanguardismo en el ministerio
- Diseño, color e iglesia
- Un diseño vanguardista

“Un diseño vanguardista”.

El diseño vanguardista del instructivo atraerá más la atención de todas aquellas personas que estén involucradas en el movimiento “Sumando Talentos” y que deseen mejorar sus vidas financieras. Será diseñada para personas en busca de, o con una visión clara de emprendimiento. Cada uno de los miembros es un sujeto que desea éxito.

7.3 Bocetaje:

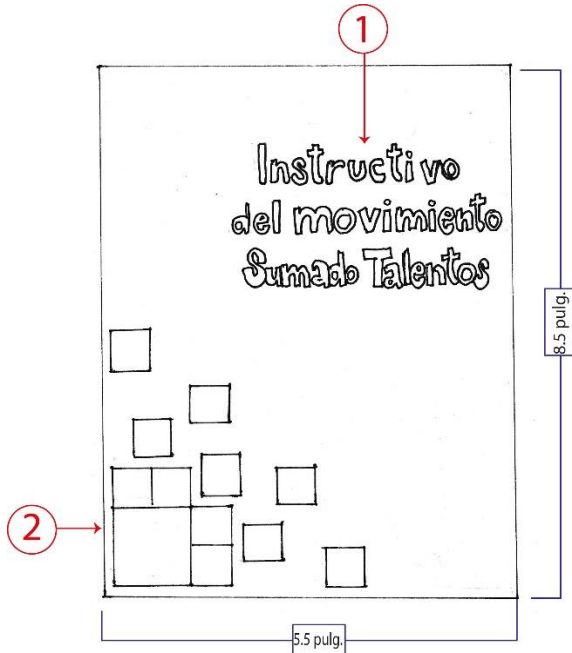
Es una ilustración que carece de detalles. El objetivo es simbolizar ideas, pensamientos o conceptos, sin preocuparse por la estética. Por eso, generalmente se realiza sobre cualquier clase de hoja y sin necesidad de disponer de instrumentos de dibujo auxiliares.

- **Tabla de requisitos:**

| Elemento gráfico | Propósito | Técnica | Emoción |
|------------------|--|---|---------------------|
| Diagramación | Distribuir y organizar la tipografía, el color y la composición mediante criterios de importancia. | Indesign: Distribuir y organizar el color, la tipografía y la composición. | Equilibrio |
| Retícula | Marcar un orden a los elementos que se utilizarán. | Ilustrador: Crear una retícula para evaluar la ubicación y peso de los elementos gráficos de cada página. | Armonía |
| Color | Transmitir amistad y seguridad a los diferentes elementos que se utilicen en el proyecto. | Ilustrador: Utilizar la herramienta de la cubeta. | Amistad y seguridad |
| Tipografía | Transmitir el mensaje claro y con estilo. | Indesign: Redactar párrafos con 2 o 3 tipos de fuentes distintas, no aburridas y legibles. | Comodidad |
| Fotografía | Ayudar a comprender de mejor manera el texto redactado a través de diferentes imágenes. | Cámara: Tomar fotografías de acuerdo al estilo del manual y en lo que consiste. | Complementación |
| Cuadrados | Representar un sumando con cada integrante al movimiento. | Ilustrador: Se digitalizarán cuadrados de manera que se integren a uno solo. | Unidad |
| Logotipo | Identificar al movimiento Sumando Talentos y de iglesia Vida Real tv. | Photoshop: Se adaptará el logotipo a la portada del proyecto. | Identidad |

- **Prototipos de propuestas:**

Propuesta A



Identificación de elementos:

- 1) Título del instructivo
- 2) Cuadros decorativos

Descripción:

La propuesta A tiene un diseño muy simple: El título principal y cuadros decorativos, en la esquina izquierda inferior, que dan la impresión de que se van adhiriendo o uniendo a uno más grande, esto es por el nombre del movimiento “Sumando Talentos”, que es cada uno de los miembros como un sumando al total de éxito.

Propuesta B



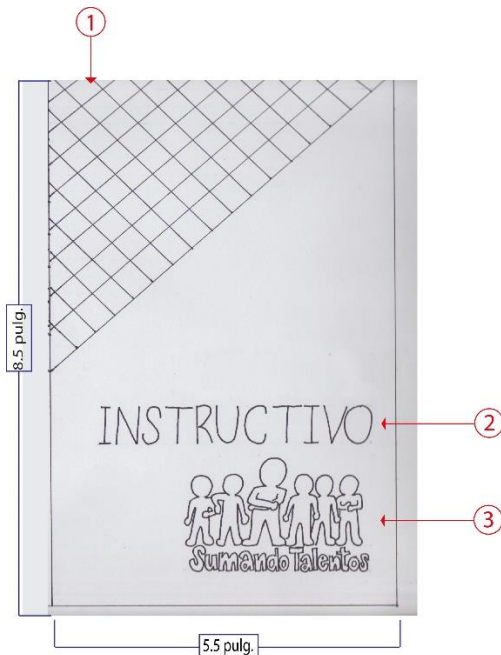
Identificación de elementos:

- 1) Texto: Título del instructivo
- 2) Logotipo Sumando Talentos
- 3) 3 fotografías de personas con sonrisa.

Descripción:

La propuesta B contiene el título del instructivo, abajo continua con el logotipo que caracteriza al movimiento y, por último, tiene tres fotografías diferentes de personas felices donde muestran actitud positiva y de alegría.

Propuesta C



Identificación de elementos:

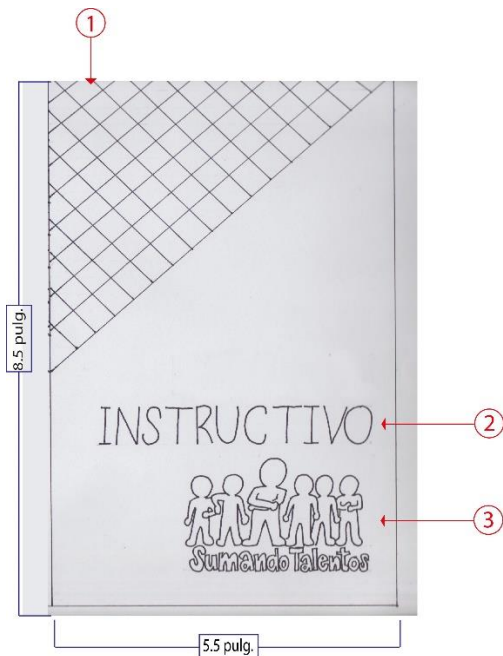
- 1) Elemento decorativo (rombos que representan cada sumando)
- 2) Título del instructivo
- 3) Logotipo del movimiento “Sumando Talentos”

Descripción:

La portada posee el título del instructivo y el logotipo del movimiento. En la esquina superior izquierda tiene una decoración que consiste en rombos. “Sumando” es cada una de las cantidades parciales que han de acumularse o añadirse para formar la suma o cantidad total que se busca.

7.3.1. Bocetos a base de dibujo natural

Portada



Identificación de elementos:

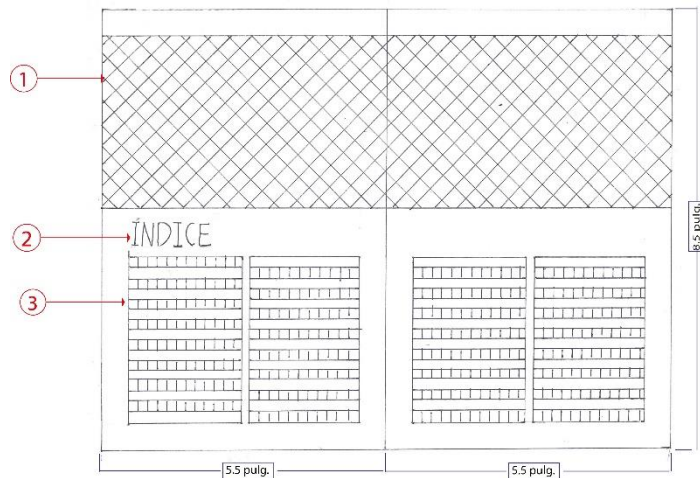
- 1) Elemento decorativo
- 2) Título del instructivo
- 3) Logotipo del movimiento "Sumando Talentos"

Descripción:

La portada posee el título del instructivo, el logotipo del movimiento. En la esquina superior izquierda tiene una decoración que consiste en rombos.

Índice Página 2

Página 3



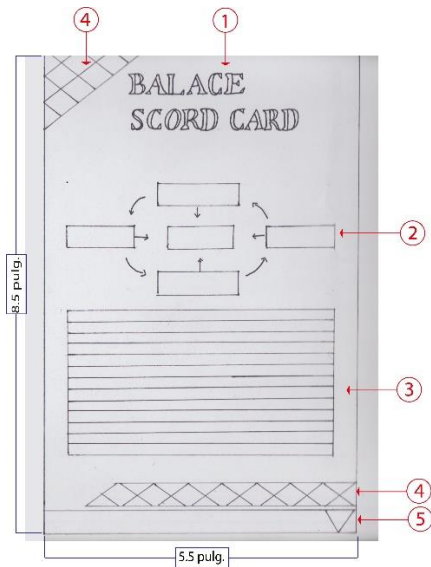
Identificación de elementos:

- 1) Elemento decorativo (rombos representado cada sumando)
- 2) Título (índice)
- 3) Número de página y contenido

Descripción:

La diagramación incluye: En la parte superior de las dos páginas un rectángulo relleno de rombos. Luego el título (índice) en la parte central de la página 4, luego se encuentra el contenido (número de página y contenido) en dos columnas en la página 4 y en la página 5.

Página 58 Balance Scord Card



Identificación de elementos:

- 1) Título (Balance scord card)
- 2) Gráfica (con colores cálidos para hacer contraste)
- 3) Texto (contenido del tema)
- 4) Elemento decorativo (rombos que representan cada sumando)
- 5) Numeración de página (dentro de la mitad de un rombo con una línea en la parte superior)

Descripción:

La página 58 contiene el título (balance scord card) en la parte superior central, luego una gráfica, seguida de un cuadro de texto de una columna con el contenido del tema. En la esquina superior izquierda y en la parte inferior tiene un elemento decorativo. Por último, en la esquina inferior, en un triángulo tiene el número de página.

Página 54 Causa y efecto



Identificación de elementos:

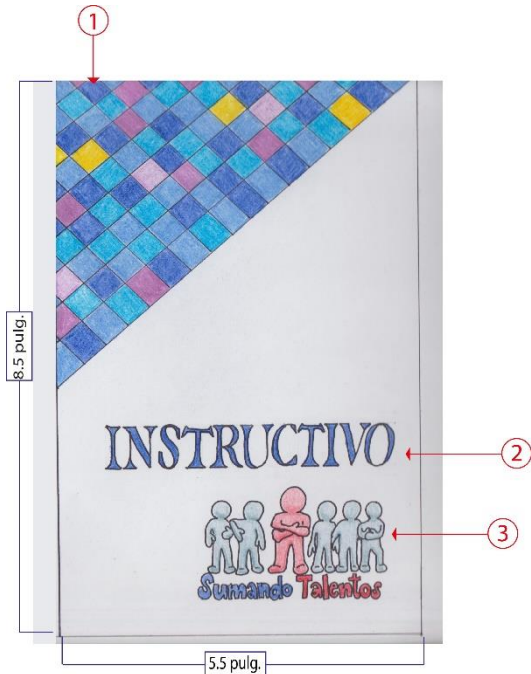
- 1) Título del contenido (causa y efecto)
- 2) Cuadro de texto
- 3) Elemento decorativo
- 4) Numeración de página

Descripción:

La página 54 contiene el título, en la esquina superior izquierda, seguido del contenido del tema en dos columnas. En la esquina superior derecha e inferior izquierda tiene elementos decorativos (rombos). Por último, en la esquina inferior izquierda, tiene un triángulo en el que está el número de página.

7.3.2 Proceso de bocetaje formal

Portada

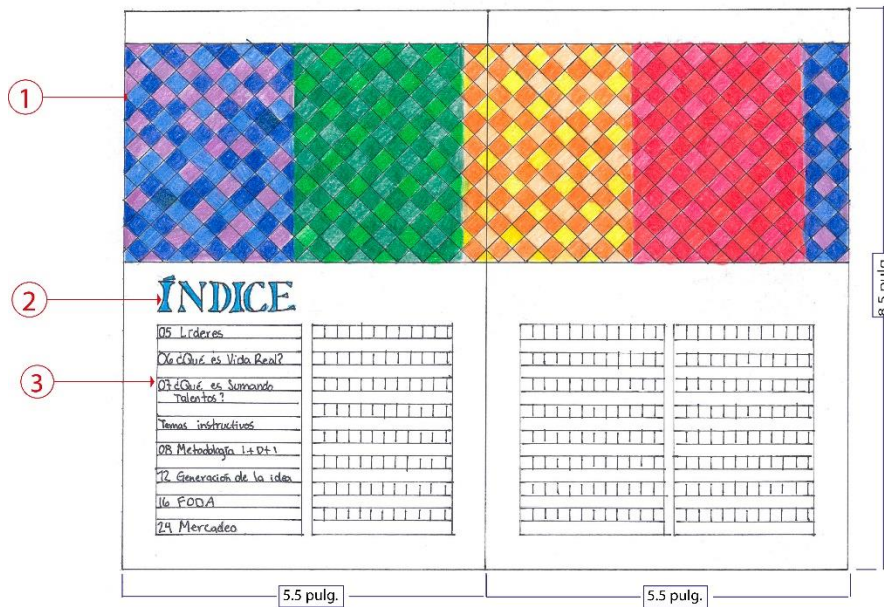


Identificación de elementos:

- 1) Elemento decorativo (rombos)
- 2) Título del instructivo
- 3) Logotipo del movimiento "Sumando Talentos"

Descripción:

La portada posee el título del instructivo con fuente Serif (Minion Pro a 43 pts. de tamaño) y el logotipo del movimiento. En la esquina superior izquierda tiene una decoración que consiste en rombos con diferentes tonalidades de azul, un poco de morado y (su color complementario) amarillo.

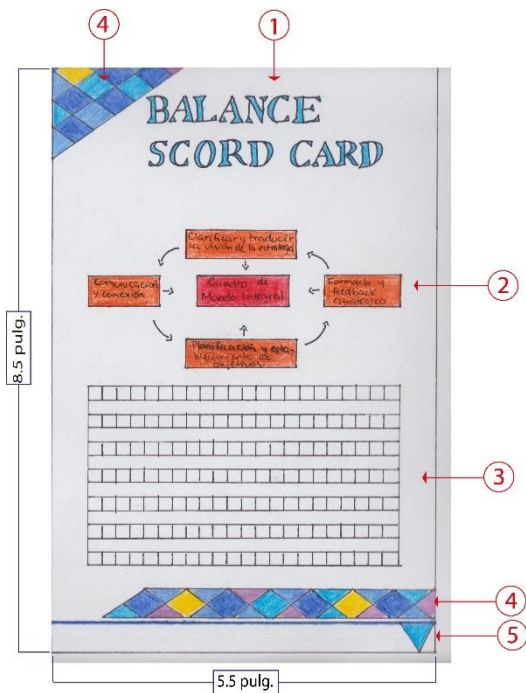


Identificación de elementos:

- 1) Elemento decorativo
- 2) Título (índice)
- 3) Número de página y contenido

Descripción:

La diagramación incluye: En la parte superior de las páginas 4 y 5 que componen el índice, se visualiza un rectángulo relleno de rombos divididos por los colores azul, verde, anaranjado y rojo. Cada uno, representa un miembro como un sumando que hará un total. Luego el título (índice) en la parte central de la primera página con fuente Serif (Minion Pro a 36 pts. de tamaño), luego se encuentra el contenido (número de página y contenido) en dos columnas por página, con fuente Sans Serif (Gadugi a 11 pts. de tamaño).



Identificación de elementos:

- 1) Título (Balance scord card)
- 2) Gráfica
- 3) Texto (contenido del tema)
- 4) Elemento decorativo
- 5) Numeración de página

Descripción:

La página 58 contiene el título en la parte superior central con fuente Serif (Minion Pro a 36 pts. de tamaño), luego una gráfica con colores cálidos, seguida de un cuadro de texto de una columna con el contenido del tema, con fuente Sans Serif (Gadugi a 11 pts. de tamaño). En la esquina superior izquierda y en la parte inferior tiene un elemento decorativo (rombos con diferentes tonalidades de azules, morado y amarillo). Por último, en la esquina inferior, hay un triángulo celeste para el número de página.



Identificación de elementos:

- 1) Título del contenido (causa y efecto)
- 2) Cuadro de texto
- 3) Elemento decorativo
- 4) Numeración de página

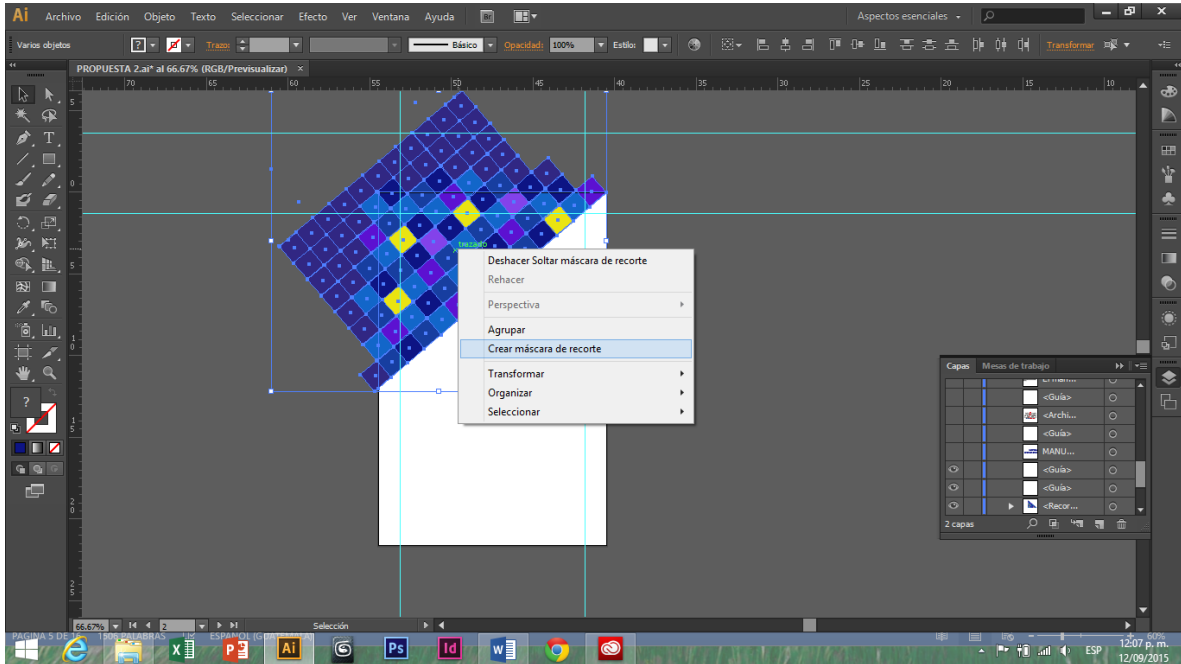
Descripción:

La página 54 contiene, en la esquina superior izquierda, el título (causa y efecto) con fuente Serif (Minion Pro a 36 pts. de tamaño), seguido del contenido del tema en dos columnas con fuente Sans Serif (Gadugi a 11 pts. de tamaño). En la esquina superior derecha e inferior izquierda tiene elementos decorativos compuestos de rombos (con diferentes tonalidades de azules, con morado y amarillo). Por último, en la esquina inferior izquierda, tiene un triángulo celeste para el número de página.

7.3 Digitalización

Portada

Paso 1

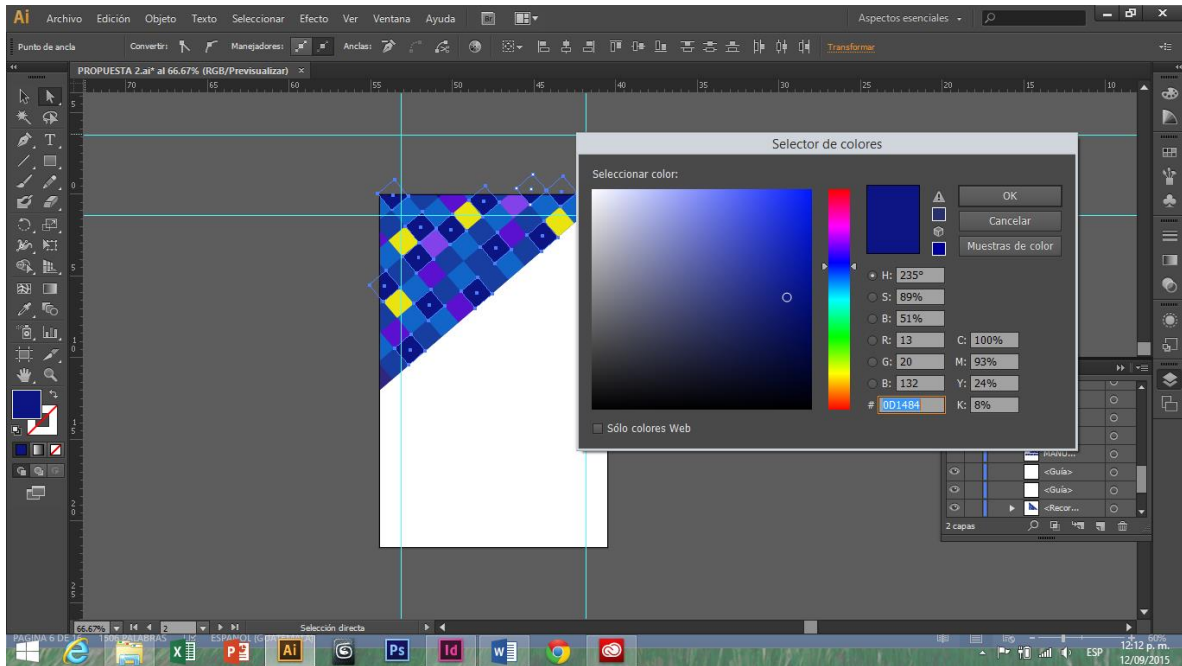


Descripción:

- 1) Se abre un nuevo documento en Ilustrador de 5.5 x 8.5 pulgadas.
- 2) Con la herramienta rectángulo se forma un cuadro de 1 x 1 centímetro, se copia y pega al lado, se forma una fila, se copia y pega la fila varias veces hacia abajo. Voltarlos de forma que se vean como rombos y convertirlos en grupo.
- 3) Con la herramienta pluma dibujar un triángulo en la esquina superior izquierda de 3.5 x 5 centímetros con relleno. Seleccionar el grupo de rombos con el triángulo sobre ellos, clic derecho y crear máscara.

Portada

Paso 2

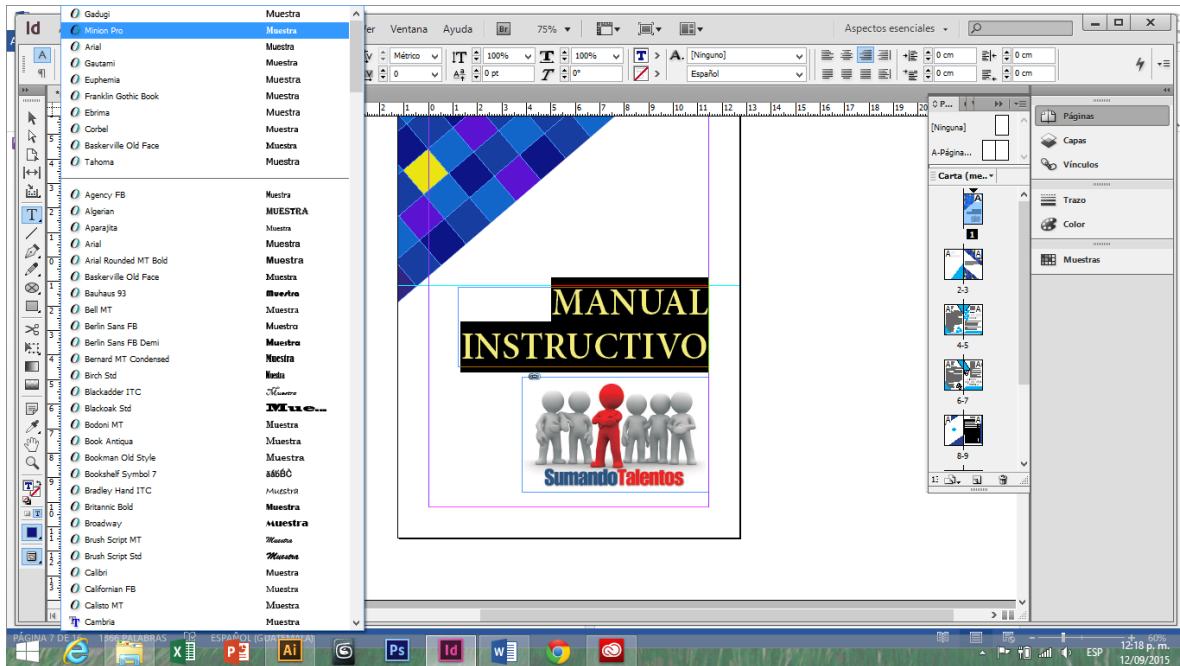


Descripción:

- 1) Con la herramienta selección directa (A) seleccionar cada rombo que se desea que este con azul oscuro. Dar doble clic sobre la herramienta relleno (X) y escoger el color azul oscuro que se desee. Realizar lo mismo con cada color (azul claro, morado, lila y amarillo).

Portada

Paso 3

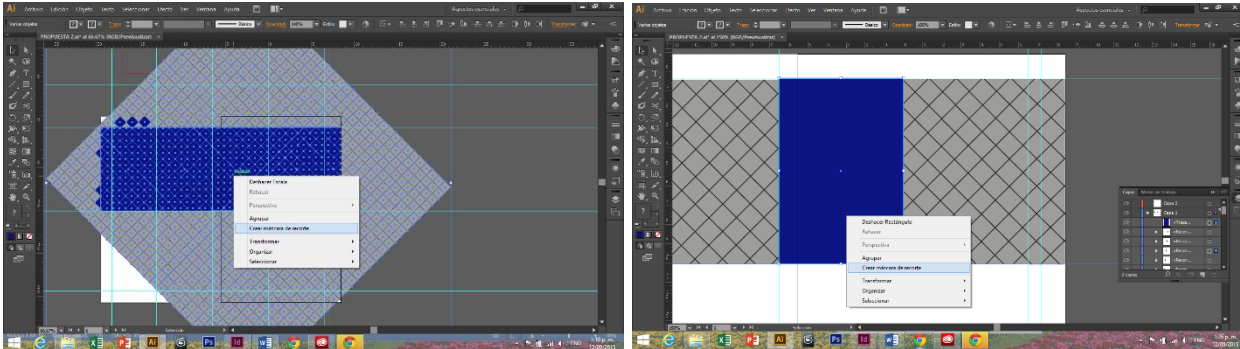


Descripción:

- 1) Arrastrar de ilustrador a indesign los triángulos y ubicarlos. En la portada, con la herramienta texto (T) crear un cuadro de texto con una distancia de 11.3 centímetros de arriba hacia abajo en el lado derecho de la hoja, con un margen de 1.3 centímetros. Seleccionar la fuente Minion Pro con 43 pts. de tamaño.
- 2) En la portada, dar clic en archivo, seleccionar *colocar* y escoger el logotipo de Sumando Talentos. Colocarlo abajo del título principal.

Página 1 y 2 Índice

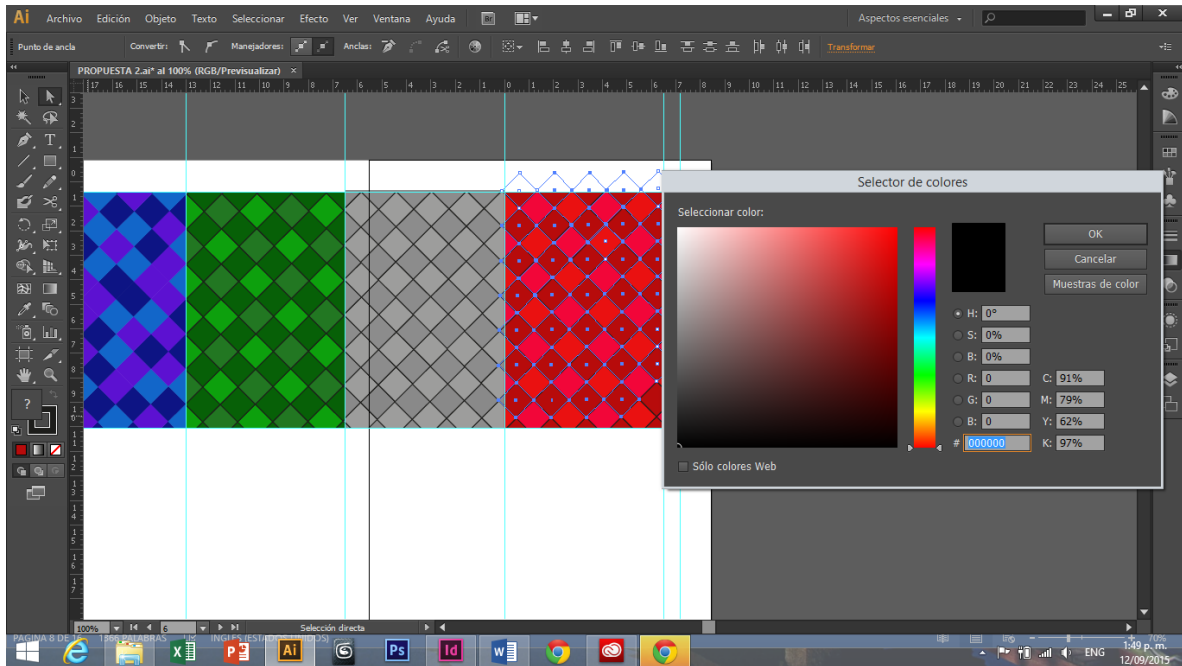
Paso 1



Descripción

- 1) Se abre un nuevo documento en Illustrator de 5.5 x 8.5 pulgadas. En mesa de trabajo se crea una nueva.
- 2) Con la herramienta rectángulo (M), dibujar una cuadrado de 1 x 1 cm, copiar y crear una fila, copiar la fila y pegar varias filas se crean un cuadrado grande. Copiar el cuadro grande y pegar 4 formando un cuadro aún más grande. Agrupar los rombos y girarlos, crear un rectángulo del tamaño del elemento decorativo y rellenarlo de color, marcar los rombos y el rectángulo dar clic derecho y *crear máscara de recorte*.
- 3) Dividir el rectángulo en 4 partes de 6.5 cm y crear rectángulos de color, se incluye el último rectángulo sobre el primero. Crear varias máscaras de recorte, al momento de copiar y pegar el rectángulo grande para colocar encima el rectángulo pequeño y así formar cuatro partes con una porción pequeña extra.

Paso 2

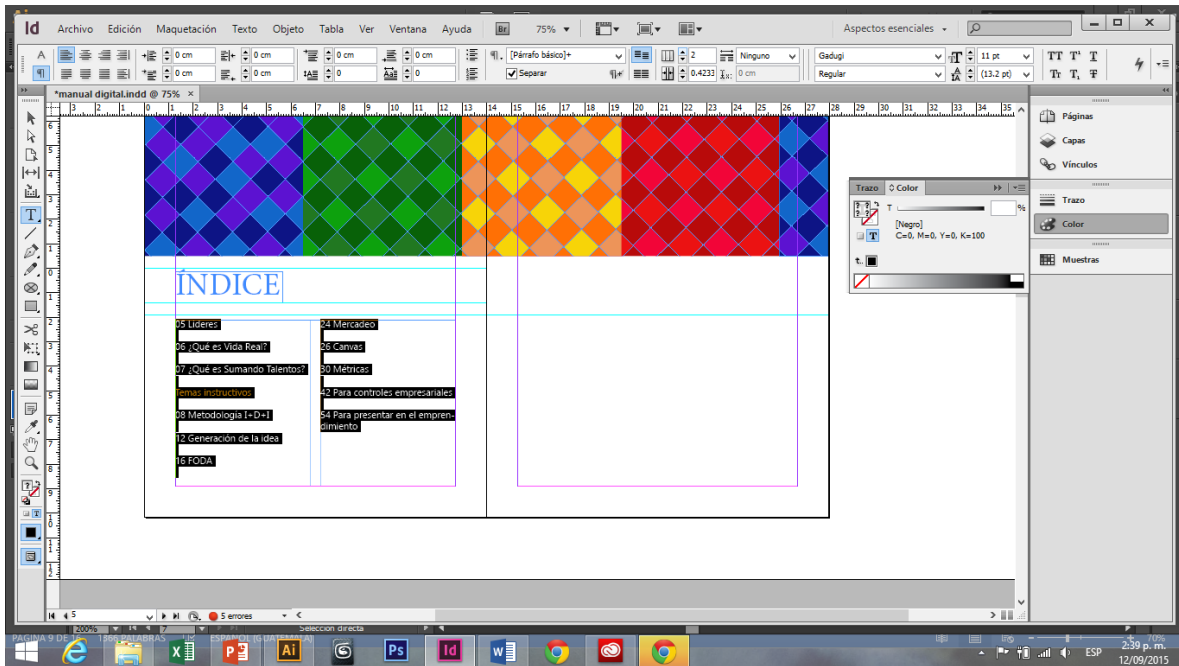


Descripción:

- 1) Con la herramienta selección directa (A) seleccionar cada rombo que se desea rellenar. Colorear con la herramienta relleno (X).
- 2) Colorear la primera parte con azul, celeste y morado. La segunda parte con verde oscuro, intermedio y claro. La tercera parte con anaranjado fuerte, amarillo fuerte y color piel. La cuarta parte con rojo oscuro, intermedio y rojo-rosado. En la última parte se colorea con los colores de la primera parte.

Página 1 y 2 Índice

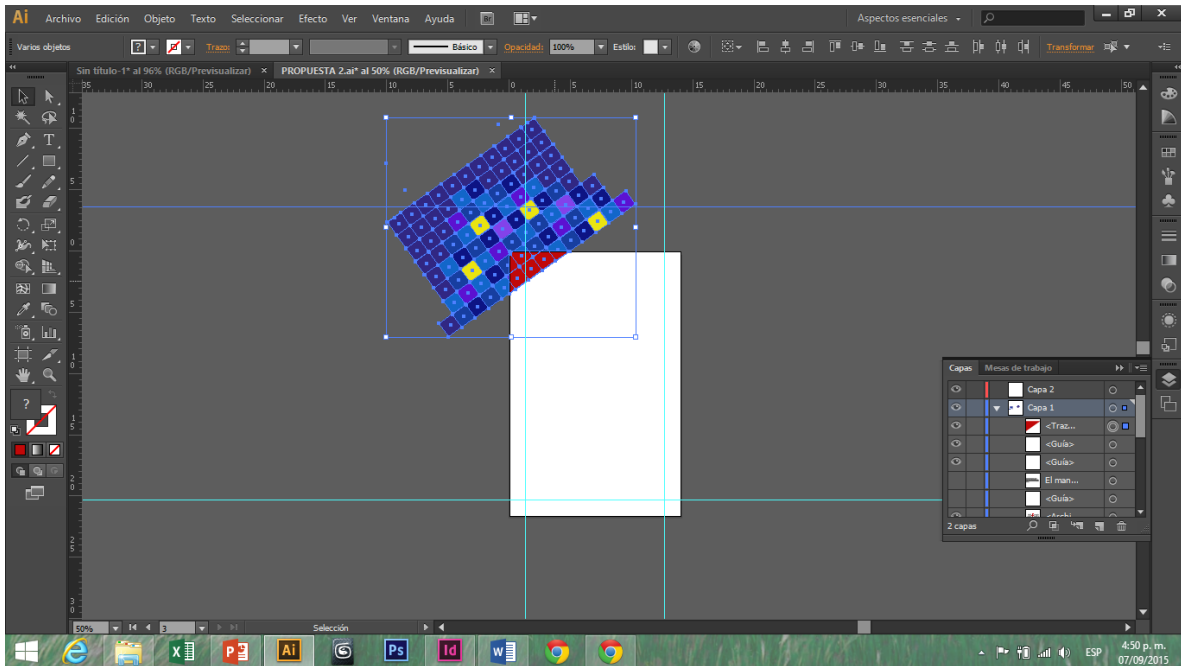
Paso 3



Descripción:

- 1) En indesign abrir un documento nuevo con la medida de media carta (11 x 5.5 pulg.)
- 2) Seleccionar todos los elementos decorativos realizados en ilustrador y arrastrarlo hacia el programa indesign.
- 3) Crear un cuadro de texto al lado izquierdo (dejando 0.5 cm de distancia de la decoración) y escribir el título (índice) con letra Serif (Minion Pro a 36 pts. de tamaño). Realizar dos cuadros de texto, uno para cada página, para el contenido, dividirlos en dos columnas y escribir el contenido con fuente Sans Serif (Gadugi a 11 pts. de tamaño).

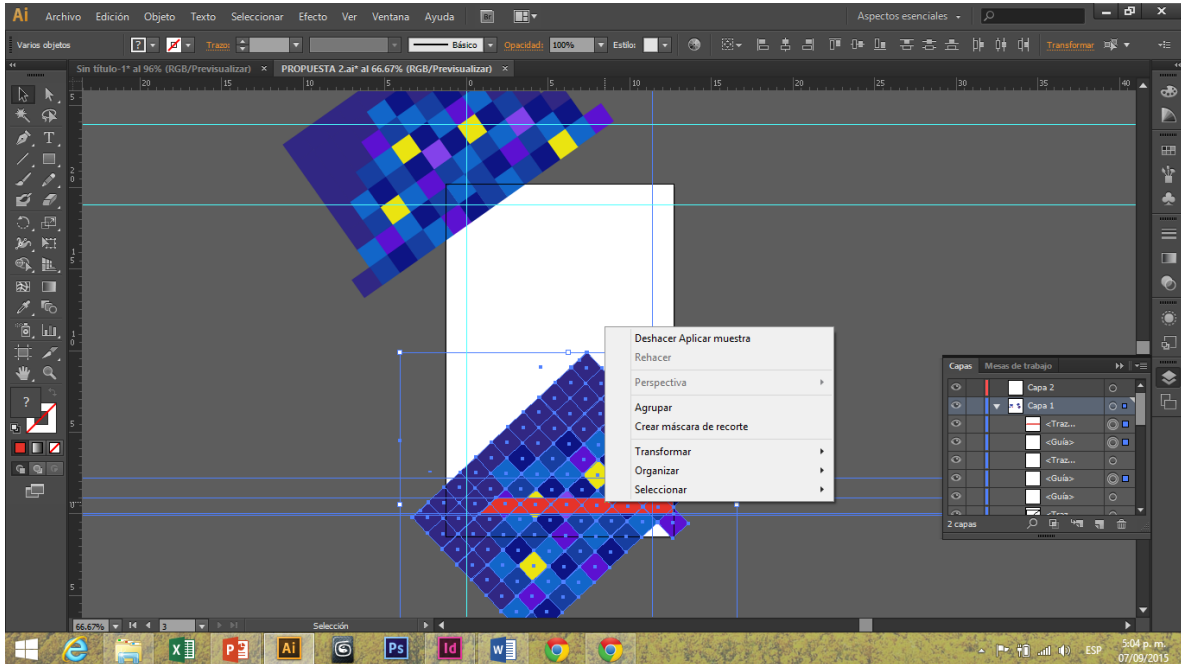
Paso 1



Descripción:

- 1) En ilustrador se crea un nuevo documento (5.5 x 8.5 pulgadas). Con la regla (R) se delimita el margen.
- 2) Copiar la máscara de recorte realizada en la portada-contraportada, dar clic derecho y clic en *soltar máscara de recorte*.
- 3) Con la herramienta *pluma* (P) dibujar un triángulo de 5 x 3.5 cm. Rellenarlo con color, colocarlo sobre los rombos y dar clic derecho *crear máscara de recorte*.
- 4) Con la herramienta *selección directa* (A) seleccionar los rombos que se desea cambiar de color.

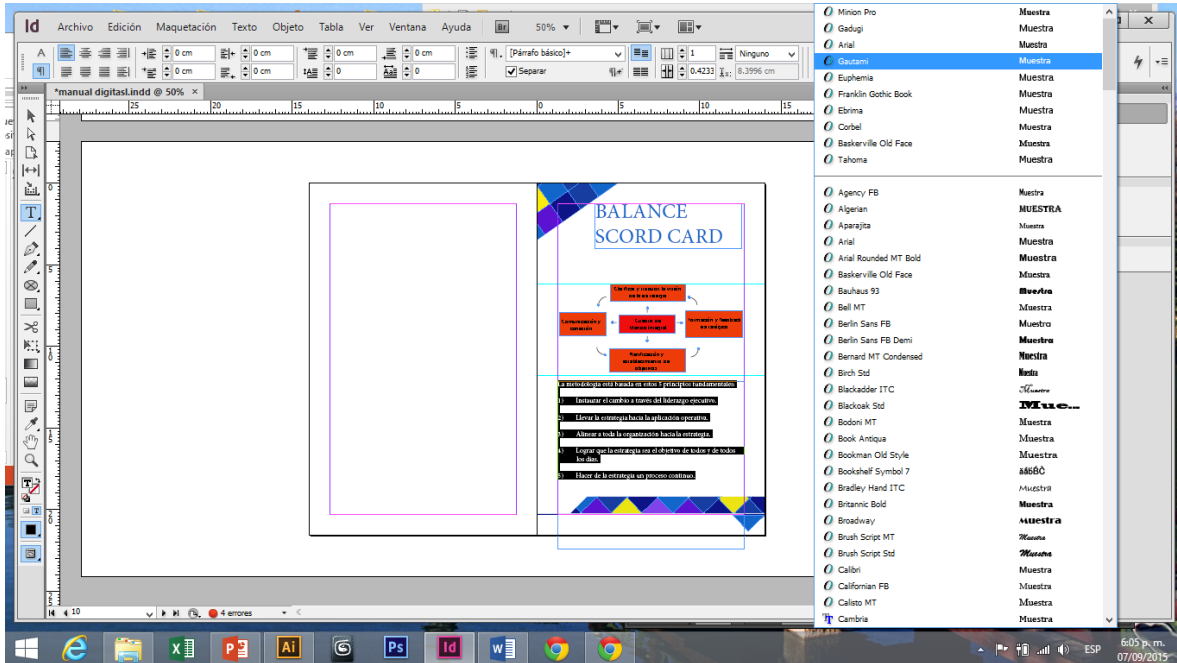
Paso 2



Descripción:

- 1) Copiar la máscara de recorte realizada, dar clic derecho y clic en *soltar máscara de recorte*.
- 2) Dibujar un rectángulo con punta en diagonal con la herramienta pluma (P) y rellenarlo de color.
- 3) Clic derecho *crear máscara de recorte*. Con la herramienta *selección directa* (A) seleccionar los rombos que se desea cambiar el color.
- 4) Crear un triángulo del tamaño de la mitad de un rombo para la numeración de página. Crear una línea azul de 2 pts. sobre el margen inferior y que se ubique en la parte superior del triángulo.

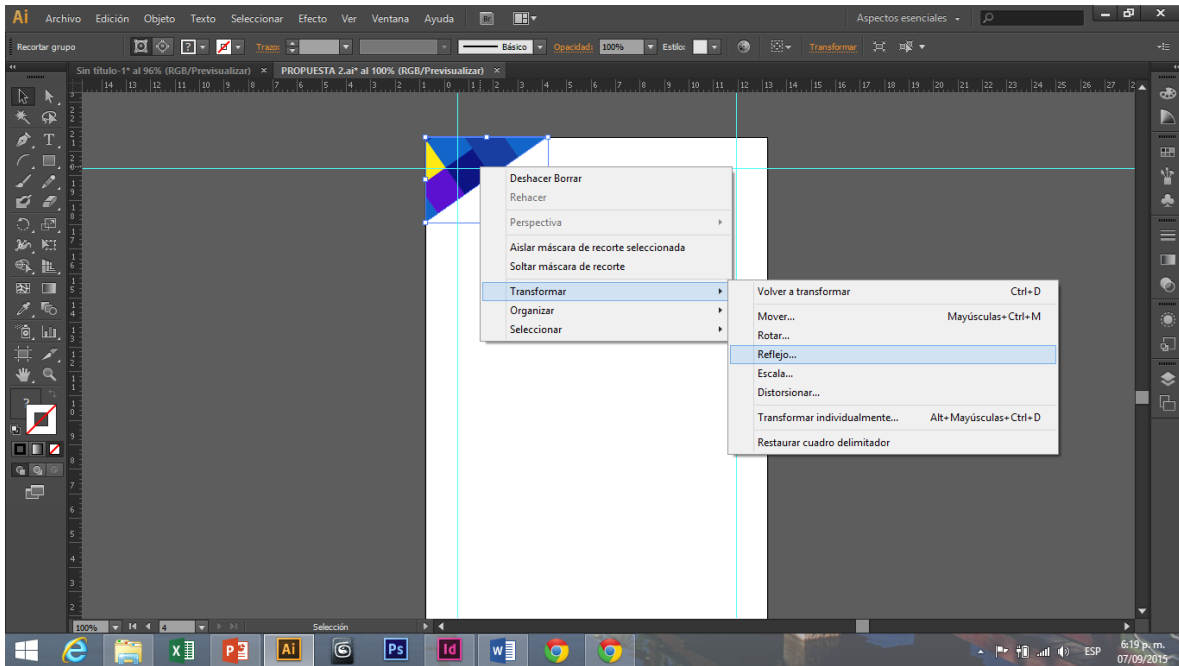
Paso 3



Descripción:

- 1) Arrastrar los elementos gráficos realizados anteriormente al programa de indesign y ubicarlos.
- 2) Crear la gráfica en ilustrador y arrastrarla a indesign.
- 3) Crear el título de la página con herramienta texto (T) con fuente Minion Pro con 36 pts. Crear otro cuadro de texto más grande, escribir texto dentro y ubicar debajo de la gráfica; colocar con 11 pts. de tamaño y fuente Gadugi. Finalmente, agregar el número de página con color azul oscuro.

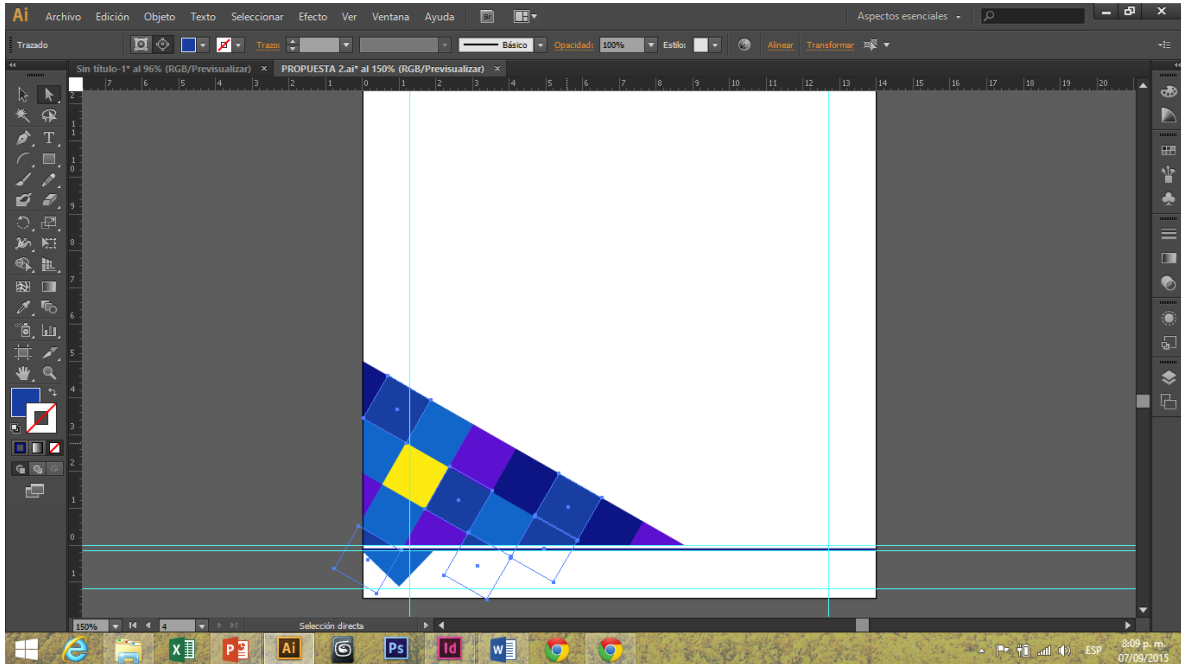
Paso 1



Descripción:

- 1) Copiar y pegar la *máscara de recorte* realizada en la Página 48 Balance Scord Card.
- 2) Dar clic *derecho*, *transformar* y *reflejo*.

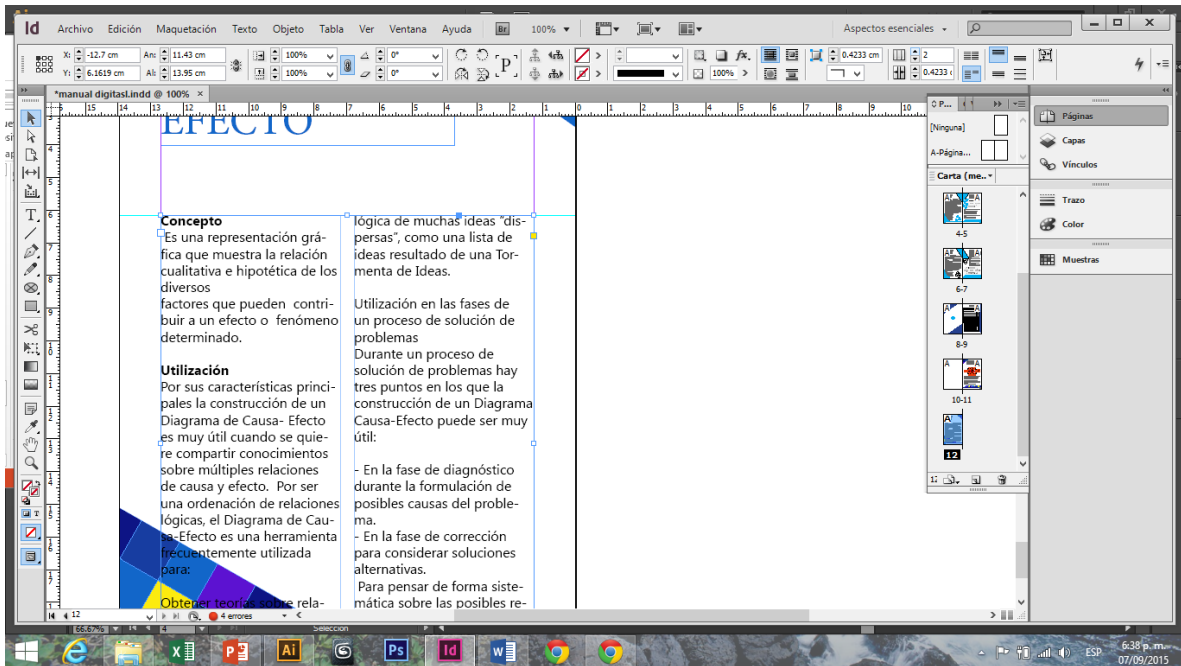
Paso 2



Descripción:

- 1) Copiar el triángulo superior, dar *clic derecho* y *soltar máscara de recorte*.
- 2) Dibujar un triángulo con la herramienta pluma (P) de 8.8 x 5 cm y rellenarlo con color.
- 3) Ubicar el grupo de robos de manera que case con la forma del triángulo. Colocar encima el triángulo de color, seleccionarlo junto con el grupo de rombos, *clic derecho* y *crear máscara de recorte*.
- 4) Con la herramienta de *selección directa* (A) seleccionar los rombos que se desee cambiar de color.
- 5) Copiar el elemento gráfico de numeración de página de la Pagina 48 Balance Scord Card, dar *clic derecho*, *transformar* y *reflejo*.

Paso 3

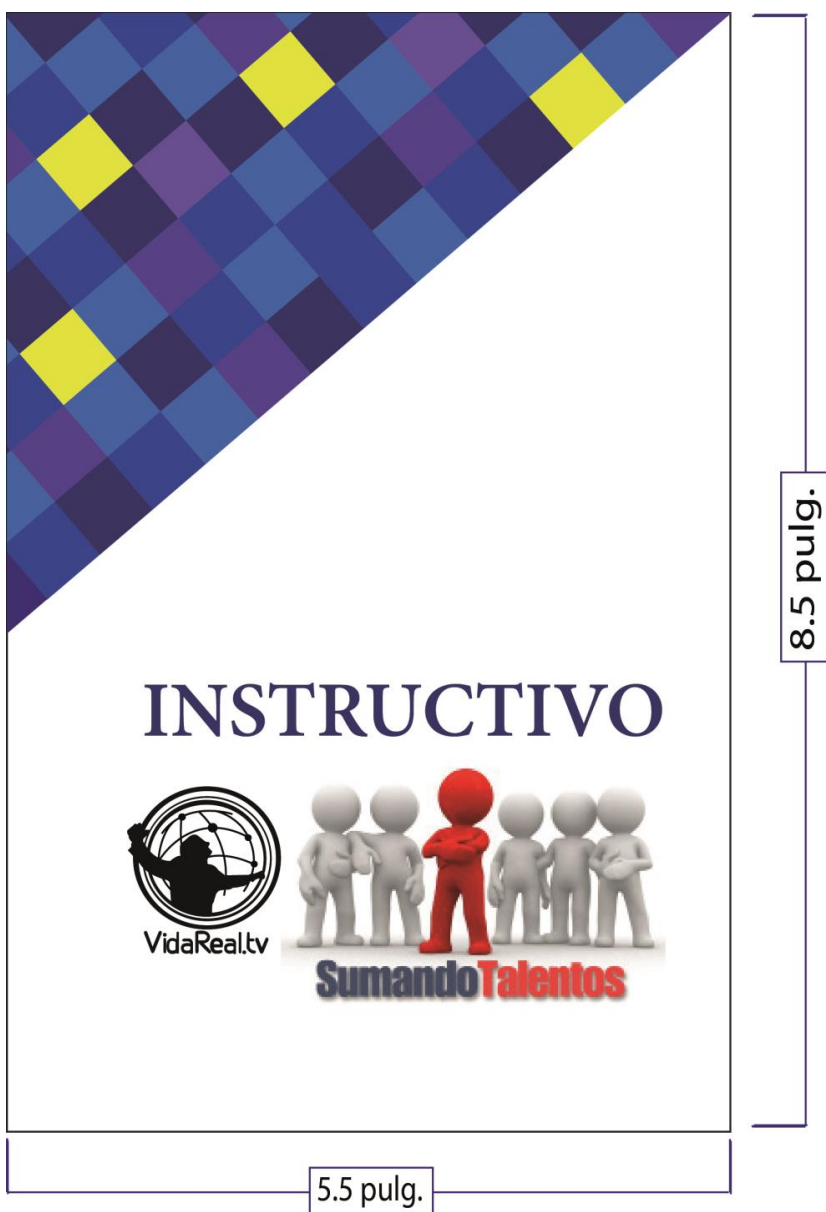


Descripción:

- 1) Arrastrar cada elemento gráfico de ilustrador a indesign y ubicarlos.
- 2) Crear un cuadro de texto herramienta *texto* (T), escribir el título con fuente Minion Pro y tamaño 36 pts.
- 3) Crear otro cuadro de texto y en el colocar el texto del tema con fuente Gadugi y tamaño 11 pts. Seleccionar el texto, en la barra superior del programa dar en *número de columnas* 2.
- 4) Seleccionar el triángulo inferior izquierdo y seleccionar (en la barra superior del programa) *ceñir alrededor de forma de objeto* para que el texto tome la forma del objeto.
- 5) Colocar en un pequeño cuadro de texto el número de página, de color azul y ubicarlo en el triángulo diseñado para eso.

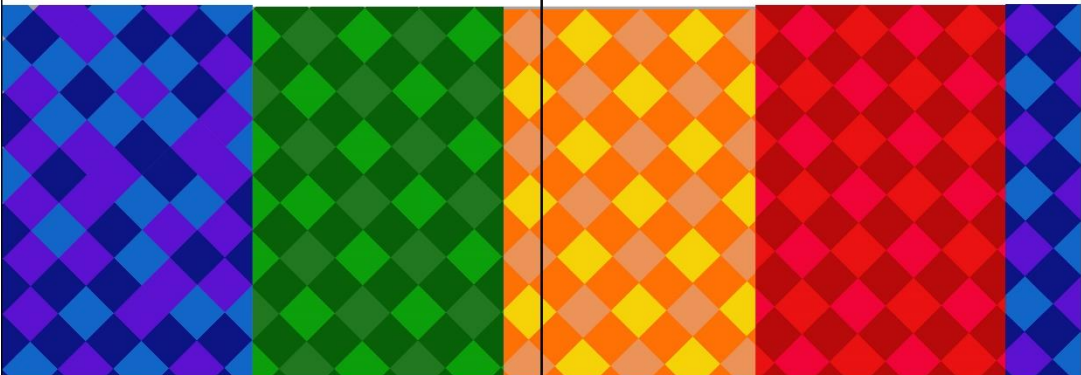
7.4 Propuesta preliminar:

Portada



Descripción

Esta pieza es la portada. Está compuesta por el título en azul oscuro con fuente serif (Minion Pro a 36 pts. de tamaño), luego el logotipo de Sumando Talentos. Su elemento decorativo es un triángulo en la esquina superior izquierda, compuesta por rombos de diferentes tonalidades de azul, un poco de morado y amarillo.



| | | |
|------------------------------|--|--------------------|
| <h1>ÍNDICE</h1> | | <p>Aniversario</p> |
| 06 Líderes | 25 Mercadeo | 63 Aniversario |
| 07 ¿Qué es Vida Real? | 27 Canvas | 67 Emprendedores |
| 08 ¿Qué es Sumando Talentos? | 31 Métricas | 73 Empresas |
| Temas instructivos | 43 Para controles empresariales | 79 Galería |
| 09 Metodología I+D+I | 55 Para presentar en el emprendimiento | |
| 13 Generación de la idea | | |
| 17 FODA | | |

Descripción

El índice se realizó en dos páginas. Está compuesto por un elemento decorativo que es un rectángulo de rombos dividido en diferentes tonalidades de azul, verde, anaranjado y rojo. Luego se encuentra el título (índice) en color celeste, con fuente Serif (Minion Pro a 36 pts. de tamaño). Finalmente hay un cuadro de texto dividido en dos columnas (por página) con el número de página y el tema correspondiente con fuente Sans Serif (Gadugi a 11 pts. de tamaño).



¿Qué es iglesia Vida Real tv?

La Iglesia Vida Real tv es una entidad que desea influir en las personas, formando una comunidad para crecer juntos, pero ante todo honrar a Dios con las acciones. Está conformada por 60 ministerios entre ellos, "Sumando Talentos".

Vida Real. Tv es una iglesia para los que han renunciado a las reuniones tradicionales, un lugar donde los sermones son positivos, prácticos y tienen una relación con la vida diaria. Los miembros son amigables con las visitas y usted puede estar seguro de la calidad del cuidado de sus niños. Somos un grupo de personas felices y amigables que hemos descubierto el gozo de practicar la vida cristiana. Es nuestro deseo que usted pueda experimentar la presencia de Dios y que esta sea una experiencia transformadora en su vida. Como pastores a cargo de esta iglesia le damos la más cordial bienvenida a nuestro sitio Web y lo invitamos

a que se informe de quienes somos y nos visite en nuestra Iglesia en su primera oportunidad. Nuestro interés es ayudarle a tener la mejor relación con Cristo. Atentamente y a su servicio, Rony & Ninoschka Madrid Pastores "Vida Real.Tv".

En las creencias esenciales –
Tenemos unidad
"Hay un solo cuerpo y un solo Espíritu...un solo Señor, una sola fe, un solo bautismo; un solo Dios y Padre de Todos." Efesios 4:4-6 (NVI).

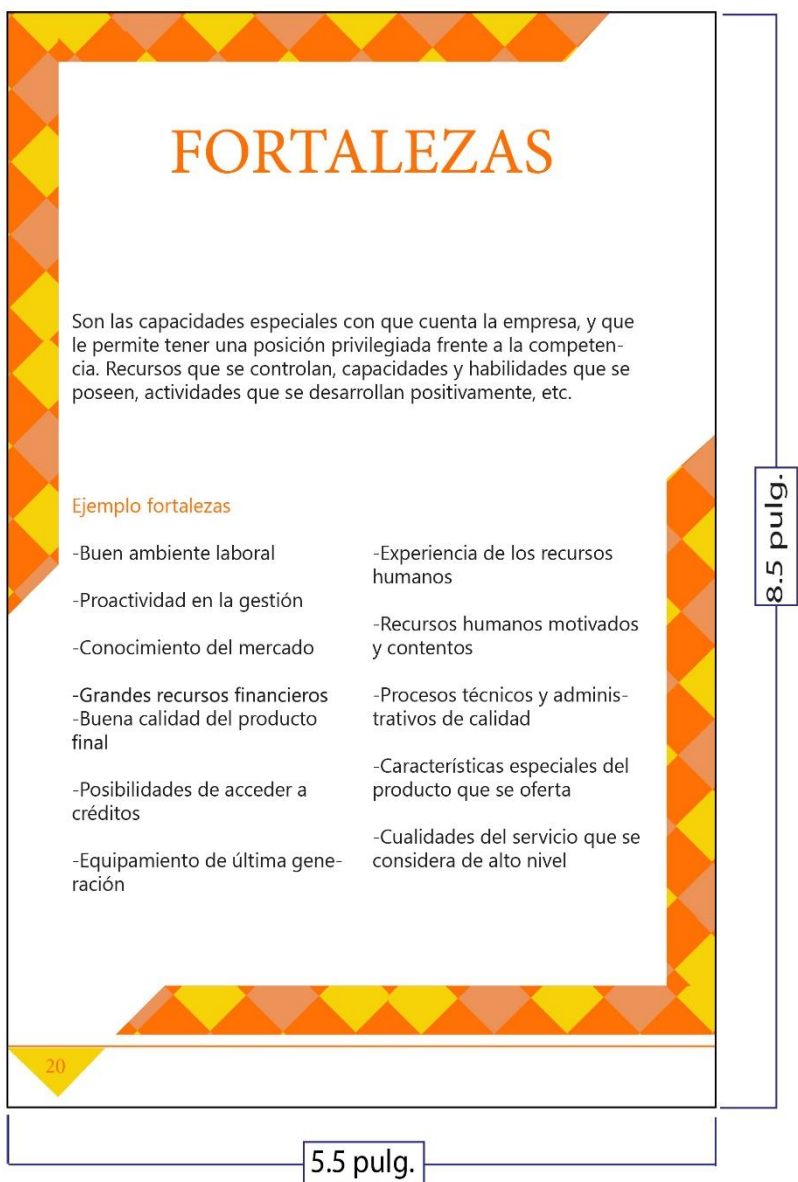
En creencias no esenciales –
Tenemos Libertad
En nuestras creencias – Mostramos caridad
"Si tengo el don de profecía y entiendo los ministerios y todo el conocimiento, y tengo una fe que logra trasladar montañas, pero no tengo amor, no soy nada." 1 Corintios 13:2 (NVI).

8.5 pulg.

5.5 pulg.

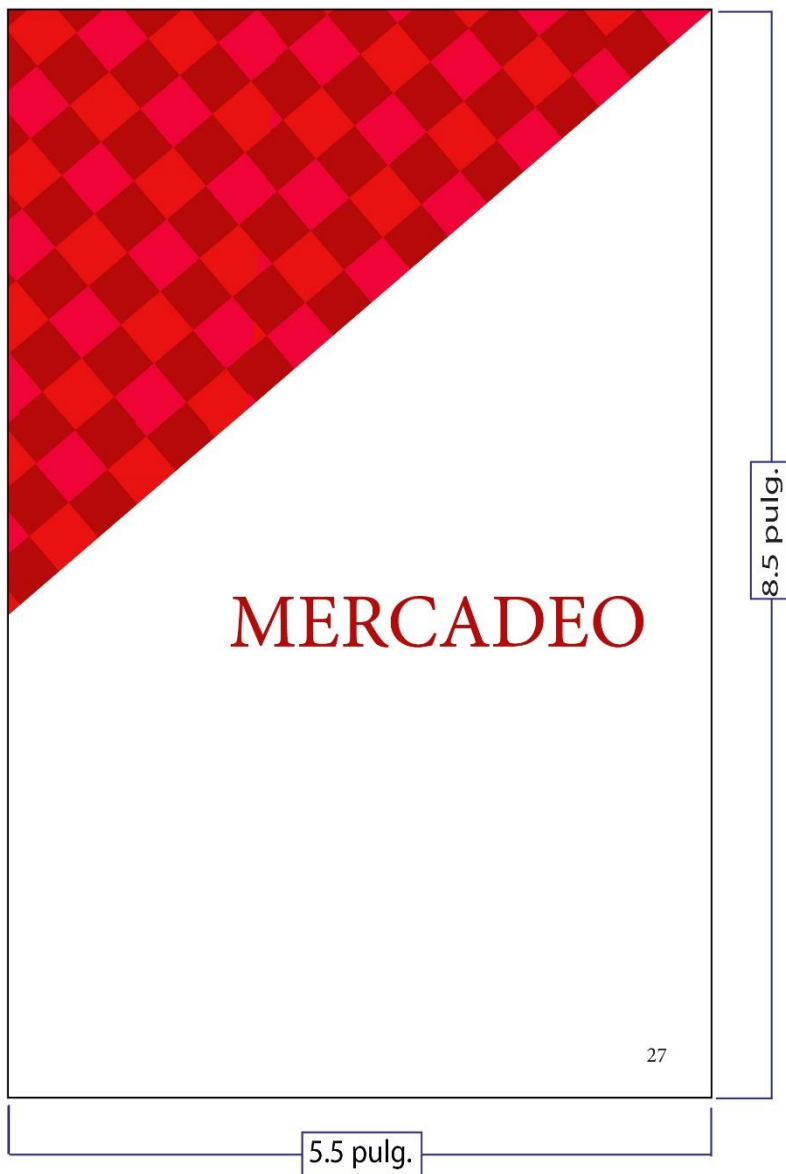
Descripción

La página 7 consiste en un título en la esquina superior derecha en color celeste con fuente Serif (Minion Pro a 36 pts. de tamaño) y el contenido en un cuadro de texto dividido en dos columnas con fuente Sans Serif (Gadugi a 11 pts. de tamaño). Tiene dos elementos decorativos y el número de dicha página.



Descripción:

La página 20 tiene un título anaranjado en la parte superior central, seguido de un párrafo de texto de una columna. Luego hay un cuadro de texto dividido en dos columnas. En las esquinas tiene elementos decorativos y en la parte más baja cuenta con otro elemento decorativo para la numeración de dicha página.



Descripción:

La página 27 marca el comienzo de un nuevo tema, está diagramada de la misma manera que la portada: En la esquina superior izquierda hay un elemento decorativo, formado de rombos con tres tonalidades de rojo. En la parte derecha se encuentra el título del tema (centrado) con tipografía Serif (Gadugi a 43 pts. de tamaño).

The image shows a page layout for 'Métricas sugeridas para un arranque'. The page is enclosed in a rectangular frame with a width of 5.5 pulgadas and a height of 8.5 pulgadas. The title 'Métricas sugeridas para un arranque' is in green text at the top left. The content is organized into two columns of text. There are green decorative triangles in the top right and bottom right corners, and a green horizontal bar at the bottom. The page number '39' is located in the bottom right corner of the page content.

Métricas sugeridas para un arranque

Aquisición de fuente
No. de clientes /usuario que se ha atraído por segmento de mercado

Activación
Mide nuestra capacidad de convertir a un potencial interesado en un cliente potencial.

Conversión
Mide la capacidad de convertir a un cliente potencial en un cliente.

Retención
La capacidad que un cliente se quede permanentemente con nosotros.

Referencia
El número de clientes nuevos que vienen porque un cliente existente los ha traído.

Tasa de rotación
La cantidad de clientes que se van.

Clientes perdidos = (clientes iniciales + clientes nuevos) - clientes finales.
Tasa de rotación = (Clientes perdidos / clientes iniciales) * 100.

Costo adquisición
Cuanto ha costado atraer a un nuevo cliente.

Ciclo de vida cliente
Margen bruto que se saca cuando el cliente esta con nosotros. $CVC = (\text{ingresos medios} / \text{mes margen bruto mes}) * \text{ciclo de vida}$.

Cociente de rentabilidad captación
Cuanto dinero utilizamos mensualmente y a que velocidad se consumen los fondos.

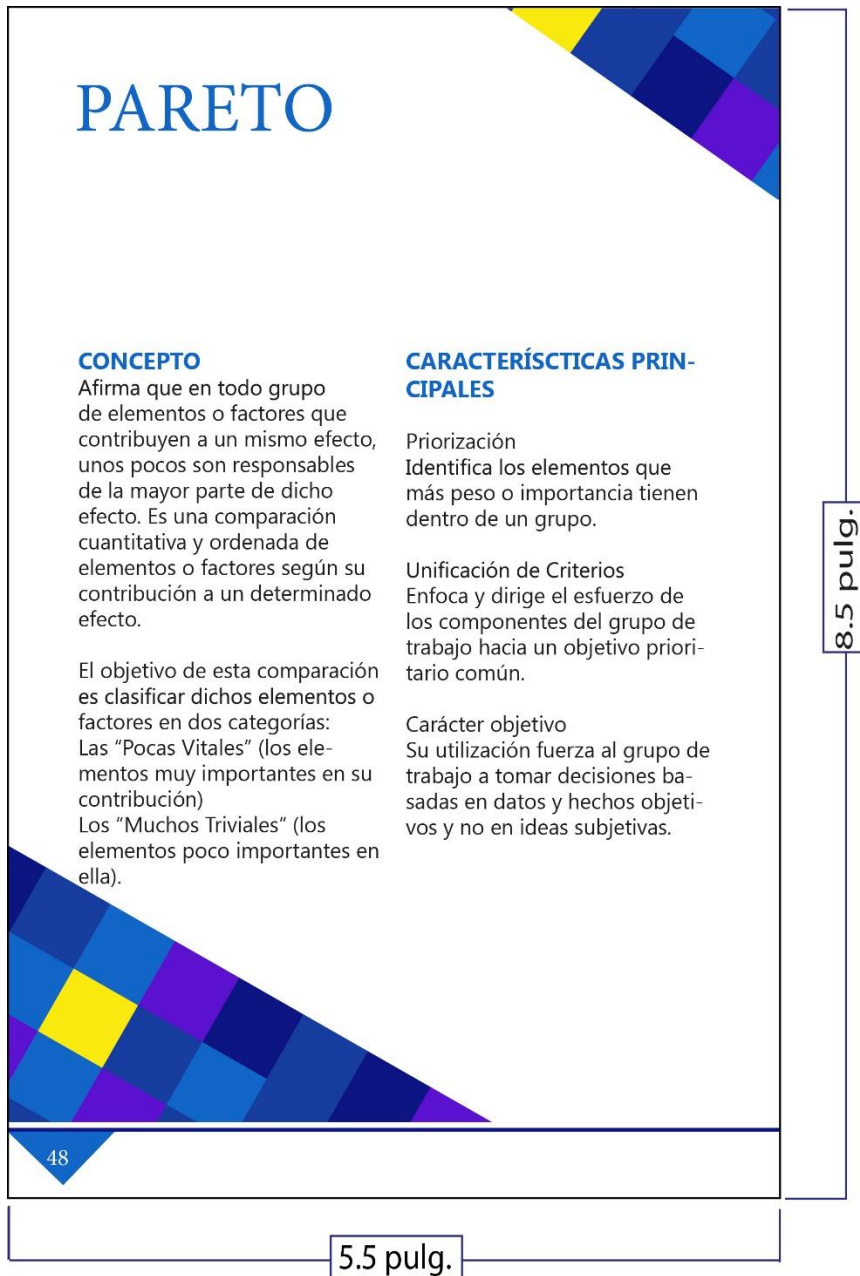
39

5.5 pulg.

8.5 pulg.

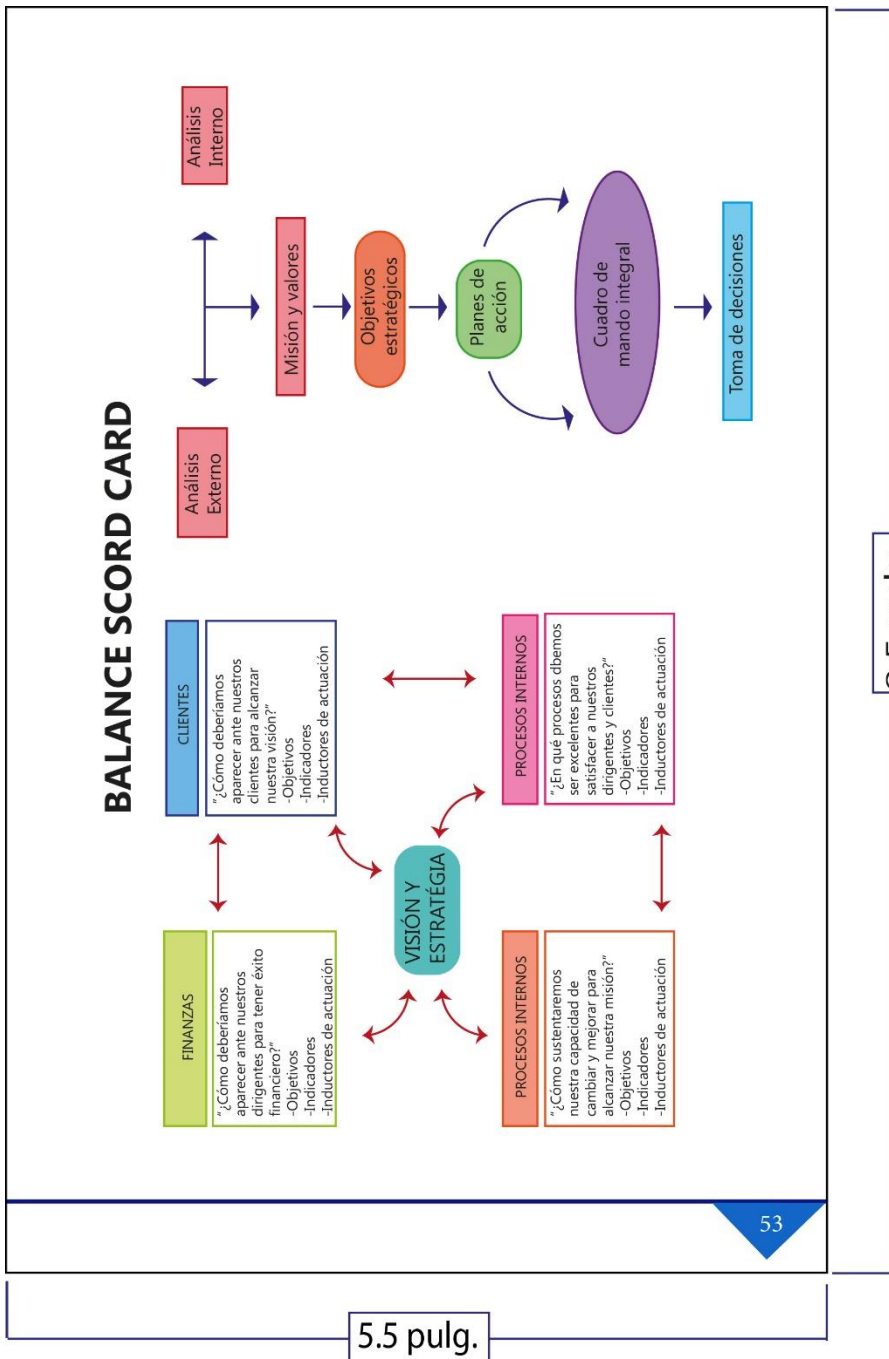
Descripción:

La página 39 tiene un título verde en la parte superior-izquierda, seguido de un cuadro de texto dividido en dos columnas. Tiene dos elementos decorativos color verde y uno en la parte más baja en el que está el número de dicha página.



Descripción:

La página 48 tiene el título en la parte superior-izquierda color azul con letra Serif (Minion Pro a 36 pts. de tamaño). Luego hay un cuadro de texto dividido en dos columnas. En las esquinas cuenta con elementos decorativos y en la parte inferior tiene otro elemento decorativo con el número de página.



Descripción:

La página 53 tiene el título con dos gráficas vistas horizontalmente con la tipografía Sans Serif (Gadugi a 11 pts. de tamaño). Visto verticalmente, en la parte inferior cuenta con un elemento decorativo con el número de página.



2do Aniversario



El movimiento Sumando Talentos de iglesia Vida Real celebró su aniversario con diferentes actividades.

Inicio con un tiempo de alabanza y adoracion a Dios, ya que es un movimeinto cristiano.

Hubieron conferencias con diferentes consejos para los miembros, de distintos invitados ejemplares en el mundo empresarial.

Hubo un momento para que los miembros que cuentan con empresas estables dieran a conocer su producto o servicio. Cada participante paso a exponer su negocio.

Finalmente se celebro y compartio un pedazo de pastel a todos los miembros e invitados para festejar el aniversario.

66

8.5 pulg.

5.5 pulg.

Descripción:

La página 66 consiste en una imagen central del aniversario, seguido de un cuadro de texto de una columna con el contenido en una fuente Sans Serif (Gadugi a 11 pts. de tamaño). Tiene dos elementos decorativos en las esquinas, son mitades de rombos en tonalidades anaranjadas. Cada uno representa un sumando al igual que los miembros.

Alexis Canahui
Emprendedor
Comunicador
Periodista y escritor
CEO y fundador de
Revista actitud y Red-
TrainingDay.org.

Jose Contreras
Certificado Internacional en
Neuromanagement y Neuroli-
derazgo (PBS y Brain Decisión
Braidot Centre) Especializado
en Neuromarketing (Univer-
sidad la Salle Cuernavaca &
Copenhagen Business School),
Fundador y Director Ejecutivo
para iLifebelt América Central,
Cofundador de Neuromarke-
ting.la, portal líder en infor-
mación sobre Neuromarketing
para Latinoamérica.

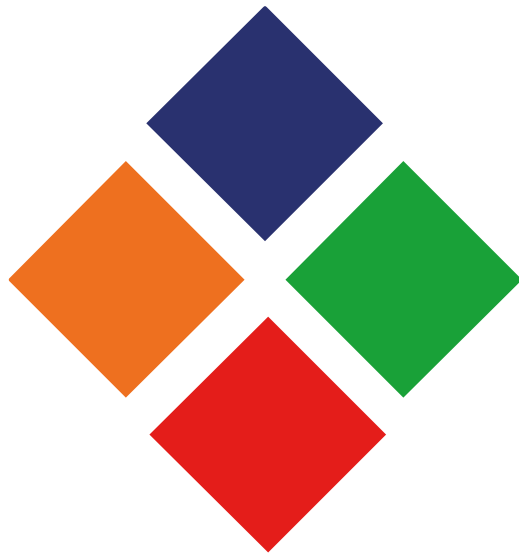
8.5 pulg.

67

5.5 pulg.

Descripción:

La página 67 está compuesta por dos fotografías y texto (con fuente Gadugi a 11 pts. de tamaño) divididos en dos columnas. Tiene dos elementos decorativos similares a la página anterior (página 63) en mitades de rombos con tonalidades anaranjadas. Por último, tiene la decoración con numeración de página.



Capítulo VIII

Validación técnica

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuestas dicotómicas y de escala de Likert, que se aplicará a los clientes (2 personas), a 27 hombres y mujeres cristianos, entre 20 a 40 años de edad que pertenecen al grupo Hombres Cristianos de Negocios del movimiento Sumando Talentos, que conforman el grupo objetivo y a 4 expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestra

Población

En iglesia Vida Real tv asisten 6,000 personas al mes aproximadamente mensualmente. Se encuentra dividido en 60 ministerios, entre los que se encuentra el movimiento Sumando Talentos. En este movimiento se encuentra un aproximado de 70 miembros, entre 20 a 40 años de edad.

Muestra

Una porción de toda la población involucrada, que se tomará en cuenta para obtener una muestra significativa.

Son 33 personas: Divididas en los siguientes grupos: Cliente, grupo objetivo y expertos en las áreas de diseño y comunicación.

Ciente:

Señor Alex Gudiel, Pastor.

Licda. Ana Sáenz, Directora del movimiento Sumando Talentos.

Grupo objetivo:

Está compuesto por 27 personas hombres y mujeres entre 20 a 60 años, participantes del grupo cristiano Hombres de negocios, buscadores de orientación y guía en la vida empresarial.

Expertos:

Grupo de profesionales dedicados a las áreas de comunicación y diseño.

Licenciado Carlos Franco. Experto en programas de diseño gráfico.

Licenciada Karla López. Experto en comunicación

Licenciado David Castillo. Experto en producción de televisión.

Licenciada Wendy Franco. Experta en comunicación y diseño.

8.2 Método e instrumento

Para la validación del proyecto se usará un método cualitativo, que es una entrevista donde se observará la conducta de las personas, cuando se les presente el instructivo digital interactivo y se aplicará una entrevista, que es una técnica cuantitativa en la que se obtiene información necesaria para medir la aceptación del proyecto.

Posee 16 preguntas con respuestas dicotómicas y escala de Likert.

Está conformada de:

Parte objetiva: Son preguntas en base a los objetivos del diseño del proyecto. Contiene 5 preguntas con respuesta dicotómica (sí o no).

Parte semiológica: Está basada en todos aquellos elementos gráficos que transmitan un significado (color, diagramación, tipografía y otros). Son 8 preguntas con respuesta en escala de Likert.

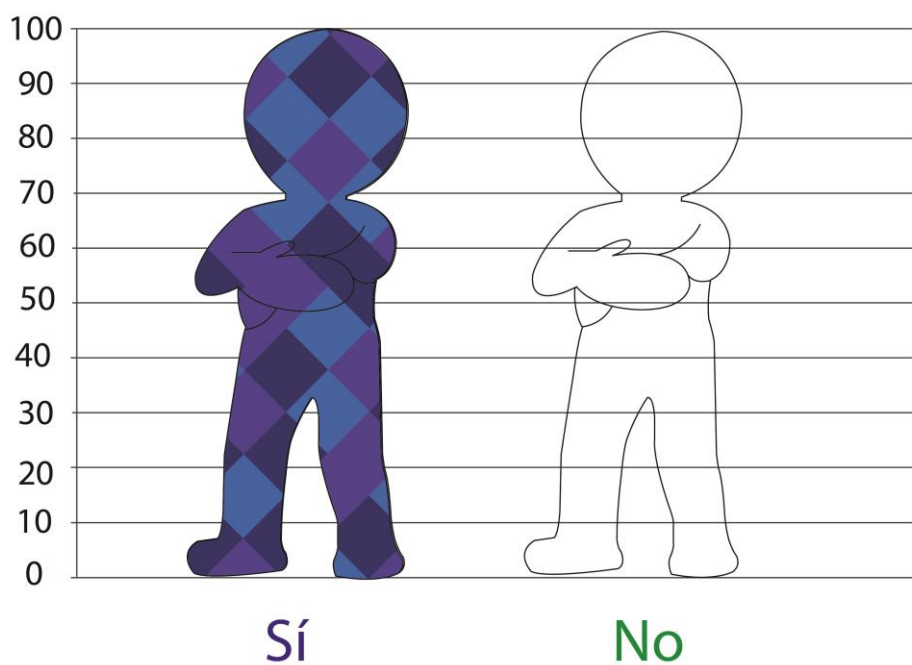
Parte operativa: Se encarga de verificar la eficacia, legibilidad y funcionalidad del proyecto. Son 3 preguntas con respuesta en escala de Likert.

8.3.1 Interpretación de resultados

En base a las respuestas obtenidas de las encuestas, se realizó por cada pregunta una gráfica con diseño original para observar el porcentaje, según las respuestas.

Parte objetiva

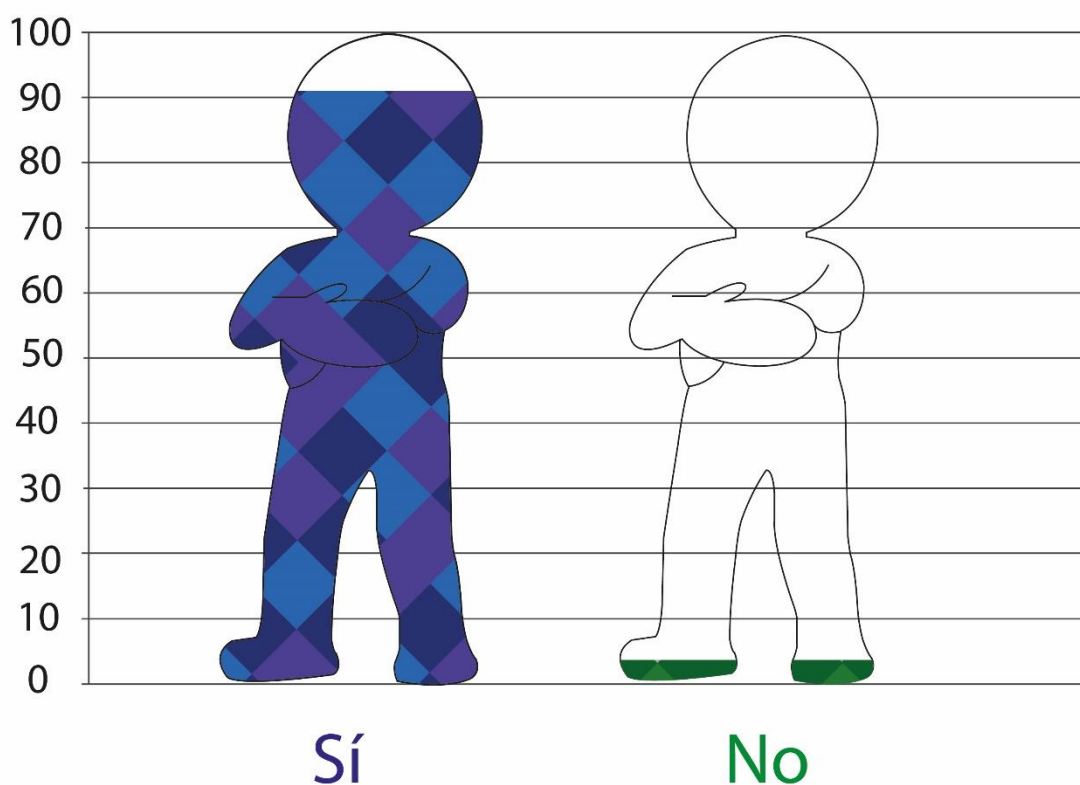
1. ¿Considera necesario diseñar un instructivo digital interactivo para dar a conocer temas administrativos que enseña el movimiento Sumando Talentos. Iglesia Vida Real tv?



Interpretación

El 100% de las personas encuestadas considera que sí es necesario diseñar un instructivo digital interactivo para dar a conocer temas administrativos que ofrece el movimiento Sumando Talentos.

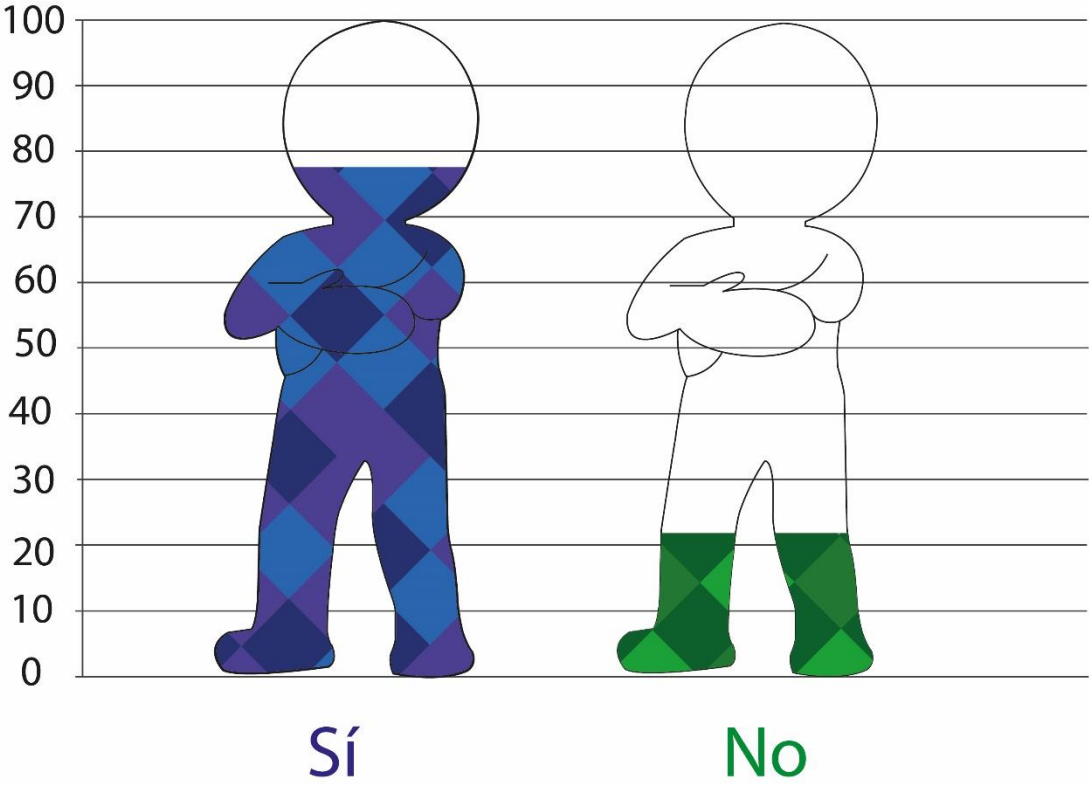
2. ¿Considera importante investigar acerca de nuevas tendencias en instructivos para aplicar los conocimientos al material editorial que se realizará?



Interpretación

El 96.3% de las personas encuestadas si considera importante investigar acerca de nuevas tendencias en instructivos y así aplicar esos conocimiento en el proyecto que se realizó. El 3.70% de las personas encuestadas no lo considera importante.

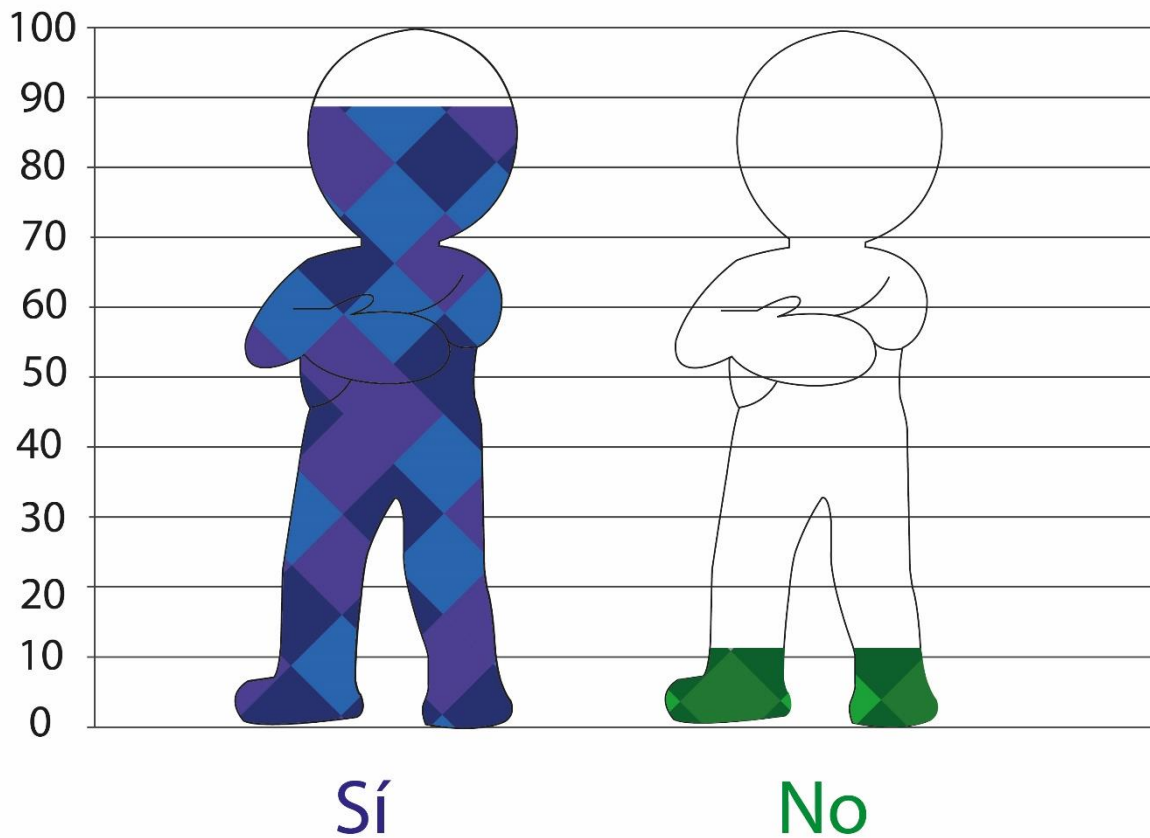
3. ¿Considera importante recopilar toda la información de la Iglesia Vida Real tv para obtener datos necesarios para iniciar el proyecto?



Interpretación

El 77.77% de las personas encuestadas sí considera importante recopilar toda la información de la iglesia Vida Real tv para obtener datos necesarios e iniciar el proyecto. El 22.22% no lo considera así.

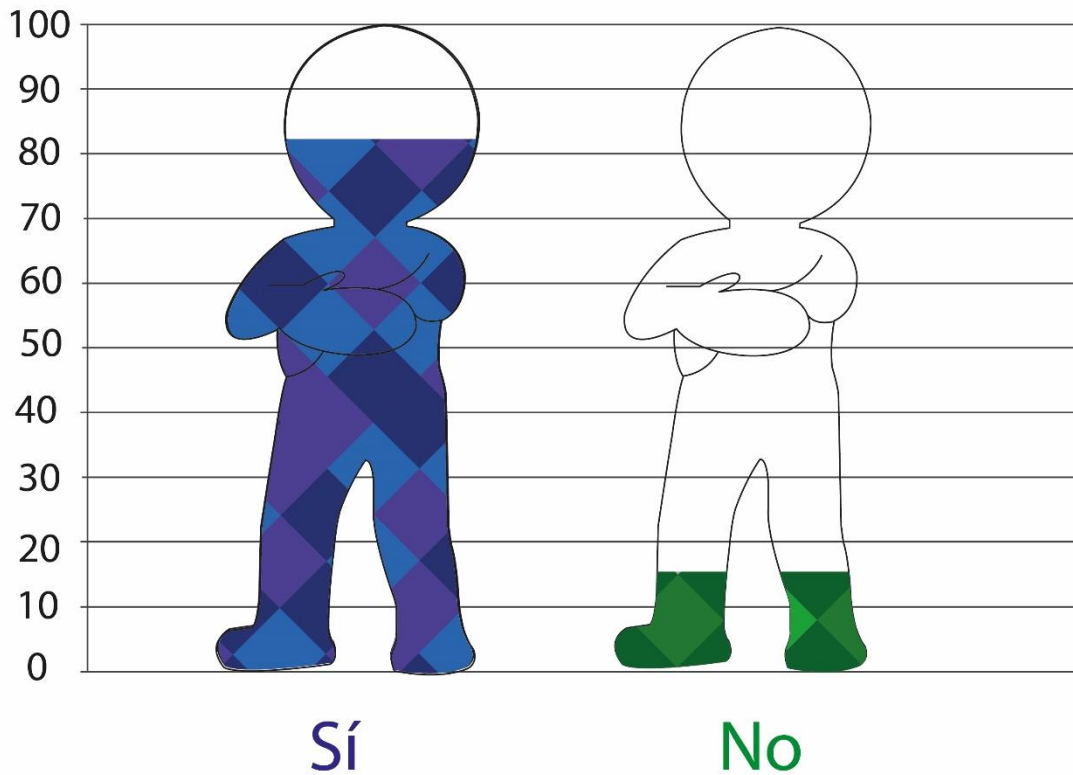
4. ¿Considera de suma importancia diagramar los elementos gráficos del instructivo digital interactivo para establecer el orden jerárquico y que el grupo lo comprenda?



Interpretación

El 88.88% de las personas encuestadas considera de suma importancia diagramar los elementos gráficos del instructivo digital interactivo para tener orden jerárquico y que el grupo lo comprenda. El 11.11% no lo considera importante.

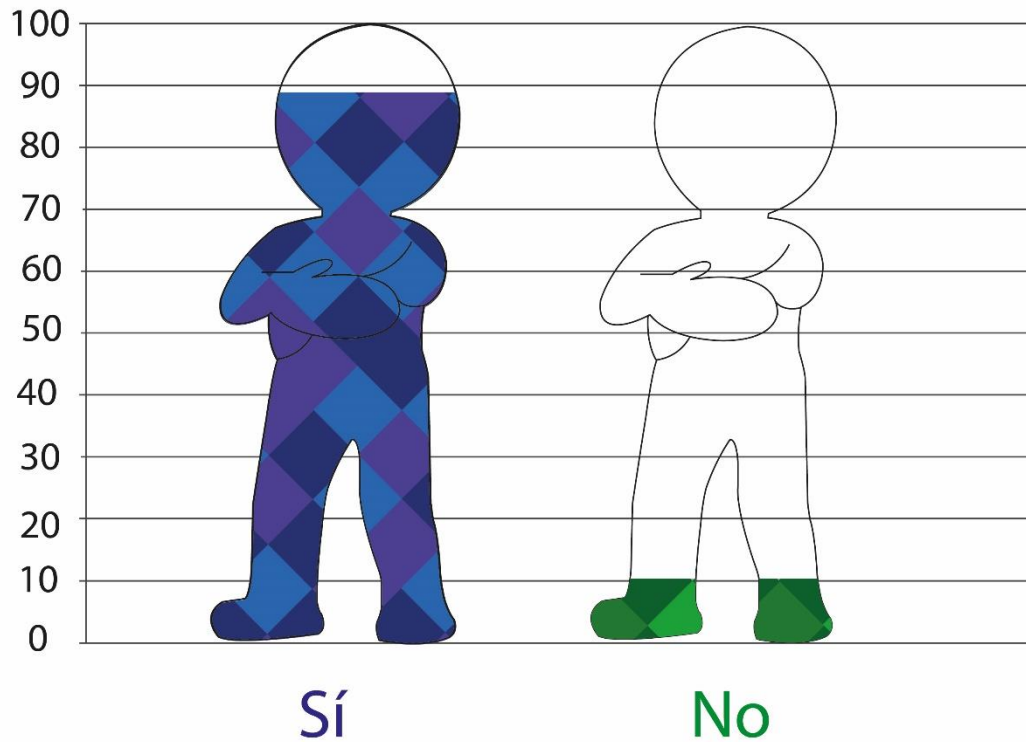
5. ¿Considera necesario fotografiar las actividades, personal e instalaciones para incluir estas imágenes en el instructivo digital interactivo?



Interpretación

El 85.2% sí considera necesario fotografiar las actividades, personal e instalaciones para incluir estas imágenes en el instructivo digital interactivo. El 14.81% considera que no es necesario.

6. ¿Considera importante unificar la línea gráfica para identificar el instructivo digital interactivo con la Iglesia Vida Real tv?

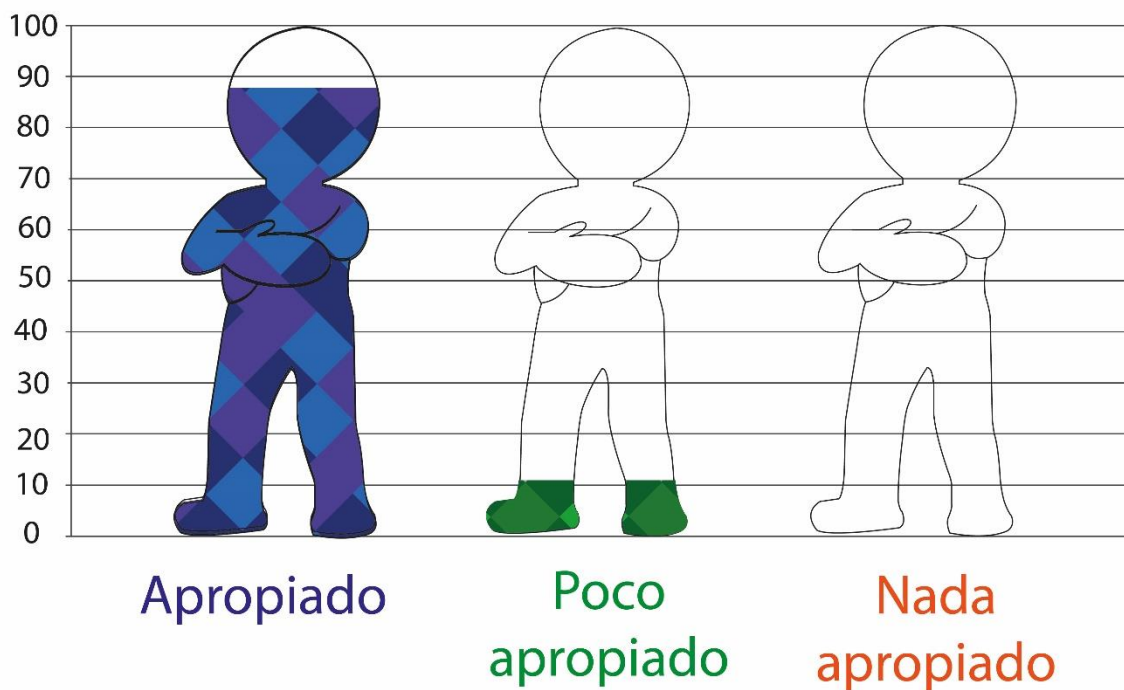


Interpretación

El 11.11% no considera importante unificar la línea gráfica para identificar el instructivo digital interactivo con la Iglesia Vida Real tv, mientras que el 88.88% sí lo considera importante.

Parte semiológica

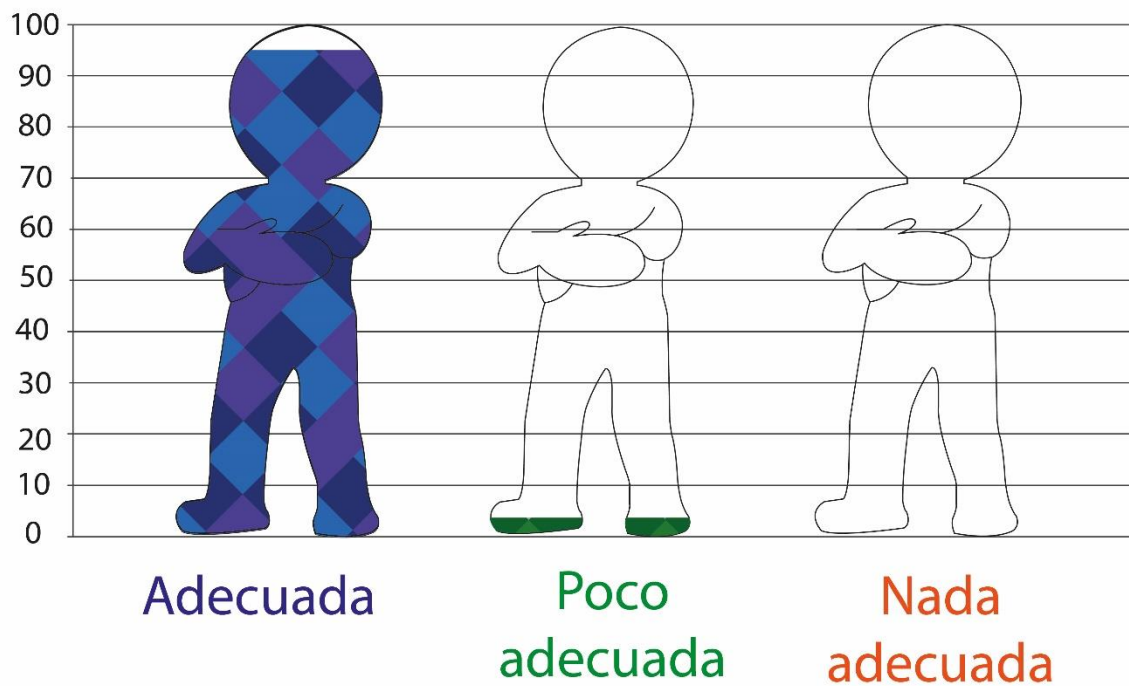
7. ¿Considera apropiados los colores utilizados en el diseño del instructivo digital interactivo?



Interpretación

El 88.88% de las personas encuestadas considera apropiados los colores que se utilizaron en el diseño del instructivo digital interactivo. El 11.11% considera poco apropiados los colores utilizados.

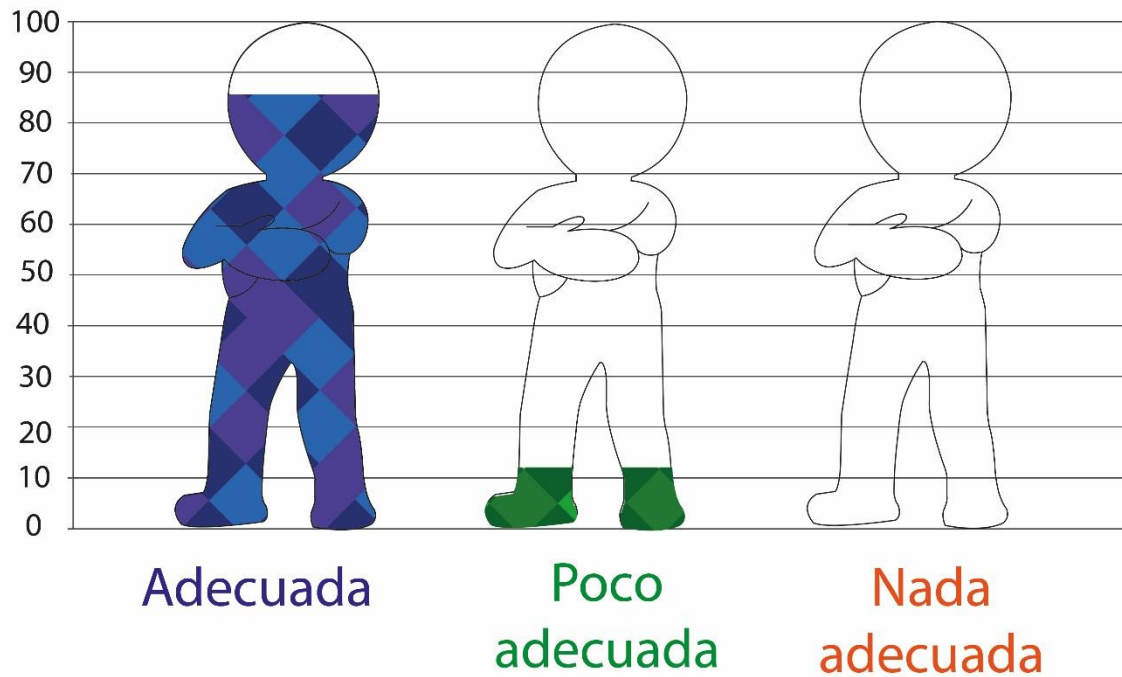
8. ¿Considera adecuada la diagramación en la que se estableció el orden de los elementos gráficos en el instructivo digital interactivo?



Interpretación

El 96.30% de las personas encuestadas considera adecuada la diagramación en la que se estableció el orden de los elementos gráficos en el instructivo digital interactivo. El 3.70% considera poco adecuada la diagramación.

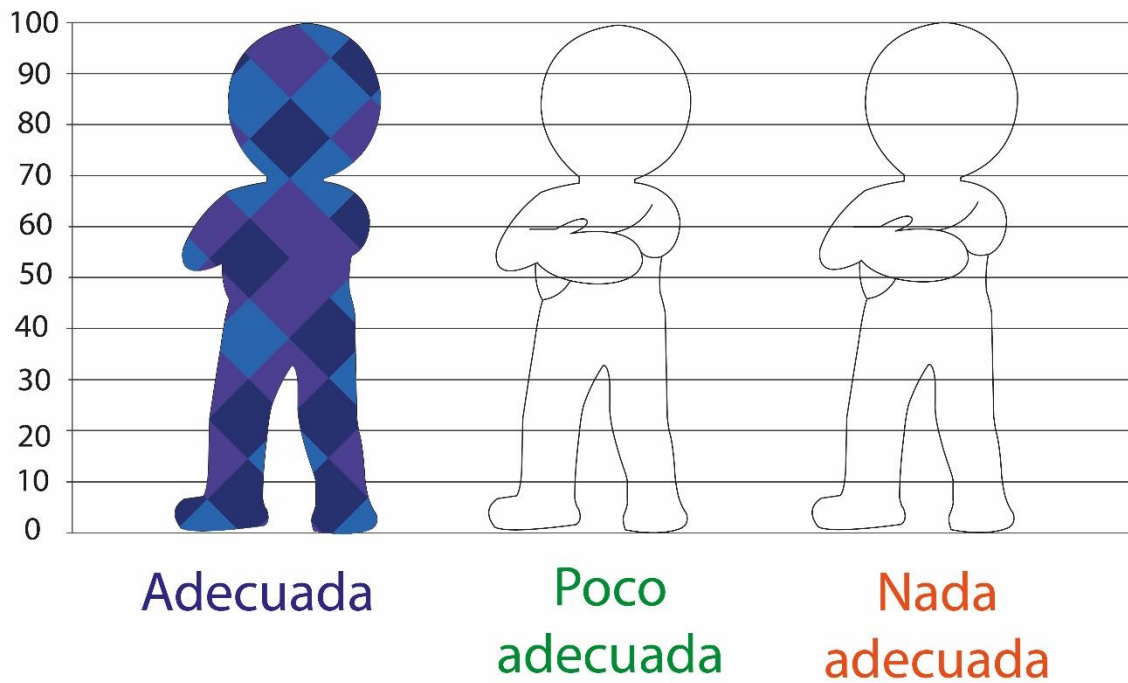
9. ¿Considera adecuada la tipografía que se utilizó en la elaboración del instructivo digital interactivo?



Interpretación

El 88.88% de las personas considera adecuada la tipografía que se utilizó en la elaboración del instructivo digital interactivo. El 11.11% considera poco adecuada la tipografía.

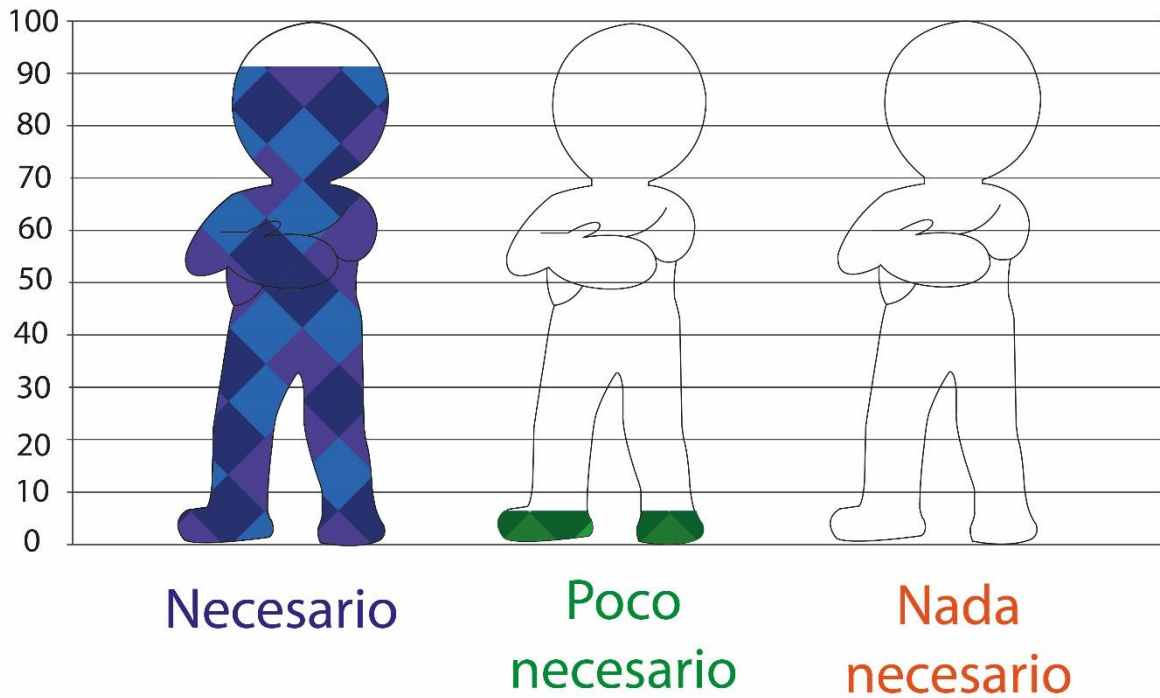
10. ¿Considera adecuada la composición que se creó en el instructivo digital interactivo?



Interpretación

El 100% de las personas encuestadas considera adecuada la composición que se creó en el instructivo digital interactivo.

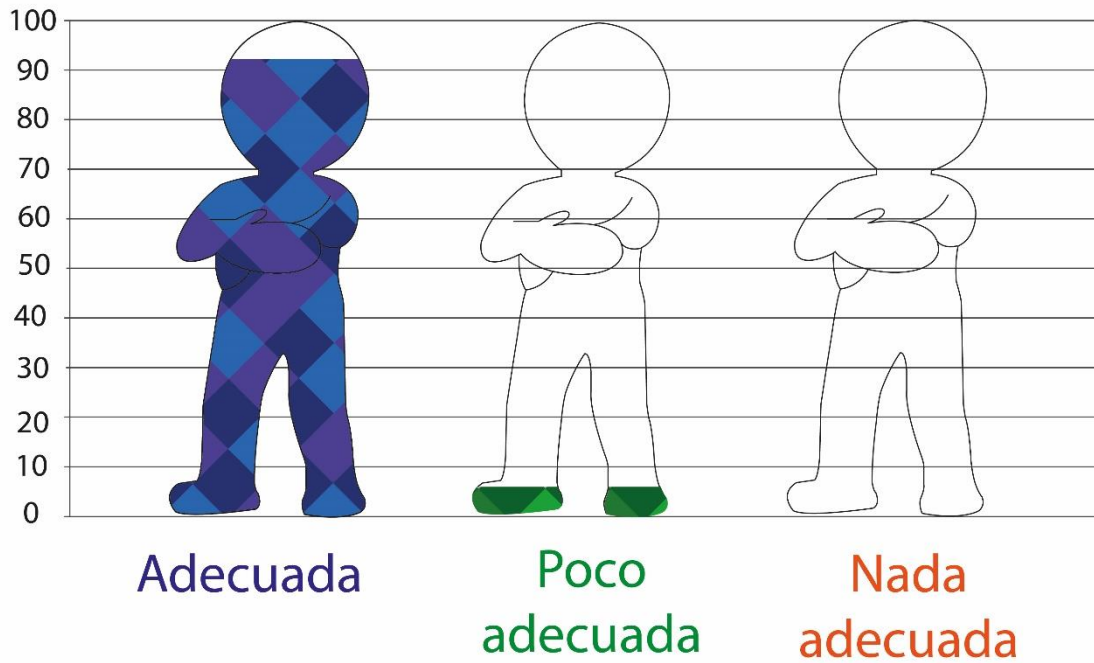
11. ¿Considera necesario el uso de ilustraciones para cada tema?



Interpretación

El 92.59% de las personas encuestadas considera necesario el uso de ilustraciones para cada tema. El 7.41 % considera poco necesario el uso de ilustraciones para cada tema.

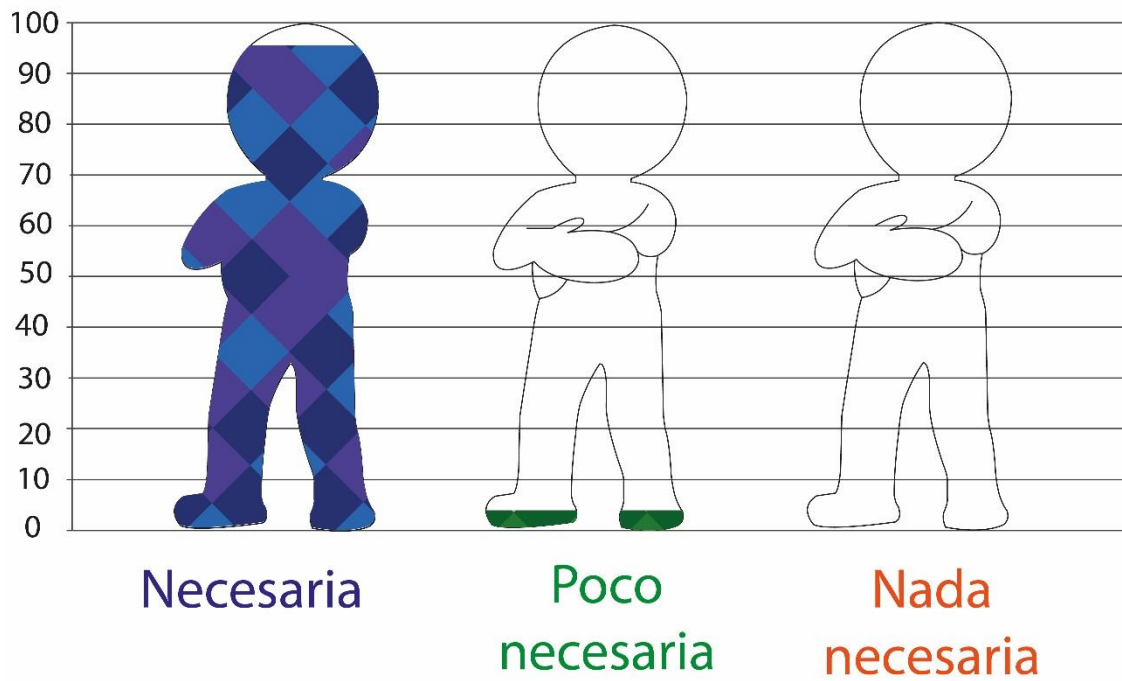
12. ¿Considera el diseño del material adecuado al grupo de personas que integran el movimiento?



Interpretación

El 92.59% de personas encuestadas considera el diseño del material adecuado al grupo de personas que integran el movimiento.

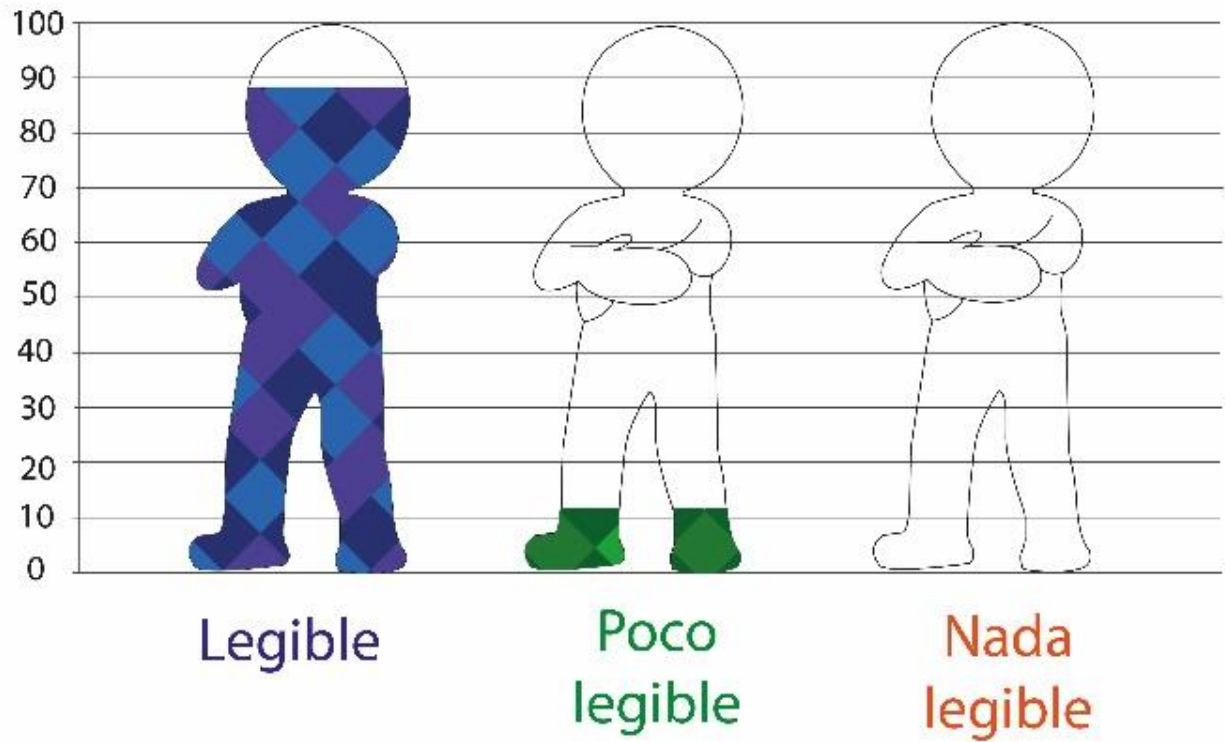
13. ¿Considera necesario integrar información general del movimiento?



Interpretación

El 96.30% considera necesario integrar información general del movimiento. El 3.70% considera poco necesario integrar información general del movimiento.

14. ¿Considera legible la tipografía empleada en el instructivo digital interactivo?

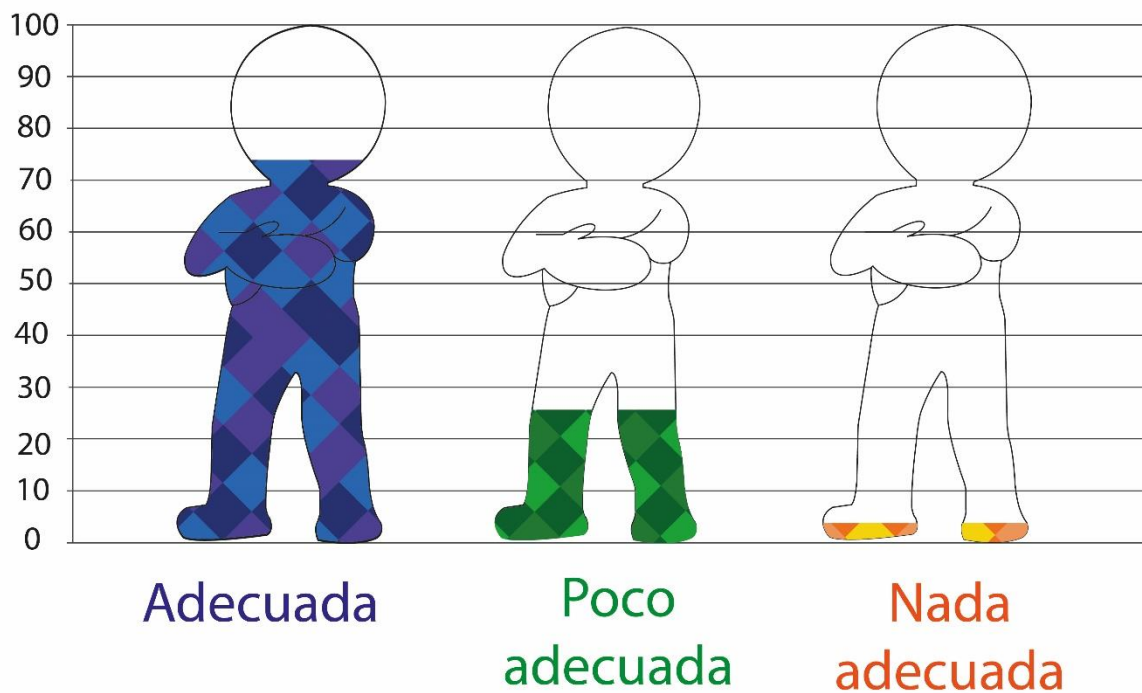


Interpretación

El 88.88% de las personas encuestadas considera legible la tipografía empleada en el instructivo digital interactivo. El 11.11% considera poco legible la tipografía empleada.

Parte Operativa

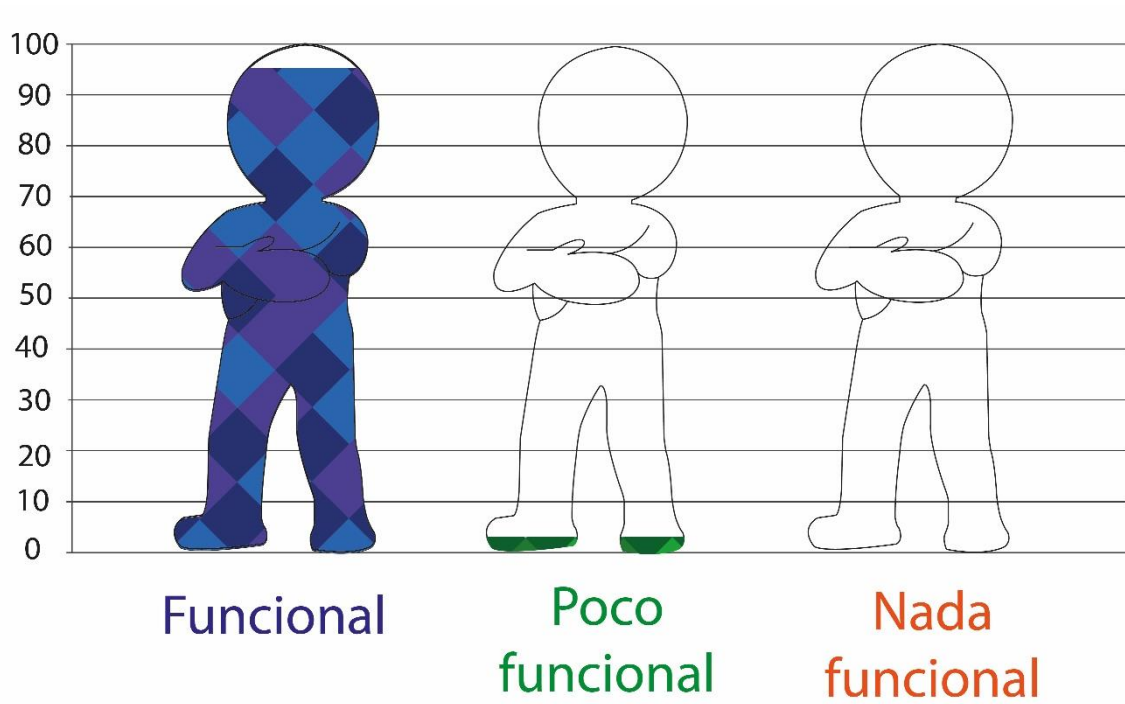
15. ¿Considera adecuado utilizar 3 diferentes tipografías en el instructivo digital interactivo?



Interpretación

El 74.07% de las personas encuestadas considera adecuado utilizar 3 diferentes tipografías en el instructivo digital interactivo. El 25% considera poco adecuado emplear 3 diferentes tipografías y el 3.70% considera nada adecuado usar 3 diferentes tipografías.

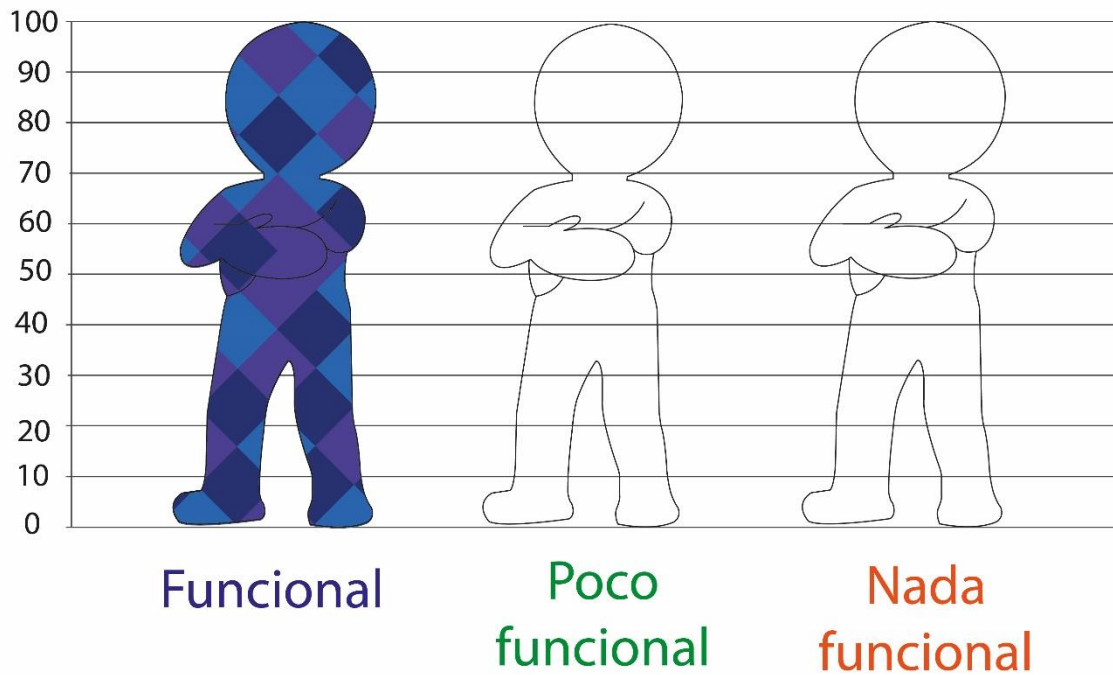
16. ¿Considera funcional el número de páginas?



Interpretación

El 96.30% de personas encuestadas considera funcional el número de páginas. El 3.70% considera poco funcional el número de páginas.

17. ¿Considera que es funcional el que se entregue el instructivo de forma digital para que la Iglesia Vida Real tv lo utilice de la forma que desee?



Interpretación

El 100% de las personas encuestadas considera que es funcional el que se entregue el instructivo interactivo de forma digital, para que la Iglesia Vida Real tv lo utilice de la forma que desee.

8.4 Cambios en base a los resultados

8.4.1 Índice

Antes

| | |
|--|---|
| ÍNDICE | |
| 06 Líderes 07 ¿Qué es Vida Real? 08 ¿Qué es Sumando Talentos? Temas Instructivos 09 Metodología 1+D+I 13 Generación de la Idea 17 FODA | 25 Mercado 27 Canvas 31 Métricas 43 Para controles empresariales 55 Para presentar en el emprendimiento |
| | Aniversario 63 Aniversario 67 Emprendedores 73 Empresas 79 Galería |

Después

| | |
|---|--|
| ÍNDICE | |
| 04 Líderes 05 ¿Qué es Vida Real? 06 ¿Qué es Sumando Temas Instructivos 07 Metodología 1+D+I 11 Generación de la Idea | 19 FODA 31 Mercado 33 Canvas 39 Métricas 53 Para controles empresariales 67 Para presentar en el emprendimiento |

Descripción de cambios:

- 1) Se aumentaron de tamaño los rombos de colores para que quedaran 4 columnas.
- 2) El texto se redujo a una página.

Antes

Después



Descripción de cambios:

- 1) El primer cuadro de texto se redujo de tamaño para que se diferenciara con las siguientes dos columnas que se encuentran abajo.
- 2) El subtítulo de “Ejemplo fortalezas” se colocó en negrillas, para que resalte sobre el demás texto.

Antes

Métricas sugeridas para un arranque

1 → **Aquisición de fuente**
No. de clientes /usuario que se ha atraído por segmento de mercado

Activación
Mide nuestra capacidad de convertir a un potencial interesado en un cliente potencial.

Conversión
Mide la capacidad de convertir a un cliente potencial en un cliente.

Retención
La capacidad que un cliente se quede permanentemente con nosotros.

Referencia
El número de clientes nuevos que vienen porque un cliente existente los ha traído.

Tasa de rotación
La cantidad de clientes que se van.

Cientes perdidos = (clientes iniciales + clientes nuevos) - clientes finales.
Tasa de rotación = (Clientes perdidos / clientes iniciales) *100.

Costo adquisición
Cuanto ha costado atraer a un nuevo cliente.

Ciclo de vida cliente
Margen bruto que se saca cuando el cliente esta con nosotros. CVC=(ingresos medios/mes margen bruto mes)* ciclo de vida.

Cociente de rentabilidad captación
Cuanto dinero utilizamos mensualmente y a que velocidad se consumen los fondos.

5.5 pulg.

11 pulg.

Después

Métricas sugeridas para un arranque

1 → **Aquisición de fuente**
No. de clientes /usuario que se ha atraído por segmento de mercado

Activación
Mide nuestra capacidad de convertir a un potencial interesado en un cliente potencial.

Conversión
Mide la capacidad de convertir a un cliente potencial en un cliente.

Retención
La capacidad que un cliente se quede permanentemente con nosotros.

Referencia
El número de clientes nuevos que vienen porque un cliente existente los ha traído.

Tasa de rotación
La cantidad de clientes que se van.

Cientes perdidos = (clientes iniciales + clientes nuevos) - clientes finales.
Tasa de rotación = (Clientes perdidos / clientes iniciales) *100.

Costo adquisición
Cuanto ha costado atraer a un nuevo cliente.

Ciclo de vida cliente
Margen bruto que se saca cuando el cliente esta con nosotros. CVC=(ingresos medios/mes margen bruto mes)* ciclo de vida.

Cociente de rentabilidad captación
Cuanto dinero utilizamos mensualmente y a que velocidad se consumen los fondos.

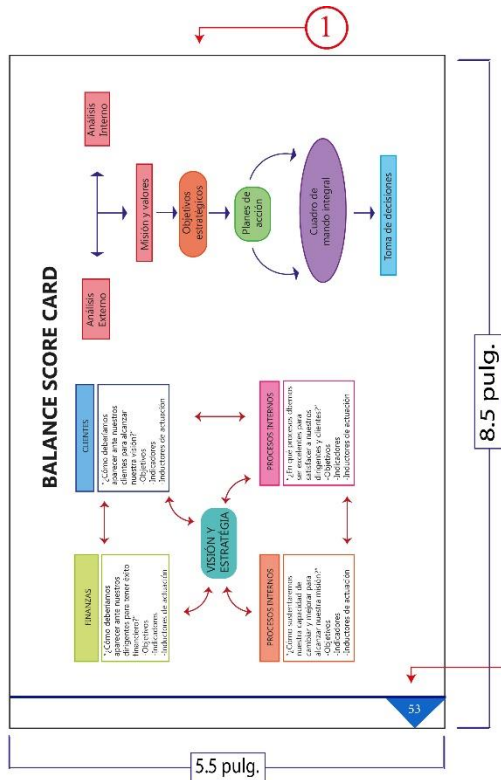
5.5 pulg.

8.5 pulg.

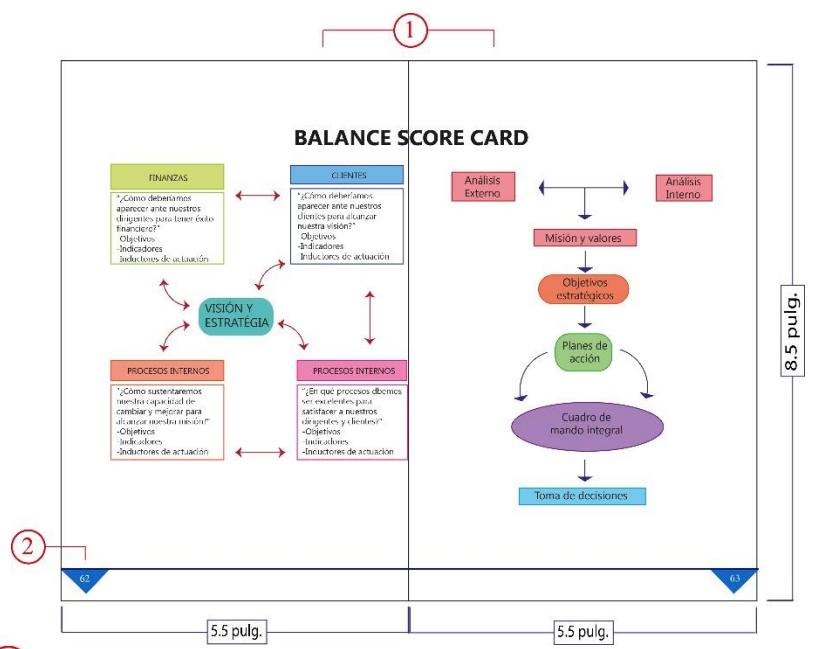
Descripción de cambios:

- 1) Los subtítulos de la página se colocaron en negrilla para resaltar

Antes

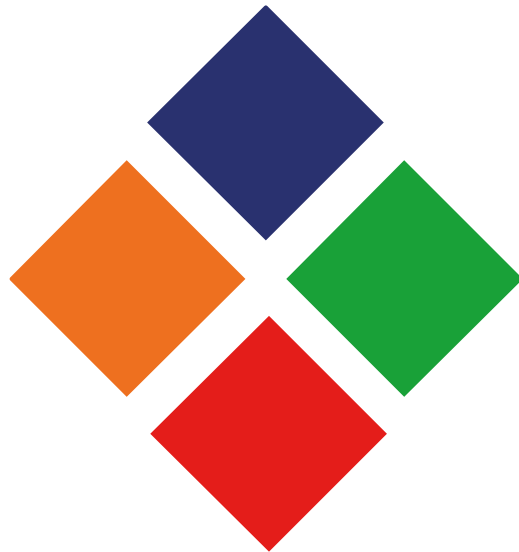


Después



Descripción de cambios:

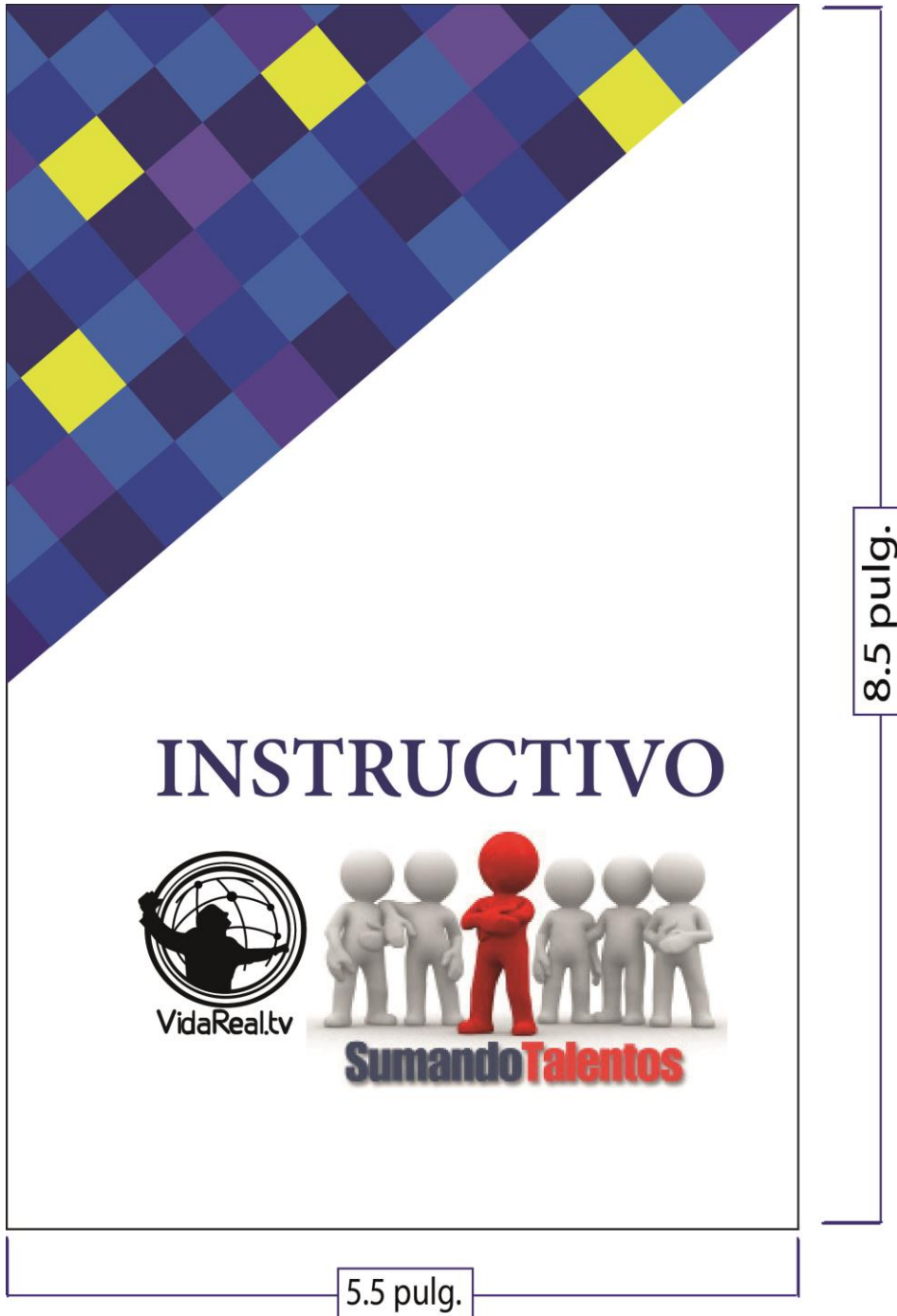
- 1) Se cambió la orientación de la gráfica, de vertical a horizontal, utilizando dos páginas.
- 2) Cambió el número de página debido al uso de dos páginas.



Capítulo IX

Propuesta gráfica final

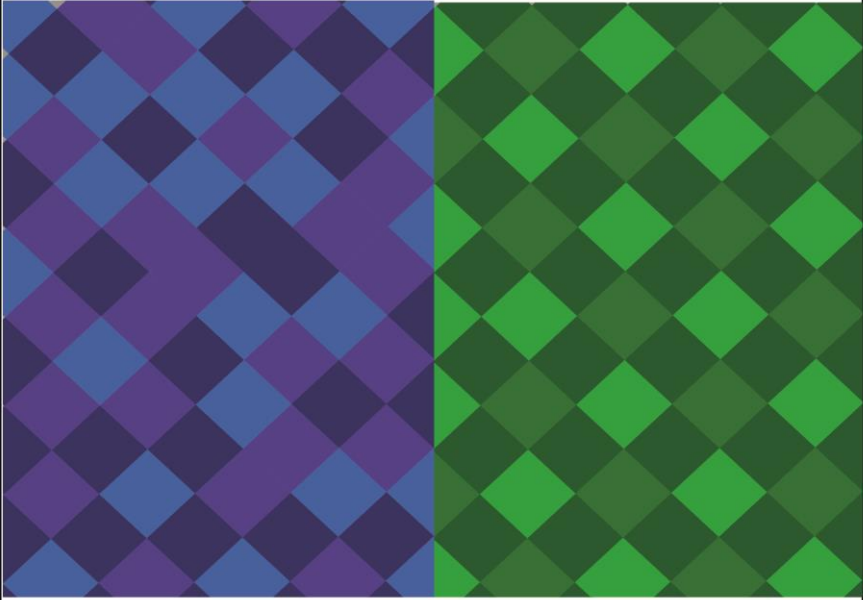
Portada



Descripción

La portada tiene colores fríos (azul y morado) con un poco de colores cálidos. Tiene el logotipo de la iglesia del movimiento. La decoración son rombos, que se obtienen de las divisiones que son parte del círculo, por lo que se unifica la línea gráfica.

Introducción



INTRODUCCIÓN

Este instructivo digital interactivo es un material que explica qué es Sumando Talentos, qué es iglesia Vida Real tv y temas instructivos que se explican en el movimiento Sumando Talentos.

Con este material se busca facilitar la información a cada integrante del movimiento. Este busca enseñar temas empresariales junto con enseñanzas bíblicas, complementándose entre sí para una enseñanza integral.

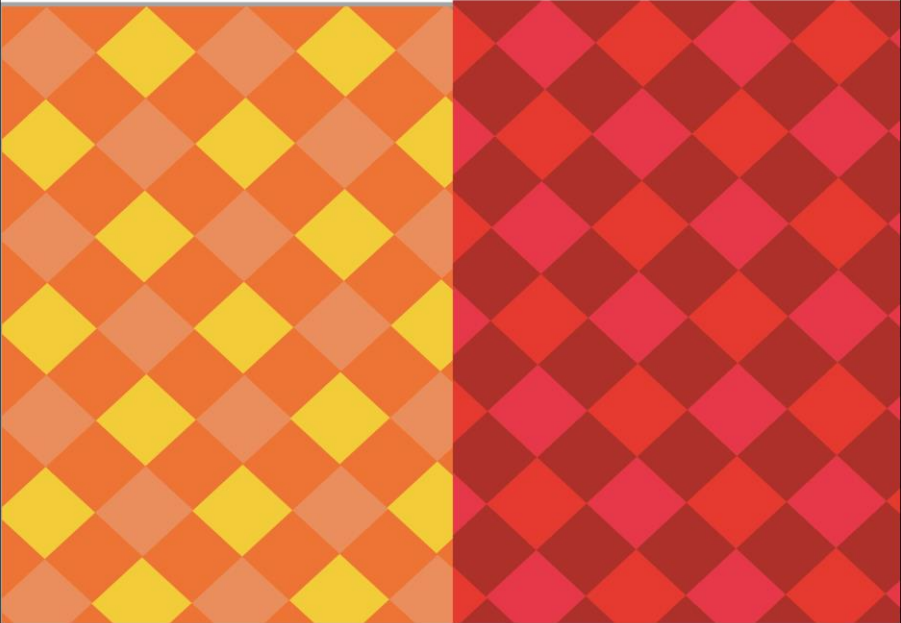
8.5 pulg.

5.5 pulg.

Descripción

La introducción tiene elementos decorativos con colores fríos. En ella se explica en qué consiste el instructivo digital interactivo.

Índice



8.5 pulg.

ÍNDICE

| | |
|--------------------------|--|
| 04 Líderes | 19 FODA |
| 05 ¿Qué es Vida Real? | 31 Mercadeo |
| 06 ¿Qué es Sumando | 33 Canvas |
| Temas instructivos | 39 Métricas |
| 07 Metodología I+D+I | 53 Para controles empresariales |
| 11 Generación de la idea | 67 Para presentar en el emprendimiento |

5.5 pulg.

Descripción

El índice tiene elementos decorativos con colores cálidos. Tiene cada tema y su respectivo número de página.

LÍDERES



Alex Gudiel es el pastor de Ministerios. El movimiento Sumando talentos se encuentra bajo su cobertura.



Licenciada Ana Silvia Sáenz de Tejada, es la directora del movimiento Sumando Talentos.


4

8.5 pulg.

5.5 pulg.

Descripción

En esta página se encuentran los líderes del movimiento, con sus respectivas fotografías y descripción del cargo que tiene cada uno.



¿Qué es iglesia Vida Real tv?

La Iglesia Vida Real tv es una entidad que desea influir en las personas, formando una comunidad para crecer juntos, pero ante todo honrar a Dios con las acciones. Está conformada por 60 ministerios entre ellos, "Sumando Talentos".

Vida Real. Tv es una iglesia para los que han renunciado a las reuniones tradicionales, un lugar donde los sermones son positivos, prácticos y tienen una relación con la vida diaria. Los miembros son amigables con las visitas y usted puede estar seguro de la calidad del cuidado de sus niños. Somos un grupo de personas felices y amigables que hemos descubierto el gozo de practicar la vida cristiana. Es nuestro deseo que usted pueda experimentar la presencia de Dios y que esta sea una experiencia transformadora en su vida. Como pastores a cargo de esta iglesia le damos la más cordial bienvenida a nuestro sitio Web y lo invitamos a que

se informe de quienes somos y nos visite en nuestra Iglesia en su primera oportunidad. Nuestro interés es ayudarlo a tener la mejor relación con Cristo. Atentamente y a su servicio, Rony & Ninoschka Madrid Pastores "Vida Real.Tv".

En las creencias esenciales – Tenemos unidad
"Hay un solo cuerpo y un solo Espíritu...un solo Señor, una sola fe, un solo bautismo; un solo Dios y Padre de Todos." Efesios 4:4-6 (NVI).

En creencias no esenciales – Tenemos Libertad

En nuestras creencias – Mostramos caridad
"Si tengo el don de profecía y entiendo los ministerios y todo el conocimiento, y tengo una fe que logra trasladar montañas, pero no tengo amor, no soy nada." 1 Corintios 13:2 (NVI).

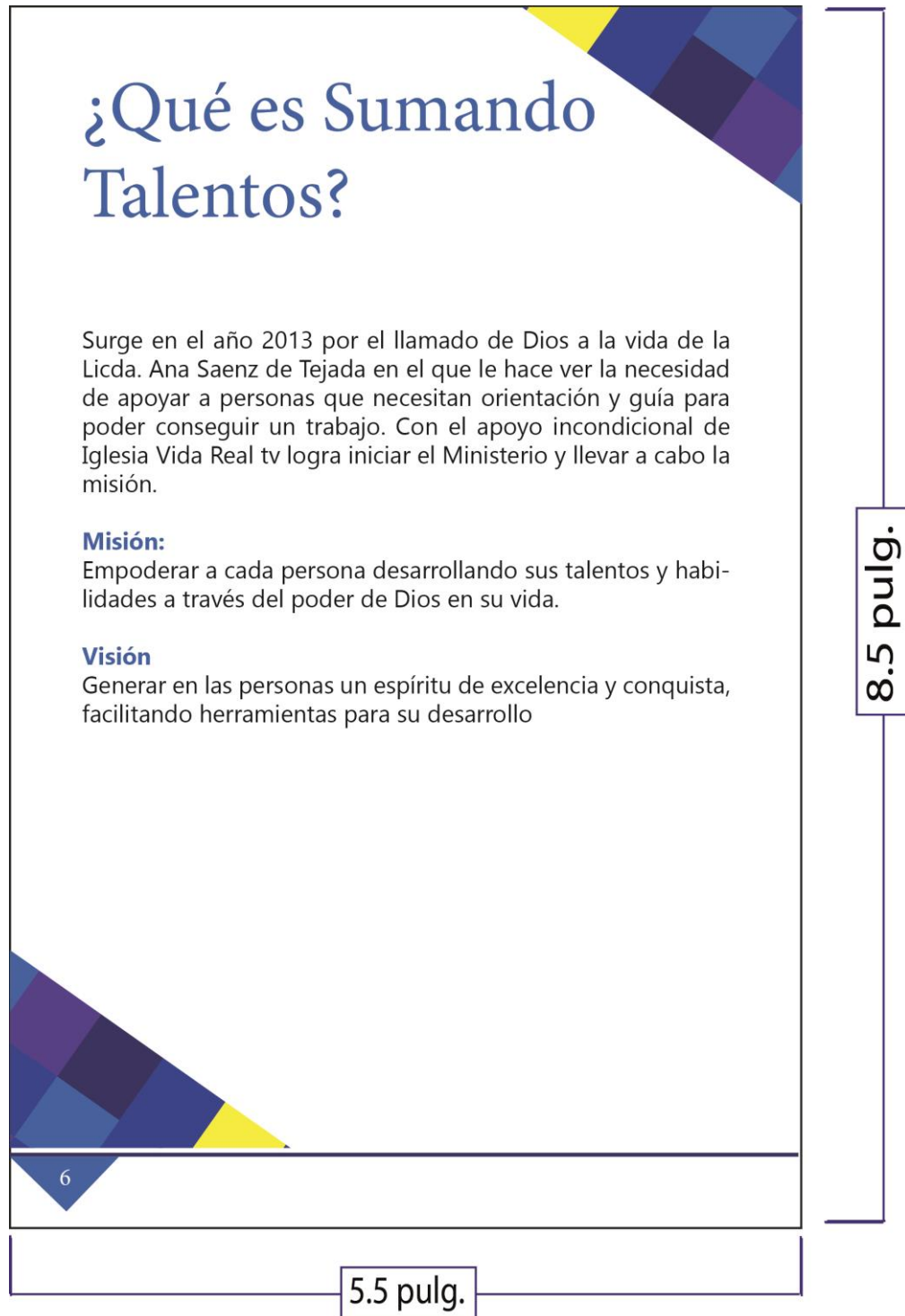
5

5.5 pulg.

8.5 pulg.

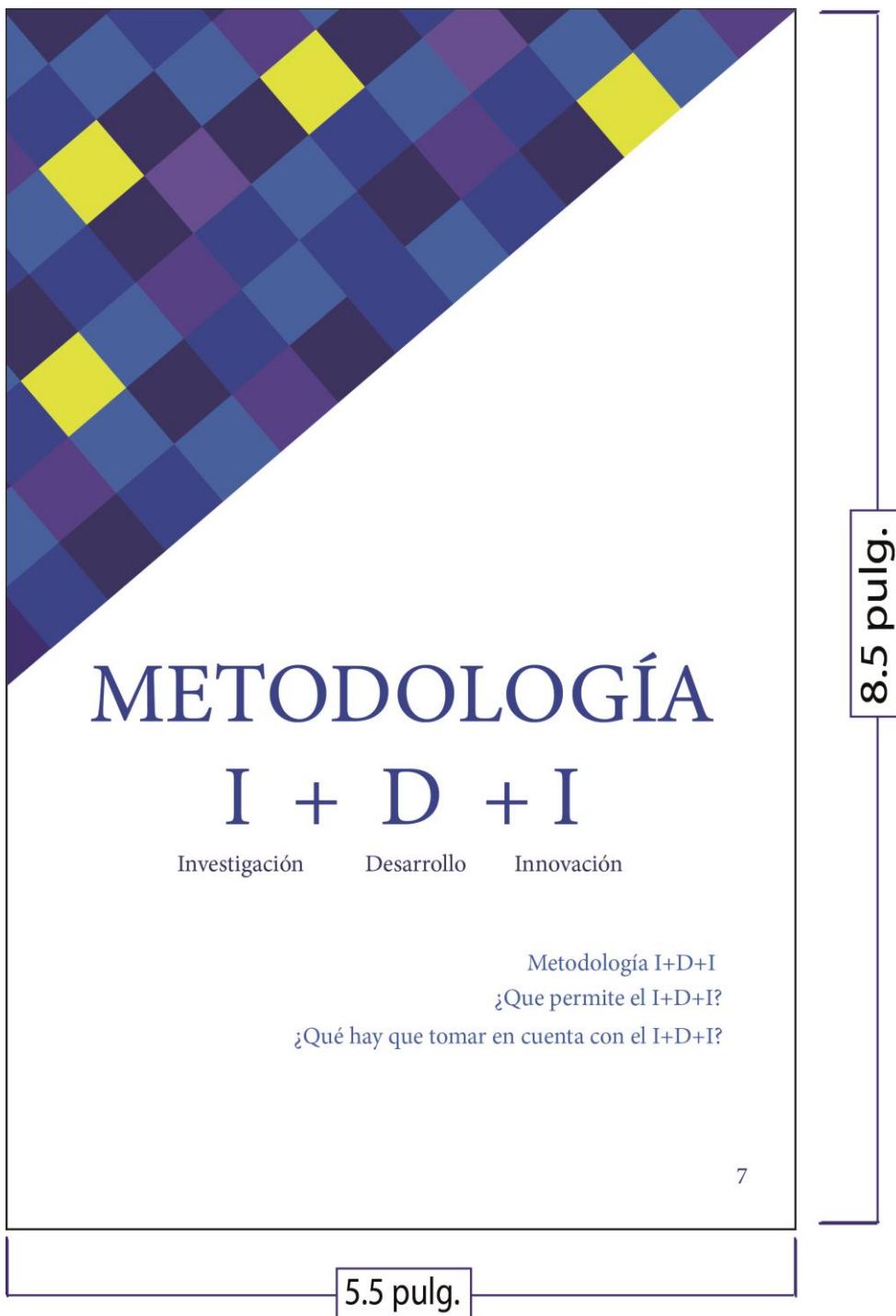
Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica qué es iglesia Vida Real.



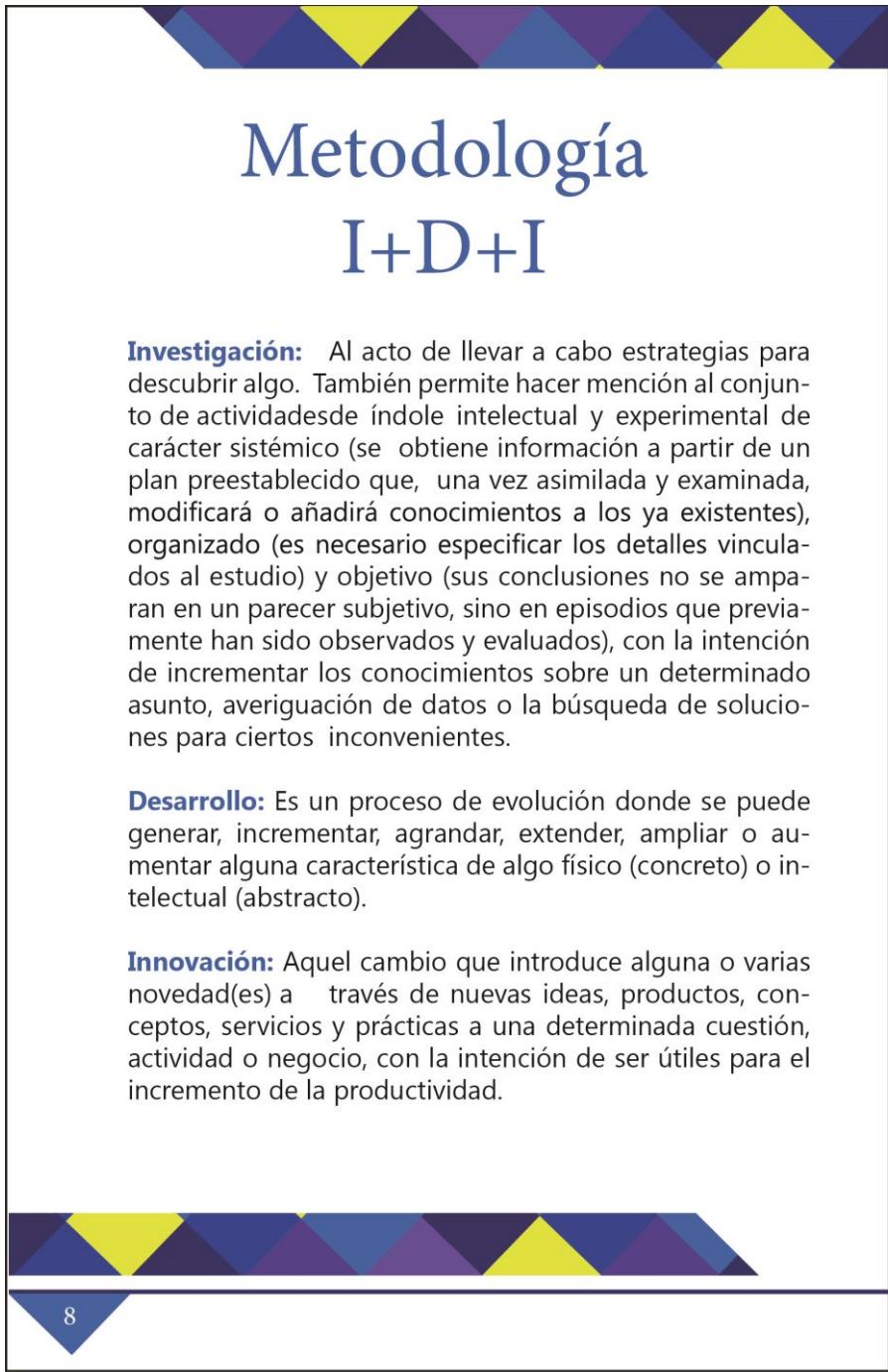
Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica qué es Sumando Talentos, su misión y visión.



Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y es la carátula del primer tema del instructivo.



Metodología I+D+I

Investigación: Al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistémico (se obtiene información a partir de un plan preestablecido que, una vez asimilada y examinada, modificará o añadirá conocimientos a los ya existentes), organizado (es necesario especificar los detalles vinculados al estudio) y objetivo (sus conclusiones no se amparan en un parecer subjetivo, sino en episodios que previamente han sido observados y evaluados), con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto, averiguación de datos o la búsqueda de soluciones para ciertos inconvenientes.

Desarrollo: Es un proceso de evolución donde se puede generar, incrementar, agrandar, extender, ampliar o aumentar alguna característica de algo físico (concreto) o intelectual (abstracto).

Innovación: Aquel cambio que introduce alguna o varias novedad(es) a través de nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad.

8

5.5 pulg.

8.5 pulg.

Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica la metodología I+D+I.

¿Qué permite el I+D+I?

Entre otras cosas

- Identificación de Oportunidades
- Análisis y Selección de Ideas
- Identificar la necesidad
- Búsqueda
- Valoración para la toma de decisión
- Reflexión para nuevas ideas, a través de análisis interno y externo
- Caracterización de escenarios de evolución
- Identificación de casos de éxito y fracaso
- Obtener datos de evolución del mercado
- Comparar productos de competencia
- Analizar oportunidades de alianza

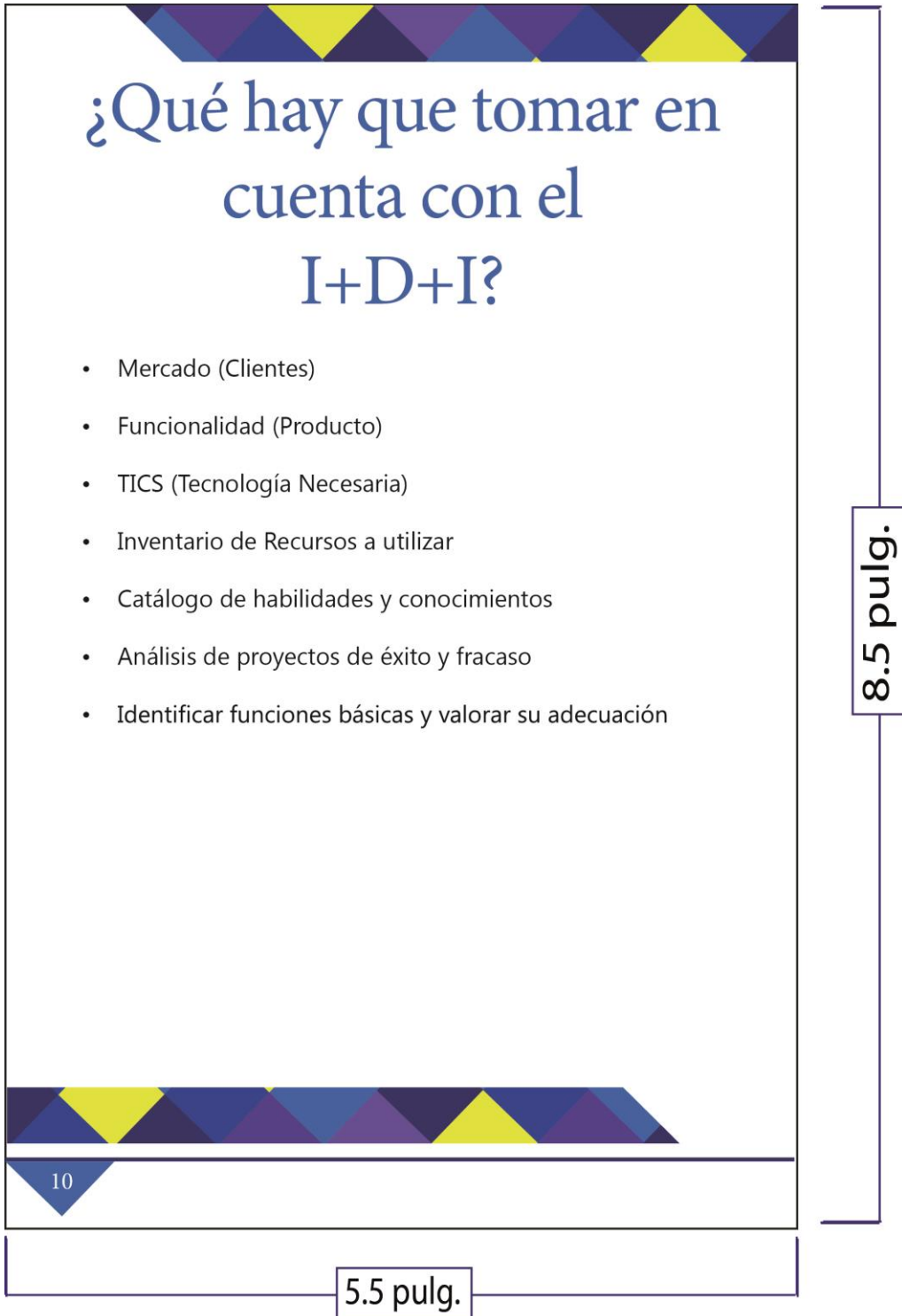
9

5.5 pulg.

8.5 pulg.

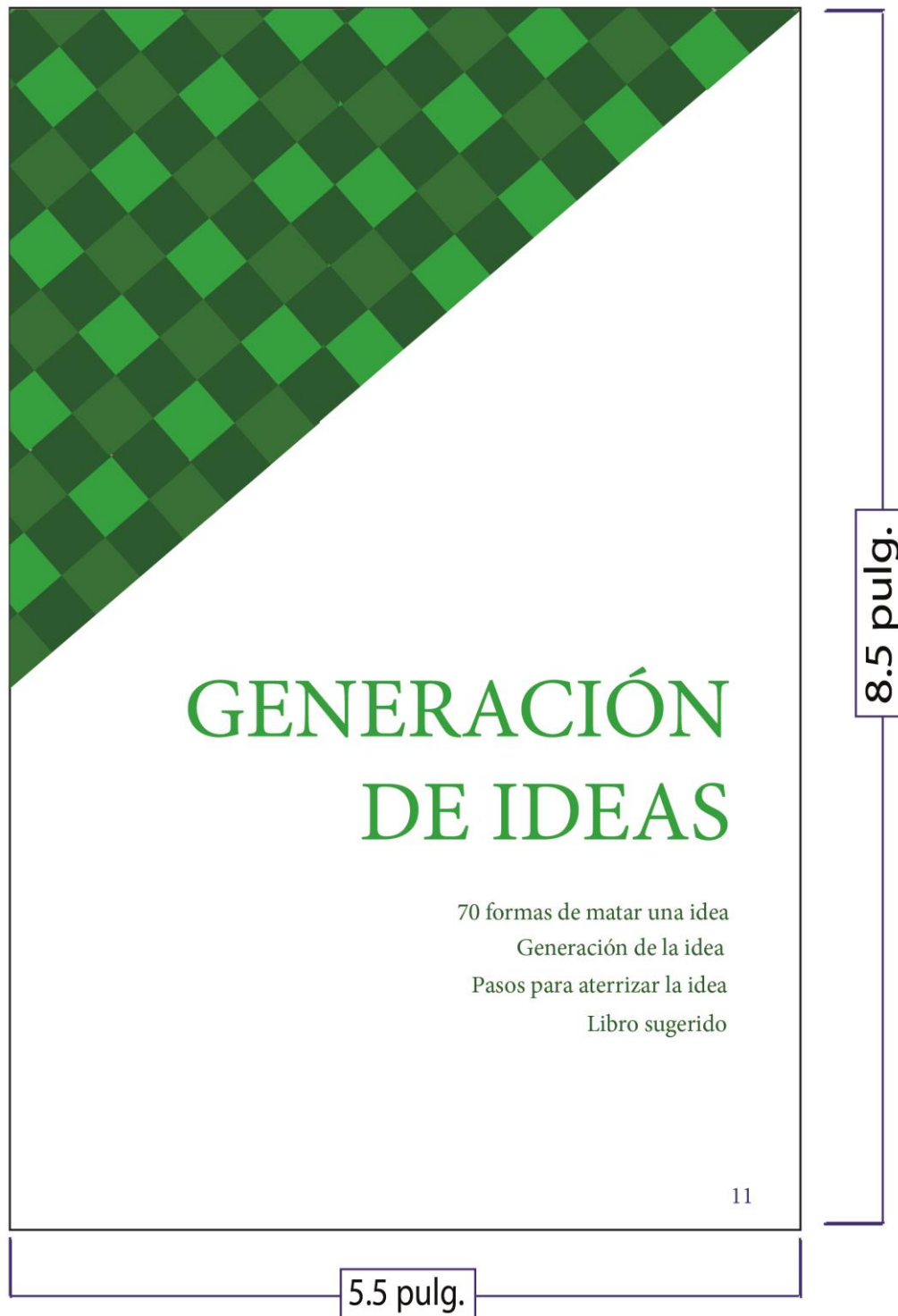
Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica qué permite el I+D+I.



Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica qué hay que tomar en cuenta con el I+D+I.



Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y es la carátula del segundo tema del instructivo digital interactivo.

70 formas de

1. No me acaba de gustar.
2. Nunca la aceptarán.
3. Ya lo intentamos antes y no funcionó.
4. No encaja dentro del sistema.
5. ¿Quién lo va a hacer?
6. Ya se ha hecho hasta el cansancio.
7. No va de acuerdo con nuestras normas.
8. ¿Estamos listos para ella?
9. ¿Qué dirán los de allá arriba?
10. ¡No lo dirás en serio!
11. No va de acuerdo con nuestra imagen.
12. No es nuestro estilo.
13. Parece demasiado sencilla.
14. Parece demasiado complicada.
15. Va a costar una fortuna.
16. Jamás tendremos tiempo de realizarla.
17. Ese no es asunto nuestro.
18. Estamos demasiado excedidos.
19. El último tipo que vino con una idea como esa ya no trabaja aquí.
20. Me parece una idea loca.
21. ¿Qué tiene de nuevo?
22. Nunca hemos hecho algo así.
23. Se le habrá ocurrido a alguien hacer algo semejante antes.
24. Básicamente no me gusta.
25. Debes estar bromeando.
26. ¿Quién lo dice?
27. Crea tantos problemas como los resuelve.
28. Ja, ja, ja.
29. (Silencio.)
30. No es problema tuyo.
31. Ese no es tu trabajo.
32. No es consistente con las cosas que hacemos aquí.
33. Ya lo había oído antes.
34. Que la examine un comité.
35. Hay que hacer una encuesta.
36. ¿Qué te parece si nos reunimos otro día para discutirla?
37. Sólo causará problemas.

12

8.5 pulg.

5.5 pulg.

Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y es la primera parte de las 70 formas de matar una idea.

matar una idea

38. ¿Cómo demonios se te ocurrió eso?
39. No te va a dejar hacer eso.
40. Déjamela...yo la voy a examinar un poco más adelante.
41. Recuerda que el cliente es muy conservador.
42. No es factible.
43. Seamos realistas.
44. No es de mi competencia.
45. No es el tiempo adecuado.
46. Es una gran idea, pero no para nosotros.
47. Tengo una mejor idea.
48. La gente va a decir que somos tontos.
49. La gente va a decir que somos descuidados.
50. ¿Qué dirá la gente?
51. Vuelve a presentármela dentro de un mes.
52. La han venido proponiendo por años.
53. Nunca va a venderse.
54. No va a dar resultado.
55. No tiene garra.
56. Déjame hacer el papel de abogado del diablo.
57. Obviamente leíste mal.
58. ¿Ya lo pensaste bien?
59. Necesitamos algo más excitante.
60. ¿Realmente crees que va a dar resultados?
61. Nadie va a entender lo que quiere decir.
63. Nadie va a saber de dónde viene.
64. Ese es tema para otra reunión.
64. Necesita más chispa.
65. Perderemos hasta la camiseta.
66. Ésta únicamente soluciona la mitad del problema.
67. ¿Para qué tomarse la molestia?
68. Esa es nueva para mí.
69. Está verdaderamente fantástica, pero...
70. Es muy interesante pero...

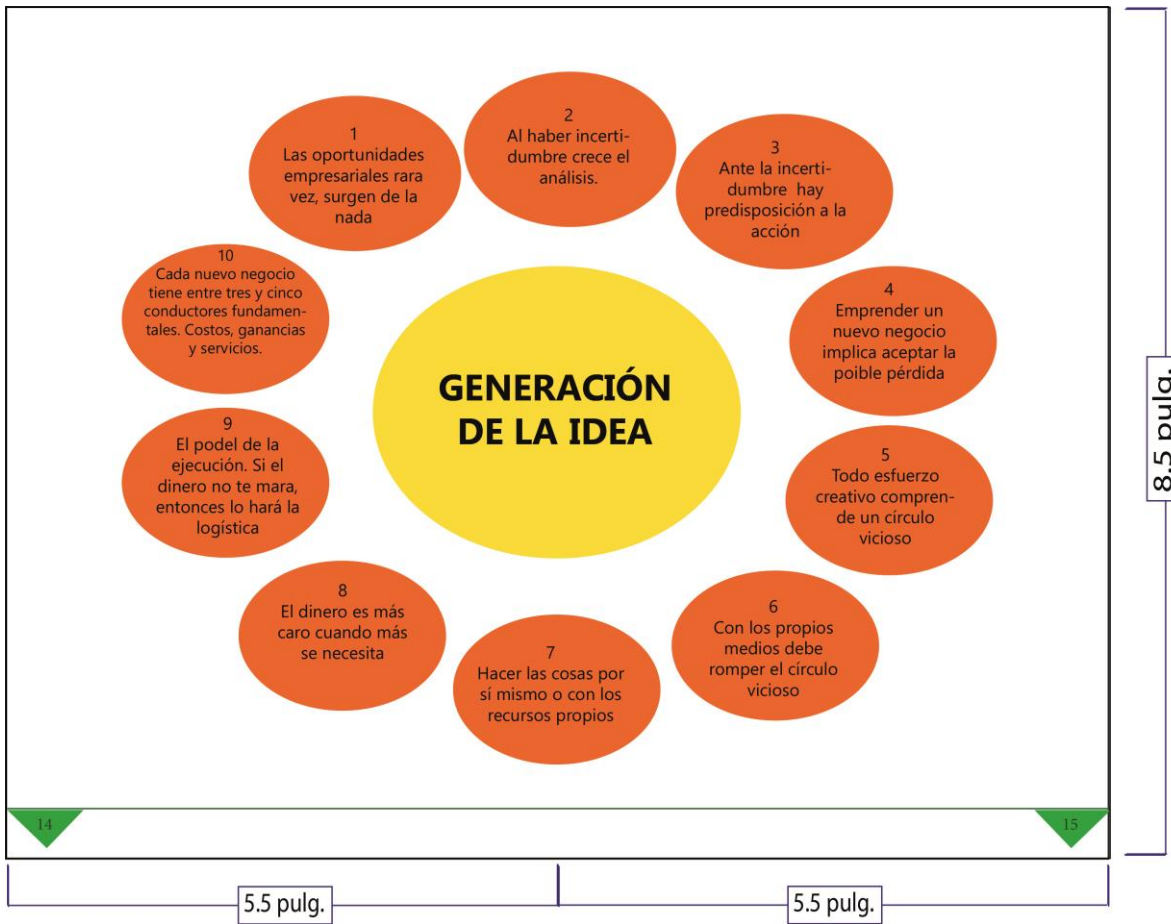
8.5 pulg.

13

5.5 pulg.

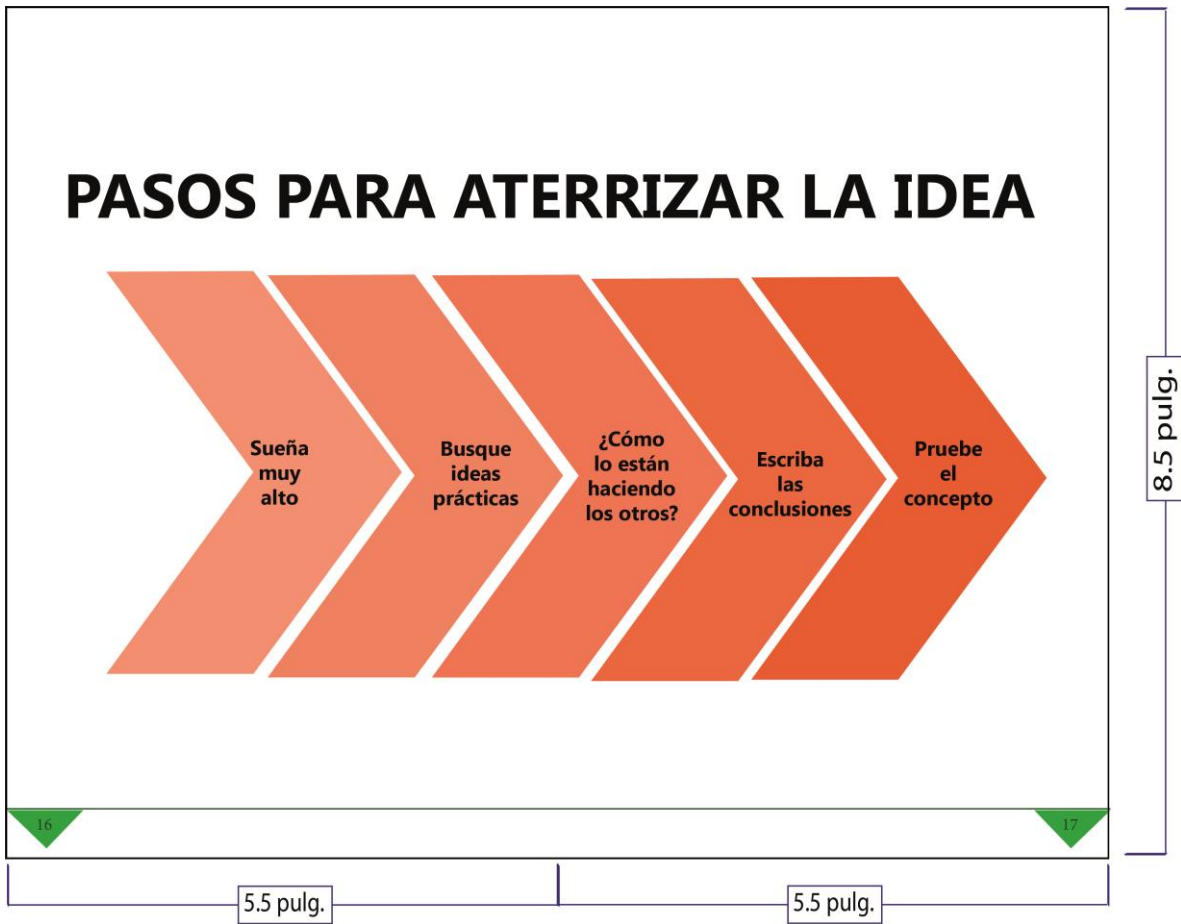
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y es la segunda parte de las 70 formas de matar una idea.



Descripción

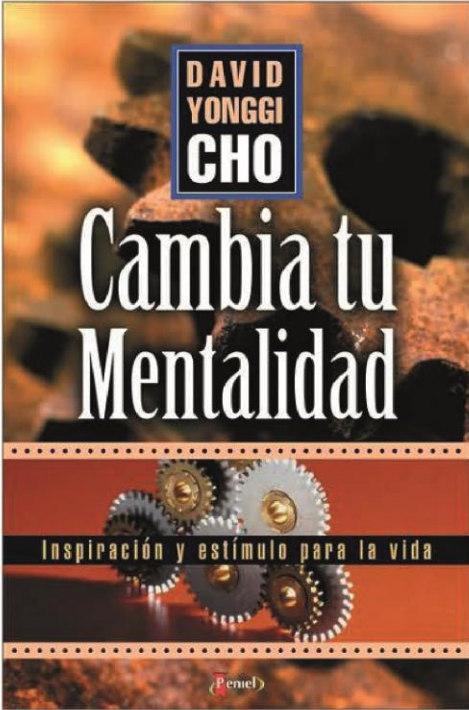
Estas páginas contienen una gráfica que enseña la generación de la idea.



Descripción

Estas páginas contienen una gráfica que enseña los pasos para cristalizar la idea.

Libro sugerido



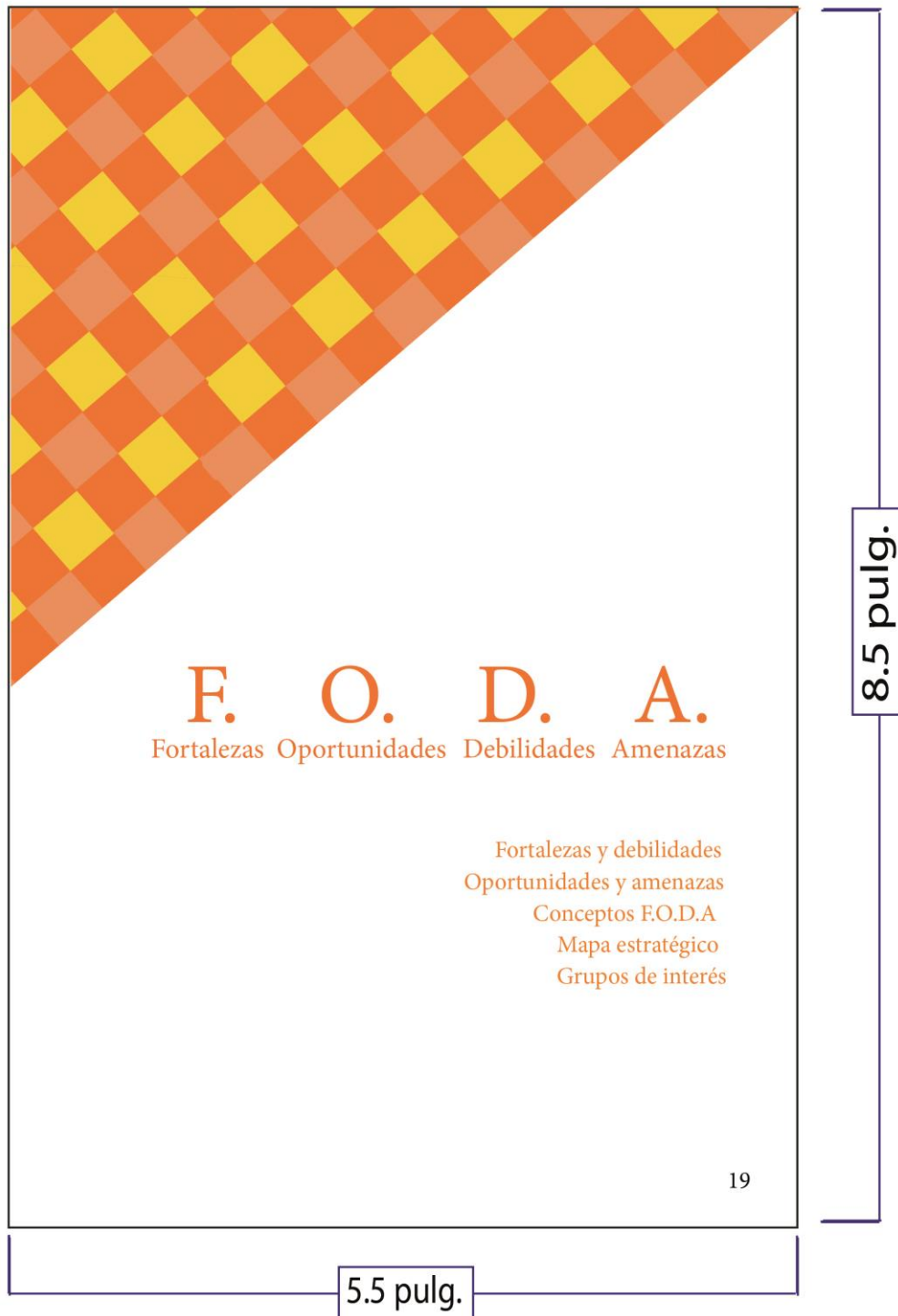
8.5 pulg.

18

5.5 pulg.

Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y muestra la carátula del libro sugerido para el segundo tema del instructivo digital interactivo.



Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de anaranjado con amarillo y es la carátula del tercer tema del instructivo digital interactivo.

FORTALEZAS

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Ejemplo fortalezas

| | |
|--------------------------------------|---|
| -Buen ambiente laboral | -Experiencia de los recursos humanos |
| -Proactividad en la gestión | -Recursos humanos motivados y contentos |
| -Conocimiento del mercado | -Procesos técnicos y administrativos de calidad |
| -Grandes recursos financieros | -Características especiales del producto que se oferta |
| -Buena calidad del producto final | -Cualidades del servicio que se considera de alto nivel |
| -Posibilidades de acceder a créditos | |
| -Equipamiento de última generación | |

8.5 pulg.

5.5 pulg.

20

Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de anaranjado con amarillo y explica qué son fortalezas y sus ejemplos.

DEBILIDADES

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Ejemplo debilidades

- Salarios bajos
- Equipamiento viejo
- Falta de capacitación
- Problemas con la calidad
- Reactividad en la gestión
- Mala situación financiera
- Incapacidad para ver errores
- Capital de trabajo mal utilizado
- Deficientes habilidades gerenciales
- Poca capacidad de acceso a créditos
- Falta de motivación de los recursos humanos
- Producto o servicio sin características diferenciadoras

21

5.5 pulg.

8.5 pulg.

Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de anaranjado con amarillo y explica que son debilidades y sus ejemplos.

OPORTUNIDADES

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Ejemplo oportunidades

- Regulación a favor
- Competencia débil
- Mercado mal atendido
- Necesidad del producto
- Inexistencia de competencia
- Tendencias favorables en el mercado
- Fuerte poder adquisitivo del segmento meta

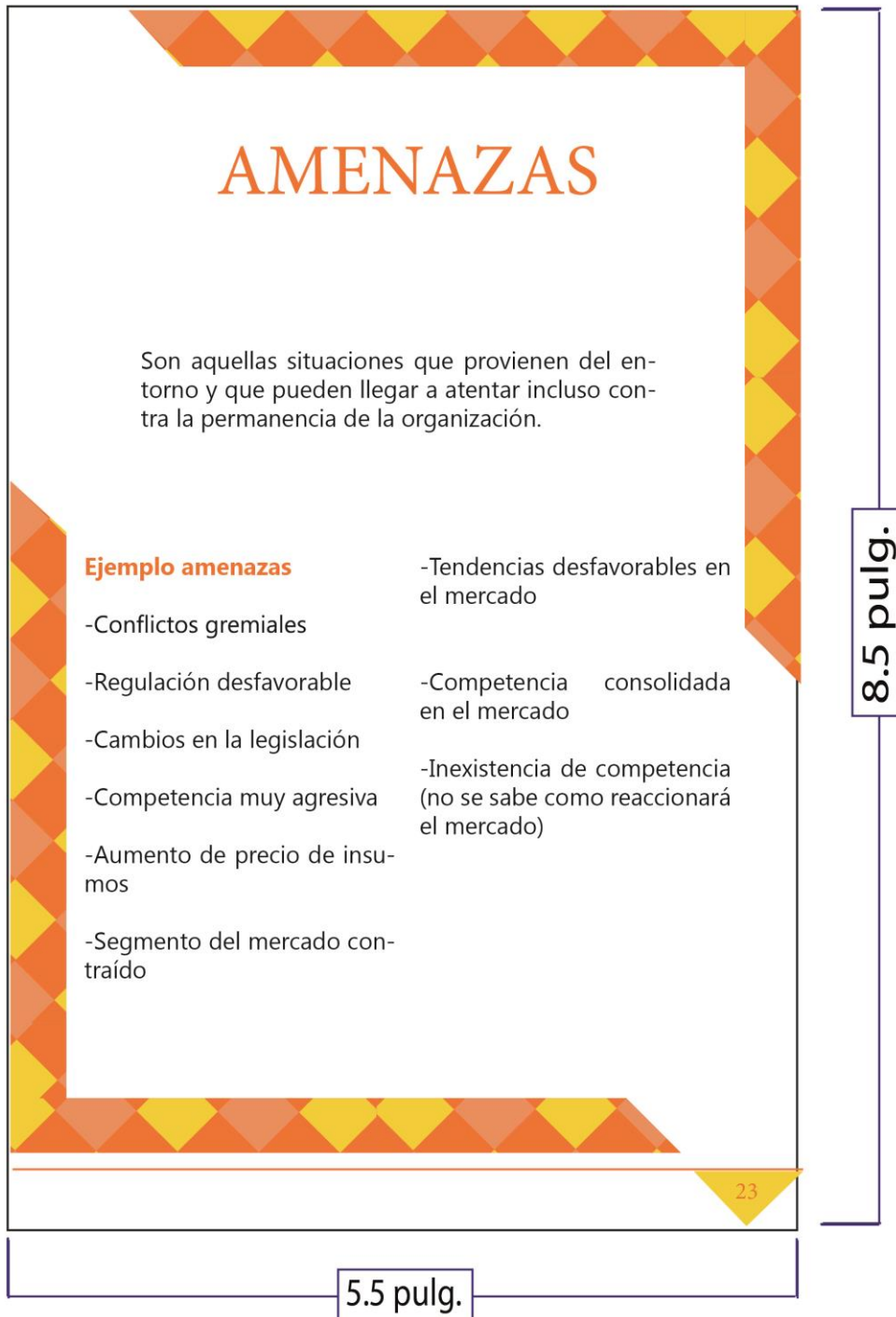
22

8.5 pulg.

5.5 pulg.

escripción

Esta página tiene distintas tonalidades de anaranjado con amarillo y explica que son oportunidades y sus ejemplos.



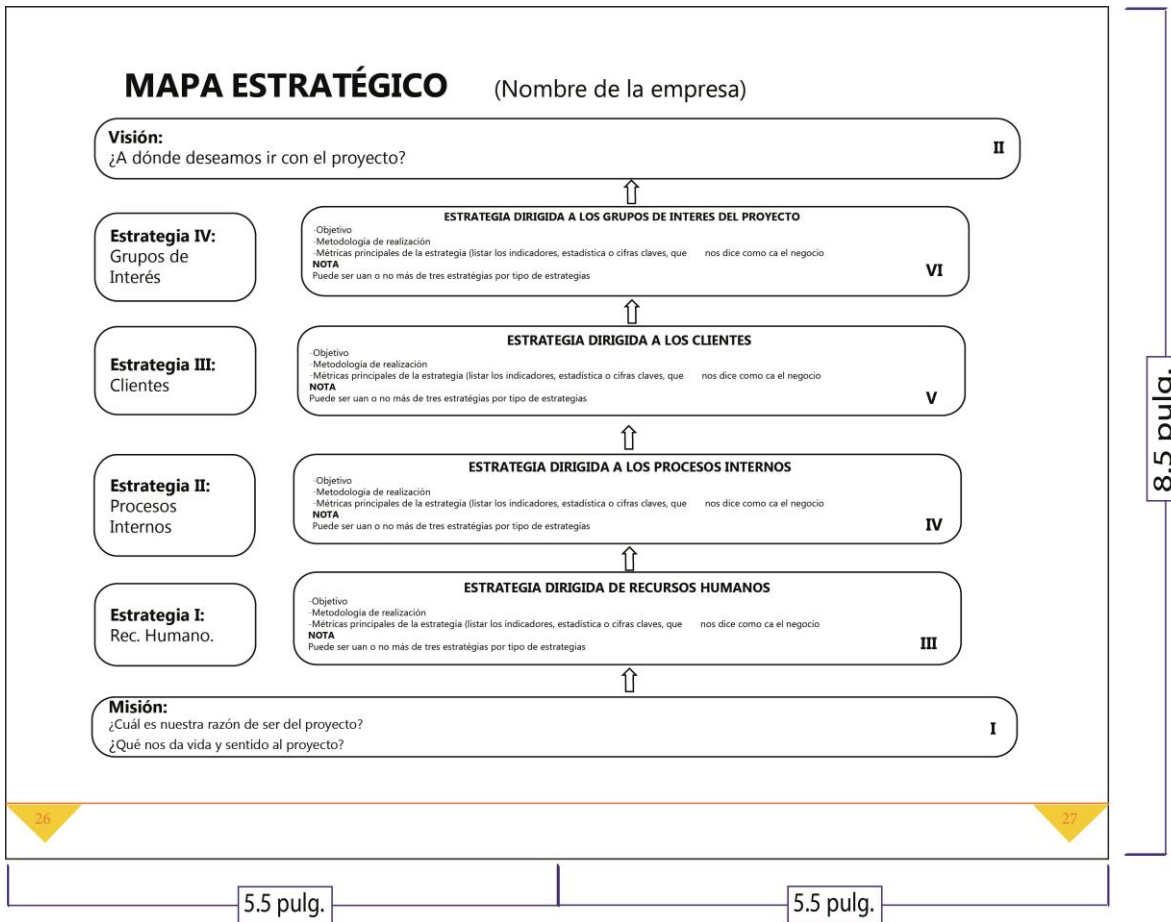
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de anaranjado con amarillo y explica que son amenazas y sus ejemplos.



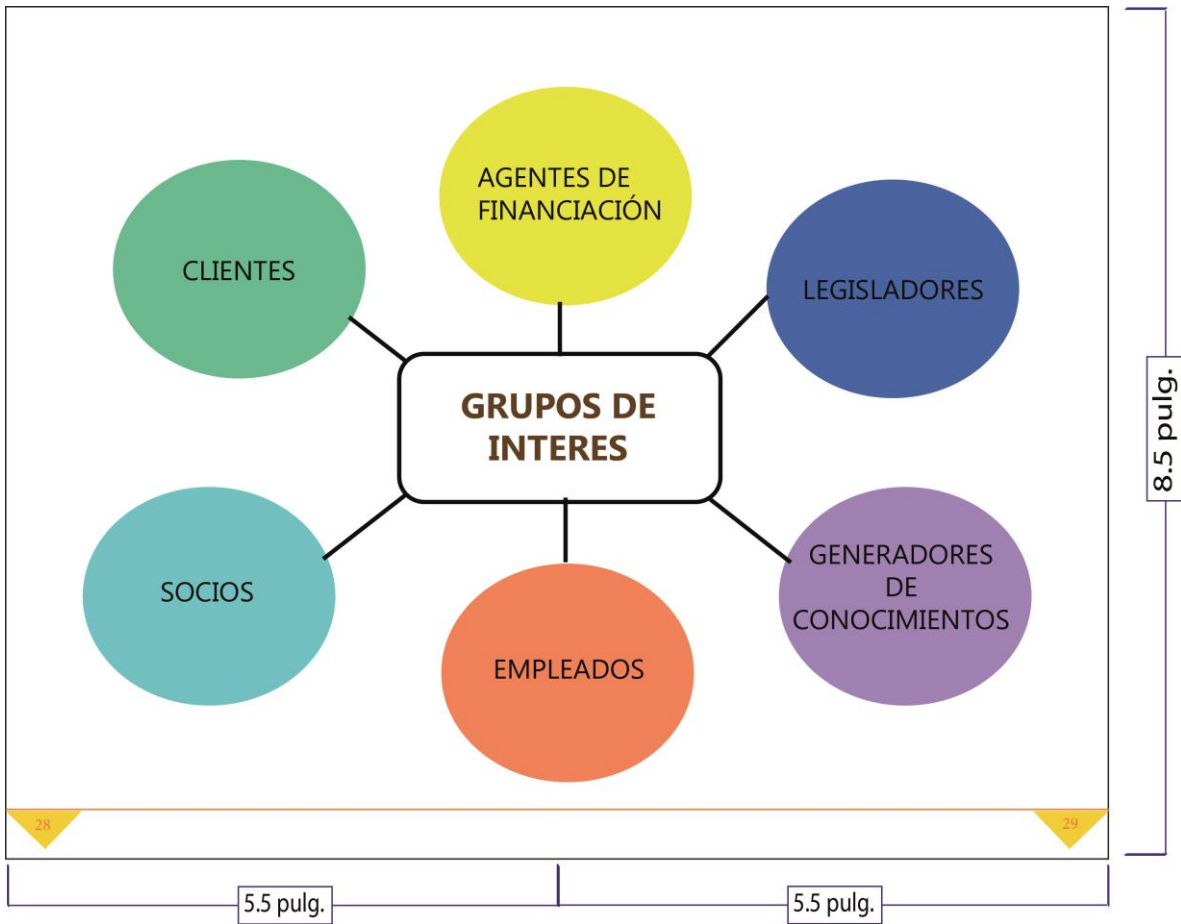
Descripción

Estas páginas contienen una gráfica que enseña una manera de realizar un F.O.D.A.



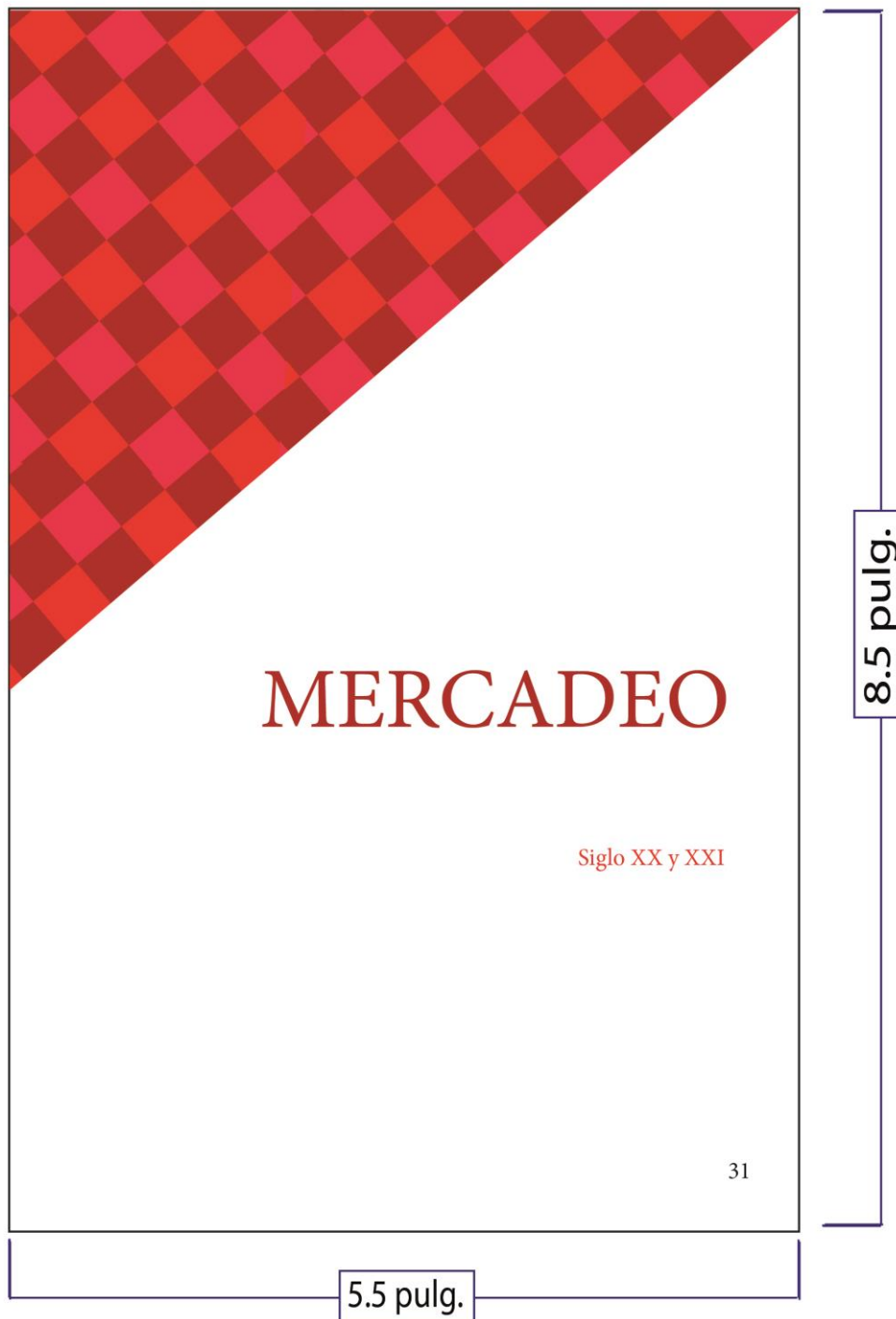
Descripción

Estas páginas contienen una gráfica que enseña cómo realizar un mapa estratégico.



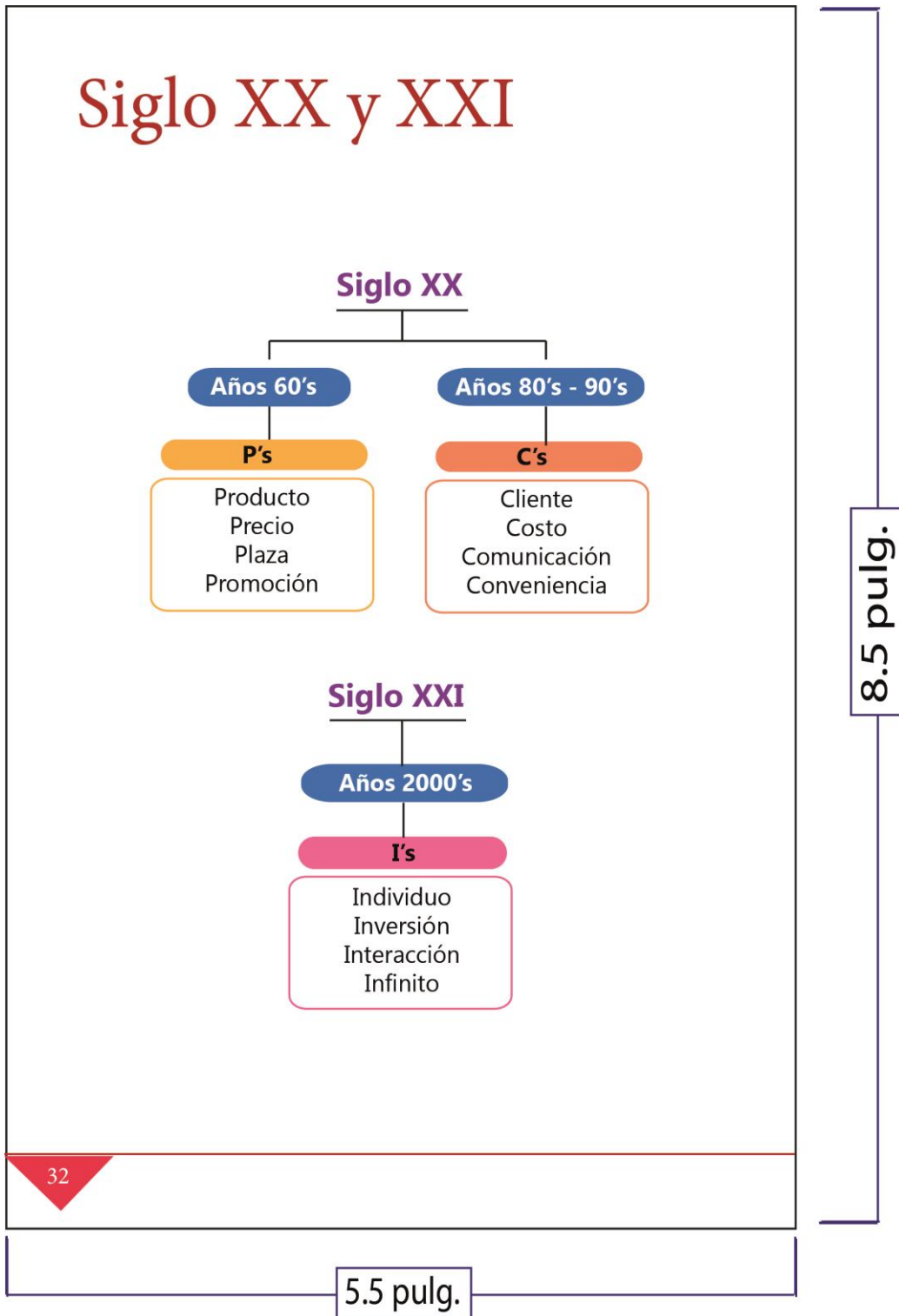
Descripción

Estas páginas contienen una gráfica de colores que enseña los grupos de interés.



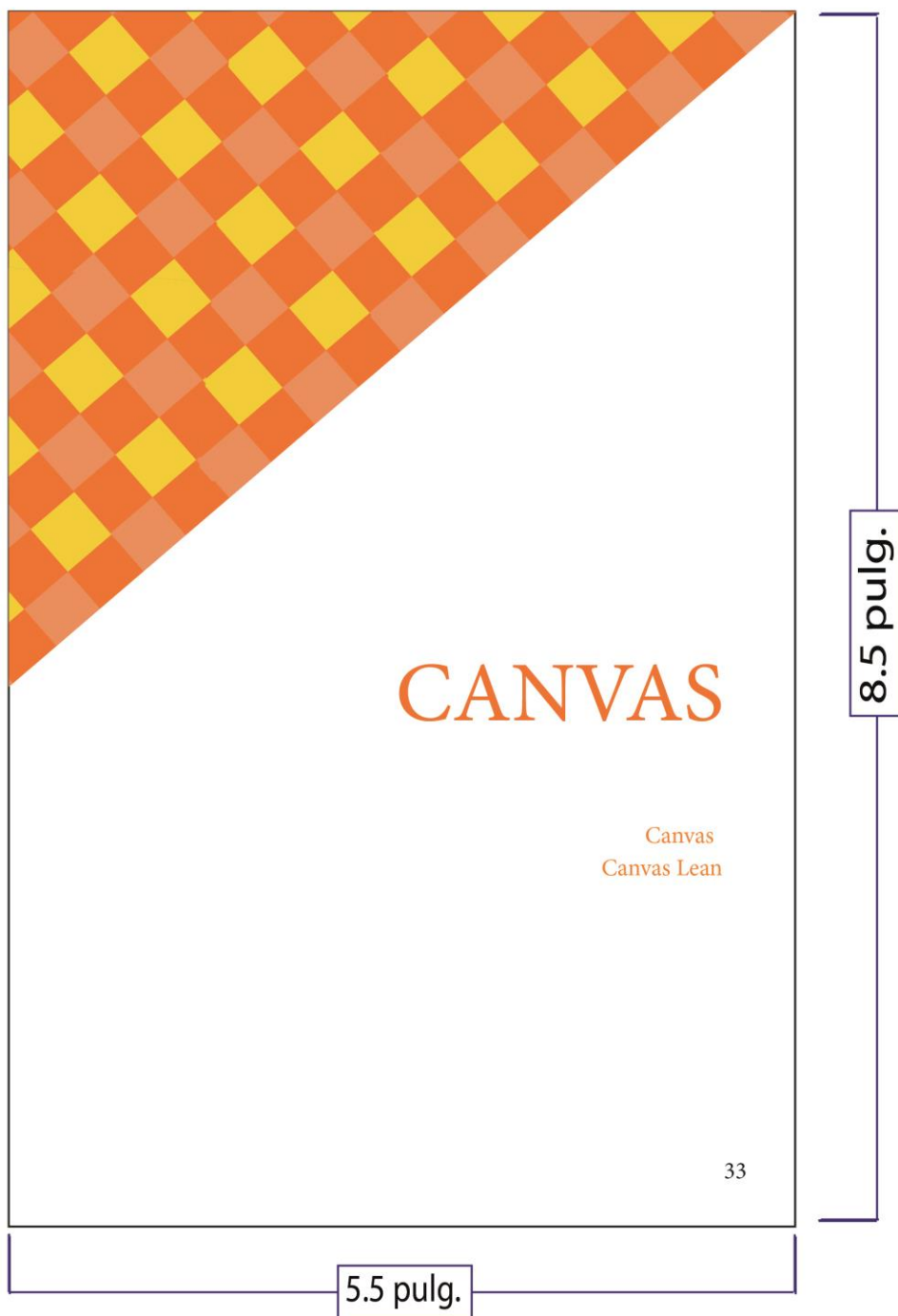
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de rojo y es la carátula del cuarto tema del instructivo digital interactivo.



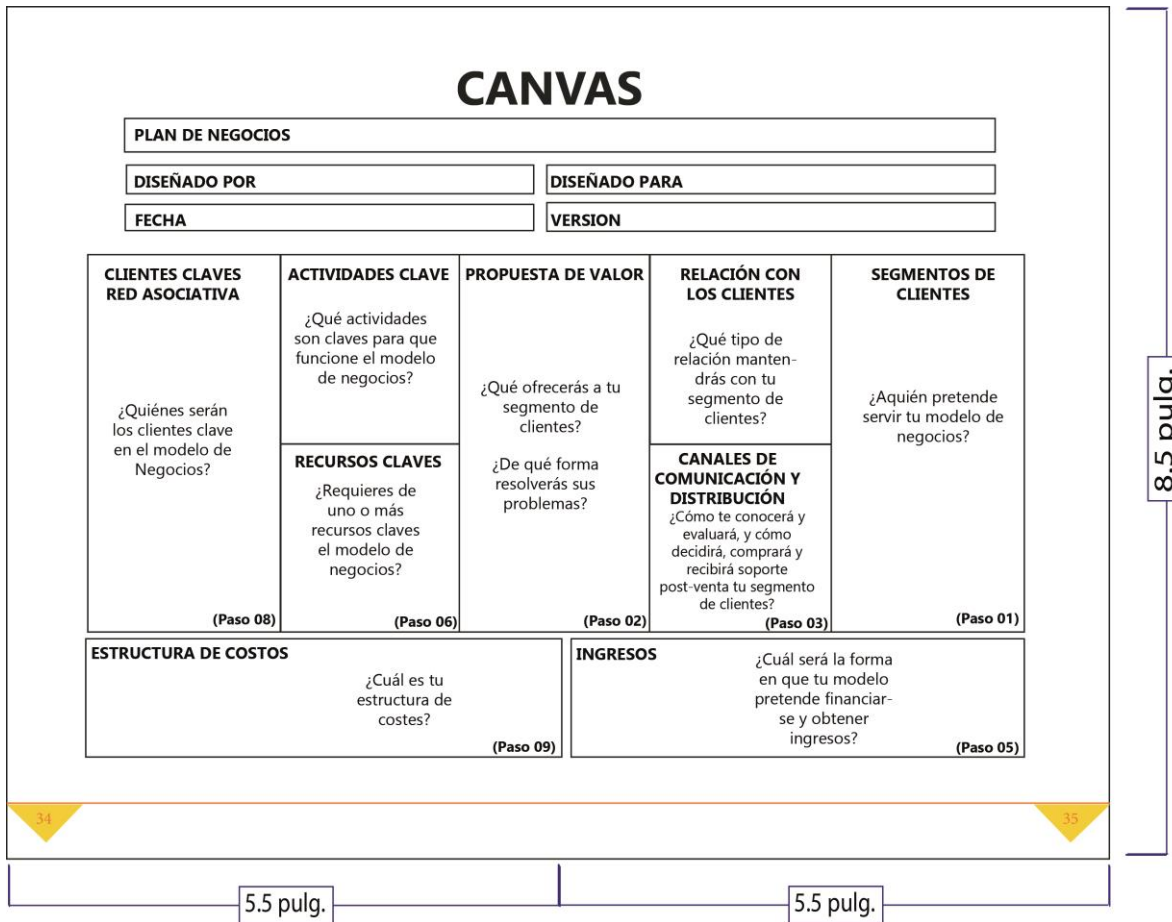
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de rojo y explica en dos gráficas términos utilizados en el siglo XX y XXI.



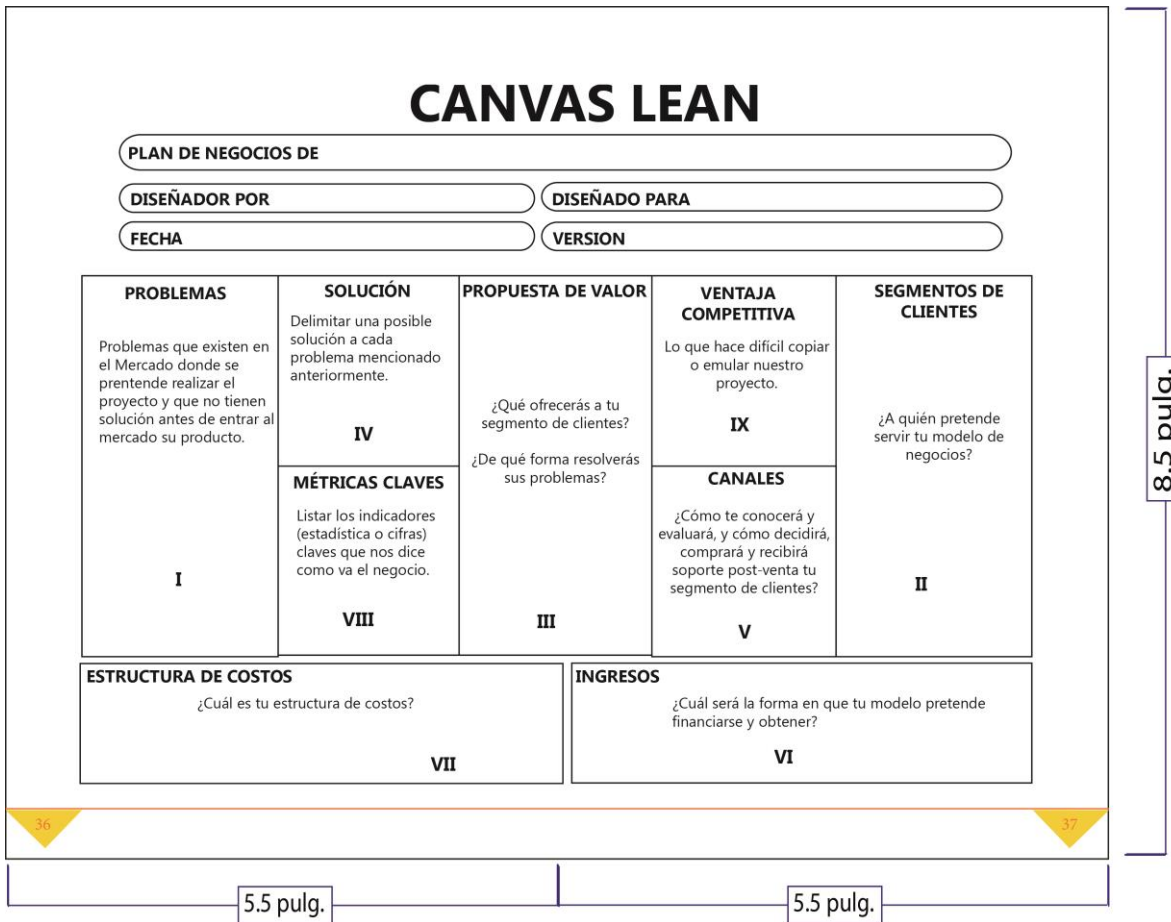
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de anaranjado con amarillo y es la carátula del quinto tema del instructivo digital interactivo.



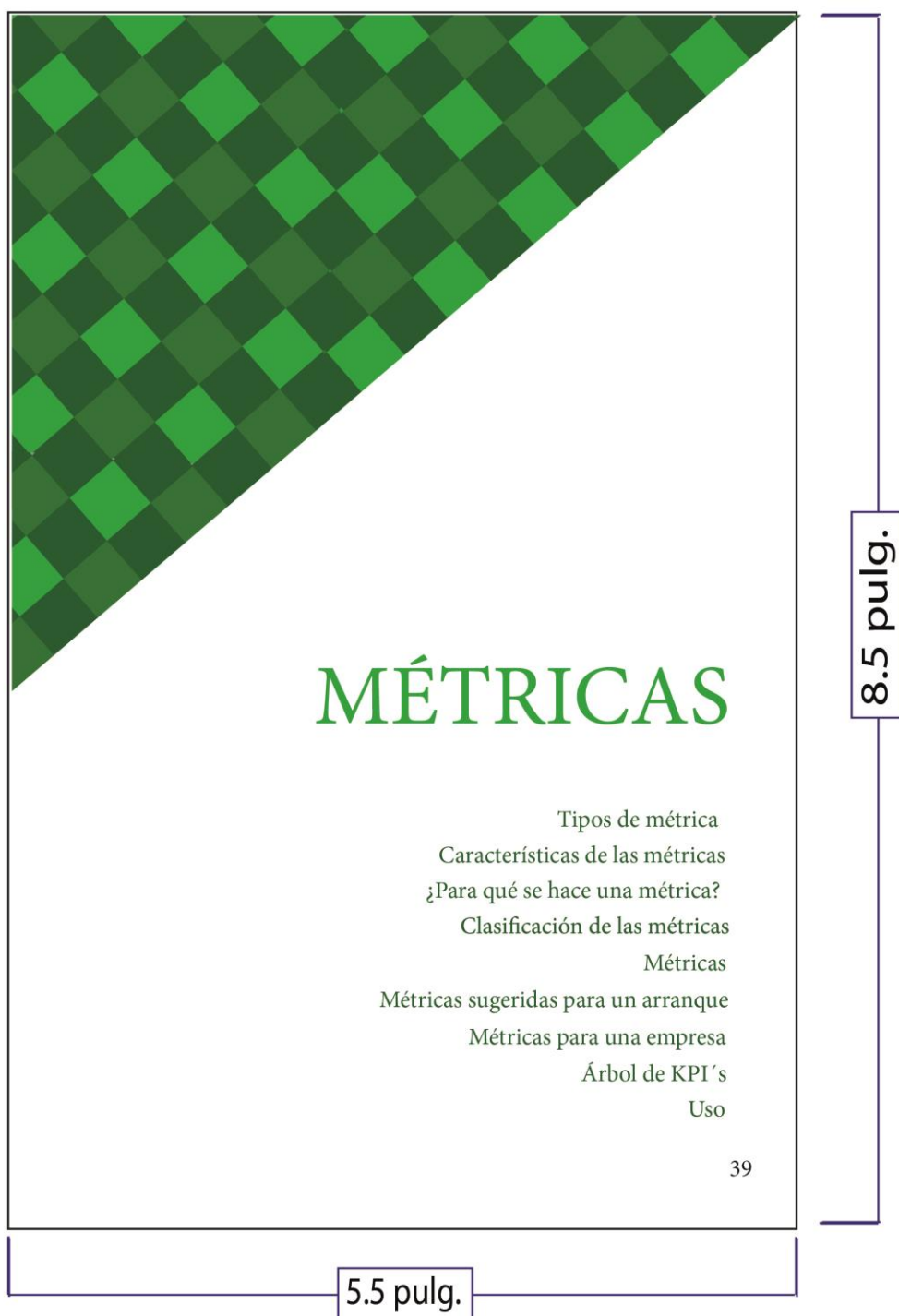
Descripción

Estas páginas contienen una gráfica de canvas.



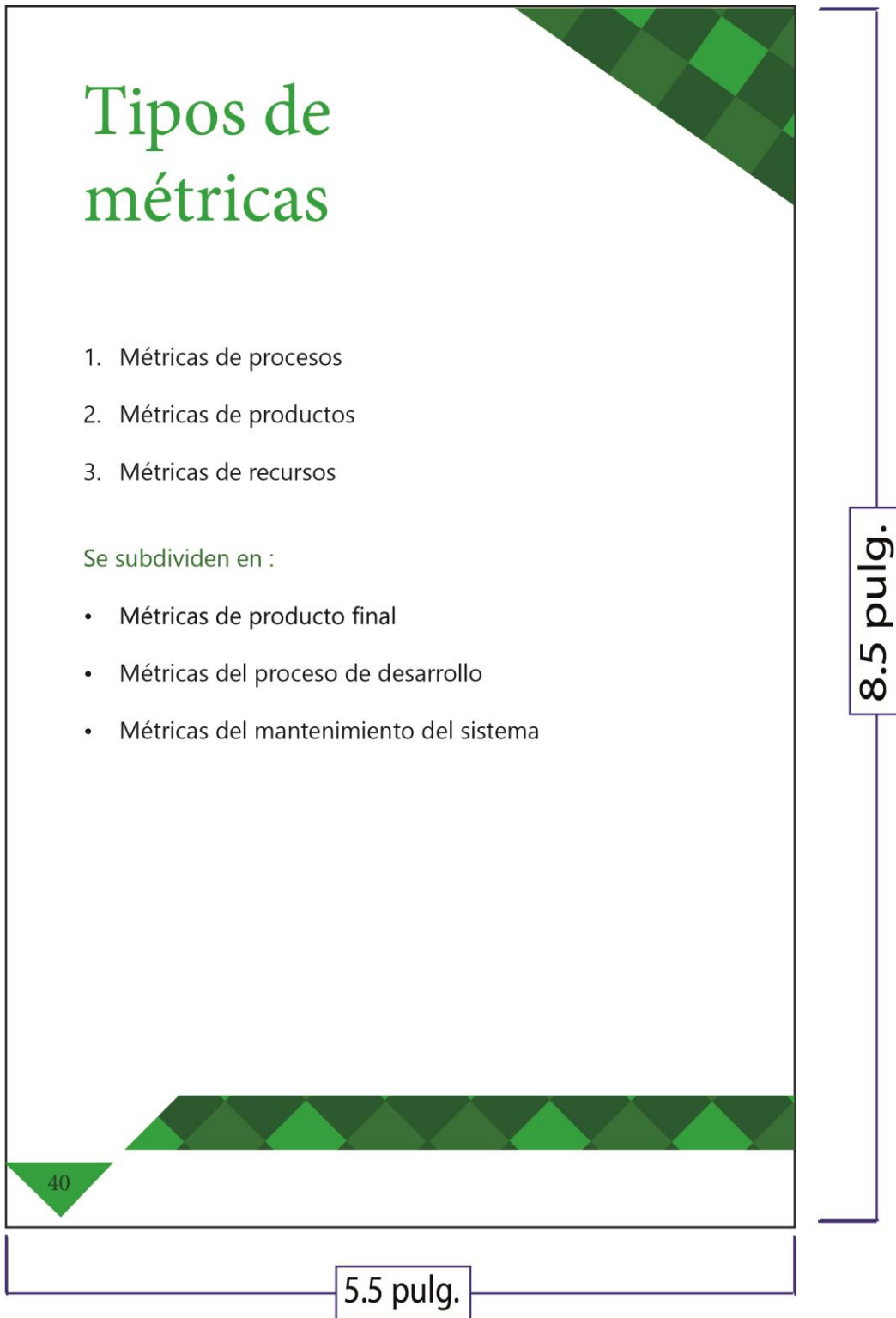
Descripción

Estas páginas contienen una gráfica de canvas lean.



Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y es la carátula del sexto tema del instructivo digital interactivo.



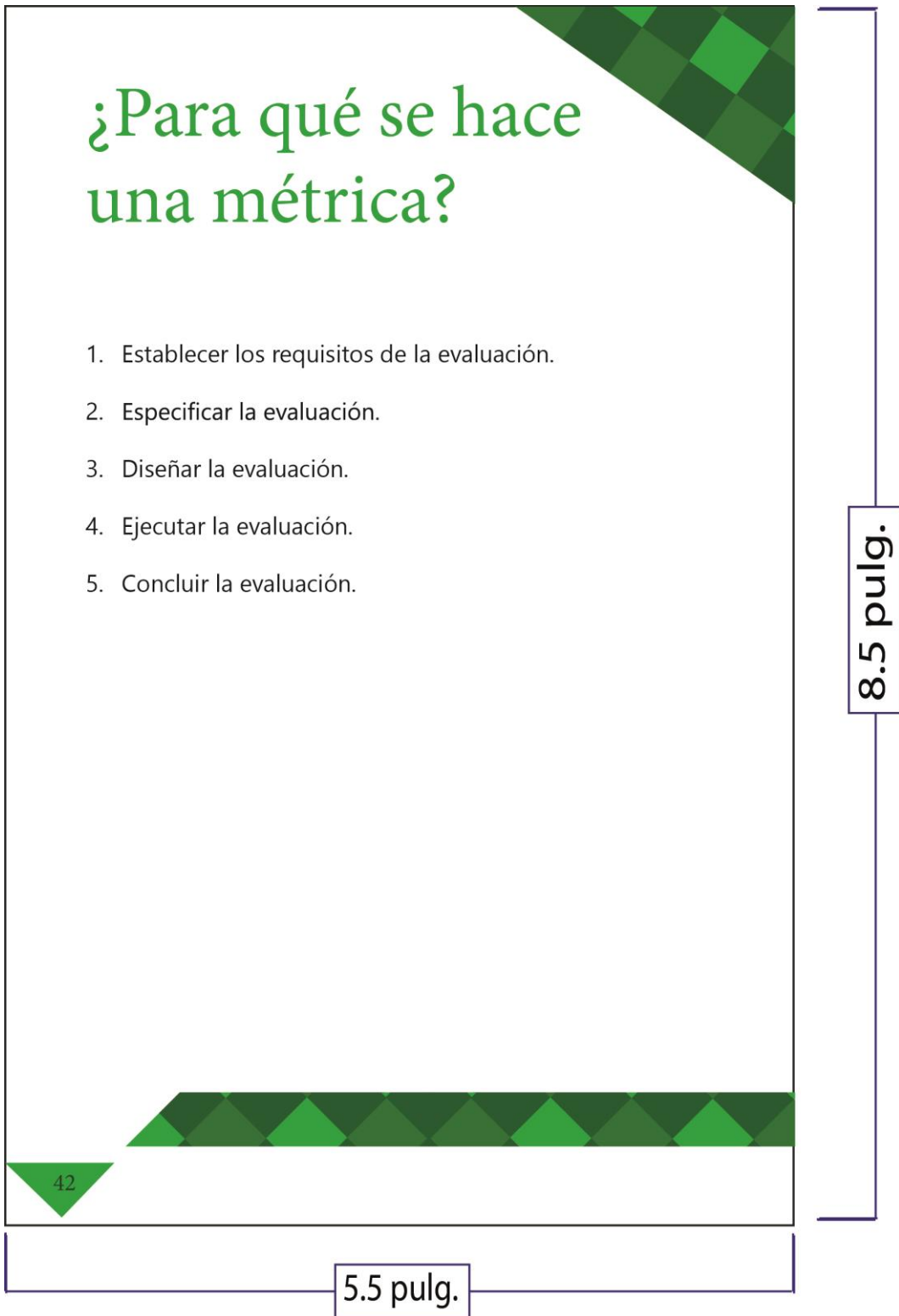
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y explica los tipos de métricas que hay.



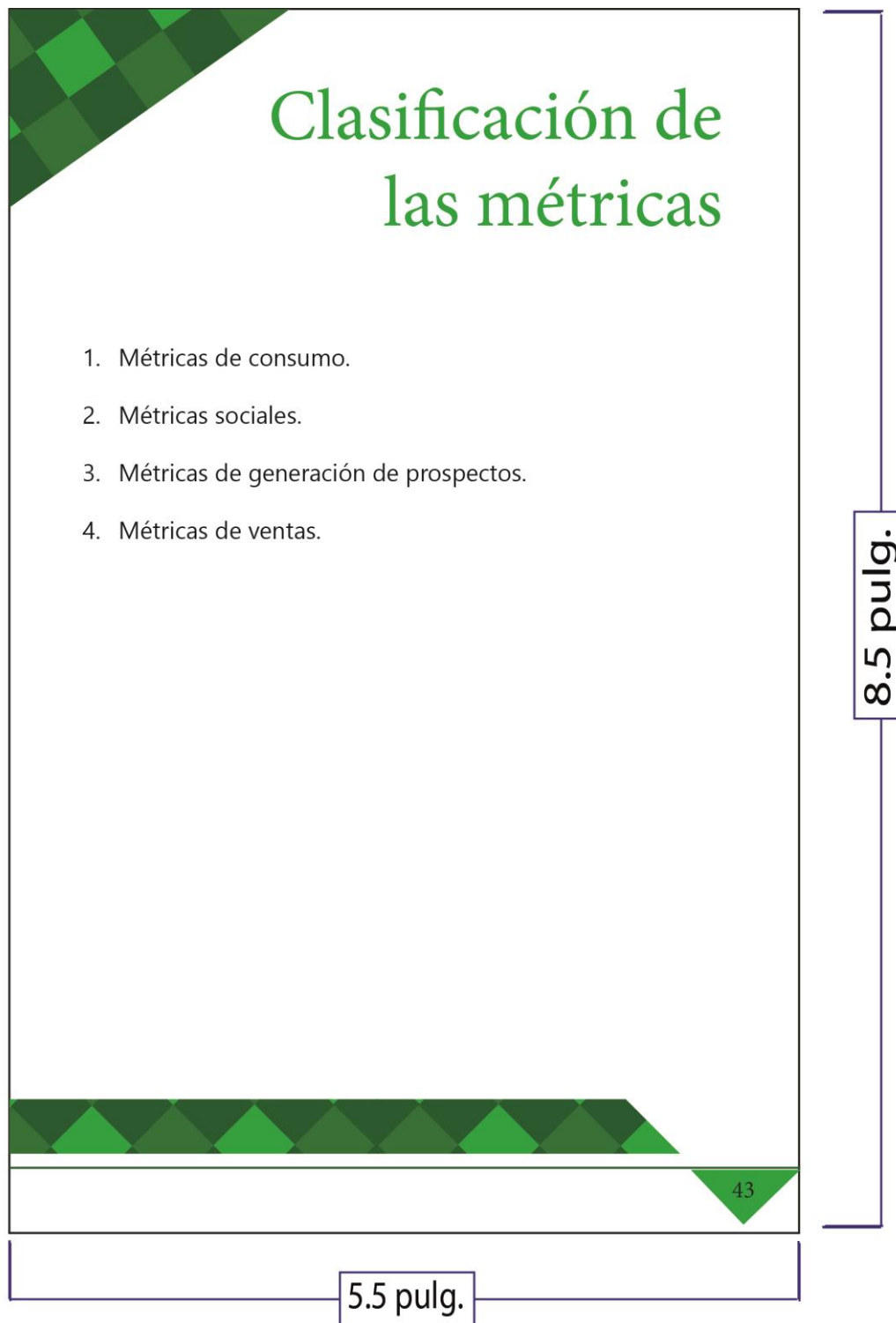
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y explica las características de las métricas.



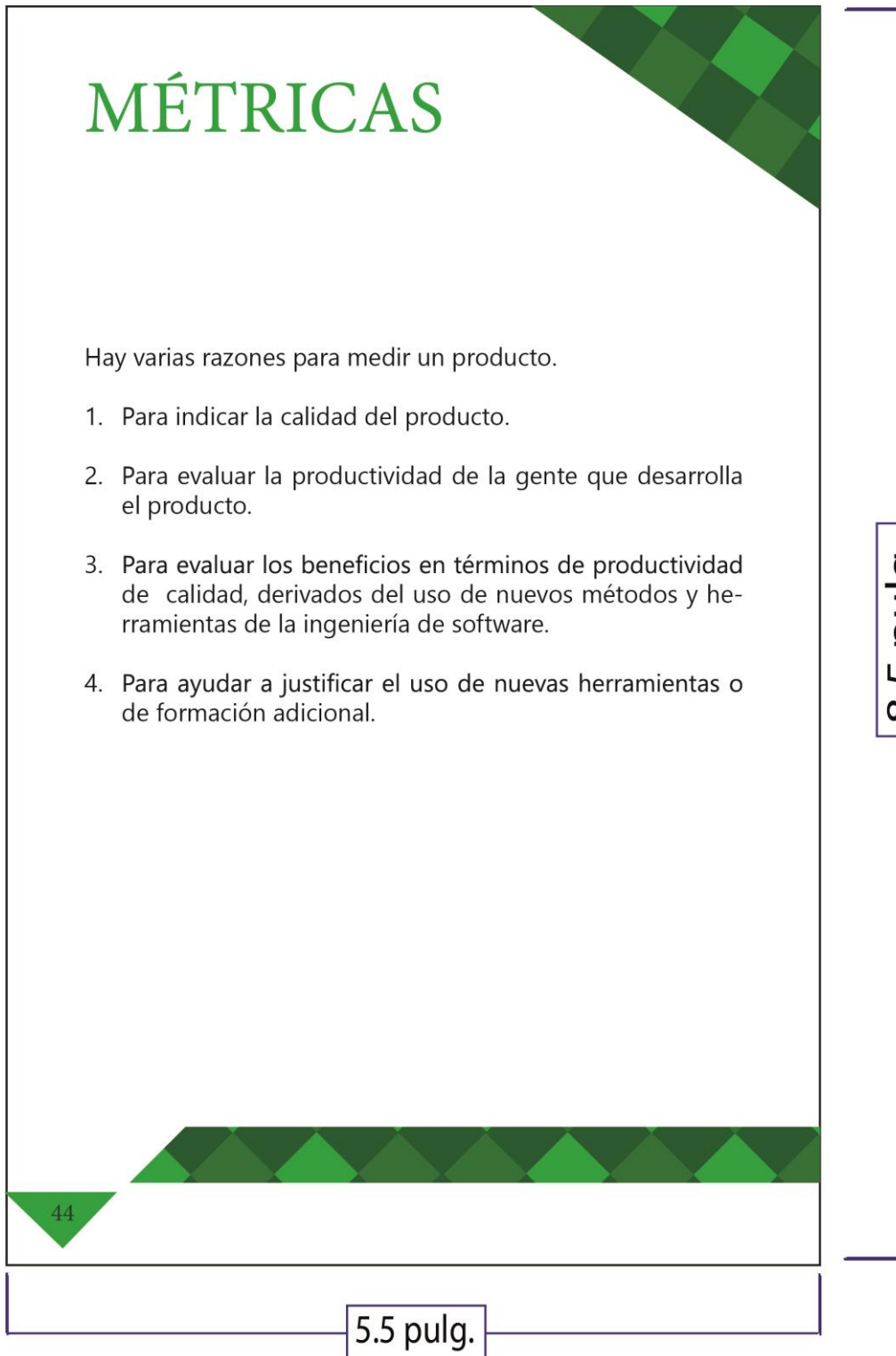
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y explica para qué se hace una métrica.



Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y explica la clasificación de la métrica.



Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y explica para qué se hace una métrica.

Métricas sugeridas para un arranque

Aquisición de fuente
No. de clientes /usuario que se ha atraído por segmento de mercado

Activación
Mide nuestra capacidad de convertir a un potencial interesado en un cliente potencial.

Conversión
Mide la capacidad de convertir a un cliente potencial en un cliente.

Retención
La capacidad que un cliente se quede permanentemente con nosotros.

Referencia
El número de clientes nuevos que vienen porque un cliente existente los ha traído.

Tasa de rotación
La cantidad de clientes que se van.

Clientes perdidos = (clientes iniciales + clientes nuevos) - clientes finales.
Tasa de rotación = (Clientes perdidos / clientes iniciales) *100.

Costo adquisición
Cuanto ha costado atraer a un nuevo cliente.

Ciclo de vida cliente
Margen bruto que se saca cuando el cliente esta con nosotros.
 $CVC = (\text{ingresos medios/mes} \times \text{margen bruto mes}) \times \text{ciclo de vida}$.

Cociente de rentabilidad captación
Cuanto dinero utilizamos mensualmente y a que velocidad se consumen los fondos.

45

8.5 pulg.

5.5 pulg.

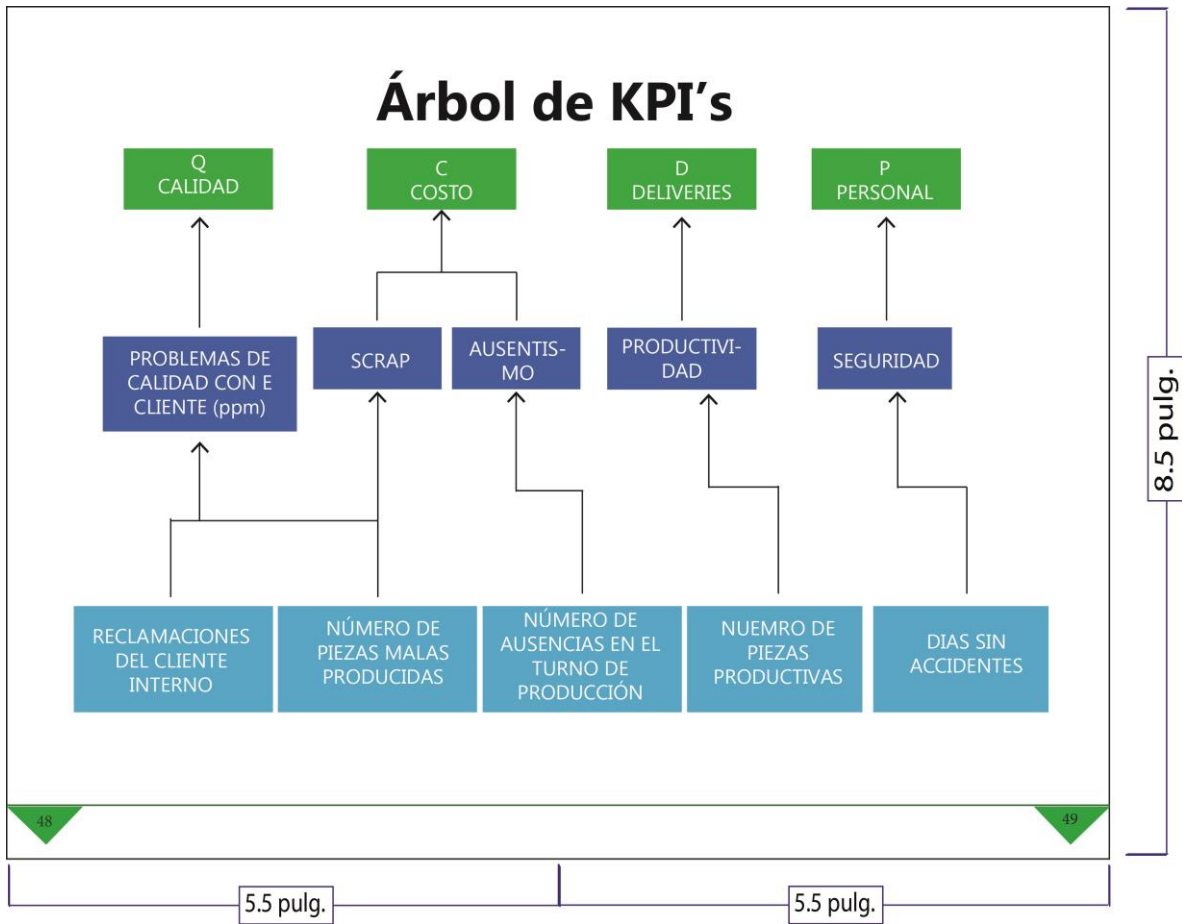
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de verde y explica cuáles son las métricas sugeridas para un arranque.



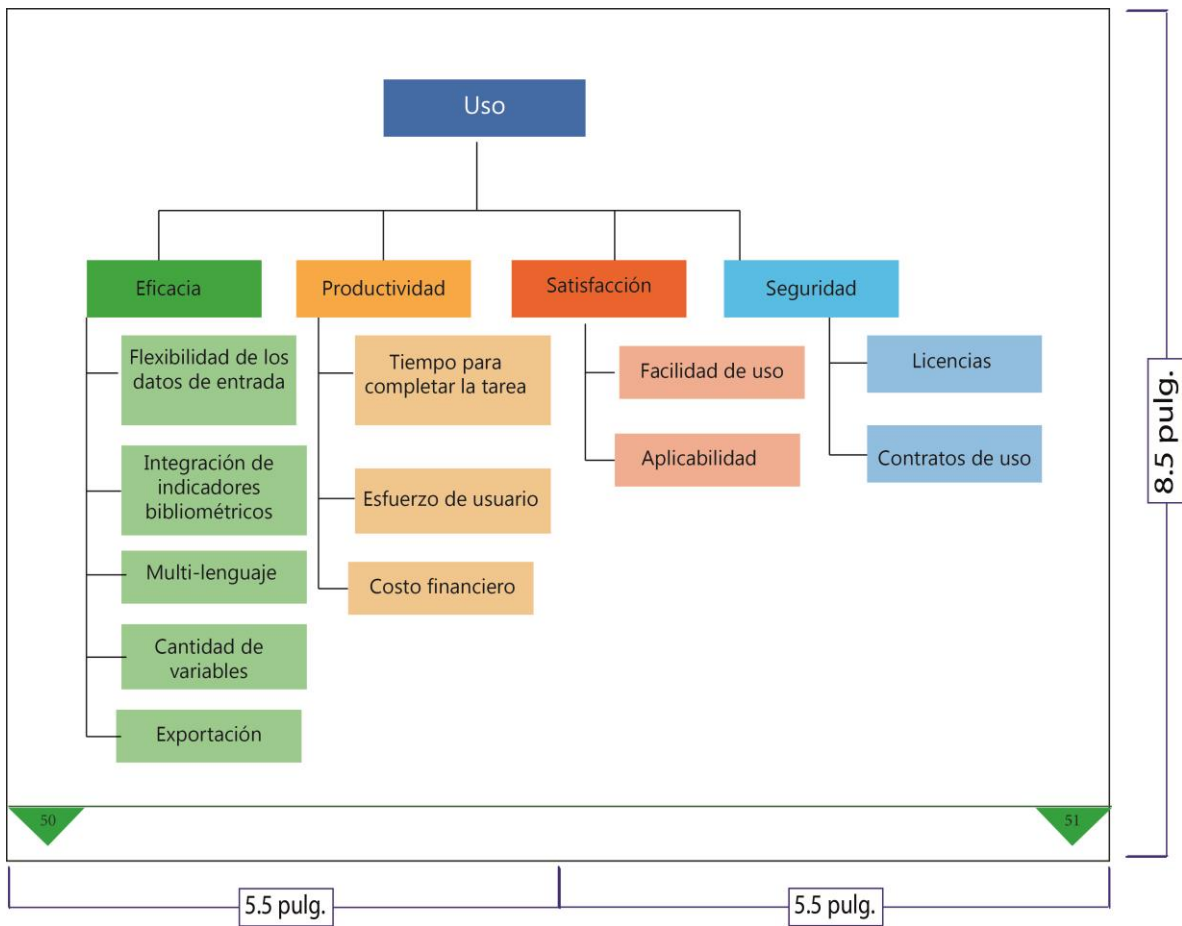
Descripción

Estas páginas tienen distintas tonalidades de verde y explica cuáles son las métricas para una empresa.



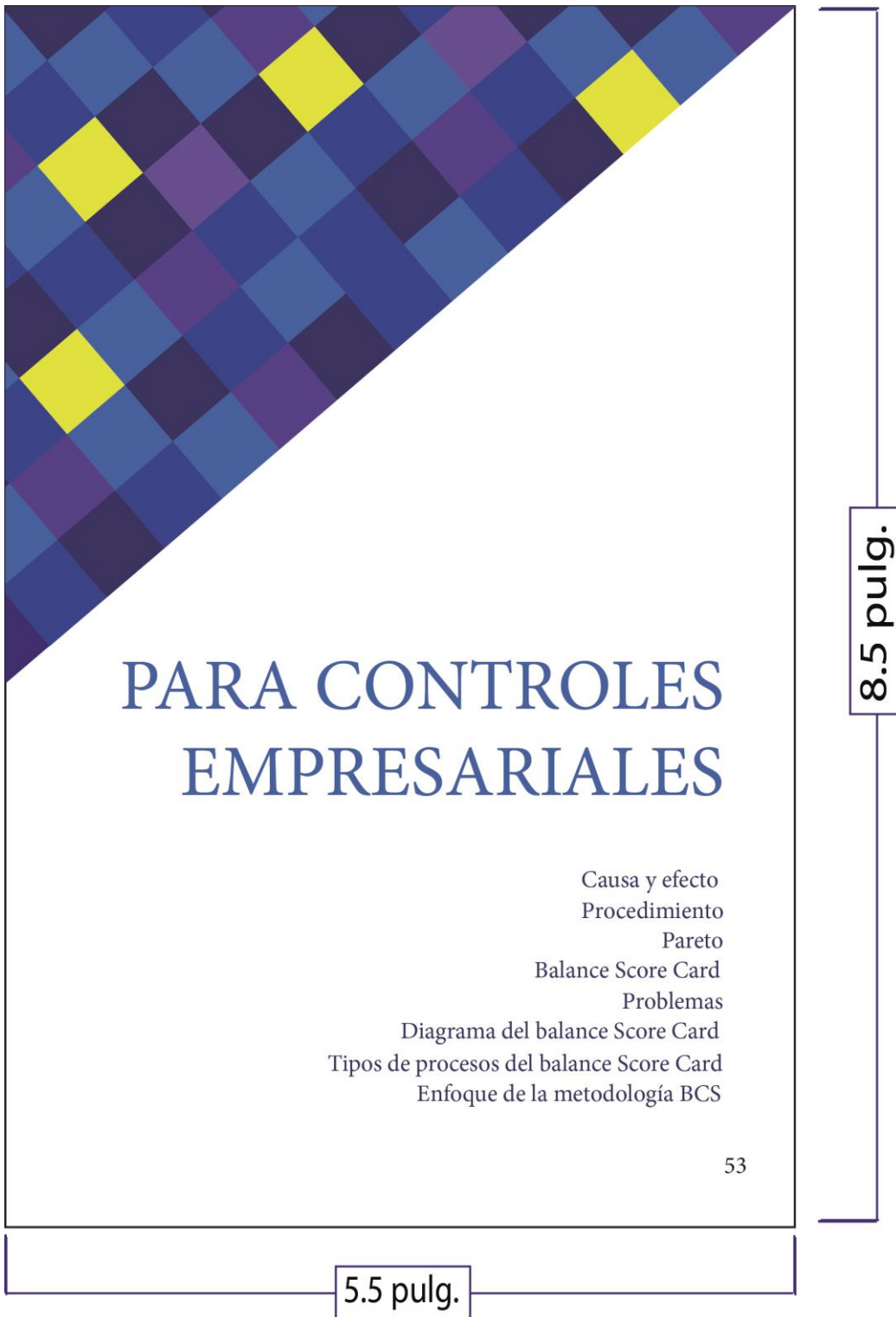
Descripción

Estas páginas tienen una gráfica llama el árbol de KPI's.



Descripción

Estas páginas tienen una gráfica de varios colores que explica los usos.



Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y es la carátula del séptimo tema del instructivo.

CAUSA Y EFECTO

Concepto

Es una representación gráfica que muestra la relación cualitativa e hipotética de los diversos factores que pueden contribuir a un efecto o fenómeno determinado.

Utilización

Por sus características principales la construcción de un Diagrama de Causa- Efecto es muy útil cuando se quiere compartir conocimientos sobre múltiples relaciones de causa y efecto. Por ser una ordenación de relaciones lógicas, el Diagrama de Causa-Efecto es una herramienta frecuentemente utilizada para:

Obtener teorías sobre relaciones de causa-efecto en un proceso lógico paso a paso.

Obtener una estructuración lógica de muchas ideas "disper-

sas", como una lista de ideas resultado de una Tormenta de Ideas.


Utilización en las fases de un proceso de solución de problemas.

Durante un proceso de solución de problemas hay tres puntos en los que la construcción de un Diagrama Causa-Efecto puede ser muy útil:

- En la fase de diagnóstico durante la formulación de posibles causas del problema.
- En la fase de corrección para considerar soluciones alternativas.
- Para pensar de forma sistemática sobre las posibles resistencias en la organización a la solución propuesta.

Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica la causa y efecto.



PROCEDIMIENTO

Inicio

Paso 1: Definir el efecto cuyas causas han de ser identificadas.

Paso 2: Dibujar el eje central y colocar el efecto dentro de un rectángulo al extremo derecho del eje.

Paso 3: Identificar las posibles causas que contribuyen al efecto o fenómeno de estudio.

Paso 4: Identificar las causas principales o incluirlas en el diagrama.

Paso 5: Añadir causas para cada rama principal.

Paso 6: Añadir causas subsidiarias para las subcausas anotadas.

Paso 7: Comprobar la validez lógica de cada cadena causal y hacer eventuales correcciones.

Paso 8: Comprobar la integración del diagrama.

Paso 9: Conclusión y resultado.

Fin.

55

5.5 pulg.

8.5 pulg.

Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica un procedimiento.

PARETO

CONCEPTO
Afirma que en todo grupo de elementos o factores que contribuyen a un mismo efecto, unos pocos son responsables de la mayor parte de dicho efecto. Es una comparación cuantitativa y ordenada de elementos o factores según su contribución a un determinado efecto.

El objetivo de esta comparación es clasificar dichos elementos o factores en dos categorías:
Las "Pocas Vitales" (los elementos muy importantes en su contribución)
Los "Muchos Triviales" (los elementos poco importantes en ella).

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

- Priorización
Identifica los elementos que más peso o importancia tienen dentro de un grupo.
- Unificación de Criterios
Enfoca y dirige el esfuerzo de los componentes del grupo de trabajo hacia un objetivo prioritario común.
- Carácter objetivo
Su utilización fuerza al grupo de trabajo a tomar decisiones basadas en datos y hechos objetivos y no en ideas subjetivas.

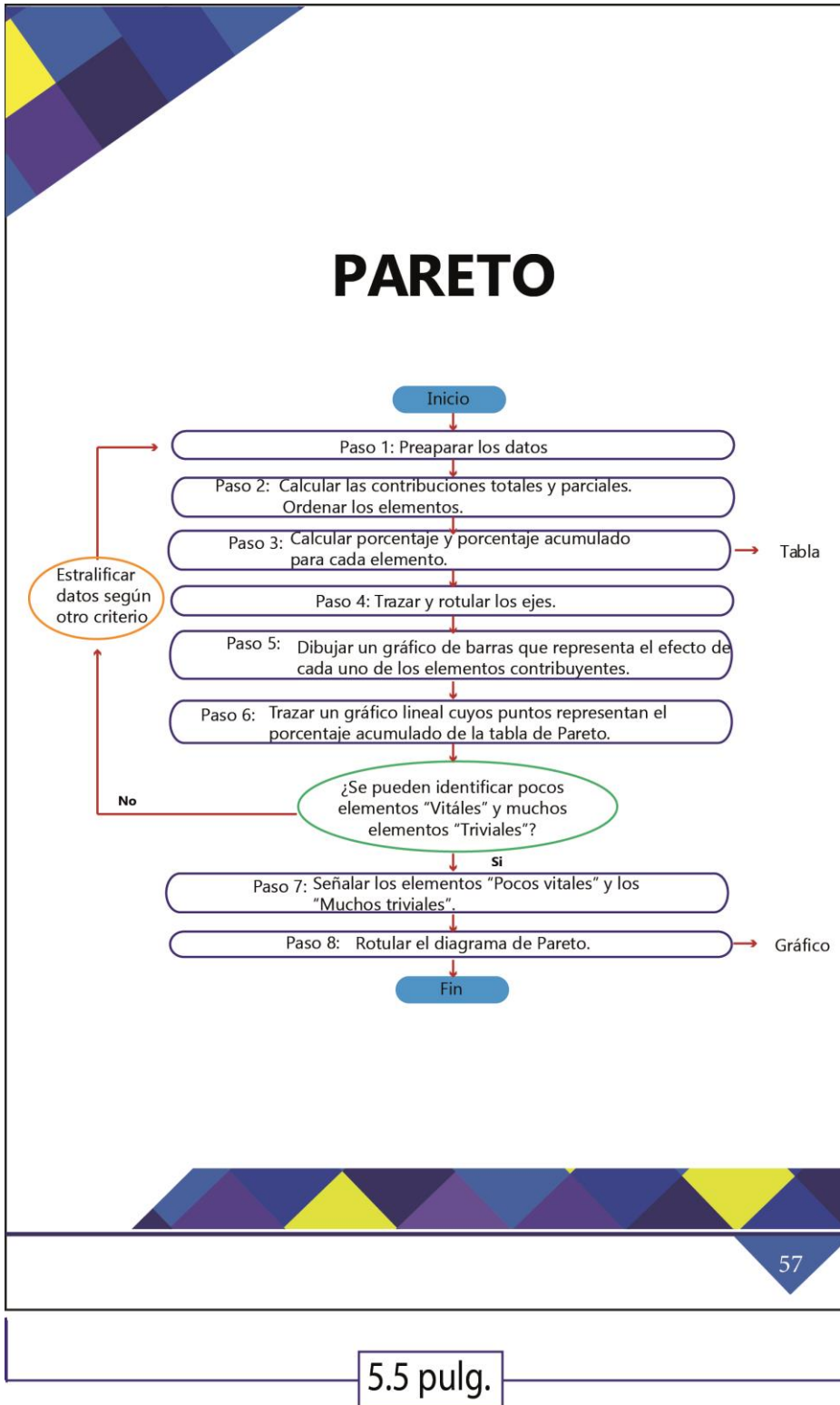
56

8.5 pulg.

5.5 pulg.

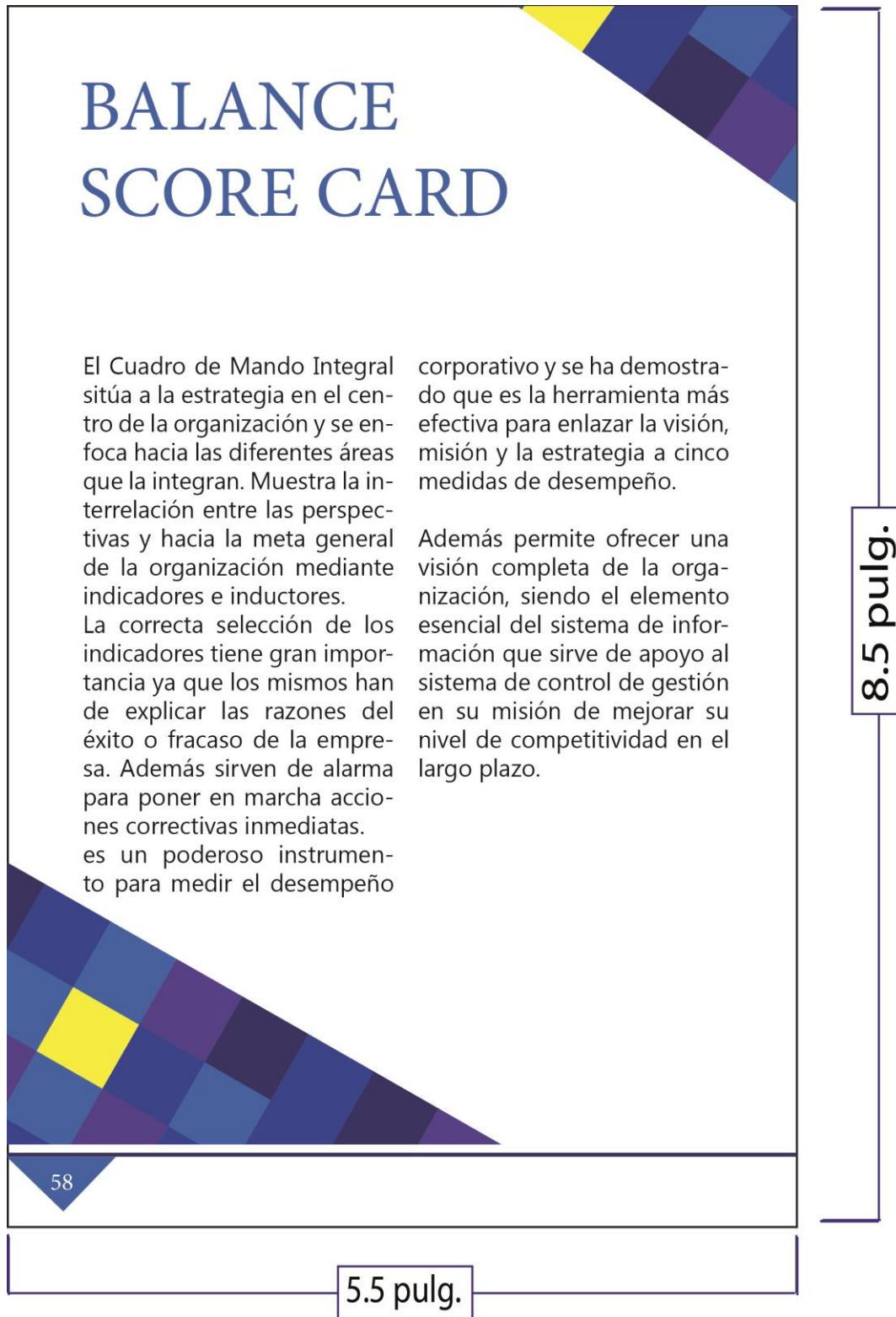
Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica qué es el Pareto.



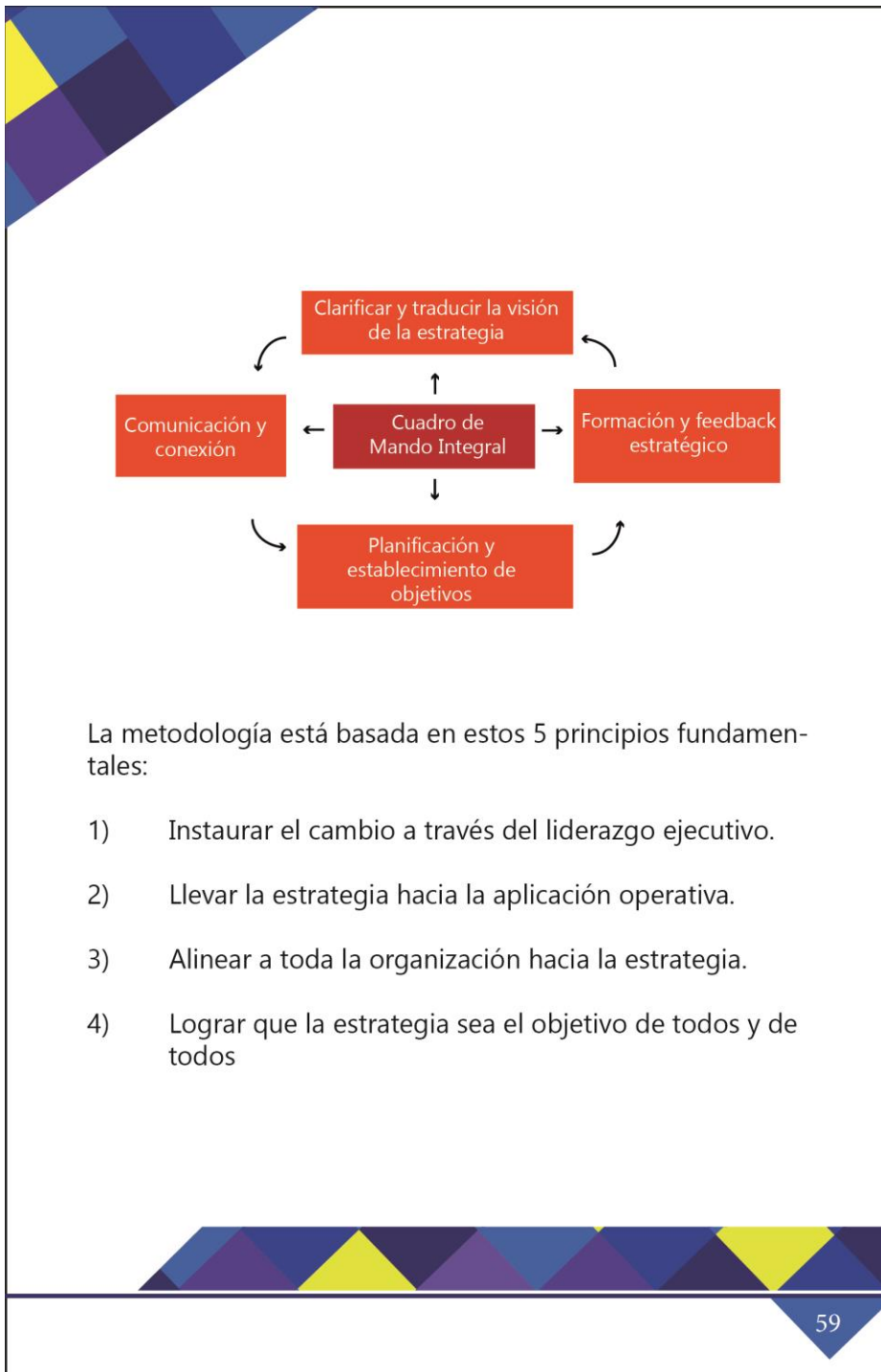
Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y tiene una gráfica con el proceso de Pareto.



Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica el balance score card.



La metodología está basada en estos 5 principios fundamentales:

- 1) Instaurar el cambio a través del liderazgo ejecutivo.
- 2) Llevar la estrategia hacia la aplicación operativa.
- 3) Alinear a toda la organización hacia la estrategia.
- 4) Lograr que la estrategia sea el objetivo de todos y de todos

8.5 pulg.

5.5 pulg.

Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica el cuadro de mando integral.

Problemas tradicionales de la gestión y su solución.

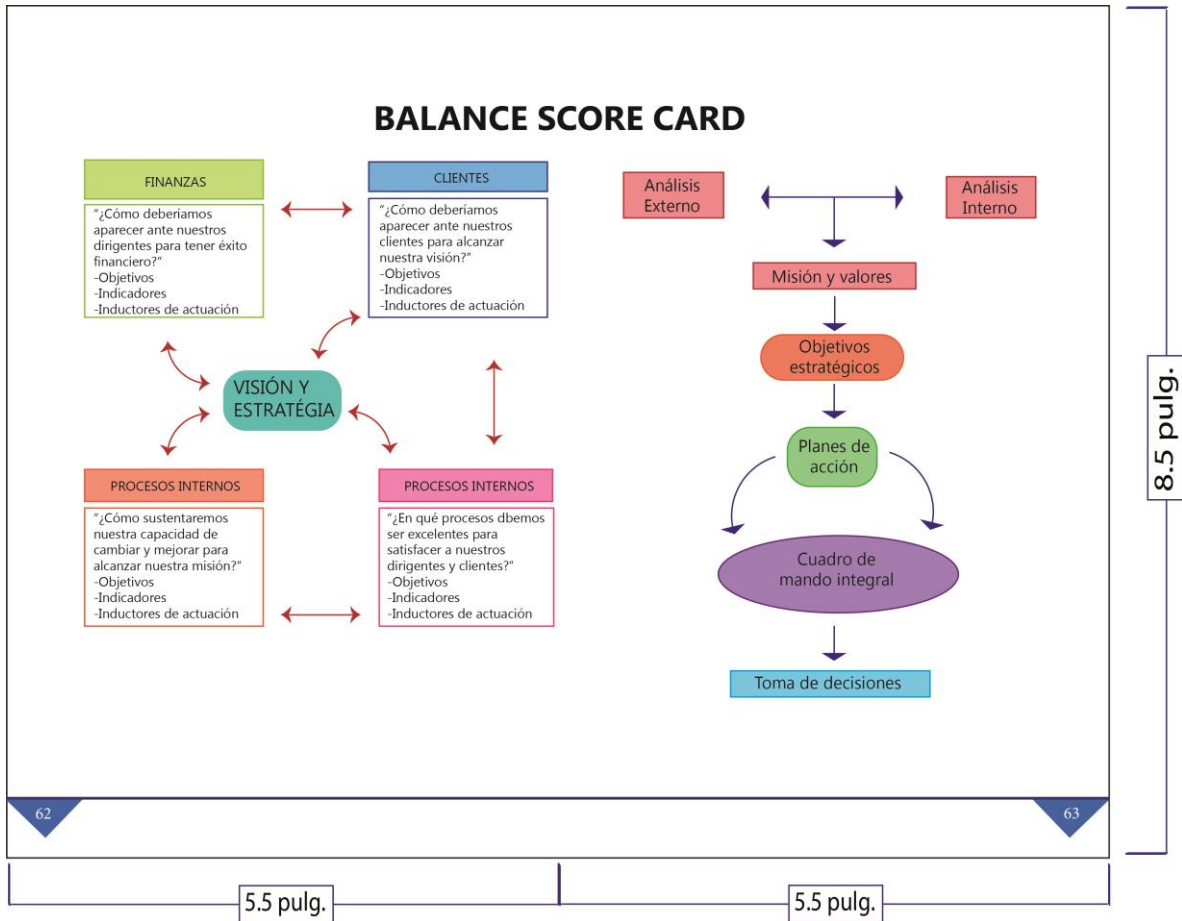
| Problema | Método tradicional | Balance Scorecard |
|--|---|---|
| Proporciona información engañosa para tomar decisiones. | El uso de indicadores de resultados pasados pueden llevar a emplear medidas no acorde a la estrategia. | El análisis conjunto de indicadores de resultados con indicadores de progresos puede clarificar la toma de decisiones dentro del marco estratégico. |
| No considerar los requisitos actuales de la empresa y su estrategia. | El ignorar otros indicadores menos tangibles la empresa puede recibir una falsa apreciación sobre la real situación competitiva. | El uso de indicadores no financieros permite percibir la figura completa y tomar las decisiones correspondientes. |
| Alienta el pensamiento a corto plazo. | El análisis financiero puede inducir a decisiones que aunque mejoren la situación financiera actual comprometen el buen desempeño futuro. | Al visualizar completamente los efectos y las causas de una decisión se puede lograr un equilibrio entre el largo y el corto plazo y obtener los mejores resultados. |
| Aporta información abstracta para los trabajadores. | Los indicadores tradicionales no le demuestran a los trabajadores la relación entre su trabajo y el desempeño de la organización. | El CMI provee un esquema de indicadores de causa y efecto que permite a los trabajadores identificar el papel de su trabajo en la consecución de los objetivos de la entidad. |

60 61

5.5 pulg. 5.5 pulg. 8.5 pulg.

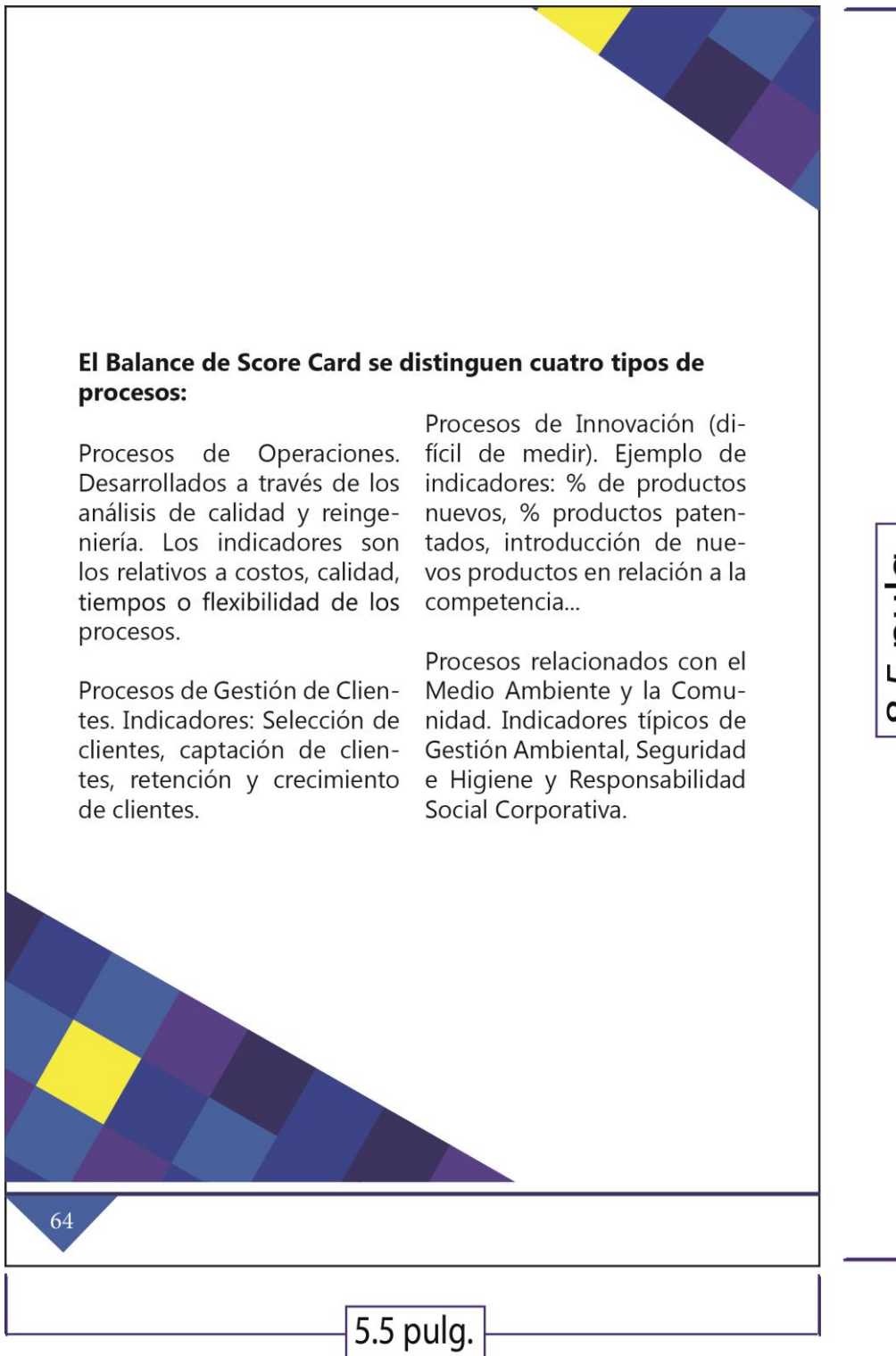
Descripción

Estas páginas tienen una tabla con problemas relacionados con el balance de score card.



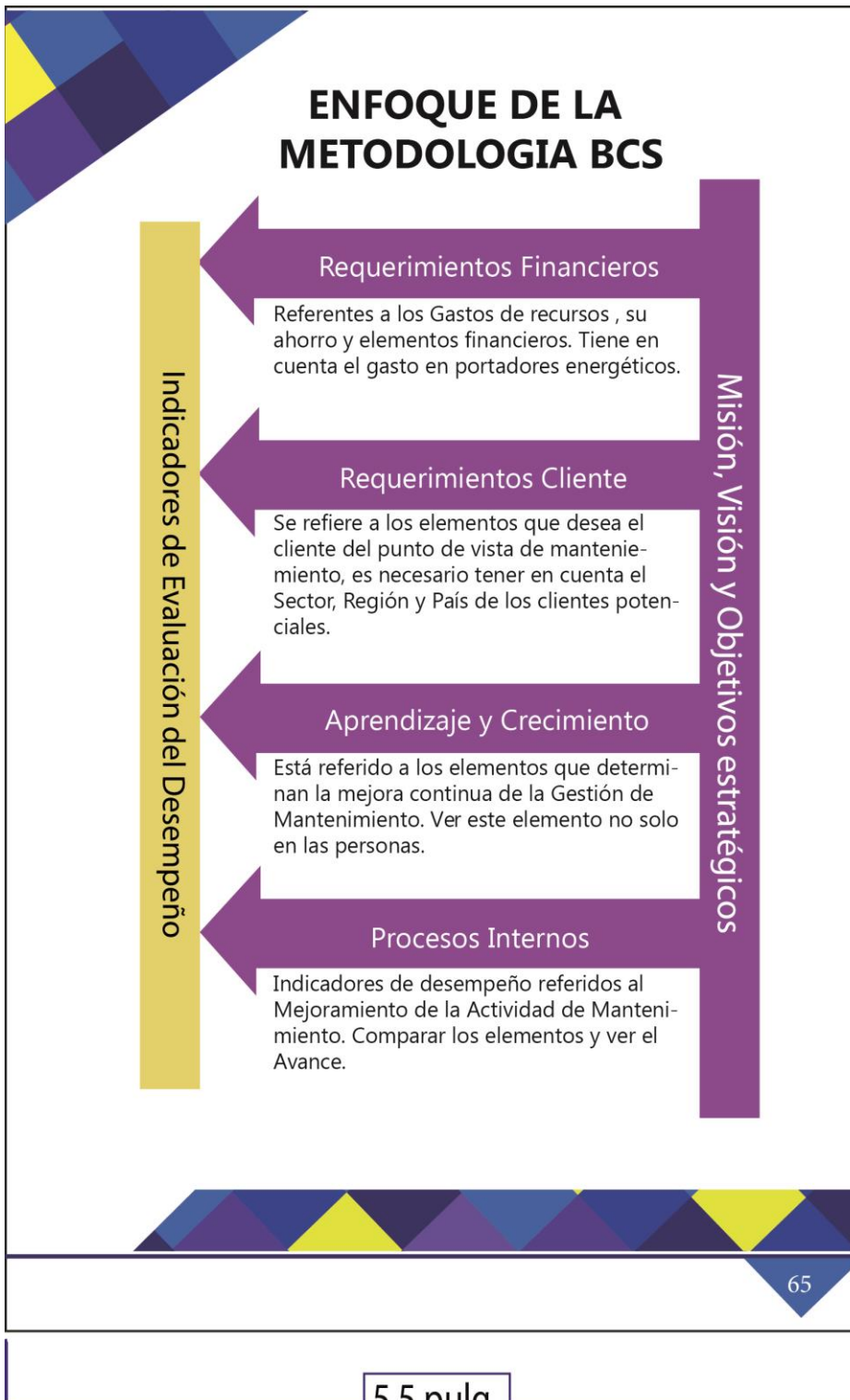
Descripción

Estas páginas tienen dos gráficas que ayudan a entender el tema del balance de score card.



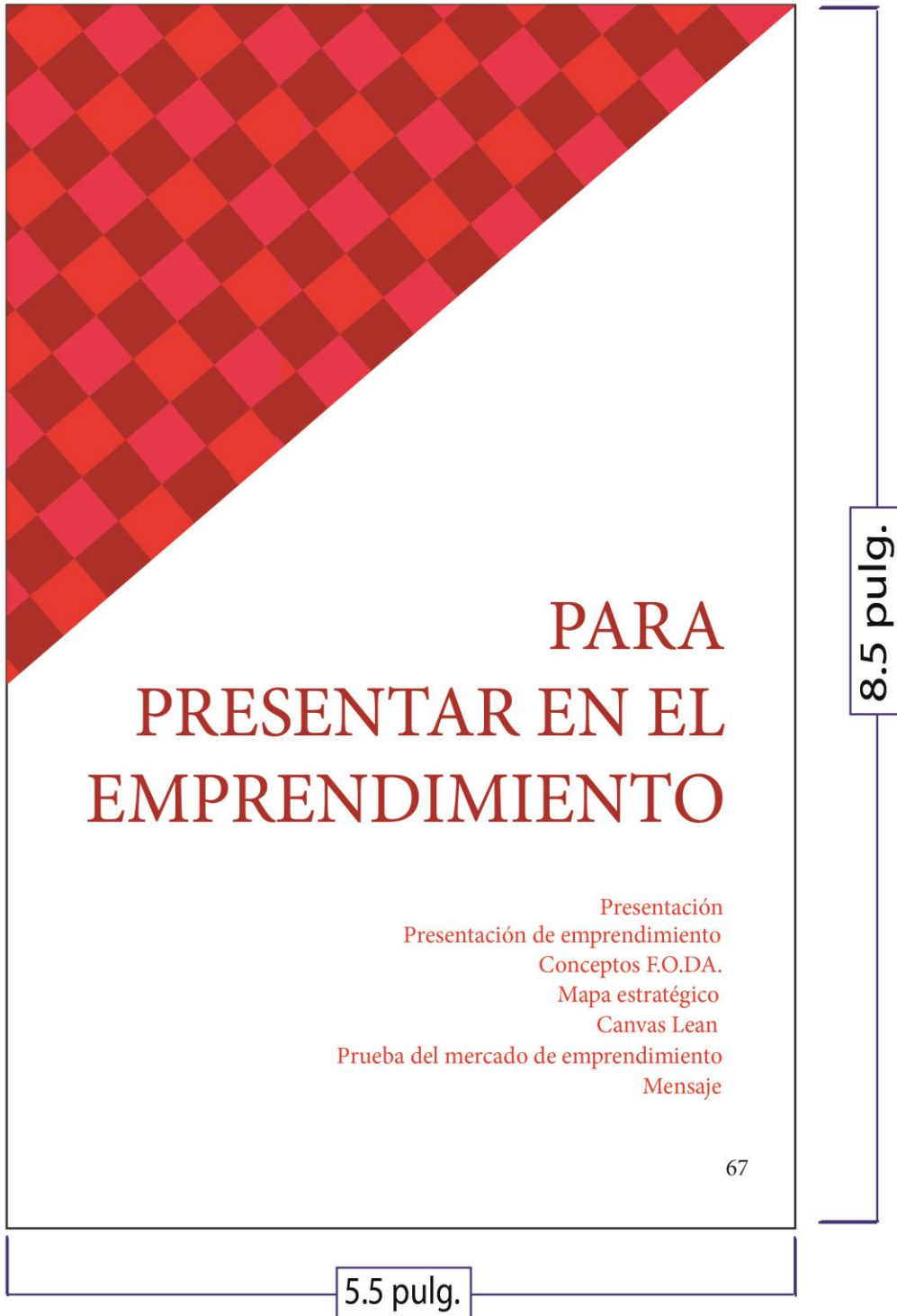
Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica los procesos del balance de score card.



Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo y explica el enfoque de la metodología BCS.



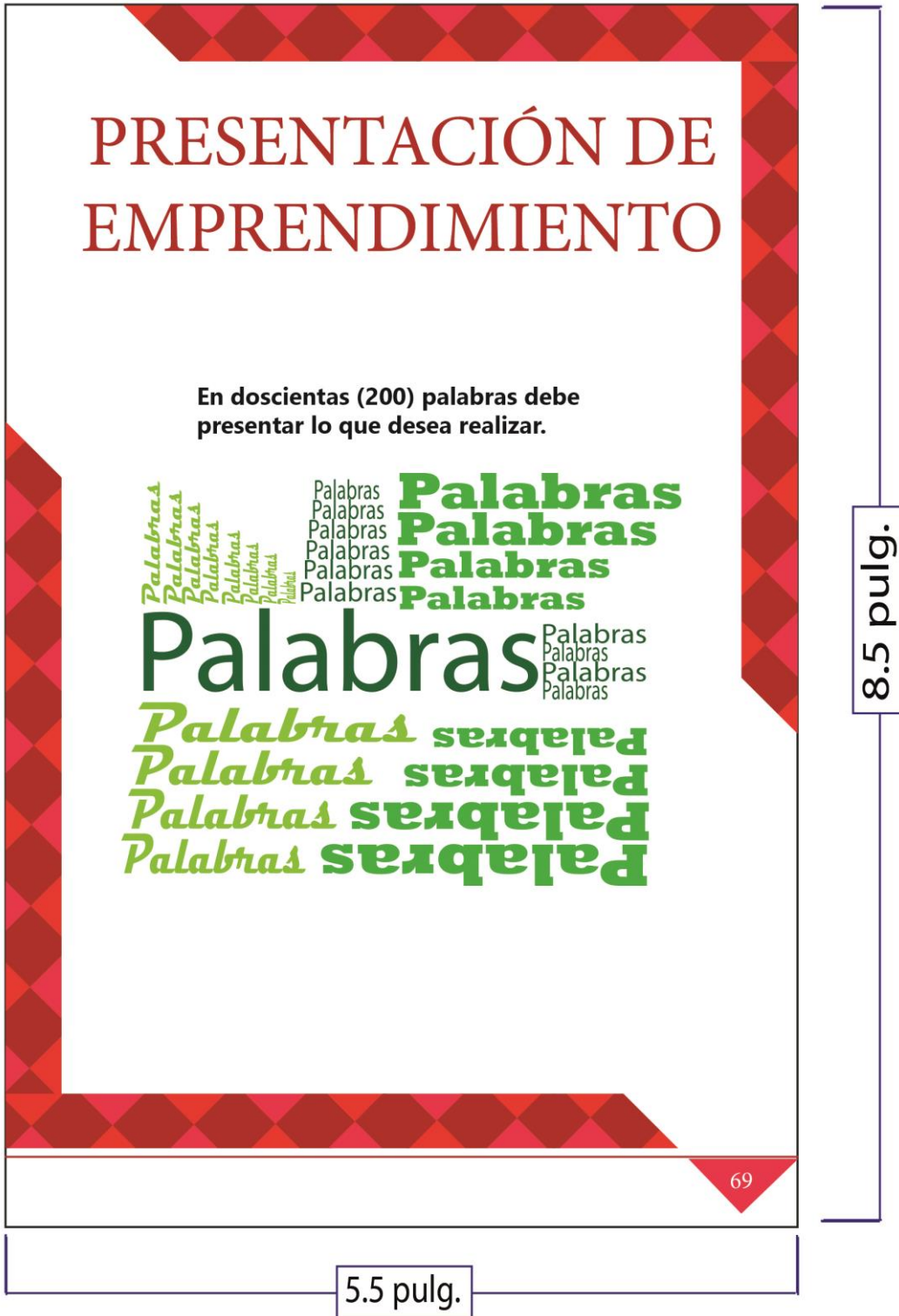
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de rojo y es la carátula del octavo tema del instructivo digital interactivo.



Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades rojas y explica la carátula de la presentación.



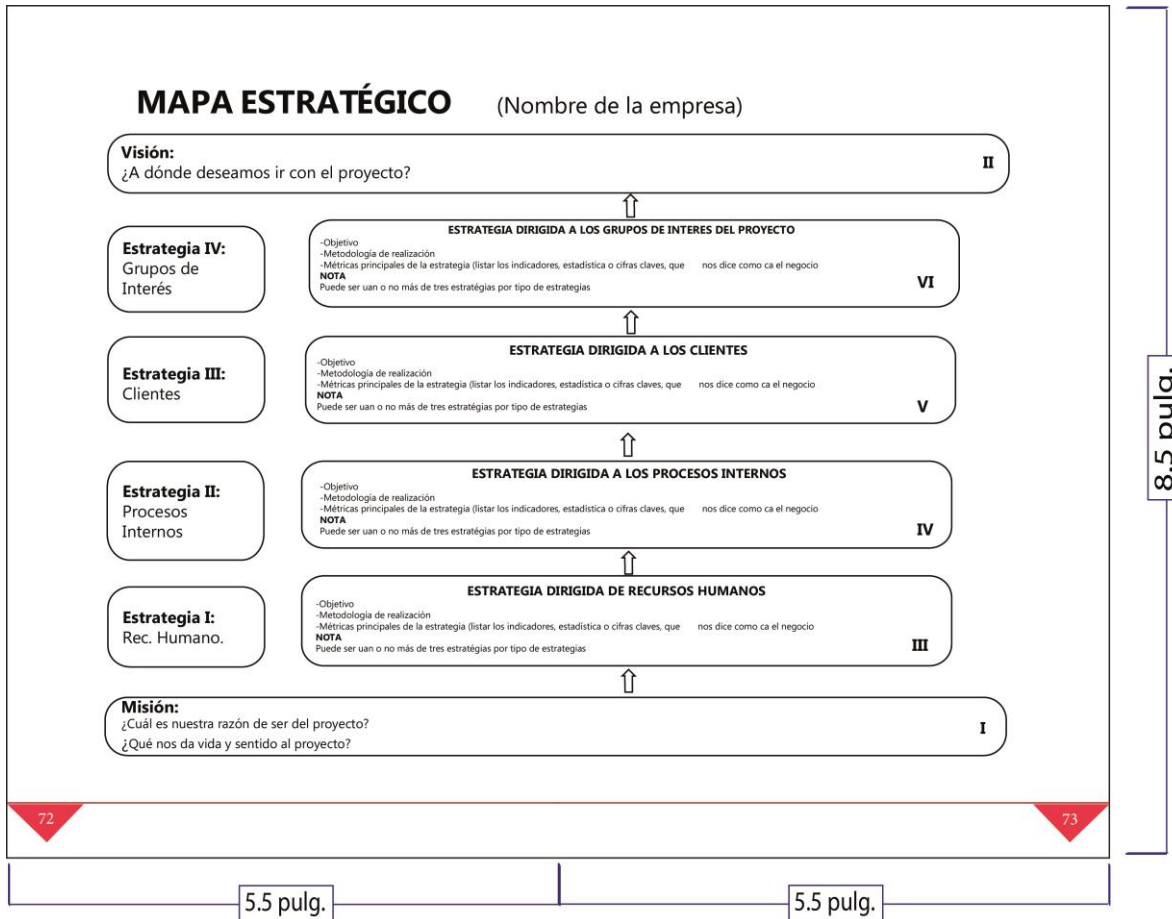
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades rojas y explica las 200 palabras que deben utilizar al momento de presentar.



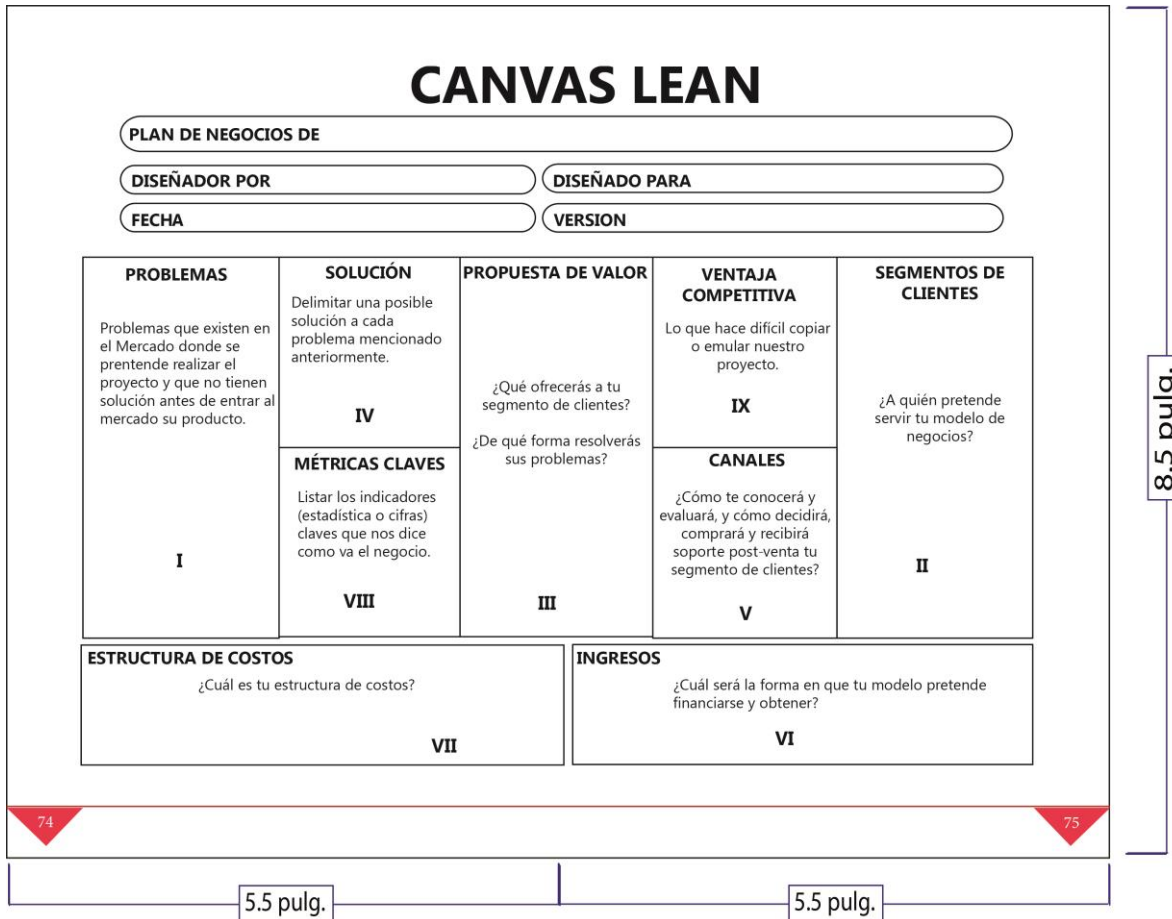
Descripción

Estas páginas tienen una gráfica que enseña una manera de realizar un F.O.D.A. (se repite en la página 24 y 25 para recalcar)



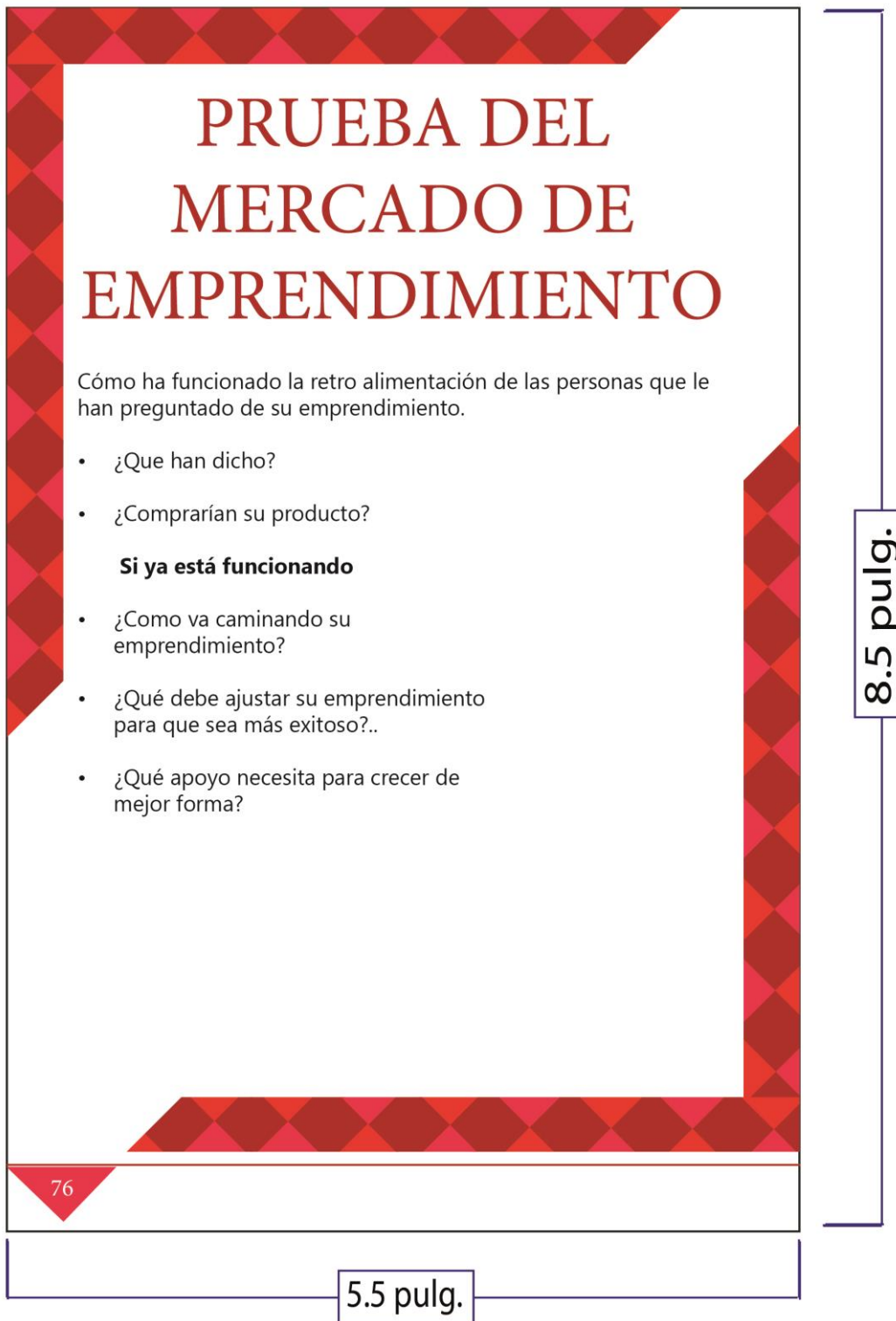
Descripción

Estas páginas tienen una gráfica que muestra de nuevo el mapa estratégico, ya que debe ir en la presentación final.



Descripción

Estas páginas tienen una tabla que enseña canvas lean, ya que se agrega en la presentación final.



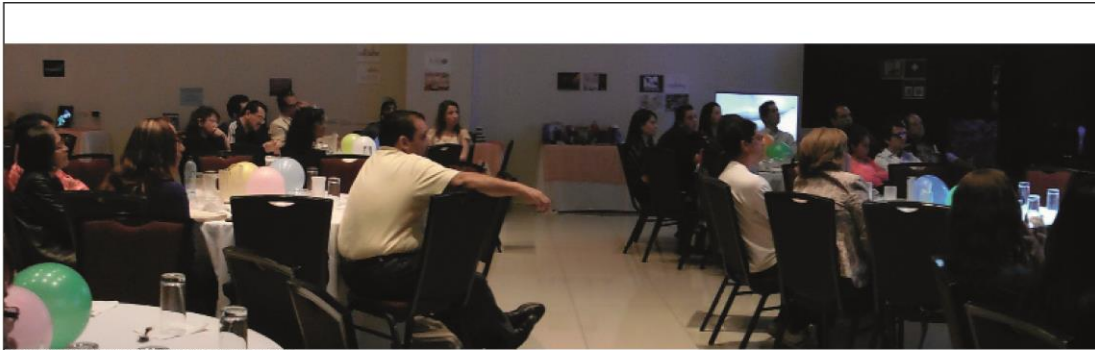
Descripción

Esta página tiene distintas tonalidades de rojo y explica la prueba del mercado en emprendimiento.



Descripción

Esta página tiene diferentes tonalidades de rojo y tiene un mensaje.



2do aniversario del movimiento Sumando Talentos. Foto: Josselyn López



Instalaciones en las que se realizó el aniversario Foto: Josselyn López



Celebración del aniversario de Sumando Talentos. Foto: Josselyn López

78

79

5.5 pulg.

5.5 pulg.

8.5 pulg.

Descripción

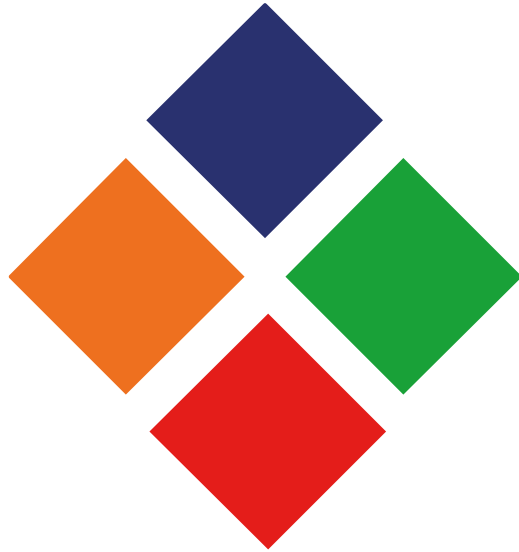
Estas páginas tienen una fotografía panorámica y otras dos no panorámicas que se capturaron en el aniversario del movimiento Sumando Talentos. Cada fotografía con su respectivo pie de foto.

Contra-portada



Descripción

Esta página tiene colores fríos con amarillo, en qué consiste el material, página en Facebook, dirección de correo y el número de teléfono al que se pueden comunicar.



Capítulo X

Producción, reproducción y distribución

A continuación se detallará los costos de producción, reproducción y distribución del instructivo digital interactivo:

10.1 Plan de costos de elaboración

La recopilación de información, proceso creativo y elaboración de propuesta se realizó de febrero a septiembre. La cantidad de meses empleados en la elaboración del instructivo fueron cinco. Se emplearon 20 semanas, 100 días y 500 horas en la misma elaboración. Se cobró Q25.00 por hora trabajada. El costo total del instructivo interactivo es de Q12,500.00.

10.2 Plan de costos de producción

El proceso consistió en la digitalización, validación de la propuesta y realización de cambios para la propuesta final, este se elaboró en octubre. Se trabajaron 4 semanas, 23 días y 92 horas. Se cobró Q25.00 por hora trabajada. El costo total de producción del instructivo digital interactivo es de Q 2,300.00.

10.3 Plan de costos de reproducción:

Un Cd. Q. 15.00. con el archivo editable del instructivo digital interactivo. Asimismo, a solicitud del cliente se imprime un ejemplar a un costo de Q. 300.00.

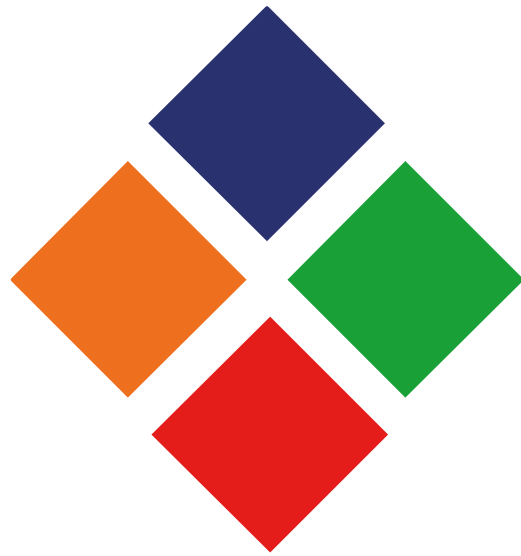
10.4 Plan de costos de distribución

No hay costos de distribución. Lo utilizarán dentro del movimiento Sumando Talentos, en Iglesia Vida Real tv con el grupo objetivo.

10.5 Cuadro con resumen general de costos:

A continuación se presenta el cuadro de resumen de costos:

| Resumen de costos | | |
|-------------------|------------|------------|
| Costos | Subtotal | Total |
| Proceso | Q12,500.00 | |
| Elaboración | Q2,300.00 | |
| Reproducción | Q315.00 | |
| Costo total | | Q15,115.00 |



Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones:

11.1.1 Se diseñó un instructivo digital interactivo para enseñar temas empresariales a los miembros del movimiento Sumando Talentos. Iglesia Vida Real tv.

11.1.2 Se investigó acerca de nuevas tendencias instructivos para aplicar los conocimientos al material editorial que se realizará.

11.1.3 Se recopiló toda la información de la Iglesia Vida Real tv para obtener datos necesarios para iniciar el proyecto.

11.1.4 Se diagramó los elementos gráficos del instructivo digital interactivo para establecer el orden jerárquico y que el grupo objetivo lo comprenda.

11.1.5 Se fotografiaron las actividades, personal, instalaciones para incluir estas imágenes en el instructivo digital interactivo.

11.1.6 Se unificó la línea gráfica para identificar el instructivo digital interactivo con la Iglesia Vida Real tv.

11.2 Recomendaciones:

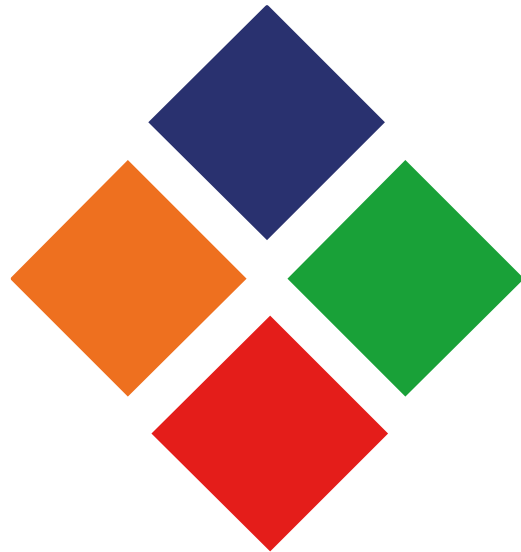
11.2.1 Hacer una presentación del instructivo digital interactivo en el movimiento Sumando Talentos para la transmisión del contenido y continuar la motivación a los miembros.

11.2.2 Promover con los asistentes al Movimiento Sumando Talentos a que continúen la formación con esta nueva herramienta que ayudara a facilitar lo que se enseña para superarse.

11.2.3 Actualizar constantemente el contenido del instructivo digital interactivo con temas innovadores de emprendimiento.

11.2.4 Actualizar las fotografías que se encuentran en el instructivo.

11.2.5 Mantener la línea gráfica para identificar el instructivo digital interactivo con la Iglesia Vida Real tv.

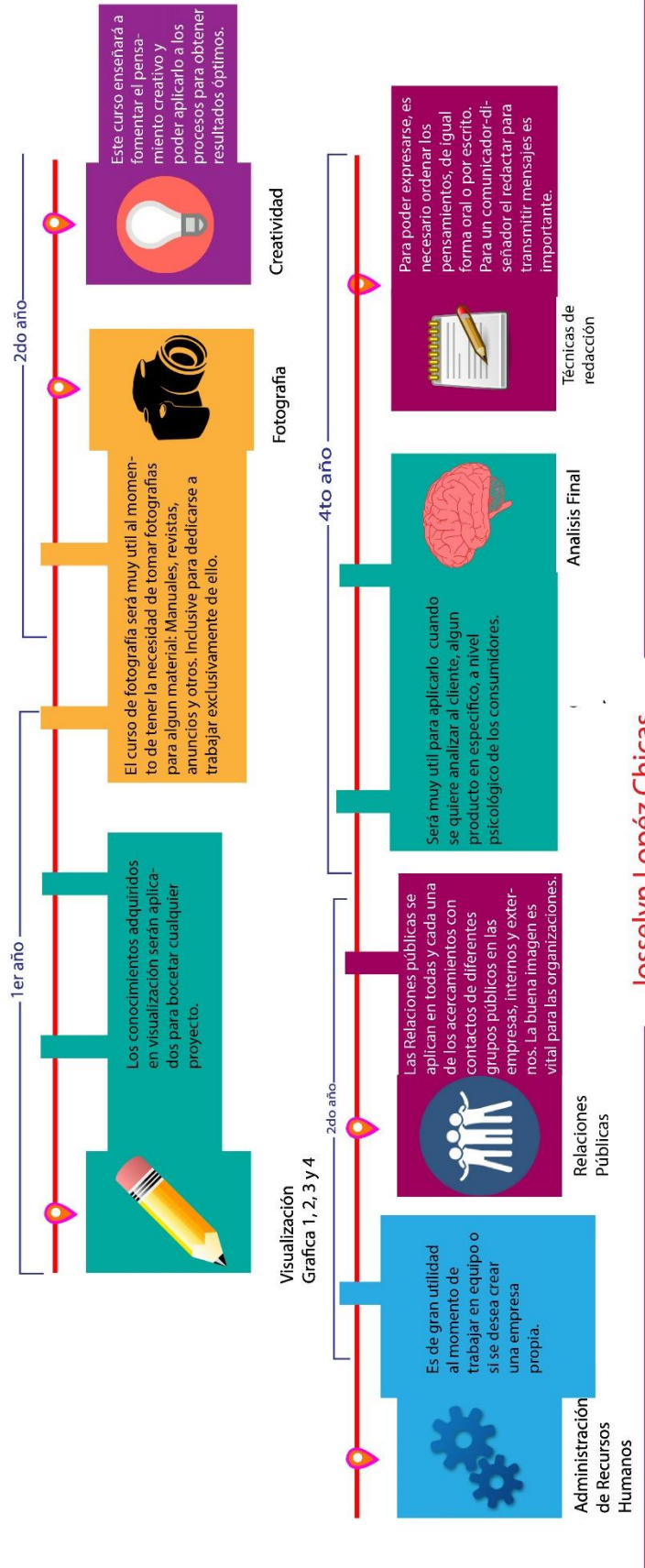


Capítulo XII

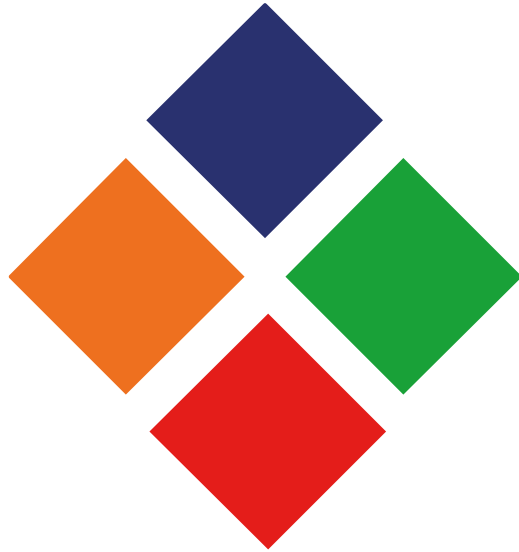
Conocimiento general

CAPÍTULO XII

CONOCIMIENTOS GENERALES



Josselyn López Chicas



Capítulo XIII

Referencias

13.1 Referencias en documentos físicos

- Alfonso, I. S. (2006). *Ingeniería del software*. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Alvarez, A. (1981). *Semiología y narración*. Oviedo: Graficas Summa, S.A.
- Casademont, J. M. (1978). *Historia de la fotografía en el siglo XX*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Ferraro, R. A. (1997). *¿Qué es Qué en Tecnología?* Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Galindo, J. L. (2008). *Literatura Hispanoamericana*. Guatemala: Santillana, S.A.
- Gillbert, J. (1997). *Introducción a la sociología*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- González, L. A. (2002). *Fundamentos de diagramación*. Lima: Fondo Editorial de la UNMSM.
- Graham, L. (2005). *Basics of Design*. Canada: Thomson Delmar Learning.
- Lacueva, F. (1973). *Curso de formación teológica evangélica*. Barcelona: Editorial Clie.
- Lauer, D. A. (1979). *Design basics*. Vermont: Capital City Press.
- Pasternac, M. (1975). *Psicología: Ideología y ciencia*. Mexico, D.F.: Siglo xxi editores, s.a. de c.v.
- Pol, A. (2005). *Secretos de marcas, logotípos y avisos publicitarios*. Buenos Aires: Dunken.
- Radford, A. (2010). *Introducción a la lingüística*. Madrid: Publidisa, S.A.
- Tresserras, J. M. (1987). *El regne del subjecte*. Cataluña: Catalan Edition.
- Wucius, W. (1993). *Principles of form and design*. Estados Unidos: Acid-free paper.

13.2 Referencias de documentos electrónicos

ABC, E. e. (2007-2015). *www.definicionabc.com*. Obtenido de

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/comunicacion-social.php>

Definición.de. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/movimiento/#ixzz3gejw1cbv>

Definición.de. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/ministerio/#ixzz3geiMQPk1>

Definición.de. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/manual-de-usuario/>

Definición.de. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/reticula/>

Definición.de. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/semiotica/>

Definición.de. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/deontologia/>

Definición.de. (2008). <http://definicion.de/>. Obtenido de

<http://definicion.de/comunicacion/#ixzz3genVBnDG>

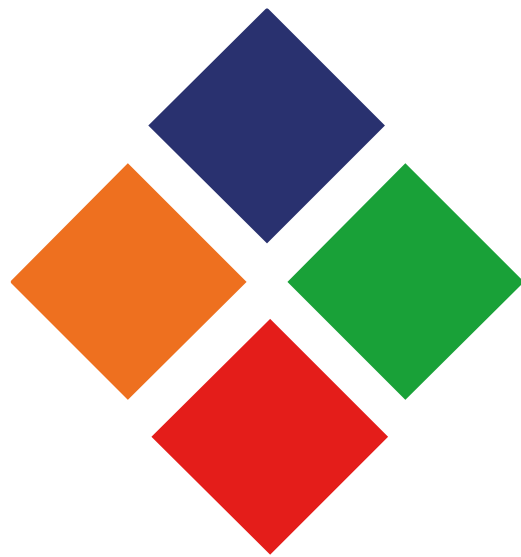
DefiniciónABC. (2007-2015).

Metro, U. I. (2007). <http://www.metro.inter.edu/>. Obtenido de

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

InCom-UAB, I. d. (2001-1015). *Portal comunicacion.com*. Obtenido de

http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23



Capítulo XIV

Anexos

14.1 Encuesta



Género: F

M

Edad:

20-30 31-40

Experto:

Cliente:

Grupo objetivo:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Encuesta de validación

Diseño de manual instructivo para dar a conocer temas administrativos que enseña el movimiento Sumando Talentos. Iglesia Vida Real tv.

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque con una x la opción que más le parezca.

Parte objetiva:

- 1) ¿Considera necesario diseñar un instructivo digital interactivo para dar a conocer temas administrativos que enseña el movimiento Sumando Talentos. Iglesia Vida Real tv?
Si No
- 2) ¿Considera necesario investigar acerca de nuevas tendencias en instructivos para aplicar los conocimientos al material editorial que se realizará?
Si No
- 3) ¿Considera importante recopilar toda la información de la Iglesia Vida Real tv para obtener datos necesarios para iniciar el proyecto?

Sí No

1) ¿Considera de suma importancia diagramar los elementos gráficos del manual para establecer el orden jerárquico y que el grupo objetivo lo comprenda?

Sí No

2) ¿Considera necesario fotografiar las actividades, personal e instalaciones para incluir estas imágenes en el instructivo digital interactivo?

Sí No

3) ¿Considera importante unificar la línea gráfica para identificar el instructivo digital interactivo con la iglesia Vida Real tv?

Sí No

Parte semiológica

4) ¿Considera apropiados los colores utilizados en el diseño del instructivo digital interactivo?

Apropiado Poco apropiado Nada apropiado

5) ¿Considera adecuada la diagramación en la que se estableció el orden de los elementos gráficos en el instructivo digital interactivo?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

6) ¿Considera adecuada la tipografía que se utilizó en la elaboración del instructivo digital interactivo?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

7) ¿Considera adecuada la composición que se creó en el instructivo digital interactivo?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

8) ¿Considera necesario el uso de ilustraciones para cada tema?

Necesario Poco necesario Nada necesario

1) ¿Considera el diseño del material adecuado al grupo de personas que integran el movimiento?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

2) ¿Considera necesario integrar información general del movimiento?

Necesaria Poco necesaria Nada necesaria

3) ¿Considera legible la tipografía empleada en el manual?

Legible Poco legible Nada legible

Parte operativa:

4) ¿Considera adecuado utilizar 3 diferentes tipografías en el instructivo digital interactivo?

Adecuado Poco adecuado Nada adecuado

5) ¿Considera funcional el número de páginas?

Funcional Poco funcional Nada funcional

6) ¿Considera que es funcional que se entregue el instructivo digital interactivo para que la iglesia Vida Real tv lo utilice de la forma que desee?

Funcional Poco funcional Nada funcional

Observaciones:

¡Muchas gracias!

14.2 Tabla de resultados

Parte objetiva

| Pregunta 1 | Alternativas | | Alternativas % | |
|----------------|--------------|----|----------------|----|
| | Sí | No | Sí | No |
| Cliente | 2 | 0 | 6.06 | 0 |
| Grupo objetivo | 27 | 0 | 81.81 | 0 |
| Expertos | 4 | 0 | 12.12 | 0 |
| | 33 | 0 | 100 | 0 |

| Pregunta 2 | Alternativas | | Alternativas % | |
|----------------|--------------|----|----------------|------|
| | Sí | No | Sí | No |
| Cliente | 2 | 0 | 6.06 | 0 |
| Grupo objetivo | 26 | 1 | 78.78 | 3.03 |
| Expertos | 4 | 0 | 12.12 | 0 |
| | 32 | 1 | 96.96 | 3.03 |

| Pregunta 3 | Alternativas | | Alternativas % | |
|----------------|--------------|----|----------------|-------|
| | Sí | No | Sí | No |
| Cliente | 2 | 0 | 6.06 | 0 |
| Grupo objetivo | 21 | 6 | 63.63 | 18.18 |
| Expertos | 4 | 0 | 12.12 | 0 |
| | 27 | 6 | 81.81 | 18.18 |

| Pregunta 4 | Alternativas | | Alternativas % | |
|----------------|--------------|----|----------------|------|
| | Sí | No | Sí | No |
| Cliente | 2 | 0 | 6.06 | 0 |
| Grupo objetivo | 24 | 3 | 72.72 | 9.09 |
| Expertos | 4 | 0 | 12.12 | 0 |
| | 30 | 3 | 90.9 | 9.09 |

| Pregunta 5 | Alternativas | | Alternativas % | |
|----------------|--------------|----|----------------|-------|
| | Sí | No | Sí | No |
| Cliente | 2 | 0 | 6.06 | 0 |
| Grupo objetivo | 23 | 4 | 69.70 | 12.12 |
| Expertos | 4 | 0 | 12.12 | 0 |
| | 29 | 4 | 87.88 | 12.12 |

| Pregunta 6 | Alternativas | | Alternativas % | |
|----------------|--------------|----|----------------|------|
| | Sí | No | Sí | No |
| Cliente | 1 | 1 | 6.06 | 0 |
| Grupo objetivo | 24 | 3 | 72.73 | 9.09 |
| Expertos | 4 | 0 | 12.12 | 0 |
| | 29 | 4 | 90.91 | 9.09 |

Parte Semiológica

| Pregunta 7 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 2 | 0 | 0 | 6.06 | 0 | 0 |
| Grupo objetivo | 24 | 3 | 0 | 72.73 | 9.09 | 0 |
| Expertos | 4 | 0 | 0 | 12.12 | 0 | 0 |
| | 30 | 3 | 0 | 90.91 | 9.09 | 0 |

| Pregunta 8 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 2 | 0 | 0 | 6.06 | 0 | 0 |
| Grupo objetivo | 26 | 1 | 0 | 78.79 | 3.03 | 0 |
| Expertos | 3 | 0 | 1 | 9.09 | 0 | 3.03 |
| | 31 | 1 | 1 | 93.94 | 3.03 | 3.03 |

| Pregunta 9 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 2 | 0 | 0 | 6.06 | 0 | 0 |
| Grupo objetivo | 24 | 3 | 0 | 72.73 | 9.09 | 0 |
| Expertos | 4 | 0 | 0 | 12.12 | 0 | 0.00 |
| | 30 | 3 | 0 | 90.91 | 9.09 | 0.00 |

| Pregunta 10 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 2 | 0 | 0 | 6.06 | 0 | 0 |
| Grupo objetivo | 27 | 0 | 0 | 81.82 | 0.00 | 0 |
| Expertos | 4 | 0 | 0 | 12.12 | 0 | 0.00 |
| | 33 | 0 | 0 | 100.00 | 0.00 | 0.00 |

Parte Semiológica

| Pregunta 11 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 1 | 1 | 0 | 3.03 | 3.03 | 0 |
| Grupo objetivo | 25 | 2 | 0 | 75.76 | 6.06 | 0 |
| Expertos | 4 | 0 | 0 | 12.12 | 0 | 0 |
| | 30 | 3 | 0 | 90.91 | 9.09 | 0 |

| Pregunta 12 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 1 | 1 | 0 | 3.03 | 3.03 | 0 |
| Grupo objetivo | 25 | 2 | 0 | 75.76 | 6.06 | 0 |
| Expertos | 4 | 0 | 0 | 12.12 | 0 | 0 |
| | 30 | 3 | 0 | 90.91 | 9.09 | 0 |

| Pregunta 13 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 2 | 0 | 0 | 6.06 | 0.00 | 0 |
| Grupo objetivo | 26 | 1 | 0 | 78.79 | 3.03 | 0 |
| Expertos | 4 | 0 | 0 | 12.12 | 0 | 0 |
| | 32 | 1 | 0 | 96.97 | 3.03 | 0 |

| Pregunta 14 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 2 | 0 | 0 | 6.06 | 0.00 | 0 |
| Grupo objetivo | 24 | 3 | 0 | 72.73 | 9.09 | 0 |
| Expertos | 3 | 1 | 0 | 9.09 | 3.03 | 0 |
| | 29 | 4 | 0 | 87.88 | 12.12 | 0 |

Parte Operativa

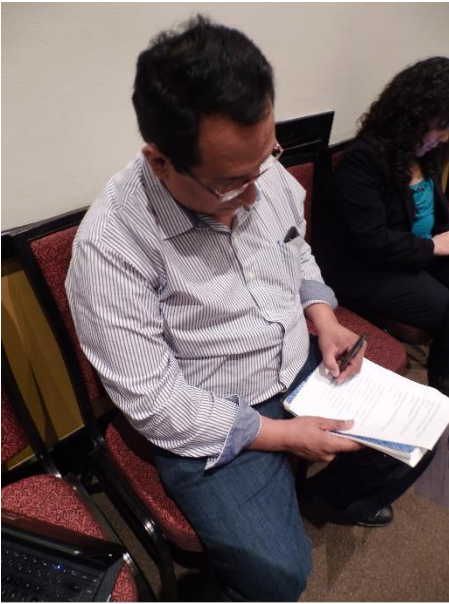
| Pregunta 15 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 2 | 0 | 0 | 6.06 | 0.00 | 0 |
| Grupo objetivo | 20 | 6 | 1 | 60.61 | 18.18 | 3.03 |
| Expertos | 1 | 3 | 0 | 3.03 | 9.09 | 0 |
| | 23 | 9 | 1 | 69.70 | 27.27 | 3.03 |

| Pregunta 16 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 2 | 0 | 0 | 6.06 | 0.00 | 0.00 |
| Grupo objetivo | 26 | 1 | 0 | 78.79 | 3.03 | 0.00 |
| Expertos | 4 | 0 | 0 | 12.12 | 0.00 | 0.00 |
| | 32 | 1 | 0 | 96.97 | 3.03 | 0.00 |

| Pregunta 17 | Alternativas | | | Alternativas % | | |
|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado | Apropiado | Poco apropiado | Nada apropiado |
| Cliente | 2 | 0 | 0 | 6.06 | 0.00 | 0.00 |
| Grupo objetivo | 27 | 0 | 0 | 81.82 | 0.00 | 0.00 |
| Expertos | 4 | 0 | 0 | 12.12 | 0.00 | 0.00 |
| | 33 | 0 | 0 | 100.00 | 0.00 | 0.00 |

14.3 Fotografía de personas encuestadas

-Cliente



Alex Gudiel



Ana Silvia Saenz de Tejada

-Grupo objetivo



Evelyn Gonzales



Hugo Fuentes

-Grupo objetivo



Julio Rafael Quintania



Ronal Angel

-Grupo objetivo



Jackeline de Berges



Jenifer Polcrave

-Grupo objetivo



Mases Ramírez



Alicia Cormado

-Grupo objetivo

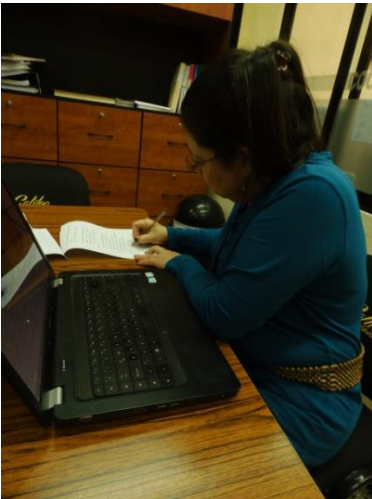


Hanss Vladimir Gomez de Leon



Brenda P. López

-Expertos

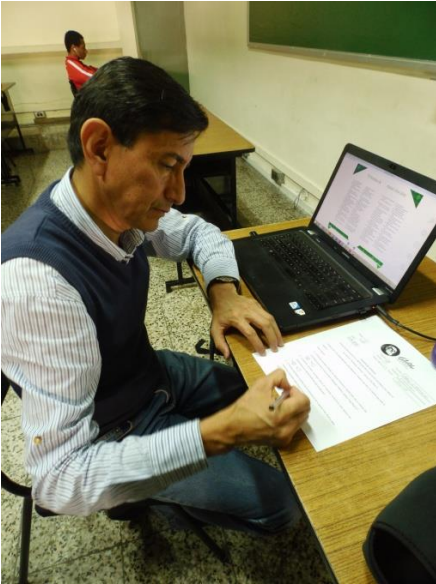


Licda. Wendy Franco

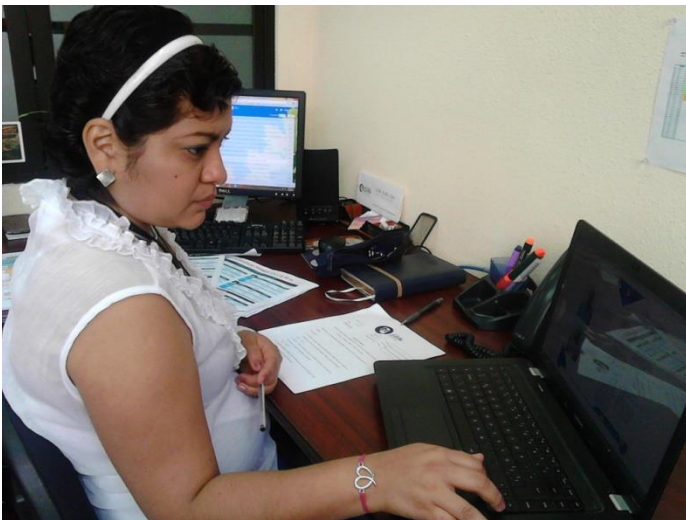


Lic. David Castillo

-Expertos



Lic. Carlos Franco



Licda. Karla López