



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus. S.A. Guatemala, Guatemala 2023.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación

Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Dulce Milagro Leonardo Argueta

Carné: 18002183

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus S.A.

Dulce Milagro Leonardo Argueta

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Dr. Jorge Retolaza

Secretario General

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

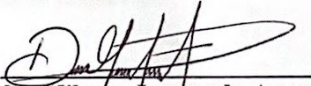
Guatemala 11 de abril de 2022

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS INTERNOS PARA PROMOVER LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DIRIGIDO AL DEPARTAMENTO DE GERENCIA DE LA CORPORACIÓN ATTACHE PLUS.S.A.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Dulce Milagro Leonardo Argueta
18002183


Licda. ~~Claudia~~ Ruíz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de diciembre de 2022

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS INTERNOS PARA PROMOVER LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DIRIGIDO AL DEPARTAMENTO DE GERENCIA DE LA CORPORACIÓN ATTACHE PLUS.S.A.** Presentado por la estudiante: Dulce Milagro Leonardo Argueta, con número de carné: 18002183, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Claudia Ruiz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 27 de febrero de 2023

**Señorita
Dulce Milagro Leonardo Argueta
Presente**

Estimada Señorita Leonardo:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 26 de abril de 2023.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

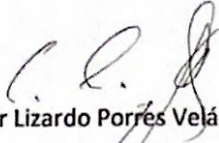
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS INTERNOS PARA PROMOVER LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DIRIGIDO AL DEPARTAMENTO DE GERENCIA DE LA CORPORACIÓN ATTACHE PLUS.S. A**, de la estudiante Dulce Milagro Leonardo Argueta, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 12 de junio de 2023

**Señorita:
Dulce Milagro Leonardo Argueta
Presente**

Estimada Señorita Leonardo:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DIGITAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS INTERNOS PARA PROMOVER LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DIRIGIDO AL DEPARTAMENTO DE GERENCIA DE LA CORPORACIÓN ATTACHE PLUS.S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2023.** Presentado por la estudiante: Dulce Milagro Leonardo Argueta, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

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

A mis padres, que siempre me brindaron su apoyo y su amor en todo momento y confiaron en mí, en mis capacidades, que fue clave para sentirme cada vez más segura en este camino .

A mis compañeros de estudio, que siempre estuvieron ahí, y que hoy en día me siento premiada porque esta etapa de mi vida me permitió haber forjado amistades sinceras.

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

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

A mis abuelitos, mi Abue y mi Mama Tere que me acompañan desde el cielo

A Javier que me apoyó, me alentó a cumplir mi meta y me acompañó en muchas noches de desvelo sin importar el día, la hora y el lugar.

Y por último, a mi, porque a pesar de todo hoy puedo decir que lo logré.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Corporación Attache Plus se identificó que la Corporación Attache Plus no cuenta con diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus S.A.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por mujeres y hombres, de 30 a 60 años de edad, con un NSE C1 y C2, gustos por la construcción y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñó un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus S.A. Se recomendó a La Corporación Attache Plus S.A, colocar el material en la página de issu.com en la cual los empleados puedan consultarlo, o enviarlo de forma más privada como correo electrónico.

Para efectos legales únicamente la autora, DULCE MILAGRO LEONARDO ARGUETA, 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.....	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	2
2.3 Justificación.....	2

Capítulo III: Objetivos de diseño.

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

Capítulo IV: Marco de referencia.

4.1 Información general del cliente.....	7
--	---

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

5.1 Perfil geográfico.....	9
5.2 Perfil demográfico.....	9
5.3 Perfil psicográfico.....	10
5.4 Perfil conductual.....	10

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	11
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	14
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	19

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	25
7.2 Conceptualización.....	27
7.3 Bocetaje.....	31
7.4 Propuesta preliminar.....	53

Capítulo VIII: Validación técnica.

8.1 Población y muestreo.....	60
8.2 Método e Instrumentos.....	60
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	65
8.4 Cambios en base a los resultados.....	80

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Propuesta gráfica final.....	84
----------------------------------	----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1 Plan de costos de elaboración.....	149
---	-----

10.2 Plan de costos de producción.....	150
10.3 Plan de costos de reproducción.....	150
10.4 Plan de costos de distribución.....	150
10.5 Cuadro resumen.....	151

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1 Conclusiones.....	152
11.2 Recomendaciones.....	153

Capítulo XII: Conocimiento general

Conocimiento general.....	154
---------------------------	-----

Capítulo XIII: Referencias

Referencias.....	155
------------------	-----

Capítulo XIV: Anexos

Anexos.....	161
-------------	-----

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

Capítulo I

1.1 Introducción

La Corporación Attache Plus S.A., ha ofrecido a sus clientes sus servicios desde el año 2005. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con el diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigida al departamento de gerencia.

Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus S.A. Para crear el concepto creativo se usará el método de brainstorming y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrá cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

Por lo tanto, se diseñará un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva, dirigida al departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus S.A., con apoyo de la recopilación de datos que se realizará por medio de entrevistas con el cliente.

CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

La Corporación Attache Plus S.A. lleva 18 años de experiencia ofreciendo el servicio principal de la construcción civil. Sin embargo, se pudo observar junto con el cliente que la empresa no cuenta con un diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva. Por lo tanto, se decidió realizar un diseño moderno con la finalidad de que la empresa se pueda sentir identificada con el mismo y sea de utilidad.

2.1 Contexto

La Corporación Attache Plus fue creada el año 2005 por Jaime Zamora, y en la actualidad se dedica principalmente a la Construcción civil.

La Corporación Attache Plus cuenta con un manual de políticas, el cual no se encuentra actualizado por lo que carece de un diseño moderno . Se requiere de un manual más llamativo y moderno, que se identifique mejor con la empresa en la actualidad.

Este proyecto le brindará un cambio a la Corporación Attache Plus, ya que se tendrá un nuevo diseño en el manual digital de políticas y procedimientos internos, y se basará en las tendencias modernas que ofrece el diseño gráfico hoy en día, con la intención de captar la atención, identificar a la empresa y seguir proyectando la formalidad de la misma.

Luego de la exposición del tema al cliente, se pudo visualizar que el diseño con el que cuenta el manual es poco llamativo y no identifica a la empresa en la actualidad, por lo tanto ya no es efectivo como hace unos años y se necesita un nuevo diseño que identifique a la empresa.

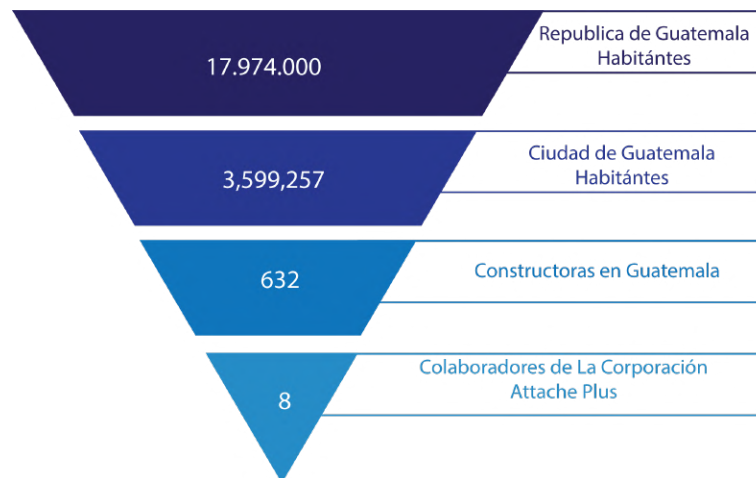
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La Corporación Attache Plus no cuenta con diseño digital de manual de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia.

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud. En la República de Guatemala habitan 17.974.000 millones de personas, está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra el departamento de Guatemala que en la actualidad acoge a 3,599,257 habitantes. Dentro de este departamento existen 632 empresas dedicadas a la actividad de su empresa, y entre ellas, se encuentra la Corporación Attache Plus que atiende aproximadamente a 10 cantidad de clientes reales.



Gráfica de magnitud realizada por la comunicadora y diseñadora, Dulce Leonardo.

2.3.2. Vulnerabilidad. Si la Corporación Attache Plus no cuenta con el diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido a el departamento de gerencia, se perderá la oportunidad de crecer internamente, aumentar la productividad, tener una comunicación interna efectiva, tener un control interno y por lo tanto puede que tenga pérdidas monetarias por procedimientos no actualizados y mala comunicación con los colaboradores llevándolos a una crisis económica.

2.3.3. Trascendencia. Al contar con el diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido a el departamento de gerencia, la empresa podrá realizar los procedimientos internos de una forma más organizada, lo cual llevará a una comunicación más efectiva dentro de la empresa de modo que esta pueda ir creciendo, definiendo metas y trazando trayectoria para lograr ser un referente en la industria.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto de un diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La Corporación Attache Plus cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva que se desempeñan dentro de la organización.

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

2.3.4.3 Recursos Económicos. La Corporación Attache Plus cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilitan la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. La Corporación Attache Plus cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Equipo tecnológico
- Software
- Herramientas indispensables

CAPÍTULO III
OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Diseñar un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, para la Corporación Attache Plus S.A.

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Recopilar toda la información necesaria de la Corporación Attache Plus a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief para que sea integrado al diseño del manual y facilite la comunicación, para el departamento de gerencia.

3.2.2 Investigar conceptos y tendencias por medio de referencias bibliográficas y en sitios web que puedan respaldar de forma científica la propuesta del diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva que será utilizado por el departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus.

3.2.3 Diagramar el manual a través de distintas técnicas de diseño y brindar las normas de cómo debe ser utilizado y ser efectivo para el departamento de gerencia, de la Corporación Attache Plus.

Ver tabla de objetivos en anexo I

CAPÍTULO IV
MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Nombre de la empresa: Corporación Attache Plus

Nombre del cliente: Jaime Zamora

Teléfono: (502) 5414-7854

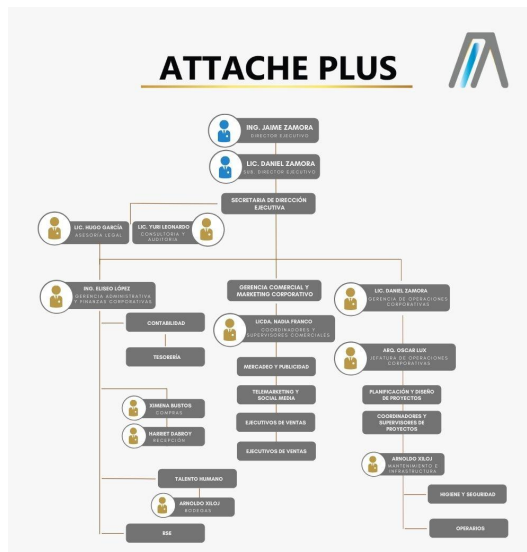
Email: jaime@attachecorp.com

4.1.1 Misión. Somos una empresa desarrolladora de proyectos inmobiliarios integrales.

Brindamos asesoría e innovación para la ejecución de proyectos, cubriendo los requerimientos de nuestros clientes.

4.1.2 Visión. Ser una empresa líder, que se caracterice por su alta rentabilidad y crecimiento permanente que ofrezca a nuestros clientes productos y servicios de calidad garantizados, con personal comprometido en desarrollo continuo dentro de un buen ambiente de trabajo.

4.1.4 Organigrama



Organigrama elaborado por la comunicadora y diseñadora Dulce Leonardo

1.1.3 FODA.

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">- Empleados capacitados- Material de alta calidad- Precios accesibles	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">- Clientes fuertes- Buena ubicación- Se hará un diseño de manual de políticas y procedimientos
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">- Mala comunicación dentro de gerencia- Falta de organización- No se cuenta con un diseño de manual políticas y procedimientos.	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">- Existen mas constructoras en la misma zona- Cuentan con precios muy similares- Tienen mejor organización

Tabla elaborada por la comunicadora y diseñadora Dulce Leonardo

Ver Brief completo en anexo II

CAPÍTULO V
GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 30 a 60 años de edad, con un NSE C1 y C2, gustos por la construcción y tendencias a ser respetuosos y formales.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en el departamento de Guatemala, trabaja en las zonas de Mixco y la ciudad capital, transita por zonas de tránsito peatonal y de vehículos. Se entretiene en los centros comerciales, restaurantes y en las redes sociales. Puntualmente, el proyecto se ubicará en el área metropolitana que cuenta con 2.450.212 habitantes. Sus coordenadas geográficas son 15° 30' de latitud y 90° 15' W de longitud norte.

El clima generalmente es tropical pero en algunas ocasiones también es templado. La elevación de la ciudad es de 1,500m y una superficie de 220 km² y 90° 31' 36" O de longitud. El idioma oficial de Guatemala es el castellano

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 30 a 60 años de edad, con un sueldo de Q3,000.00 en adelante siendo estudiantes o graduados de la universidad. Con un NSE C1 y C2, sus viviendas son alquiladas o financiadas, en algunos casos puede que cuenten con otra propiedad. También cuentan con vehículo propio y con comodidades básicas para toda su familia, salen a recrearse constantemente.

Ver tabla completa de NSE en anexo III

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, la familia, su estilo de vida se enfoca en el trabajo y la educación, tienen metas muy bien definidas, son muy responsables y activos en todas sus tareas.

Cree en el trabajo y en la diversión tipo reuniones con amigos y familia, por lo que frecuentan restaurantes, centros comerciales y las redes sociales. Rechaza la mala organización y la pérdida de tiempo y acostumbra hacer actividades como ir a la iglesia, salir a recrearse los fines de semana y pasar tiempo en familia.

5.4 Perfil conductual

El grupo objetivo se comporta de forma respetuosa y formal, sabe seguir instrucciones para cada procedimiento que realice.

El manual digital de políticas y procedimientos internos será utilizado por la gerencia, como una guía para cualquier procedimiento que se desee realizar dentro de la empresa o alguna política que no se tenga presente y así poder tener una comunicación efectiva dentro de la empresa.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Corporación: Puede ser catalogada como una entidad de negocios en la cual los fundadores o jefes son los mismo accionistas y por lo tanto pueden tomar decisiones importantes como realizar cada cierto tiempo reuniones para supervisar cada una de las actividades que se están realizando en la empresa.

Por lo regular una corporación tiene grandes de grandes dimensiones y debido a esto también cierta cantidad de personal para realizar el trabajo y cubrir todas las plazas que se necesiten.

Empresa, normalmente de grandes dimensiones, en especial si agrupa a otras menores (Real Academia Española, 2021).

6.1.2 Constructora: Una constructora cuenta con la capacidad de desarrollar y llevar un control de las obras en ejecución, gracias al apoyo de un grupo humano que aporta su trabajo ya que en este tipo de empresa no se puede improvisar .

Este tipo de empresa tiene un enfoque hacia la acción de productividad ya que cuenta con elementos esenciales como el capital, recursos humanos y clientes, los cuales deben de formar parte para conseguir su objetivo principal de poder producir.

Que construye. (Real Academia Española, 2021).

6.1.3 Gerencia: No solo hace referencia a administrar recursos humanos, naturales y financieros pero también organiza y logra desarrollar proyectos en los cuales se ven involucrados todos estos recursos, por medio de su talento humano.

Empeñan su labor a través de jerarquías definidas por las necesidades de una empresa, proyecto u organización, con el propósito de cumplir diversas funciones tales como sus objetivos principales, dentro de los más comunes, el ser rentables.

Gestión de un gerente. (Real Academia Española, 2021).

6.1.4 Políticas: Se considera el grupo o conjunto de lineamientos, de normas, de protocolos y en general las reglas que deben ser acatadas en diversas situaciones, tanto sociales como profesionales.

Por medio de este conjunto de lineamientos, es que se rigen la mayoría de situaciones sociales, las cuales no serían posibles y entorpece muchos procesos tanto entre personas pertenecientes a cualquier gremio, sociedad o empresa. Es necesario implementar estas políticas para la sostenibilidad de la sociedad como la conocemos.

Orientaciones o directrices que rigen la actuación de una persona o entidad en un asunto o campo determinado. (Real Academia Española, 2021).

6.1.5 Procedimiento: Consiste en lograr desarrollar todos y cada uno de los lineamientos, normas o reglas que han sido definidas por la empresa u organización con la finalidad de conseguir uno de sus objetivos principales como, brindar un trabajo más eficaz.

Sus objetivos deben ser claros, cada uno de ellos cuenta con estructuras diferentes al igual que cada una de las etapas por cumplir, por lo tanto la identificación de los mismos debe ser de fácil comprensión para el personal.

Método de ejecutar algunas cosas (Real Academia Española, 2021).

6.1.6 Comunicación efectiva: Se puede definir como el momento en que se comparte un mensaje con la finalidad de que pueda ser recibido y comprendido sin la necesidad de alterar el objetivo deseado, es decir que las dos personas logren interpretar el mensaje con el mismo significado.

Al momento de contar con una comunicación efectiva se disminuye la probabilidad de que existan dudas o bien incertidumbre, gracias a esto se puede asegurar de que la información se transmitirá de forma clara y correcta, por lo tanto los resultados pueden ser catalogados como, extraordinarios y positivos para las tareas que deben de ser realizadas dentro de la empresa.

Es aquella en la que el emisor y el receptor codifican un mensaje de forma equivalente. (Editorial Etece, 2021).

6.1.7 Ambiente laboral: Se considera como parte importante de la percepción que tienen todos los colaboradores de la empresa con respecto a cada uno de los aspectos que pueden ayudar a definir la experiencia que se tienen en cada lugar de trabajo.

Al momento de que los aspectos funcionen de la forma correcta, se puede percibir de forma clara el aumento de productividad en cada uno de los departamentos que conforman la empresa.

Conjunto de condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, etc., de un lugar, una colectividad o una época . (Real Academia Española,2021)

6.1.8 Actualizar: El acto, actividad y hecho de mantener la información al día. Aprovechar datos relevantes de los periodos de tiempo pasado y mejorar el desempeño general de cualquier proceso involucrado.

Es necesario para poder mantener todo conocimiento fresco, válido y en control para estandarizar procesos, productos y al final del día, permitir un funcionamiento cada vez más eficiente a través de los años. Sin las actualizaciones, se tendrían conceptos mucho menos avanzados que los actuales.

Poner al día datos, normas, precios, rentas, salarios, etc. (Real Academia Española, 2021)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Concepto de comunicación. Es el proceso de pasar información y comprensión de una persona a otra. Por lo tanto, toda comunicación influye por lo menos a dos personas: el que envía el mensaje y el que lo recibe. (Chiavenato, 2006).

6.2.1.2 Esquema de comunicación.



Esquema elaborado por la comunicadora y diseñadora Dulce Leonardo

6.2.1.3 Teoría clásica de la comunicación organizacional. Esta teoría se basa en como en una organización formal, es decir en una sistematización para la actividad organizada para de esta manera determinar cual es la estructura con más eficiencia.

Lo que se intenta con este teoría es aumentar la eficiencia de una empresa, por medio de la forma y disposición de departamentos, por ello se buscaba que tuviera cierta estructura y con esto garantizar un buen funcionamiento (Dirce Troncozo, 2016)

6.2.1.4 Principales autores de la comunicación. Idalberto Chiavenato y Robbins y Coulter. (Ivan Thompson, 2008).

6.2.1.5 Proceso de la comunicación. El proceso de la comunicación es el conjunto de acciones que se ponen en práctica para transmitir, de manera eficaz y eficiente, un mensaje entre uno o más individuos.(Adriana Morales, 2021)

6.2.1.6 Comunicación Corporativa. Se precisa que toda empresa o institución desarrolla protocolos de comunicación, tanto para sus públicos internos, como para los externos, lo que se traduciría como comunicación empresarial.

Ahora, la comunicación corporativa constituye un comportamiento de la empresa u organización, involucra procesos, mensajes, actos, entre otros, que se planifican, direccionados por objetivos. (Rafael Salguero, 2018)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Concepto de diseño. El diseño puede ser catalogado como un proceso o un conjunto de pasos de creatividad por los cuales se logra tener un resultado para la necesidad que se tiene.

Este proceso se impulsa por medio de distintos ejercicios para conseguir la inspiración necesaria para lograr un diseño original y muy creativo que pueda cumplir la función para la cual fue creado.

Un diseño es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace. (Adrian Yirda, 2020)

6.2.2.2 Concepto de diseño gráfico. El diseño puede ser considerado como una técnica para lograr satisfacer todas las necesidades de la comunicación visual con un objetivo claro y concreto.

Dentro del campo de diseño gráfico existe un espacio bastante amplio para organizar, crear y realizar una obra visual con el fin de comunicar por medio del conjunto de elementos a utilizar. Se denomina diseño gráfico a la actividad dedicada al desarrollo de contenidos que permiten entablar una comunicación visual. (Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2018)

6.2.2.3 Diseño editorial. El diseño editorial que es una rama del diseño gráfico, el cual consiste en la formación o diagramación de textos e imágenes incluidas en publicaciones como: folletos, revistas, gacetas, periódicos o libros.

El diseño de cualquier publicación o producto editorial tiene que seguir ciertas características en cuanto a formato, maquetación, composición, textos e imágenes.(Silvia Iñigo y Antonio Makhoulf, 2014).

6.2.2.4 Manual. Se denomina manual a toda guía de instrucciones que sirve para el uso de un dispositivo, la corrección de problemas o el establecimiento de procedimientos de trabajo.

Los manuales son de enorme relevancia a la hora de transmitir información que sirva a las personas a desenvolverse en una situación determinada. (Editorial Economía, 2014).

6.2.2.5 Prólogo. El prólogo consiste en la exposición sobre la guía, su contenido, metas, zonas de aplicación e importancia de la actualización y revisión.

Puede abarcar un mensaje de la máxima autoridad de las áreas englobadas dentro del manual. (Equipo de redacción, 2019).

6.2.2.6 Áreas de aplicación. descrita como una esfera de acción que envuelve los procedimientos.

En el interior de la administración pública federal los procedimientos han sido categorizados, atendiendo al ámbito de aplicación y a sus alcances en procesos macroadministrativos, sectoriales, y mesoadministrativos. (Equipo de redacción, 2019).

6.2.2.7 Normas de operación. En esta parte del manual se integran los criterios o pautas generales de acción que se determinan de manera explícita para permitir la cobertura de responsabilidad de las diversas instancias que participaban en los procesos.

De igual forma, tendrán que contemplarse de todas las reglas de operación que precisan las situaciones que posiblemente se presenten en la ejecución de los procedimientos.

(Equipo de redacción, 2019).

6.2.2.8 Tipografía. La tipografía es un factor fundamental para la legibilidad y para conectar con lo que queremos expresar a través del texto. Por lo general, la tipografía se elige en función del tipo de publicación, su mensaje, el formato y el público al que se rige. Es por eso que la elección de fuente tipográfica es una decisión que puede cambiar la forma de comunicar un mensaje determinado. (Josué, 2018)

6.2.2.9 Formato. Este elemento define la forma y la dimensión de los productos finales, es decir, cómo será presentado al cliente. En este caso, la forma depende del tipo de publicación (una revista transgresora puede publicarse en horizontal, mientras un periodico es casi siempre vertical). En lo que respecta al tamaño, lo general es guiarse por la serie A, pero también hay pasos intermedios que están representados por la serie B. Así, un formato B4 estará en medio de un A3 y un A4. (Josué, 2018)

6.2.2.10 Color. Se trata de un elemento que determina la forma de percibir lo que se quiere transmitir. Por eso las gamas de colores van desde los cálidos a los fríos, y la percepción es distinta según la forma de combinarlos. Es un factor clave en publicaciones como revistas o catálogos; pero en novelas o informes se reduce a las cubiertas o algún elemento gráfico. (Josué, 2018)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología. En términos generales, pues, la semiología tiene por objeto todos los sistemas de signos, cualquiera que fuere la sustancia y los límites de estos sistemas: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y conjunto de estas sustancias que pueden encontrarse en ritos, protocolos o espectáculos constituyen, si no lenguajes, al menos sistemas de significación. (Barthes Roland,(1971)

6.3.1.2 Sociología. Pues bien, desde mediados del siglo XIX algunos pensadores sociales han tenido la pretensión de convertir el pensamiento sobre lo social en una ciencia y desde fines del siglo XIX la corriente positivista ha planteado que esas ciencias sociales deberían pasar a llamarse física social o sociología.

La sociología sería aquella ciencia que trata de las determinaciones sociales que inciden en la conducta humana y a lo largo de su historia ha tenido puntos nodales, cuestiones centrales para analizar la conducta humana y de estos temas centrales habla nuestro libro.(Ernesto Villanueva,2013)

6.3.1.3 Psicología. Si bien es cierto que pueden presentarse múltiples definiciones de psicología con cierto valor de verdad parcial y que no existe todavía ninguna de ellas que sea unánimemente reconocida y aceptada, no por ellos debemos eludir el esfuerzo por sumarnos a los intentos de construir una, que promueva la integración y la superación de conflictos asfixiantes que deben ser resueltos en otros ámbitos, no precisamente los académicos.

De esta manera podríamos definir a la psicología como la ciencia que estudia, bajo una diversidad de métodos, los fenómenos psíquicos en sus diversas

manifestaciones: subjetivas y objetivas, tanto en su relación causal como en sus efectos, en sus aspectos conscientes como inconscientes. Fabian Jordan, (2017).

6.3.1.4 *Linguística.* La lingüística es una disciplina que se encarga del estudio científico y profundo de las lenguas naturales y todo lo relacionado con ellas, entiéndase por ello: es el idioma, léxico, forma de hablar, pronunciación, ubicación de las lenguas en un mapa etnico cultural y la determinación y búsqueda de lenguas perdidas, entre otros aspectos que se enfocan en el habla del ser humano.

Estudia la lengua, su funcionamiento general y cómo se comporta en el medio ambiente y en el comportamiento de los seres humanos. (Carmen Alvarez, 2021)

6.3.1.5 *Psicología de la comunicación* Finalmente, especialmente desde una perspectiva psicológica, el lenguaje puede ser examinado desde una dimensión comportamental; considerado como un tipo de conducta o actividad, que realizan un emisor, cuando codifica o produce, y un receptor cuando decodifica e interpreta mensajes lingüísticos mediante la utilización de un código de signos o símbolos común, en un contexto determinado.

Desde esta perspectiva se estudian dos modalidades básicas de producción y comprensión del lenguaje, también, pueden estudiarse cuando se realizan a la vez en lo que se ha denominado: conversación. La dimensión comportamental del lenguaje interesa especialmente a la psicología de la comunicación por el nivel de análisis aplicado a la producción y a la comprensión del discurso, dadas sus implicaciones en el proceso comunicativo. (Mercè Martínez Torres, 2012)

6.3.1.6 Psicología del consumidor. La psicología del consumidor ha estudiado tradicionalmente el conjunto de procesos cognoscitivos involucrados en la compra y el consumo, analizando los efectos de las estrategias utilizadas de manera común dentro del mercadeo y la publicidad.

El estudio de la forma como las personas procesan la información proveniente de la publicidad, de otras personas, de entidades especializadas y de su propia experiencia permite identificar criterios fundamentales para optimizar el proceso de decisión y evaluación de marcas por parte del consumidor. (Marithza Sandoval, 2018)

6.3.1.7 Psicología del color. Ningún color carece de significado. El efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir, por la conexión de significados en la cual percibimos el color. El color de una vestimenta se valora de manera diferente que el de una habitación, un alimento o un objeto artístico.

El contexto es el criterio para determinar si un color resulta agradable y correcto o falso y carente de gusto. Un color puede parecer en todos los contextos posibles en el arte, el vestido, los artículos de consumo, la decoración de una estancia y despertar sentimientos positivos y negativos. (Eva Heller, 2004)

6.3.1.8 Psicología organizacional. La psicología, es la ciencia que estudia el comportamiento humano interrelacionada con la dimensión biológica, socio afectiva y cognitiva frente a sus procesos evolutivos, pero que adicionalmente su desarrollo científico y aplicado, ha permitido que sus principios también se puedan extrapolar a los diferentes contextos de desempeño, por lo que su desarrollo ha permitido el análisis y estudio del individuo en contexto, por lo que hoy se habla de los campos de aplicación de

la psicología, como lo son: la psicología aplicada a la educación, a la salud, a los procesos sociales, a lo jurídico y la que en este modulo se desarrollara la cual se denomina psicología organizacional. (Doris Babativa, 2017).

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Arquitectura. Estiman la arquitectura como cosa acabada, conclusa y hecha, absteniéndose de ver que la arquitectura no pertenece al mundo de lo dado, de aquello que el hombre encuentra frente a él, existente sin su intervención factiva o efectiva. Porque la arquitectura supone, principalmente, un hacer, y, por lo tanto, su auténtica comprensión requiere establecer previamente cuáles fueron las condiciones de semejantes acciones especializadas. (José Ricardo Morales, 1984)

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría de la Gestalt. Esta corriente de la psicología nació en Alemania a principios del siglo xx, sus teorías revolucionaron el campo de la psicología y la psicoterapia. La teoría de la Gestalt cambió radicalmente el enfoque que se utilizaba para aplicar terapia a los pacientes de aquella época, centrándose en las experiencias y vivencias del ser humano y trabajando conceptos tales como la toma de decisiones, el autoconocimiento o el famoso concepto “el ahora”.

La terapia Gestalt se puede relacionar con la terapia de la psicología humanista. Esta tiene como elemento principal las experiencias subjetivas del individuo que acude a terapia, alejándose así del conductismo o el psicoanálisis, las teorías que dominaban la psicología a principios del siglo xx.(Claudia Pradas Gallardo, 2018)

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Minimalismo. El diseño gráfico minimalista es un estilo que proporciona una experiencia visual caracterizada por diseños sencillos, con colores neutros y propuestas sobrias.

Los elementos que recargan el diseño brillan por su ausencia en este estilo, lo que contribuye a trasladar el protagonismo a los objetos que aparecen en el elemento diseñado: un logotipo, un dibujo, un diseño para estampar en prendas y otros elementos textiles, etc.

En general, el diseño gráfico minimalista apuesta por lo esencial, y retira todos los artificios que rodean a lo básico. Comunica muchas cosas con poco.

El marketing, el desarrollo web, el diseño de ropa y muebles o la publicidad son solo algunos de los campos en los que el diseño gráfico minimalista está cada vez más en auge. Este tipo de diseño tiene mucha más fuerza de la que aparece a pesar de ser, en apariencia, simple.

Los diseños minimalistas utilizan otros recursos para transmitir lo que quieren expresar los diseñadores. Estos no emplean muchos recursos, pero los manejan de manera que con un diseño sencillo consiguen transmitir sensaciones, incluso con más fuerza que con un diseño de estilo más barroco. (Agustín Pérez, 2020)

6.3.4.2 Tablero de tendencias



Tablero de tendencias creado por Dulce Leonardo. Ver imágenes utilizadas con fines ilustrativos en anexo IV.

CAPÍTULO VII
PROPUESTA DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la comunicación, así como también las formas específicas en la que la comunicación corporativa será implementada. La comunicación corporativa es de apoyo para la gestión empresarial por medio de varias herramientas como canales de comunicación a nivel interno.

7.1.2 Comunicación corporativa. La comunicación corporativa es aplicada en el proyecto con el objetivo de mejorar tanto la marca como el aumento de productividad dentro de la empresa. Por lo tanto, el manual es un canal adecuado para que la comunicación dentro de la empresa pueda fluir de la forma correcta.

7.1.3 Diseño. El diseño del proyecto creará un concepto visual moderno y formal, el cual transmite tanto una idea, elementos, información como la formalidad de la empresa. Por lo tanto, será reconocido por los colores institucionales en el manual de políticas y procedimientos internos de la empresa.

7.1.4 Diseño Editorial. Dentro del proyecto está incluido el diseño editorial, ya que es el encargado del área de maquetación y composición de todo tipo de herramientas, entre esas los manuales, y su función dentro del mismo es proyectar un diseño no solamente atractivo sino que también funcional, con la finalidad de tener un balance de armonía.

7.1.5 Manual. El manual es diseñado con el objetivo de ser identificado como una guía de instrucciones de las actividades que son realizadas dentro de la empresa por y tiene contacto con el departamento de gerencia, quien se encarga de que las políticas y

procedimientos sean cumplidos. Por lo tanto, es un material de apoyo interno para cumplir cada una de las políticas y procedimientos y de esta forma tener una comunicación efectiva con todo el equipo.

7.1.6 Sociología. En el proyecto es aplicada la sociología, con la intención de crear una mejora significativa de las relaciones sociales dentro de la empresa y de esta forma asegurar un cambio que sea eficaz, sin que se vean afectados los recursos a utilizar dentro de la empresa.

7.1.7 Semiología. Dentro del diseño del manual de políticas y procedimientos existe un conjunto de elementos, símbolos o signos los cuales son diseñados específicamente con la intención de complementar la información que se comunicará a todos los colaboradores de la empresa.

7.1.8 Lingüística. En el proyecto está incluida la lingüística, ya que ayuda a mejorar la competitividad de la organización y facilita el logro del cumplimiento de las políticas y procedimientos del manual debido a que se comunica de forma clara y concreta con la intención de que el mensaje sea transmitido de la manera correcta y así asegurar una fácil comprensión.

7.1.9 Psicología del color. En el proyecto se presenta la aplicación de la psicología del color, ya que esta ayuda a que el grupo objetivo pueda sentir diferentes emociones positivas hacia la imagen visual que tiene el proyecto, ya que la percepción que se tiene de los colores utilizados determinan varios factores importantes, uno de ellos la confianza que es transmitida.

7.1.10 Minimalismo. La tendencia que se utiliza en el proyecto es el minimalismo, por lo tanto el diseño puede ser reducido con la intención de mostrar con los elementos y colores las emociones y la identificación que puede ser creada de una forma simplificada y estética.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método Brainstorming. El método creativo brainstorming o lluvia de ideas, es la técnica para generar ideas más conocida. Fue desarrollada por Alex Osborn, especialista en creatividad y publicidad en los 30 años y publicada en 1963 en el libro “Applied Imagination”. (Neuronilla, 2022)

Es la base sobre la que se sostiene la mayoría del resto de las técnicas.

El método de creatividad brainstorming, funciona de la siguiente forma: Se necesita una sala y sillas para el grupo, un cuaderno para poder hacer apuntes de las ideas, algunas personas prefieren utilizar una pizarra pero normalmente esto hace que el proceso sea lento y puede ser perjudicial, se puede utilizar grabadora sin que sustituya al secretario/a y un reloj. Se debe llevar el siguiente esquema para realizar el método creativo brainstorming:

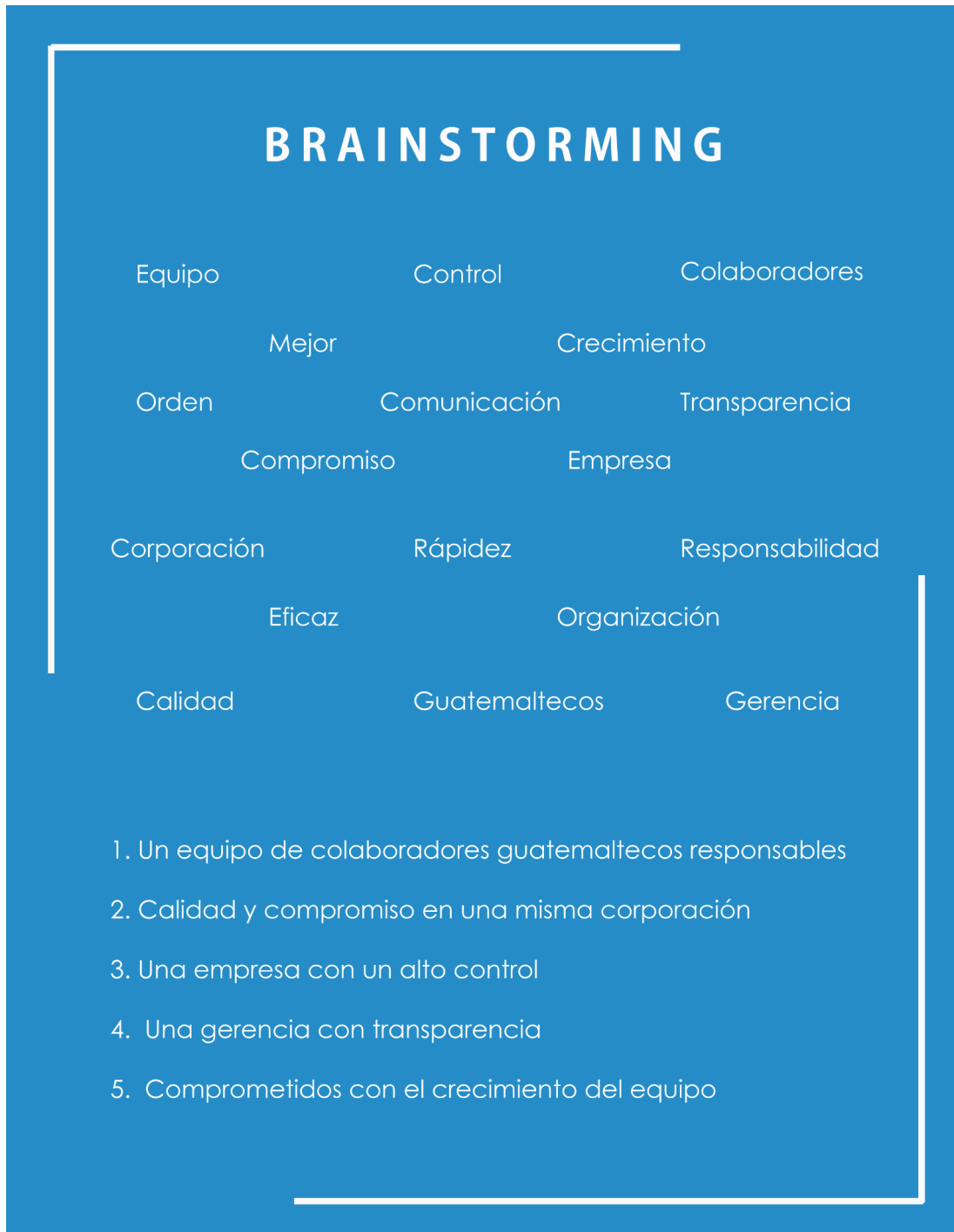
- Paso 1: Calentamiento
- Paso 2: Generación de ideas
- Paso 3: Trabajo con las ideas
- Paso 4: Evaluación

Con estos pasos, debe de completarse la solución a la problemática, es decir poder generar una frase que se acople al proyecto y la empresa.

7.2.2 Definición del concepto. Para el proyecto Diseño de manual de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, para la Corporación Attache Plus. Se aplicó la técnica de creatividad titulada Brainstorming o lluvia de ideas, en la cual se desarrollaron los siguientes pasos:

- Calentamiento: Se comienza con la ejercitación mental, para lograr un mejor funcionamiento al momento de enfocarse en el tema para aumentar la fluidez de ideas.
- Generación de ideas: Se establece la cantidad de ideas a las que se quiere llegar, y se toma el tiempo en que se trabajara la generación de ideas, teniendo en cuenta las 4 normas fundamentales
 - Todo tipo de crítica está prohibida.
 - Todas las ideas son bienvenidas.
 - Tantas ideas como sea posible.
 - El desarrollo y la asociación de todas las ideas es deseable.
- Trabajo con las ideas: Cada una de las ideas puestas sobre la mesa tienen oportunidad de mejora por medio de la aplicación de una lista de control.
- Evaluación: Luego de la generación de ideas trabajadas, se establecen los criterios con los cuales se evalúan las ideas existentes.

- Gráfico de la técnica creativa Brainstorming



Tablero creado por Dulce Leonardo.

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase “**Comprometidos con el crecimiento del equipo**”.

La frase se encuentra compuesta por estas palabras, ya que el proyecto se encuentra dirigido al personal, y como toda empresa lo que se busca es una mejora, un crecimiento como equipo. Por lo tanto, esta frase únicamente es utilizada como una fuente de inspiración para el proyecto

7.3 Bocetaje

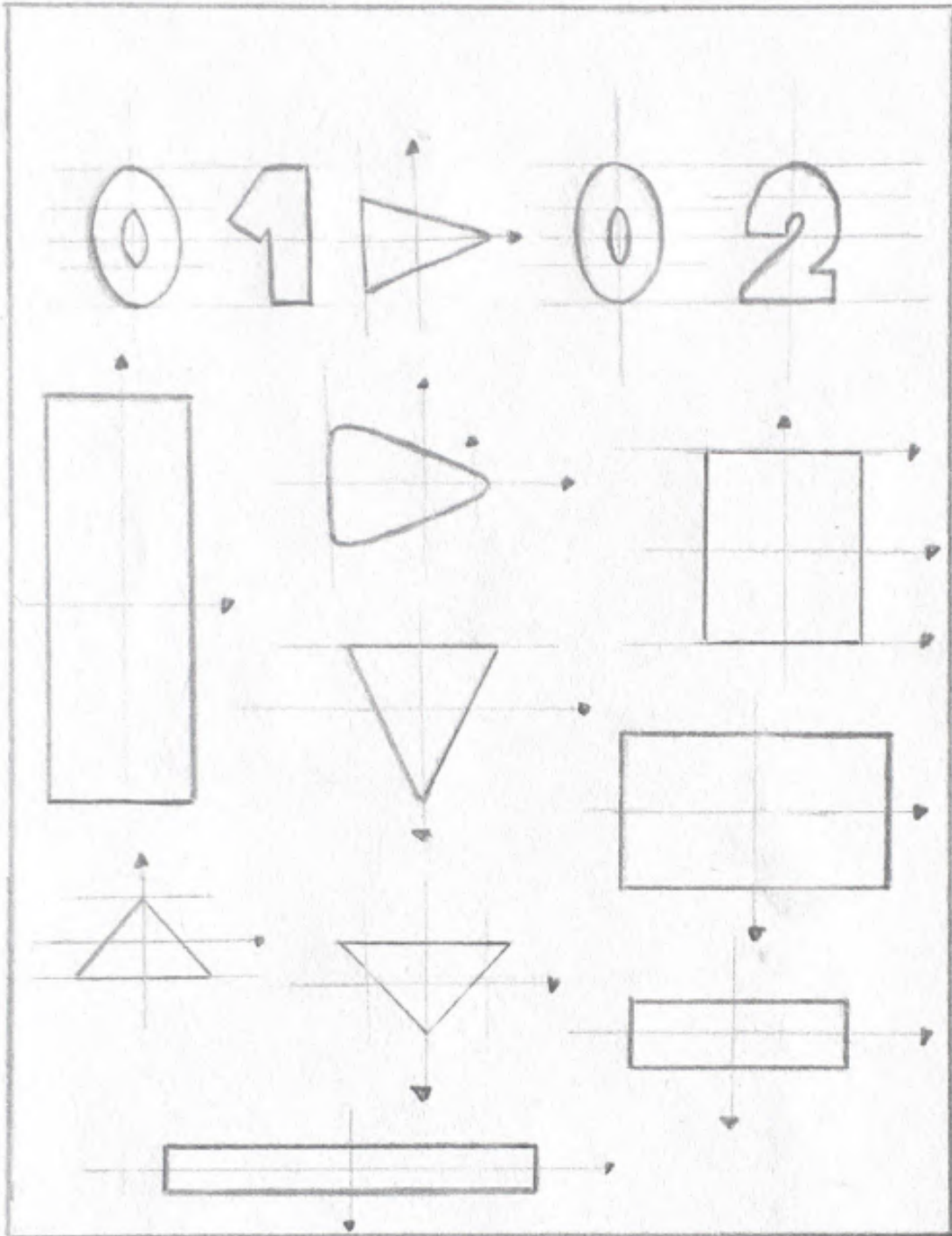
Con base en la frase “**Comprometidos con el crecimiento del equipo**”, se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

7.3.1 Tabla de requisitos.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color: Azul Blanco Gris oscuro Gris claro Amarillo	Utilizar tonalidades basadas en los colores corporativos para que el grupo objetivo identifique fácilmente la Corporación Attache Plus	Adobe Color: Selección de una paleta de color de acuerdo a la marca	Formal y sofisticado. Colores corporativos
Tipografía Títulos: Arial Bold Subtítulos: Arial Regular Texto: Arial Regular	Conseguir un manual de políticas funcional y formal, que represente a la marca	Utilizar mayúsculas con espaciado en los títulos.	Estabilidad Legibilidad Identidad
Diagramación Orientación Vertical	Transmitir orden, organización visual, formalidad y compromiso.	Adobe Illustrator: Utilización de líneas guías y medidas en el manual de políticas y procedimientos.	Orden Formalidad
Elementos gráficos	Identificar los elementos creados conforme a la empresa	Adobe Illustrator: Crear elementos fáciles de identificar	Armonía Composición

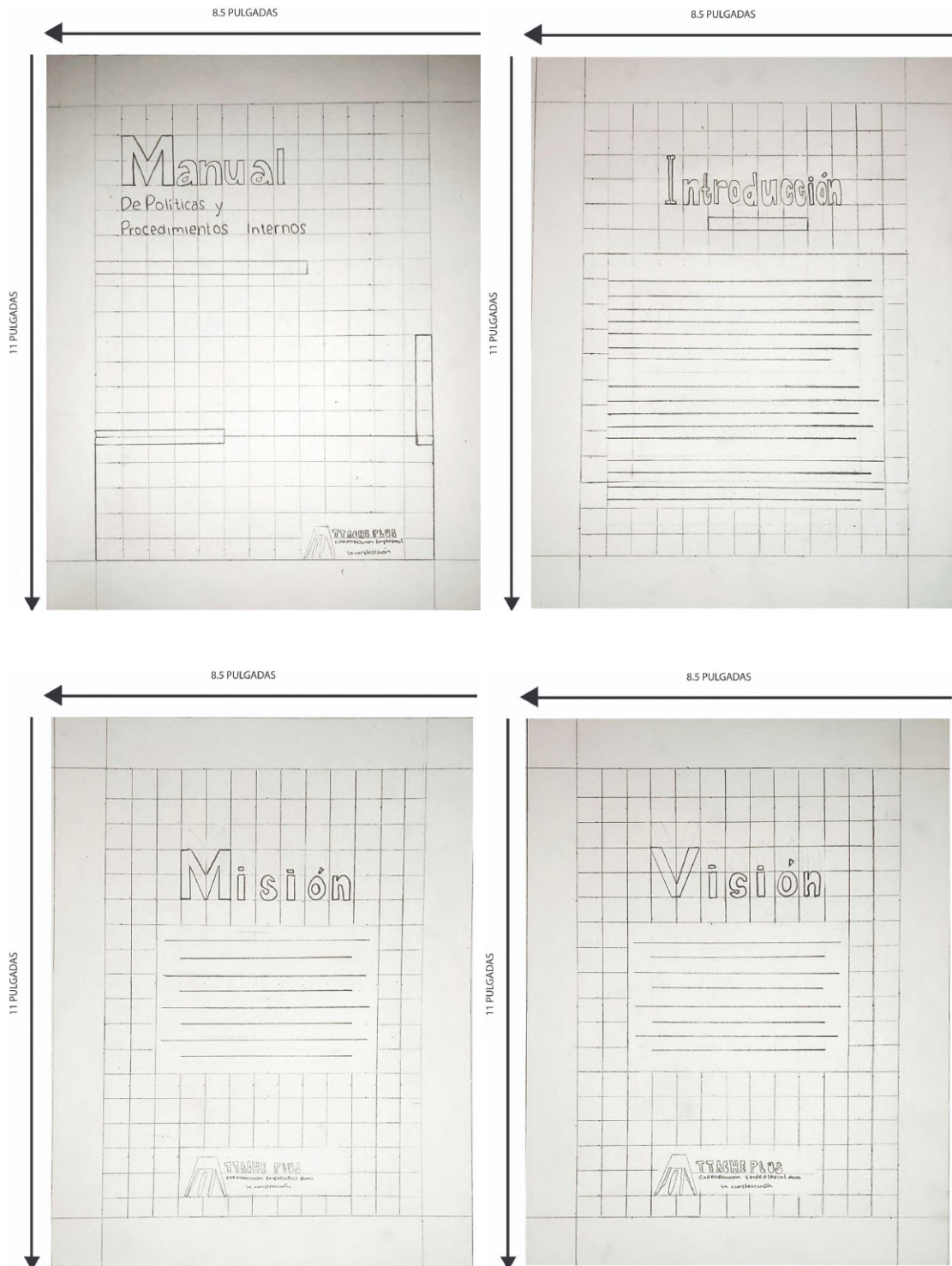
Tabla de requisitos elaborada por Dulce Leonardo

7.3.2 Microdibujos

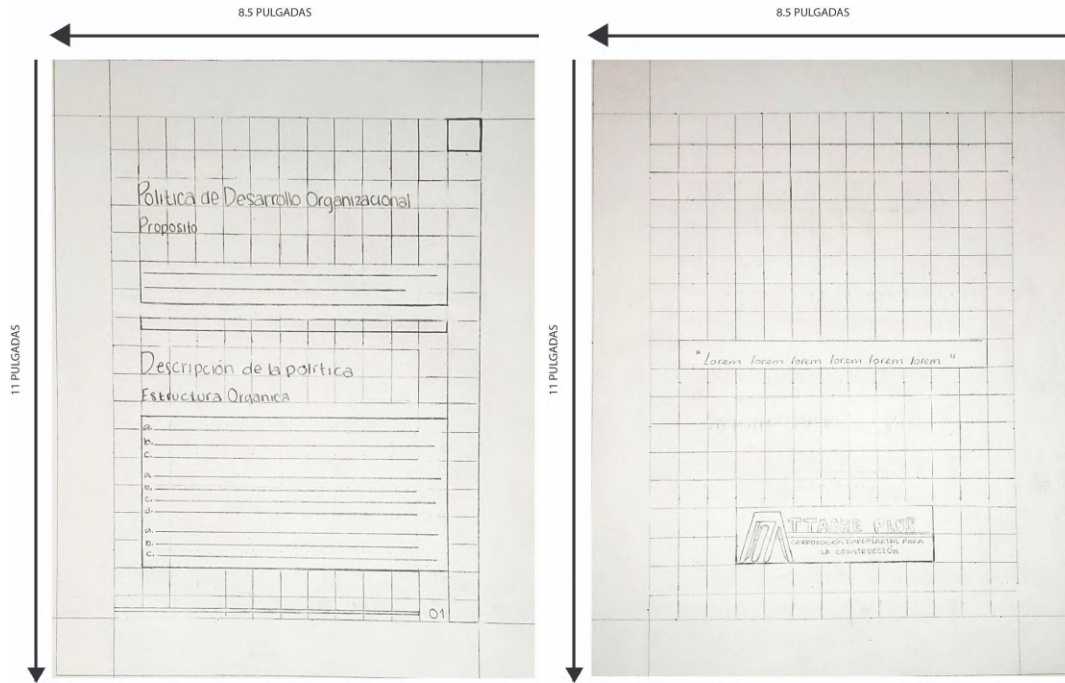


7.3.3 Bocetaje inicial

7.3.3.1 Retículas de las páginas del manual

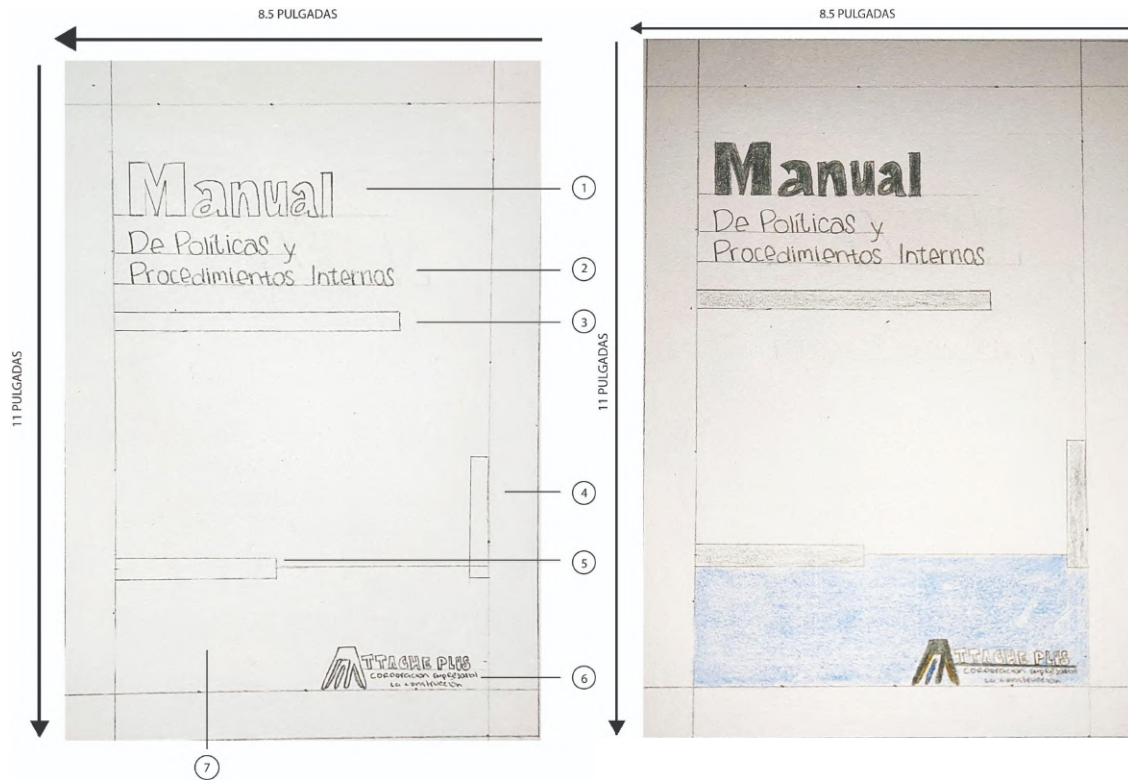


Bocetaje inicial



Bocetaje formal

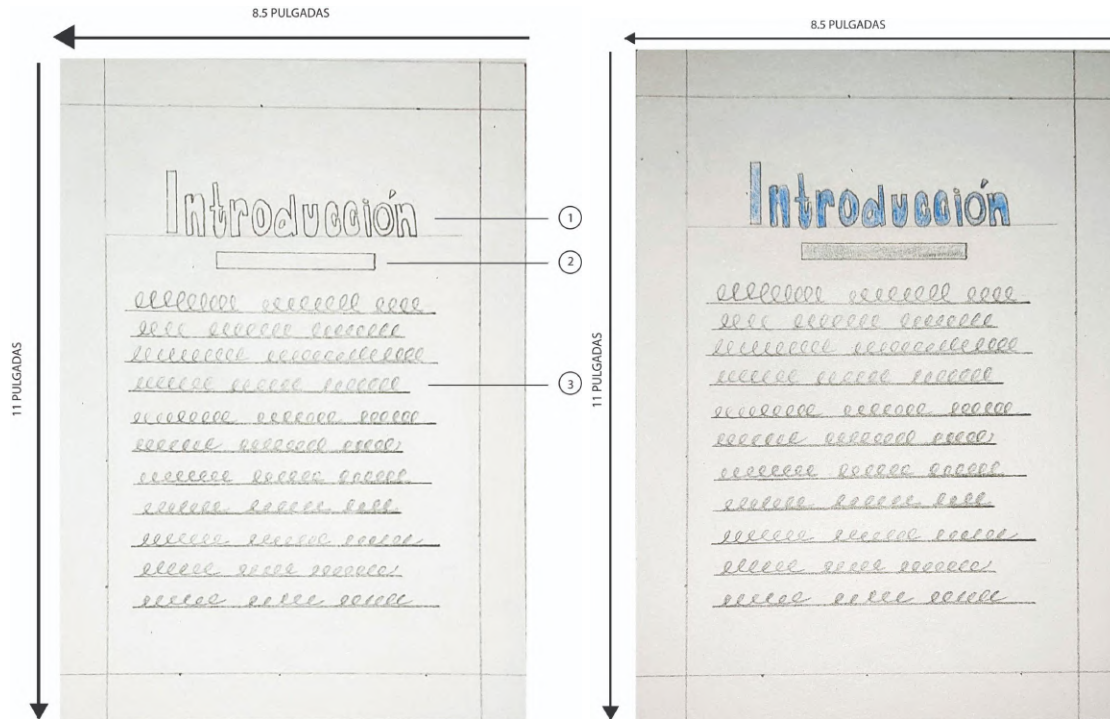
Pieza #1 Portada



1. Título del proyecto
2. Subtítulo
3. Rectángulo (Barra separadora)
4. Rectángulo Decorativo
5. Rectángulo Decorativo
6. Logo de la empresa
7. Rectángulo grande

Bocetaje formal

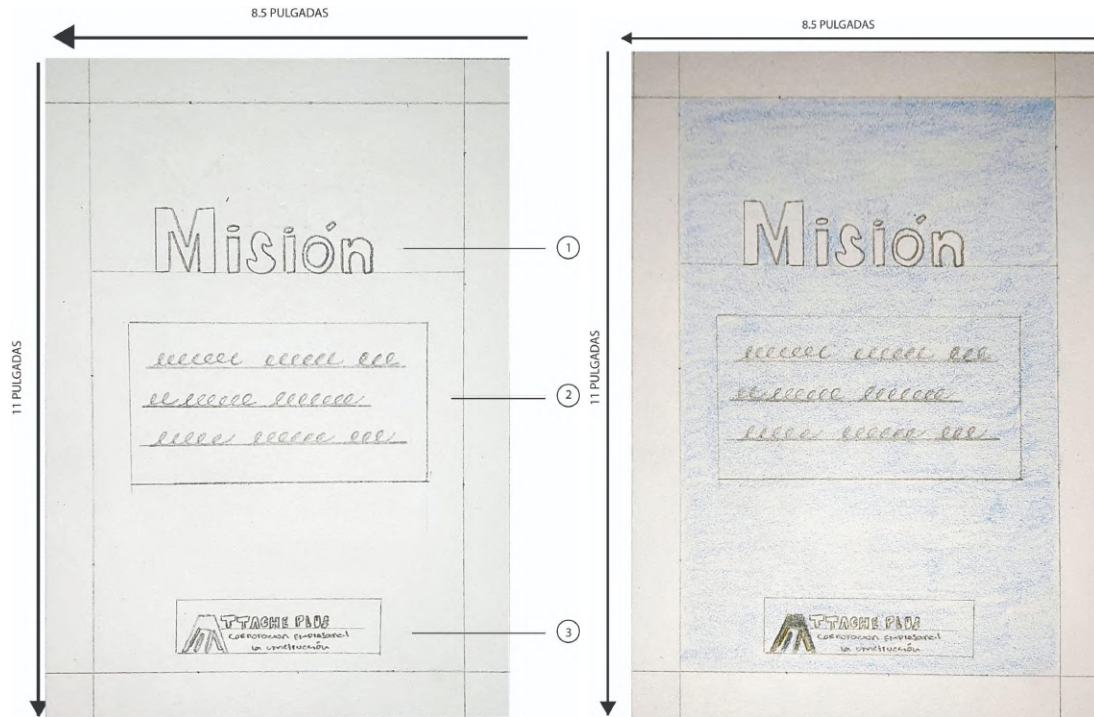
Pieza #2 Introducción



1. Título de la página
2. Rectángulo decorativo
3. Texto simulado

Bocetaje formal

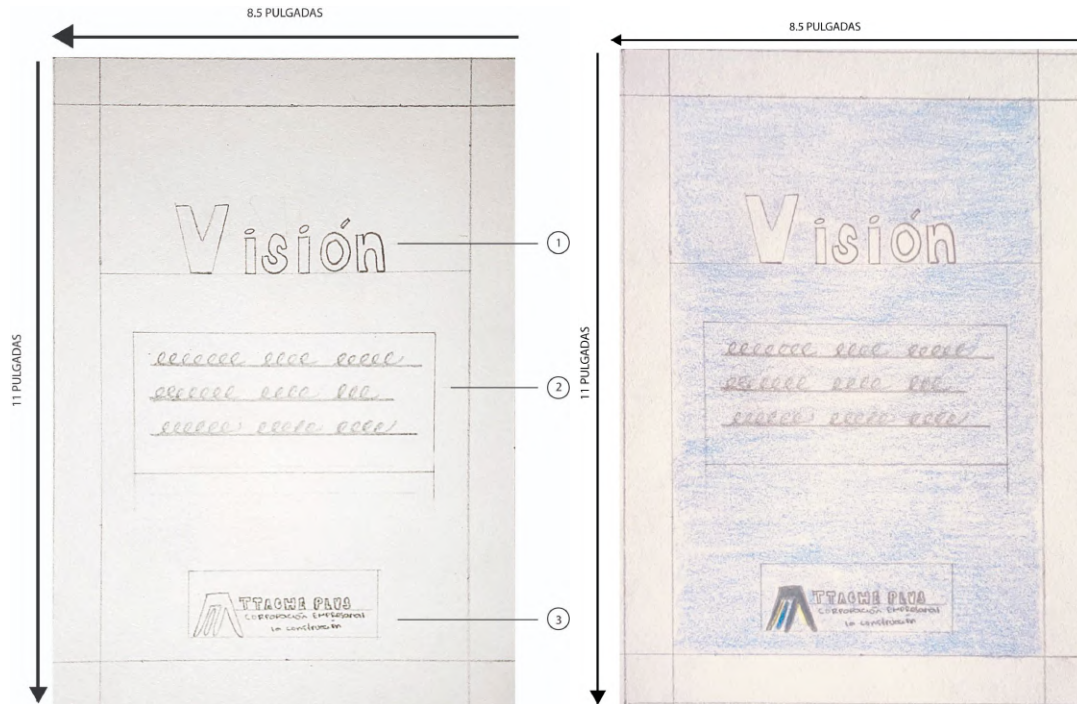
Pieza #3 Misión



1. Título de la página
2. Texto simulado
3. Logo de la empresa

Bocetaje formal

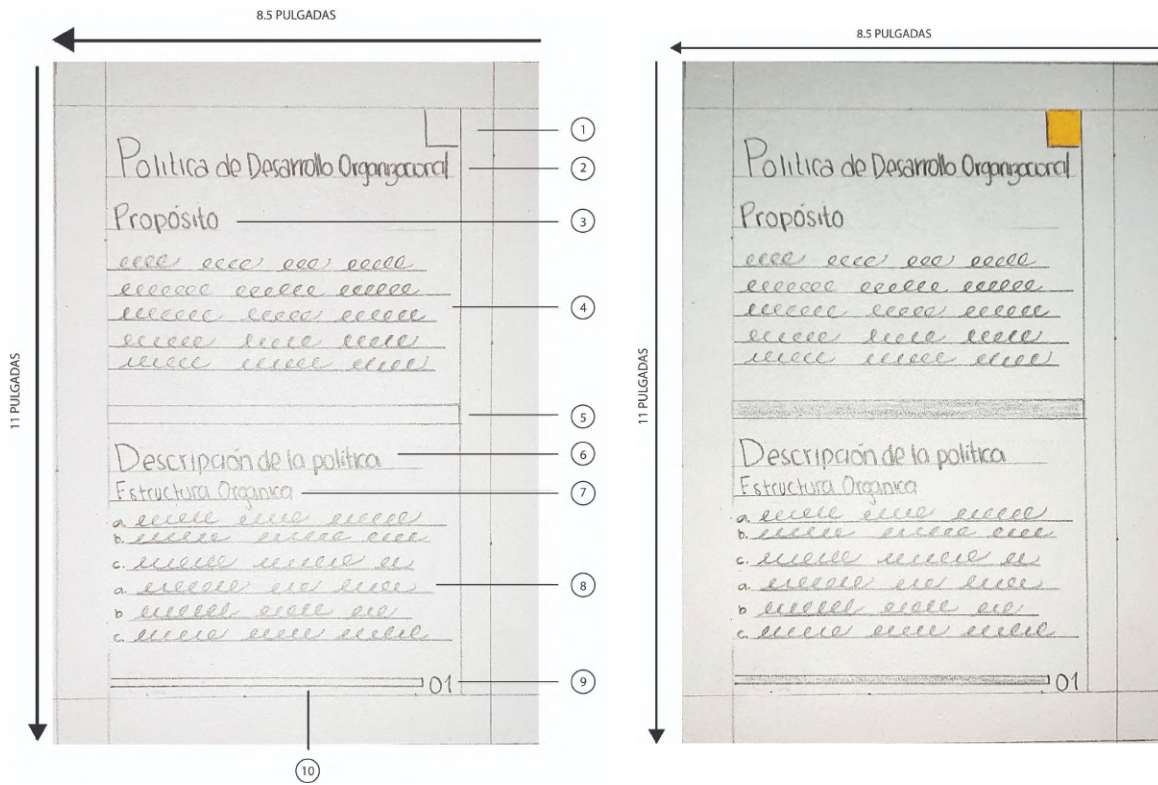
Pieza #4 Visión



1. Título de la página
2. Texto simulado
3. Logo de la empresa

Bocetaje formal

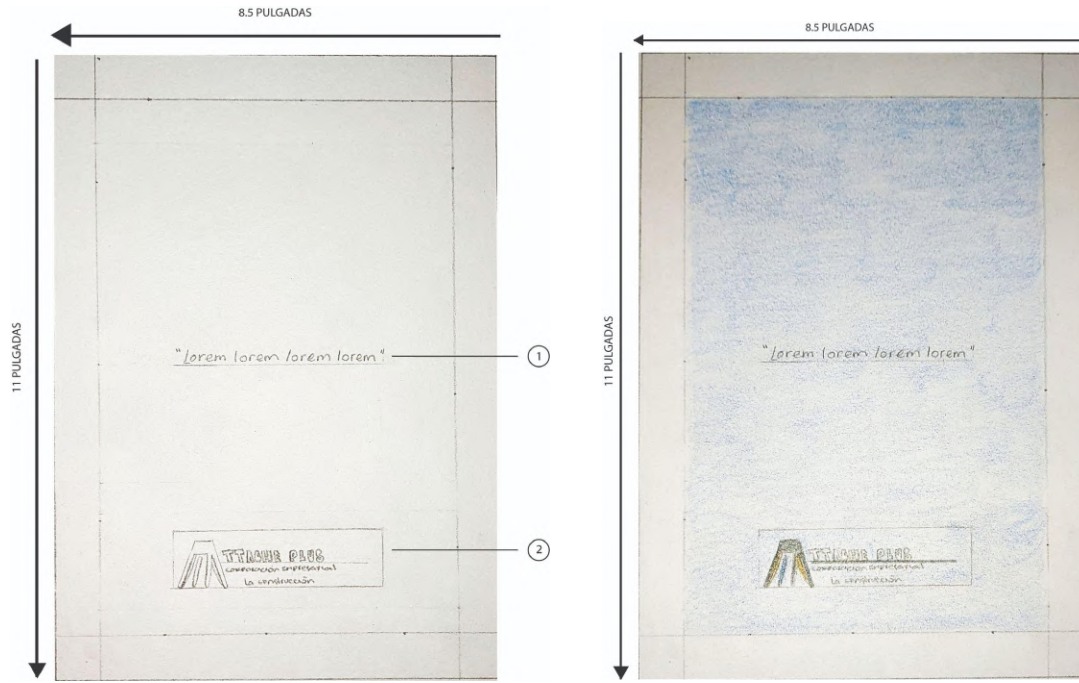
Pieza #5 Página interior



1. Cuadrado decorativo
2. Título de la página
3. Subtítulo
4. Texto simulado
5. Barra decorativa
6. Segundo título
7. Segundo subtítulo
8. Texto simulado
9. Numero de pagina
10. Línea

Bocetaje formal

Pieza #6 Contraportada

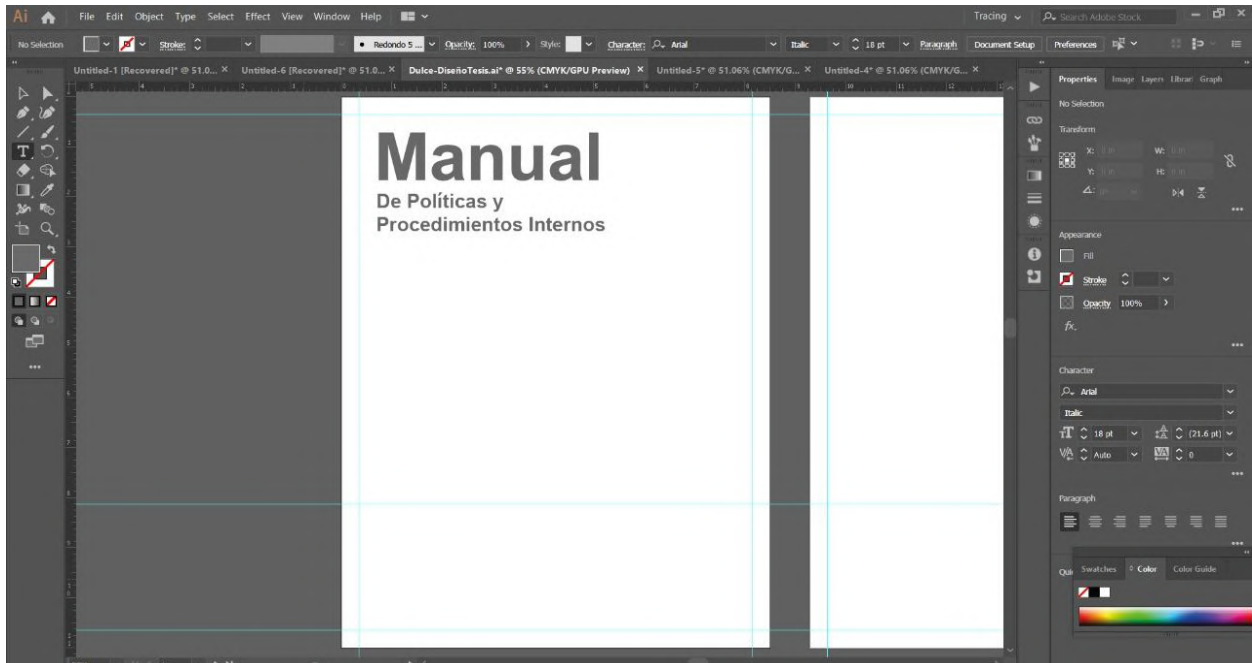


1. Frase del proyecto
2. Logo de la empresa

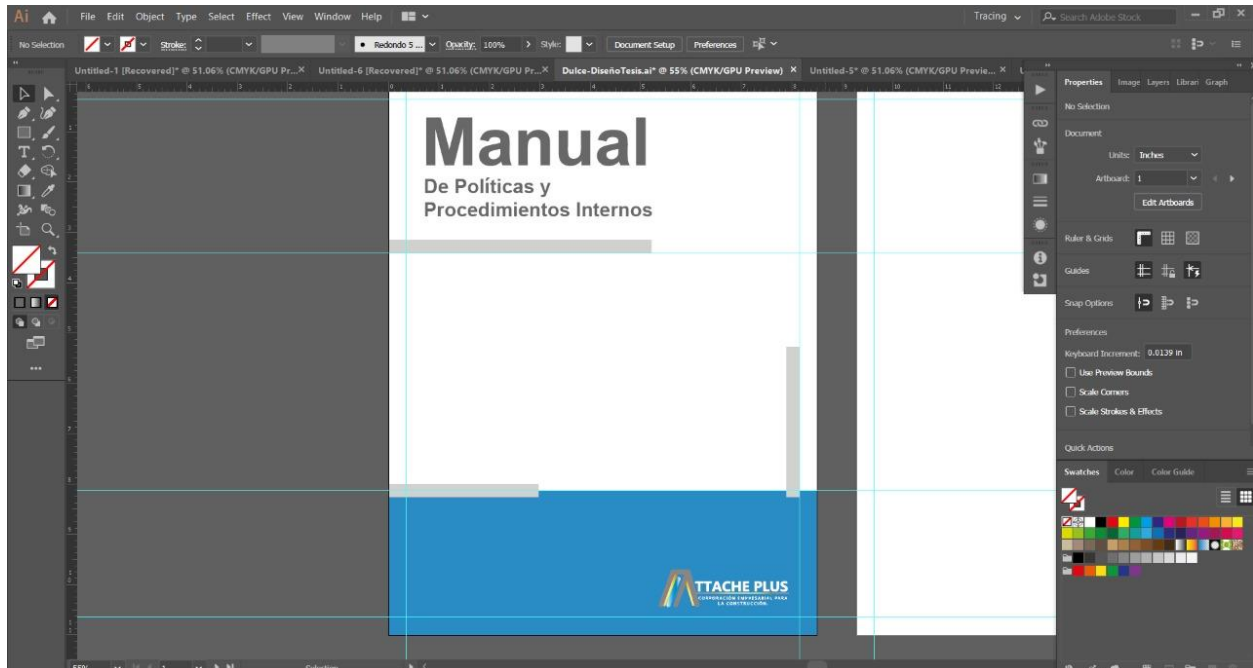
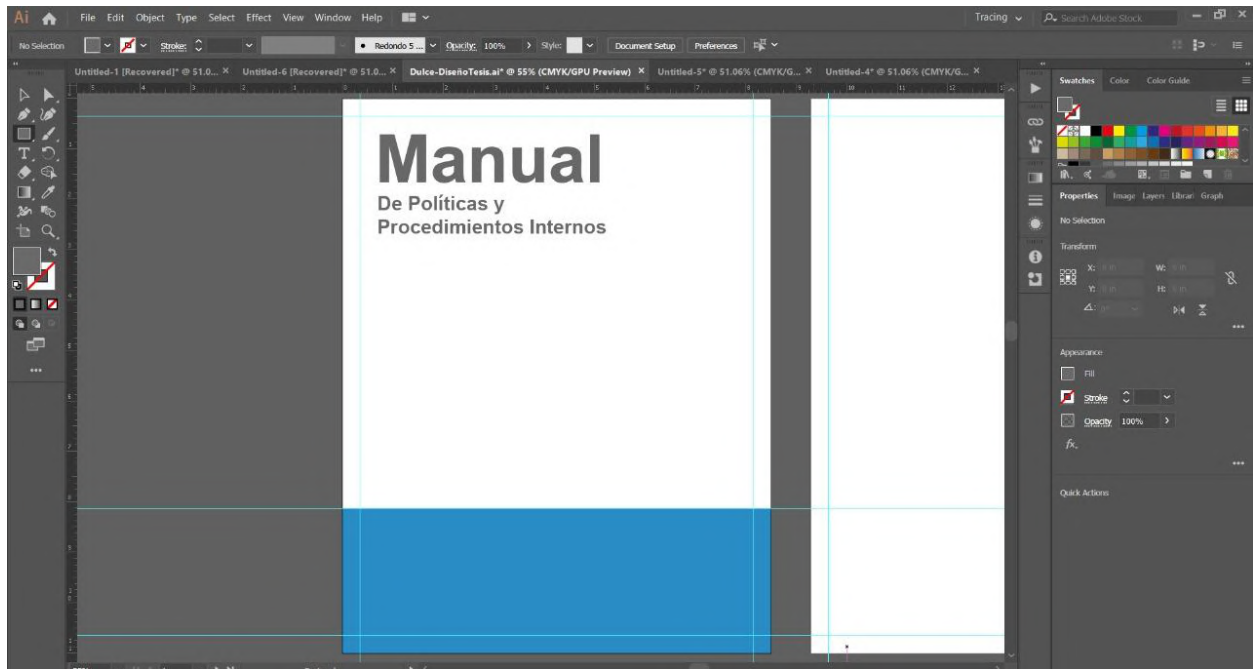
7.3.4 Proceso de digitalización de los bocetos.

Diseño de Portada

Paso #1: Digitalización formal del diseño de portada para el manual, con colores basados en los colores corporativos para mejor identificación, realizado en el software de Adobe Illustrator CC



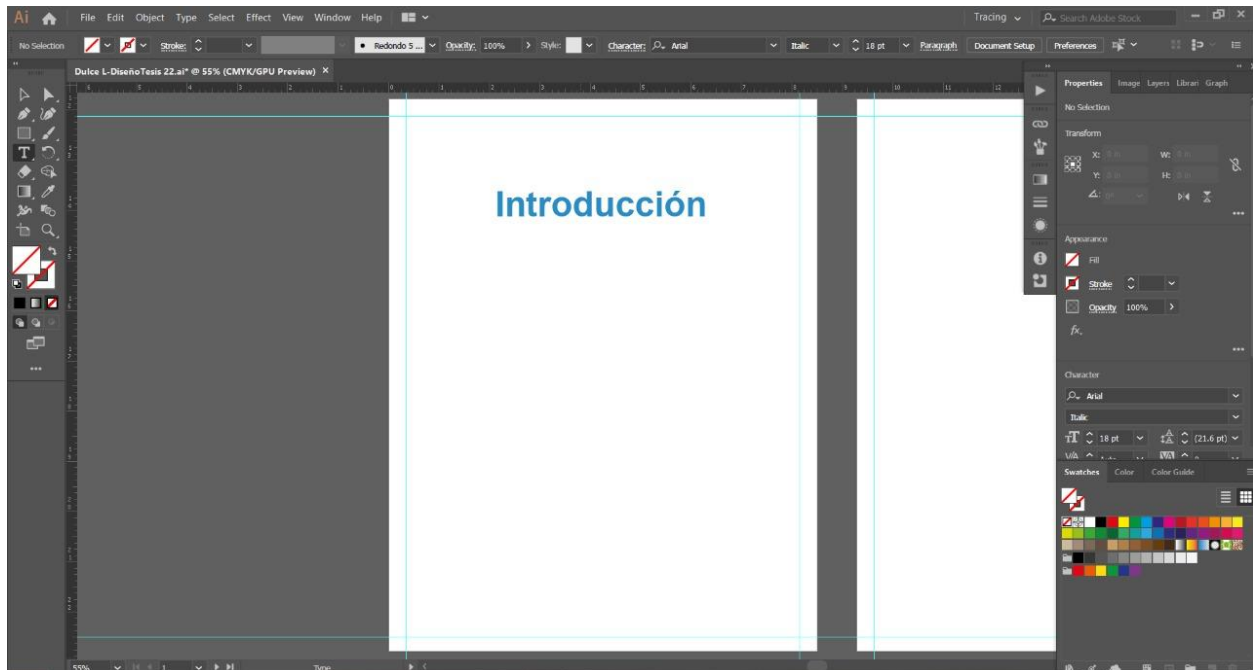
Proceso de digitalización de los bocetos.

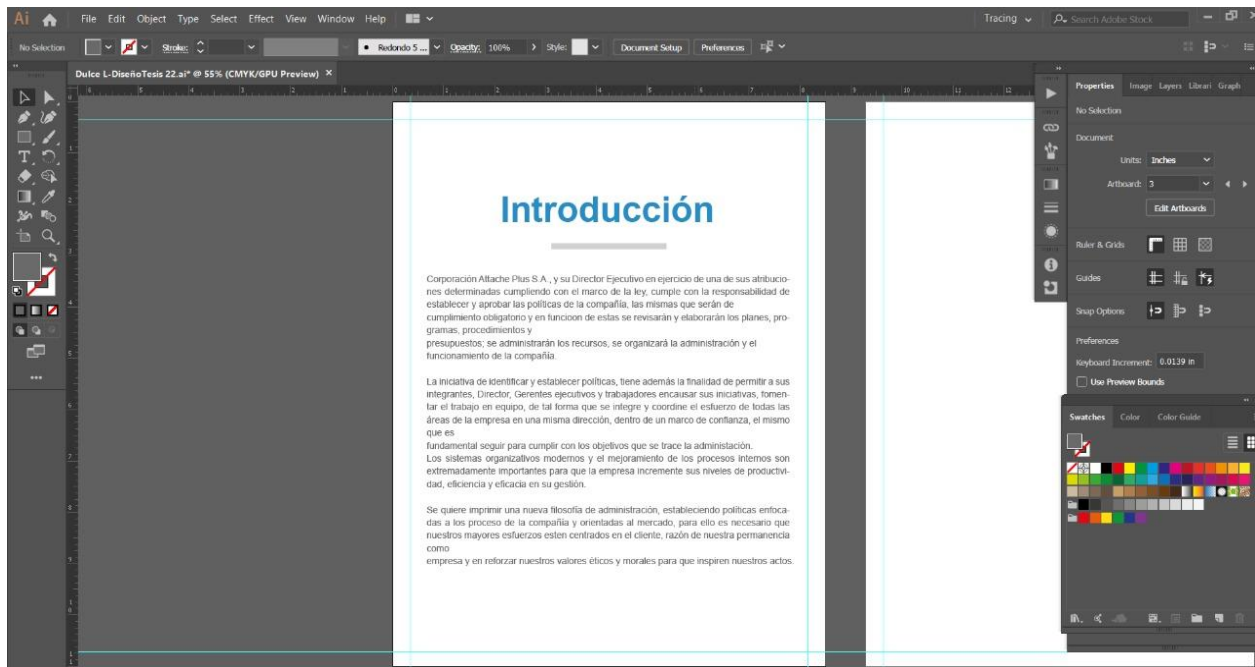
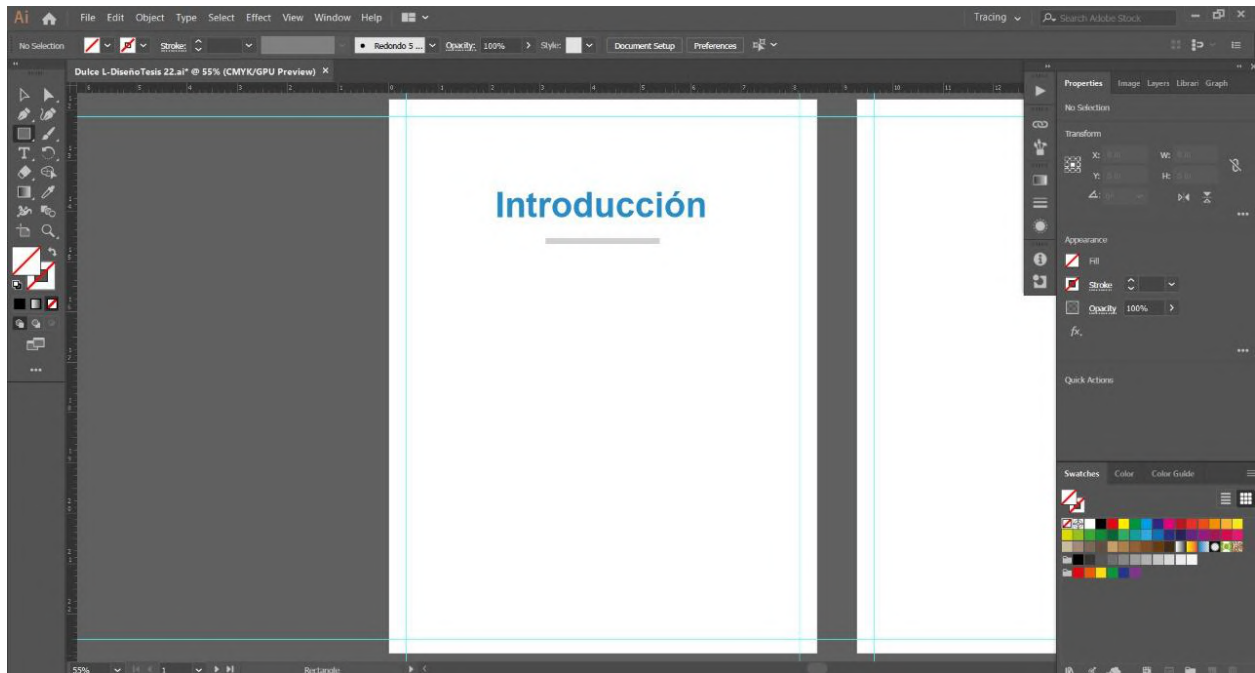


Proceso de digitalización de los bocetos.

Diseño de la Introducción

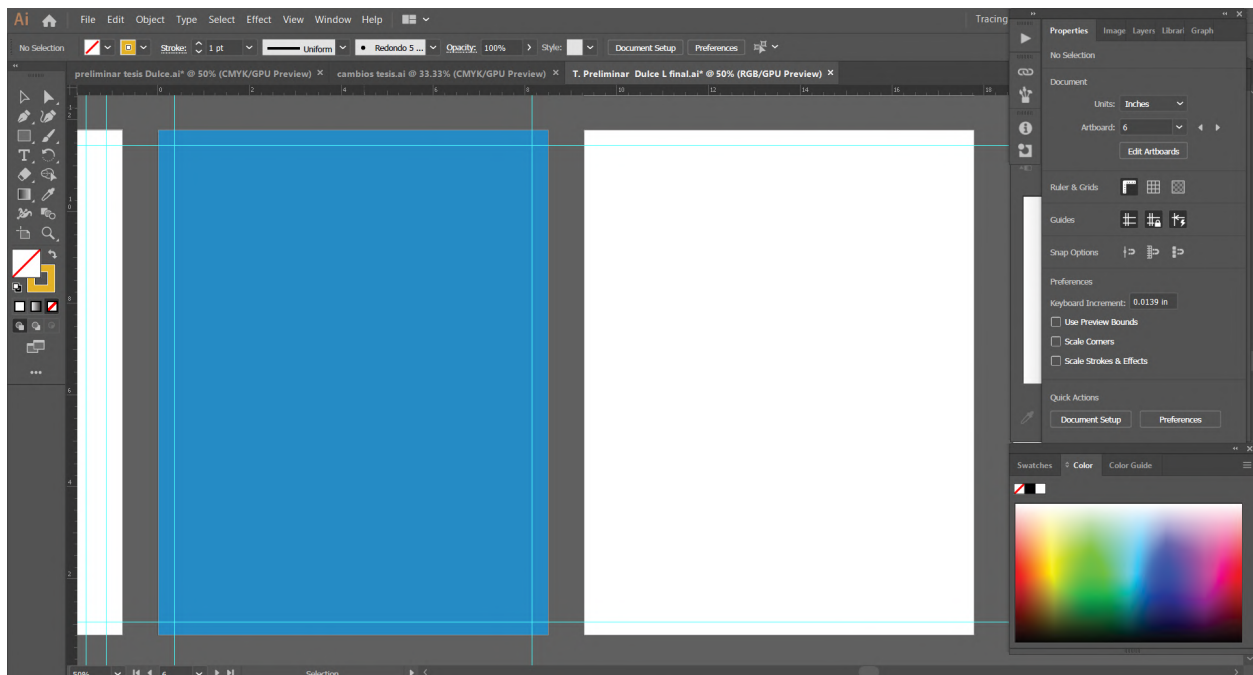
Paso #2: Diseño formal de la introducción del manual, se utilizaron colores basados en los colores corporativos para los elementos, realizado en el software de Adobe Illustrator CC.

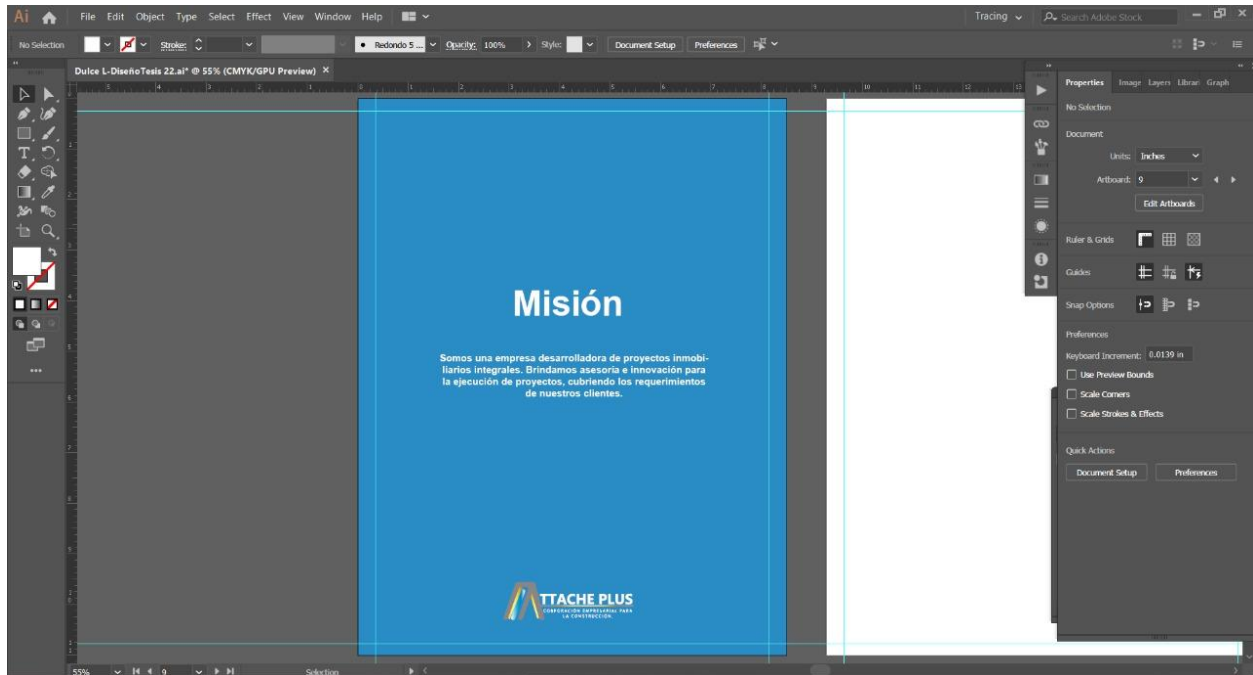
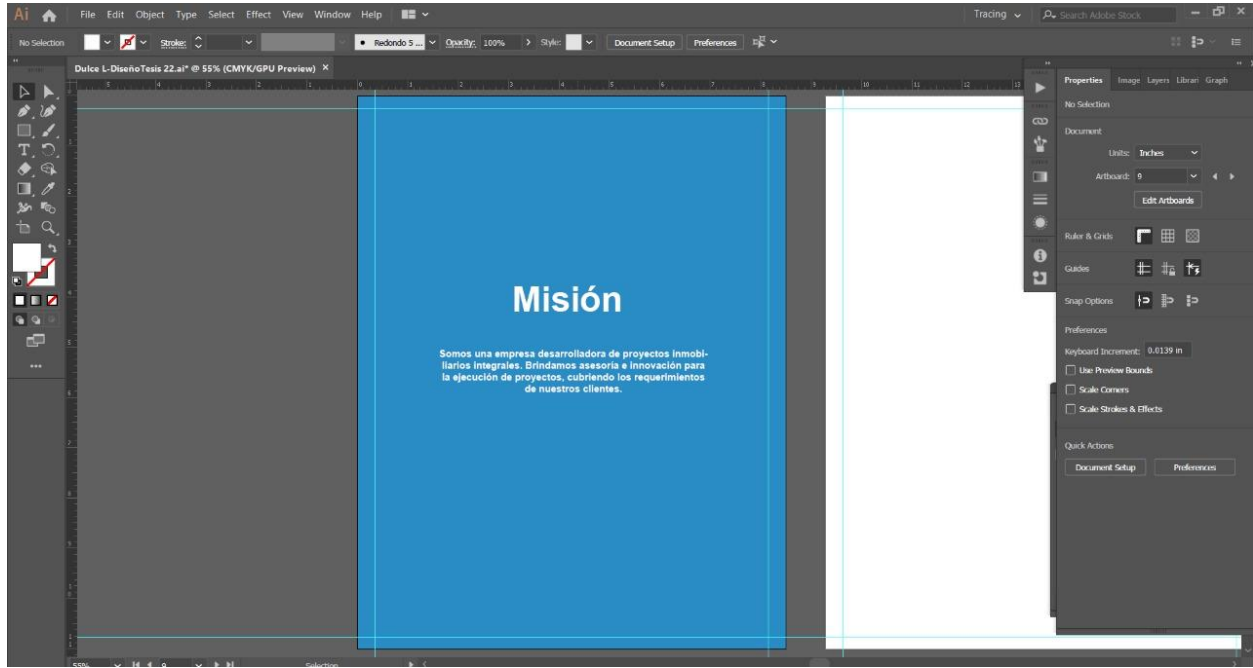




Diseño de la Misión

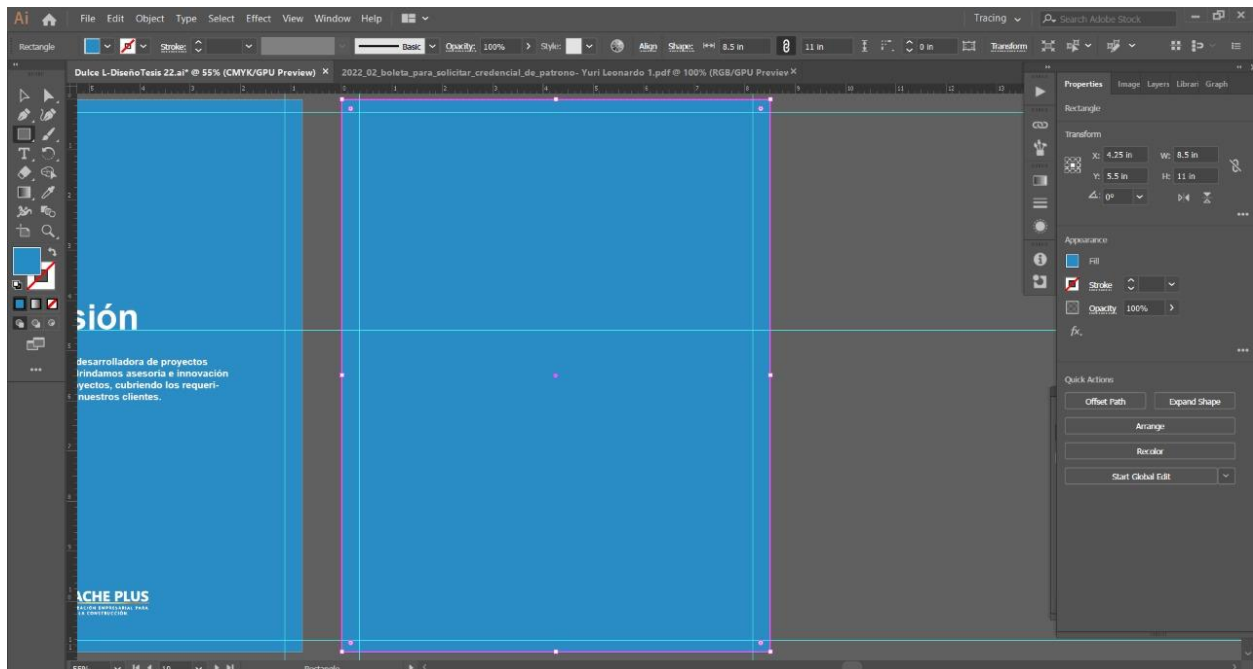
Paso #3: Se utilizó un azul basado en los colores corporativos para la página completa dándole mucha personalidad con la intención de mostrar la tendencia de minimalismo dentro del manual.

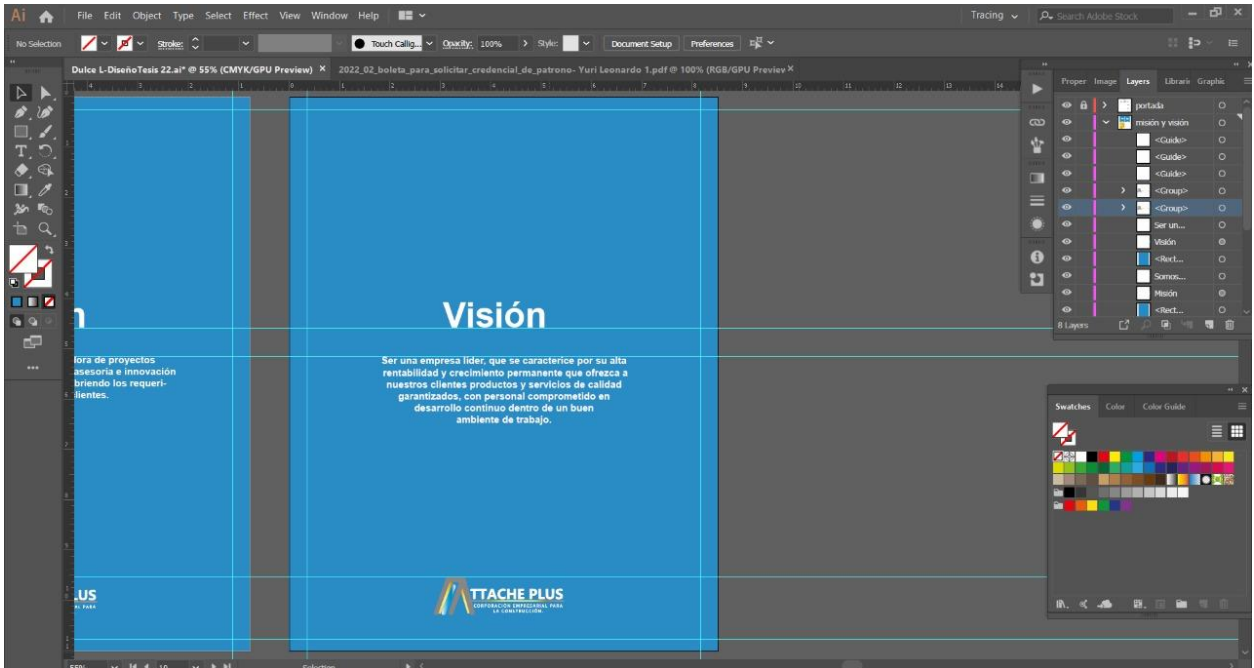
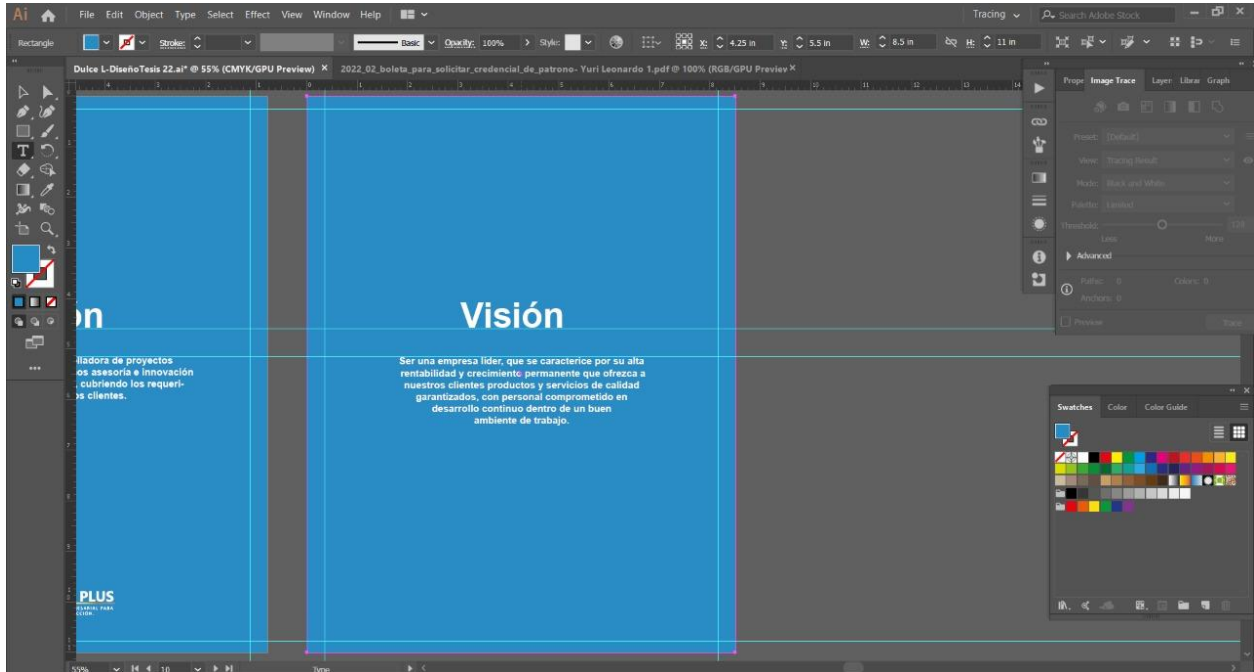




Diseño de la Visión

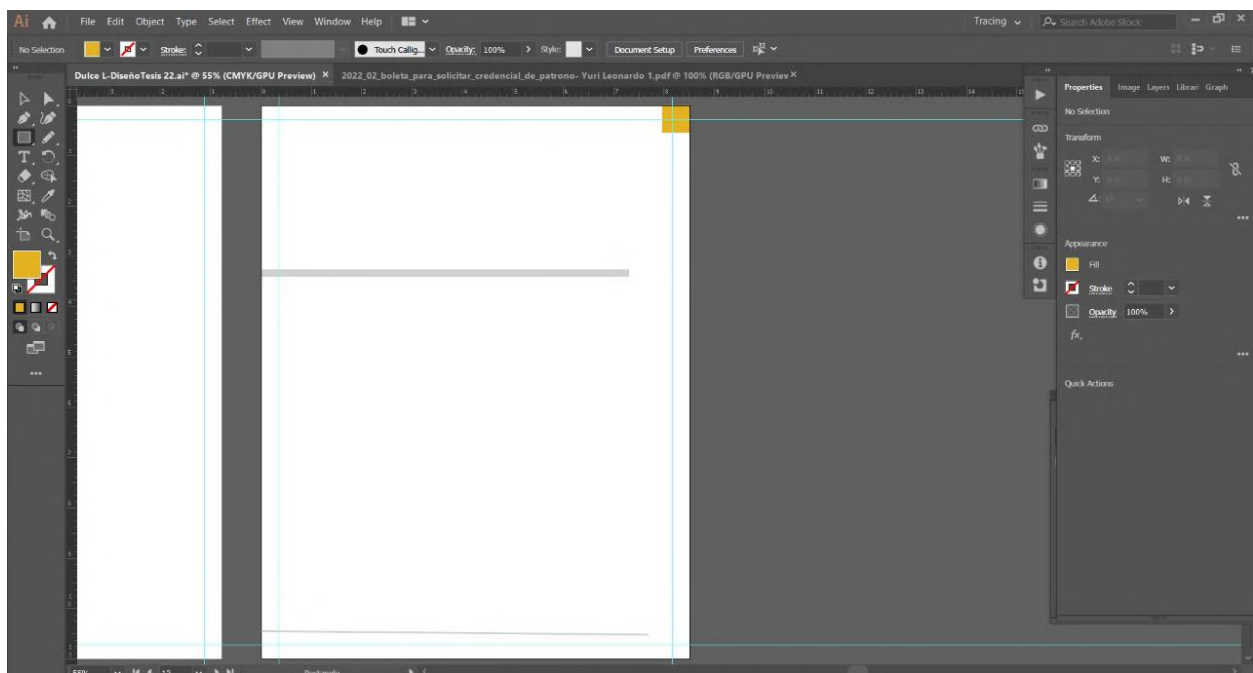
Paso #4: Se realizó un diseño formal mostrando la tendencia minimalista que caracteriza al manual, utilizando un color azul basado en los colores corporativos en toda la página, y el logo de la empresa.

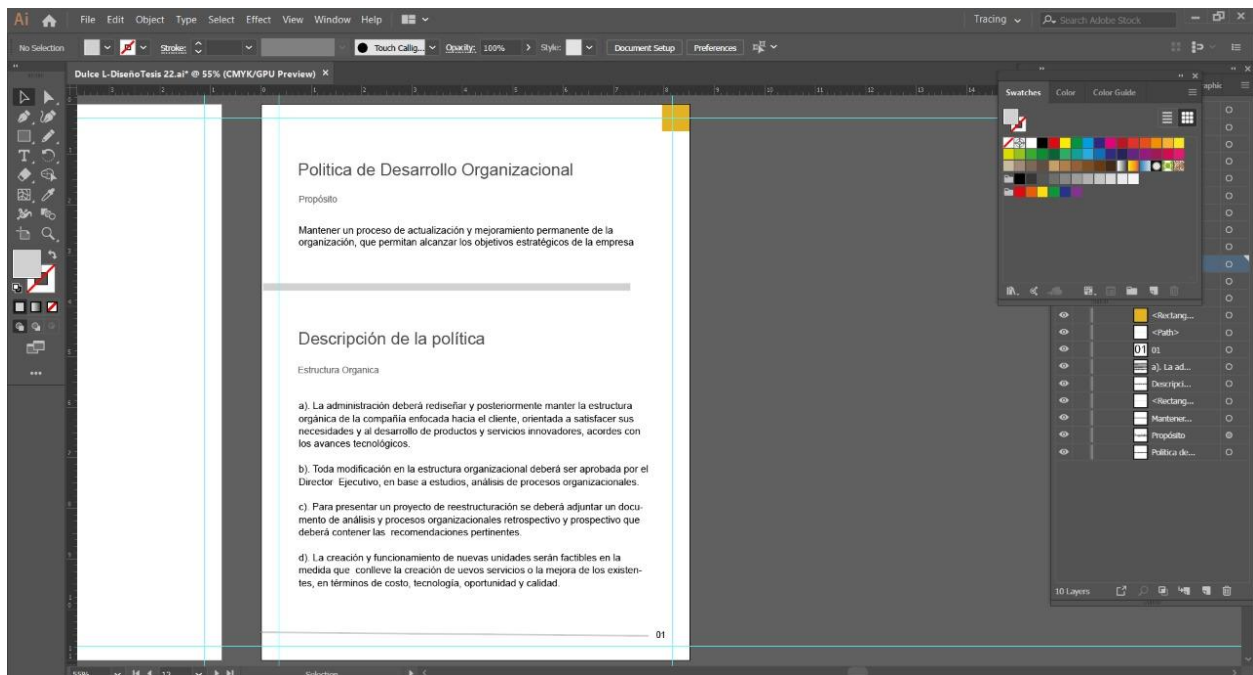
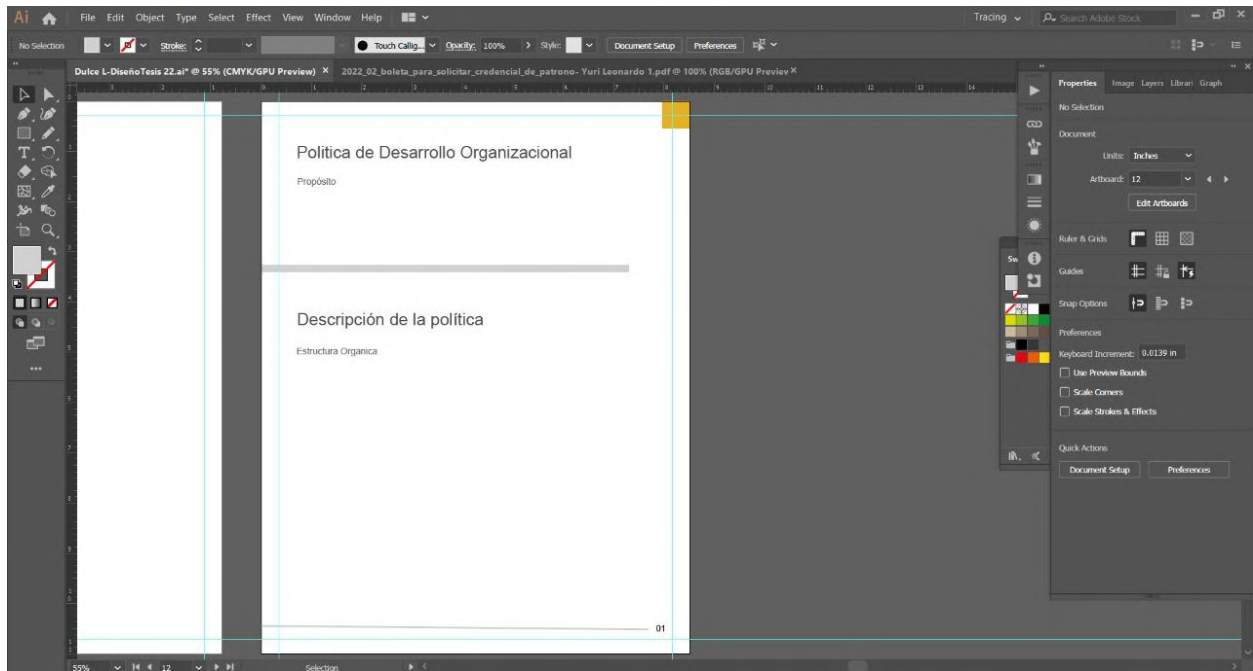




Página de Contenido

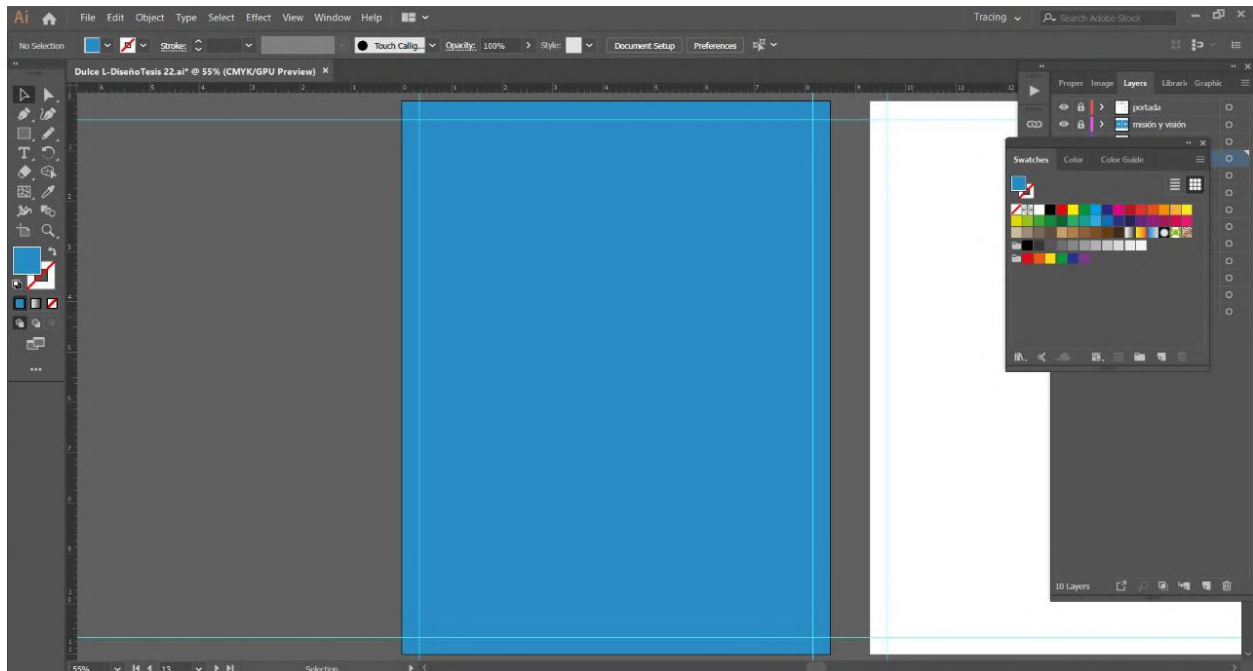
Paso #5: Se realizó un diseño limpio y formal para las páginas de contenido del manual, haciendo el contenido legible, y los elementos colocados cuentan con colores basados en los colores corporativos esto como forma fácil de identificar la empresa.

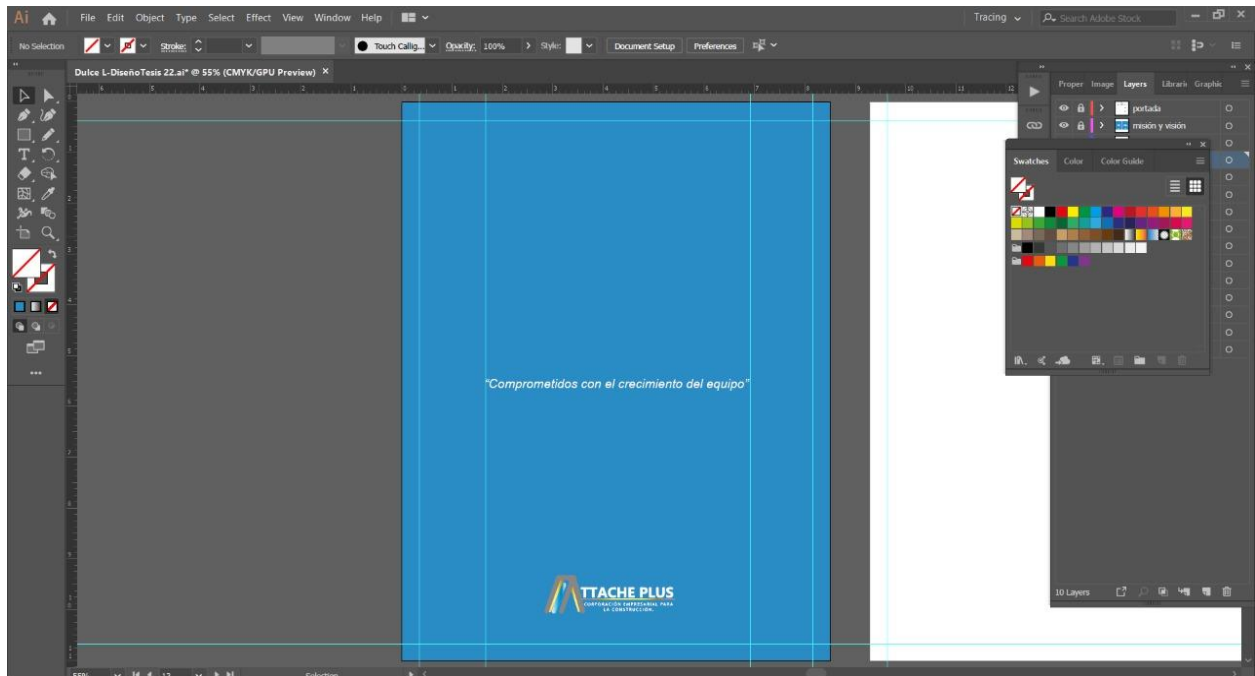
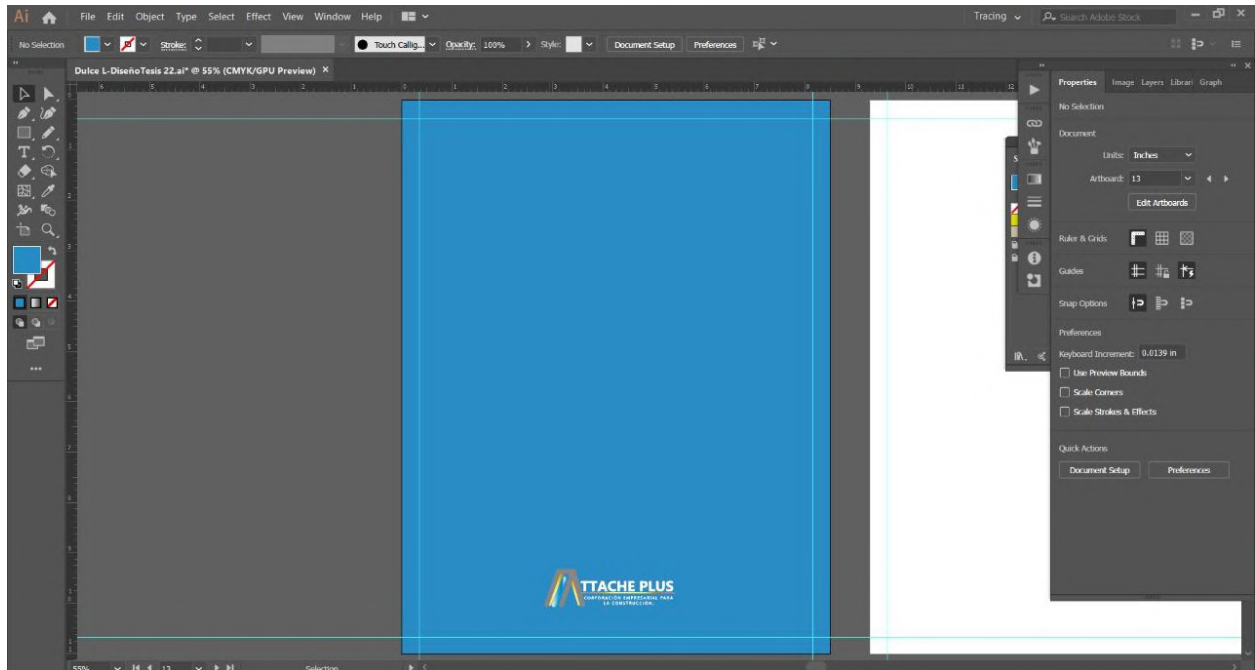




Diseño de la Contra Portada

Paso #6: Digitalización formal de la contraportada del manual, con el color de página completo y la frase inspirada en el proyecto, junto al logo de la empresa, realizado en el software de Adobe Illustrator CC.

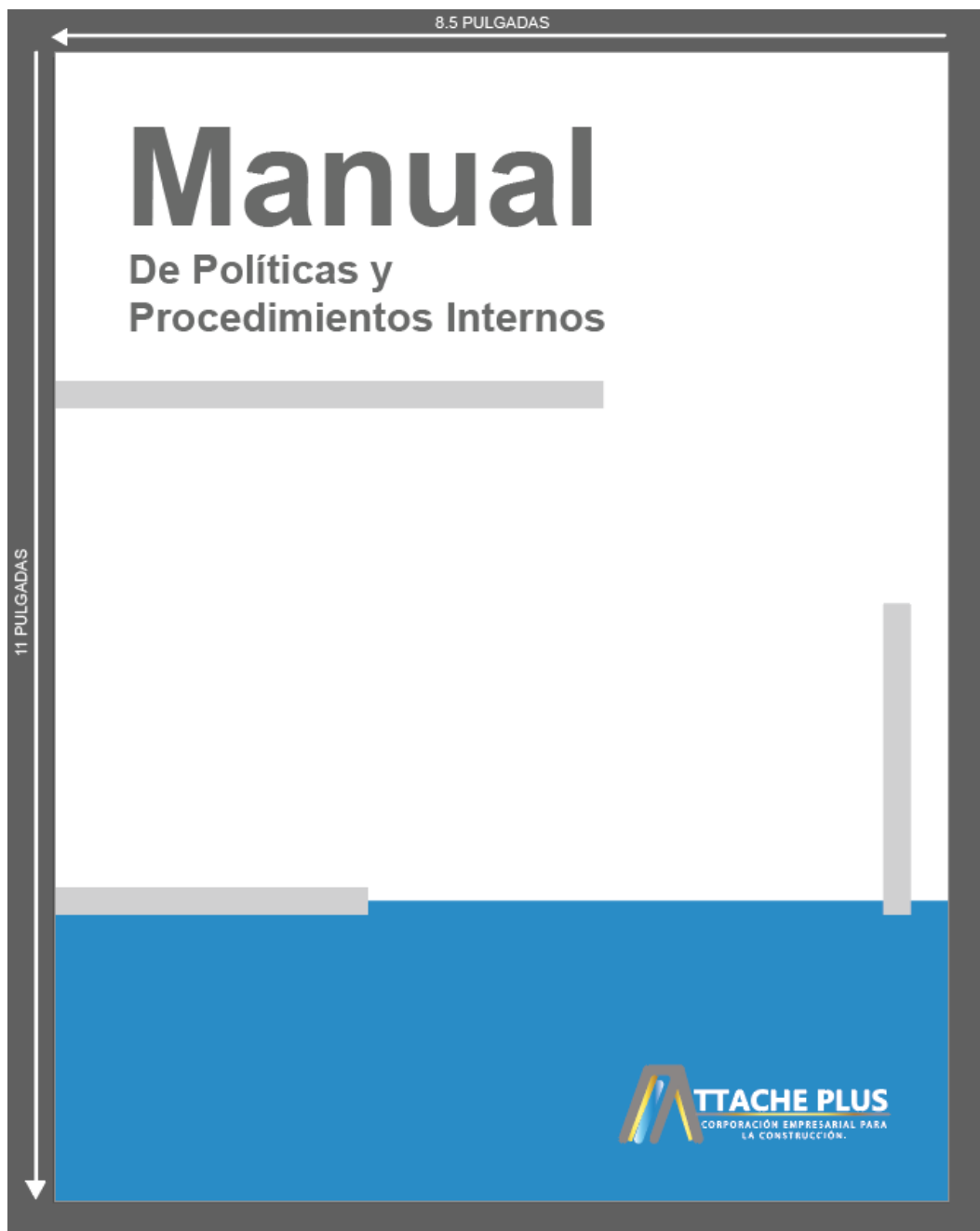




7.4 Propuesta preliminar

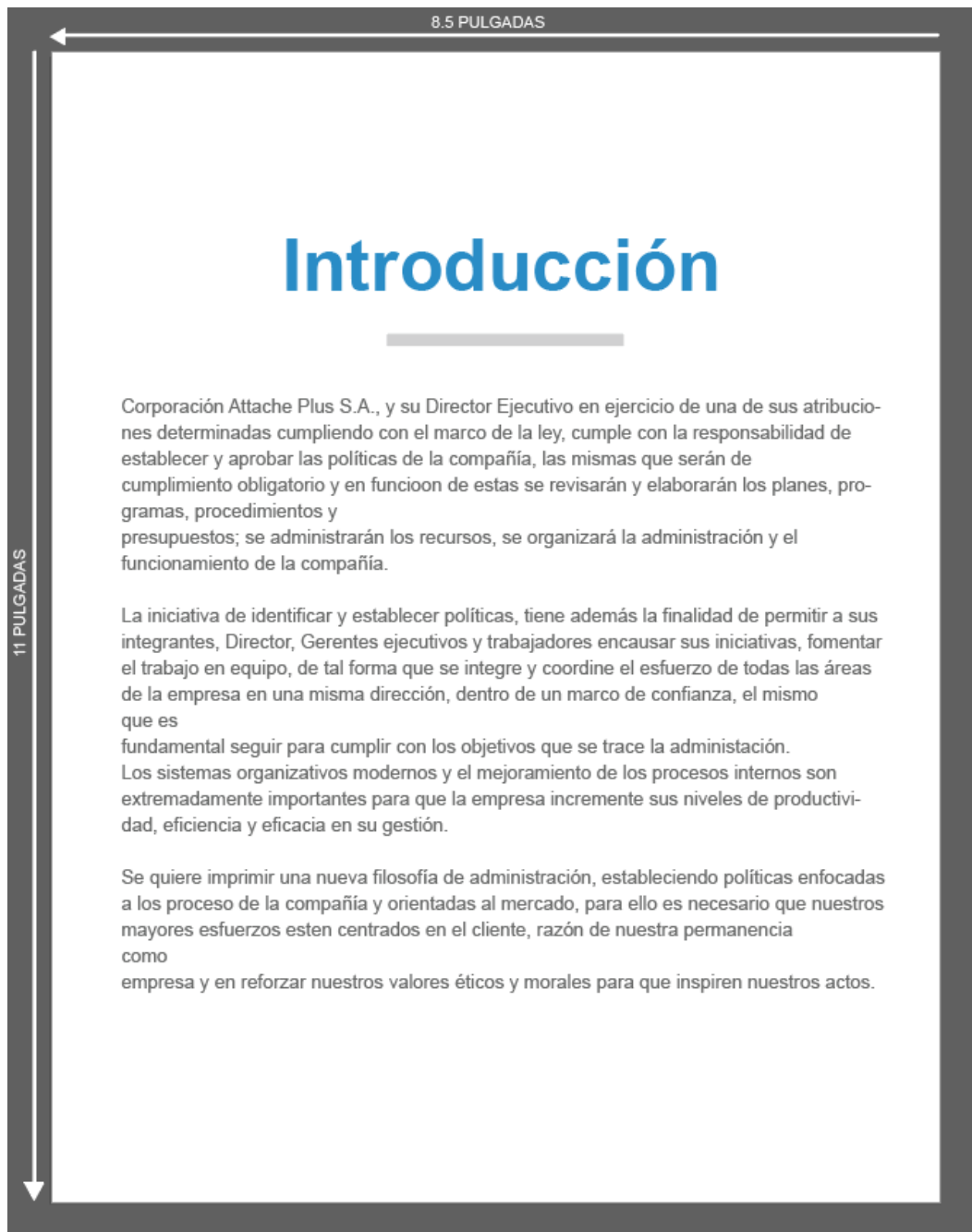
Pieza 1: Portada. (8.5x 11) Pulgadas

La portada esta integrada por el titulo con la tipografia Arial Bold, cuenta con elementos graficos de color gris claro y una franja en la parte inferior de color azul acompañada por el logotipo de la empresa



Pieza 2: Introducción (8.5 x 11) Pulgadas

La introducción está integrada por el título con la tipografía Arial Bold en color azul, un elemento gráfico de color gris claro y el texto informativo con la tipografía Arial Regular.



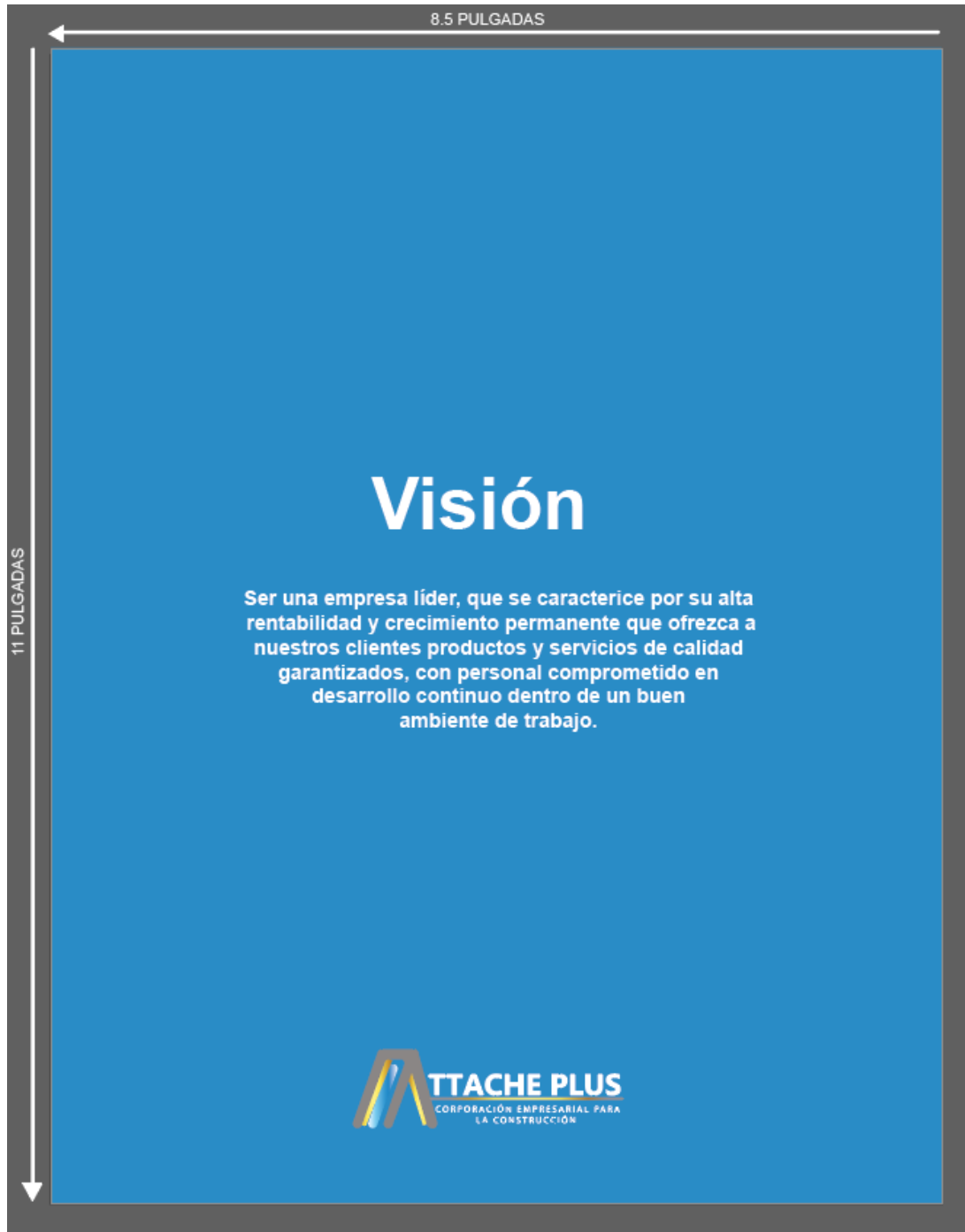
Pieza 3: Misión (8.5 x 11) Pulgadas

La misión esta conformada por un fondo de color azul acompañado del logotipo de la empresa, junto con el titulo y el texto informativo con la tipografía Arial Bold.



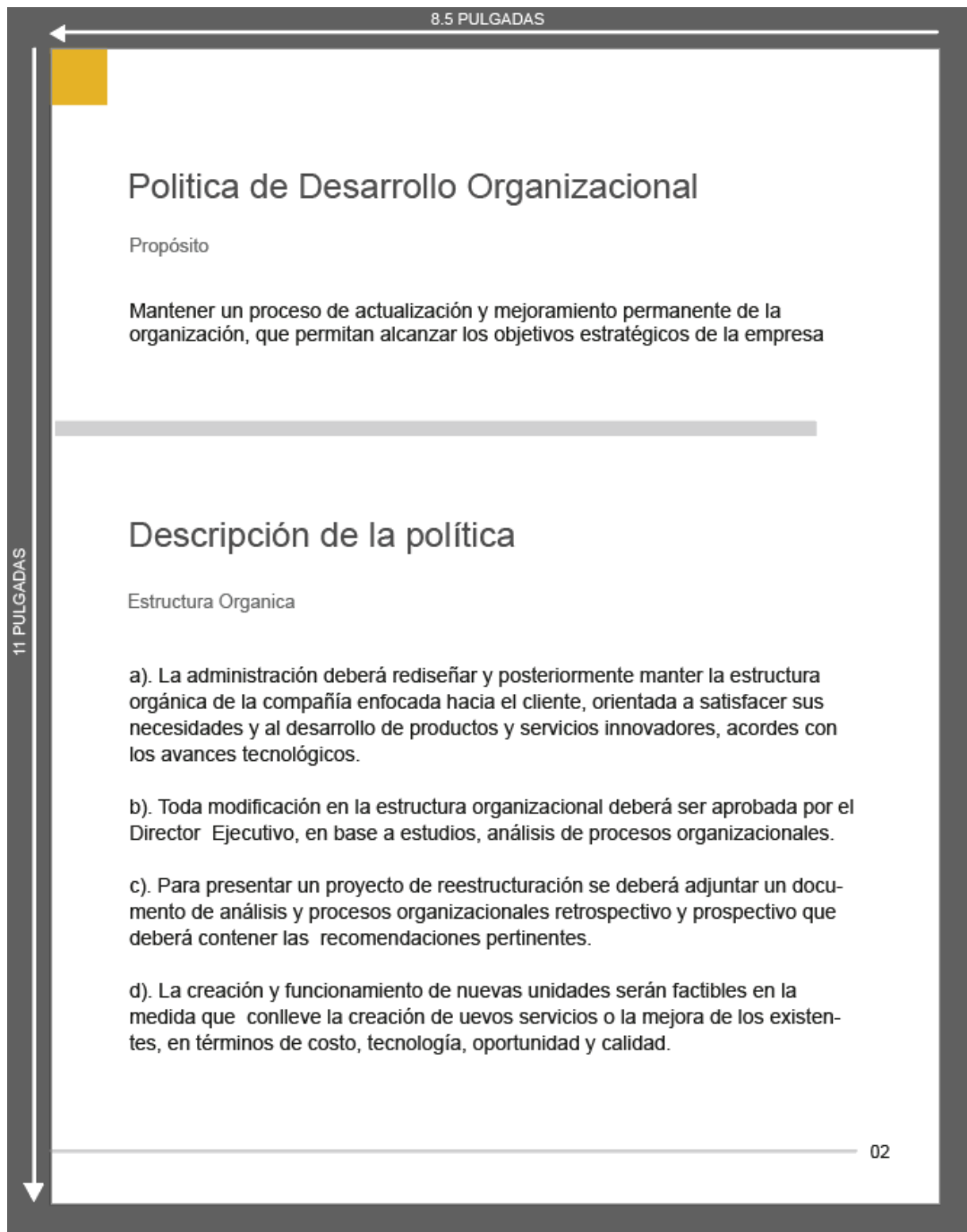
Pieza 4: Visión (8.5 x 11) Pulgadas

La visión está conformada por un fondo azul acompañado del logotipo de la empresa, junto con el título y el texto informativo con la tipografía Arial Bold



Pieza 5: Página Interior (8.5 x 11) Pulgadas

La pagina interior esta conformada por el titulo y el texto informativo con la tipografía Arial Regular, junto a los dos elemento graficos un cuadrado de color amarillo en parte superior izquierda y una linea divisora de color gris claro despues del proposito de la politica.



Pieza 6: Contraportada (8.5 x 11) Pulgadas

La contraportada esta conformada por el fondo de color azul acompañado del logotipo de la empresa, y la frase del proyecto con la tipografía Arial Regular.



CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de manual de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, para la Corporación Attache Plus, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizan de forma virtual a través de Google Forms para clientes, grupo objetivo y expertos.

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, al número (3) número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 20 personas divididas en tres grupos:

Clientes: Eliseo Lopez, Harriet Dabroy y Elly Marroquin

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, que aplican.

Nombre de experto 1. Mario Vásquez Licenciado en Administración de empresas, MBA

Nombre de experto 2. Manuel Monroy Licenciado en publicidad

Nombre de experto 3. Christian Rossell Ingeniero en Sistemas y ciencias de la computación

Nombre de experto 4. Antonio Gutiérrez Magíster en Docencia Universitaria

Nombre de experto 5. Aura Pérez Licenciada en Ciencias de la Comunicación

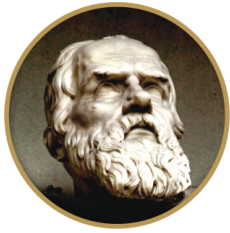
Grupo objetivo: Empleados dentro de la empresa, gerentes generales, diseñadores gráficos, arquitectos.

8.2 Método e instrumentos

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

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

8.2.1. Modelo de la encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
-FACOM-
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de manual de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, para la Corporación Attache Plus. Guatemala, Guatemala.

Antecedentes:

La Corporación Attache Plus, S.A, fue creada el año 2005 por Jaime Zamora, y actualmente se dedica principalmente a la construcción civil.

Al visitar la organización La Corporación Attache Plus se pudo observar que no cuenta con diseño de manual de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un manual de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, para la Corporación Attache Plus.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta de Diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, de la Corporación Attache Plus S.A., y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

¿Considera usted necesario diseñar un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia para promover y mejorar la comunicación interna de la empresa ?

SI ___ NO ___

¿Considera importante investigar conceptos y tendencias por medio de referencias bibliográficas y en sitios web que puedan respaldar de forma científica la propuesta del diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva?

SI ___ NO ___

¿Considera adecuado recopilar toda la información necesaria de la Corporación Attache Plus a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief para que sea integrado al diseño del manual digital y facilite la comunicación, para el departamento de gerencia?

SI ___ NO ___

¿Considera adecuado diagramar, un manual a través de distintas técnicas de diseño y brindar las normas de cómo debe ser utilizado y ser efectivo para el departamento de gerencia, de la Corporación Attache Plus?

SI ___ NO ___

Parte Semiológica:

¿Considera que los colores Azul, Blanco, Gris Claro, Gris Oscuro y Amarillo propuestos en el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva son ?

Muy formales ____ Poco formales ____ Nada formales ____

¿Considera que la tipografía “Arial Bold” utilizada en los títulos de las portadas es:

Muy estable ____ Poco estable ____ Nada estable ____

¿Considera que la tipografía “Arial Regular” utilizada en los textos del diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos es?

Muy legible ____ Poco legible ____ Nada legible ____

¿Considera que las figuras geométricas utilizadas como elementos gráficos en el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos denotan?

Mucha composición ____ Poca composición ____ Nada de composición ____

Considera que la diagramación del diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos denota

Mucha estabilidad ____ Poca estabilidad ____ Nada de estabilidad ____

Considera que el color Azul y Amarillo de las portadas del manual digital de políticas y procedimientos internos son:

Muy armoniosos ____ Poco armoniosos ____ Nada armoniosos ____

Parte Operativa:

Considera que el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos denota:

Mucho orden ____ Poco orden ____ Nada de orden ____

De acuerdo a la tendencia minimalista, ¿como considera el diseño de los elementos gráficos en la propuesta presentada?

Muy correcta ____ Poco correcta ____ Nada correcta ____

Considera que el tamaño de los elementos gráficos utilizados en la propuesta es:

Muy adecuado ____ Poco adecuado ____ Nada adecuado ____

Considera que el color Blanco de los elementos gráficos (Figuras Geométricas) utilizados en las portadas del manual de políticas y procedimientos internos es:

Muy llamativo ____ Poco llamativo ____ Nada llamativo ____

Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser visualizado en distintos dispositivos?

SI ____ NO ____

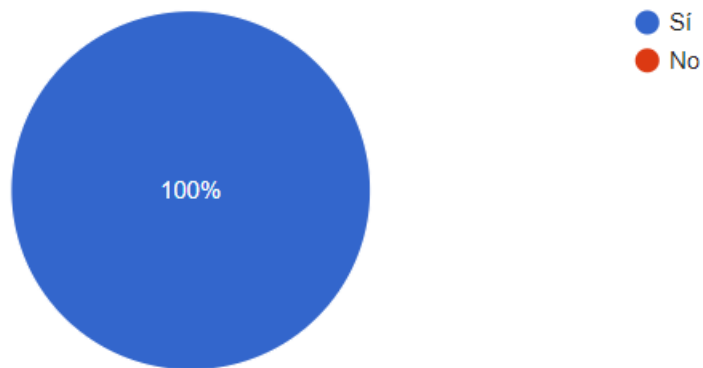
De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte Objetiva:

Pregunta: #1 ¿Considera usted necesario diseñar un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia para promover y mejorar la comunicación interna de la empresa ?

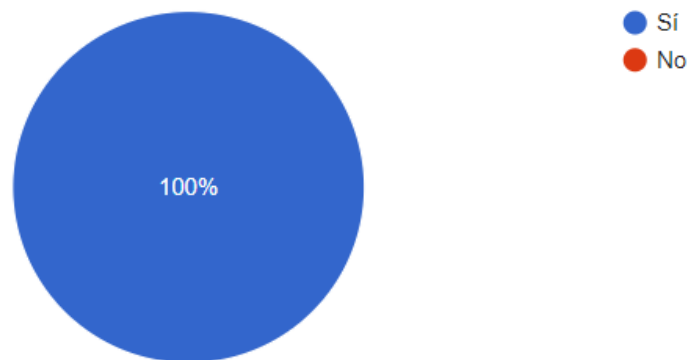
20 respuestas



Interpretación. El 100% de los encuestados considera que es necesario diseñar un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el objetivo general del proyecto si se cumple.

Pregunta: #2 ¿Considera adecuado recopilar toda la información necesaria de la Corporación Attache Plus a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief para que sea integrado al diseño del manual digital y facilite la comunicación, para el departamento de gerencia?

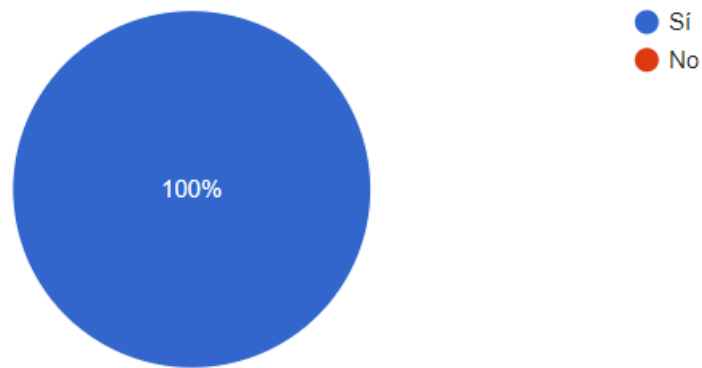
20 respuestas



Interpretación. El 100% de los encuestados considera que es necesario recopilar información acerca de la Corporación Attache Plus para diseñar un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el primer objetivo específico del proyecto sí se cumple.

Pregunta: #3 ¿Considera importante investigar conceptos y tendencias por medio de referencias bibliográficas y en sitios web que puedan respaldar de forma científica la propuesta del diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva?

20 respuestas

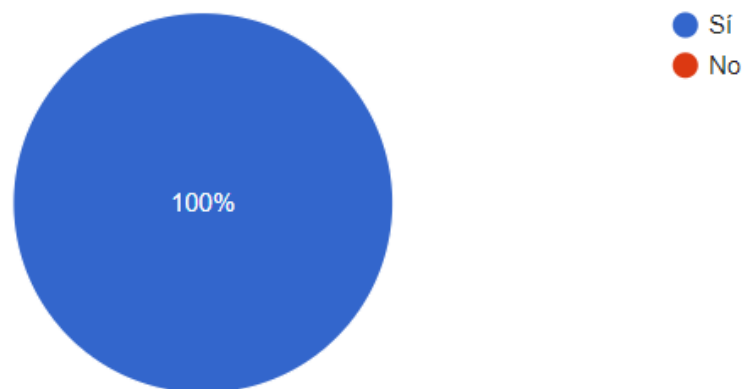


Interpretación. El 100% de los encuestados considera que es importante investigar los conceptos, tendencias y teorías de diseño de manuales, para la creación del diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el segundo objetivo específico del proyecto si se cumple.

Parte semiológica:

Pregunta: #4 ¿Considera adecuado diagramar, un manual digital a través de distintas técnicas de diseño y brindar las normas de cómo debe ser utilizado y ser efectivo para el departamento de gerencia, de la Corporación Attache Plus?

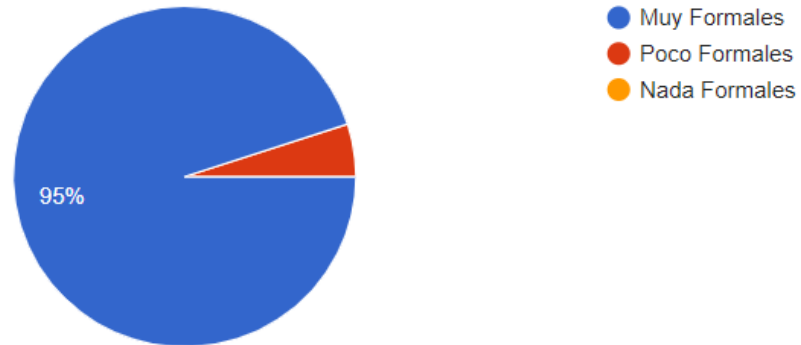
20 respuestas



Interpretación. El 100% de los encuestados considera que es necesario diagramar por medio de diferentes técnicas para diseñar un manual digital de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que el tercer objetivo específico del proyecto sí se cumple.

Pregunta: #5 ¿Considera que los colores Azul, Blanco, Gris Claro, Gris Oscuro y Amarillo propuestos en el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva son ?

20 respuestas



Interpretación. El 95% de los encuestados considera formales los colores propuestos en el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia , mientras que por otro lado el 5% restante considera poco formales los colores propuestos. Por consiguiente, esto demuestra que los colores propuestos en el diseño del manual sí son formales.

Pregunta: #6 ¿Considera que la tipografía “Arial Bold” utilizada en los títulos de las portadas es:

20 respuestas



Interpretación. El 100% de los encuestados considera muy estable la tipografía “Arial Bold” utilizada en los títulos de las portadas propuestas en el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia , mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%).

Pregunta: #7 ¿Considera que la tipografía “Arial Regular” utilizada en los textos del diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos es?

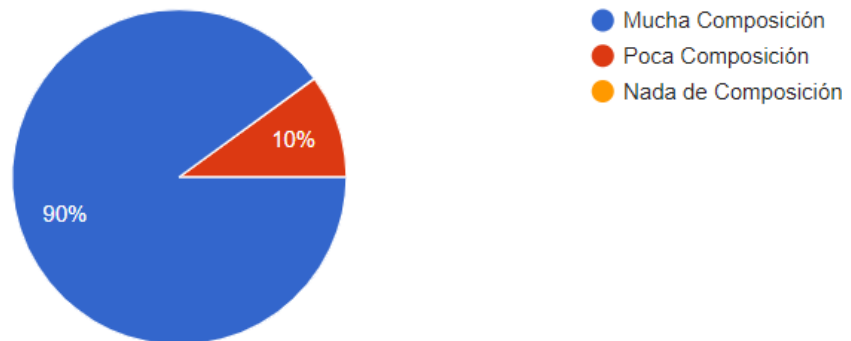
20 respuestas



Interpretación. El 100% de los encuestados considera muy legible la tipografía “Arial Regular” utilizada en los textos propuestos en el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%).

Pregunta: #8 ¿Considera que las figuras geométricas utilizadas como elementos gráficos en el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos denotan?

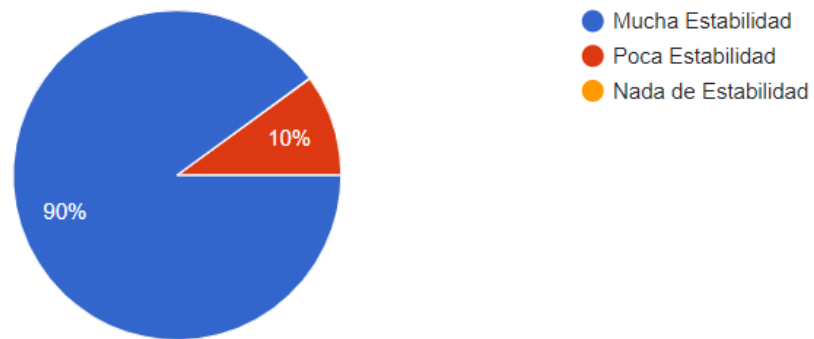
20 respuestas



Interpretación. El 90% de los encuestados considera que denota mucha composición las figuras geométricas utilizadas como elementos gráficos en el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que por otro lado el 10% restante considera que denota poca composición. Por consiguiente, esto demuestra que las figuras geométricas propuestas en el diseño del manual sí denotan composición.

Pregunta: #9 Considera que la diagramación del diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos denota

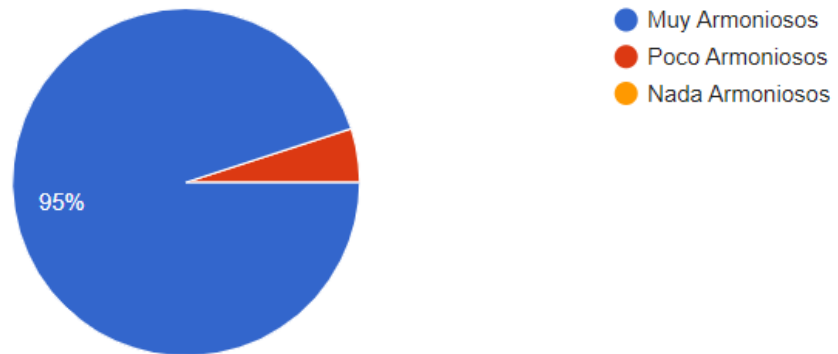
20 respuestas



Interpretación. El 90% de los encuestados considera que denota mucha estabilidad la diagramación del diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que por otro lado el 10% restante considera que denota poca estabilidad. Por consiguiente, esto demuestra que la diagramación propuesta en el diseño del manual sí denota estabilidad.

Pregunta: #10 Considera que el color Azul y Amarillo de las portadas del manual de políticas y procedimientos internos son:

20 respuestas



Interpretación. El 95% de los encuestados considera que son muy armoniosos los colores propuestos en las portadas del diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que por otro lado el 5% restante considera que son poco armoniosos. Por consiguiente, esto demuestra que los colores propuestos en las portadas del diseño del manual digital sí son armoniosos.

Parte Operativa:

Pregunta: #11 Considera que el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos denota:

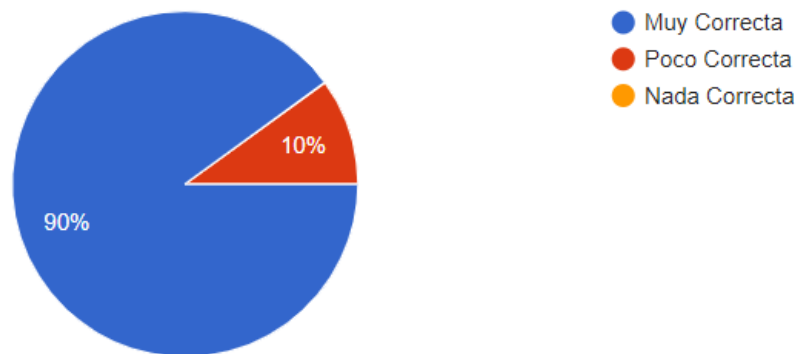
20 respuestas



Interpretación. El 100% de los encuestados considera que denota mucho orden el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%).

Pregunta: #12 De acuerdo a la tendencia minimalista, ¿como considera el diseño de los elementos gráficos en la propuesta presentada?

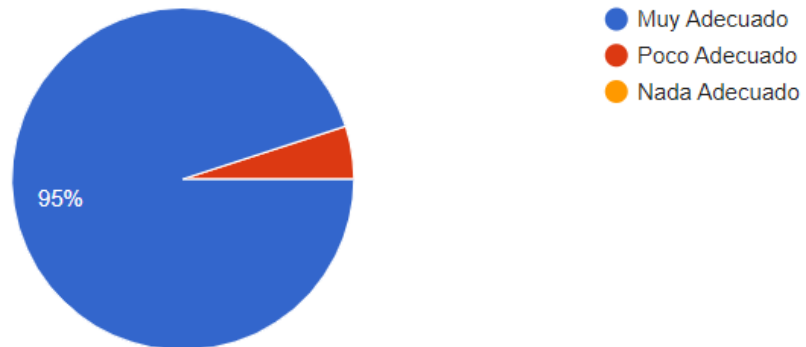
20 respuestas



Interpretación. El 90% de los encuestados considera muy correcta la tendencia minimalista en el diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que por otro lado el 10% restante considera poco correcta la tendencia minimalista. Por consiguiente, esto demuestra que la tendencia minimalista propuesta en el diseño del manual digital sí es correcta.

Pregunta: #13 Considera que el tamaño de los elementos gráficos utilizados en la propuesta es:

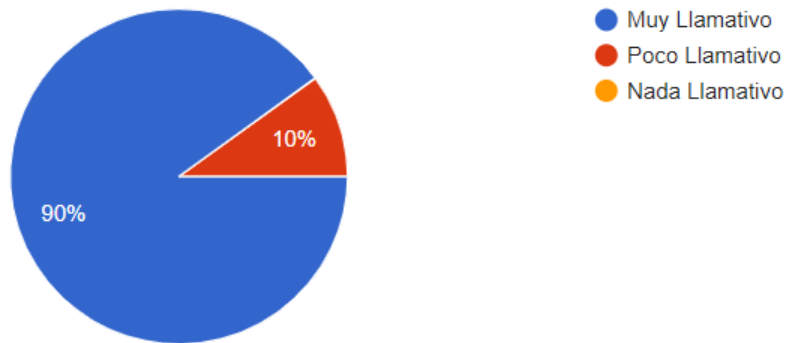
20 respuestas



Interpretación. El 95% de los encuestados considera muy adecuado el tamaño de los elementos gráficos utilizados en la propuesta del diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que por otro lado el 5% restante considera poco adecuado el tamaño de los elementos gráficos. Por consiguiente, esto demuestra que el tamaño de los elementos propuestos en el diseño del manual digital sí es adecuado.

Pregunta: #14 Considera que el color Blanco de los elementos gráficos (Figuras Geométricas) utilizados en las portadas del manual digital de políticas y procedimientos internos es:

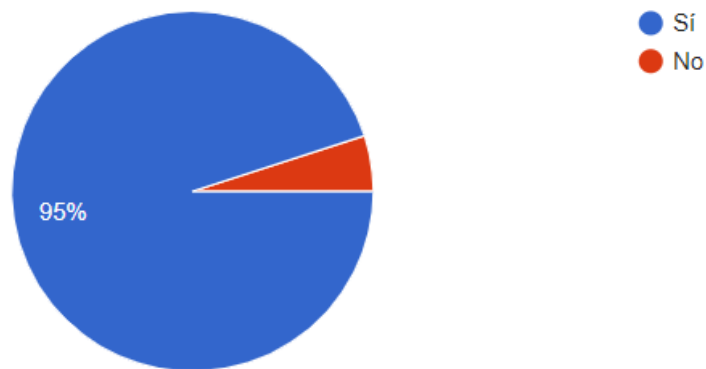
20 respuestas



Interpretación. El 90% de los encuestados considera muy adecuado el tamaño de los elementos gráficos utilizados en la propuesta del diseño del manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, mientras que por otro lado el 10% restante considera poco adecuado el tamaño de los elementos gráficos. Por consiguiente, esto demuestra que el color blanco de los elementos gráficos propuestos en el diseño del manual digital sí es llamativo.

Pregunta: #15 Según su criterio ¿El tamaño virtual de la propuesta es ideal para ser visualizado en distintos dispositivos?

20 respuestas



Interpretación. El 95% de los encuestados considera adecuado el tamaño virtual de la propuesta para ser visualizado en distintos dispositivos, mientras que por otro lado el 5% restante no considera adecuado el tamaño virtual de la propuesta para ser visualizado en distintos dispositivos. Por consiguiente, esto demuestra que el tamaño virtual propuesto en el diseño del manual digital sí es ideal para ser visualizado en distintos dispositivos.

8.4. Cambios a base a los resultados

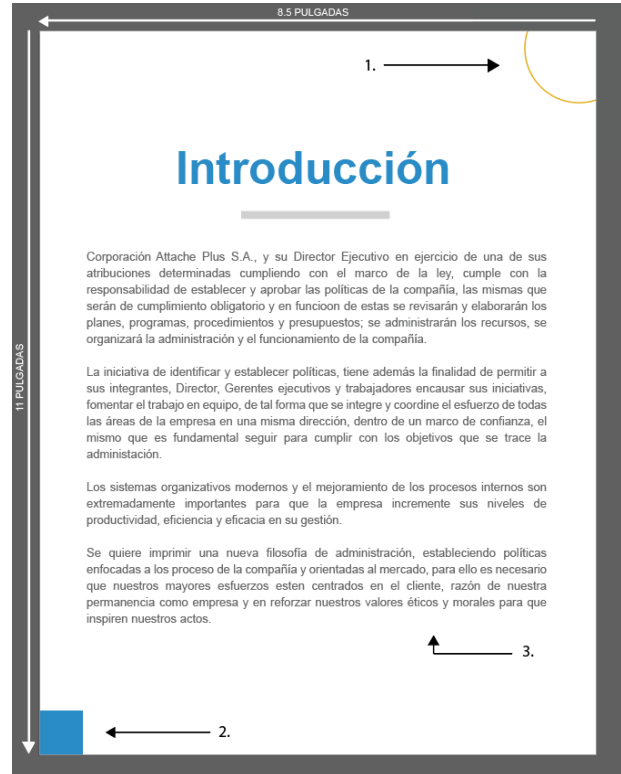
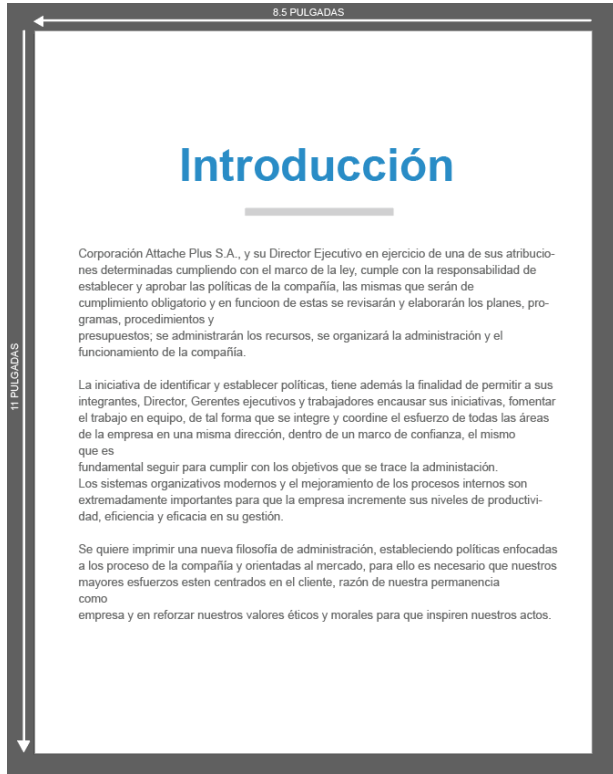
Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar el estilo de párrafo, a párrafo justificado para una mejor presentación y una mejor lectura.
- Es necesario cambiar el lugar de los títulos y subtítulos de las portadas más a la izquierda, ya que estos se encuentran posicionados a la orilla de la hoja del lado derecho.
- Es necesario cambiar el color de los títulos para que las páginas de contenido sean más atractivas .
- Es necesario agregar algunas figuras geométricas sin perder la formalidad, por lo tanto serán agregadas a la introducción y círculos al lado de los subtítulos en las páginas de contenido.

Cambios con base a los resultados

Antes

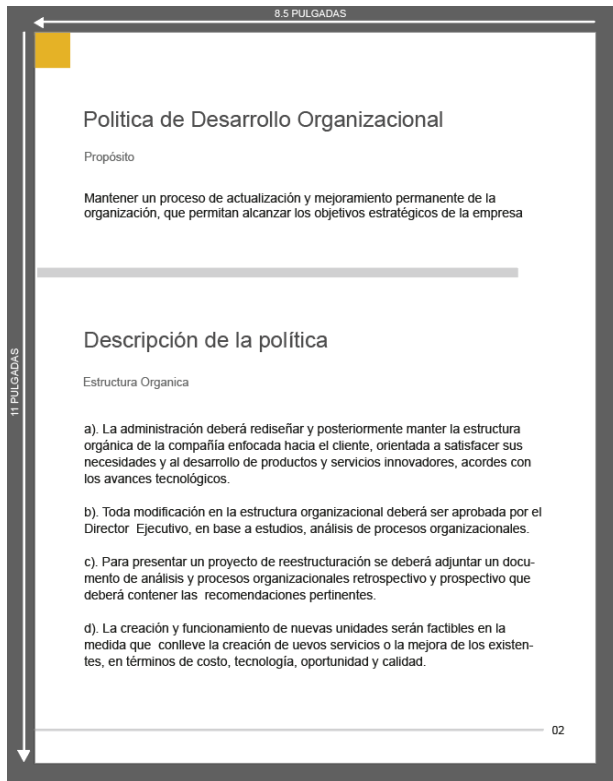
Después



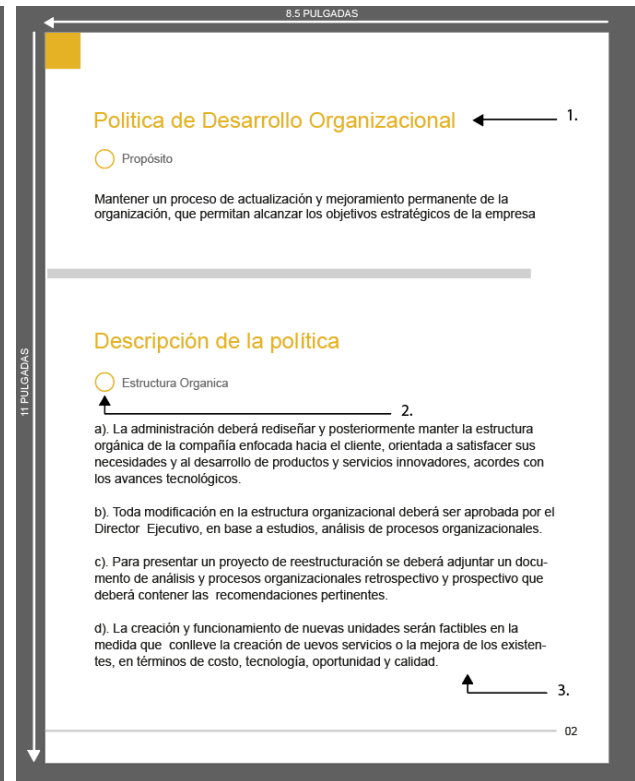
Justificación: Después de la validación, se determinó justificar el texto completo y agregar figuras geométricas a la página con la intención de hacerla más atractiva al momento de leer la información.

Cambios en base a los resultados

Antes



Después



Justificación: Después de la validación, se determinó justificar todos los textos de las páginas de contenido con la intención de proyectar orden y una mejor lectura, también agregar figuras geométricas sin perder la formalidad, por lo tanto se agregaron círculos al lado de cada subtítulo, y se cambió el color de los textos para que las páginas sean más llamativas al momento de leer.

Cambios en base a los resultados

Antes

Después



Justificación: Después de la validación, se determinó mover unos espacios hacia el lado izquierdo el título y los subtítulos con la intención de una mejor diagramación.

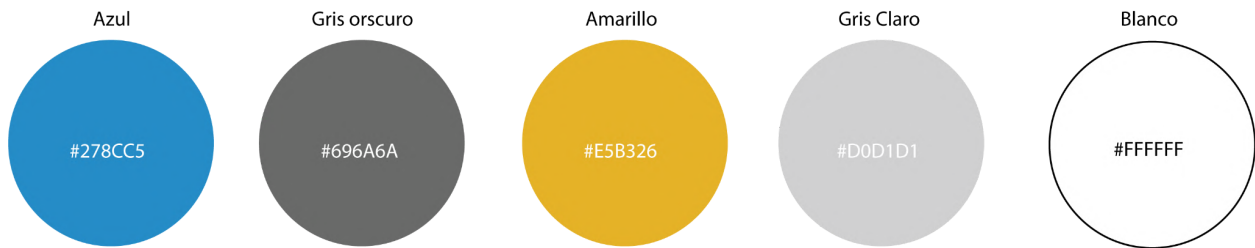
CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX Propuesta gráfica final

Posterior a realizar los cambios recomendados por los expertos, se obtuvo la propuesta gráfica final del Diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, de la Corporación Attache Plus.. En la propuesta gráfica final se definió un tamaño de 8.5 x 11 pulgadas. Dentro del diseño del proyecto se puede observar la paleta de colores azul, gris oscuro, amarillo, gris claro y blanco como elementos gráficos, y la fuente Arial Bold utilizada en los titulares de la portada principal y las portadas de contenido y los textos de las políticas y procedimientos con Arial Regular..

9.1 Datos Generales

9.1.1 Paleta de Colores. Los colores utilizados en el diseño de manual digital de políticas y procedimientos de la empresa, basado en los colores corporativos.



9.1.2 Tipografía. La familia tipográfica Arial, en los titulares de la portada principal y las portadas de contenido Arial Bold, y en los títulos de contenido y texto de información de las políticas y procedimientos Arial Regular.

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

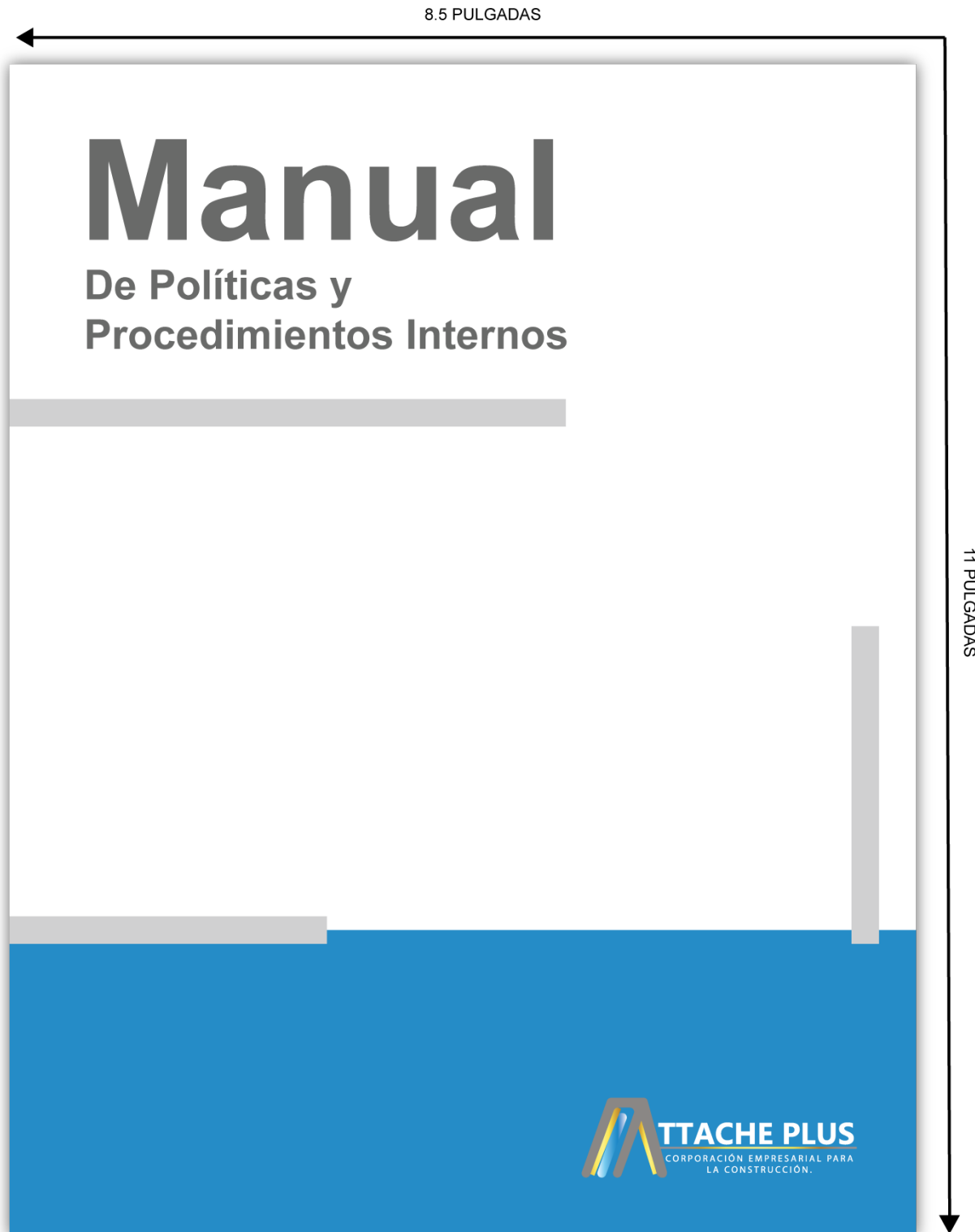
9.1.3 Elementos Gráficos. Cuadrados en las esquinas de las páginas, círculos al lado de cada título de las páginas de contenido, en la página de la introducción medio círculo en la esquina y triángulos y una barra divisoria en las portadas de las políticas.



9.1.4 Medidas. En el diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva se utiliza la medida de hoja carta 8.5x 11 pulgadas, el diseño esta estructura de forma vertical, es decir que se ocupa toda la página verticalmente con las políticas y los procedimientos, cada uno con su información.

9.1.5 Visualización del manual. El diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva de la Corporación Attache Plus S.A., puede ser visualizado en https://issuu.com/dleonardo/docs/t._dulce_1_final_manual

Pieza 1: Portada del Manual Digital de Políticas y Procedimientos Internos **8.5x11 pulgadas**



Pieza 2: Comodín de página **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

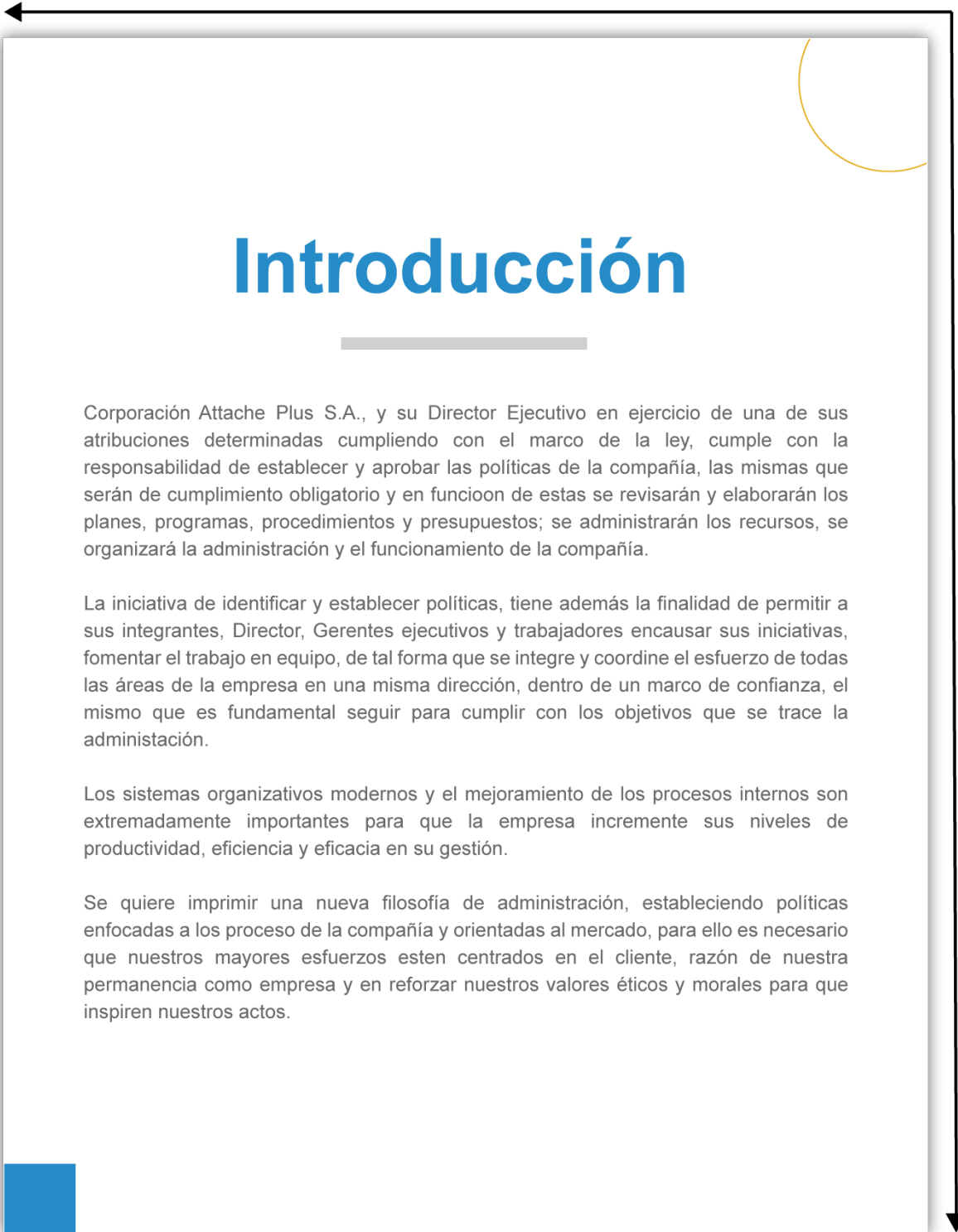
11 PULGADAS



ATTACHE PLUS

CORPORACIÓN EMPRESARIAL
PARA LA CONSTRUCCIÓN

8.5 PULGADAS



Introducción

Corporación Attache Plus S.A., y su Director Ejecutivo en ejercicio de una de sus atribuciones determinadas cumpliendo con el marco de la ley, cumple con la responsabilidad de establecer y aprobar las políticas de la compañía, las mismas que serán de cumplimiento obligatorio y en función de estas se revisarán y elaborarán los planes, programas, procedimientos y presupuestos; se administrarán los recursos, se organizará la administración y el funcionamiento de la compañía.

La iniciativa de identificar y establecer políticas, tiene además la finalidad de permitir a sus integrantes, Director, Gerentes ejecutivos y trabajadores encausar sus iniciativas, fomentar el trabajo en equipo, de tal forma que se integre y coordine el esfuerzo de todas las áreas de la empresa en una misma dirección, dentro de un marco de confianza, el mismo que es fundamental seguir para cumplir con los objetivos que se trace la administración.

Los sistemas organizativos modernos y el mejoramiento de los procesos internos son extremadamente importantes para que la empresa incremente sus niveles de productividad, eficiencia y eficacia en su gestión.

Se quiere imprimir una nueva filosofía de administración, estableciendo políticas enfocadas a los procesos de la compañía y orientadas al mercado, para ello es necesario que nuestros mayores esfuerzos estén centrados en el cliente, razón de nuestra permanencia como empresa y en reforzar nuestros valores éticos y morales para que inspiren nuestros actos.

11 PULGADAS


Pieza 4: Misión de la Corporación Attache Plus S.A. **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

11 PULGADAS

Misión

Somos una empresa desarrolladora de proyectos inmobiliarios integrales. Brindamos asesoría e innovación para la ejecución de proyectos, cubriendo los requerimientos de nuestros clientes.




ATTACHE PLUS
CORPORACIÓN EMPRESARIAL PARA
LA CONSTRUCCIÓN.

Pieza 5: Visión de la Corporación Attache Plus S.A **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Visión

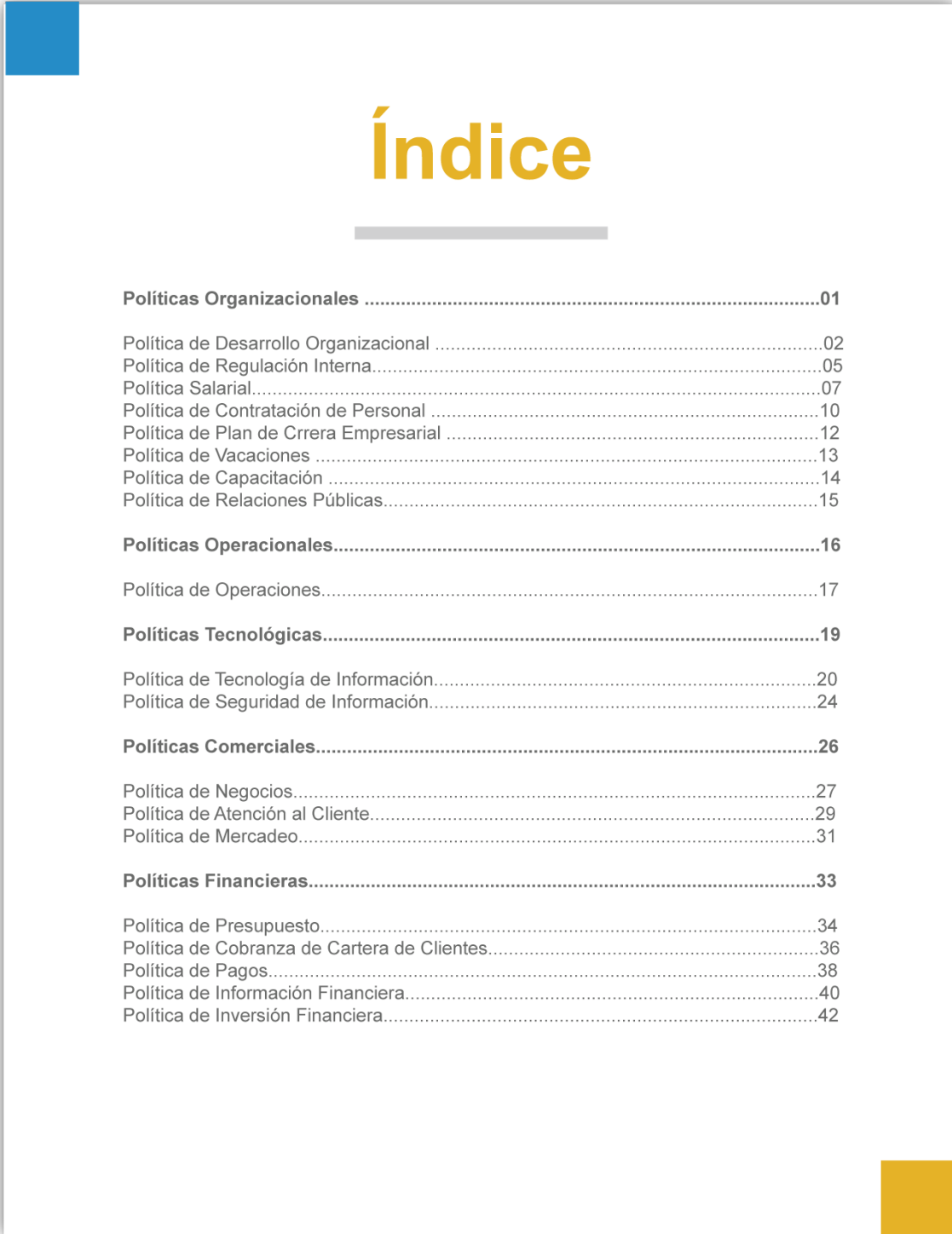
Ser una empresa líder, que se caracterice por su alta rentabilidad y crecimiento permanente que ofrezca a nuestros clientes productos y servicios de calidad garantizados, con personal comprometido en desarrollo continuo dentro de un buen ambiente de trabajo.



11 PULGADAS

Pieza 6: Índice del Manual **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS



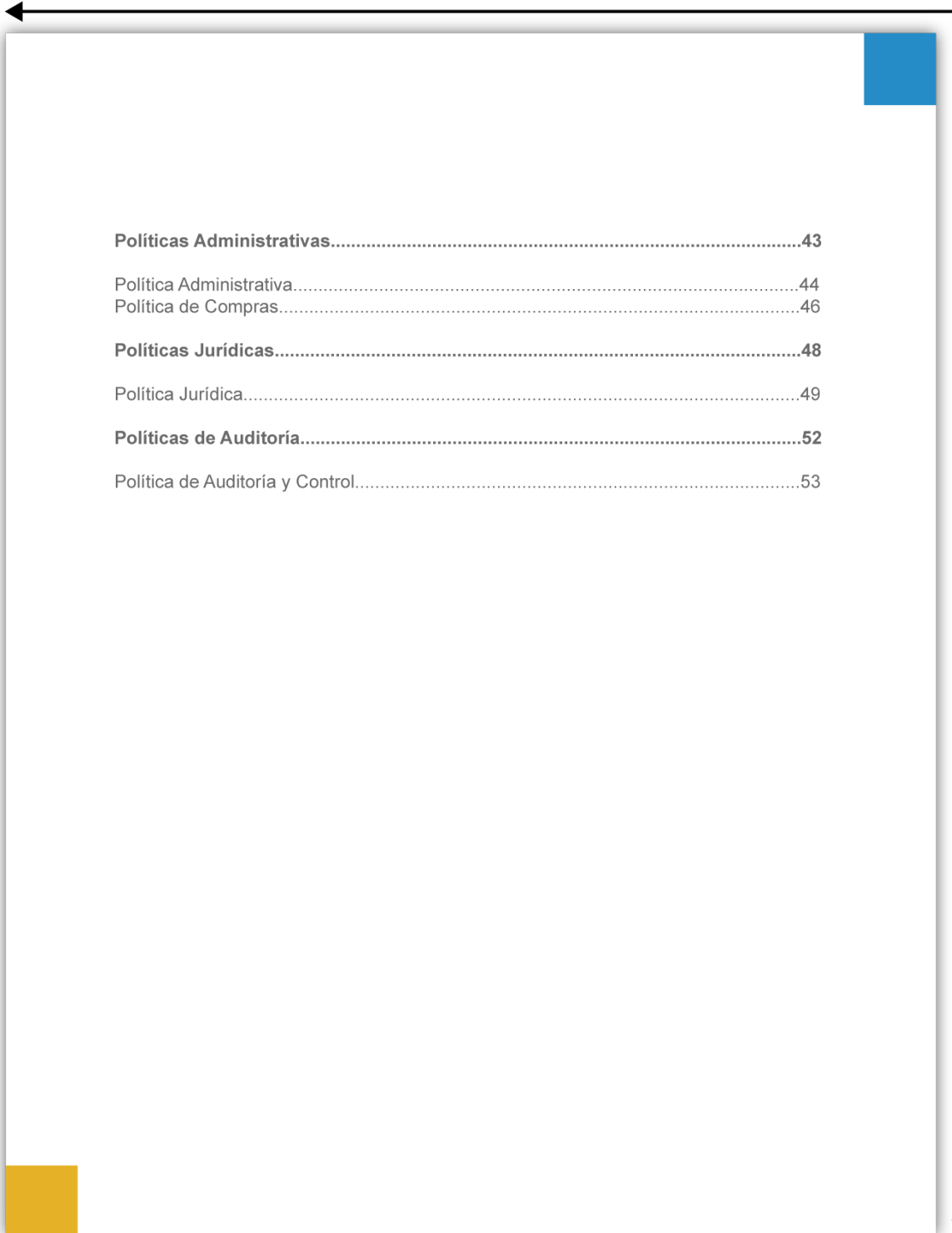
Índice

Políticas Organizacionales	01
Política de Desarrollo Organizacional	02
Política de Regulación Interna.....	05
Política Salarial.....	07
Política de Contratación de Personal	10
Política de Plan de Carrera Empresarial	12
Política de Vacaciones	13
Política de Capacitación	14
Política de Relaciones Públicas.....	15
Políticas Operacionales.....	16
Política de Operaciones.....	17
Políticas Tecnológicas.....	19
Política de Tecnología de Información.....	20
Política de Seguridad de Información.....	24
Políticas Comerciales.....	26
Política de Negocios.....	27
Política de Atención al Cliente.....	29
Política de Mercadeo.....	31
Políticas Financieras.....	33
Política de Presupuesto.....	34
Política de Cobranza de Cartera de Clientes.....	36
Política de Pagos.....	38
Política de Información Financiera.....	40
Política de Inversión Financiera.....	42

11 PULGADAS

Pieza 7: Continuación del Índice del Manual **8.5x11 pulgadas**

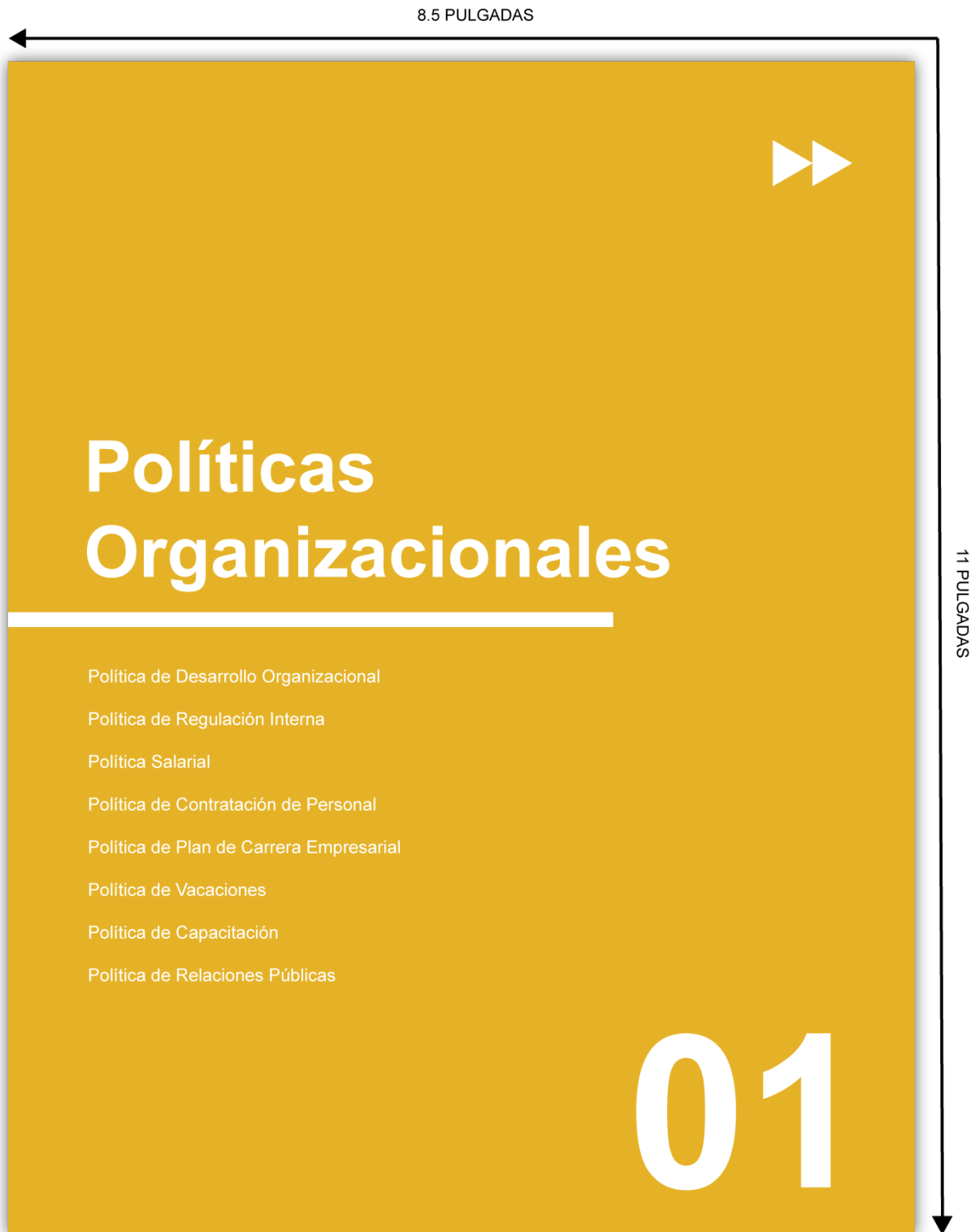
8.5 PULGADAS



Políticas Administrativas.....	43
Política Administrativa.....	44
Política de Compras.....	46
Políticas Jurídicas.....	48
Política Jurídica.....	49
Políticas de Auditoría.....	52
Política de Auditoría y Control.....	53

11 PULGADAS

Pieza 8: Portada de las Políticas Organizacionales **8.5x11 pulgadas**



Pieza 9: Contenido de la Política de Desarrollo Organizacional **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Politica de Desarrollo Organizacional

○ Propósito

Mantener un proceso de actualización y mejoramiento permanente de la organización, que permitan alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa

Descripción de la política

○ Estructura Organica

a). La administración deberá rediseñar y posteriormente manter la estructura orgánica de la compañía enfocada hacia el cliente, orientada a satisfacer sus necesidades y al desarrollo de productos y servicios innovadores, acordes con los avances tecnológicos.

b). Toda modificación en la estructura organizacional deberá ser aprobada por el Director Ejecutivo, en base a estudios, análisis de procesos organizacionales.

c). Para presentar un proyecto de reestructuración se deberá adjuntar un documento de análisis y procesos organizacionales retrospectivo y prospectivo que deberá contener las recomendaciones pertinentes.

d). La creación y funcionamiento de nuevas unidades serán factibles en la medida que conlleve la creación de uevos servicios o la mejora de los existentes, en términos de costo, tecnología, oportunidad y calidad.

02

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

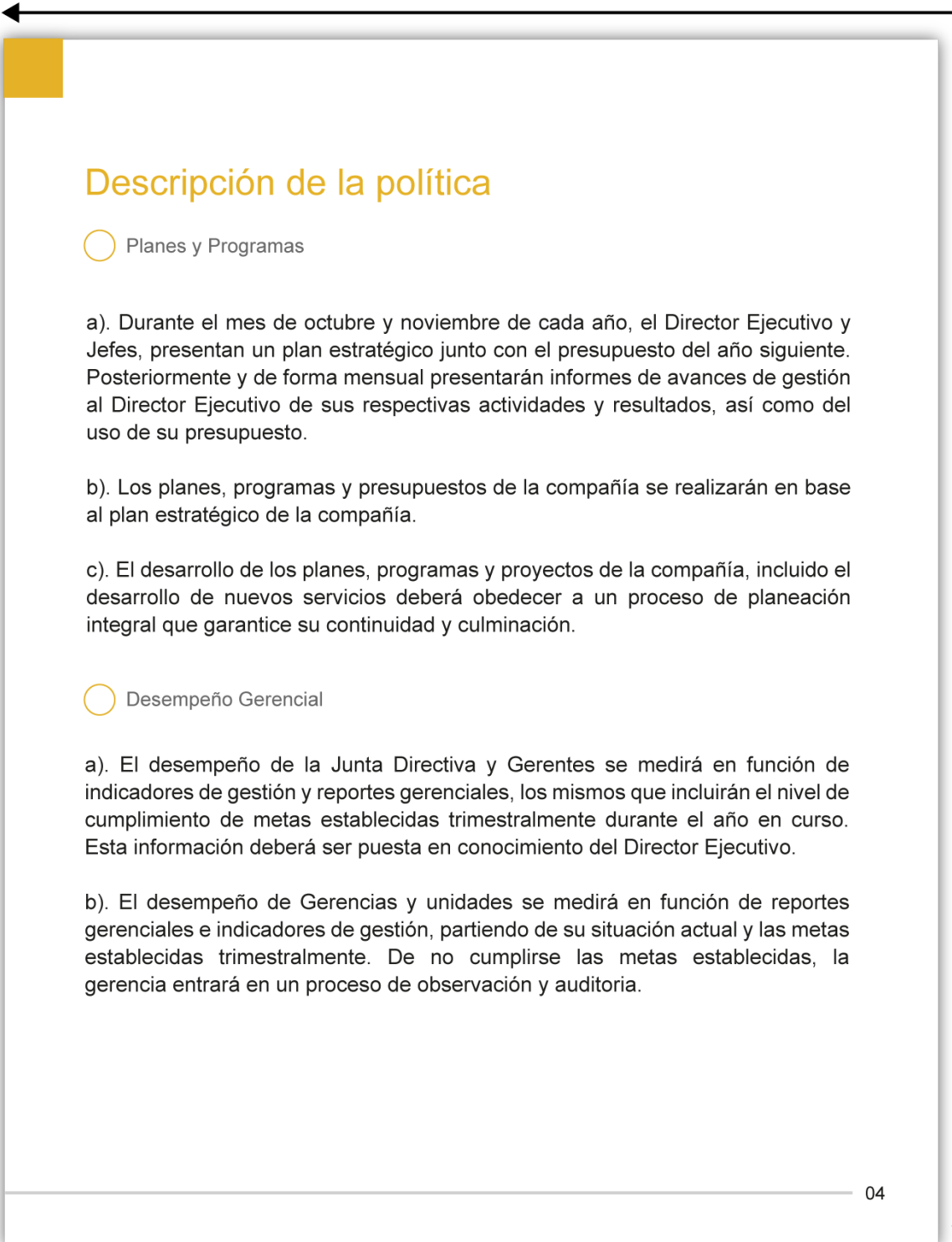
○ Organización

- a). La organización centralizará las sucursales y agencias, estas tendrán sus propias áreas de apoyo. La asignación de los recursos se realizará en función de la demanda y productividad. Cada jefatura de sucursal es responsable de sus decisiones y rendirá cuentas a Dirección y Gerencia Central.
- b). La organización deberá contar con un manual de procesos y procedimientos que permita a los administradores enfocarse en la ejecución del plan estratégico y del análisis competitivo del entorno.
- c). Los altos mandos de la organización deberán proponer a la administración de la compañía la implementación de nuevas tecnologías con altos estándares de seguridad, que permitan el desarrollo de las actividades de manera eficiente.

○ Procesos y Proyectos

- a). Las unidades operativas de la organización deberán guardar relación con los procesos que realizan, evitando duplicidad de funciones y atribuciones independientemente de la especialización, cada proceso deberá contar con un responsable (**dueño del proceso**) que será quien responda por la eficiencia y eficacia del proceso.
- b). Mediante la disposición Administrativa se nominara a los jefes de proyectos, quienes tendrán todo el apoyo de Gerencias. También podrá crear comisiones (**equipos de trabajo**) de manera temporal, para la resolución de los asuntos específicos, en todos los casos definirá los miembros, el responsable y unidades participantes, sus propósitos, funciones a desarrollar, tiempo de funcionamiento y resultados a lograr,

8.5 PULGADAS



Descripción de la política

○ Planes y Programas

a). Durante el mes de octubre y noviembre de cada año, el Director Ejecutivo y Jefes, presentan un plan estratégico junto con el presupuesto del año siguiente. Posteriormente y de forma mensual presentarán informes de avances de gestión al Director Ejecutivo de sus respectivas actividades y resultados, así como del uso de su presupuesto.

b). Los planes, programas y presupuestos de la compañía se realizarán en base al plan estratégico de la compañía.

c). El desarrollo de los planes, programas y proyectos de la compañía, incluido el desarrollo de nuevos servicios deberá obedecer a un proceso de planeación integral que garantice su continuidad y culminación.

○ Desempeño Gerencial

a). El desempeño de la Junta Directiva y Gerentes se medirá en función de indicadores de gestión y reportes gerenciales, los mismos que incluirán el nivel de cumplimiento de metas establecidas trimestralmente durante el año en curso. Esta información deberá ser puesta en conocimiento del Director Ejecutivo.

b). El desempeño de Gerencias y unidades se medirá en función de reportes gerenciales e indicadores de gestión, partiendo de su situación actual y las metas establecidas trimestralmente. De no cumplirse las metas establecidas, la gerencia entrará en un proceso de observación y auditoría.

04

11 PULGADAS

Pieza 12: Contenido de la Política de Regulación Interna **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Regulación Interna

○ Propósito

Ordenar y difundir todas las normas y procedimientos internos establecidos por la compañía.

Descripción de la política

○ Regulación Interna

- Es política de Corporación Attache Plus, S.A. mantener informados a sus colaboradores sobre las políticas, reglamentos, normas, procesos, estructura y procedimientos para que todo el personal tenga plenamente identificado cual es su rol dentro de la organización, su relación con todas las áreas, y como ejecutar sus funciones de acuerdo a los procesos y procedimientos vigentes.
- Se deben hacer públicos los documentos organizacionales aprobados para que los usuarios dispongan de todos aquellos que les son necesarios.
- Los Gerentes, son responsables de que en su área operativa, se documenten sus principales actividades y procesos, ya que tienen la autoridad para organizar, controlar, ejecutar y asegurar el cumplimiento de las funciones.
- El Gerente de área y Director Ejecutivo debe asegurar que los manuales de procedimientos sean revisados y actualizados anualmente.

05

11 PULGADAS

Pieza 13: Continuación de la Política de Regulación Interna **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

○ Regulación Interna

e). La elaboración de documentos relacionados con los procesos, estructura y reglamentos será dirigida por Gerencia de cada departamento en conjunto con las áreas involucradas en el tema objeto de documentación.

f). Una vez concluida la elaboración de nuevos documentos relacionados con los procesos, estructura, y reglamentos, Gerencia de cada departamento se encargara de su presentación con el Director Ejecutivo.

06

11 PULGADAS

Pieza 14: Contenido de la Política Salarial **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política Salarial

○ Propósito

Crear un sistema de remuneración ordenado, equitativo para la organización y para los empleados, que motive eficazmente el trabajo productivo y el cumplimiento de los objetivos y metas de la compañía.

Descripción de la política

○ Salarial

- a). El sistema de remuneración obedecerá a un modelo internacionalmente aceptado y su valoración estará de acuerdo con el mercado laboral local según la línea de servicios.
- b). El cumplimiento del sistema se normará en base a un reglamento de aplicación escalafonario que será aprobado por el Director Ejecutivo.
- c). Se procurará establecer un sistema de remuneración variable en función del cumplimiento de objetivos y metas.
- d). Los incrementos salariales se realizarán únicamente como consecuencia de la evaluación del desempeño y la situación financiera de la empresa, se exceptúan las disposiciones gubernamentales y legales aplicables a la compañía. A excepción de que se llegue a un acuerdo con la dos partes que están involucradas (**patrón/colaborador**).

07

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

Salarial.

e). Todo requerimiento de pago de horas extras y viáticos deberá obedecer a una programación de trabajo previamente establecida y en función de su costo beneficio; deberá ser autorizado por los superiores a cargo del proyecto y equipo de trabajo.

f). El empleador dará una remuneración económica a cambio de los servicios del empleado según lo siguiente:

1. Salario Base: El mismo se define según las funciones del puesto.
2. Bonificación Incentivo: Decretado por la ley, su valor es de Q250.00
3. Bonificación por Productividad: Es variable según las metas que sean alcanzadas, puede ser desde Q1.00 hasta Q1,000.00 durante el mes.
(Si el puesto lo aplica)
4. Bonificación por Venta: Es variable según las metas alcanzadas de ventas en el mes. **(Si el puesto lo aplica)**

g). El pago de la remuneración se establece de la siguiente manera:

1. Pago por trabajo por día: El empleado es contratado temporalmente, **(debe presentar su cv hoja de vida, documento de identificación personal y firmar contrato temporal de acuerdo)**, y su pago será ejecutado el día viernes de la siguiente semana, deberá presentar su reporte de labores semanal, firmado y autorizado por el encargado del proyecto y administración.

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

○ Salarial.

2. Pago de Planilla: El empleado es contratado de forma indefinida, su pago se ejecuta por mes, presentando un informe a gerencia de sus labores realizadas en el mes, firmado y autorizado por administración. El monto de pago depende de la negociación que se estableció al momento de la contratación.

Goza de las prestaciones y beneficios establecidos por la ley (**Bono decreto, bono 14, aguinaldo, vacaciones**), según el código de trabajo artículos 42-92.

No se cuenta con una indemnización universal según común acuerdo, a excepción de la negociación con el Director.

h). Los empleados están sometidos a un horario laboral establecido por la ley, según lo siguiente:

1. Jornada Diurna: Horario de Lunes a Viernes de 8:00 am a 5:00 pm. Eventualmente días sábados (**8:00 am a 1:00 pm**) si se requiere.
2. Horas extras: Si es requerido por los proyectos, los empleados (**operarios**) trabajarán horas extras no excediendo un máximo de 12 horas al día según el **artículo 122 del código de trabajo**.

i). Los empleados son sometidos a condiciones y a horarios especiales de trabajo, a fin de mantener su salud y bienestar en buenas condiciones.

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Política de Selección y Contratación de Personal

○ Propósito

Establecer las normas aplicables a las actividades de selección y contratación del recurso humano que permita escoger personas idóneas, que se ajusten a los requerimientos de la Compañía y a los perfiles establecidos para alcanzar sus objetivos estratégicos.

Descripción de la política

○ Selección y Contratación de Personal

a). Todo proceso de selección de personal se iniciará con la elaboración Correspondiente del requerimiento de personal, el mismo debe ser aprobado por el Director Ejecutivo y Gerencia del área. Aplica para todos los casos de vacantes, reemplazos y creación de nuevos puestos.

b). En el caso de que se genere una vacante en la jerarquía de puestos, se dará preferencia al personal estable de la Compañía, debe ajustarse al perfil del cargo, mediante un proceso de selección interno. En caso no exista personal que no cumpla con el perfil requerido, se convocará de forma externa el reclutamiento.

c). No se contratará personal que no haya cumplido el proceso de selección.

d). Para la incorporación de personal en los niveles de Coordinaciones, Gerencias y Jefaturas, el área de recursos humanos con Gerencia confirmará la existencia del cargo dentro del organigrama aprobado

10

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

○ Selección y Contratación de Personal

e). La contratación de personal nuevo puede efectuarse bajo la modalidad de contrato por horas, tercerizados o indefinidos.

f). En todo contrato de trabajo se establecerá la obligatoriedad de que vencido el plazo de convenio, el empleado se comprometa a no ingresar a su área de trabajo sin autorización por parte de Administración o el Director Ejecutivo.

g). Los modelos de contrato de trabajo a utilizarse en la empresa deberán previamente ser aprobados por el Director Ejecutivo.

h). La selección del candidato a ser contratado constituye responsabilidad exclusiva del Gerente del área respectiva, quien tomará su decisión en base a la información provista por el proceso de selección.

i). No se aceptarán reingresos de ex empleados o trabajadores a la Compañía, que hayan salido de la empresa por:

1. Falta grave (**Robo, corrupción, divulgación de información, acoso, entre otros**).
2. Despido de Director Ejecutivo.
3. Jubilados
4. Sindicatos

j). Es la razón de despido o sanción por escrito la difamación de la empresa o el personal que la compone, según el artículo 77 del código de trabajo.

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Política de Plan de Carrera Empresarial

○ Propósito

Establecer los criterios y normas que permitan optimizar el desarrollo del recurso humano dentro de la Corporación Attache Plus, S.A. de acuerdo con sus competencias laborales y profesionales, con relación a las necesidades y estructuras funcionales de la Compañía.

Descripción de la política

○ Plan de Carrera Empresarial

a). La ruta de desarrollo de los empleados es horizontal y vertical, por lo que se involucrará al personal en los diferentes puestos y cargos del mismo nivel ocupacional, para favorecer el enriquecimiento de sus competencias profesionales, generando así las bases más sólidas y amplias para el desempeño futuro de quienes sean promovidos.

b). Las promociones o ascensos se otorgan cuando las necesidades y estructuras de la Compañía se cumplan con los perfiles de los trabajadores que sean demostrado alto desempeño y potencial para posiciones de mayor responsabilidad, cumplan los requisitos académicos y experiencia exigidos en el nuevo cargo.

c). El área administrativa, por medio de Gerencia y Jefes efectuará un programa de evaluación de desempeño al menos una vez al año, tendrá relación directa con el grado de cumplimiento de los objetivos organizacionales. Este programa funcionará como base para las promociones y ascensos.

12

11 PULGADAS

Pieza 20: Contenido de la Política de Vacaciones **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Vacaciones

Propósito

Establecer la directriz que administración deberá utilizar para planificar las vacaciones de sus trabajadores, con la finalidad de propiciar su descanso anual, asegurando que la ausencia temporal del empleado no cause inconvenientes al normal desarrollo de actividades.

Descripción de la política

Vacaciones

a). El goce de vacaciones se establece en el mes de diciembre para todos los empleados, a partir de la fecha 15 hasta la primera semana de Enero, cumpliendo con los 15 días hábiles establecidos por la ley, según el **artículo 130 del código de trabajo**.

b). Si el empleado no puede gozar de sus vacaciones en el mes de diciembre, el jefe inmediato del área y el trabajador deberán acordar una nueva fecha de goce de las mismas y comunicarlo a administración. Se deben solicitar con 1 mes de anticipación con el formato autorizado

c). En casos de requerimiento extremo que no pueda gozar de sus vacaciones el empleado, deberá ser plenamente justificado por el Jefe inmediato, se podrá compensar en dinero las vacaciones no gozadas hasta por 2 periodos consecutivos.

13

11 PULGADAS

Pieza 21: Contenido de la Política de Capacitación **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Capacitación

○ Propósito

Establecer directrices para desarrollar competencias laborales en sus trabajadores, que contribuyan a conseguir los objetivos organizacionales y la satisfacción de nuestro clientes.

Descripción de la política

○ Capacitación

a). Todo nuevo empleado recibirá inducción por parte de la Administración y capacitaciones según el puesto las requiera.

b). El plan anual de capacitaciones deberá ser sustentado y presentado por la Gerencia administrativa, en base al plan estratégico de la compañía y la detección de necesidades y realidades de la compañía.

c). Administración debe capacitar junto con el Jefe del área de trabajo a la mayor cantidad posible de empleados, en un proceso continuo, priorizando los objetivos estratégicos de la compañía.

d). Las capacitaciones deberán ser otorgadas en consideración a las actividades que realice el trabajador y las necesidades de actualización del área, para que pueda mejorar su desempeño.

14

11 PULGADAS

Pieza 22: Contenido de la Política de Relaciones Públicas **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Relaciones Públicas

○ Propósito

Mejorar la imagen corporativa ante nuestros clientes, proveedores y ciudadanía en general.

Descripción de la política

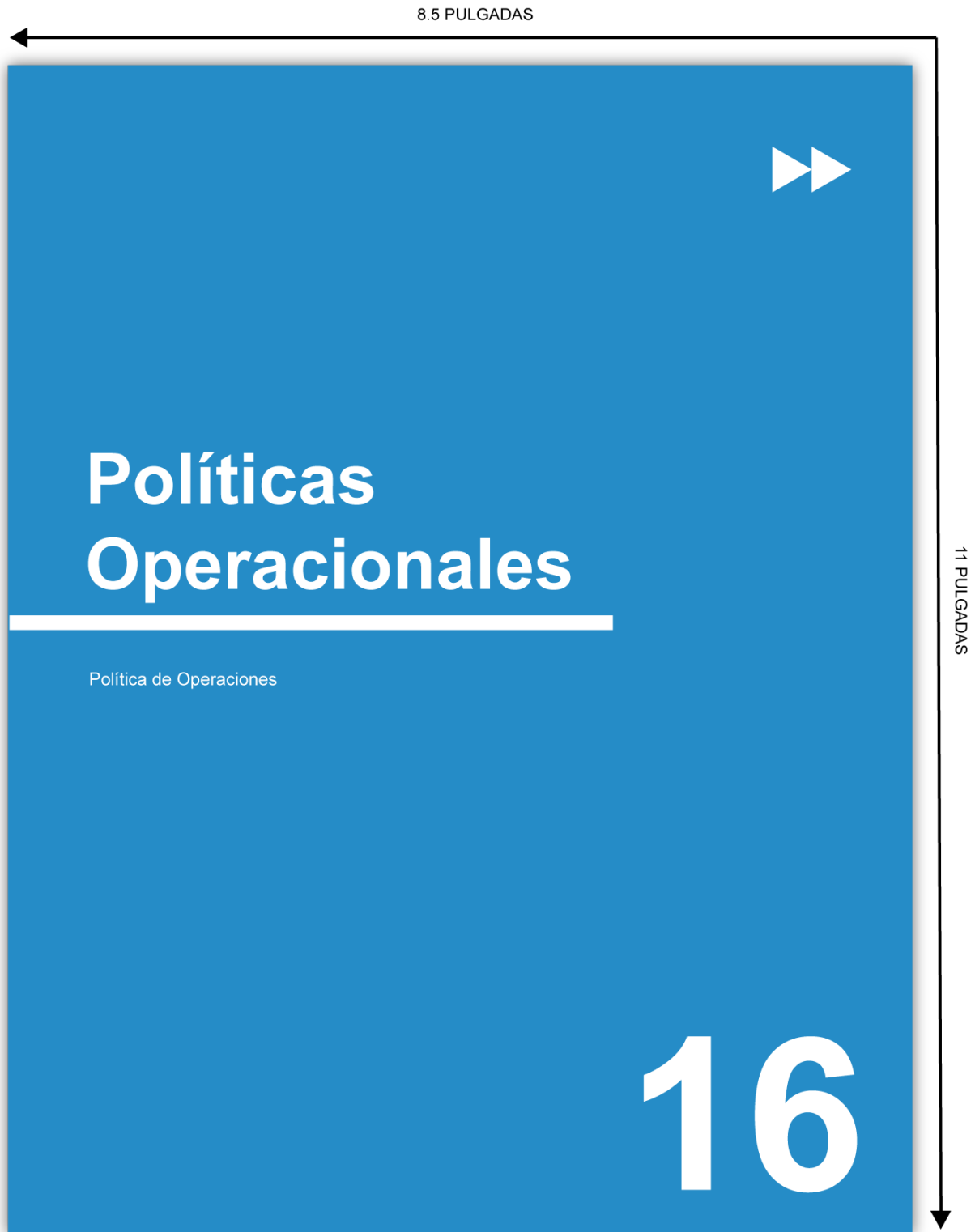
○ Relaciones Públicas

- a). Todos los empleados deberán respetar la imagen corporativa de la empresa en todos los niveles de la jerarquía.
- b). El cliente deberá tener la razón siempre y cuando todo sea realizado en lo establecido.
- c). La administración implementará un programa de comunicación corporativa que difunda los planes de ejecución, las metas y objetivos alcanzados.
- d). El vocero de la empresa será el Director Ejecutivo o Administración, en caso de considerarlo necesario, podrá designar un delegado.

15

11 PULGADAS

Pieza 23: Portada de las Políticas Operacionales **8.5x11 pulgadas**



Pieza 24: Contenido de la Política de Operaciones **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Operaciones

Propósito

Normar las actividades del área de operaciones, dentro de los lineamientos establecidos en el Plan Estratégico, para cumplir los objetivos de la corporación.

Descripción de la política

Operaciones

- a). Las actividades técnicas se deberán programar de acuerdo con lo establecido en el plan operativo del área y en su presupuesto.
- b). Realizar todo trabajo asignado con excelencia, se debe cumplir para la ejecución de los proyectos con lo siguiente: Puntualidad, responsabilidad, lealtad, honradez, comunicación, esmero, dedicación, esfuerzo, compromiso, entre otras.
- c). La administración implementará un programa de comunicación corporativa que difunda los planes de ejecución, las metas y objetivos alcanzados.
- d). El vocero de la empresa será el Director Ejecutivo o Administración, en caso de considerarlo necesario, podrá designar un delegado.

17

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

The diagram shows a page layout with a blue square in the top-left corner. A horizontal arrow above the page indicates a width of 8.5 PULGADAS. A vertical arrow on the right side indicates a height of 11 PULGADAS. The page content includes a section header 'Descripción de la política', a sub-section 'Operaciones', and three bullet points (e, f, g) describing operational policies. A horizontal line is at the bottom of the page content area, with the number 18 positioned to its right.

Descripción de la política

○ Operaciones

e). La ingeniería y desarrollo de los proyectos del área deberán ejecutarse en base a las normas establecidas por la ley, así como las que establece la empresa, cumpliendo con altos estándares de calidad.

f). Los informes técnicos en los que se fundamente la ejecución de los proyectos, deberán identificar con claridad los justificativos para la elaboración de los mismos. La omisión de este requerimiento imposibilitará la continuación de los mismos.

g). El incumplimiento de los contratos de los proyectos y cronogramas será razón de sanciones administrativas o posible despido justificado.

11 PULGADAS

Pieza 26: Portada de las Políticas Tecnológicas **8.5x11 pulgadas**



Pieza 27: Contenido de la Política de Tecnología de Información **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Tecnología de Información

○ Propósito

Normar el servicio interno de procesamiento de información a fin de apoyar la mejora y optimización de la eficiencia y productividad empresarial.

Descripción de la política

○ Tecnología de Información

a). El área de informática es una entidad de servicio interno a la empresa, es decir que sus clientes constituyen todos y cada uno de los miembros de la Compañía.

b). Esta área se constituye por la especialista de la infraestructura informática de la empresa. Todas las funciones informáticas que actualmente están dispersas en otras regiones del país, deberán unificarse y coordinarse a central con el departamento de operaciones.

c). La información recolectada a diario debe ser estrictamente controlada y no manipulada, con el fin de mantener el control de la información corporativa.

20

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

Tecnología de Información

d). El equipo electrónico de propiedad de la empresa brindado al personal debe ser entregado en las condiciones adecuadas que se recibió, al momento del retiro de la corporación, de lo contrario deberá hacer efectivo al pago 100% del precio en el mercado, con opción a pago al contado o debitado de su sueldo.

Infraestructura de Hardware

a). El área de informática tiene la responsabilidad de controlar y llevar un inventario detallado de la infraestructura de hardware de la empresa, este control se llevará tanto para la infraestructura centralizada corporativa y regionales, como para la infraestructura del usuario final interno.

b). El área de informática es el ente autorizado para definir los estándares a considerar en la adquisición de activos informáticos.

c). El mantenimiento técnico preventivo de todos los activos de infraestructura de tecnología de información de la compañía, deberá ser realizado por el área de informática.

d). Los activos informáticos de misión crítica (**servidores, equipos de comunicación, entre otros**) deberán estar ubicados en áreas que cumplan con los requerimientos de seguridad física, condiciones ambientales (**aire acondicionado, control de humedad, entre otros**) apropiados, alimentación eléctrica controlada y regulada, servicio de energía eléctrica interrumpida, detección y alarmas contra incendios, entre otros.

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

○ Infraestructura de Software Corporativo

- a). El área de informática tiene la responsabilidad de controlar y llevar un inventario detallado del software instalado en la infraestructura de hardware de la empresa. Este control se llevará tanto para la infraestructura centralizada corporativa, como para la infraestructura de usuario final interno.
- b). Todo software instalado en la empresa deberá estar debidamente licenciado.
- c). El área de informática deberá de cotizar y realizar contratos de licenciamiento de software a nivel corporativo, obteniendo las mejores condiciones económicas para la compañía.

○ Custodia y Tendencia de Activos Informativos

- a). Los activos informáticos corporativos y centralizados serán custodiados por el área de informática.
- b). Los activos informáticos de usuario final (**PC's, monitores, teclados, impresoras, laptops, celulares o cualquier otro dispositivo electrónico**) serán custodiados por el empleado encargado de su operación.
- c). Los custodios deberán ser empleados regulares de la empresa, a quienes se asignan los activos informáticos y son responsables de su buen uso e integridad
- d). La asignación de equipos informáticos a usuarios la hace el área de Gerencia junto con informática, en base a los requerimientos que reciba de las diferentes áreas de la empresa. Una vez que un activo informático ha sido asignado a un usuario, no puede ser asignado a ningún otro usuario el mismo equipo

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

- Software Antivirus, Anti- Spam, Detecciones de Intrusos

a). Será responsabilidad del área de informática el mantener activo, vigentes sus licencias y actualizado todo el software de protección tal como antivirus, anti-spam, detección de intrusos, entre otros, que protejan las instalaciones y activos informáticos de Corporación Attache Plus, S.A.

23

11 PULGADAS

Pieza 31: Contenido de la Política de Seguridad de la Información **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Seguridad de la Información

○ Propósito

Proteger la información estratégica de la Compañía y normar sus niveles de acceso y confidencialidad.

Descripción de la política

○ Seguridad de la Información

a). El tratamiento de la información y documentación estratégica y confidencial debe contar con todos los aspectos de seguridad, para que el manejo de la misma se realice de forma segura, para que nuestros competidores y otras personas ajenas no tengan acceso a nuestras actividades de negocios.

b). Los dueños de la información serán los responsables de verificar que existan procedimientos y procesos de seguridad para asegurar el manejo y la integridad de la información que reside en medios de almacenamiento o documentos físicos.

c). El uso de los recursos de la compañía deben ser destinados exclusivamente para fines empresariales.

d). Toda información crítica que viaje a través de un ambiente público, debe ser previamente analizada con los riesgos que se corren y si es necesario debe ser encriptada

24

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

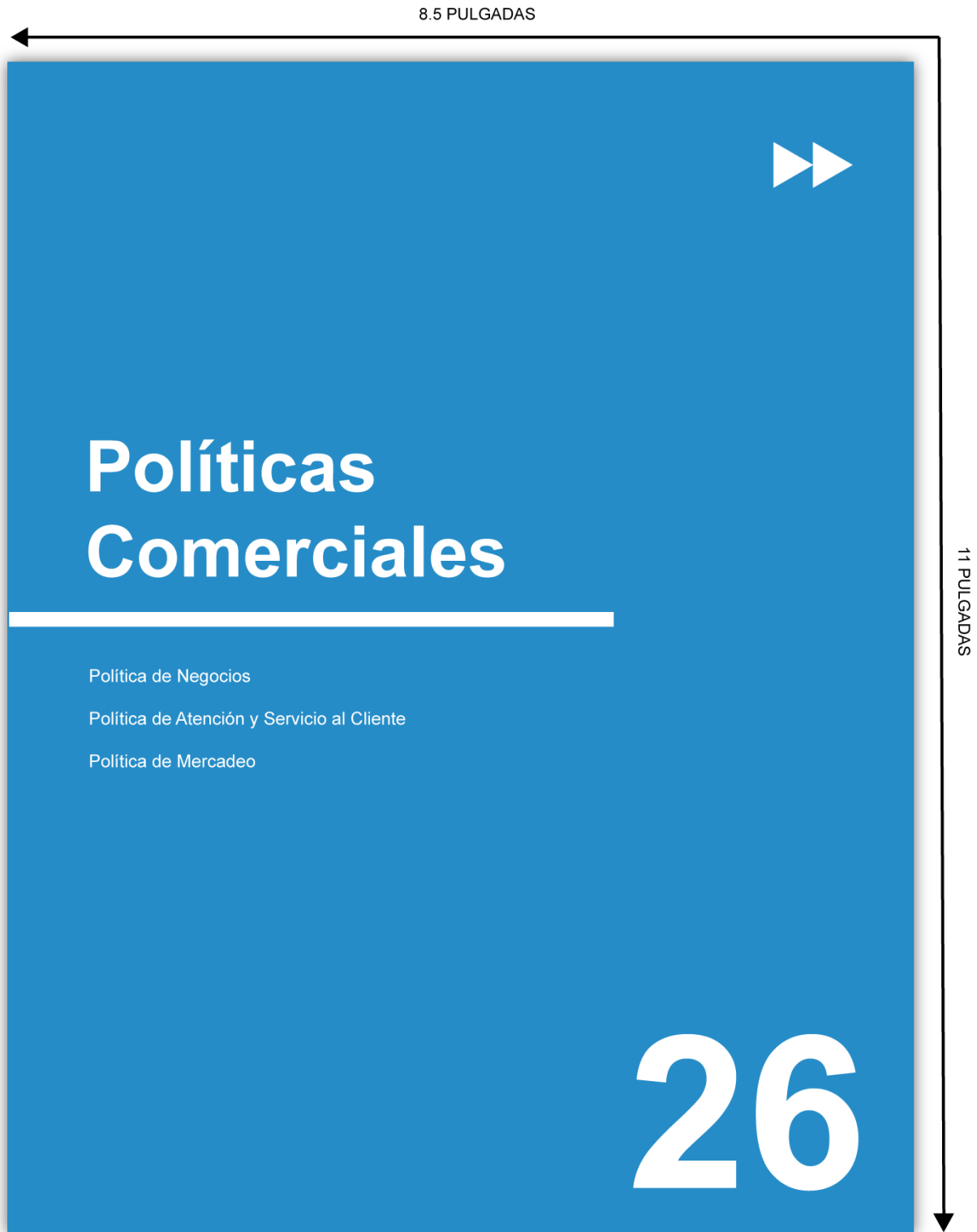
Descripción de la política

Tecnología de Información

- e). Todos los empleados que utilicen equipos de computo y manejen información de la empresa deben ser confidenciales con el manejo de la misma, no divulgar los datos o documentos empresariales.
- f). Se deben aplicar buenas prácticas y estándares sobre el manejo seguro de datos.
- g). Todos los contratos para los nuevos empleados deben incluir una cláusula de confidencialidad.
- h). Se debe cumplir estrictamente el artículo 63 inciso **(g)** del código de trabajo respecto a la confidencialidad de la información de la empresa.
- i). Al no cumplirse con algún punto de las políticas establecidas anteriormente, será objeto de sanción grave y si el caso lo amerita se aplicarán procesos legales.

11 PULGADAS

Pieza 33: Portada de las Políticas Comerciales **8.5x11 pulgadas**



Pieza 34: Contenido de la Política de Negocios 8.5x11 pulgadas

8.5 PULGADAS

Política de Negocios

Propósito

Optimizar los recursos de la compañía, maximizando la rentabilidad y fomentando la innovación en productos y servicios para su correspondiente comercialización.

Descripción de la política

Nuevos Productos y Servicios

a). La administración de Corporación Attache Plus, S.A, priorizará los proyectos orientados a incrementar el valor de la compañía, manteniendo en lo posible la rentabilidad de los segmentos de negocios tradicionales y fomentando el desarrollo de nuevos productos y/o servicios, importando o exportando al mercado internacional que permitan ampliar su cartera de ingresos.

b). La Corporación Attache Plus, ofrecerá comercialmente productos y servicios según las unidades de negocio. Comercialización definirá los aspectos técnicos, seguridad, operativos, comerciales, legales y financieros, estas relaciones estarán enmarcadas en acuerdos de negocios con los clientes.

c). Se podrá comercializar todas las unidades de negocio que ofrece la corporación a través de la modalidad de llamadas telefónicas, vía correo electrónico, social media o relación directa con el cliente.

27

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

Orientación al Cliente

a). Brindar especial atención y prioridad a los clientes, sean estos no corporativos o corporativos, cuya faacturación y recaudación generen el mayor porcentaje de ingresos a la compañía.

b). Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el **SERVICIO DE CALIDAD**; nuestro punto más importante está enfocado en la satisfacción del cliente.

c). Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberá conocer los procedimientos a fin de orientarlos, manteniendo un comportamiento ético.

Productos y Servicios Tradicionales

a). Comercialización es el área responsable de los procesos de pre-venta y post-venta de todos los productos y servicios que la compañía posee.

b). Para la obtención de los productos y servicios adicionales, el cliente deberá estar al día en sus pagos, salvo excepciones estratégicas que deberán ser aprobadas por el Director Ejecutivo, Gerencia de Comercializacion y Gerencia Administrativa Financiera.

28

11 PULGADAS

Pieza 36: Contenido de la Política de Atención y Servicio al Cliente **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

11 PULGADAS

Política de Atención y Servicio al Cliente

○ Propósito

Crear, estructurar e implantar una eficaz y eficiente gestión de Servicio al Cliente, que estimule y apalanque el desarrollo y crecimiento de la identidad corporativa y cultura de servicio dirigida al cliente.

Descripción de la política

○ Atención y Servicio al Cliente

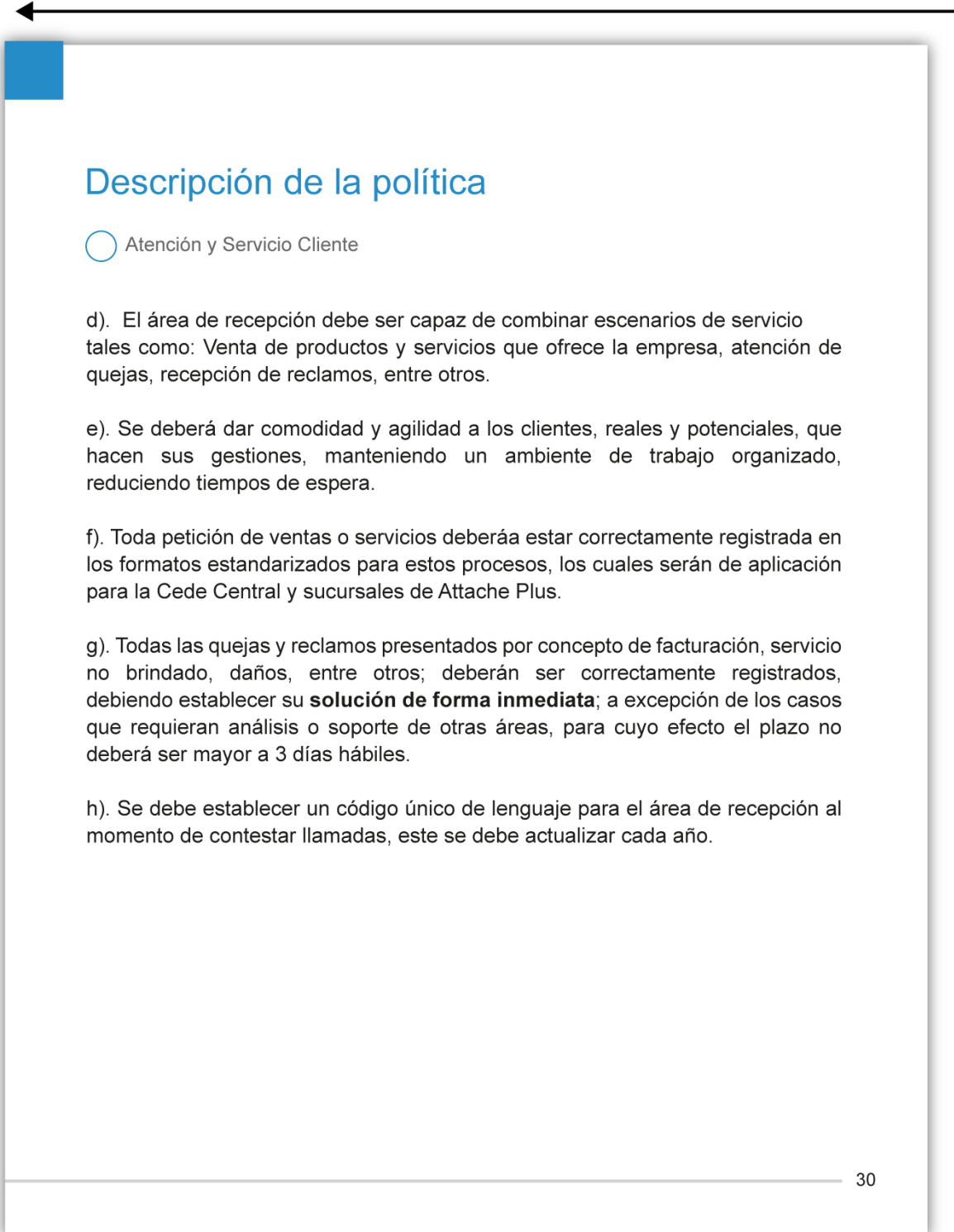
a). La atención y servicio al cliente, serán acciones de alta prioridad y de carácter estratégico. La administración deberá asegurarse de que la organización esté orientada a servir con efectividad al cliente, sea este interno o externo, utilizando normas de cortesía, amabilidad y cordialidad.

b). Cede central y sucursales en la región, son los principales responsables de la atención al cliente y deberán estar enfocados a dirigir sus acciones hacia un servicio de carácter integral cuyo principal objetivo sea la satisfacción del cliente.

c). Todo el personal debe estar capacitado para atender cualquier necesidad del cliente, simplificando los procesos y la eficiencia de las operaciones.

29

8.5 PULGADAS



The diagram shows a page layout with a blue square in the top-left corner. A horizontal arrow at the top indicates a width of 8.5 PULGADAS. A vertical arrow on the right indicates a height of 11 PULGADAS. The page content is contained within a white rectangular area with a thin border.

Descripción de la política

Atención y Servicio Cliente

d). El área de recepción debe ser capaz de combinar escenarios de servicio tales como: Venta de productos y servicios que ofrece la empresa, atención de quejas, recepción de reclamos, entre otros.

e). Se deberá dar comodidad y agilidad a los clientes, reales y potenciales, que hacen sus gestiones, manteniendo un ambiente de trabajo organizado, reduciendo tiempos de espera.

f). Toda petición de ventas o servicios deberá estar correctamente registrada en los formatos estandarizados para estos procesos, los cuales serán de aplicación para la Cede Central y sucursales de Attache Plus.

g). Todas las quejas y reclamos presentados por concepto de facturación, servicio no brindado, daños, entre otros; deberán ser correctamente registrados, debiendo establecer su **solución de forma inmediata**; a excepción de los casos que requieran análisis o soporte de otras áreas, para cuyo efecto el plazo no deberá ser mayor a 3 días hábiles.

h). Se debe establecer un código único de lenguaje para el área de recepción al momento de contestar llamadas, este se debe actualizar cada año.

11 PULGADAS

Pieza 38: Contenido de la Política de Mercadeo **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Mercadeo

Propósito

Comunicar, persuadir y recordar al cliente sobre los distintos productos y servicios disponibles.

Descripción de la política

Mercadeo

a). La comercialización potenciará el área de mercadeo, de tal forma que se constituya en la base sobre la cual se sustentan los actuales y futuros productos y servicios de la compañía, su posicionamiento e imagen corporativa.

b). El marketing de la Corporación Attache Plus, S.A. debe ser focalizado, con una orientación hacia el fomento del consumo de los diferentes productos y servicios que la corporación ofrece o planea ofrecer.

c). La compañía podrá explorar la publicidad en los distintos productos y servicios, siempre y cuando no atente contra la moral ciudadana, imagen e intereses de la empresa, para lo cual la Gerencia Administrativa, Gerencia de Comercialización y Dirección Ejecutiva deberán establecer las condiciones comerciales y operativas.

31

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

Mercadeo

d). La planificación de mercadeo orientará su plan de marketing en función de los objetivos empresariales y del entorno competitivo del mercado de sus productos y/o servicios.

e). La administración procurará justificadamente que el manejo promocional y publicitario se lo haga a través de Agencias de Publicidad de reconocido prestigio en Guatemala.

f). Las ideas centrales de las campañas publicitarias serán preparadas por la Corporación Attache Plus, S.A, junto con el equipo de mercadeo.

g). Toda campaña publicitaria y promoción tendrán correspondencia con la estrategia comercial de la empresa y su plan estratégico. Siempre que cuenten con un sustento técnico relativo al impacto publicitario y su análisis costo-beneficio.

h). La administración de mercadeo y publicidad deberá establecer tarifas referenciales por pauta publicitaria, previas a la realización de la orden de trabajo, contrato o acuerdo.

i). Todo contrato u orden de trabajo publicitario deberá ser archivado por Gerencia de Comercialización.

j). Los contratos u órdenes de trabajo publicitario deberán tener claramente identificados al administrador y fiscalizador del mismo.

11 PULGADAS

Pieza 40: Portada de las Políticas Financieras **8.5x11 pulgadas**



Pieza 41: Contenido de la Política de Presupuesto **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Presupuesto

○ Propósito

Establecer el presupuesto como una herramienta de decisión que le permita a la empresa planificar y optimizar el uso de los recursos financieros, para desarrollar sus actividades, establecer bases de operación sólidas y contar con los elementos de apoyo que le permitan medir el grado de esfuerzo y cumplimiento que cada unidad tiene para el logro de metas fijadas por la administración.

Descripción de la política

○ Presupuesto

a). La elaboración del presupuesto para el año siguiente deberá iniciarse en el mes de Octubre, cada departamento con sus Gerencias elaborará sus presupuestos individuales y estos se consolidarán en un presupuesto global, el cual se presentará para aprobación del Director Ejecutivo a más tardar a finales del mes de Noviembre del año corriente.

b). Los estados financieros proyectados y flujos de caja son parte integrante del presupuesto.

c). Los ingresos se presupuestarán de manera conservadora y los incrementos estarán debidamente justificados.

d). Se deberá contar con un plan de negocios actualizado para la implementación de alternativas comerciales que permitan generar los ingresos presupuestados.

34

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

○ Presupuesto

e). Las cifras que los presupuestos contengan no se aceptarán sin análisis previo del área responsable y a su vez se adjuntarán los debidos soportes y premisas utilizadas para la elaboración de los presupuestos de cada gerencia.

f). El propósito de la inversión se califica en función de: Reducción de costos, mejoramiento y expansión de productos y servicios existentes, expansión de nuevos productos y servicios e incremento de ingresos.

g). Los proyectos generaados deberán incluir la evaluación financiera aceptable para su aprobación.

h). Los Gerentes y Jefes de sucursales serán los responsables de la elaboración y administración del presupuesto que le corresponde a sus áreas.

i). Las inversiones deberán priorizarse según las necesidades de la empresa:

1. Inversiones que no sean necesarias para la operación de la empresa
2. Productos y servicios de valor agregado.
3. Inversiones de proyectos en ejecución.
4. Inversiones que incrementen la eficiencia de las facilidades ya existentes en la corporación.
5. Inversiones dirigidas a la reducción real de gastos.

j). El Director Ejecutivo será informado mensualmente sobre la ejecución presupuestaria, indicando el análisis de resultados comparativos, observaciones y recomendaciones.

11 PULGADAS

Pieza 43: Contenido de la Política de Cobranza de Cartera de Clientes **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Cobranza de Cartera de Clientes

○ Propósito

Optimizar los procesos de recuperación de cartera corriente en busca de efectividad y eficiencia, con el objetivo de prevenir la acumulación de cartera e incrementar la liquidez de la compañía y fortalecer su estructura financiera.

Descripción de la política

○ Cobranza de Cartera de Clientes

a). El pago de los valores facturados por adquisición de equipos o servicio, el cliente deberá realizarlo dentro del plazo de negociación del proyecto.

b). La falta oportuna de pago generará un recargo por mora administrativa, calculando sobre el saldo total de la tasa de interés por mora vigente en la corrupción, se establece a partir de la fecha de vencimiento hasta la fecha de pago efectivo.

c). Si el cliente no hubiese cancelados los valores adeudados a la Corporación Attache Plus S.A, en un lapso no mayor de 3 meses, se procederá de forma legal según las cláusulas aceptadas en el contrato de adquisición del producto o servicio.

36

11 PULGADAS

Pieza 44: Continuación de la Política de Cobranza de Cartera de Clientes **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

The diagram shows a page layout with a width of 8.5 inches and a height of 11 inches. The page contains a title, a section header, a list item, and two paragraphs of text. A yellow square is located in the top right corner. The page number 37 is at the bottom right.

Descripción de la política

○ Cobranza de Cartera de Clientes

d). La administración mantendrá debidamente informados a sus clientes sobre los valores pendientes de pago, utilizando los métodos de comunicación por medio de llamada telefónica y vía correo electrónico.

e). La compañía pondrá a disposición de sus clientes las siguientes modalidades de pago:

1. Pago en recepción con factura.
2. Transferencias bancarias en línea.
3. Pago con cheque

37

11 PULGADAS

Pieza 45: Contenido de la Política de Pagos **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Pagos

○ Propósito

Establecer los parámetros que aseguren el cumplimiento oportuno de las obligaciones económicas contraídas por la empresa a proveedores de bienes y servicios.

Descripción de la política

○ Pagos

a) Se entiende por proveedores a todas aquellas personas naturales o jurídicas, e instituciones que tengan firmado un contrato de servicios, provisión de bienes, equipos o cualquier tipo de convenio que genere obligaciones de pago a la Corporación. Se incluyen contratos bajo la modalidad de pagos directos, créditos por financiamiento, obligaciones de ley, entre otros.

b) Las áreas que realicen contrataciones y que generen compromisos de pago a la compañía serán responsables por la correcta y adecuada generación de obligaciones y la eficiente utilización de los recursos contratados, bajo un análisis costo/beneficio, buscando siempre privilegiar los intereses institucionales.

c) Dirección Ejecutiva a través de Gerencia Financiera podrá optar por los mecanismos de pago mas convenientes, tomando en cuenta la seguridad, transparencia, fecha de ingreso de solicitud de pago, con el fin de agilizar los procesos internos y externos.

38

11 PULGADAS

Pieza 46: Continuación de la Política de Pagos **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

The diagram shows a page layout with a white background and a thin black border. At the top center, a horizontal arrow points left, labeled "8.5 PULGADAS". On the right side, a vertical arrow points down, labeled "11 PULGADAS". In the top right corner, there is a small yellow square. The main content area contains the following text:

Descripción de la política

○ Pagos

d) Gerencia Financiera de central y sucursales deberán realizar la programación de pagos de la compañía mediante un Flujo Operativo que correspondan al periodo programado.

e) Todo pago realizado deberá quedar debidamente documentado con.

At the bottom right of the page, there is a horizontal line followed by the number "39".

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Política de Información Financiera

○ Propósito

Orientar los procesos de elaboración y entrega de la información financiera y contable asegurando que se cumplan con las normas contables y la legislación vigente respecto a su formulación y presentación, de tal forma que la administración cuente con información oportuna, completa y adecuada para la toma de decisiones.

Descripción de la política

○ Información Financiera

- Gerencia Financiera a través del departamento de contabilidad, es el área responsables de la preparación, análisis y presentación de los Estados Financieros mensuales y anuales.
- Gerencia Financiera y contabilidad tienen bajo su responsabilidad la presentación oportuna de todas las declaraciones de impuestos a los que la corporación está obligada, incluyendo impuestos municipales y todos los de ley.
- Se deberá coordinar con central y sucursales la entrega de la información financiera que les corresponda preparar en los plazos establecidos.

40

11 PULGADAS

Pieza 48: Continuación de la Política de Información Financiera **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

○ Información Financiera

d). Gerencia Administrativa y Financiera deberá mantener los procedimientos contables actualizados, para la adecuada fluidez de los estados financieros mensuales y anuales.

e). Se debe presentar la información financiera por central y las sucursales en fecha 28 de cada mes al departamento de contabilidad.

41

11 PULGADAS

Pieza 49: Contenido de la Política de Inversión Financiera **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Inversión Financiera

○ Propósito

Establecer los lineamientos y parámetros que deberán seguirse para realizar las inversiones financieras de la compañía.

Descripción de la política

○ Inversión Financiera

a). Las propuestas de inversiones deberán contemplar una combinación de riesgo, rendimiento, plazos y estrategias financieras a utilizar.

b). El Director Ejecutivo autorizará los montos y plazos para las inversiones de acuerdo a la propuesta de que se realice a través de Gerencia Financiera.

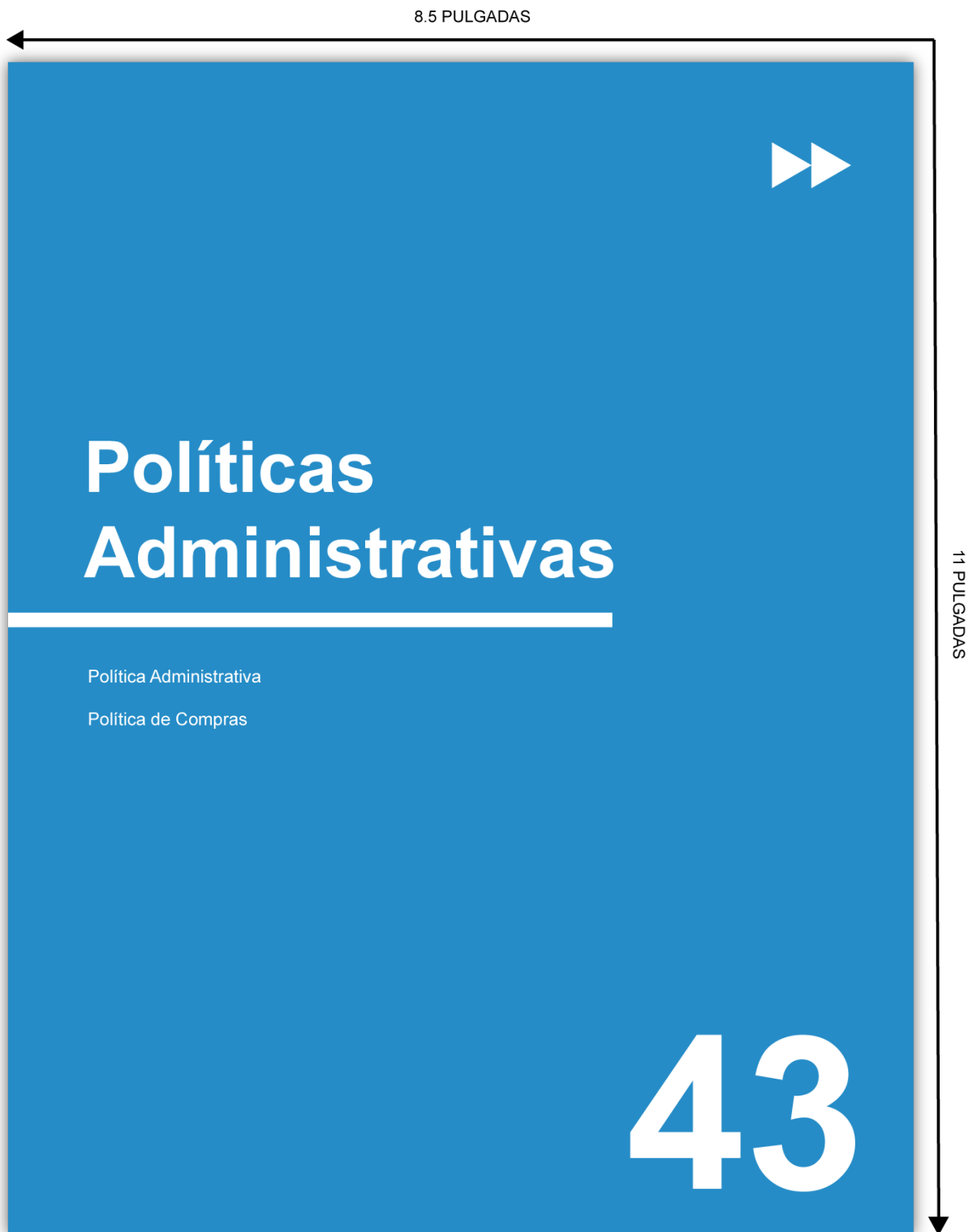
c). Las inversiones se podrán colocar solo en instituciones bancarias o proveedores domiciliarios en Guatemala que cuenten con acreditación en el mercado.

d). El Director Ejecutivo a través de Gerencia Financiera informará mensualmente respecto a los rendimientos obtenidos de las inversiones, tasas de interés y montos adquiridos.

42

11 PULGADAS

Pieza 50: Portada de las Políticas Administrativas **8.5x11 pulgadas**



Pieza 51: Contenido de la Política Administrativa **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política Administrativa

Propósito

Establecer directrices que le permitan a la empresa proveer a su personal de un adecuado ambiente laboral y los servicios necesarios para el desarrollo de actividades, asegurando la provisión oportuna de equipos y suministros de oficina y preservando el buen estado de conservación y de seguridad de las instalaciones.

Descripción de la política

Administrativa

a). Los bienes muebles e inmuebles de propiedad de la Corporación y arrendados deberán recibir el mantenimiento respectivo a efectos de su buen estado de presentación y conservación.

b). Se debe mantener un ambiente laboral de armonía y trabajo en equipo en la corporación.

c). Los servicios de limpieza serán contratados para la central y sucursales de la Corporación Attache Plus S.A., donde brinden directamente sus servicios.

d). Los bienes de la compañía, excepto aquellos que hayan sido dados de baja, deben estar asegurados.

44

11 PULGADAS

Pieza 52: Continuación de la Política Administrativa **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

The diagram shows a page layout with a white background and a blue square in the top right corner. A horizontal arrow at the top indicates a width of 8.5 PULGADAS. A vertical arrow on the right indicates a height of 11 PULGADAS. The page content includes a section header, a radio button, and two list items.

Descripción de la política

Administrativa

e). El personal de oficinas, tercerizado, operarios para que puedan desempeñar funciones, deberán contar con una póliza de seguro que cubra adecuadamente los riesgos (**IGSS O SEGURO DE ACCIDENTES**).

f). Se debe llevar el control estricto de las depreciaciones de los bienes muebles de la corporación.

45

11 PULGADAS

Pieza 53: Contenido de la Política de Compras **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política de Compras

Propósito

Establecer la logística adecuada para que la compañía pueda disponer oportunamente de los bienes tecnológicos, repuestos, equipos, mobiliario, materiales e insumos necesarios, para la operación y mantenimiento de sus instalaciones, a precios justos y con los mayores niveles de calidad.

Descripción de la política

Compras

a). Se autorizarán permisos de compra de grandes inversiones corporativas (**terrenos, vehículo, equipo**) por Dirección Ejecutiva, Delegando funciones a los Gerentes y Jefes de sucursales para que puedan realizar las solicitudes de compra, tomando en cuenta su rentabilidad, índices de gestión, control interno y otros que administración considere.

b). Los únicos autorizados a emitir órdenes de compra son los Gerentes y Jefes de sucursales presentando la gestión previa a Dirección Ejecutiva o Gerencia Administrativa.

c). Para adjudicar compras se deberá tomar en consideración el precio, plazo de entrega, calidad, garantía, marca, procedencia, confiabilidad y experiencia del proveedor.

46

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

Compras

d). Los procesos de compra de materiales e insumos (**stock**) para las áreas administrativas y atención al cliente se los efecturá bimestral, salvo casos en que el requerimiento sea emergente.

e). Se debe aprobar primero el presupuesto para poder iniciar con el proceso de adquisición de cualquier tipo de suministro, equipos y materiales.

f). Se deberá contar con cartera de proveedores y un listado de precios referenciales actualizados de los bienes, servicios, equipos, obras y trabajos de mantenimiento.

g). Si el volumen de compra es mayor a Q5,000.00 se debe presentar como mínimo 3 propuestas de proveedores con su debido cuadro comparativo, si el volumen de compra es menor a Q4,999.99 se debe presentar mínimo 1 o 2 propuestas con su debido cuadro comparativo.

Si la compra es mayor a Q50,000.00 se debe presentar como mínimo 5 propuestas de proveedores con su debido cuadro comparativo.

11 PULGADAS

Pieza 55: Portada de las Políticas Jurídicas **8.5x11 pulgadas**



Pieza 56: Contenido de la Política Jurídica **8.5x11 pulgadas**

8.5 PULGADAS

Política Jurídica

○ Propósito

Permitir a la compañía que los actos y hechos que se generen y tengan efectos jurídicos, cuenten con el soporte legal adecuado; y, a sus administradores tener la debida asesoría legal al momento de tomar las decisiones en el ejercicio de sus funciones.

Descripción de la política

○ Gestión Jurídica

- a). Administración deberá presentar su gestión al personal especializado del área jurídica, en las distintas ramas del derecho.
- b). Se deberá dar especial atención al estudio de los aspectos relacionados con las regulaciones nacionales e internacionales con rubros de servicio que ofrece la empresa.
- c). El Director Ejecutivo podrá otorgar las procuraciones judiciales necesarias para salvaguardar los intereses de la compañía.
- d). Central y sucursales deben contar con un asesor jurídico, para coordinar acciones de inmediato si es necesario.
- e). Administración dotará de los recursos financieros para el pago de las tasas y gastos en los procesos judiciales, a excepción de los casos especiales.

49

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

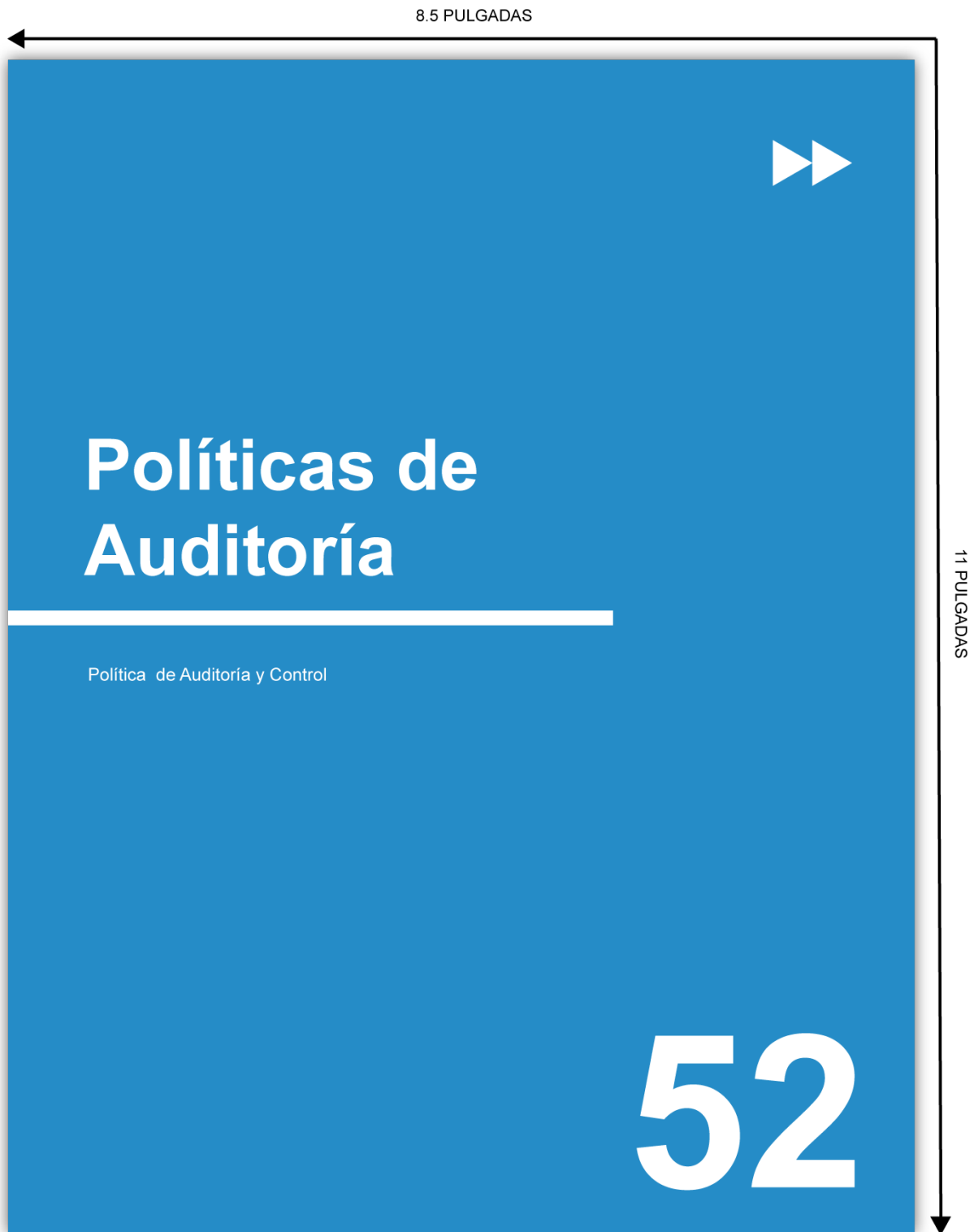
Descripción de la política

Contrataciones

c). Los contratos de prestación de servicios profesionales con abogados o estudios judiciales externos deberán incluir una cláusula que le permita a la compañía terminarlos unilateralmente en cualquier tiempo y sin derecho a indemnización alguna; se deberá reconocer tan solo el valor que hubiere devengado por el trabajo efectivo realizado según su cotización y factura de servicio.

11 PULGADAS

Pieza 58: Portada de las Políticas de Auditoría **8.5x11 pulgadas**



8.5 PULGADAS

The diagram shows a page layout with a width of 8.5 inches and a height of 11 inches. The page content is as follows:

Política de Auditoría y Control

○ Propósito

Definir las bases para un adecuado control y seguimiento de las operaciones técnicas, financieras y administrativas de Grupo Attache Plus, S.A., orientado a difundir la correcta administración de los recursos, y el cumplimiento de normas, reglamentos y leyes aplicables, de acuerdo a la naturaleza legal de la compañía.

Descripción de la política

○ Auditoría Interna y Control Recurrente

a). El área de Auditoría será responsable de la vigilancia, control y seguimiento de las operaciones técnicas, informáticas, administrativas y financieras, su campo de acción y responsabilidades se centrará en la vigilancia de la correcta aplicación de las políticas, normas, reglamentos y procedimientos en todas las demás áreas de la empresa.

b). El área de Auditoría elaborará anualmente un programa de auditoría para las áreas de Attache Plus, especialmente para aquellas que tienen directa relación con el manejo de los recursos financieros, físicos y técnicos de la compañía; el mismo contemplará también actividades de revisión y arqueos sorpresivos de fondos, rotativos, cajas, y en general en todas las oficinas donde se realice recaudación de fondos.

c). El área de auditoría también efectuará auditorías especiales a solicitud del Director Ejecutivo.

53

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

Auditoría Interna y Control Recurrente

d). El área de auditoría deberá realizar revisiones y evaluaciones de la situación de los contratos celebrados por Corporación Attache Plus, S.A, en particular a aquellos que involucra riesgos y complejidades de administración y manejo de recursos económicos.

e). Como parte de sus responsabilidades esta unidad deberá mantener informado al Director Ejecutivo y Gerencias del resultado de sus auditorías con las recomendaciones y la determinación de responsabilidades aplicables a las auditorías practicadas.

f). Cualquier Gerente y Dirección Ejecutiva puede ser auditado y puede auditar.

Auditoría Externa

a). Gerencia Financiera deberá presentar a Dirección Ejecutiva el requerimiento para contratación de la firma de Auditores externos para la auditoria de los estados financieros anuales del periodo corriente.

b) Gerencia Financiera y el departamento de Contabilidad deberán coordinar con la firma de Auditores Externos contratados, todos los procedimientos y entrega de información que sea requerida para el adecuado cumplimiento de las labores de auditoría.

c). Todas las áreas de trabajo deberán entregar información que le sea solicitada por los auditores externos, en forma obligatoria, dentro de los plazos establecidos, de tal forma que el proceso se cumpla conforme al cronograma de auditoría correspondiente.

11 PULGADAS

8.5 PULGADAS

Descripción de la política

Auditoría Externa

- d). La unidad de auditoría interna será responsable por el seguimiento de las recomendaciones derivadas del informe de auditoría externa y de los procedimientos de control interno.
- e). Administración y en general toda la compañía deberán asegurarse de que la información contable y operativa entregada a los auditores externos hayan cumplido con las normas contables y operativas adecuadas, de manera que el informe que elaboren los auditores externos contenga una opinión objetiva.
- f). Auditoría externa debe firmar un acuerdo de confidencialidad de la información obtenida en el proceso de auditoría local.

11 PULGADAS

Pieza 62: Contra portada del Manual de Políticas y Procedimientos Internos **8.5x11 pulgadas**



CAPÍTULO X
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia, de la Corporación Attache Plus S.A., es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

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

10.1. Plan de costos de elaboración

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

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	2	Q50.00
Recopilación de información	1	2	Q50.00
Bocetaje	3	3	Q225.00
Total de costos de elaboración			Q325.00

10.2. Plan de costos de producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	3	6	Q150.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q400.00
Artes finales del diseño de manual.	1	4	Q100.00
Total de costos de elaboración			Q650.00

10.3. Plan de costos de reproducción

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

10.4. Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, ya que será enviado por medio de correo electrónico en formato pdf.

10.5. Margen de utilidad

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

Costo total = Q1,255.80

Utilidad 15% = Q134.55

10.6. Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q325.00
Plan de costos de producción	Q650.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Subtotal I	Q975.00
Margen de utilidad 15%	Q146.25
Subtotal II	Q1,121.25
IVA 12%	Q134.55
TOTAL	Q1,255.80

CAPÍTULO XI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusión

11.1.1 Se diseñó un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus S.A.,

11.1.2 Se concluye que a través de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para la creación del diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos.

11.1.3 Por medio del marco teórico se investigaron las referencias bibliográficas y en sitios web acerca del diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos el cual es indispensable dentro de cualquier tipo de empresa para una mejor comunicación y organización.

11.1.4 Se diagramó un manual digital de políticas y procedimientos internos a través de distintas técnicas de diseño para que se identifique con la empresa hoy en día siendo un conjunto de algo moderno y formal, brindando las normas de cómo debe ser utilizado y ser efectivo para el departamento de gerencia.

11.2. Recomendaciones

11.2.1 Se recomienda a La Corporación Attache Plus S.A, colocar el material en en la página de issu.com en la cual los empleados puedan consultarlo, o enviarlo de forma más privada como correo electrónico, e impulsar a que los colaboradores se familiaricen con el diseño del manual digital.

11.2.2 Ya que es sumamente importante utilizar de forma activa el manual digital para una comunicación efectiva para el departamento de gerencia y que se siga al pie de la letra cada política y procedimiento con la intención de asegurar un mejor control interno.

CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII Conocimiento general

12.1. Demostración de conocimientos

CONOCIMIENTO GENERAL
Cursos para el desarrollo del proyecto

- ▶ COMUNICACIÓN Y DISEÑO**
Parte fundamental que en conjunto brinda cada una de las bases necesarias para poder crear una estrategia funcional para el diseño del manual.
- ▶ PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN**
Ayuda a conocer más a fondo al grupo que se dirige el proyecto, con la intención de acertar en cuanto a la tendencia aplicada en el mismo.
- ▶ VISUALIZACIÓN GRÁFICA**
Tiene la capacidad de darle vida a las composiciones que se realizan y que cada una de las opciones en las que fue aplicada sean funcionales.
- ▶ TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**
Parte esencial la cual fue aplicada para poder recopilar de forma adecuada toda la información necesaria dentro del proyecto.

CREATIVIDAD
Ayuda a agilizar la mente, y conocer las técnicas como, la lluvia de ideas la cual se aplicó en el proyecto.

PROYECTOS III
Una herramienta muy necesaria la cual fue de ayuda para la creación de cada uno de los bocetos con bases lógicas.

TALLER I
Crear una infografía como punto número 1, por lo tanto fue parte fundamental en la creación del proyecto.

- ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA -
Parte fundamental en el proyecto, debido a que se aplicó el conocimiento para la creación de las gráficas.

- ▶ DISEÑO EDITORIAL**
Es una pieza clave ya que ayuda a armar una composición digital exitosa con los elementos necesarios dentro del manual.
- ▶ DISEÑO VISUAL Y COMPOSICIÓN**
Se puede crear algo a partir de distintos estilos y formas, por lo tanto fue una pieza esencial dentro de la creación del manual ya que se pudo evaluar los distintos estilos para aplicar el adecuado al diseño.

▶ ▶ ▶ ▶

Infografía creada por Dulce Leonardo

CAPÍTULO XIII
REFERENCIAS

Capítulo XIII Referencias

13.1 Bibliografía

B

Babativa, D. (2017). *Psicología organizacional* (1.a ed.). Fondo editorial Areandino.

<https://core.ac.uk/download/pdf/326426111.pdf>

H

Heller, E. (2004). *Psicología del color* (1.a ed.). Editorial Gustavo Gili.

<http://blog.pucp.edu.pe/blog/stein/wp-content/uploads/sites/734/2019/02/Psicologia-del-color.pdf>

I

Iñigo, S., & Makhlof, A. (2014). *Diseño editorial* (1.a ed.). Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

http://investigacion.uaem.mx/archivos/epub/diseño_editorial/diseño_editorial.pdf

J

Jordan, F. (2017). *Psicología: Una Intrudicción a las nociones fundamentales*. Universidad Católica de Córdoba.

https://www.ucc.edu.ar/archivos/documentos/Institucional/PRIUCC/Ingreso_2019/Material_de_estudio/material-estudio-introduccion-psicologia-FILOSOFIA.pdf

M

Morales, J. (1984). *Arquitectura* (2.a ed.). Editorial Universitaria San Francisco 454.

<http://www.memoriachilena.gob.cl/archivos2/pdfs/MC0060810.pdf>

R

Roland, B. (1971). *Elementos de la Semiología*. Alberto Corazon Editor.

https://monoskop.org/images/2/24/Barthes_Roland_Elementos_de_semiolog%C3%ADa_1971.pdf

S

Salguero, R. (2018). *Comunicación e imagen corporativa* (1.a ed.). Editorial UTMACH.

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14429/1/Cap.1%20Comunicaci%C3%B3n%20Corporativa.pdf>

Sandoval, M. (2017). *Procesos psicológicos del consumidor* (1.a ed.). Marithza Sandoval.

https://blogs.konradlorenz.edu.co/files/procesos_psicologicos_del_consumidor-final.pdf

T

Torres, M. (2012). *Psicología de la comunicación*. Universitat de Barcelona.

http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3n_Martinez_M.pdf

V

Villanueva. (2013). *Introducción a la sociología*. Universidad nacional Arturo Jauretche.
http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/icsya-unaj/20171114041231/pdf_469.pdf

13.3 e-grafía

A

Álvarez, C. 2021. *Lingüística*. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/linguistica/>

E

Equipo de redacción partesDel.com. 2019. *Áreas de aplicación*. Recuperado de:
<https://www.partesdel.com/partes-del-manual-de-procedimientos.html>

Equipo de redacción partesDel.com. 2019 *Normas de operación*. Recuperado de:
<https://www.partesdel.com/partes-del-manual-de-procedimientos.html>

Equipo de redacción partesDel.com. 2019. *Prólogo*. Recuperado de:
<https://www.partesdel.com/partes-del-manual-de-procedimientos.html>

Editorial Economía. 2014. *Manual*. Recuperado de: <https://economia.org/manual.php>

Equipo Editorial Etecé. 2021. *Comunicación efectiva*. Recuperado de:
<https://concepto.de/comunicacion-efectiva/>

J

Josué. 2018. *Color*. Recuperado de:
<https://www.vivelibro.com/blog/2018/11/27/el-diseno-editorial-que-es-elementos-y-etapas/>

Josué. 2018. *Formato*. Recuperado de:

<https://www.vivelibro.com/blog/2018/11/27/el-diseno-editorial-que-es-elementos-y-etapas/>

Josué. 2018 *Tipografía*. Recuperado de:

<https://www.vivelibro.com/blog/2018/11/27/el-diseno-editorial-que-es-elementos-y-etapas/>

M

Morales, A. 2021. *Proceso de la comunicación*. Recuperado de:

<https://www.significados.com/proceso-de-comunicacion/#:~:text=El%20proceso%20de%20comunicaci%C3%B3n%20inicia,respondere%20intercambiar%20su%20opini%C3%B3n>

P

Pérez, A. 2020. *Minimalismo*. Recuperado de:

<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/por-que-el-diseno-grafico-minimalista-esta-en-auge#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20minimalista%20es,colores%20neutros%20y%20propuestas%20sobrias>

Pérez Porto, J., Gardey, A. 2018 *Diseño gráfico*. Recuperado de:

<https://definicion.de/disenio-grafico>

Pradas, C. 2020. *Teoría Gestalt*. Recuperado de:

<https://www.psicologia-online.com/que-es-la-teoria-de-la-gestalt-terapia-y-leyes-principales-4062.html>

R

Real academia española. 2021. *Actualizar*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/actualizar?m=form>

Real academia española. 2021. *Ambiente*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/ambiente>

Real academia española. 2021. *Constructora*. Recuperado de:

<https://dle.rae.es/constructor?m=form>

Real academia española. 2021. *Corporación*. Recuperado de:

<https://dle.rae.es/corporaci%C3%B3n?m=form>

Real academia española. 2021. *Gerencia*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/gerencia?m=form>

Real academia española. 2021. *Política*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/pol%C3%ADtico>

Real academia española. 2021. *Procedimiento*. Recuperado de:

<https://dle.rae.es/procedimiento?m=form>

Rivas, S. 2008. *Brainstorming o Lluvia de Ideas*. Recuperado de:

<https://neuronilla.com/brainstorming/>

S

Sites Google. 2016. *Teoría clásica de la comunicación*. Recuperado de:

<https://sites.google.com/site/147852367j/teoria-clasica>

T

Thompson, I. 2008 *Autores de la comunicación*. Recuperado de:

<https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20Comunicaci%C3%B3n%2C%20seg%C3%BAn%20diversos%20autores%3A&text=Para%20Lamb%2C%20Hair%20y%20McDaniel,intercambio%20de%20informaci%C3%B3n%20entre%20personas>

Y

Yirda, A. 2020. *Diseño*. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/disenio/>

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV Anexos

Anexo I

Desarrollo de objetivos

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General	Diseñar un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva dirigido al departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus S.A.	Diseñar	Un manual digital	Para promover la comunicación efectiva	Para el departamento de gerencia
Específico	Recopilar toda la información necesaria de la Corporación Attache Plus S.A., a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief para que sea integrado al diseño de manual digital y facilite la comunicación, para el departamento de gerencia.	Recopilar	A través de la información que el cliente proporcione por medio del brief	Para que sea integrado al diseño de manual digital y facilite la comunicación	Para el departamento de gerencia
Específico	Investigar conceptos y tendencias por medio de referencias bibliográficas y en sitios web que puedan respaldar de forma científica la propuesta del diseño de un manual digital de políticas y procedimientos internos para promover la comunicación efectiva que será utilizado por el departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus S.A.	Investigar	A través de referencias bibliográficas y en sitios web	Para respaldar de forma científica la propuesta del diseño	Para el departamento de gerencia
Específico	Diagramar, un manual digital a través de distintas técnicas de diseño y brindar las normas de cómo debe ser utilizado y ser efectivo para el departamento de gerencia, de la Corporación Attache Plus S.A.	Diagramar	A través de distintas técnicas de diseño	Para brindar las normas de cómo debe ser utilizado y ser efectivo	Para el departamento de gerencia

Anexo II

Brief



BRIEF

BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	<u>Dulce Milagro Leonardo Argueta</u>		
No. de Carné:	<u>18002183</u>	Celular:	<u>57081285</u>
Email:	<u>leonardodm.408@gmail.com</u>		
Proyecto:	<u>Diseño de manual digital para promover las políticas y procedimientos internos y mejorar la comunicación efectiva en el departamento de gerencia de la Corporación Attache Plus</u>		

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	<u>Corporación Attache Plus</u>		
Dirección:	<u>1ra avenida 17-10 kilómetro 18.5, Colonia Vista el Valle, zona 1 de mixco, Lo de coy</u>		
Email:	<u>jaime@attachecorp.com</u>	Tel:	<u>(502) 54147854</u>
Contacto:	<u>Eliseo Lopez</u>	Celular:	<u></u>
Antecedentes:	<u>La Corporación Attache Plus fue fundada en el año 2005 con la visión de proporcionar distintas áreas de servicios y productos con estándares de calidad y tecnología elevados. La Corporación ha logrado alcanzar un éxito moderado dentro del mercado guatemalteco, dedicándose principalmente a la construcción civil. Con el tiempo ha tomado como prioridad que sus políticas y procedimientos se lleven a cabo de la mejor manera para lograr una mejor comunicación dentro de la empresa</u>		
Oportunidad identificada:	<u>La Corporación Attache Plus carece de un diseño de manual digital para promover las políticas y procedimientos internos y mejorar la comunicación efectiva, actualizado.</u>		
	<u></u>		
	<u></u>		

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Somos una empresa desarrolladora de proyectos inmobiliarios integrales. Brindamos asesoría e

innovación para la ejecución de proyectos, cubriendo los requerimientos de nuestros clientes de manera profesional.

Visión: Ser una empresa líder, que se caracterice por su alta rentabilidad y crecimiento permanente que

ofrezca a nuestros clientes productos y servicios de calidad, garantizados con personal comprometido en desarrollo continuo dentro de un buen ambiente de trabajo.

Delimitación geográfica: 1ra avenida 17-10 kilómetro 18.5, Colonia Vista el Valle, zona 1 de mixco, Lo de coy

Grupo objetivo: Colaboradores de la Corporación Attache Plus

Principal beneficio al grupo objetivo: Una mejor organización y una comunicación más efectiva dentro de la Corporación

Competencia: Grupo ARDEQ y Eddico

Posicionamiento: Bajo

Factores de diferenciación: Amplio abanico de funciones a ejecutar, compromiso con el medio ambiente.

Objetivo de mercadeo: Una mejor experiencia para el cliente dentro de la empresa

Objetivo de comunicación: Diseñar un manual con las políticas y procedimientos de la empresa

Mensajes claves a comunicar: Somos la mejor opción, y un referente dentro de la industria en el área de Guatemala

Estrategia de comunicación: No disponible

Reto del diseño y trascendencia: Diseñar un manual digital para promover las políticas y procedimientos

internos y mejorar la comunicación efectiva. El diseño del manual digital, ayudará a la empresa a mejorar su comunicación y a llevar un orden en cada procedimiento a realizar.

BRIEF

Materiales a realizar: Un manual digital para promover las políticas y procedimientos internos

Presupuesto: La empresa cuenta con el presupuesto para realizar este proyecto.

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Celeste, dorado, gris y negro Celeste (PANTONE 112 - 15 C / PANTONE 305 C)

Dorado (PANTONE P 4 - 6 C / PANTONE P 4 - 5 C / PANTONE P 15-7 C) Gris (PANTONE COOL GRAY 8 C)

Negro (PANTONE P PROCESS BLACK C)

Tipografía: Gadugi y Montserrat Light

Forma: Triangular

LOGOTIPO



Fecha: 30 de Mayo del 2022

Anexo III

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

Anexo IV

- Tela color negro.

Imagen utilizada con fines ilustrativos.

<https://www.amazon.com/-/es/tela-satin-Chiffon-Negro-pulgadas/dp/B00O72Z1CY>



- Texto minimalista.

Imagen utilizada con fines ilustrativos.

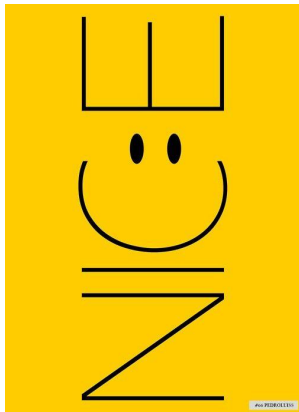
<https://design.tutsplus.com/es/articles/35-best-minimalist-fonts-clean-modern-fonts-to-download-now--cms-35970>



-Texto minimalista fondo amarillo.

Imagen utilizada con fines ilustrativos.

<https://www.pinterest.com/pin/1136173812212181138/>



-Portada azul minimalista.

Imagen utilizada con fines ilustrativos.

<https://www.pinterest.es/pin/32228953567046373/>



-Imagen minimalista en tonos azules.

Imagen utilizada con fines ilustrativos.

<https://cz.pinterest.com/pin/444167582002711799/>



-Logo minimalista.

Imagen utilizada con fines ilustrativos.

<https://ar.pinterest.com/pin/602708362606730183/>



-Tipografía delgada .

Imagen utilizada con fines ilustrativos.

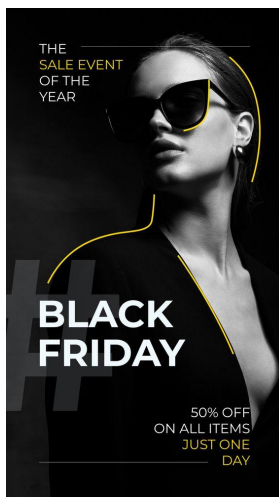
<https://www.pinterest.com/pin/754282637585098387/>

N

-Portada de revista.

Imagen utilizada con fines ilustrativos.

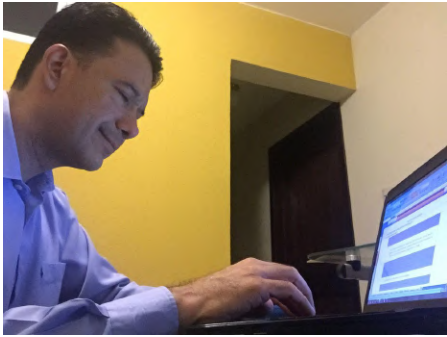
<https://www.pinterest.es/pin/17310779810601191/>



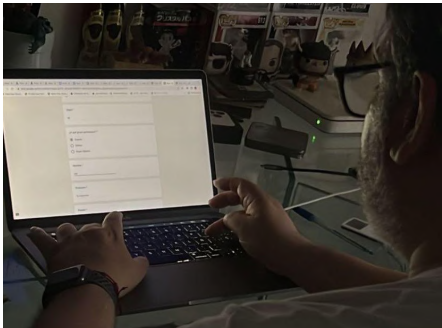
Anexo V

Fotografías de clientes y expertos en la validación del proyecto

Licenciado Mario Vasquez



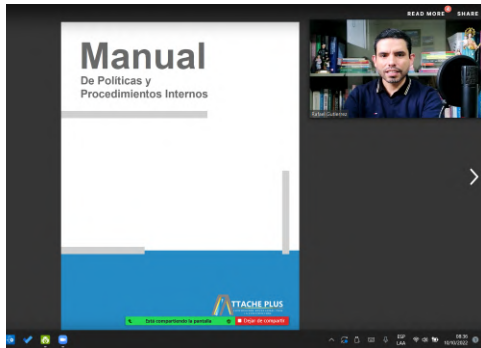
Licenciado Manuel Monroy



Licenciado Christian Rossel



Licenciado Antonio Gutierrez



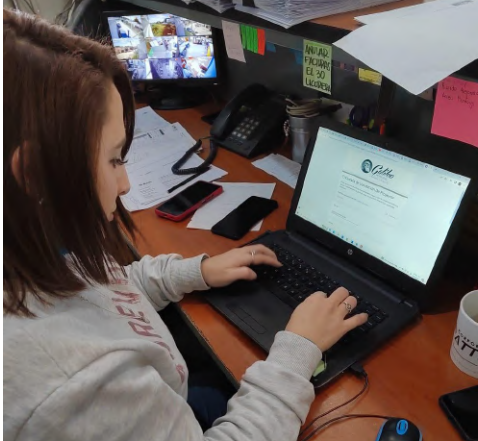
Licenciada Aura Perez



Ingeniero Eliseo Lopez



Harriet Dabroy



Elly Marroquin

A screenshot of a Google Form interface. At the top, the logo for Galileo Universidad is displayed, featuring a portrait of Galileo Galilei and the text "Galileo UNIVERSIDAD La Revolución en la Educación". Below the logo, the title of the form is "Encuesta de Validación de Proyecto". A message in the center states "Se ha registrado tu respuesta." At the bottom, there is a footer with the text "Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) · [Términos del Servicio](#) · [Política de Privacidad](#)" and the "Google Formularios" logo.