

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport. San Juan Sacatepéquez, Guatemala.

Guatemala 2019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Andres García Martínez

Carné 15001616

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2019

Diseño de material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport. San Juan Sacatepéquez, Guatemala.

Guatemala 2019.

Andres García Martínez

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, 2019

Autoridades

Rector.

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General.

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo.

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General.

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.


Guatemala 13 de abril de 2018

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

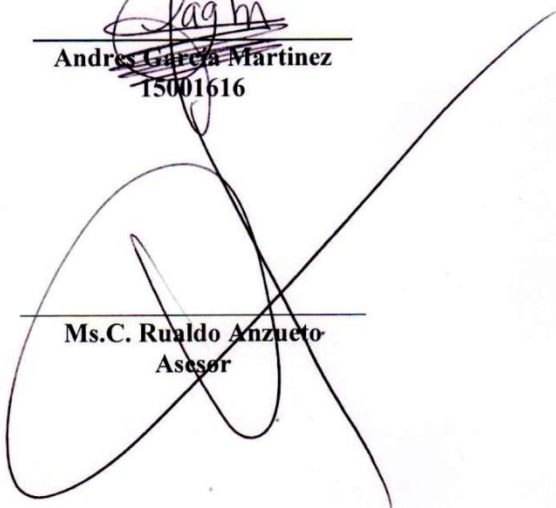
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA PRESENTAR EL PLAN
ESTRATÉGICO 2019 – 2023 AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA
EMPRESA SAN JUAN AGROEXPORT. SAN JUAN SACATEPÉQUEZ,
GUATEMALA. GUATEMALA 2019.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo
Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



~~Andres Garcia Martinez~~
15001616



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 14 de mayo de 2018

Señor:
Andres García Martínez
Presente

Estimado Señor García:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA PRESENTAR EL PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2023 AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA SAN JUAN AGROEXPORT. SAN JUAN SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA. GUATEMALA 2019.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 17 de enero de 2019

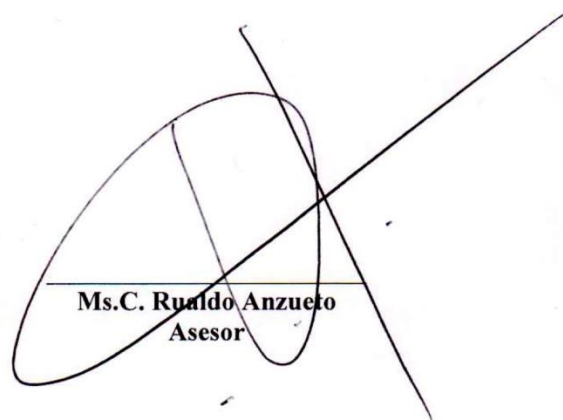
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA PRESENTAR EL PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2023 AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA SAN JUAN AGROEXPORT. SAN JUAN SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA. GUATEMALA 2019.** Presentado por el estudiante: Andres García Martínez, con número de carné: *15001616*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ms. C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 06 de febrero de 2019

**Señor
Andres García Martínez
Presente**

Estimado Señor García :

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano**

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 21 de marzo de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **“DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA PRESENTAR EL PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2023 AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA SAN JUAN AGROEXPORT. SAN JUAN SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA. GUATEMALA 2019”**. del estudiante Andres García Martínez, 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



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 26 de marzo de 2019

Señor:
Andres García Martínez
Presente

Estimado Señor García:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA PRESENTAR EL PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2023 AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA SAN JUAN AGROEXPORT. SAN JUAN SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA. GUATEMALA 2019.** Presentado por el estudiante: Andres García Martínez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A:

Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y darme salud, sabiduría y los dones con los que pude poner en práctica mis habilidades y así para lograr mis objetivos, además de su infinito amor.

Mi Mamá, Carmen Alicia, por darme la vida, por ser mi motor y fuerza, pero principalmente por su esfuerzo en todo momento, por sus consejos, su motivación y por haberme permitido seguir mis sueños, así como su amor y apoyo incondicional.

Mi Papá Roger, por ser mi motor, fuerza e inspiración desde el cielo.

Mi hermana Carmen María, por apoyarme y estar conmigo durante el camino.

Mis abuelos Gely y Leonel, por su apoyo y motivación para cumplir mis metas.

Mis amigas Ana y Andrea, con quienes nos apoyamos durante toda nuestra formación profesional.

Y mis catedráticos, que a lo largo de los años fueron inspiración y de quienes me llevo muchos conocimientos y gratos momentos.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa San Juan AgroExport se identificó que no cuenta con el diseño de material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo. Se solicitó por parte de la empresa el diseño gráfico del mismo, que será utilizado para capacitar a los colaboradores, reforzar la cultura de liderazgo y desempeño y el compromiso de todas las personas que trabajan en la empresa.

A través del diseño gráfico se busca que los colaboradores entiendan de manera visual las responsabilidades, valores y roles que deben cumplir al momento de trabajar y convivir con las demás personas dentro de las instalaciones de la empresa.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport. San Juan Sacatepéquez, Guatemala. Guatemala 2019.

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que el diseño del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport se realizó con la finalidad de dar a conocer la cultura de desempeño, competencias de los trabajadores y objetivos de la empresa. El plan busca el reforzamiento de la cultura y así fomentar la práctica de los valores en todos los colaboradores de la empresa. Se recomendó la impresión mínima de 100 cuadráticos para brindarle a todo el personal administrativo de la empresa y la distribución se realice eficientemente

Hoja de autoría

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

Índice

Capítulo I: Introducción	
1.1 Introducción	1
Capítulo II: Problemática	
2.1 Contexto.....	4
2.2 Requerimientos de Comunicación y Diseño.....	5
2.3 Justificación	5
2.3.1. Magnitud.....	5
2.3.2. Vulnerabilidad.....	7
2.3.3. Trascendencia.....	7
2.3.4. Factibilidad	8
Capítulo III: Objetivos de Diseño	
3.1 Objetivo General	11
3.2 Objetivos Específicos	11
Capítulo IV: Marco de referencia	
4.1 Información general del cliente.....	13
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	
5.1 Perfil geográfico.....	28
5.2 Perfil demográfico San Juan AgroExport.....	29
5.3 Perfil psicográfico	30
5.4 Perfil conductual	32
Capítulo VI: Marco teórico	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	35
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	39
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	41
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	46
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	51
7.2 Conceptualización	57
7.3 Bocetaje	65

7.4 Propuesta preliminar.....	72
Capítulo VIII: Validación técnica	
8.1 Población y muestreo	81
8.2 Método e instrumentos	81
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	86
8.4 Cambios en base a los resultados	97
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	101
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	
10.1 Plan de costos de elaboración	112
10.2 Plan de costos de producción	112
10.3 Plan de costos de reproducción.....	112
10.4 Plan de costos de distribución.....	113
10.5 Margen de utilidad.....	113
10.7 Cuadro con resumen general de costos.....	113
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	115
Capítulo XII: Conocimiento general	
Capítulo XII: Conocimiento general	119
Capítulo XIII: Referencias	
Capítulo XIII: Referencias	124
Capítulo XIV: Anexos	
Capítulo XIV: Anexos	128

Capítulo I: Introducción

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

San Juan AgroExport es una empresa agroexportadora, ubicada en el kilómetro 29.5 del municipio de San Juan Sacatepéquez del departamento de Guatemala, que se dedica a la exportación de cultivos tales como: arveja china, arveja dulce, ejote francés, entre otros, a mercados de Estados Unidos y Europa, a través de distribución marítima y aérea.

San Juan AgroExport no cuenta con el diseño de material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa, por lo que con el proyecto titulado como: Diseño de material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport. San Juan Sacatepéquez, Guatemala. Guatemala 2019.

Se busca a través de la comunicación y el diseño de un material impreso, que el personal administrativo conozca más de la empresa y que a la vez el material los motive a distintas actividades como: la práctica de valores dentro de las instalaciones, a poner en práctica la cultura del liderazgo y el alto desempeño, y a cumplir con los objetivos planteados por la empresa.

La metodología y procedimientos a utilizar para la elaboración del proyecto son la investigación de conceptos fundamentales de comunicación y diseño, ciencias, teorías, artes y tendencias, así también la aplicación de una técnica de diseño para la conceptualización del proyecto.

Posterior al procedimiento mencionado, se realiza el proceso de bocetaje y propuestas para darle origen al proyecto final, que se realizó con la finalidad de dar a conocer la cultura de

desempeño, competencias de los trabajadores y objetivos de la empresa. El plan busca el reforzamiento de la cultura y así fomentar la práctica de los valores en todos los colaboradores, pero principalmente alcanzar los objetivos de la empresa en el período 2019 – 2023.

Capítulo II: Problemática

Capítulo II: Problemática

La empresa San Juan AgroExport, ubicada en el municipio de San Juan Sacatepéquez departamento de Guatemala, no cuenta con el diseño de material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport, en el que se da a conocer la cultura de desempeño, competencias de los trabajadores y objetivos de la empresa. Se debe diseñar gráficamente el plan para el reforzamiento de la cultura y así fomentar la práctica de los valores en todos los colaboradores de la empresa y evitar su incumplimiento.

2.1 Contexto

Como requerimiento de cuarto año de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo, el estudiante debe cumplir con la elaboración del proyecto de graduación, en el que pueda resolver alguna problemática de comunicación o diseño gráfico para una empresa.

En este caso se eligió la agroexportadora San Juan AgroExport, ubicada en el kilómetro 29.5 del municipio de San Juan Sacatepéquez del departamento de Guatemala, empresa que se dedica a la exportación de cultivos tales como: arveja china, arveja dulce, ejote francés, entre otros; a mercados de Estados Unidos y Europa a través de distribución marítima y aérea.

Se eligió la planta de San Juan AgroExport debido a que no cuenta con el diseño de material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo, conocer más de la empresa y que a la vez los motive a distintas actividades como: la práctica de valores dentro de la instalaciones y a poner en práctica la cultura del liderazgo y el alto desempeño.

Por esta razón se busca, a través del diseño gráfico del plan estratégico, la motivación para los colaboradores y el reforzamiento de la cultura dentro de las instalaciones de la empresa.

2.2 Requerimientos de Comunicación y Diseño

San Juan AgroExport no cuenta con el diseño de material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo, por lo que se solicitó por parte de la empresa el diseño gráfico del mismo. Será utilizado para capacitar a los colaboradores, reforzar la cultura de liderazgo y desempeño, y el compromiso de todas las personas que trabajan en la empresa.

A través del diseño gráfico se busca que los colaboradores entiendan de una manera visual las responsabilidades, valores y roles que deben cumplir al momento de trabajar y convivir con las demás personas dentro de las instalaciones de la empresa.

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud

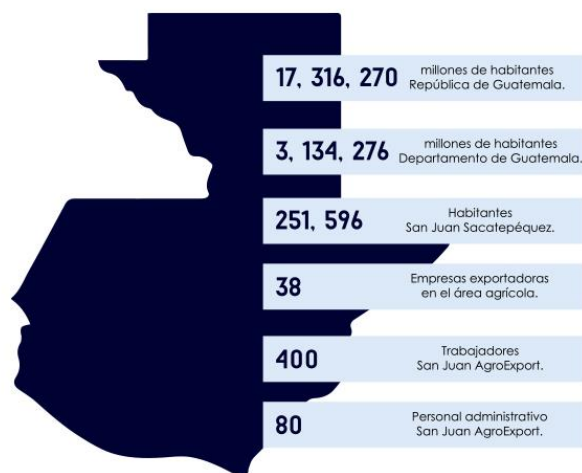
Según el Instituto Nacional de Estadística –INE-, Guatemala tiene una superficie territorial de 108, 889 kilómetros cuadrados.

La población actual de Guatemala es de 17, 316, 270 millones de habitantes. La población masculina actual es de 8, 440, 137 y la femenina de 8, 876, 133 millones de habitantes. El departamento de Guatemala tiene 3, 134, 276 millones de habitantes y la población estimada del municipio de San Juan Sacatepéquez es de 251, 596 habitantes.

Para el desarrollo del proyecto es importante mencionar el número de agroexportadoras de Guatemala. Según la Asociación Guatemalteca de Exportadores –AGEXPORT- el número de empresas exportadoras en el área agrícola es de 38, y únicamente una se encuentra ubicada en el municipio de San Juan Sacatepéquez.

San Juan AgroExport tiene 400 colaboradores, de los que 320 conforman el personal operativo y 80 el personal administrativo de la empresa.

El proyecto se realiza para un total de 80 colaboradores, el personal administrativo de la planta de San Juan AgroExport.



Fuente INE, Censos municipales 2008 – 2011.

Fuente AGEXPORT.

2.3.2. Vulnerabilidad

Debido a la carencia de diseño gráfico del plan estratégico, no es posible enseñarles toda la información de San Juan AgroExport, como la misión, visión, valores y competencias al personal administrativo, lo que hace que estos no tengan una motivación y a la vez no se sientan identificados con la empresa.

La falta del material mencionado anteriormente provoca falta de identidad y reconocimiento de parte de todos los colaboradores, por lo que el diseño gráfico del plan debe cumplir con el reforzamiento de la cultura de liderazgo y alto desempeño de la empresa.

2.3.3. Trascendencia

El problema encontrado en la empresa San Juan AgroExport busca ser disminuido con la intervención del diseño gráfico y la comunicación del plan estratégico de la cultura de liderazgo.

El alcance que se espera con la realización del proyecto es dar a conocer todo el plan estratégico, las diversas actividades y metas que busca que los colaboradores alcancen a lo largo del tiempo, a través de material impreso que será colocado en distintas áreas estratégicas dentro de las instalaciones.

También, a través del material se busca fomentar la práctica de los valores para la convivencia humana y la constante capacitación de los colaboradores para reforzar la cultura de la empresa.

2.3.4. Factibilidad

La realización del proyecto es factible debido a que se cuenta con recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos que hacen posible y realizable el proyecto. Cada uno de los recursos se detalla a continuación.

2.3.4.1. Recursos Humanos

San Juan AgroExport cuenta con un equipo de trabajo muy amplio, caracterizado por su capacidad, conocimiento y responsabilidad al momento de desarrollar diversos proyectos dentro de la empresa. Es un equipo humano altamente capacitado que se mantiene en constante investigación de nuevos métodos de llevar la información a cada uno de sus colaboradores.

El equipo está compuesto de diversas áreas para mejor control y manejo de todas las actividades que se realizan.

También se cuenta con el apoyo de personal especializado en la educación y la enseñanza, que está encargado de realizar los cambios necesarios en la comunicación de la empresa y sintetizarlos para facilitar el aprendizaje por parte de los colaboradores.

2.3.4.2. Recursos Organizacionales

Los ejecutivos de San Juan AgroExport se encuentran en total disposición para proporcionar toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto y a la vez autorizan el uso de instalaciones, personal y espacios necesarios para elaborar el material y ponerlo en marcha cuando el proyecto esté finalizado.

2.3.4.3. Recursos Económicos

La organización de la empresa cuenta con los recursos económicos para la implementación del material al finalizar el proyecto.

Los recursos económicos serán utilizados para la impresión y propagación de todo el material necesario para el uso de los colaboradores dentro de las instalaciones de la planta de San Juan AgroExport.

2.3.4.4. Recursos Tecnológicos

El estudiante cuenta con los recursos necesarios para la elaboración del material gráfico, también cuenta con equipo fotográfico para la producción de fotografías a utilizar dentro del plan estratégico y está altamente capacitado para poner en práctica las herramientas y conocimientos adquiridos a lo largo del estudio de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo.

Capítulo III: Objetivos de Diseño

Capítulo III: Objetivos de Diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport. San Juan Sacatepéquez, Guatemala. Guatemala 2019.

3.2 Objetivos Específicos

Investigar tendencias gráficas de diseño a través de la web, para que el diseño del material impreso del plan estratégico sea simple, directo y fácil de entender por el personal administrativo de San Juan AgroExport.

Recopilar información de la empresa a través del material con el que cuentan para sintetizarlo y que sea el mensaje adecuado y útil que se va a utilizar para el diseño del plan por parte del estudiante.

Fotografiar al personal administrativo y operativo que labora en la empresa y los productos agrícolas que exporta San Juan AgroExport, para ilustrar el contenido del material para presentar la planeación estratégica.

Capítulo IV: Marco de Referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

San Juan AgroExport es una empresa agrícola familiar que se fundó en 1985 por los hermanos Ing. Tulio García Morales e Ing. Víctor Hugo García Morales.

Está ubicada en el kilómetro 29.5 del municipio de San Juan Sacatepéquez del departamento de Guatemala, es una empresa que se dedica a la exportación de cultivos tales como: arveja china, arveja dulce, ejote francés, entre otros; a mercados de países como Estados Unidos y Europa a través de distribución marítima y aérea.

Debido al crecimiento de las exportaciones, en 1992 se decidió trasladar las instalaciones a la planta que actualmente ocupa en el municipio de San Juan Sacatepéquez.

Durante el año 1994 se abren las oficinas de Miami Agro Import / Miami Agro Handling en la ciudad de Miami, Florida en los Estados Unidos de América, con el propósito de facilitar la distribución y manejo de los productos que exportan.

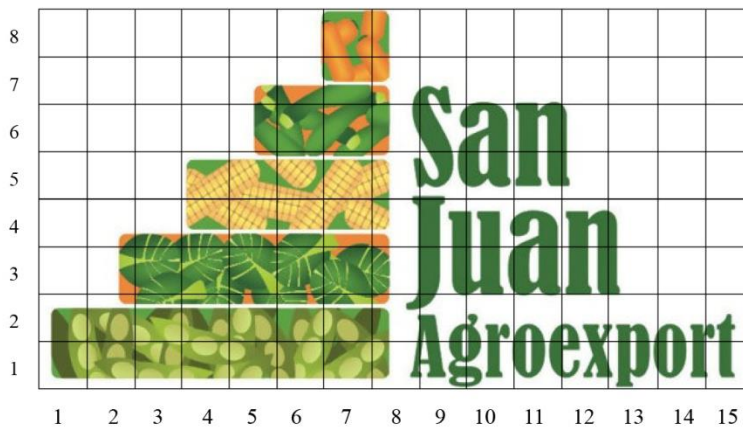
También busca poder exportar amplia variedad de productos y volumen mucho mayor, en el año 2001 se crea una alianza estratégica con una cooperativa de la región, se alía estratégicamente a otras empresas para mantener la competitividad y así manejar los cambios en los mercados destino.

San Juan AgroExport, en números, son los responsables de proveer poco más del 30% de arveja dulce y china que se consume en el mercado estadounidense. Las alianzas estratégicas con gobierno y empresas a nivel nacional e internacional, les han permitido exportar mayores volúmenes, diversificar la oferta y ampliar el acceso a nuevos mercados.

4.2 Isologo



4.2.1 Retícula



Se proporciona una retícula que permita reproducir el logotipo por el sistema de coordenadas.

La retícula está compuesta por 15 módulos cuadrados perfectos de ancho por 8 módulos cuadrados perfectos de largo, que dividen al logotipo en pequeñas áreas para su fácil reproducción a escalas mayores y para cualquiera de sus usos.

4.2.2 Colores

El isologo está compuesto por los siguientes colores pantone.



Pantone 7742 C



Pantone 715 C



Pantone 393 C



Pantone 7737 C



Pantone 7745 C



Pantone 7751 C

4.2.3 Tipografía

**San
Juan
Agroexport**

La tipografía utilizada en isologo es Bernard Mt Condensed, serif.

4.2.4 Forma

El isologo tiene forma de pirámide, que está formada por imágenes vectoriales de los productos que comercializa la empresa del lado izquierdo, y del lado derecho se encuentra el nombre de la misma.

4.3 Datos del cliente

Nombre del cliente (empresa): San Juan AgroExport

Dirección: Km. 29.5 San Juan Sacatepéquez, Guatemala.

E-mail: info@sanjuanagroexport.com.gt

Teléfono: (+502) 6644-4500

Contacto: María de los Ángeles García Comparini

Puesto que ocupa: Gerente General San Juan AgroExport

Celular: (+502) 3262-6455

4.3.1 Marcas de San Juan AgroExport



4.3.2 Antecedentes

San Juan AgroExport es una empresa que se fundó en el año 1985 y se dedica a la exportación de cultivos tales como: arveja china, arveja dulce, ejote francés, entre otros, a mercados de países como Estados Unidos y Europa, a través de distribución marítima y aérea.

4.3.3 Oportunidad identificada

San Juan AgroExport cuenta con alianzas estratégicas con gobiernos y empresas a nivel nacional e internacional, lo que les ha permitido exportar mayores volúmenes, diversificar la oferta y ampliar el acceso a nuevos mercados.

Cuentan con oficinas en la ciudad de Miami, Florida en los Estados Unidos de América; Miami Agro Import / Miami Agro Handling, con el propósito de facilitar la distribución y manejo de los productos que exportan.

4.4 Misión

Producimos, procesamos y comercializamos productos innovadores con responsabilidad y sostenibilidad, para cubrir las expectativas de calidad y competitividad de nuestros clientes en un ambiente de integridad organizacional.

4.5 Visión

Inspiramos vidas saludables con productos innovadores y sostenibles.

4.6 Valores

Como parte de nuestra filosofía, sabemos la importancia que tiene buscar el bien común tanto de la comunidad como de la sociedad. Para contribuir con ellos nos regimos bajo los siguientes valores:

4.6.1 Responsabilidad

Asumimos conscientemente nuestros deberes y respondemos por nuestros resultados con el adecuado uso de los recursos.

4.6.2 Sostenibilidad (competitividad y excelencia)

Somos eficientes y eficaces en la operación de nuestros procesos al cuidar la seguridad y salud de los colaboradores y los recursos naturales, mantenemos un enfoque de mejora continua para el cumplimiento de las tendencias de consumo de los mercados.

4.6.3 Integridad organizacional (honestidad, respeto y lealtad)

Actuamos con integridad, siendo honestos en nuestras relaciones interpersonales, al valorar y respetar el trabajo de todos, cumplir con las necesidades de nuestros clientes, proveedores y colaboradores; demostramos nuestra lealtad al respetar los esfuerzos de la empresa, las políticas y procedimientos establecidos.

4.8 FODA

4.8.1 Fortalezas

Realizar todo el proceso del producto, es decir que produce, procesa y comercializa los productos agrícolas que comercializa.

Cuenta con oficinas en la ciudad de Miami, Florida en los Estados Unidos de América; Miami Agro Import / Miami Agro Handling, para la facilidad de exportación y comercialización del producto en el mercado estadounidense.

Tiene alianzas estratégicas con gobiernos y empresas a nivel nacional e internacional, que les ha permitido exportar mayores volúmenes, diversificar la oferta y ampliar el acceso a nuevos mercados.

4.8.2 Oportunidades

Competir en el mercado internacional con productos de alta calidad.

Aumentar el porcentaje de exportación en el mercado estadounidense con las oficinas de Miami Agro Import / Miami Agro Handling, ubicadas oficinas en la ciudad de Miami, Florida en los Estados Unidos de América.

Mayor producción de productos por acceso a tierra fértil en diferentes municipios y departamentos del país, lo que hace que se mantenga durante todo el año.

4.8.3 Debilidades

Falta de comunicación visual en el mercado.

Poca inversión en la identidad y publicidad de la empresa.

Manejo deficiente de redes sociales y medios de comunicación internos y externos.

4.8.4 Amenazas

Poca identificación del personal con la empresa, lo que hace que estos no rindan lo que se espera dentro del horario laboral.

38 exportadoras como competencia en el sector agrícola de arveja y vegetales.

La competencia maneja mejores estrategias de comunicación y publicidad con los mercados.

4.9 Responsabilidad Social Empresarial

Somos una empresa fundada en 1985 ubicada en San Juan Sacatepéquez, Guatemala. Trabajamos con grupos de agricultores que basan su actividad económica en la agricultura como

fuente principal de ingresos y paralelamente destinan parte de la tierra para la siembra de maíz y frijol para la seguridad alimentaria y nutricional familiar. Los principales cultivos de San Juan Agroexport son: arveja china, arveja dulce y ejote francés.

La responsabilidad social empresarial de San Juan AgroExport, se divide en cinco importantes ejes; colaboradores, protección ambiental, educación, fundación Juan Francisco García Comparini y salud. También se divide en proyectos de salud, nutrición, educación y vivienda.

Colaboradores: La generación de empleo en las áreas geográficas donde San Juan Agroexport mantiene una relación productiva que ha permitido mejorar la calidad de vida de sus colaboradores. Nuestro éxito depende, tanto de una relación eficaz y eficiente con nuestros clientes como con nuestros colaboradores.

El equipo de San Juan AgroExport que cuenta con más de 500 colaboradores, dividido en 6 departamentos, es capacitado de forma regular no solo en temas de actualidad empresarial, sino también reforzamos temas como seguridad alimentaria y nutricional, autoestima, género, primeros auxilios, entre otros.

Dentro de nuestras instalaciones contamos con una sala de entretenimiento que incluye un sillón de masajes y diferentes juegos donde los colaboradores pueden distraerse y reducir el estrés.

Protección ambiental: Promovemos la protección del medio ambiente a través de prácticas agrícolas integradas, como mejor uso de químicos, rotación de cultivos y manejo adecuado de desechos.

Política ambiental: Estamos comprometidos con la producción, procesamiento y comercialización de vegetales frescos mediante un sistema de gestión ambiental, que garantiza la protección de nuestro entorno con acciones orientadas a la minimización del impacto negativo.

San Juan AgroExport está altamente comprometido con el cumplimiento de los requisitos legales ambientales tanto nacionales como internacionales, los acuerdos suscritos con las partes interesadas, la comunicación efectiva y la mejora continua de nuestro desempeño ambiental.

Educación: Creemos y confiamos en que el camino para mejor nación, es apostar a la educación por lo que contamos con tres programas:

Programa de educación primaria acelerada: Este programa inició hace 10 años y ha permitido que muchos de nuestros colaboradores inicien y concluyan la educación primaria en 3 años.

Programa de educación básica: El 28 de octubre de 2013 iniciamos una relación de colaboración junto con el Instituto Guatemalteco de Escuelas Radiofónicas (IGER) para realizar la apertura del ciclo básico en las instalaciones de San Juan AgroExport. Para apoyar este programa se realizó una inversión económica para infraestructura básica.

Programa de Bachillerato en Ciencias y Letras: En enero de 2017 el Instituto San Juan Agroexport y el Instituto Guatemalteco de Escuelas Radiofónicas (IGER) nuevamente unieron lazos para inaugurar el Bachillerato en Ciencias y Letras con duración de 2 años. San Juan AgroExport brindó la inversión en beneficio de nuestros colaboradores.

Fundación Juan Francisco García Comparini: Nos esforzamos en promover el desarrollo socio-económico del país en forma responsable y sostenible.

San Juan Agroexport se esfuerza en promover junto a Fundación Juan Francisco García Comparini el desarrollo y la implementación de diversos proyectos sostenibles que transforman las vidas de muchas personas que viven en las comunidades rurales de nuestro país, en beneficio de productores, colaboradores y sus familias.

El área social se proyecta a colaboradores y a la comunidad en alianza con la Fundación Juan Francisco García Comparini al implementar diversos proyectos enfocados en transformar la vida de una gran cantidad de personas que viven en las áreas rurales de nuestro país. Los proyectos se dividen en salud, nutrición y vivienda.

Salud: Actualmente existen dos programas de salud en beneficio del equipo de San Juan AgroExport.

Medicina general: Existe un programa de salud preventiva y curativa que funciona dentro de las instalaciones. Se han realizado jornadas médicas, de desparasitación y oftalmológicas.

Clínica odontológica: El programa de odontología está orientado a la buena salud bucal de los colaboradores.

Algunos de los proyectos en curso de San Juan AgroExport son:

Habilitación de farmacia: Farmacia San Juan Agroexport fue habilitada en enero de 2017, con el fin de contribuir a la calidad de vida de sus colaboradores y sus familias, entregar servicios de salud y bienestar a costos mínimos que contribuyan a la salud física y económica de los mismos.

Habilitación de “Mi Despensa”: Abrió sus puertas en febrero del 2017, con el objetivo de brindar a sus colaboradores una amplia variedad de productos de consumo básico, a costos

mínimos que permitan aumentar la capacidad de compra de sus colaboradores y mejorar la calidad de vida de sus familias.

Salón de Mecanografía y Computación: San Juan Agroexport es una empresa que desde su liderazgo impulsa el desarrollo integral de sus colaboradores, enfocándose en apoyarlos y prepararlos para el futuro, brindándoles herramientas que necesitarán para este propósito. Por tal motivo, el Instituto San Juan Agroexport habilitó su nuevo programa de Mecanografía y Computación en el 2016, para el desarrollo profesional de sus colaboradores, brindándoles instalaciones y equipo adecuado, buscando el crecimiento mutuo.

Delimitación geográfica

Guatemala, Estados Unidos, Europa.

Competencia

Exportadores del sector agrícola de arveja y vegetales.

Posicionamiento

Actualmente San Juan AgroExport es una productora, procesadora y comercializadora de productos agrícolas. Provee poco más del 30% de arveja dulce y china que se consume en el mercado estadounidense.

Factores de diferenciación

Es una empresa productora, procesadora y comercializadora de productos agrícolas. Además cuenta con oficinas en la ciudad de Miami, Florida en los Estados Unidos de América; Miami Agro Import / Miami Agro Handling.

También cuenta con alianzas estratégicas con gobiernos y empresas a nivel nacional e internacional, que le ha permitido exportar mayores volúmenes, diversificar la oferta y ampliar el acceso a nuevos mercados.

Objetivo de mercadeo

Consolidar el liderazgo como empresa guatemalteca productora, procesadora y comercializadora de productos agrícolas en los mercados de Estados Unidos y Europa.

Objetivo de comunicación

Dar a conocer el proceso de producción, procesamiento y comercialización de productos agrícolas de San Juan AgroExport, además de los procesos efectivos de exportación hacia el mercado estadounidense y europeo. También dar a conocer la responsabilidad y los distintos proyectos que desarrollan en beneficio de comunidades en Guatemala, para el crecimiento y la sostenibilidad del personal humano y los recursos naturales.

Mensajes claves a comunicar

Producción, procesamiento y comercialización de productos agrícolas competitivos y de excelente calidad. Satisfacción de clientes, productores, colaboradores y accionistas. Procesos altamente efectivos de exportación.

Estrategia de comunicación

Informar al mercado guatemalteco, estadounidense y europeo todos los proyectos y programas que desarrolla la empresa en beneficio de la sociedad, además del proceso de producción, procesamiento y comercialización de los productos agrícolas.

Reto del diseño y trascendencia

Diseño simple y de fácil identificación para el personal operativo y administrativo de San Juan AgroExport, para la motivación y práctica de la cultura de liderazgo.

Materiales a realizar

Diseño de material impreso para presentar el plan estratégico al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport.

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5. Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo del proyecto está formado por personas entre las edades de 25 a 50 años, que viven en el municipio de San Juan Sacatepéquez, departamento de Guatemala. Laboran en la empresa San Juan AgroExport, ubicada en el kilómetro 29.5 del municipio, que se dedica a la exportación de productos agrícolas.

Son de sexo masculino y femenino y se encuentran en el nivel socioeconómico C, según sus ingresos.

El nivel socioeconómico C está caracterizado por tener un ingreso mensual de Q12, 000.00. Las personas que se encuentran en este nivel se desempeñan como ejecutivas, comerciantes o vendedoras dentro de la empresa, o también están caracterizadas por ser dependientes y tener un ingreso fijo mensual elevado, a consecuencia de su trabajo.

El nivel de educación de este grupo objetivo es superior con licenciatura, factor que le permite aplicar a puestos ejecutivos e importantes dentro de la empresa.

El personal administrativo de San Juan AgroExport tiene un comportamiento psicológico que está relacionado directamente a la superación y al trabajo diario para darle a su familia un sustento.

La actitud del personal administrativo ante el proyecto de diseño de material impreso para presentar el plan estratégico es positiva e interesada, ya que es material que aporta valor y a la vez permite que sea más fácil su aprendizaje.

El material impreso es representativo para la empresa, por lo que el compartirlo al personal será de ayuda para que todos se sientan identificados y comprometidos con el lugar en el que trabajan.

5.1 Perfil geográfico

San Juan AgroExport se encuentra en el kilómetro 29.5 del municipio de San Juan Sacatepéquez del departamento de Guatemala.

San Juan Sacatepéquez es uno de los 340 municipios de la República de Guatemala y pertenece al departamento de Guatemala, fue fundado el 2 de julio de 1.568. Se localiza al norte del departamento de Guatemala en una hondonada llamada “Pajul”. Tiene una extensión de alrededor de 242 kilómetros cuadrados, y está integrado por una villa, trece aldeas y 45 caceríos. (Diccionario Municipal de Guatemala, 2011).

El municipio de San Juan Sacatepéquez limita al Norte con Granados –Baja Verapaz-, al Este con San Raymundo y San Pedro Sacatepéquez -Guatemala-, al Sur con San Pedro Sacatepéquez -Guatemala- y al Oeste con San Martín Jilotepeque y El Tejar –Chimaltenango- y Santo Domingo Xenacoj –Sacatepéquez-. Su clima es variado, siendo sus condiciones templadas, frías y cálidas.

Su fiesta titular se celebra durante todo el mes de junio, siendo el día principal el 24 de junio, en honor a San Juan Bautista, Patrono del pueblo.

La cabecera de San Juan Sacatepéquez con categoría de pueblo, se elevó a Villa por Acuerdo Gubernativo del 8 de marzo de 1923. Su idioma indígena predominante es el Cakchikel y el español. (Diccionario Municipal de Guatemala, 2001).

El municipio está dividido en una villa -cabecera municipal-, 13 aldeas y 45 caseríos. En su territorio se encuentran 17 cerros y lo riegan 45 ríos, 9 riachuelos y 16 quebradas. El río más importante es el Río Grande o Río Motagua. Su altura es de 1,845 metros sobre el nivel del mar (Diccionario Municipal de Guatemala, 2001).

Sus aldeas son: Comunidad Zet, Camino de San Pedro, Montúfar, Cruz Blanca, Sajcavilla Cerro Alto, Sacsuy, Lo de Ramos, Lo de Mejía, Comunidad de Ruiz, Estancia Grande, Loma Alta, Suacite (Descripción Geográfica de San Juan Sacatepéquez, 2013).

Los caseríos del municipio son: Cruz Verde, Chitol, Candelaria, Estancia el Rosario, Los Pirires, Los Chajones, San Jerónimo Chuaxan, Pachun, Los Tubac -Santa Teresita-, Chitun, Joya de las Flores, Pacajay, Lo de Gomez, Concepción Sajcavilla, Los encuentros, San José Buena Vista, Los Patzanes, Los Curup, Pasajoc, Realhuit, Los Ajvix, Los Canales, Pachalí, Concepción el Pilar I, El Pilar II, Finca el Pilar, San José Lo de Ortega, Lo de Carranza, Sanjuaneritos, Colonia la Económica, Colonia las Margaritas, Finca Lo de Castillo, Colonia los Robles, Colonia Ciudad Quetzal, Asunción Chivoc, San Francisco las Lomas, Santa Rosa, Patanil, La Soledad, Los Pajoc, Los Guates, San Matías, Las Palmas (Descripción Geográfica de San Juan Sacatepequez, 2013).

San Juan AgroExport tiene aproximadamente 500 colaboradores, sin embargo el proyecto a realizar va dirigido al personal administrativo, que está compuesto 80 personas.

5.2 Perfil demográfico San Juan AgroExport

El grupo objetivo del proyecto está formado por personas entre las edades de 25 a 50 años. Son de sexo masculino y femenino y se encuentran en el nivel socioeconómico C, según sus ingresos.

El nivel socioeconómico C está caracterizado por tener un ingreso mensual de Q12, 000.00. Las personas que se encuentran en este nivel se desempeñan como ejecutivas, comerciantes o vendedoras dentro de la empresa, o también están caracterizadas por ser dependientes y tener un ingreso fijo mensual elevado a consecuencia de su trabajo.

El nivel de educación de este grupo objetivo es superior con licenciatura, factor que le permite aplicar a puestos ejecutivos e importantes dentro de la empresa.

Ciclo de Vida

El personal administrativo de San Juan AgroExport se caracteriza por estar formado por personas activas, siempre desempeñando de manera efectiva las labores que tienen a su cargo.

El personal administrativo está formado por personas capacitadas y con estudios superiores, que les permiten desempeñar cargos de mayor responsabilidad. Estas personas aprovechan el uso de tecnologías con el fin de desempeñar su cargo de la manera más efectiva y con el propósito de alcanzar los objetivos de la empresa.

Todo el personal administrativo que labora en San Juan AgroExport es guatemalteco.

Fuente: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex

5.3 Perfil psicográfico

El personal administrativo de San Juan AgroExport tiene un comportamiento psicológico que está relacionado directamente a la superación y al trabajo diario, para darle a su familia un sustento.

La religión que predomina dentro de la empresa es la católica, sin embargo la evangélica también se practica. Esto se debe a que San Juan Sacatepéquez es bastante religioso y la mayoría de la población está involucrada a los movimientos de fe que se realizan en la localidad.

El personal administrativo de San Juan Agroexport está formado por personas del nivel socioeconómico C. Quienes ganan aproximadamente Q12, 000.00 mensuales.

Las actividades que caracterizan a este personal dentro de la empresa, van relacionadas directamente a la organización, planificación y desarrollo de actividades administrativas. Son personas que si realizan actividades recreativas con su familia, salen a pasear los fines de semana a centros comerciales, parques o a realizar actividades especiales.

Son personas que también les gusta compartir tiempo en familia y convivir con amigos. Acuden a actividades públicas y privadas con la finalidad de distraerse y experimentar cosas nuevas.

Tienen acceso a telefonía celular, cable, televisión, carros o motocicletas. Tener acceso a telefonía celular con internet, hace que se mantengan en constante actualización de acontecimientos, frecuentan las redes sociales con el fin de estar informados y también las utilizan como distracción.

Parte del personal se va de vacaciones a distintos destinos turísticos del país y menor cantidad sale de viaje 1 o 2 veces al año.

Dentro del aspecto de comportamiento, son personas trabajadoras, activas, responsables y aventureras, quienes aceptan retos y hacen lo posible para llegar a las metas y objetivos planteados. Su principal motivación es su familia y el deseo de darles comodidades.

Fuente: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex

5.4 Perfil conductual

El personal administrativo de San Juan AgroExport tiene actitud positiva e interesada ante el producto, ya que es material impreso por lo que es más fácil su aprendizaje y a la vez llama la atención. El material impreso es representativo para la empresa, por lo que compartirlo al personal será de ayuda para que todos se sientan identificados y comprometidos con el lugar en el que trabajan.

Todo el personal tienen una actitud positiva, son dinámicos, entusiastas y trabajadores, lo que hace que busquen siempre cumplir con los objetivos y lograr las actividades diarias con excelencia.

Cada uno de los puestos que desempeña el personal requiere de mucho compromiso, ya que depende de eso las actividades de la empresa. Sin embargo, el personal es activo, sociable y observador, por lo que la difusión del material impreso y la información contenida en él será fácil dentro de la empresa.

El beneficio de uso del material gráfico para el personal es la facilidad de interpretación y así lograr la práctica del plan estratégico de la cultura de liderazgo y alto desempeño entre todos los colaboradores. El uso del material será con frecuencia debido a que estará colocado en distintas áreas de las instalaciones de la empresa.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Medio completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivo de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-8 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudio, área de servicio separada, garaje para 5-8 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garaje para 2-3 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garaje para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garaje para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/ apartamento rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Fincas, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	510 apartamentos condominios cerca de costas	Sitios terrenos, interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chófer	1-2 personas de tiempo completo, chófer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helix, casa en el extranjero	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o 4 equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, máquinas de lavar secar, platos ropa, computadores miembro, internet por tan eléctrico, todos los electrodomésticos	2 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, máquinas de lavar secar, platos ropa, computadores, internet por tan eléctrico y todos los electrodomésticos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora familiar electrodomésticos básicos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
DIVERSION	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine, CC, parques temáticos locales	CC, parques, estado	CC, parques, estado	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4otas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y otras en US\$	2-3otas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y otras en US\$	1-2otas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	Tota Q monetarios y ahorro, 1TC local	1ota Q ahorro, TC local	ota Q ahorro	

Fuente: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex

Capítulo VI: Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

Empresa

Unidad económica-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tienen el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

Las empresas pueden clasificarse según la actividad económica que desarrollan, en sector primario (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, agrícolas, pesqueras o ganaderas), sector secundario (las que se dedican a la transformación de bienes, como las industriales y las de construcción), y del sector terciario (empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).

Organización

Grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir sus objetivos.

Exportación

Acción en la que un país vende mercancías o productos a otro. Bien o servicio que es enviado a otra parte del mundo con fines comerciales, esta se puede dar por distintas vías de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo.

Definición. (s.f) Definiciones de conceptos. Recuperado de <https://definicion.de>

Agroexportación

Exportación de materias primas obtenidas a través de la agricultura. La agroexportación revitaliza la economía, permite conseguir capital extranjero que repercute positivamente en las actividades del país productor y requiere de poca inversión.

Agroexportadora

Empresa que se dedica a la exportación de materias primas obtenidas a través de la agricultura.

Agricultura

Conjunto de técnicas, actividades y procesos que permiten labrar y cultivar la tierra y así lograr la obtención de materias primas naturales. Los trabajos que se realizan son relacionados al tratamiento del suelo y a la plantación de vegetales.

Agrícola

Adjetivo utilizado para calificar todo aquello vinculado con la agricultura, que son las actividades relacionadas a labrar y cultivar la tierra para obtener materias primas.

Distribución

Proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor. Existen agentes que contribuyen a este proceso, haciéndolo exitoso para que cumpla con todas las etapas hasta llegar al consumidor final.

Definición. (s.f) Definiciones de conceptos. Recuperado de <https://definicion.de>

Comercialización

Poner a disposición, a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para la venta y consumo.

Mercado

Ámbito físico o virtual que se utiliza para generar condiciones necesarias para el intercambio o venta de bienes y/o servicios. También se puede entender como la organización o entidad que les permite a vendedores y compradores, establecer un vínculo comercial con el fin de realizar diferentes operaciones, acuerdos o intercambios como se indicó al inicio.

Agricultor

Persona que se dedica a realizar diferentes técnicas, actividades y procesos que permiten labrar y cultivar la tierra y así lograr la obtención de materias primas naturales. Los trabajos que se realizan son relacionados al tratamiento del suelo y a la plantación de vegetales.

Productor

Persona o entidad que interviene en la producción de bienes y servicios en la organización del trabajo.

Procesador

Persona o entidad encargada del tratamiento de cualquier producto o servicio, con el fin de prepararlo para su comercialización.

Definición. (s.f) Definiciones de conceptos. Recuperado de <https://definicion.de>

Comercializador

Persona o entidad que se encarga de vender o darle las condiciones y diferentes vías de distribución a un producto o servicio producido.

Medio ambiente

Sistema formado por elementos naturales y artificiales que está interrelacionados y que son modificados por la acción humana. Entorno que afecta a los seres vivo y que condiciona sus circunstancias vitales.

Cultivos

Práctica de siembra de semillas en la tierra y realizar el cuidado y labor necesaria para obtener frutos de las mismas.

Tierra

Material que compone el suelo natural, el terreno dedicado al cultivo.

Vegetal

Ser orgánico que crece y tiene vida aunque no cambia de lugar por impulso o acción voluntaria. Término también utilizado para nombrar a todo aquello perteneciente o relativo a las plantas.

Arverja

Planta herbácea anual o bianual de la familia de las leguminosas que se cultiva para su consumo. La arverja puede ser china, dulce o criolla.

Ejote

Vainas alargadas y aplanadas que en su interior contiene un número de semillas variable según la especie.

Definición. (s.f) Definiciones de conceptos. Recuperado de <https://definicion.de>

6.2 Conceptos relacionados con la comunicación y el diseño

Comunicación

Proceso de transmisión de información entre dos entidades (un emisor y un receptor) que implica la interpretación de un mensaje determinado.

Diseño gráfico

Arte o disciplina cuyo fin consiste en idear y proyectar mensajes con carácter e identidad propia a través de la imagen.

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Comunicación

La comunicación es el proceso de transmisión de información (mensaje) entre un emisor y un receptor a través de un determinado canal, utilizando ciertos códigos y en un contexto específico. El proceso de comunicación es en realidad algo complejo y difuso.

La comunicación en el área humana implica un importante factor para el desarrollo de la personalidad y autoestima. Por otro lado, el concepto de comunicación como proceso social involucra el considerar el esquema completo de la comunicación como un todo que vale más que la suma de sus partes.

La comunicación es un fenómeno de intercambio de información entre dos o más personas, pero que no sólo implica el uso de un código lingüístico, sino de todo tipo de códigos que faciliten esa relación entre dos o más personas. Así pues, queda claro que el estudio de la comunicación abarca el estudio de todo tipo de fenómenos que tengan que ver con la actividad humana y, por tanto, con el contexto social que sea.

En el caso del proceso comunicacional, existen por lo menos siete elementos interdependientes que constituyen toda acción comunicativa. Estos siete elementos son:

Emisor: se define al emisor como el sujeto o fuente que comparte la información o mensaje.

Receptor: se entiende por receptor al individuo o artefacto encargado de recibir el mensaje compartido por el emisor.

Mensaje: información que se pretende comunicar entre el emisor y el receptor. Presenta ideas, sentimientos o datos que el emisor codifica y el receptor debe decodificar para que el proceso de comunicación sea exitoso.

Contexto: es el entorno que rodea al emisor y al receptor, es decir, el ambiente donde se realiza el intercambio de información.

Código: son los signos y normas que al combinarlos estructuran el mensaje; el lenguaje hablado o escrito, sonidos, símbolos, señas, avisos, etc.

Canal: el canal es definido como el medio por el cual es transmitido un mensaje. La información siempre requiere viajar por un canal para ser emitida o recibida.

Ruido: se entiende por ruido a cualquier señal que interfiere con la transmisión regular de un mensaje entre emisor y receptor.

La comunicación es un medio que se utiliza para expresarse y por lo tanto, una necesidad. Esta, se deriva en tres grupos que son: Verbal, no verbal y gráfica.

Verbal: la comunicación verbal como su nombre lo dice, se basa en la voz y en la palabra (hablada).

Gráfica: la comunicación gráfica se basa en imágenes e iconos.

No verbal: la comunicación no verbal se basa en sonidos, gestos, movimientos del cuerpo, entre otros. La comunicación no verbal está compuesta por varios factores asociados al lenguaje verbal y al comportamiento, y estos se engloban en tres grupos, los cuales son la paralingüística, kinesia y proxémica.

Lifeder. (s.f) Elementos de comunicación. Recuperado de <https://www.lifeder.com/ejemplos-elementos-comunicacion/>

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Diseño gráfico

Arte o disciplina cuyo fin consiste en idear y proyectar mensajes con carácter e identidad propia a través de la imagen.

Para ello, el diseño gráfico supone manejar técnicas (tanto artísticas, como teóricas) de comunicación visual, de manera que lo visible se convierta en un lenguaje de comprensión pública y persuasiva.

Diseño editorial

Rama del diseño dedicada a la maquetación, edición y estructuración de publicaciones como revistas o libros.

Diseño plano

El diseño plano, o “flat design”, es una técnica que consiste en la aplicación de diseños limpios libres de brillos, sombras, texturas, o cualquier tipo de decoración recargada, con el objetivo de facilitar la asimilación del mensaje y potenciar la usabilidad.

Diseño publicitario

Se encarga de la maquetación de publicaciones impresas, aunque también trabaja soportes para otros medios. Este tipo de diseño permite crear un incremento en ventas a través de la comunicación comercial y otras técnicas publicitarias.

Creatividad

Capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, de llegar a nuevas conclusiones, resolver cruces en el camino, en pos de un proyecto determinado.

Diseño creativo (s.f) Definiciones de conceptos de diseño gráfico. Recuperado de <https://xn--diseocreativo-lkb.com/diccionario-de-diseno-grafico/>

<https://todosobrecomunicacion.com/>

Boceto

Esquema básico o línea ideológica que conforma la pre-visualización de un futuro proyecto artístico.

Su función principal es mostrar la viabilidad de una idea y comprobar la reacción de un tercero (como un cliente o jefe de equipo), de manera que se identifiquen las modificaciones necesarias en el proyecto para obtener un resultado 100% satisfactorio.

Degradado

Conjunto de colores, el degradado hace referencia a la transición de tonalidad entre dos colores de manera linealmente ordenada. Es decir, sin saltos de color.

Su función es la de generar una sensación visual transitoria, suave y progresiva entre tonos.

Tipografía

Es el arte de componer letras para comunicar un mensaje, y por tanto su técnica radica en la elección y el uso de “tipos” o “fuentes”, así como de símbolos que forman parte de un texto escrito.

Por su parte, los “tipos” son estilos o modelos de letras. La tipografía también estudia cómo se relacionan entre ellos y cómo se interpretan y perciben en la sociedad, de manera que otorgan una significación contextual.

Ecured. (s.f) Conceptos y definiciones. Recuperado de <https://www.ecured.cu>

Logotipo

El logotipo es la construcción de palabras que conforman el nombre de ésta. La palabra “logo”, procedente del griego, significa “palabra”, y como tal hay que distinguir otros conceptos que hacen referencia a la parte icónica (isotipo), o a cualquiera de sus combinaciones (imagotipo o isologo).

Isologo

El isologo está compuesto por un icono y un elemento textual que se funden en un elemento indivisible el cual carece de significación si se separan sus partes.

Vector

Elemento principal de las imágenes vectoriales compuestas por objetos geométricos independientes.

Estos objetos están definidos matemáticamente por vectores, que son las líneas o ejes con longitud y orientación que permiten construir ilustraciones mediante el arrastre y composición de vectores.

Ilustración vectorial

Concepto vinculado a la imagen digital (compuesta por mapa de bits), pero en su caso se compone de elementos geométricos independientes que se combinan para crear dibujos y figuras geométricas más complejas.

Muract Pablo (2013). Capítulo 1- El diseño: conceptos y definiciones. Recuperado de <http://www.pablomuract.com.ar/index.php/catedras-ifdc-vm-movil/disenio-2/103-capitulo-1-el-disenio-conceptos-y-definiciones>

Infografía

Herramienta de comunicación visual que se compone de información representada de forma visual mediante diagramas, esquemas y diferentes símbolos.

Imagen Corporativa

Es la representación o imagen conceptual que el público tiene sobre determinada marca (si es buena, si ofrece un mal servicio, etc.).

Branding

Proceso de “construir” una marca mediante un conjunto de estrategias y manteniendo la identificación inherente a esa marca para que sea reconocida por el público.

El branding es, por tanto, una técnica o estrategia de marketing que se encarga de plasmar la identidad corporativa de una marca de manera coherente en diferentes soportes, de manera que sean capaces de identificar su filosofía a través de sus distintos mensajes.

Merchandising

Técnica o estrategia comercial basada en la promoción de productos que se aplica en los puntos de venta.

Marketing

Anglicismo que se refiere a la disciplina o conjunto de técnicas y estrategias que colaboran a mejorar el posicionamiento y la comercialización de un producto o servicio.

Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de difusión de información, ideas u opiniones, con la intención de persuadir a un público objetivo, haciéndole recordar y realizar cierta acción.

Muract Pablo (2013). Capítulo 1- El diseño: conceptos y definiciones. Recuperado de <http://www.pblomuract.com.ar/index.php/catedras-ifdc-vm-movil/disenos-2/103-capitulo-1-el-disenos-conceptos-y-definiciones>

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias

Semiología

Esta ciencia se encarga del estudio de los signos ya sean lingüísticos (Semántica) o semióticos (humanos o de la naturaleza).

Ciencia que estudia los signos y en la que interesa más el funcionamiento de estos, su agrupación o no agrupación en diferentes sistemas, que el origen o formación de los mismos. En opinión de Saussure, la semiología depende de la psicología general y su rama más importante es la lingüística.

Sociología

La sociología es una de las ciencias sociales, la cual estudia al ser humano en la medida en que su condición debe ser explicada socialmente, así como los resultados sociales de sus intenciones, comportamientos e interacción con los demás.

Tecnología

Aplicación práctica del conocimiento generado por la ciencia. Actualmente en el lenguaje coloquial, se vincula con la tecnología informática, que es aquella que permite el procesamiento de información a través de medios artificiales o conocidos como dispositivos inteligentes.

Psicología

Ciencia que estudia la vida psíquica, sus funciones psicológicas como la memoria, el pensamiento, las emociones, los instintos, sueños, lenguaje, inteligencia y la percepción de las personas; también características del crecimiento y desarrollo del hombre, la conducta, la motivación, la personalidad, conciencia, relaciones, educación, cultura, sociedad, el trabajo, entre otros aspectos que reconocen e investigan la dimensión trascendente del hombre.

Psicología del color

Campo de estudio dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana, desde el punto de vista médico.

Andragogía

Ciencia que se encarga del estudio de la educación, el aprendizaje y el comportamiento de las personas adultas.

Ecured. (s.f) Conceptos y definiciones. Recuperado de <https://www.ecured.cu>

6.3.2 Artes

Fotografía

El arte de la fotografía es dibujar o pintar con luz a través de lograr capturar imágenes, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante.

Tipografía

Es el arte de componer letras para comunicar un mensaje, y por tanto su técnica radica en la elección y el uso de “tipos” o “fuentes”, así como de símbolos que forman parte de un texto escrito.

Por su parte, los “tipos” son estilos o modelos de letras. La tipografía también estudia cómo se relacionan entre ellos y cómo se interpretan y perciben en la sociedad, de manera que otorgan una significación contextual.

Ecured. (s.f) Conceptos y definiciones. Recuperado de <https://www.ecured.cu>

6.3.3 Teorías

Teoría del color

Es la teoría compuesta de un grupo de reglas básicas en la mezcla de percepción de colores para conseguir un efecto determinado con la correcta combinación de colores de luz o combinando reflejados en pigmentos.

Teoría de la Gestalt

Según esta teoría, la mente configura los elementos que recibe por medio de los canales sensoriales o de la memoria, por lo cual el todo es más que la suma de sus partes.

6.3.4 Tendencias

Minimalismo

Corriente artística en la que solo se utilizan elementos mínimos y básicos. Es todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio. Esto requiere simplificar los elementos mediante un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples.

Transiciones de Color / Gradientes

Coloridos degradados e integración de mas colores.

Diseño en color One Color 3D

Presentación de productos usando el mismo color de fondo que el producto utilizado. El producto "explota" gracias al volumen creado por las técnicas 3D.

Tipografía creativa

La tipografía creativa se encuentra entre los líderes de las tendencias de diseño gráfico 2018. En realidad, esta tendencia ha estado ocupando los primeros lugares durante varios años y no va a desaparecer en el corto plazo.

Cuando se trata de esta técnica, la imaginación es su activo más importante. La tipografía creativa puede combinarse con otras técnicas o utilizarse únicamente en el diseño. Impresiona en ambos casos.

G-Tech Design. Tendencias diseño gráfico 2018. (2018). Recuperado de

<http://gtechdesign.net/es/blog/tendencias-diseno-grafico-2018>

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

La información obtenida en el marco teórico inicia con la obtención de conceptos relacionados al producto o servicio brindado por la empresa elegida para elaborar el proyecto de graduación.

Es por ello que el primer concepto desarrollado es el de empresa, que es la unidad económica-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tienen el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

San Juan AgroExport es una empresa que se dedica a la producción, comercialización y exportación de cultivos tales como: arveja china, arveja dulce, ejote francés, entre otros; a mercados de Estados Unidos y Europa a través de distribución marítima y aérea. Es por ello que se profundizan conceptos importantes y que describen específicamente las acciones que lleva a cabo la empresa, tales como: exportación, distribución, comercialización, agroexportación, agricultura, agrícola, entre otros.

Posteriormente se desarrollan los conceptos fundamentales que describen y permiten el desarrollo de todo el proyecto, en las áreas de comunicación y diseño.

La comunicación es el proceso de transmisión de información entre dos entidades (un emisor y un receptor) que implica la interpretación de un mensaje determinado y el diseño gráfico es el arte o disciplina, cuyo fin consiste en idear y proyectar mensajes con carácter e identidad propia a través de la imagen.

En el desarrollo de los conceptos relacionados a la comunicación y diseño se les da prioridad a todos aquellos que dan origen a la aplicación de diversas técnicas dentro del proyecto, como: la comunicación directa, el diseño editorial, la diagramación, el bocetaje, entre muchos conceptos que se convierten en herramientas al momento de su aplicación en el desarrollo del proyecto.

También para el desarrollo del proyecto es importante el uso de ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias, para la transmisión y aplicación correcta de ideas al momento de la elaboración del mismo.

Algunas de las ciencias descritas permiten la transmisión correcta de información, haciendo que esta sea fácil de entender por parte del grupo objetivo del proyecto. Además, estas ciencias ayudan a segmentar la información obtenida a lo largo de la investigación, por lo que permite conocer cuál es la información más importante que se debe de incluir en la realización del proyecto. Algunas ciencias que son importantes para este son: semiología, andragogía, tecnología, entre otras.

En relación a las artes descritas en el marco teórico, se sintetizan en dos debido a que son las principales que se tomaron en cuenta para el desarrollo del proyecto. Estas artes son: la tipografía, que se encarga de componer letras para comunicar un mensaje, y por tanto su técnica radica en la elección y el uso de “tipos” o “fuentes”, así como de símbolos que forman parte de un texto escrito.

Y la fotografía, que consiste en dibujar o pintar con luz a través de lograr capturar imágenes, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante

. Este arte se utiliza con el fin de comunicar de una manera más visual los comportamientos y características del personal que labora en la empresa San Juan AgroExport, además de ser un medio más fácil de entender.

En relación a las teorías utilizadas para el proyecto, se sintetizan en dos importantes. La primera de ellas es la teoría del color, que se encarga de describir y reglamentar aspectos de percepción de colores y sobre la que es importante trabajar para que el producto final sea agradable y cumpla con su función ante el grupo objetivo. Mientras que la teoría de la Gestalt permite la suma de todas las partes del proyecto y lo convierte en un único documento de apoyo completo, que cumple con los requisitos solicitados por el cliente.

Finalmente es importante el uso de diferentes tendencias que permitan que el documento a desarrollar sea innovador y actualizado, con lo que es necesario hoy en día para el mercado. Es por ello que se aplican varias tendencias, tales como: el minimalismo que se encarga de la reducción esencial de toda la información que se pudo haber obtenido.

Otras tendencias para el desarrollo del proyecto son: la tipografía creativa, recortada y con elementos reales. El diseño en color, one color 3d. Tendencias que darán un resultado innovador y actualizado.

Toda la información recopilada permite el planteamiento de la problemática, la investigación, la elaboración del plan, análisis, producción y comunicación de la información para desarrollar el proyecto, como se indica en cada uno de los puntos del tablero de conocimiento que se presenta a continuación.

7.1.1 Tablero de tendencias

PLAN estratégico y TENDENCIAS de diseño

DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO
DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA PERSONAL
ADMINISTRATIVO DE SAN JUAN AGROEXPORT.
SAN JUAN SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA.

TABLERO DE CONOCIMIENTO
ELABORADO POR: ANDRES GARCÍA

O1. PROBLEMÁTICA

La empresa San Juan AgroExport ubicada en el municipio de San Juan Sacatepéquez departamento de Guatemala, no cuenta con el diseño de material impreso del plan estratégico para el personal administrativo, en el que se da a conocer la cultura de desempeño, liderazgo, capacitación y competencias de los trabajadores. Por lo que se debe de diseñar gráficamente el plan para el reforzamiento de la cultura y así fomentar la práctica de los valores en todos los colaboradores de la empresa y evitar su incumplimiento.



O2. RECOPIRAR información

Obtener la mayor cantidad de recursos y material para que sea utilizado al momento de la elaboración del proyecto.

O3. INVESTIGAR y escuchar



- La situación de la empresa y el estado de la comunicación interna
- Tener como punto de partida la investigación, el conocimiento y la descripción de la situación interna y externa de la organización y del estado de la comunicación interna.
- En la redacción del plan es imprescindible conocer bien la organización, hay que investigar y escuchar.

O4. ELABORAR EL plan estratégico

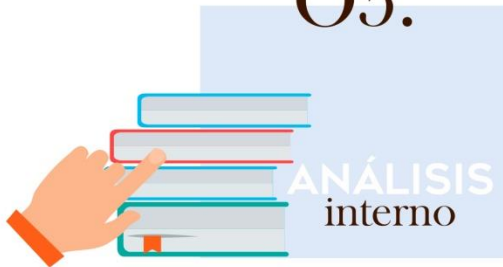


El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que se pretende conseguir y cómo se va a conseguir. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde se concretan las decisiones que van a orientar el trabajo hacia una gestión excelente de trabajo.

Se define el escenario de la empresa y del estado de la comunicación interna. Se concretan las prioridades estratégicas, se definen los objetivos explicando a grandes rasgos el plan de acción.

7.1.1 Tablero de tendencias

O5.



Se trata de determinar los recursos y capacidades propias de la empresa, los procesos, las estrategias, el liderazgo, las personas.



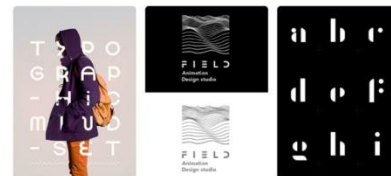
Tendencias DE DISEÑO



TENDENCIAS A UTILIZAR

TIPOGRAFÍA

recortada



FUENTE: G-TECH DESIGN

O6.

DISEÑAR MATERIAL y usar tendencias gráficas

Mediante el diseño se va a sintetizar toda la información más relevante de la empresa y lo que se desea informar al grupo objetivo, para que este pueda interpretar y ordenar de manera visual los mensajes que se le presentan.

Utilización de tendencias investigadas de diseño gráfico para que el material impreso sea atractivo y a la vez fácil de identificar y usar.

TIPOGRAFÍA CON

elementos reales



FUENTE: G-TECH DESIGN

DISEÑO EN COLOR

one color 3d



FUENTE: G-TECH DESIGN

7.1.1 Tablero de tendencias

07.

PRODUCIR comunicación

Por medio de la comunicación se pretende informar y dar a conocer cada una de las estrategias que se tienen internamente dentro de la empresa, con el fin de alcanzar los objetivos planteados a lo largo del tiempo. También se busca utilizar los recursos comunicacionales para que el personal operativo de la empresa conozca toda la estructura y a la vez ponga en práctica todos los conocimientos y actitudes con el fin de mejorar y formar una cultura de liderazgo y alto desempeño.

08.

VERIFICAR el plan

La redacción del plan estratégico debe alinear la política y acciones de comunicación a todas las observaciones señaladas en ese documento.



09.

COMUNICAR el plan estratégico

Comunicación del plan estratégico elaborado a las 80 personas que forman el personal operativo de San Juan AgroExport.



Conclusión

El tablero de conocimiento es una herramienta utilizada para la síntesis de la información investigada más importante. A la vez permite organizar todos los elementos necesarios para la elaboración del proyecto de graduación, que consiste en el diseño de material impreso del plan estratégico para personal administrativo de San Juan AgroExport. San Juan Sacatepéquez, Guatemala.

La información contenida en el tablero de conocimiento sustenta la presentación final e indica los lineamientos y tendencias que se van a utilizar en el desarrollo del proyecto realizado para solucionar la problemática presentada por el cliente.



7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

Para el desarrollo del concepto a utilizar en la elaboración del proyecto de graduación, se implementa una técnica creativa, extraída del sitio web neuronilla.com. Esta técnica creativa es la flor de loto o técnica MY.

7.2.1.1 Flor de loto o técnica MY

La técnica creativa de la flor de loto o técnica MY, fue desarrollada por Yasuo Matsumura, presidente de Clover Management Research. Esta técnica también se le puede llamar MY por sus iniciales en japonés.

Esta técnica creativa consiste en ir deduciendo ideas o temas de uno inicial situado en el centro de la flor. Las ideas que van surgiendo a partir del centro se convierten en los pétalos que le van dando origen y forma a la flor de loto.

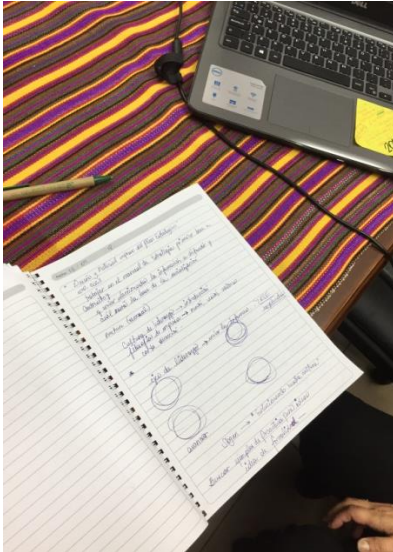
El procedimiento de esta técnica creativa se sintetiza en tres pasos:

1. Se inicia con una matriz (flor).
2. Se escribe en el centro el tema inicial (u objetivo creativo).
3. Se escriben en los pétalos que lo rodean las ideas relacionadas.

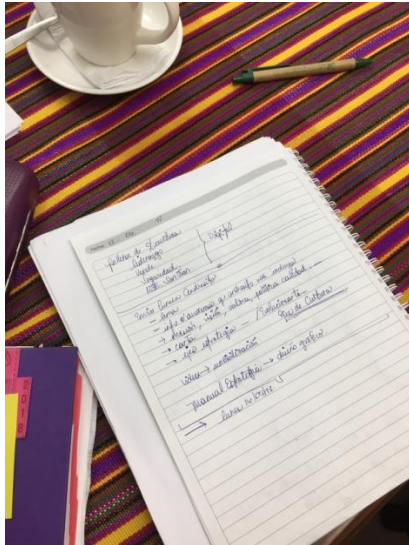
También se pueden realizar muchas flores en blanco para ir rellenando conforme vayan surgiendo las ideas y/o temas importantes para la formación del concepto. Se pueden hacer pequeños grupos y proponer a cada persona que inicie con una flor individualmente. En el caso del proyecto, el alumno es el encargado de originar todas las ideas para presentar el concepto final.

Fuente: neuronilla.com

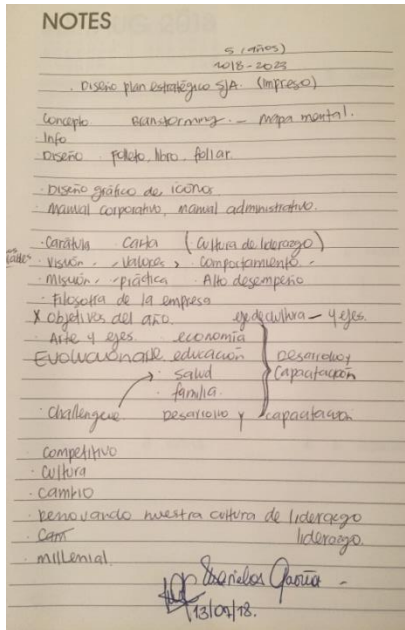
Información recopilada para aplicación de técnica creativa y definición de concepto



Información recopilada el 13 de julio de 2018 en reunión con Marielos García, Gerente de San Juan AgroExport para definición de concepto y material a realizar.

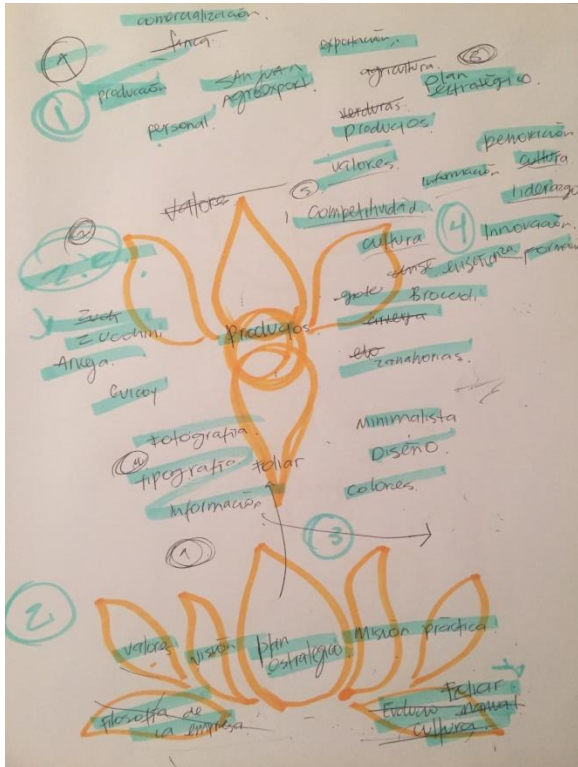


Información recopilada el 13 de julio de 2018 en reunión con Marielos García, Gerente de San Juan AgroExport para definición de concepto y material a realizar.



Información recopilada el 13 de julio de 2018 en reunión con Marielos García, Gerente de San Juan AgroExport para definición de concepto y material a realizar.

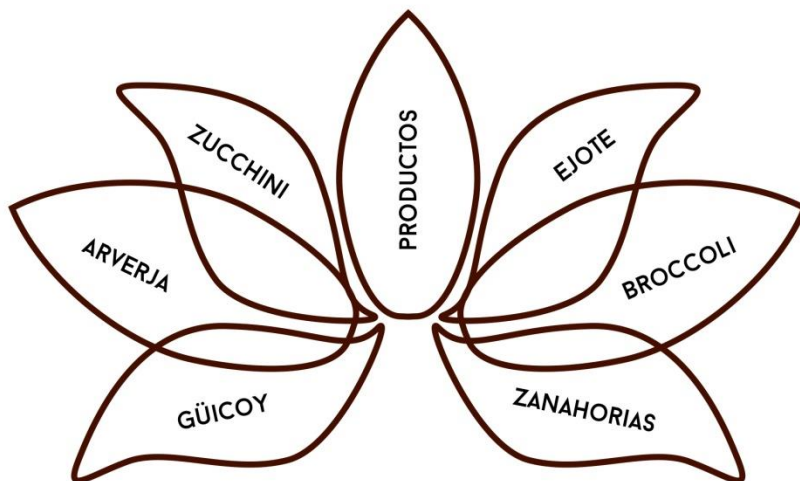
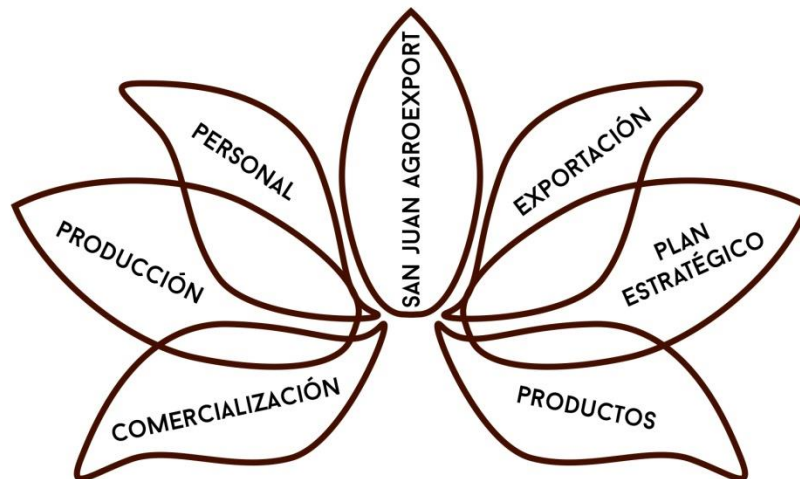
Aplicación en papel de técnica creativa: Flor de loto



Aplicación digital técnica creativa: Flor de loto

TÉCNICA CREATIVA

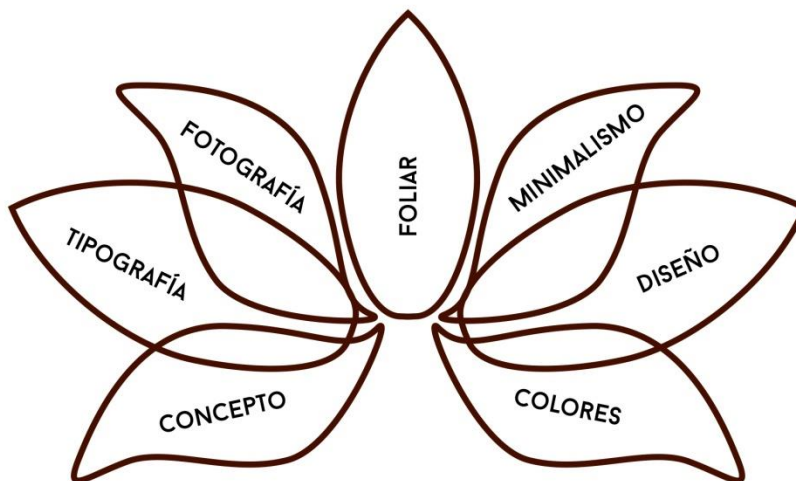
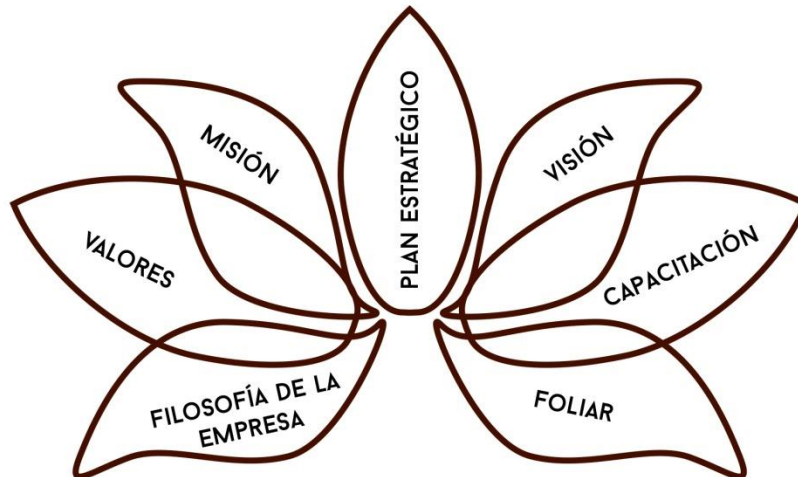
flor de loto



Aplicación digital técnica creativa: Flor de loto

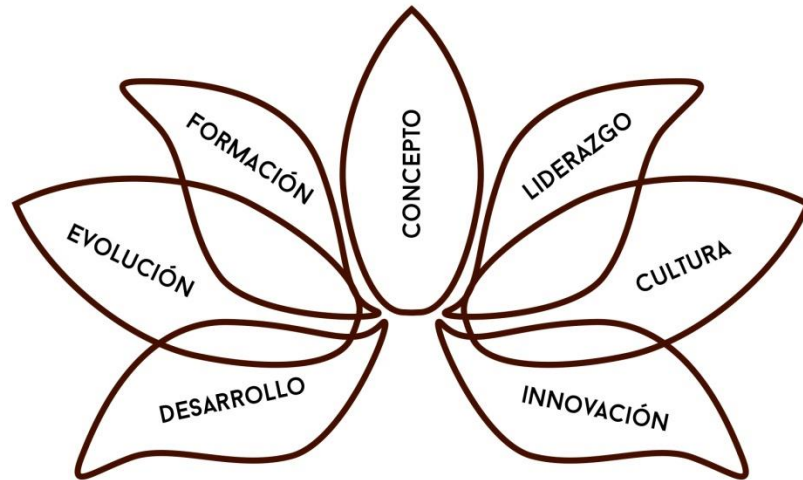
TÉCNICA CREATIVA

fior de loto



Aplicación digital técnica creativa: Flor de loto

fior de loto



Frases CONCEPTO

- INNOVAMOS NUESTRA CULTURA.
- DESARROLLAMOS NUESTRA CULTURA.
- EVOLUCIONAMOS NUESTRA CULTURA.
- FORMANDO NUESTRA CULTURA DE LIDERAZGO.

7.2.2 Definición del concepto

Mediante la aplicación de la técnica creativa: flor de loto, los conceptos finales son los siguientes:

- Innovamos nuestra cultura.
- Desarrollamos nuestra cultura.
- Evolucionamos nuestra cultura.
- Formando nuestra cultura de liderazgo.

Finalmente el concepto a desarrollar en la elaboración del proyecto y sobre el que se basará el diseño y la comunicación es: “Evolucionamos nuestra cultura”, concepto originado a partir de la técnica de flor de loto, en la que se elaboraron cinco flores para llegar a la síntesis del concepto.

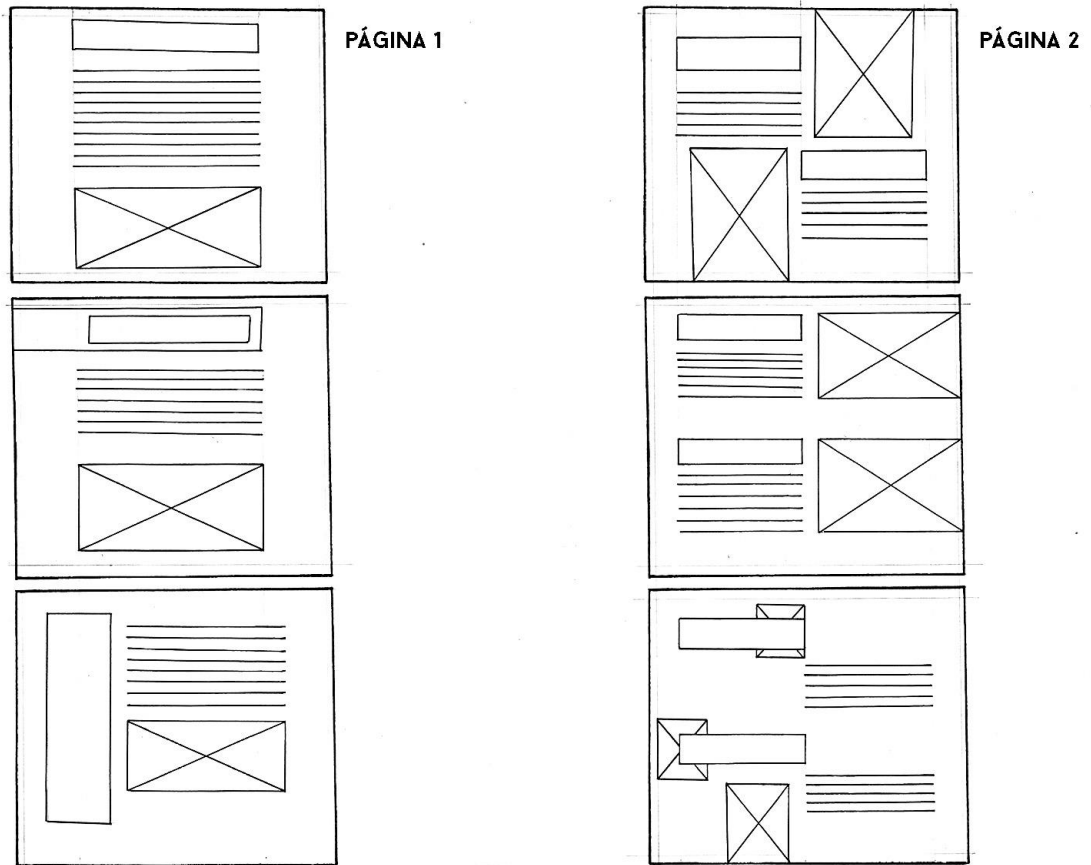
El significado del concepto “Evolucionamos nuestra cultura” representa la evolución de San Juan AgroExport en el mercado, el crecimiento de la empresa a lo largo de los años y los pasos que se deben realizar para cumplir con los objetivos y metas a largo plazo.

A la vez involucra a todo el personal para la práctica de la cultura de liderazgo, con el fin de crear una relación de todo el personal de la mano de los valores y objetivos de la empresa.

7.3 Bocetaje

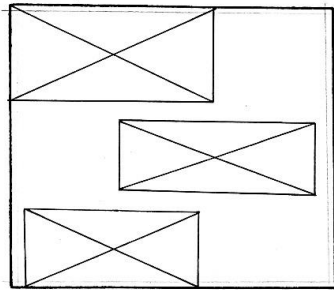
7.3.1 Proceso de bocetaje

7.3.1.1 Bocetos iniciales

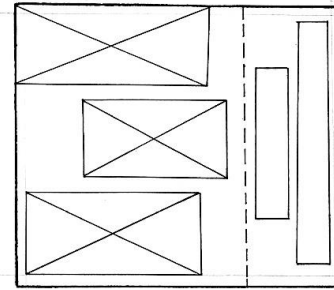
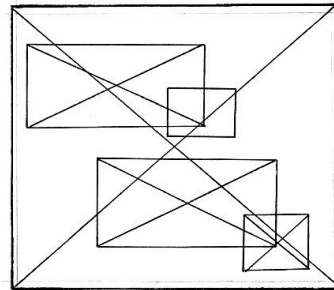
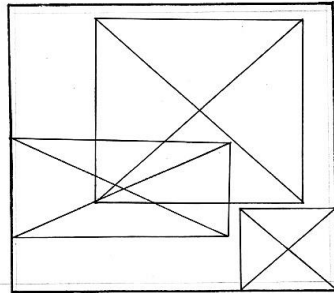


El proceso de bocetaje inicial partió con la distribución de la información y las imágenes en cada uno de las páginas, tanto del tiro como del retiro del cuadrático. Las líneas rectas indican el texto, las con una equis en medio indican las fotografías y las cajas únicamente con contorno, representan los títulos y subtítulos de cada una de las páginas.

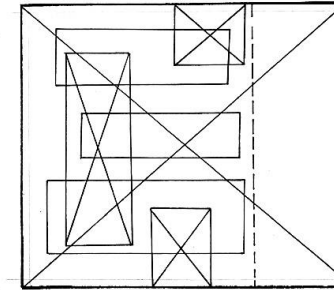
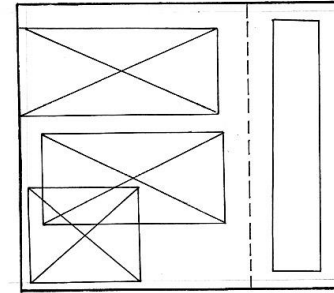
7.3.1.1 Bocetos iniciales



PÁGINA 5



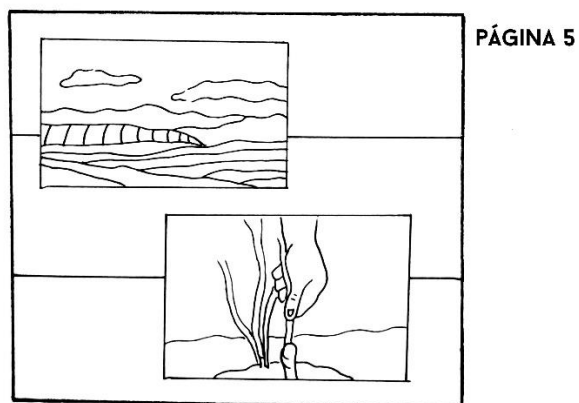
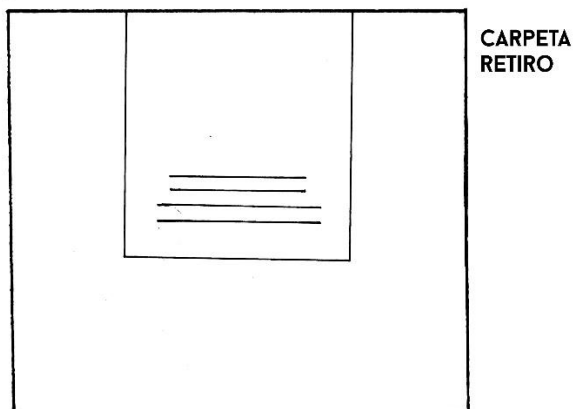
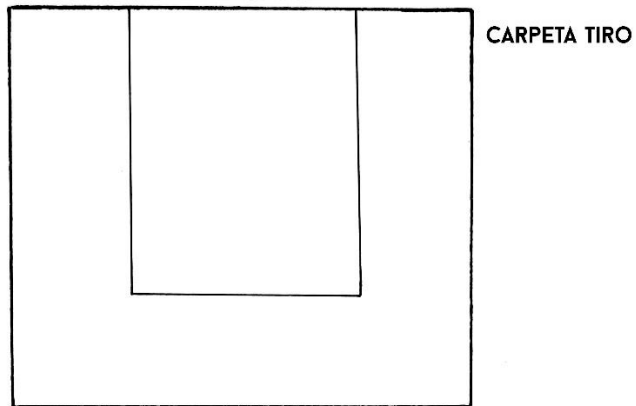
CONTRAPORTADA
PÁGINA 6



El proceso de bocetaje inicial continúa con distribución de la información y las imágenes en cada uno de las páginas, tanto del tiro como del retiro del cuadrático. Las líneas rectas indican el texto, las con una equis en medio indican las fotografías y las cajas únicamente con contorno representan los títulos y subtítulos de cada una de las páginas.

7.3.1.2 Bocetos intermedios

La medida del material impreso es de 8.5 pulgadas de alto por 34 pulgadas de ancho. Cada cuadro es de 8.5 x 8.5 pulgadas.

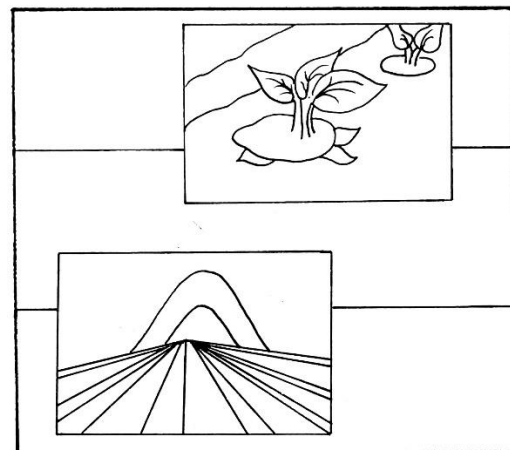


El proceso de bocetaje intermedio partió con la ilustración de las fotografías y texto en cada uno de los espacios designados en el bocetaje inicial del tiro y retiro del cuadríptico.

7.3.1.2 Bocetos intermedios



PORTADA
PÁGINA 8



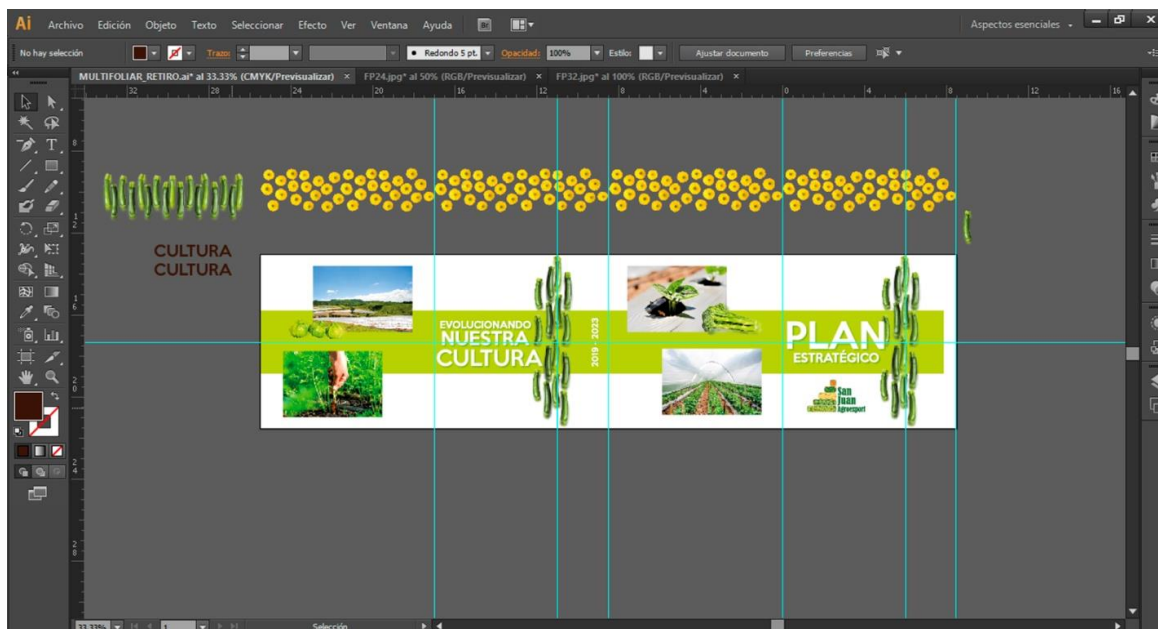
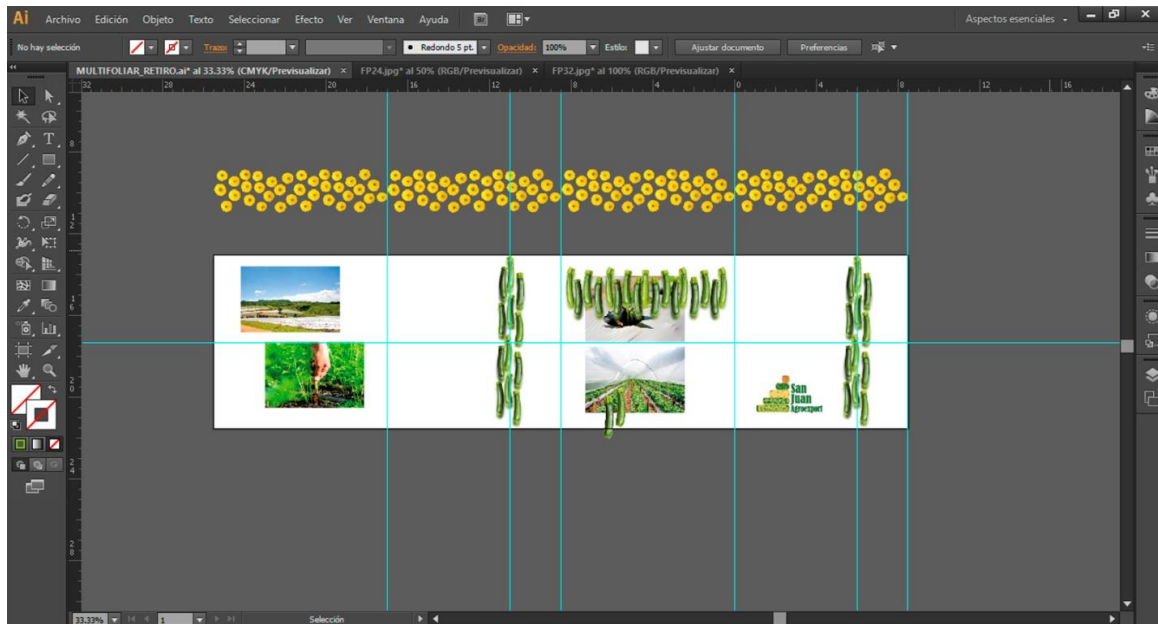
PÁGINA 7



CONTRA
PORTADA
PÁGINA 6

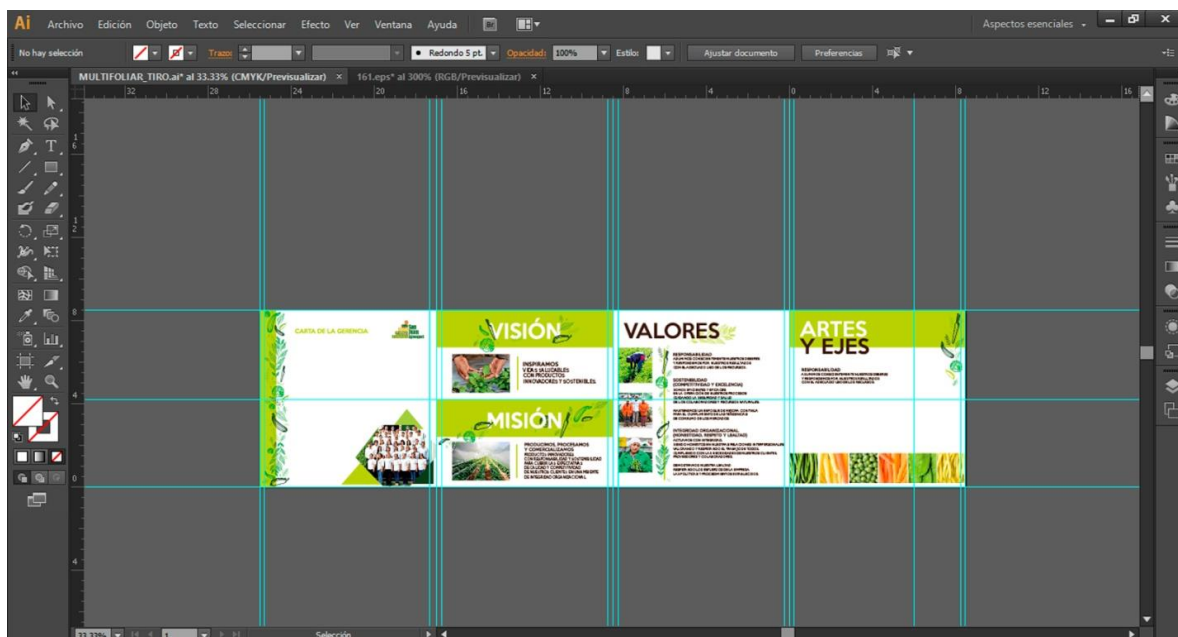
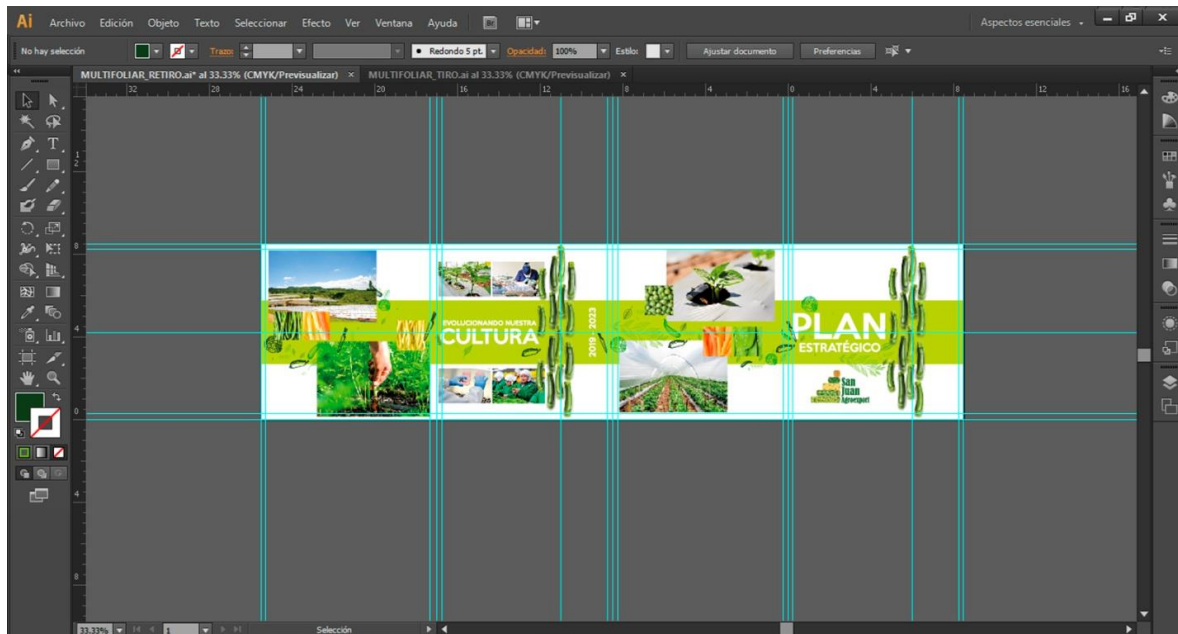
El proceso de bocetaje intermedio partió con la ilustración de las fotografías y texto en cada uno de los espacios designados en el bocetaje inicial del tiro y retiro del cuadrático.

7.3.2. Proceso de digitalización de bocetos



El proceso de digitalización se llevó a cabo a partir del bocetaje intermedio, mediante la distribución de las fotografías de la empresa, ilustraciones vectoriales relacionadas a sus actividades y también la distribución de los títulos y subtítulos, así como de toda la información recopilada.

7.3.2. Proceso de digitalización de bocetos



En el proceso de digitalización se re organizaron algunos espacios y se realizaron cambios en la tipografía con el fin de brindarle al grupo objetivo mayor facilidad para leer y entender el plan estratégico de San Juan AgroExport.

7.4 Propuesta preliminar

Las piezas que se presentan a continuación son la propuesta preliminar del diseño del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport. San Juan Sacatepéquez, Guatemala. Guatemala 2019.

El material es de 8 páginas, con una medida de 8.5 pulgadas de ancho por 8.5 pulgadas de alto. La medida del material multiforliar abierto es de 34 pulgadas de ancho por 8.5 pulgadas de alto, con dobleces en cada página.

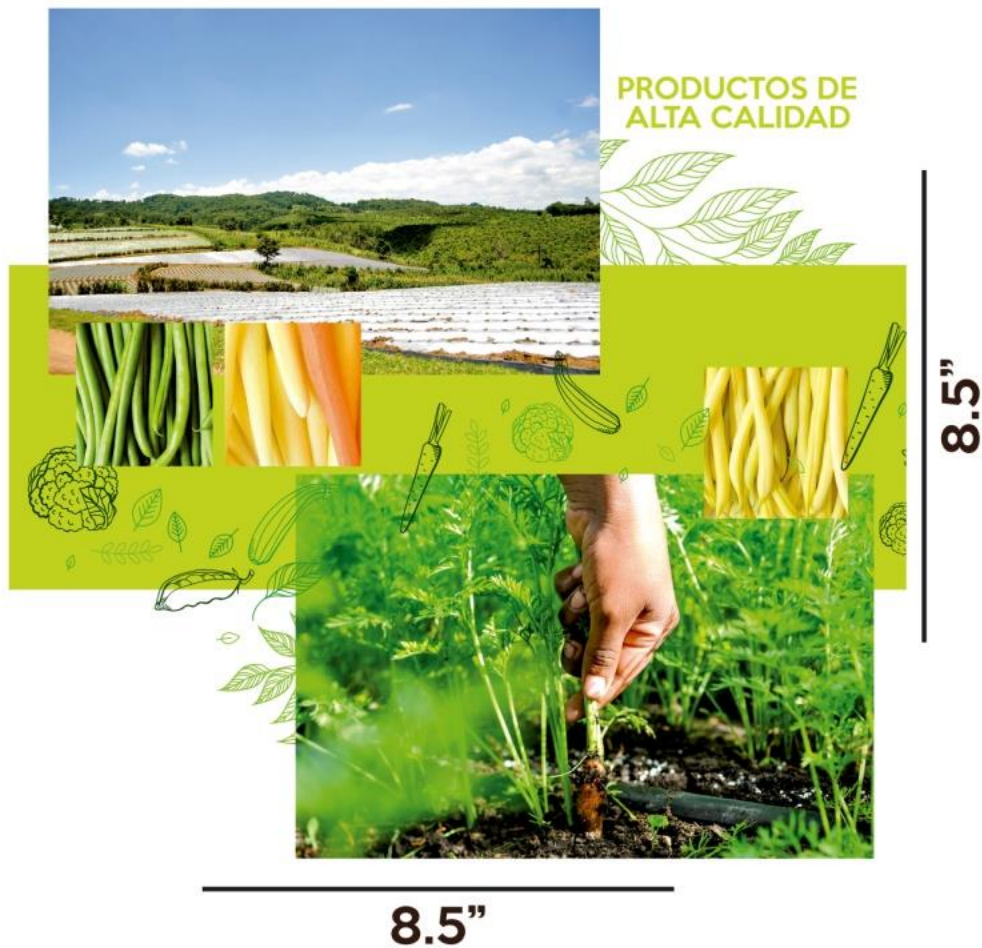
Se utilizaron como base las tendencias de diseño investigadas y se aplicaron los colores que tienen mayor relación a las actividades de la empresa y a lo que se dedica.

La tipografía utilizada es san serif, debido a que es más legible y fácil de entender. También se puso en práctica el arte de la fotografía, con el fin de ilustrar las actividades y la esencia de San Juan AgroExport.

7.4.1 Propuesta preliminar tiro



7.4.1.1 Página 1



La propuesta preliminar de la página 1 del material impreso cuenta con una fotografía del lugar en donde se lleva a cabo todo el proceso de producción de los vegetales, también cuenta con otra fotografía de la acción que realizan los agricultores en la finca y a la vez se muestran algunos de los productos que exporta la empresa.

También, en la parte superior derecha de la página, se hace énfasis a que los productos son de alta calidad. El diseño de la página cuenta con ilustraciones vectoriales, que le dan dinamismo al diseño.

7.4.1.2 Página 2



La propuesta preliminar de la página 2 es la contraportada del material impreso al doblarlo en su totalidad de la manera correcta. Esta página cuenta con el concepto que se obtuvo mediante la técnica creativa que es: Evolucionamos nuestra cultura, y la fecha del plan estratégico.

También cuenta con cuatro fotografías que representan las actividades de la empresa e ilustraciones vectoriales, que le dan dinamismo al diseño.

7.4.1.3 Página 3



La propuesta preliminar de la página 3 del material impreso cuenta con una fotografía del lugar en donde se lleva a cabo todo el proceso de producción de los vegetales. También con otras fotografías que muestran el proceso de crecimiento de algunos de los productos que exporta la empresa.

También en la parte inferior derecha de la página se hace énfasis a al país que produce los productos, Guatemala. El diseño de la página cuenta con ilustraciones vectoriales, que le dan dinamismo al diseño.

7.4.1.4 Página 4



La propuesta preliminar de la página 4 es la portada del material impreso al doblarlo en su totalidad de la manera correcta. Esta página cuenta con el título del material: Plan Estratégico y con el logotipo de San Juan AgroExport.

También cuenta con una fotografía del producto que más exporta la empresa y con ilustraciones vectoriales que le dan dinamismo al diseño.

7.4.2 Propuesta preliminar retiro

PRESENTACIÓN

El presente documento constituye la síntesis del Plan Estratégico de San Juan AgroExport para el periodo 2019 - 2023 para los colaboradores de la empresa.

El documento es el resultado del esfuerzo que contó con la participación colectiva, abierta e informada brindada por la gerencia y por los colaboradores de San Juan AgroExport.

El Plan Estratégico para colaboradores de San Juan AgroExport genera la Visión, Misión, Valores y el Mapa Estratégico para el periodo 2019 - 2023, y muestra el trabajo y esfuerzo de los colaboradores de la empresa en su entorno actual y futuro.

San Juan AgroExport tiene el convencimiento que el seguimiento de la ejecución del Plan Estratégico y la identificación de los colaboradores con el mismo constituye el logro de los objetivos y visión de futuro de la empresa.

VISIÓN

INSPIRAMOS VIDAS SALUDABLES CON PRODUCTOS INNOVADORES Y SOSTENIBLES.

MISIÓN

PRODUCIMOS, PROCESAMOS Y COMERCIALIZAMOS PRODUCTOS INNOVADORES CON RESPONSABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD PARA CUBRIR LAS EXPECTATIVAS DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE NUESTROS CLIENTES EN UN AMBIENTE DE INTEGRIDAD ORGANIZACIONAL.

VALORES

RESPONSABILIDAD
ASUMIMOS CONCIENCIAMENTE NUESTROS DEBERES Y RESPONSABILIDADES POR NUESTROS REGULADORES CON EL ADECUADO USO DE LOS RECURSOS.

SOSTENIBILIDAD (COMPETITIVIDAD Y EXCELENCIA)
SOMOS EFICIENTES Y EFICACES EN LA OPERACIÓN DE NUESTROS PROCESOS CUIDANDO LA SEGURIDAD Y SALUD DE LOS COLABORADORES Y RECURSOS NATURALES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS TENDENCIAS DE CONSUMO DE LOS MERCADOS.

INTEGRIDAD ORGANIZACIONAL (HONESTIDAD, RESPETO Y LEALTAD)
ACTUAMOS CON INTEGRIDAD, SERVICIOS HONESTOS EN NUESTRAS RELACIONES INTERPERSONALES, MANTENIENDO RESPETUOSAMENTE EL MARCO DE TRABAJO, CUMPLIENDO CON LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES, PROVEEDORES Y COLABORADORES.

DEMOSTRANDO NUESTRA FALTA DE PREOCUPACIÓN POR LOS EFUERZOS DE LA EMPRESA, LAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS.

MAPA ESTRATÉGICO

MAXIMIZAR VALOR ECONÓMICO

	EXCELENCIA OPERACIONAL	SOSTENIBILIDAD	CRECIMIENTO
FINANCIERA	100% de cumplimiento de los objetivos financieros	100% de cumplimiento de los objetivos financieros	100% de cumplimiento de los objetivos financieros
CLIENTES	100% de satisfacción de los clientes	100% de satisfacción de los clientes	100% de satisfacción de los clientes
PROCESOS INTERNOS	100% de cumplimiento de los objetivos de procesos	100% de cumplimiento de los objetivos de procesos	100% de cumplimiento de los objetivos de procesos
PROVEEDORES / COLABORADORES	100% de cumplimiento de los objetivos de proveedores	100% de cumplimiento de los objetivos de proveedores	100% de cumplimiento de los objetivos de proveedores

34"

8.5"

7.4.2.1 Página 5



PRESENTACIÓN

El presente documento constituye la síntesis del Plan Estratégico de San Juan AgroExport para el periodo 2019 – 2023 para los colaboradores de la empresa.

El documento es el resultado del esfuerzo que contó con la participación colectiva, aportes e información brindada por la gerencia y por los colaboradores de San Juan AgroExport.

El Plan Estratégico para colaboradores de San Juan AgroExport presenta la Visión, Misión, Valores y el Mapa Estratégico para el periodo 2019 – 2023, y muestra el trabajo y esfuerzo de los colaboradores de la empresa en un entorno actual y futuro.

San Juan AgroExport tiene el convencimiento que el seguimiento de la ejecución del Plan Estratégico y la identificación de los colaboradores con el mismo consolidan el logro de los objetivos y visión de futuro de la empresa.



8.5"

8.5"

La propuesta preliminar de la página 5 contiene la presentación escrita del material, en la que se indican los factores más importantes del plan estratégico de la empresa. En la parte inferior derecha se encuentra una fotografía del personal administrativo de la empresa, para quien va dirigido el proyecto.

7.4.2.2 Página 6

VISIÓN

INSPIRAMOS
VIDAS SALUDABLES
CON PRODUCTOS
INNOVADORES Y SOSTENIBLES.

MISIÓN

**PRODUCIMOS, PROCESAMOS
Y COMERCIALIZAMOS**
PRODUCTOS INNOVADORES
CON RESPONSABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD
PARA CUBRIR LAS EXPECTATIVAS
DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD
DE NUESTROS CLIENTES EN UN AMBIENTE
DE INTEGRIDAD ORGANIZACIONAL.

8.5"

8.5"

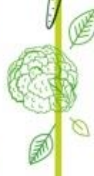
La propuesta preliminar de la página 6 contiene la visión y la misión de la empresa. También se colocaron dos fotografías e ilustraciones vectoriales para darle dinamismo al material y llamar la atención del lector.

VALORES



RESPONSABILIDAD

ASUMIMOS CONSCIENTEMENTE NUESTROS DEBERES Y RESPONDEMOS POR NUESTROS RESULTADOS CON EL ADECUADO USO DE LOS RECURSOS.



SOSTENIBILIDAD (COMPETITIVIDAD Y EXCELENCIA)

SOMOS EFICIENTES Y EFICACES EN LA OPERACIÓN DE NUESTROS PROCESOS CUIDANDO LA SEGURIDAD Y SALUD DE LOS COLABORADORES Y RECURSOS NATURALES.

MANTENEMOS UN ENFOQUE DE MEJORA CONTINUA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS TENDENCIAS DE CONSUMO DE LOS MERCADOS.



INTEGRIDAD ORGANIZACIONAL (HONESTIDAD, RESPETO Y LEALTAD)

ACTUAMOS CON INTEGRIDAD, SIENDO HONESTOS EN NUESTRAS RELACIONES INTERPERSONALES, VALORANDO Y RESPETANDO EL TRABAJO DE TODOS, CUMPLIENDO CON LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES, PROVEEDORES Y COLABORADORES.

DEMOSTRAMOS NUESTRA LEALTAD RESPETANDO LOS ESFUERZOS DE LA EMPRESA, LAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS.

8.5"

8.5"

La propuesta preliminar de la página 7 contiene los valores de la empresa.

Se colocaron tres fotografías del personal que labora para representar cada uno de los valores de la empresa, también se incluyeron ilustraciones vectoriales para darle dinamismo al material.

7.4.2.4 Página 8



La propuesta preliminar de la página 8 contiene el mapa estratégico de la empresa, cada una de las casillas del mapa están colocadas de forma ascendente, con el fin de facilitarle la lectura y comprensión del material a los colaboradores.

En la parte inferior se encuentra una serie de cuadros con fotografías con los productos que produce la empresa con el fin de involucrarlas con el mapa estratégico.

Capítulo VIII: Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

El proceso de validación para el análisis cuantitativo y cualitativo del diseño preliminar del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport, se llevará a cabo mediante el uso de la herramienta de la encuesta, que consiste en tres partes que incluyen los aspectos más importantes para la evaluación de la propuesta preliminar del material.

Las tres partes a evaluar en la encuesta para el grupo objetivo, expertos en comunicación y diseño y el cliente son: parte objetiva, semiológica y operativa. La encuesta cuenta con preguntas de respuestas múltiples que se realizarán a cinco expertos, diez personas del grupo objetivo y al cliente.

8.1 Población y muestreo

Se ejecuta la encuesta a cinco expertos en el área de comunicación y diseño, diez miembros del grupo objetivo y al cliente. Las personas encuestadas son una muestra significativa para evaluar la propuesta preliminar del proyecto y la funcionalidad del mismo.

8.2 Método e instrumentos

La herramienta de validación empleada como instrumento para el análisis y evaluación de la propuesta del proyecto es la encuesta, que permite la recopilación de información efectiva para efectuar los cambios en el proyecto y así lograr el objetivo de este.

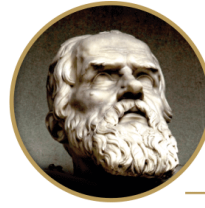
Las preguntas planteadas en la encuesta tienen en la primera parte respuestas dicotómicas, sí y no, posteriormente las otras preguntas tienen tres variables de respuestas en cada una de las partes en las que se dividen, estas respuestas pueden variar en tres: mucho, poco o nada.

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Guatemala, _____ de _____ de 2018

Grupo objetivo _____ Experto _____ Cliente _____



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Encuesta de validación de proyecto de graduación

El objetivo de la encuesta que se presenta a continuación es evaluar los aspectos gráficos, semiológicos, efectividad, operatividad y funcionamiento de la propuesta preliminar del proyecto de graduación, que consiste en el diseño del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport.

Instrucciones: se agradecerá responder a cada una de las siguientes preguntas, marcando con una “x” únicamente una respuesta.

Parte objetiva

1. ¿Considera útil el diseño del material impreso para presentar el plan estratégico de San Juan AgroExport al personal administrativo de la empresa?

SI

NO

2. ¿Considera el material impreso como una buena herramienta para que los colaboradores conozcan más de la empresa y se sientan identificados con ella?

SI

NO

3. ¿Considera usted necesario sintetizar la información contenida en el plan estratégico para que este pueda ser entendido con mayor facilidad?

SI

NO

4. ¿Considera necesario el uso de fotografías de la empresa y sus actividades para que el personal de la empresa se sienta identificado con la información contenida en el material impreso?

SI

NO

Parte semiológica

5. Los colores utilizados en el material impreso del plan estratégico son:

Muy llamativos

Poco llamativos

Nada llamativos

6. Las fotografías utilizadas en el material impreso del plan estratégico son:

Muy atractivas

Poco atractivas

Nada atractivas

7. La tipografía utilizada en el material impreso del plan estratégico es:

Muy legible

Poco legible

Nada legible

8. La diagramación del material impreso del plan estratégico es:

Muy ordenada

Poco ordenada

Nada ordenada

Parte operativa

9. Considera que el tamaño del material impreso del plan estratégico es:

Muy adecuado

Poco adecuado

Nada adecuado

10. Considera que la orientación horizontal del material impreso del plan estratégico es:

Muy conveniente

Poco conveniente

Nada conveniente

11. Considera que el contenido del material impreso del plan estratégico es:

Muy indicado

Poco indicado

Nada indicado

12. Considera que los materiales de impresión del plan estratégico son:

Muy apropiados

Poco apropiados

Nada apropiados

Se agradece la atención y el tiempo brindado para responder a cada una de las preguntas de la encuesta. Si tiene alguna observación, comentario o sugerencia lo puede hacer en el siguiente espacio:

Gracias por responder a la encuesta presentada, su opinión es muy importante para la realización del proyecto de graduación, que consiste en el diseño del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

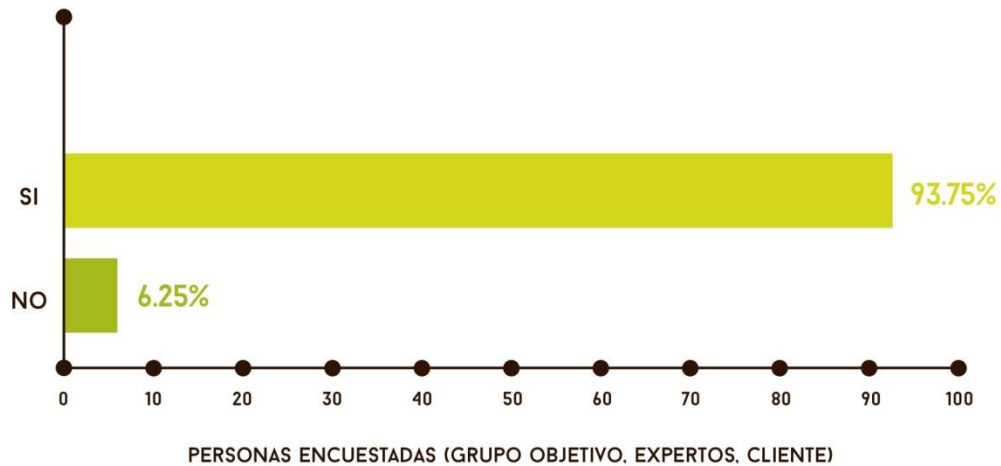
A continuación se presenta la tabulación y análisis de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al grupo objetivo, expertos y cliente. Se hicieron gráficas de barras, que indican el porcentaje de las respuestas y a la vez se presenta la interpretación del significado de los resultados obtenidos en la parte inferior de las gráficas, con la finalidad de evaluar la efectividad del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport.

Los resultados de las encuestas fueron analizados y graficados en su totalidad, es decir que se unieron todos con el fin de obtener una muestra significativa y un porcentaje que involucrara a todos los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente).

8.3.1 Parte objetiva

PREGUNTA 1

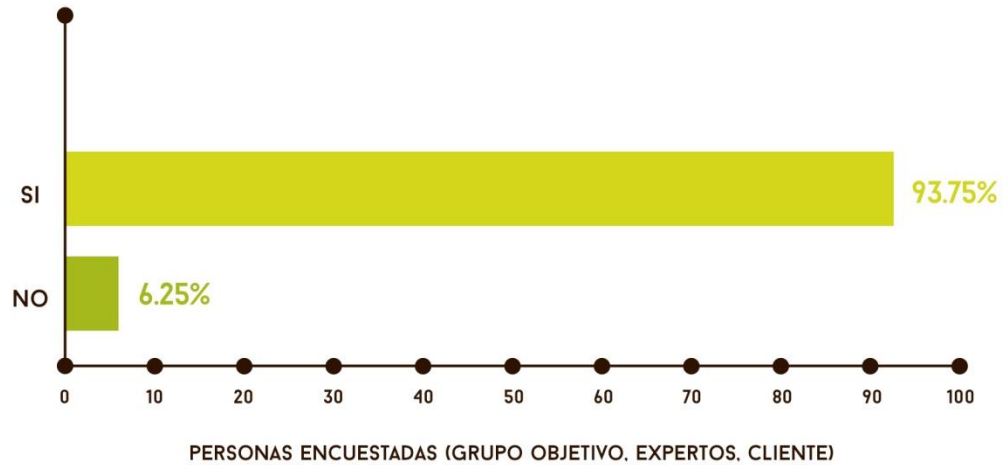
¿Considera útil el diseño del material impreso para presentar el plan estratégico de San Juan AgroExport al personal administrativo de la empresa?



El 93.75% de los encuestados considera que sí es útil el diseño del material impreso para presentar el plan estratégico de San Juan AgroExport al personal administrativo de la empresa, mientras que el 6.25% considera que no es útil.

PREGUNTA 2

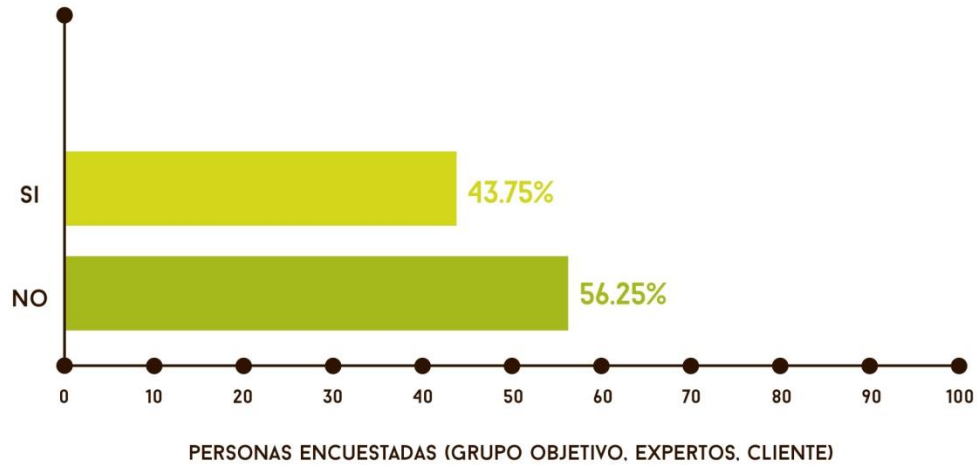
¿Considera el material impreso como una buena herramienta para que los colaboradores conozcan más de la empresa y se sientan identificados con ella?



El 93.75% de los encuestados considera como una buena herramienta al material impreso para que los colaboradores conozcan más de la empresa y se sientan identificados con ella, mientras que el 6.25% considera que no es una buena herramienta.

PREGUNTA 3

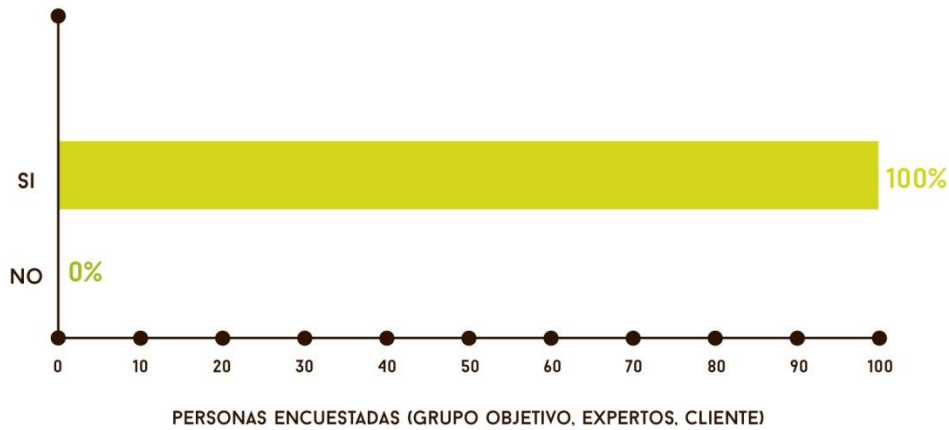
¿Considera usted necesario sintetizar la información contenida en el plan estratégico para que este pueda ser entendido con mayor facilidad?



El 43.75% de los encuestados considera necesario sintetizar la información contenida en el plan estratégico para que pueda ser entendido con mayor facilidad, mientras que el 56.25% considera que no es necesario sintetizar la información del plan estratégico, por lo que se debe considerar los cambios necesarios en el material impreso.

PREGUNTA 4

¿Considera necesario el uso de fotografías de la empresa y sus actividades para que el personal de la empresa se sienta identificado con la información contenida en el material impreso?

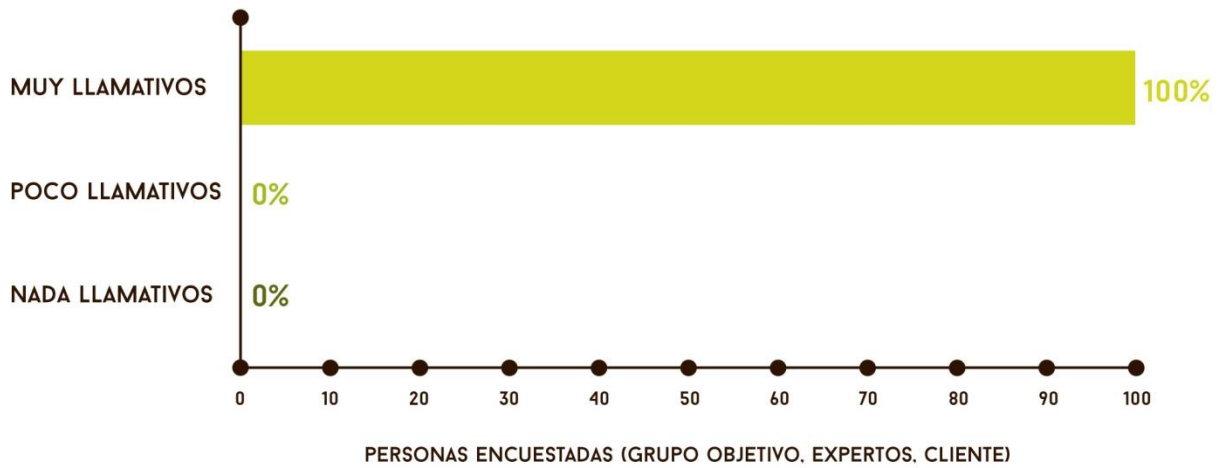


El 100% de los encuestados considera que el uso de fotografías de la empresa y sus actividades es necesario para que el personal de la empresa se sienta identificado con la información contenida en el material impreso

8.3.2 Parte semiológica

PREGUNTA 5

Los colores utilizados en el material impreso del plan estratégico son:



El 100% de los encuestados considera que los colores utilizados en el material impreso del plan estratégico son muy llamativos, por lo que no se realizarán cambios en la paleta de colores utilizada.

PREGUNTA 6

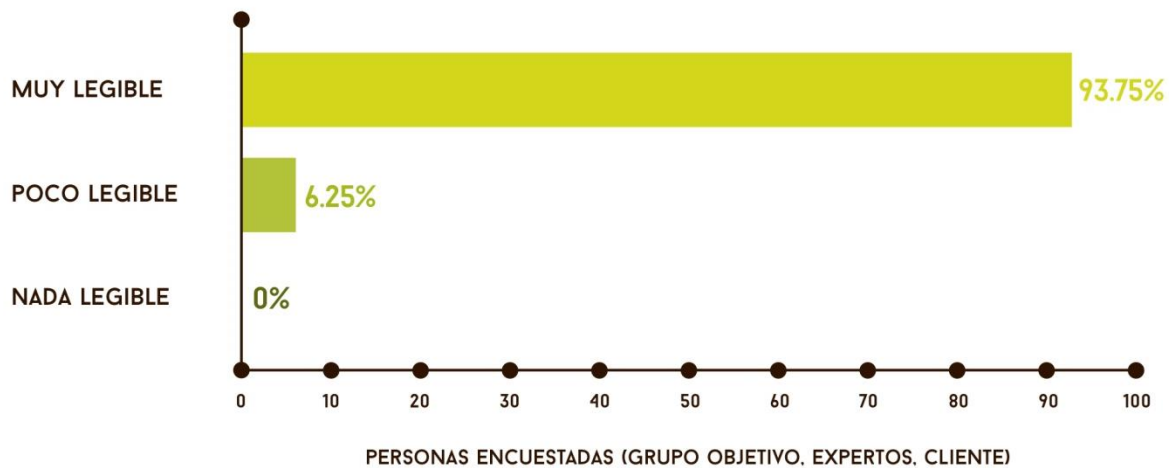
Las fotografías utilizadas en el material impreso del plan estratégico son:



El 100% de los encuestados considera que las fotografías utilizadas en el material impreso del plan estratégico son muy atractivas, por lo que no se realizarán cambios en ellas.

PREGUNTA 7

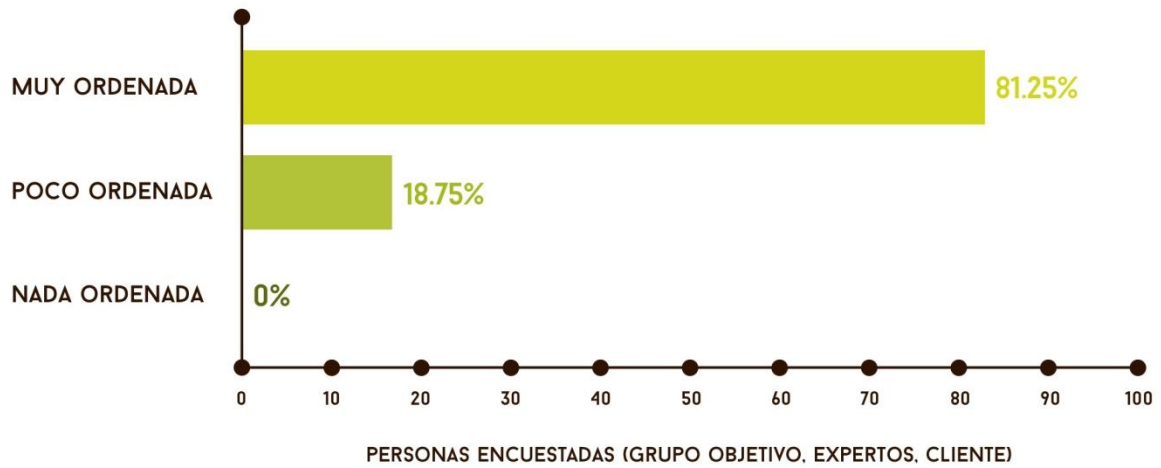
La tipografía utilizada en el material impreso del plan estratégico es:



El 93.75% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en el material impreso del plan estratégico es muy legible, mientras que el 6.25% considera que es poco legible debido al cambio entre mayúsculas y minúsculas en las diferentes páginas del material.

PREGUNTA 8

La diagramación del material impreso del plan estratégico es:

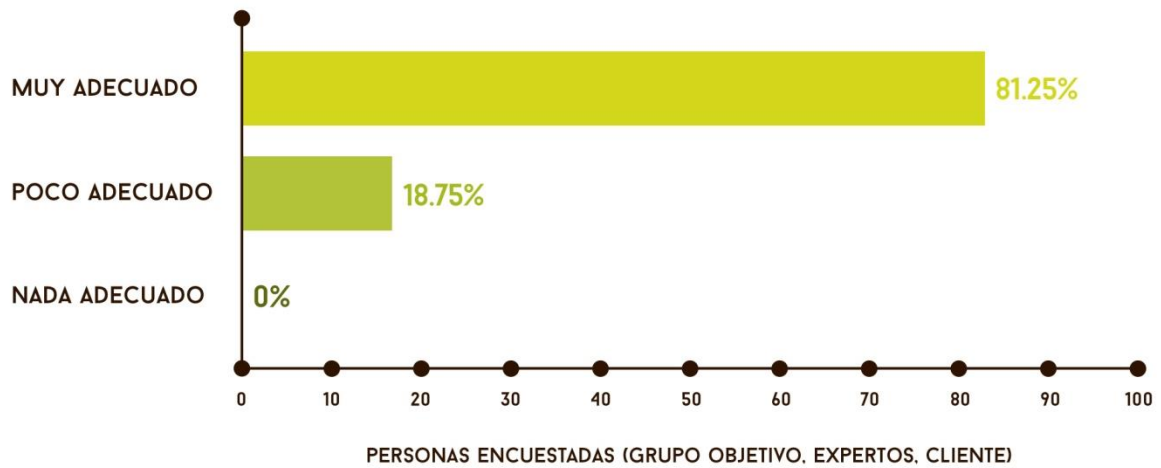


El 81.25% de los encuestados considera que la diagramación del material impreso del plan estratégico es muy ordenada, mientras que el 18.75% considera que es poco ordenada.

8.3.3 Parte operativa

PREGUNTA 9

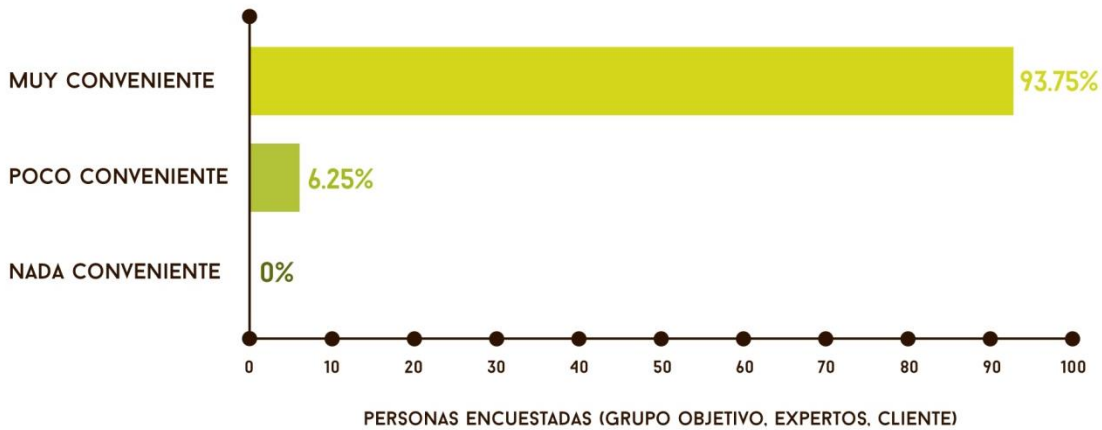
Considera que el tamaño del material impreso del plan estratégico es:



El 81.25% de los encuestados considera que el tamaño del material impreso del plan estratégico es muy adecuado, mientras que el 18.75% considera que es poco adecuado.

PREGUNTA 10

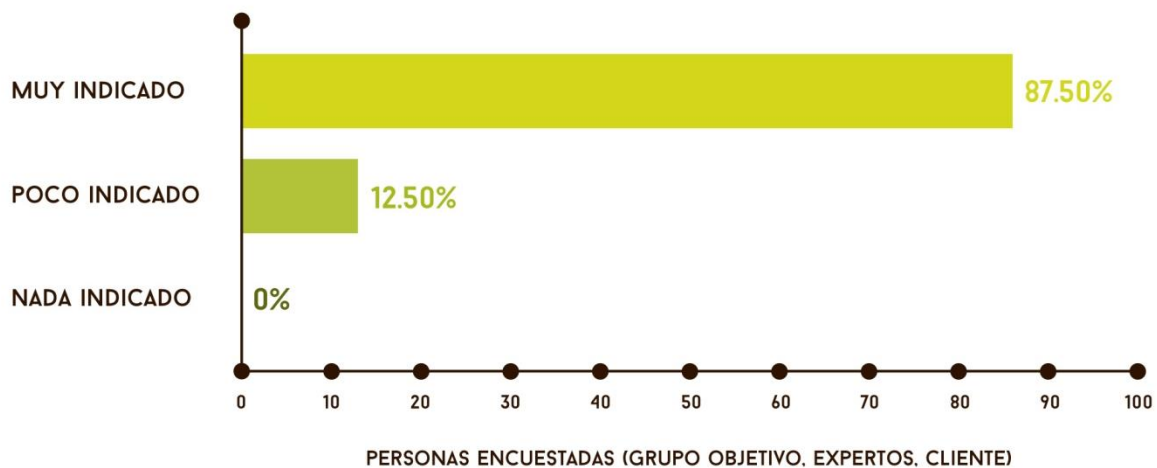
Considera que la orientación horizontal del material impreso del plan estratégico es:



El 93.75% de los encuestados considera que la orientación horizontal del material impreso del plan estratégico es muy conveniente, mientras que el 6.25% considera que es poco conveniente.

PREGUNTA 11

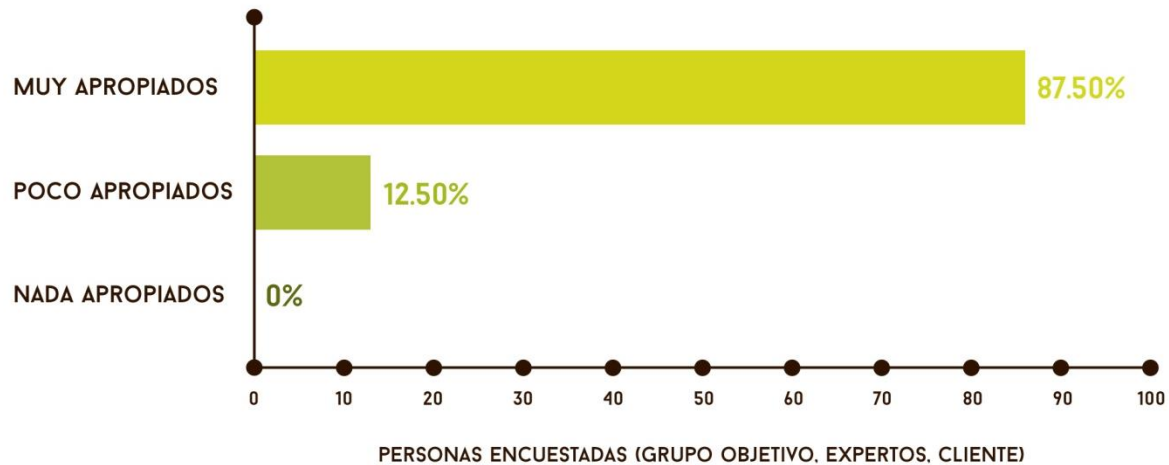
Considera que el contenido del material impreso del plan estratégico es:



El 87.50% de los encuestados considera el contenido del material impreso del plan estratégico es muy indicado, mientras que el 12.50% considera que es poco indicado.

PREGUNTA 12

Considera que los materiales de impresión del plan estratégico son:



El 87.50% de los encuestados considera que los materiales de impresión del plan estratégico son muy apropiados, mientras que el 12.50% considera que son poco apropiados

8.3.4. Observaciones de validación

- El diseño es precioso, muy llamativo e interesante.
- Muy buen diseño, los colores, las fotografías, imágenes y demás están acorde a la empresa y lo que la misma espera.
- Diagramación objetos, fotografías, doodles, letras.
- Doodles probar con las propuestas realizadas.
- Letras mayúsculas a minúsculas.
- No interrumpir letras con los doodles.
- Cambiar tipografía de las 2 piezas mencionadas. Felicitaciones!!!
- Cambiar el título de mapa estratégico por objetivos estratégicos.
- Material de mucha calidad.

8.4 Cambios en base a los resultados

Los resultados obtenidos en el proceso de validación de la propuesta preliminar del material impreso contribuyen a mejorar la efectividad y presentación del mismo. A continuación se presentan los cambios realizados y una breve explicación de cada uno.

8.4.1 Antes tiro



8.4.2 Después tiro



8.4.3 Justificación tiro

Se realizaron diversos cambios en el tiro del material impreso, con la finalidad de facilitarle la lectura al personal de la empresa y a la vez hacer más atractivo y ordenado el material.

Los cambios que se ejecutaron fueron: Orden y modificación de tamaños de las imágenes, así como también se añadieron 2 fotografías en la página 2.

También se organizaron las ilustraciones vectoriales de los vegetales y plantas con la finalidad de dejar más espacio vacío y así poner el punto de atención en las fotografías.

8.4.4 Antes retiro



8.4.5 Después retiro



8.4.6 Justificación retiro

Se efectuaron diversos cambios en el retiro del material impreso, con la finalidad de facilitarle la lectura al personal de la empresa y a la vez hacer más atractivo y ordenado el material.

Los cambios que se hicieron fueron: cambio de letras mayúsculas a minúsculas en las páginas 6 y 7 del material.

Se redujo la cantidad de ilustraciones vectoriales en todo el material y a la vez se añadieron fotografías en la página 8 para completar la secuencia de imágenes de la parte inferior.

Por último se modificó el título de la página 8.

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

De acuerdo a los resultados obtenidos en el proceso de validación y las recomendaciones por parte de los expertos, se realizaron diversos cambios en la propuesta preliminar con el fin de mejorar la efectividad del diseño del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport.

La paleta de colores utilizada en el diseño del material impreso es en tonalidades de verde y café debido a que son los colores que representan a la empresa y a las actividades a las que esta se dedica, como a la producción y comercialización de vegetales.

El material es de 8 páginas, con una medida de 8.5 pulgadas de ancho por 8.5 pulgadas de alto. La medida del material multiforliar abierto es de 34 pulgadas de ancho por 8.5 pulgadas de alto, con dobleces en cada página.

La tipografía utilizada es san serif, debido a que es más legible y fácil de entender. También se puso en práctica el arte de la fotografía, con el fin de ilustrar las actividades y la esencia de San Juan AgroExport.

A continuación se presenta la propuesta gráfica final.

9.1 Propuesta gráfica final tiro



9.1.1 Tiro página 1



La propuesta preliminar de la página 1 del material impreso cuenta con dos fotografías del lugar en donde se lleva a cabo todo el proceso de producción de los vegetales y a la vez se muestran algunos de los productos que exporta la empresa.

También, en la parte inferior izquierda de la página, se hace énfasis a que los productos son de alta calidad. El diseño de la página cuenta con dos columnas horizontales de ilustraciones vectoriales que le dan dinamismo al diseño.

9.1.2 Tiro página 2



La propuesta preliminar de la página 2 es la contraportada del material impreso al doblarlo en su totalidad de la manera correcta. Esta página cuenta con el concepto que se obtuvo mediante la técnica creativa, que es: Evolucionando nuestra cultura.

También cuenta con seis fotografías que representan las actividades de la empresa y muestran a los colaboradores.

9.1.3 Tiro página 3



La propuesta preliminar de la página 3 del material impreso cuenta con dos fotografías del proceso de producción y crecimiento de los vegetales, y también con otras fotografías que muestran algunos de los productos que exporta la empresa.

También en la parte superior izquierda de la página se hace énfasis al país que produce los productos, Guatemala. El diseño de la página cuenta con dos columnas horizontales de ilustraciones vectoriales que le dan dinamismo al diseño.

9.1.4 Tiro página 4



La propuesta preliminar de la página 4 es la portada del material impreso al doblarlo en su totalidad de la manera correcta. Esta página cuenta con el título del material: Plan Estratégico, la fecha y el logotipo de San Juan AgroExport.

También con una fotografía del producto que más exporta la empresa.

9.2 Propuesta gráfica final retiro

PRESENTACIÓN

El presente documento constituye la síntesis del Plan Estratégico de San Juan AgroExport para el periodo 2019 - 2023 para los colaboradores de la empresa.

El documento es el resultado del esfuerzo que conto con la participación colectiva, oportuna e información brindada por la gerencia y por los colaboradores de San Juan AgroExport.

El Plan Estratégico para colaboradores de San Juan AgroExport presenta la Visión, Misión, Valores y los Objetivos Estratégicos para el periodo 2019 - 2023 y muestra el trabajo y esfuerzos de los colaboradores de la empresa en un entorno actual y futuro.

San Juan AgroExport tiene el convencimiento que el seguimiento de la ejecución del Plan Estratégico y la identificación de los colaboradores con el mismo consolidan el logro de los objetivos y visión de futuro de la empresa.




VISIÓN

INSPIRAMOS
nuestro futuro con productos innovadores y sostenibles.



MISIÓN

PRODUCIMOS, PROCESAMOS Y COMERCIALIZAMOS productos innovadores con responsabilidad y sostenibilidad para cubrir las expectativas de calidad y competitividad de nuestros clientes en un ambiente de integridad organizacional.



VALORES

RESPONSABILIDAD
Asumimos conscientemente nuestros deberes y respondemos por nuestros resultados con el adecuado uso de los recursos.

SOSTENIBILIDAD Y EXCELENCIA
Somos eficientes y eficaces en la operación de nuestros procesos cuidando la seguridad y salud de los colaboradores y recursos naturales.

Mantendremos un enfoque de mejora continua para el cumplimiento de las tendencias de consumo de los mercados.

INTEGRIDAD ORGANIZACIONAL (HONESTIDAD, RESPETO Y LEALTAD)
Actuamos con integridad, siendo honestos en nuestras relaciones interpersonales, valorando y respetando el trabajo de todos, cumpliendo con las necesidades de nuestros clientes, proveedores y colaboradores.

Demostremos nuestra lealtad respetando los intereses de la empresa, las políticas y procedimientos establecidos.





OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

MAXIMIZAR VALOR ECONÓMICO

	EFICIENCIA OPERACIONAL	INNOVACIÓN	SOSTENIBILIDAD	CRECIMIENTO
PROCESOS	100%	100%	100%	100%
CLIENTES	100%	100%	100%	100%
PROCESOS FINANCIEROS	100%	100%	100%	100%
PROCESOS DE CALIDAD Y SEGURIDAD	100%	100%	100%	100%



34"

8.5"

9.2.1 Retiro página 5



PRESENTACIÓN

El presente documento constituye la síntesis del Plan Estratégico de San Juan AgroExport para el periodo 2019 – 2023 para los colaboradores de la empresa.

El documento es el resultado del esfuerzo que contó con la participación colectiva, aportes e información brindada por la gerencia y por los colaboradores de San Juan AgroExport.

El Plan Estratégico para colaboradores de San Juan AgroExport presenta la Visión, Misión, Valores y los Objetivos Estratégicos para el periodo 2019 – 2023, y muestra el trabajo y esfuerzo de los colaboradores de la empresa en un entorno actual y futuro.

San Juan AgroExport tiene el convencimiento que el seguimiento de la ejecución del Plan Estratégico y la identificación de los colaboradores con el mismo consolidan el logro de los objetivos y visión de futuro de la empresa.



8.5"

8.5"

La propuesta preliminar de la página 5 contiene la presentación escrita del material, en la que se indican los factores más importantes del plan estratégico de la empresa. En la parte inferior derecha se encuentra una fotografía del personal administrativo de la empresa, para quien va dirigido el proyecto.

9.2.2 Retiro página 6

VISIÓN



INSPIRAMOS
vidas saludables con productos
innovadores y sostenibles.

MISIÓN



**PRODUCIMOS, PROCESAMOS
Y COMERCIALIZAMOS**
productos innovadores
con responsabilidad y sostenibilidad
para cubrir las expectativas
de calidad y competitividad
de nuestros clientes en un ambiente
de integridad organizacional.

8.5"

8.5"

La propuesta preliminar de la página 6 contiene la visión y la misión de la empresa. También se colocaron dos fotografías e ilustraciones vectoriales para darle dinamismo al material y llamar la atención del lector.

9.2.3 Retiro página 7

VALORES



RESPONSABILIDAD

Asumimos conscientemente nuestros deberes y respondemos por nuestros resultados con el adecuado uso de los recursos.

SOSTENIBILIDAD (COMPETITIVIDAD Y EXCELENCIA)

Somos eficientes y eficaces en la operación de nuestros procesos cuidando la seguridad y salud de los colaboradores y recursos naturales.

Mantenemos un enfoque de mejora continua para el cumplimiento de las tendencias de consumo de los mercados.

INTEGRIDAD ORGANIZACIONAL (HONESTIDAD, RESPETO Y LEALTAD)

Actuamos con integridad, siendo honestos en nuestras relaciones interpersonales, valorando y respetando el trabajo de todos, cumpliendo con las necesidades de nuestros clientes, proveedores y colaboradores.

Demostramos nuestra lealtad respetando los esfuerzos de la empresa, las políticas y procedimientos establecidos.

8.5"

8.5"

La propuesta preliminar de la página 7 contiene los valores de la empresa.

Se colocaron tres fotografías del personal que labora para representar cada uno de los valores de la empresa. También se incluyeron ilustraciones vectoriales para darle dinamismo al material.

9.2.4 Retiro página 8



8.5"

La propuesta preliminar de la página 8 contiene los objetivos estratégicos de la empresa representados en una tabla, cada una de las casillas de la tabla están colocadas de forma ascendente, con el fin de facilitarle la lectura y comprensión del material a los colaboradores.

En la parte inferior se encuentra una columna horizontal de cuadros con fotografías de los productos que produce la empresa.

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

A continuación se elabora el plan de producción, reproducción y distribución del diseño del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport.

En dicho plan se especifican los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos que fueron necesarios para la elaboración del proyecto.

10.1 Plan de costos de elaboración

Permite determinar el valor del proceso creativo, la técnica utilizada para determinar el concepto, proceso de bocetaje y elaboración de la propuesta gráfica preliminar del material impreso. El costo por hora trabajada es de Q25.00.

10.2 Plan de costos de producción

Permite determinar el valor del proceso de producción de los artes finales y la propuesta gráfica final del material impreso. El costo por hora trabajada es de Q25.00.

10.3 Plan de costos de reproducción

Para determinar los costos de la reproducción del material impreso se cotizan tres empresas diferentes con el fin de obtener el mejor precio posible para la impresión de 100 planes estratégicos de San Juan AgroExport.

10.4 Plan de costos de distribución

Este plan no aplica en el proyecto debido a que el material impreso será distribuido por los mismos colaboradores de la empresa.

10.5 Margen de utilidad

El margen de utilidad sobre los costos fijos de diseño del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 de la empresa San Juan AgroExport será del 30%.

10.6 IVA

El impuesto al valor agregado de la totalidad de los costos del proyecto es de Q.

10.7 Cuadro con resumen general de costos

A continuación se presenta el cuadro resumen en donde se identifican los costos parciales y el monto total para la producción, reproducción y distribución del proyecto.

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración (15 días / 5 horas por día Q25.00 c/h)	Q1,875.00
Plan de costos de producción (5 días / 3 horas por día Q25.00 c/h)	Q375.00
Plan de costos de elaboración (Cotización 100 piezas impresas)	Q1,900.00
Plan de costos de distribución	NO APLICA
<i>Subtotal</i>	Q4,150.00
Margen de utilidad 30%	Q1,245.00
<i>Subtotal</i>	Q5,395.00
IVA	Q647.40
Gran Total	Q6,042.40

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

El diseño del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport se realizó con la finalidad de dar a conocer la cultura de desempeño, competencias de los trabajadores y objetivos de la empresa. El plan busca el reforzamiento de la cultura y así fomentar la práctica de los valores en todos los colaboradores de la empresa.

Se investigaron las tendencias gráficas de diseño a través de la web, para que el diseño del material impreso del plan estratégico fuera simple, directo y fácil de entender por el personal administrativo de San Juan AgroExport. Al investigar las tendencias se aplicaron en el diseño del material impreso las más adecuadas debido a la información que se quería colocar en el plan estratégico, las tendencias utilizadas fueron: minimalismo, diseño en color one, tipografía con elementos y fotografía.

Se recopiló información de la empresa a través del material con el que cuentan para sintetizarlo y que el mensaje fuera el adecuado y útil para el diseño del plan por parte del estudiante. La información que contiene el plan estratégico para el personal administrativo de San Juan AgroExport fue recopilada y sintetizada del manual del logo de la empresa, mapa estratégico y diferentes guías del plan estratégico de la empresa brindadas por el cliente.

Se fotografió al personal administrativo y operativo que labora en la empresa y los productos agrícolas que exporta San Juan AgroExport, para ilustrar el contenido del material para presentar la planeación estratégica. Las fotografías se realizaron en las distintas ubicaciones de San Juan AgroExport, es decir en la planta central ubicada en el municipio de San Juan Sacatepéquez y en las fincas ubicadas en el municipio de San Raymundo y en el departamento de Chimaltenango, con la finalidad de capturar la esencia y el origen de la empresa.

Se realizó el plan estratégico de San Juan AgroExport específicamente para el personal administrativo debido a que este no conoce el origen y esencia de la marca, así como los objetivos y metas que tiene la empresa a través del tiempo. Es por ello que la información que contiene el plan estratégico se centra en la misión, visión, valores y objetivos estratégicos de la empresa.

11.2 Recomendaciones

Debido al diseño e implementación del material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport se recomienda:

Impresión mínima de 100 cuadrípticos para brindarle a todo el personal administrativo de la empresa para que la distribución se realice eficientemente.

Impresión full color tiro y retiro del cuadríptico para que el material llame la atención de los lectores.

Realizar lanzamiento del plan estratégico a inicios del año 2019 en el que se presente y explique el contenido del material.

Utilizar el material en ferias y exposiciones de la empresa para dar a conocer la cultura de desempeño, competencias de los trabajadores y objetivos de la empresa.

Solicitar al personal administrativo de la empresa, tener a la vista el material para su constante consulta y lectura.

Realizar una evaluación semestral al personal administrativo, para verificar la efectividad del material y conocer si tienen el conocimiento de su contenido.

Realizar afiches anuales para informar al personal los objetivos que se lograron alcanzar a lo largo del año.

Actualizar el material cada cinco años de acuerdo al cumplimiento del plan estratégico para el personal administrativo.

Capítulo XII: Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general

Para el desarrollo del proyecto de graduación mediante las diversas áreas que se abarcaron a lo largo de la carrera, áreas de comunicación, diseño, tecnología, gerencia, entre otras, fue fundamental el uso de ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias, para la transmisión y aplicación correcta de ideas y mensajes al momento de la elaboración del proyecto.

La comunicación es el proceso de transmisión de información entre dos entidades (un emisor y un receptor) que implica la interpretación de un mensaje determinado. Mediante la comunicación se transmite la información solicitada por el cliente del proyecto, desarrollando un material impreso de calidad que brinde y de a conocer datos específicos de la empresa para el conocimiento del grupo objetivo, para ello fue fundamental el uso de ciencias auxiliares.

Algunas de las ciencias descritas permiten la transmisión correcta de información, haciendo que esta sea fácil de entender por parte del grupo objetivo del proyecto. Además estas ciencias ayudan a segmentar la información obtenida a lo largo de la investigación, por lo que permite conocer cuál es la información más importante que se debe de incluir en la realización del proyecto. Algunas ciencias que son importantes para este son: semiología, andragogía, tecnología, entre otras.

Por otro lado el diseño gráfico es el arte o disciplina cuyo fin consiste en idear y proyectar mensajes con carácter e identidad propia a través de una imagen previamente estructurada para cumplir con un fin determinado. La aplicación de esta área dentro del proyecto se dio mediante el uso de artes, teorías y tendencias, las cuales se describen a continuación.

Las artes utilizadas en el desarrollo del proyecto se sintetizan en dos: la tipografía, la cual se encarga de componer letras para comunicar un mensaje y la fotografía, la cual consiste en dibujar o pintar con luz a través de lograr capturar imágenes, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante. Este arte se utiliza con el fin de comunicar de una manera más visual los comportamientos y características del personal que labora en la empresa San Juan AgroExport.

En relación a las teorías utilizadas para el proyecto, se sintetizan en dos importantes. La primera de ellas es la teoría del color, la cual se encarga de describir y reglamentar aspectos de percepción de colores y sobre la cual es importante trabajar para que el producto final sea agradable y cumpla con su función ante el grupo objetivo. Mientras que la teoría de la Gestalt permite la suma de todas las partes del proyecto y lo convierte en un único documento de apoyo completo, que cumple con los requisitos solicitados por el cliente.

Las tendencias utilizadas en el proyecto permiten que el documento a desarrollar sea innovador y actualizado con lo que es necesario hoy en día para el mercado. Es por ello que se aplican varias tendencias, tales como: el minimalismo, la tipografía creativa, el diseño en color one, entre otras. Tendencias que permitieron la realización atractivo visualmente.

Finalmente la aplicación de conocimientos a través del uso de ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias en las distintas áreas de comunicación y diseño permitieron el planteamiento, desarrollo y elaboración del proyecto de graduación, que consiste en el diseño de material impreso para presentar el plan estratégico 2019 – 2023 al personal administrativo de la empresa San Juan AgroExport.

A continuación se presentan los conocimientos adquiridos en la Licenciatura en Comunicación y Diseño y su aplicación en el proyecto de graduación.

12.2 Demostración de conocimientos

CONOCIMIENTO general

CONOCIMIENTO GENERAL
ELABORADO POR ANDRES GARCÍA

COMUNICACIÓN y ciencias

Proceso de transmisión de información entre dos entidades (un emisor y un receptor) que implica la interpretación de un mensaje determinado.

Mediante la comunicación se transmite la información solicitada por el cliente del proyecto, desarrollando un material impreso de calidad que brinde y de a conocer datos específicos de la empresa para el conocimiento del grupo objetivo, en este caso se utilizó la comunicación corporativa.

Para el desarrollo del proyecto también fue fundamental el uso de ciencias auxiliares.

Algunas ciencias auxiliares importantes para el desarrollo del proyecto son:

- SEMIOLOGÍA
- ANDRAGOGÍA
- TECNOLOGÍA

Estas ciencias ayudan a segmentar la información obtenida a lo largo de la investigación, por lo que permite conocer cuál es la información más importante que se debe de incluir en la realización del proyecto.

TECNOLOGÍA

El proyecto se realizó en distintos programas de diseño para ser digitalizado.

DISEÑO artes, teorías y tendencias

Arte o disciplina cuyo fin consiste en idear y proyectar mensajes con carácter e identidad propia a través de una imagen previamente estructurada para cumplir con un fin determinado. La aplicación de esta área dentro del proyecto se da mediante el uso de artes, teorías y tendencias

Las artes utilizadas en el desarrollo del proyecto se sintetizan en dos:

- TIPOGRAFÍA
- FOTOGRAFÍA

Las teorías utilizadas para el proyecto se encargan de la percepción de colores y a la vez permiten la suma de todas las partes del proyecto y lo convierte en un único documento de apoyo completo, que cumple con los requisitos solicitados por el cliente.

DEL COLOR DE LA GESTALT

Las tendencias utilizadas en el proyecto permiten que el documento a desarrollar sea innovador y actualizado con lo que es necesario hoy en día para el mercado. Algunas tendencias utilizadas fueron:

- DISEÑO EN COLOR ONE
- MINIMALISMO

Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias

A continuación se presenta el listado en orden alfabético de las fuentes consultadas para la elaboración del marco de referencia y el marco teórico de comunicación y diseño del proyecto.

C

Classora. (s.f.) Plan estratégico. [Entrada de Blog]. Recuperado

de: http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx

Classora. (s.f.) Plan operativo anual (POA). [Entrada de Blog]. Recuperado

de: http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_operativo_anual.aspx

Cori Gutiérrez, O. (2016). Diferencia entre el plan estratégico y el plan operativo. Recuperado

de: <https://prezi.com/w9oi3yfmudz/diferencia-entre-el-plan-estrategico-y-plan-operativo/>

D

Definición. (s.f) Definiciones de conceptos. Recuperado de <https://definicion.de>

Diseño creativo (s.f) Definiciones de conceptos de diseño gráfico. Recuperado de [https://xn--](https://xn--disecreativo-lkb.com/diccionario-de-diseno-grafico/)

[disecreativo-lkb.com/diccionario-de-diseno-grafico/](https://xn--disecreativo-lkb.com/diccionario-de-diseno-grafico/)

<https://todosobrecomunicacion.com/>

E

Ecured. (s.f) Conceptos y definiciones. Recuperado de <https://www.ecured.cu>

G

Goicochea Ríos, E. (2011). Plan estratégico y plan operativo. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/EvelynGoicochea/plan-estrategico-y-plan-operativo>

G-Tech Design. Tendencias diseño gráfico 2018. (2018). Recuperado de <http://gtechdesign.net/es/blog/tendencias-diseno-grafico-2018>

Guía de calidad (2018). Plan estratégico. Recuperado de <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>

I

INE. (s.f) Recuperado de <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/02/26/L5pNHMXzxy5FFWmk9NHCrK9x7E5Qqvy.pdf>

L

Lifeder. (s.f) Elementos de comunicación. Recuperado de <https://www.lifeder.com/ejemplos-elementos-comunicacion/>

M

Muract Pablo (2013). Capítulo 1- El diseño: conceptos y definiciones. Recuperado de <http://www.pablomuract.com.ar/index.php/catedras-ifdc-vm-movil/disenio-2/103-capitulo-1-el-diseno-conceptos-y-definiciones>

P

Psicología del color. (s.f) Psicología del color. Recuperado de <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/>

T

Talentos Unidos. (2013) El plan estratégico de comunicación interna. [Entrada de Blog].

Recuperado de: <https://talentosreunidos.com/2013/07/23/el-plan-estrategico-de-comunicacion-interna-2/>

W

Wikiguate. (2018) Recuperado de <https://wikiguate.com.gt/san-juan-sacatepequez/>

Capítulo XIV: Anexos

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Anexos

En el presente capítulo se presenta toda la información relevante que sirvió de soporte al proyecto y que ha servido para construir el contenido de la metodología.

Anexo 1: Investigación de objetivos específicos

Diseño gráfico

Acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. También es la interpretación, ordenamiento y la presentación visual de mensajes.

El diseñador gráfico es el profesional que mediante un método específico (diseño), construye mensajes (comunicación), con medios visuales.

Guía para elaboración de plan estratégico

Plan estratégico

El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que se pretende conseguir y cómo se va a conseguir. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde se concretan las decisiones que van a orientar el trabajo hacia una gestión excelente de trabajo.

Objetivo del plan estratégico

El objetivo de un plan estratégico es trazar un mapa de la organización, que señale los pasos para alcanzar la visión.

Sirve para convertir los proyectos en acciones (tendencias, metas, valores, objetivos, reglasm verificación y resultados).

Finalidad del plan estratégico

La finalidad del plan estratégico se divide en tres aspectos importantes:

Para afirmar la organización: El plan busca fomentar la vinculación entre los “órganos de decisión” y los distintos grupos de trabajo. Buscar el compromiso de todos.

Para descubrir lo mejor de la organización: El objetivo de hacer participar a las personas en la valoración de las cosas que se realizan cada vez mejor dentro de la empresa, ayudando a identificar los problemas y oportunidades.

Aclarar ideas futuras: Este proceso obliga a hacer pausas necesarias para examinar a la organización y así tener verdaderamente un futuro que construir en equipo.

El plan estratégico responde a varias preguntas, esto con la finalidad de evitar que se escape algún punto importante. Estas preguntas son: ¿Cuál es nuestra razón de ser? ¿Qué nos da vida y sentido?: Declaración de la misión. ¿A dónde deseamos ir?: Visión estratégica. ¿Qué hacemos bien? ¿Qué deseamos hacer?: Propositiones; objetivos estratégicos. ¿Cómo llegamos a ese futuro?: Plan de acción; reglamento de evaluación.

Redacción del plan estratégico

La redacción de un plan estratégico debe encargarse a una persona o a un grupo muy reducido, que recoja la información generada, la sistematice y la presente de forma ordenada.

El orden para la redacción de un plan estratégico es el siguiente:

Presentación: Delimitación de prioridades estratégicas, definición de escenario, estructura de objetivos.

Introducción

Misión y visión







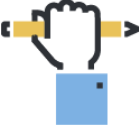


Valores

Análisis de la situación actual: Diagnóstico.

Formular estrategias: priorizar.

Plan de acción: plan operativo

Una vez realizado el plan estratégico es necesario comunicarse con todos los niveles de la organización, explicarse en detalle y empezar a trabajar en la práctica del plan.

PLAN ESTRATÉGICO	PLAN OPERATIVO
 <p>Es un documento formal en el que se intenta plasmar, por parte de los responsables de una compañía, cuál será la estrategia de la misma durante un periodo de tiempo generalmente de 3 a 5 años.</p>	<p>Es un documento en el cual los responsables de una organización enumeran los objetivos que desean cumplir y estipulan los pasos a seguir. Este plan es una guía que ofrece un marco para desarrollar un proyecto.</p> 
 <p>Se suele sintetizar en un documento escrito (generalmente de menos de 20 páginas), concretando así las líneas estratégicas generales a seguir por la compañía.</p>	<p>Pone por escrito las estrategias que han ideado los directivos para cumplir con los objetivos y que suponen las directrices a seguir por los empleados y subordinados en el trabajo cotidiano.</p> 
 <p>Su principal objetivo es buscar las ventajas y desventajas competitivas de la organización buscando como finalidad cambios profundos en el ente económico.</p>	<p>Su principal objetivo es desarrollar dichos objetivos de la empresa de manera clara, sencilla y fácil de entender para el ente económico, cumpliendo el plan estratégico a desarrollar.</p> 
 <p>Es cuantitativo: establece las cifras que debe alcanzar la compañía, manifiesto: describe el modo de conseguir las, perfilando la estrategia a seguir, y temporal: indica los plazos de los que dispone la compañía para alcanzar esas cifras.</p>	<p>Va de la mano con el plan estratégico, es decir que cuando sepa el plan estratégico a desarrollar tiene que haber conformidad con los objetivos específicos.</p> 
 <p>Describe una manera de conseguir las cualidades organizacionales enumeradas en el plan director. No suele estar lo suficientemente detallado como para actuar a nivel departamental.</p>	<p>Debe estar perfectamente alineado con el plan estratégico de la empresa, y su especificación sirve para concretar, además de los objetivos a conseguir cada año, la manera de alcanzarlos que debe seguir cada entidad</p> 

Fuente: Goicochea Ríos, E. (2011). Plan estratégico y plan operativo.

Anexo 2: Investigación de objetivos específicos

Tendencias de diseño gráfico 2018

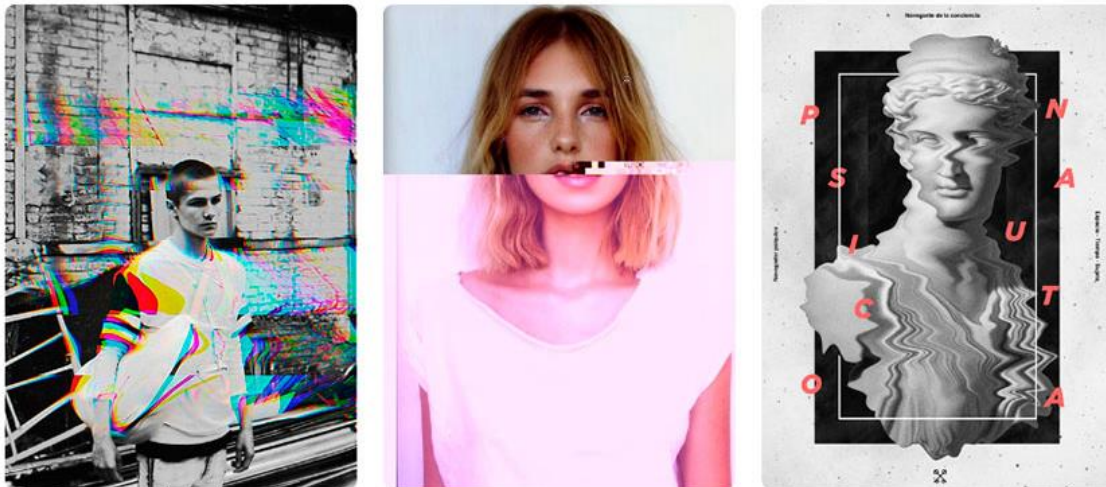
El 2018 está marcado por tendencias exóticas en el diseño gráfico. Este es el año de diseños locos, experimentos, creatividad e imaginación salvaje. Algunas de las tendencias se han quedado a lo largo del tiempo, sin embargo hay otras que vinieron a causar sorpresas por su originalidad.

Tendencias de gráficos y efectos

Efecto "Glitch"

La imagen corrupta, o como otros lo conocen, el efecto de falla de una I.A; ha sido una de las tendencias más populares en el mundo digital últimamente. Aparentemente, lo que una vez fue molesto para el espectador ahora se ha convertido en un efecto verdaderamente deseado.

El 2018 es el año en que las imágenes corruptas se hacen cargo también del mundo del diseño gráfico.



Fuente: G-Tech Design

Efecto "arruinado"

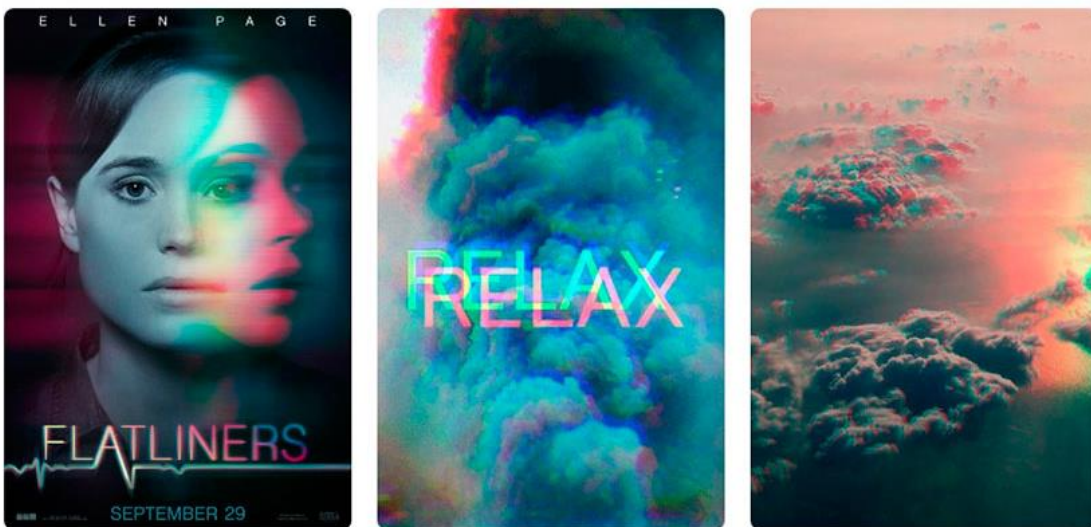
Los diseñadores gráficos contemporáneos han estado obsesionados con el "arte de destruir". Todo lo que incluye salpicar, arañar, derruir, romper o cualquier otra forma de arruinar la estética de una composición se considera moderno en 2018.



Fuente: G-Tech Design

Efecto "Color Channels"

Jugar con canales de color ha sido muy popular entre los diseñadores. La técnica permite a estos crear grandes efectos ilusorios. Una holografía, una alucinación, una realidad distorsionada, todos estos tienen una gran influencia en el espectador, lo que hace que "Color Channels" sea una de las principales tendencias de diseño gráfico 2018.



Fuente: G-Tech Design

Doble exposición

El 2018 será el año del "doble". La doble exposición ha sido una tendencia usada desde hace varios años. A pesar de que algunos diseñadores han dejado de lado esta técnica por un tiempo, definitivamente se ve un aumento en diseños de doble exposición que sorprenden al espectador.



Fuente: G-Tech Design

Doble exposición Duotone

Esta tendencia es un híbrido de Doble exposición y el duotone, además de usar el efecto Colro Channels. En resumen, la doble exposición duotono se logra duplicando la imagen o usando dos imágenes superpuestas en diferentes colores monocromos. De esta forma, los diseñadores logran un efecto de "adelanto de tiempo".



Fuente: G-Tech Design

Doble luz

Otro gran "doble" entre las tendencias de diseño gráfico 2018 es la luz de doble color. Este efecto transforma composiciones simples en nuevas y modernas. La doble luz es un efecto que se puede lograr con dos fuentes reales de luz o división del canal de color.



Fuente: G-Tech Design

Tendencias de tipografía

Tipografía creativa

La tipografía creativa se encuentra entre los líderes de las tendencias de diseño gráfico 2018. En realidad, esta tendencia ha estado ocupando los primeros lugares durante varios años y no va a desaparecer en el corto plazo.

Cuando se trata de esta técnica, la imaginación es su activo más importante. La tipografía creativa puede combinarse con otras técnicas o utilizarse únicamente en el diseño. Impresiona en ambos casos.



Fuente: G-Tech Design

Tipografía recortada

La tipografía recortada era una tendencia importante para 2017 y se mantendrá así para 2018. El arte de borrar partes de las letras sin perder su legibilidad requiere mucha creatividad y profesionalismo. El efecto es 100% creativo y vale la pena el esfuerzo.



Fuente: G-Tech Design

Tipografía caótica

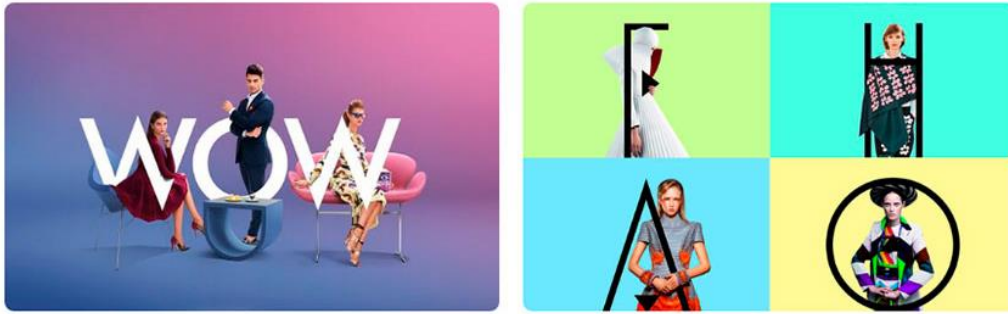
El caos fue declarado una de las principales tendencias para 2017. Parece que para las tendencias de diseño gráfico 2018 se traducirá en una tipografía caótica. En otras palabras, diga "No" a la alineación y "Sí" al orden no convencional de letras y palabras.



Fuente: G-Tech Design

Tipografía como elementos de la vida real

Una tendencia moderna del diseño gráfico es la tipografía interactuando estrechamente con otros elementos en su composición. El efecto logrado es: letras convertidas en objetos de la vida real.



Fuente: G-Tech Design

Tendencias de espacios

Diseños de espacio negativo

El espacio negativo es llamado como la tendencia positiva, no porque los aspectos negativos y positivos se atraigan en la física, sino porque en la estética gráfica las técnicas espaciales negativas evocan emociones bastante positivas.

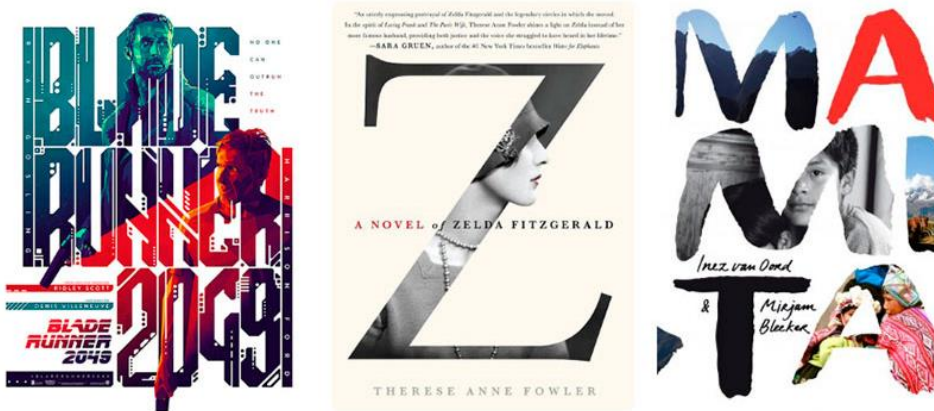
En su naturaleza, el espacio negativo es un espacio "vacío" en el diseño que forma una cierta forma distintiva. La técnica es una de las más populares últimamente y todavía mantiene las posiciones de liderazgo para el 2018.



Fuente: G-Tech Design

Tipografía de espacio negativo

La tendencia moderna es una mezcla de espacio negativo y tipografía. Lo que es bastante popular al respecto, es que los elementos de la parte posterior vienen al frente a través de la redacción. Esta es otra forma de interacción entre la tipografía y los elementos en la composición.



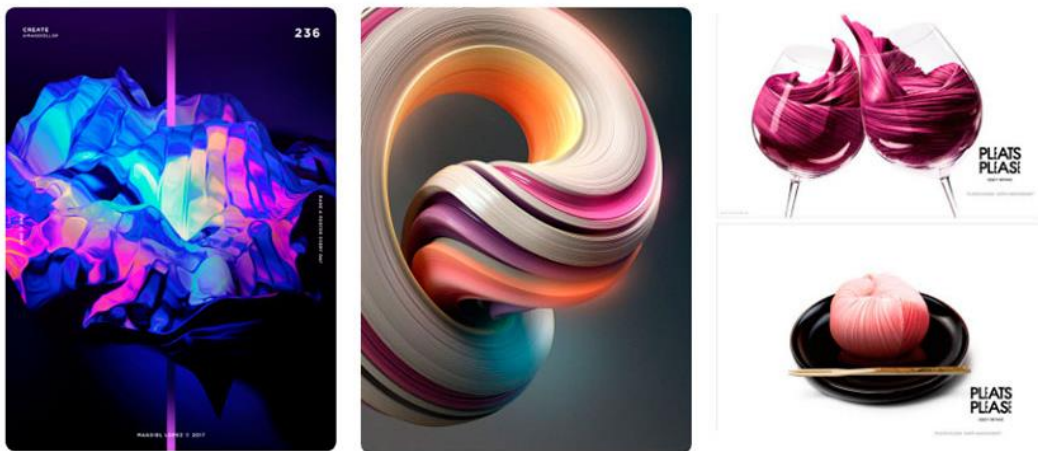
Fuente: G-Tech Design

Tendencias de colores

Sustancia colorida 3D

Los colores brillantes más una composición en 3D es un combo ganador absoluto para 2018. Con tantas tendencias de diseño gráfico luchando por las posiciones de liderazgo en 2018, los colores brillantes están sin duda en la parte superior de las listas y serán los preferidos por muchos clientes.

Los colores brillantes ciertamente pueden hacer que el diseño salte. Esta es una de las tendencias de diseño gráfico más sólidas de 2018.



Fuente: G-Tech Design

Diseño en color One Color 3D

Cada vez hay más y más presentaciones de productos usando el mismo color de fondo que el producto presentado. El producto "explota" gracias al volumen creado por las técnicas 3D.



Fuente: G-Tech Design

Elementos metálicos

Como complemento de los colores brillantes, los elementos metálicos entran en el mundo del diseño gráfico para crear el efecto "Wow". A menudo combinada con otras tendencias relevantes como las composiciones en 3D y la tipografía creativa, esta tendencia trae el efecto de una composición de la vida real.



Fuente: G-Tech Design

Transiciones de Color / Gradientes

Cuando Instagram cambió su logotipo en 2016 a un colorido degradado, nadie pensó que esta tendencia se volvería tan grande. Fue solo el comienzo de su ascenso. A pesar del hecho de que la web no estaba segura acerca de esta técnica de diseño (todos estaban locos por los diseños flat y material design en aquel entonces), se ven cada vez más estos coloridos degradados en muchos diseños.



Fuente: G-Tech Design

Tendencias de ilustraciones

Ilustraciones dibujadas a mano

Las ilustraciones personalizadas a mano están siempre en la onda de popularidad. Cada diseño es una obra de arte creada con mucho talento e imaginación. Esta es la razón por la cual las ilustraciones nunca pueden pasar de moda.

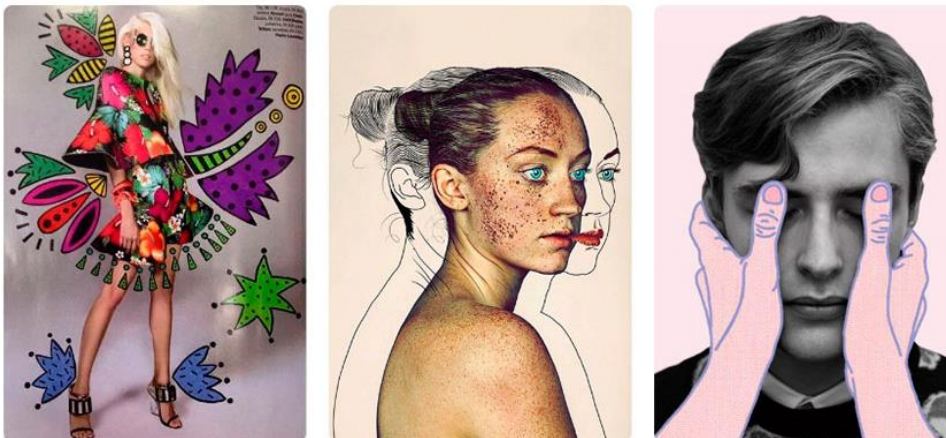
Cuando se trata de diseño gráfico, las ilustraciones siempre traen una vibra especial y única a la pieza. En 2018, las ilustraciones se presentan en combinación con otras tendencias de diseño gráfico, como el espacio negativo, las estructuras en 3D, la tendencia "doble" y más.



Fuente: G-Tech Design

Ilustraciones sobre fotos

Una tendencia interesante para 2018 es combinar fotos con dibujos digitales. Esta técnica aumenta el efecto de la foto y le da a la composición un nuevo aspecto nervioso. Para las marcas o clientes que encuentran que las fotos simples son demasiado aburridas, esta es la tendencia correcta.



Fuente: G-Tech Design

Ilustraciones de Papercut

Una de las últimas tendencias en diseño gráfico 2018 son las ilustraciones en papel. Inspirada en el arte del corte de papel real, esta tendencia está ganando velocidad rápidamente. Las ilustraciones Papercut recrean composiciones hechas de diferentes capas de papel, lo que significa que la profundidad y las texturas específicas son elementos imprescindibles.

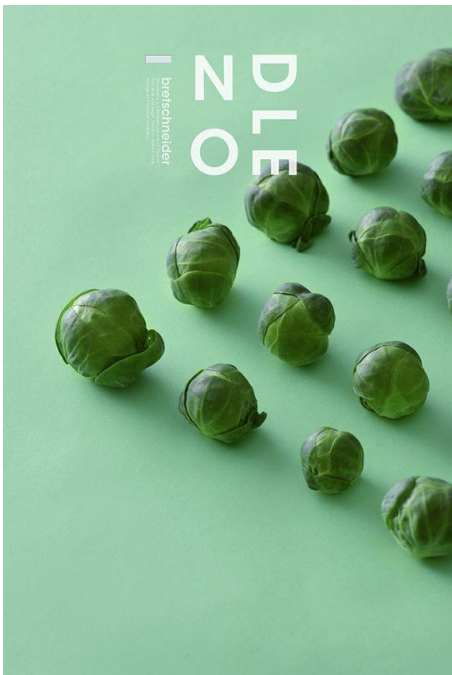


Fuente: G-Tech Design

Anexo 3: Referencias de diseño y fotografía para plan estratégico



Fuente: Pinterest



Fuente: Pinterest



Fuente: Pinterest



Fuente: Pinterest



Fuente: Pinterest

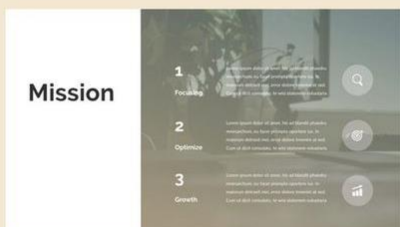
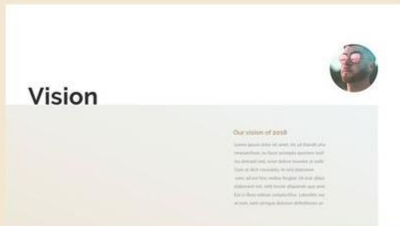
Referencias de diseño de carpeta de plan estratégico



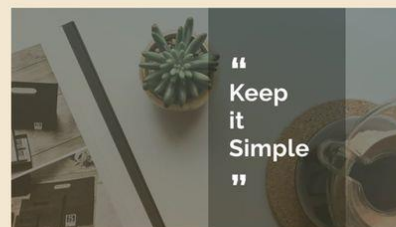
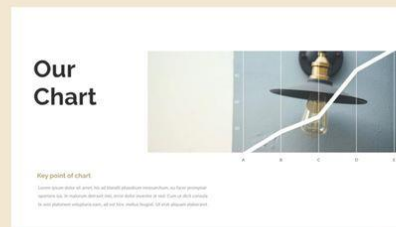
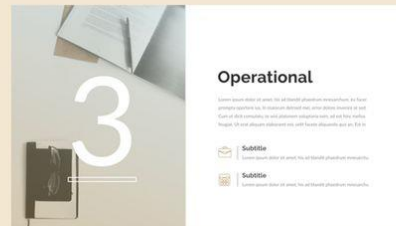
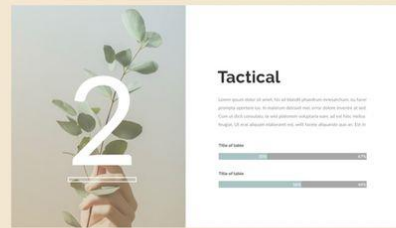
Fuente: Pinterest



Fuente: Pinterest



+ more



+ more

Anexo 4: Información tablero de conocimiento plan estratégico

Título

Diseño de material impreso del plan estratégico para personal administrativo de San Juan AgroExport. San Juan Sacatepéquez, Guatemala.

Problemática

La empresa San Juan AgroExport ubicada en el municipio de San Juan Sacatepéquez departamento de Guatemala, no cuenta con el diseño de material impreso del plan estratégico para el personal administrativo, en el que se da a conocer la cultura de desempeño, liderazgo, capacitación y competencias de los trabajadores. Por lo que se debe de diseñar gráficamente el plan para el reforzamiento de la cultura y así fomentar la práctica de los valores en todos los colaboradores de la empresa y evitar su incumplimiento.

Recopilar información

Obtener la mayor cantidad de recursos y material para que sea utilizado al momento de la elaboración del proyecto.

Investigar y escuchar

La situación de la empresa y el estado de la comunicación interna

Tener como punto de partida la investigación, el conocimiento y la descripción de la situación interna y externa de la organización y del estado de la comunicación interna.

En la redacción del plan es imprescindible conocer bien la organización, hay que investigar y escuchar.

Elaborar un plan estratégico

El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que se pretende conseguir y cómo se va a conseguir. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde se concretan las decisiones que van a orientar el trabajo hacia una gestión excelente de trabajo.

Se define el escenario de la empresa y del estado de la comunicación interna. Se concretan las prioridades estratégicas, se definen los objetivos explicando a grandes rasgos el plan de acción.

Análisis interno

Se trata de determinar los recursos y capacidades propias de la empresa, los procesos, las estrategias, el liderazgo, las personas.

Diseñar material y usar tendencias gráficas

Mediante el diseño se va a sintetizar toda la información más relevante de la empresa y lo que se desea informar al grupo objetivo, para que este pueda interpretar y ordenar de manera visual los mensajes que se le presentan.

Utilización de tendencias investigadas de diseño gráfico para que el material impreso sea atractivo y a la vez fácil de identificar y usar.

Producir comunicación

Por medio de la comunicación se pretende informar y dar a conocer cada una de las estrategias que se tienen internamente dentro de la empresa, con el fin de alcanzar los objetivos planteados a lo largo del tiempo. También se busca utilizar los recursos comunicacionales para

que el personal operativo de la empresa conozca toda la estructura y a la vez ponga en práctica todos los conocimientos y actitudes con el fin de mejorar y formar una cultura de liderazgo y alto desempeño.

Verificar el plan

La redacción del plan estratégico debe alinear la política y acciones de comunicación a todas las observaciones señaladas en ese documento.

Comunicar el plan

Comunicación del plan estratégico elaborado a las 80 personas que forman el personal operativo de San Juan AgroExport.

Conclusión

El tablero de conocimiento es una herramienta utilizada para la síntesis de la información investigada más importante. A la vez permite organizar todos los elementos necesarios para la elaboración del proyecto de graduación, que consiste en el diseño de material impreso del plan estratégico para personal administrativo de San Juan AgroExport. San Juan Sacatepéquez, Guatemala.

La información contenida en el tablero de conocimiento sustenta la presentación final e indica los lineamientos y tendencias que se van a utilizar en el desarrollo del proyecto realizado para solucionar la problemática presentada por el cliente.

Anexo 5: Fotografías del proceso de validación

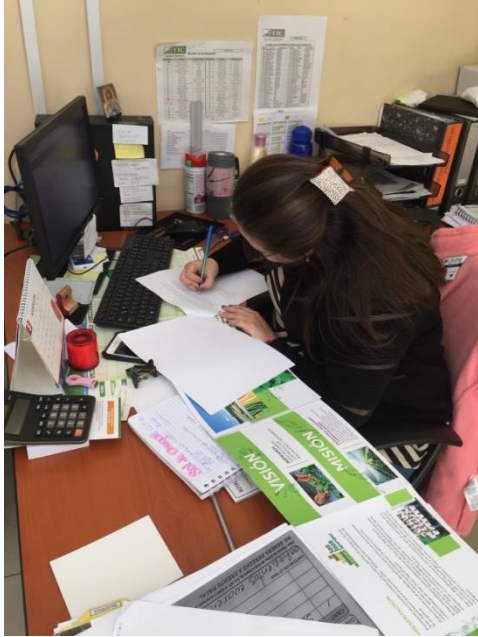
Parte del grupo objetivo al momento de evaluar la propuesta preliminar del material impreso.



Judith Salinas / Asistente de Gerencia



Alejandra Ocox / Secretaria de gerencia



Norma Sigüenza / Recursos Humanos

Parte de los expertos al momento de evaluar la propuesta preliminar del material impreso.



Licda. Susana Mazariegos / Jefa de Producción



Licda. Claudia Arreaga / Diseñadora Gráfica



Licda. Alejandra Rodriguez

Anexo 6: Cotizaciones de impresión de proyecto

Es un gusto para nosotros saludarle y desearle éxitos en sus actividades cotidianas,
 Tenemos el agrado de presentarle la siguiente cotización; como a continuación se detalla:

CANTIDAD	DESCRIPCION	Precio por Unidad	TOTAL
100	Trifoliales de 8.5* 34 pulgadas		Q1900.00

OBSERVACIONES IMPORTANTES:

Forma de Pago: 50% De Anticipo, 50% Contra Entrega.

Tiempo de entrega: 4 a 5 días después de aprobado el diseño.

- El cliente acepta una variación de un 5% en cantidades y colores a imprimir.
- Todos nuestros precios ya incluyen IVA.
- Todo trabajo autorizado por el cliente no tiene cambios ni devolución.
- Para todo trabajo se requiere la firma de autorizado por el cliente.

NOTA: Cotización Valida por los siguientes 10 días,

Edilson Guzman

En espera de tener una relación comercial exitosa, me suscribo,

plazapinula@litoexpress.com.gt

Tel.: 6670-2744