

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Diseño de un vademécum informativo para los visitantes médicos que trabajan para la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A”

PROYECTO DE GRADUACIÓN:

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

ELABORADO POR

Waleska Del Rosario Piox Crocker

10003246

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 26 de Junio de 2015

Autoridades:

Rector.

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora.

Dra. Mayra de Ramirez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Rualdo Anzueto M.Sc.

Guatemala 05 de junio de 2014

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

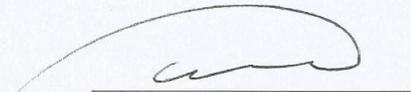
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE UN VADEMÉCUM INFORMATIVO PARA LOS VISITADORES
MÉDICOS QUE TRABAJAN PARA LA DROGUERÍA CON
FRACCIONAMIENTO DISORGA, S.A**, así mismo solicito que el Lic. Arnulfo
Guzmán, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Waleska Del Rosario Piox Crocker
10003246



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2014

Señorita:
Waleska Del Rosario Piox Crocker
Presente

Estimada Señorita Piox:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN VADEMÉCUM INFORMATIVO PARA LOS VISITADORES MÉDICOS QUE TRABAJAN PARA LA DROGUERÍA CON FRACCIONAMIENTO DISORGA, S.A.**, así mismo, se aprueba al Lic. Arnulfo Guzmán, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de marzo de 2015

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN VADEMÉCUM INFORMATIVO PARA LOS VISITADORES MÉDICOS QUE TRABAJAN PARA LA DROGUERÍA CON FRACCIONAMIENTO DISORGA, S.A.**, Presentado por la estudiante: Waleska Del Rosario Piox Crocker, con número de carné: *10003246*, 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,

Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 04 de septiembre de 2015

Señorita
Waleska Del Rosario Piox Croker
Presente

Estimada Señorita Piox:

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, 2 de diciembre de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

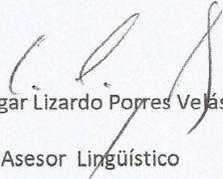
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN VADEMÉCUM INFORMATIVO PARA LOS VISITADORES MÉDICOS QUE TRABAJAN PARA LA DROGUERÍA CON FRACCIONAMIENTO DISORGA, S.A.***, de la estudiante Waleska Del Rosario Piox Crocker, 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, 05 de febrero de 2016

Señorita
Waleska Del Rosario Piox Crocker
Presente

Estimada Señorita Piox:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN VADEMÉCUM INFORMATIVO PARA LOS VISITADORES MÉDICOS QUE TRABAJAN PARA LA DROGUERÍA CON FRACCIONAMIENTO DISORGA, S.A.**, Presentado por la estudiante: Waleska Del Rosario Piox Crocker, 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

**“Diseño de un vademécum informativo para los
visitadores médicos que trabajan para la
droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A”
Guatemala, 2015**

Resumen

La droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A. no cuenta con el diseño de un vademécum informativo que sirva de referencia para los visitantes médicos que trabajan en dicha empresa.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un vademécum informativo para los visitantes médicos que trabajan para la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por los visitantes médicos que trabajan en la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A. que son personas con nivel socioeconómico C y poseen nivel de educación primaria, básica y superior; comprenden hombres y mujeres entre los 28 y 45 años, además de expertos en el campo del diseño gráfico y de imprenta.

El resultado obtenido de la investigación fue que se diseñó un vademécum informativo para los visitantes médicos que trabajan para la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A. La percepción del grupo objetivo y los expertos es que los colores, tipografía, fotos, diagramación y contenido es el apropiado para transmitir el mensaje,

Índice:

Capítulo I: Introducción

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

Capítulo II:

| | |
|--|---|
| 2 Problemática..... | 2 |
| 2.1 Contexto..... | 3 |
| 2.1.1 Antecedentes..... | 3 |
| 2.2 Requerimientos de Comunicación y diseño..... | 5 |
| 2.3.1 Magnitud..... | 6 |
| 2.3.2 Vulnerabilidad..... | 6 |
| 2.3.3 Trascendencia..... | 7 |
| 2.3.4 Factibilidad..... | 7 |
| 2.3.4.1 Recursos Humanos..... | 7 |
| 2.3.4.2 Recursos Organizacionales..... | 8 |
| 2.3.4.3 Recursos económicos..... | 8 |
| 2.3.4.4 Recursos tecnológicos..... | 8 |

Capítulo III: Objetivos de diseño

| | |
|--------------------------------|---|
| 3.1 Objetivos generales..... | 9 |
| 3.2 Objetivos Específicos..... | 9 |

Capítulo IV: Marco de Referencia

| | |
|-----------------|----|
| 4.1 Brief | 10 |
| 4.2 FODA..... | 14 |

Capítulo V: definición del grupo Objetivo:

| | |
|------------------------------|----|
| 5.1 Perfil geográfico..... | 15 |
| 5.1.2 datos generales..... | 15 |
| 5.3 Perfil psicográfico..... | 17 |
| 5.3.1 Hábitos..... | 17 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 5.3.3 Actividades..... | 17 |
| 5.3.4 Costumbres..... | 17 |
| 5.4 Perfil Conductual..... | 18 |
| 5.4.1 personalidad..... | 18 |
| 5.4.2 Conducta..... | 18 |
| 5.4.3 Beneficio de compra..... | 18 |

Capítulo VI: Marco teórico

| | |
|---|---|
| 6.1 Conceptos relacionados con el producto o servicio..... | 6 |
| 6.2 Conceptos relacionados con la comunicación y el diseño..... | 7 |
| 6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación..... | 7 |
| 6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño..... | 7 |
| 6.3 Ciencias Auxiliares, artes teorías y tendencias..... | 8 |
| 6.3.1 Ciencias auxiliares..... | 8 |
| 6.3.2 Artes..... | 8 |
| 6.3.3 Teorías y tendencias..... | |

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

| | |
|--|----|
| 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico..... | 70 |
| 7.2 Conceptualización..... | 72 |
| 7.3 Tabla de requisitos..... | 76 |
| 7.3 Bocetaje..... | 77 |
| 7.3.1 Detalles de la propuesta..... | 77 |
| 7.3.2 Lista de elementos que conforman material impreso..... | 77 |
| 7.3.3 Bocetaje a mano..... | 78 |
| 7.3.4 bocetaje digital del vademecum..... | 86 |
| 7.4 Propuesta preliminar..... | 91 |

Capítulo VIII: Validación técnica

| | |
|--|-----|
| 8.1 Población y muestreo..... | 101 |
| 8.2 Instrumento de validación..... | 101 |
| 8.2.1 Herramienta utilizada con el grupo objetivo..... | 102 |
| 8.3 Resultado e Interpretación de los resultados..... | 103 |
| 8.3.1 Encuesta del grupo objetivo..... | 3 |
| 8.3.2 Encuesta de los expertos..... | 107 |
| 8.4 Resultados generales..... | 117 |
| 8.4.1 recomendaciones obtenidas durante la validación..... | 125 |
| 8.5 Cambios en base a los resultados..... | 125 |
| Capítulo IX: Propuesta gráfica final | |
| 9.1 Visualización de la portada del vademecum..... | 136 |
| 9.2 Visualización del Índice..... | 137 |
| 9.3 Visualización de las páginas internas..... | 138 |
| 9.4 Visualización de la contraportada..... | 139 |
| Capítulo X: Producción reproducción y distribución | |
| 10.1 Plan de costos de elaboración..... | 159 |
| 10.2 Plan de costos de producción..... | 160 |
| 10.3 Plan de costos de reproducción..... | 161 |
| 10.4 Plan de costos de distribución..... | 161 |
| 10.5 Cuadro resumen general de costos..... | 162 |
| Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones | |
| 11.1 Conclusiones..... | 163 |
| 11.2 recomendaciones..... | 165 |
| Capítulo XII: Bibliografía | |
| 12.1 Bibliografía..... | 166 |

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Introducción:

El proyecto “Diseño de un vademécum informativo para los visitantes médicos que trabajan para la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A” surge como una forma de informar y mejorar la capacitación de los mismos y reforzar el conocimiento que tienen sobre los productos que la droguería ofrece.

La droguería DISORGA, S.A lleva 8 años en el mercado, distribuyendo medicamentos en diferentes partes del país, la cantidad de visitantes médicos que trabaja en DISORGA, S.A puede variar, en la actualidad son 9 visitantes los que se encuentran trabajando. Sin embargo constantemente los visitantes cambian. A la fecha no cuenta con ningún tipo de material informativo interno que ayude a los visitantes médicos a tener conocimiento mas profundo de los productos que se ofrecen.

El material impreso diseñado está dirigido a los visitantes médicos, ya que constantemente cambian y es útil contar con un vademécum informativo que sirva como apoyo. Para la elaboración de dicho material se recopiló información sobre la droguería y los visitantes médicos que laboran en dicho lugar.

para la elaboración del marco teórico de este proyecto se consulto información en distintas fuentes bibliográficas. Así mismo, se trató de mantener un canal de comunicación con los visitantes médicos y el gerente de DISORGA, S.A, ya que ellos serán los que le den uso a dicho material.

La validación se hizo con el grupo objetivo, Asimismo con catedráticos de la Universidad Galileo y con personas que trabajan en el campo del diseño gráfico, quienes respondieron una encuesta y de acuerdo a sus recomendaciones se hicieron los cambios necesarios.

Tomando en cuenta las necesidades de DISORGA, S.A de los visitantes médicos y las recomendaciones sugeridas se elaboró el material impreso final, que tiene como finalidad cumplir los requerimientos solicitados por el cliente.

CAPÍTULO II

PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática:

La droguería DISORGA, S.A, que se encuentra ubicada en la zona 6 de Mixco, está activa desde hace 8 años, distribuye medicamentos en el área departamental de Guatemala, los medicamentos de la empresa DISORGA, S.A. tienen estricto control de calidad y precio accesible estas características los posicionan entre los preferidos por los médicos de Mixco.

Dentro de las instalaciones de la empresa se cuenta con visitadores médicos capacitados, que realizan giras mensuales a los departamentos de Guatemala, para dar a conocer a los médicos los productos de la droguería. Además cuenta con personal administrativo, personal de bodega y personal de ventas. Por el momento no cuentan con ningún sitio web, ni hacen uso de las redes sociales, tampoco cuentan con material impreso informativo ni manuales corporativos.

Como se hace mención, la droguería no cuenta con ningún tipo de material impreso informativo de uso interno para el personal y los visitadores médicos que trabajan en la misma.

No contar con material informativo de uso interno puede ser un problema, especialmente para los nuevos trabajadores. Uno de los puntos fuertes de DISORGA, S.A es contar con personal capacitado, poseer un vademecum interno para los visitadores médicos ayuda a que los mismos tengan conocimiento a profundidad de los productos con los que cuenta la empresa. Esto resulta de ayuda significativa especialmente para los visitadores médicos nuevos que no están familiarizados con la empresa.

Para que una empresa se pueda dar a conocer con sus clientes, es importante que el personal de la misma esté informado y de esta manera pueda proporcionar información concreta y de importancia. Dada esta necesidad se propuso diseñar un vademécum en el cual se encuentre información concreta sobre los medicamentos que ofrece DISORGA, S..A. y fotografías de los mismos.

Además que el diseño debe cumplir la función de dar a conocer los medicamentos que ofrece DISORGA, S.A. Se solicitó que sea un diseño formal y sencillo para que pueda resaltar más la información pues es lo más importante .

Con el vademecum se busca informar a los visitantes médicos especialmente a los nuevos para que así puedan familiarizarse con los productos de la empresa.

2.1 Contexto:

Con motivo de realizar el proyecto de graduación se buscó una empresa la cual tuviera una necesidad de un diseño gráfico o de un proyecto de comunicación, la droguería DISORGA, S.A. fue la empresa que me brindó la oportunidad de llevarlo a cabo, en dicha droguería ubicada en la zona 6 de Mixco se observó que no se cuenta con ningún tipo de material informativo de uso interno.

A pesar que el personal es altamente capacitado se sugirió que el contar con un material informativo para los visitantes médicos aportaría más información para su conocimiento, especialmente para los visitantes médicos que acaban de ingresar.

2.1.1 Antecedentes:

DISORGA, S.A. es una droguería que nació en el año 2005, por la separación de una sociedad llamada Laborga.

Ofrece diferentes líneas de medicamentos, antibióticos, analgésicos antiinflamatorios, antineuríticos y analgésicos, amebicidas, multivitamínicos, atusivos expectorante, hipoglucemiante, antiasténicos, broncodilatador y antibiótico antimicótico, a pesar de que la empresa tiene ya 8 años de haber iniciado actividades aún hace falta dentro de la empresa material informativo, publicitario y manuales de uso interno. Cuando los visitantes médicos hacen sus giras respectivas visitan a los médicos asignados y les informan sobre los medicamentos con los que la empresa cuenta, al ser una visita rápida es necesario que la información proporcionada sea concreta y que el visitante médico siendo el representante

de la empresa sea capaz de resolver cualquier duda y brindar la información que el médico solicite. Por lo que cada visitador médico debe conocer a profundidad cada uno de los medicamentos que ofrece la empresa, haciendo énfasis en el uso de cada uno e información completa de los mismos.

Con motivo de realizar el presente proyecto de graduación, se habló con el gerente y se le propuso la elaboración de un material gráfico impreso en el que se incluyeran datos sobre la empresa e información detallada sobre los productos de la misma. Se le sugirió al gerente de DISORGA, S.A la elaboración de un vademécum con fotografías e información de los medicamentos que DISORGA, S.A ofrece. Este material impreso está dirigido a los visitadores médicos para que de esta manera ellos puedan estar más informados y conocer cada una de las características de los medicamentos y sus líneas.

El uso de dicho material se espera sea aprovechado y de uso primordial para los visitadores médicos nuevos que aun les cuesta familiarizarse con la empresa.

Con el vademécum para los médicos, DISORGA, S.A busca dar a conocer sus medicamentos a los mismos que visitan mensualmente los visitadores médicos que laboran en DISORGA, S.A. Para que tengan un conocimiento más amplio sobre los medicamentos y su presentación, el vademécum debe contar con fotografías y con texto.

Como dato a tomar en cuenta, unos meses atrás el gerente de DISORGA, S.A. pensó en el diseño de un vademécum sin embargo dicha idea no se llevó a la realidad.

En la actualidad el gerente prefiere trabajar con un nuevo diseño.

2.2 Requerimientos de comunicación y diseño:

La droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A, no cuenta con el diseño de un vademécum informativo para los visitantes médicos que trabajan en dicha empresa.

2.3 Justificación:

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

2.3.1 Magnitud:

La información se obtuvo del Instituto Nacional de Estadística, INE y del conocimiento del gerente de la empresa, quien conoce a perfección la cantidad de médicos que los visitantes médicos visitan, al igual que los visitantes médicos con los que cuenta la empresa.

La información mas importante es sobre los visitantes médicos que trabajan en la empresa, esa información se obtendrá de una entrevista con el Gerente de la empresa.

Los visitantes médicos que trabajan en la empresa DISORGA, S.A viven en la capital de Guatemala y en el municipio de Mixco.

Para una casa médica, resulta de importancia contar con un material impreso que sirva de apoyo al visitador médico durante su visita pues muchas veces el tiempo del médico para recibir información es limitado. El visitador médico debe conocer el producto especialmente cuando se trata de visitantes médicos nuevos, así se evita pérdida de tiempo y le da al médico información importante y concreta.

En la siguiente gráfica se muestran, de forma sintetizada los datos mencionados anteriormente.

2.3.1.1 Gráfico de la Magnitud:



FUENTE: INE, 2010

Como se muestra en el gráfico, la Droguería DISORGA, S.A no es la única droguería de Mixco, hay aproximadamente 30 droguerías más, DISORGA, S.A no tiene sucursales y por el momento se encuentran trabajando 7 visitantes médicos en el lugar.

Las fuentes de información se encuentran detalladas en la bibliografía.

2.3.2 Vulnerabilidad:

Uno de los recursos mas importantes dentro de una empresa es el recurso humano, por lo que un personal capacitado es un punto a favor en una empresa, En el caso de DISORGA, S.A lo mas importante es que los visitantes médicos estén relacionados con los medicamentos que

la empresa ofrece. No contar con un material informativo de uso interno puede dificultar la identificación de los trabajadores con la empresa, pues ellos deben conocer a fondo el producto que están presentando ante los médicos. además, dicho material informativo, vademécum, puede resultar de gran utilidad para los visitantes médicos nuevos así se familiarizan de forma más rápida con los medicamentos.

1.3.2 Trascendencia:

Un vademecum interno resulta de gran ayuda debido a que los productos de la empresa DISORGA, S.A. se distribuyen en todo el país especialmente en los departamentos y la única forma en la que los médicos conocen el producto es por los visitantes médicos. Si un visitante médico no conoce las especificaciones de alguno de los productos puede enfrentar inconvenientes al realizar su visita mensual pues muchas veces los médicos hacen preguntas y solicitan que sean resueltas.

2.3.4 Factibilidad:

Este proyecto es factible, ya que el gerente de DISORGA, S.A cuenta con los recursos necesarios para respaldarlo, personal capacitado y recursos económicos.

2.3.4.1 Recursos Humanos:

Todas las personas que trabajan en DISORGA, S.A. cuentan con el conocimiento, la capacitación necesaria y la experiencia para la buena administración de los demás recursos de la empresa. Dentro de las instalaciones de la empresa se trabaja de forma ordenada y existe el trabajo en equipo. Por ser una empresa pequeña en relación a otras todo el personal se conoce por lo que todos tratan de apoyarse mutuamente.

Para la elaboración de este proyecto se cuenta con el apoyo del gerente general de DISORGA, S.A. Mario García.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales:

La persona que se encarga de revisar los diseños correspondientes a la empresa es el gerente,. Dentro de la empresa no existe un área específica de diseño, por lo que se recurre a otros lugares. Para la elaboración de este proyecto será también el gerente quien se encargue de estar en constante revisión, luego se encargará de enviarlo al lugar donde imprimen siempre el material gráfico de la empresa.

2.3.4.2 Recursos Económicos:

La empresa cuenta con los recursos económicos para llevar a cabo este proyecto, un aproximado de Q.7, 000.00.

2.3.4.3 Recursos tecnológicos:

Como se mencionó, dentro de la empresa no existe un área específica para trabajar diseño gráfico. Es por ello que recurren a otros lugares para realizar el diseño del material gráfico, así como su producción, en este caso impresión.

En cuestión de distribución, si se cuenta con las herramientas necesarias para llevar este material gráfico, pues será entregado por el gerente a los visitantes médicos especialmente a los de nuevo ingreso.

Para llevar a cabo el diseño se hará uso de programas de Diseño gráfico tales como Illustrator, InDesign y, si es necesario, PhotoShop.

CAPÍTULO III

OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III Objetivos del Diseño:

3.1 Objetivos Generales:

“Diseñar un vademécum informativo para los visitantes médicos que trabajan para la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A”

3.2 Los Objetivos Específicos:

- Investigar qué es un vademécum y los diferentes tipos que existen para la creación del diseño del vademécum para la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A.
- Recopilar la información de la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A. para incluirla en el vademécum.
- Tomar fotografías con cámara digital de los productos con los que cuenta la empresa DISORGA, S.A. para así ilustrar la información en el material impreso.
- Diagramar en InDesign el vademécum para ordenar la información acerca de los medicamentos con los que cuenta la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A.

CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de Referencia

Brief

Datos del Estudiante:

- **Nombre del Estudiante:** Waleska Del Rosario Piox Crocker
- **No. De Carné:** 10003246
- **Email:** walecharito_98@hotmail.com
- **Celular:** 54605741
- **Proyecto:** Diseño de un vademecum con fotografías para dar a conocer los medicamentos con los que cuenta la empresa DISORGA, S.A.

Datos del Cliente:

Nombre del Cliente: DISORGA, S.A

Dirección: 1ª calle 1ª avenida Manzana “C” Zona 6 de Mixco

Email: disorga_sa@yahoo.com

Teléfono: 24392456

Contacto: Mario García

Antecedentes: DISORGA, S.A nació en el año 2,005, por la separación de una sociedad llamada Laborga.

Comenzó siendo una distribuidora, para después convertirse en una droguería con sus marcas y productos. Principió con 4 visitantes médicos y una persona en la oficina, actualmente son 8 visitantes un supervisor y 6 empleados de administración. También se comenzó con 12 productos en la actualidad son 22 y sus diferentes presentaciones.

Oportunidad Identificada: El deseo de las personas por obtener medicamentos de calidad a un precio económico.

Misión: dato por confirmar.

Políticas de Calidad: Somos un grupo de personas con principios y valores que manifiesta.

actitudes correctas y claras al ofrecer a nuestros clientes productos de primera calidad cumplir con las buenas prácticas de manufactura que exige el Ministerio de Salud Pública, Aportamos y potencializamos nuestros esfuerzos para poder estar al día con las exigencias del mercado farmacéutico. Hemos implementado políticas con nuestros colaboradores y asesores con entrenamientos constantes para fortalecer la relación con nuestros clientes dándole un trato humano y cordial.

Visión:

- Crear nuevos productos para satisfacer las necesidades del consumidor
- Poseer un nuevo y mas amplio mercado para competir contra las demas marcas.
- Que nuestra marca sea conocida a nivel nacional e internacional.
- Dar un buen servicio a los clientes y así obtener la aceptación para nuevos clientes.
- Capacitación al personal para prestar un mejor servicio
- Capacitación constante del personal.

Fuente: entrevista con el gerente de DISORGA,S.A.

Delimitación geográfica: Los visitadores médicos de Disorga visitan tanto a médicos de la capital como de los departamentos de Guatemala, sin embargo su mayor clientela se encuentra en Barberena, Sta. Rosa y Jutiapa.

Grupo Objetivo: El grupo objetivo de la empresa DISORGA, S.A son los médicos del interior del país, es decir que el área departamental.

El Grupo Objetivo del vademécum informativo: Son los visitadores médicos que trabajan para DISORGA, S.A.

Competencia: No se especificó alguno sin embargo por el tipo de servicio que ofrece se podría hacer mención de Laborga, Farnet Pegasus, sin embargo este aún es un dato por confirmar.

Posicionamiento: En los departamentos la empresa es conocida por proporcionar medicamentos de calidad, los que cumplen con los estándares necesarios y por ofrecerlos a un precio justo.

Factores de Diferenciación: La calidad de los productos y precio adecuado.

Objetivo de Mercadeo: Dar a conocer de forma específica los medicamentos con los que cuenta DISORGA, S.A a los visitantes médicos que trabajan para DISORGA, S.A.

Objetivo de comunicación: presentar en el vademecum tanto de forma gráfica como textual los medicamentos con los que cuenta DISORGA, S.A

Mensajes claves a comunicar: Buena presentación, información sobre los medicamentos.

Estrategia de comunicación: Diseño de un vademecum en el cual se presenten fotografías de los medicamentos así como información general de estos.

Reto del diseño y trascendencia: Que presente los productos de forma gráfica con una buena calidad de fotografías y que el diseño sea creativo.

Material a realizar: un vademecum con fotografías

Presupuesto: Q.13,000.00

Datos del logotipo:

- **Colores:** El color predominante es gris claro
- **Tipografía:** Desconocida
- **Forma:** Un Pegaso acompaña el texto donde se menciona el nombre de la empresa.
- **Logotipo:**

Logotipo de DISORGA, S.A:



FODA:

| Fortalezas | Oportunidades | Debilidades | Amenazas |
|---|---|--|---|
| La empresa cuenta con personal capacitado. | Los médicos de los departamentos necesitan que los informe personal capacitado. | El personal es poco y dentro de la empresa hay mucho trabajo. | Otras empresas que se dedican al mismo trabajo, cuentan con mas personal. |
| La empresa tiene clientes definidos | Los médicos recetan medicamentos de DISORGA, S.A. son fieles a la empresa. | No existe una sucursal de la empresa en los departamentos y la mayoría de los médicos y clientes están allí. | Otras empresas tienen sucursales en los departamentos y personal que informe a los clientes. Existen otras |
| Los precios de los medicamentos están al alcance de las personas. | Los médicos de los departamentos recetan medicamentos con precio accesible. En los departamentos | Para las personas que compran por unidad no se hacen descuentos ni promociones. | opciones de medicamento más barato. Existen otras |
| La empresa tiene 8 años en el mercado y es conocida. | la empresa es muy conocida sin necesidad de publicidad o algún material gráfico. | No se cuenta con material gráfico informativo. | empresas que trabajan con variedad de material gráfico. |

CAPÍTULO V

DEFINICIÓN

DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El vademécum impreso será repartido a los visitantes médicos que trabajan en la empresa DISORGA,S.A, especialmente los de nuevo ingreso, el objetivo de este diseño es servir como refuerzo a los trabajadores y a las personas que acaban de realizar su actividad laboral en la empresa.

5.2 Perfil geográfico:

La mayoría de visitantes médicos viven en el departamento de Guatemala y en Mixco, siendo este municipio el lugar donde se encuentra la empresa.

5.1.2 Datos Generales:

Mixco es un Municipio del departamento de Guatemala.

Población: 403,689 habitantes.

Extensión: 132 Kilómetros cuadrados.

Fuente: XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación (Censo 2002) INE

Fuente: INE Censo 2010

5.1.3 Aldeas:

El Campanario, San José, La Comunidad, Lo de Coy, Lo de Bran, Lo de Fuentes, El Naranjito, Sacoj, Buena Vista, El Aguacate, El Mananillo.

5.1.4 Colonias:

El Milagro, Primero de Julio, San Francisco, El Caminero, Carolingia, Las Brisas, La Brigada, Belén, Monserrat, Las Mineras, El Tesoro Banvi, Monte Real, Monte Verde, El Castillo, Pablo VI, Belencito, Molino de las Flores, Ciudad San Cristóbal, Lomas de Portugal, Bosques de San Nicolas, El Tesoro, Ciudad Satélite, Santa Marta.

5.2 Perfil Demográfico:

Edad: 28 a 50 años

Genero: Hombres y mujeres

Ocupación: Visitadores médicos graduados de la Universidad.

Nacionalidad: Guatemalteca, originarios de la capital y de Mixco, lugar donde ejercen su profesión.

5.2.1 Tabla de Niveles Socioeconómicos:

Los visitantes médicos de la empresa DISORGA, S.A. en su mayoría se encuentran en el nivel C. cumpliendo con la mayoría de las características que se presentan a continuación:

| Características | Nivel C |
|-----------------------|--|
| Educación | Superior Licenciatura |
| Desempeño | Ejecutivo comerciante vendedor dependiente |
| Ingreso | Q. 12,000.00 |
| Vivienda | Casa/departamento Rentada o financiado, 1-2 Recámaras 1, 2 Baños sala garage para 2 vehículos |
| Otras propiedades | |
| Personal de Servicios | Por día, eventual |
| Educación grupo | Hijos menores, colegios privados Hijos mayores U estatal |
| Posesiones | Auto compacto de 4- 5 años sin seguro. |
| Bienes de comodidad | 1 teléfono, mínimo 1-2 cel Cable, radio, 2TV Electrodomésticos básicos |
| Diversión | Cine C.C parques temáticos locales |

Para conocer un poco más sobre el grupo objetivo, fue entrevistado el gerente de DISORGA, S.A, luego de comparar las respuestas de la entrevista con los de la tabla de Niveles Socioeconómicos, 5.2.1. Se pudo establecer mejor el nivel socioeconómico de los clientes de DISORGA, S.A.

Son médicos graduados, con clínicas particulares; algunos trabajan en hospitales del área, son conocidos por muchos de los habitantes, poseen casa propia y carro en la mayoría de los casos. Sobre sus ingresos no se tienen un dato específico, todos tienen teléfono de casa y un celular, correo electrónico, en su mayoría computadora.

5.3 Perfil Psicográfico:

Para conocer un poco sobre los hábitos, hobbies actividades y costumbres del grupo objetivo, se entrevistó de forma breve al gerente de DISORGA. S.A.

5.3.1 Hábitos:

5.3.2 Hobbies:

- Si son hombres les gusta ver televisión, especialmente partidos de fútbol.
- Las mujeres, estar en casa y cocinar, también ver televisión.
- Salir con la familia.
- Practicar algún deporte, salir a correr o ir a un gimnasio.

5.3.3 Actividades:

- Por lo general trabajan en la empresa o se encuentran visitando médicos de las diferentes áreas de Guatemala.

5.3.4 Costumbres:

- Salir el fin de semana con la familia
- Ir a los centros comerciales o al cine el fin de semana.
- Ir a algún comedor cercano al lugar donde trabajan, a almorzar.
- Algunos toman café por la mañana.

5.4 Perfil conductual:

Los visitantes médicos cuando hacen su visita correspondiente a cada médico conversan con él para conocer la actitud del médico ante el producto. A final de mes se transfiere esta información al supervisor correspondiente y al gerente de la empresa. De esta información surge la información para completar el perfil conductual.

5.4.1 Personalidad:

- Accesibles
- Amables.
- Capacitados

5.4.2 Conducta:

- Escuchan al visitador médico para conocer más de producto.
- Les interesa que se les proporcione una muestra médica del producto.

5.4.2 Beneficio de compra:

- En este caso los visitantes médicos no son quienes compran el producto, son los pacientes, pero ellos dan a conocer el producto a los médicos, deben conocer el producto que ofrece la empresa.
- Los visitantes médicos se benefician cuando un producto es de calidad pues los médicos lo prefieren y lo recetan sobre otros productos dando a conocer los medicamentos de DISORGA, S.A.
- Por todo lo anterior, se puede observar que para que el producto llegue a manos del consumidor debe pasar por un proceso previo comenzando por el visitador médico, que es quien da a conocer el producto. Por ello debe tratarse de una persona altamente capacitada e informada. es su responsabilidad que la información que el médico reciba sea la adecuada.

CAPÍTULO VI

MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco Teórico:

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Droguería: Establecimiento donde se venden pinturas, productos de limpieza y de aseo.

el término droguería presenta dos usos bien extendidos, por un lado, se designa de esa manera a la empresa, organización, en la cual se pueden adquirir medicamentos o drogas que se emplearán en algún tratamiento de salud prescrito por el médico. Por ejemplo, en el caso de los pacientes oncológicos, es más común que se los envíe a las droguerías para que allí adquieran las drogas que necesitan para realizar sus tratamientos, ya que la misma se especializa solamente en drogas o medicamentos, es decir, no comercializa otro producto que no sean medicamentos o drogas prescritas. No pude comprar el medicamento porque la droga se encontraba discontinuada en la droguería que me sugirió el médico.

Y el otro uso del término droguería se emplea para referirse al establecimiento en el cual se comercializan medicamentos y otros productos tales como de cosmética, aseo y limpieza, lo que también se conoce popularmente como farmacia. En este caso no solamente la droguería produce los medicamentos sino que además los vende al público junto a otros tantos productos relacionados. En tanto, la droguería se ocupa de generar, producir las drogas que son las materias primas de procedencia biológica que se emplearán de manera directa o indirecta para la laboración de medicamentos. La composición química de las drogas será la encargada de generar una acción farmacológica que resultará útil en la terapia prescrita para recuperarse de alguna enfermedad o trastorno.

Actualmente, como consecuencia de la motivación de simplificarle las cuestiones a los consumidores a la hora de salir a hacer sus compras, es que es recurrente encontrarnos con droguerías que además de vender medicamentos y drogas de todo tipo, también ofrezcan una amplia y variada gama de productos de cosmética, entre ellos shampoos, cremas, jabones, maquillaje femenino, productos de cuidado bucal, entre otros.

([www. Worldreference.com/definicion/droguerña](http://www.Worldreference.com/definicion/droguerña))

6.1.2 Sociedad Anónima: Una sociedad anónima es una entidad jurídica cuya existencia se distingue de la de su propietario. Sus titulares participan del capital social mediante acciones que les confieren derechos económicos y políticos. Las acciones se diferencian entre sí según las potestades que confieren o por su valor nominal.

Las ventajas de este tipo de sociedad son varias. En primer lugar, los propietarios no tienen responsabilidad personal puesto que los acreedores tienen derechos sobre activos de la corporación y no sobre los beneficios de los accionistas. En segundo lugar, el comercio de acciones permite la participación de pequeños inversores.

Los propietarios encuentran participación dentro de la sociedad mediante un órgano de fiscalización y administración denominado junta general de accionistas. Esta se encarga de tomar decisiones que afectarán el derrotero de la compañía. Para efectuar esta tarea, la junta se reúne una vez al año en lo que se denomina *junta general ordinaria de accionistas*, aunque puede acaecer que por motivos de necesidad se convoque a los accionistas a lo que se llama *junta general extraordinaria de accionistas*, es decir, una reunión poco habitual para tratar situaciones de urgencia. Algunos ejemplos de los tópicos que se tratan en las reuniones son distribución de beneficios, remuneración de directores, disolución de la sociedad, división de la sociedad, etc. No obstante, uno habitual y de gran relevancia es la elección del consejo de administración.

El consejo de administración es un organismo sobre el que se delega la toma de decisiones administrativas de la sociedad. Su estructura está pautada en los estatutos, que en general son lo bastante flexibles para disponer de las opciones más pertinentes según lo requieran las circunstancias.

Las sociedades anónimas son una excelente oportunidad para realizar inversiones cuando se dispone de un capital reducido. No obstante, para realizar estas operaciones es necesario tener un buen conocimiento del mercado y su funcionamiento.

(www.definicionabc.com/economia/sociedad-anonima.php)

6.1.3 Visita medica “La Visita Médica es un conjunto ordenado de actividades que el Visitador a médicos realiza para informar, persuadir o recordar al profesional en salud facultado para prescribir, acerca de las características, ventajas y beneficios de los productos farmacéuticos que promociona, asumiendo la responsabilidad de proporcionar información técnica - científica para su valoración”.

6.1.4 Visitador Médico: “El Visitador Médico es un profesional que trabaja en una compañía farmacéutica para promocionar los productos farmacéuticos que le han sido asignados, para lo cual, posee conocimientos técnico - científicos relacionados con los productos que promociona, utiliza técnicas de venta adaptadas al rubro farmacéutico, tiene cualidades necesarias para brindar servicios acordes a las exigencias del segmento que atiende y realiza un contacto directo con los profesionales facultados para prescribir.”

6.1.6 Droguería: “Se designa de esta manera a la empresa, organización en la cuál se puede adquirir medicamentos o drogas que se emplearán en un tratamiento de salud preescrito por el médico”

“establecimiento en el cual se comercializa medicamentos y otros productos tales como de cosmética aseo y limpieza”

6.1.7 **empresa:** Una empresa es una organización con fines de lucro que otorga un servicio o bien a la sociedad. Desde el punto de vista de la economía, una empresa es la encargada de satisfacer las demandas del mercado. Para lograr sus objetivos esta coordina el capital y el trabajo y hace uso de materiales pasivos tales como tecnología, materias primas, etc.

Según su actividad, las empresas se clasifican en empresas de servicios, comerciales, extractivas o industriales; según su dimensión, en microempresa, pequeña empresa, mediana empresa o gran empresa; según su forma jurídica, en empresas individuales, societarias o cooperativas; según la titularidad del capital, en empresas públicas, estatales o mixtas; y

finalmente, según el lugar donde actúan, las empresas se clasifican en empresas locales, regionales, nacionales o multinacionales.

El origen de las empresas tal como se las concibe hoy en día debe rastrearse en momentos claves del desarrollo del capitalismo, especialmente en el siglo XIX, con la revolución industrial y la difusión de las ideas de Adam Smith. Esta época coincide con los primeros trabajos relativos a como administrar y organizar una empresa de modo más sistemático.

La empresa tiene un rol sumamente importante en el desarrollo de la sociedad en general. Además de generar empleo, suministra aquellos bienes y servicios satisfaciendo necesidades en general, otorga créditos motivando la inversión y la posibilidad de compra y hace conocer continuamente productos útiles a través de la publicidad. No obstante, todas estas posibilidades solo tienen lugar en una economía de mercado.

El estado debe garantizar un ámbito apropiado para que la empresa se desarrolle en la medida en que cumpla con sus funciones sociales. En este sentido, se deben facilitar las inversiones, brindar seguridad jurídica y tener un rol activo en momentos de crisis inyectando liquidez al mercado. Es importante entender que a pesar de que el fin de una empresa sea el lucro, los beneficios que otorga a la sociedad son siempre mayores.

(definicionabc.com. 2013)

6.1.8 Farmacia: Se conoce como farmacia al establecimiento en el cual se venden diferentes tipos de productos relacionados con la salud, especialmente medicamentos. Una farmacia es uno de los tipos de negocios más necesarios con los que debe contar un barrio ya que es ella el único espacio donde se pueden conseguir algunos tipos de medicamentos de gran importancia para la cura de determinadas complicaciones médicas.

Tal como sucede con otros negocios, la farmacia moderna permite a los usuarios recorrer diferentes góndolas en las cuales se exponen los productos. Generalmente, los productos que están exhibidos en góndolas son aquellos que no necesitan receta o que son de venta libre, mientras que los medicamentos que sí la requieren suelen ser provistos por especialistas que deben verificar la receta u orden del médico antes de entregarlos. Al mismo tiempo,

los responsables de proveer con tales medicamentos pueden recibir pedidos de recetas magistrales especialmente encargados para cada cliente.

Normalmente, una farmacia también puede vender productos de cosmética, implementos relacionados con la kinesiología, elementos de higiene, etc. Todos estos productos son hoy en día complementados, en las grandes farmacias, con productos no necesariamente relacionados con la farmacéutica tales como golosinas, bebidas, productos comestibles, piezas de indumentaria menor, perfumes y otros elementos.

Finalmente, una farmacia también puede ser utilizada como un centro de atención para primeros auxilios, contando en tal caso con el equipo para tomar presión, para aplicar inyecciones, etc. Esto prueba que las farmacias no pueden ser operadas por empleados si no que deben contar siempre en su staff con gente especialmente capacitada para atender las necesidades sanitarias de las personas que allí concurren. De tal modo, una farmacia es un establecimiento que debe contar con mayores regulaciones sanitarias y legales a la hora de funcionar que cualquier otro tipo de negocio.

Para asegurar la asistencia de los pacientes en general, las farmacias suelen formar parte de un sistema de turnos que está pensado para que siempre haya alguna farmacia abierta por la zona a la cual los individuos pueden recurrir.

(definicionabc.com. 2013)

6.1.9 Receta: A la prescripción médica, escrita justamente por el médico que contiene la indicación de alguna medicación para ser adquirida en una farmacia se la denomina como receta; y a la nota escrita de tal prescripción, asimismo, se la denomina receta. Para expedir recetas el médico debe disponer de una autorización legal que le permita prescribir remedios. Y cabe destacar, que la receta garantiza que la droga prescrita sea empleada con fines terapéuticos únicamente.

Las recetas consisten de dos partes, el **cuerpo de la receta** , que es aquella que se le entrega al farmacéutico en el momento de la compra del medicamento, y el **volante de instrucciones** para el paciente, en la cual el médico especifica cómo deben ingerirse los

medicamentos recetas, cantidad de horas y dosis. *El médico me indicó en la receta que se trata de un medicamento para tratamiento prolongado. Tal medicamento no se vende sin la correspondiente receta.*

Por otro lado, a **aquella nota que comprende aquello de lo que debe componerse una cosa** y el modo en que se la debe hacer, también se la designa como receta.

También, al método a través del cual se consigue determinada cuestión, por ejemplo, bajar de peso, un nuevo empleo que pague más por nuestros servicios, entre otras alternativas, lo llamamos receta. Dame la receta de tu éxito para dejar un empleo y conseguir otro mejor. La receta de mi éxito es ponerle mucho tesón a cada paso que doy.

En algunos lugares de habla hispana, la palabra receta se emplea como sinónimo de multa de tránsito. Un oficial de tránsito me hizo una receta por estacionar en un lugar prohibido.

Y por su lado, la receta de cocina implica una lista de ingredientes y una serie de instrucciones para llevar a cabo la preparación de un plato de comida determinado. Generalmente, se transmiten de generación en generación, es decir, de abuelas a madres y de madres a hijas, aunque, también existen libros especializados que se ocupan de agruparlas. Si bien la estructura puede variar, lo que no puede faltar en una receta es orden y claridad y debe indicar el título, los ingredientes y como efectuar la elaboración.

(definicionabc.com. 2013)

6.1.10 Medico: La palabra médico la usamos en dos sentidos. Por un lado, a través de ella se designa a todo aquello asociado o propio de la medicina, que es aquella disciplina que se ocupa del estudio del cuerpo humano, las afecciones que normalmente lo atacan y la manera tanto de curarlas como de prevenirlas.

Y por otra parte, al individuo que se ejerce la mencionada actividad de la medicina se lo denomina médico. Cabe destacarse que para desempeñarse como tal, la persona deberá haber cumplido satisfactoriamente toda la teoría y la práctica implicada en la carrera de Medicina dictada por tal o cual universidad.

(definicionabc.com. 2013)

El médico se preocupa especialmente por mantener la salud de sus pacientes y también de recuperarla en aquellos casos que se ve afectada o complicada. Para cumplir con ello el médico estudia cada caso en particular y normalmente se acompaña de: la examinación del paciente en cuestión y también indica estudios específicos de acuerdo a la dolencia que se manifiesta. Una vez que reúne toda la información sobre la afección, el médico indicará un tratamiento a seguir para recobrar nuevamente el estado óptimo de salud. Dependiendo de cada situación y de la gravedad de los casos puede valerse de prácticas quirúrgicas, de prescripción de medicamentos, entre otras alternativas.

Cabe destacarse que el médico es uno de los profesionales que más requieren, por su comprometida actividad, una formación de tipo continuada, o sea, después de la formación de rigor estipulada, es necesario que el médico siga adquiriendo conocimientos sobre nuevas patologías, nuevos métodos de tratamiento para una enfermedad, entre otros. O sea, durante toda su vida profesional, el médico debe estar absorbiendo nuevos conocimientos en su materia, porque como sabemos la medicina avanza tanto como la tecnología y la ciencia. Uno de los sinónimos más populares de la palabra médico es el de doctor.

Es tal la importancia de esta actividad profesional que existe un día anual para homenajear a todos aquellos individuos que deciden seguir esta carrera que se ocupa y preocupa fundamentalmente de curar a los pacientes o de por lo menos aliviar el sufrimiento producto de alguna enfermedad y es el 3 de diciembre. Tal fecha fue instaurada en el año 1946 por la *Confederación Médica Panamericana*, en homenaje al día en que **nació el médico cubano Carlos Juan Finlay y Barrés**, quien descubrió el virus que desencadena la fiebre amarilla.

6.1.11 Medicamentos: Entendido como uno de los elementos más importantes de la medicina moderna, el medicamento podría ser descrito como aquel compuesto artificial y químicamente creado por el ser humano con el objetivo de controlar, aplacar y hacer desaparecer los síntomas de una enfermedad. Obviamente, los medicamentos tienen una función limitada y sirven para determinadas situaciones mientras que en otra la condición de

salud del paciente puede requerir una intervención quirúrgica o un tratamiento más profundo. Es claro que hoy en día los medicamentos son uno de los tipos de productos más vendidos en el mundo, por lo cual también se estima que las farmacéuticas y las industrias de este tipo son de las más dinámicas y poderosas en el mundo.

El medicamento puede ser clasificado en 5 tipos diferentes de acuerdo a la función específica que cumpla sobre el organismo. En este sentido, es importante que recordemos que cada región del cuerpo tiende a presentar situaciones o complicaciones particulares y relacionadas con la actividad que los órganos que allí se ubican tienen a cargo. Así, debemos hablar de antipiréticos, de analgésicos, de antipalúdicos, de antibióticos y de antisépticos. Mientras que los primeros se utilizan para disminuir y controlar estados febriles, los segundos sirven para calmar el dolor. Los antipalúdicos son quizás los más específicos de todos y sirven para tratar enfermedades como la malaria. Los antibióticos se encargan de impedir el crecimiento de gérmenes en general y por último los antisépticos sirven también para impedir el crecimiento de gérmenes pero más específicamente en áreas de lastimaduras o lesiones.

Tal como se dijo antes, cada región u órgano del organismo tiende a presentar determinadas complicaciones o problemas, por lo cual los medicamentos se especifican de acuerdo a las necesidades de esa área en particular. Así, dentro del rango de los analgésicos podemos encontrar analgésicos generales pero también analgésicos que sirven para aliviar un determinado tipo de dolor más que otros. Los antibióticos, por ejemplo, también son recomendados de acuerdo a las necesidades particulares de cada caso.

Si bien los medicamentos y su ingesta controlada y seria son siempre importantes para mantener una buena salud, muchos especialistas sostienen que pueden fácilmente crear dependencia. Esto es así debido a que por un lado pueden efectivamente solucionar las situaciones de salud de cada caso (por ejemplo, bajar la fiebre). Pero también, por otro lado, se puede generar un efecto placebo que supone que la persona cree fervientemente en que ese medicamento va a solucionar el problema y no considera otra posibilidad. Aquí ya entra en juego la psiquis de la persona. Muchas veces, esta situación puede derivar en casos de alta dependencia a

los medicamentos y puede terminar fatalmente si la ingesta de los mismos no es controlada.

6.1.11 Muestra médica: “La Muestra Médica es la presentación reducida de un producto farmacéutico sujeto a promoción que el Visitador Médico entrega sin costo a los profesionales facultados para prescribir, con la finalidad de formar en ellos un hábito prescriptivo y/o para recordarles la existencia de una marca comercial.”

(Definicionabc.com.2013)

6.1.12 Vademecum: “Vade” = “va”, “mecum” = “conmigo”, es una expresión latina que se usa para designar al pequeño libro, cuaderno o libreta que contiene las especificaciones básicas para hacer una actividad, y al ser elemental e imprescindible quien realiza esas acciones lo lleva consigo. Por ello debe ser preciso, conciso y manuable.”

La noción de vademécum procede de dos vocablos latinos: vade y mecum. La etimología del término, de este modo, remite a la expresión “ven conmigo”. Un vademécum es una publicación que puede trasladarse con facilidad y que recopila datos esenciales de alguna

(Definicionabc.com.2013)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación:

6.2.1.1 Comunicación: Comunicar significa compartir información entre un destinador y un destinatario. No es o mismo la transmisión: esta no implica compartir si no solamente transmitir información. En este caso el destinatario asume un papel meramente receptivo diferente es, asimismo, el proceso de comunicación el cual se produce, por ejemplo, entre la interpretación de una obra musical y los oyentes o entre encuadro pictórico y los espectadores. También debe distinguirse la estimulación que solo busca una mera reacción en los destinatarios.

Para que exista comunicación se requiere la pues ña omyemcopm de poner en común un mensaje.

Del estudio de la comunicación se ocupan varias disciplinas, principalmente la semiótica la cibernética la Lingüística y la lógica matemática.

6.2.1.2 Comunicación Visual: Comunicación visual

“La comunicación visual es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. En ella influyen: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente. Es la comunicación en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes.”

“Comunicación visual es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de mensajes. En términos generales, es verificable que es muy pequeña la comunicación basada exclusivamente en imágenes. En la mayor parte de la comunicación visual tiene preponderancia de las imágenes, pero se complementan con textos, sonidos, locuciones, que acotan y precisan su sentido,

6.2.1.3 Comunicación Unidireccional: cuando el destinatario no tiene posibilidad de intercambiar mensaje con el destinatario (por ejemplo una carta, una circular o un periódico).

6.2.1.4 elementos de la Comunicación: Todo acto de comunicación implica un destinatador un destinatario, un mensaje, un canal, un referente y un código.

El destinatador envía el mensaje por medio de un código(conjunto sistemático de signos) conocidos por el destinatario.

El destinatario descodifica el mensaje que e ha llegado a través de un medio o canal, que puede ser auditivo, visual, táctil.

El mensaje se refiere a uno o varios elementos e la realidad y a esto se le llama referente.

6.2.1.5 Funciones de la Comunicación:

Según Jakobson existen seis funciones definidas así por él:

Referencial: “Define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que se hace referencia. Su problema fundamental reside en formular a propósito del referente una información verdadera es decir objetiva, observable y verificable.

2) Emotiva: “define las relaciones entre el mensaje y el emisor”. En otras palabras esta función enfatiza la actitud del emisor con respecto al referente.

3) Conativa o apelativa: “Define las relaciones entre el mensaje y el receptor” función trata de provocar determinadas reacciones en el destinatario.

4) poética o estética: Es la que predomina en la obra de arte. En esta función el referente es la obra misma. En otras palabras lo mas importante es la forma en que los signos son distribuidos.

5) fática: por medio de esta función se afirma, manteniendo o detiene la comunicación continué o se interrumpa.

(Albizures Palma, Francisco. 2006),

6.2.1.6 Lengua: Es la forma particular de lenguaje articulado empleada por una comunidad.

Es un código conocido por los miembros de esa comunidad, por quienes han nacido en ella o por quienes lo aprenden. Por ejemplo: el inglés, el francés, el español , el chino... la lengua no coincide necesariamente con las fronteras políticas o raciales. Así c, la comunidad

Francófono abarca pueblos tan diferentes como los franceses, los belgas los suizos los haitianos y variedad de pueblos del África. Sin ir muy lejos , en Guatemala existen además del Castellano, mas de veinte Lenguas indígenas.

6.2.1.6.7 Lengua escrita: es una versión o transcripción de la oral. Gracias a esta transcripción, que se va elaborando conforme avanza la cultura a la cual la lengua pertenece, se obtiene la fijeza y la permanencia que la lengua oral no posee. Esta es más libre en sus estructuras más cambiante, más espontánea. Sin embargo es irreversible ósea que no se puede echar marcha atrás y borrar o corregir lo dicho. La lengua escrita en cambio permite ordena y corregir una y otra vez los textos.

6.2.1.8 Sintaxis: Se ocupa de la construcción de la combinación entre las palabras, las oraciones los párrafos y demás agrupamientos de vocablos.

6.2.1.9 Signo: Es una señal, una sustancia sensible que transmite una significación. Se compone de significante (lo sensible) y de significado (lo que se transmite a través del signo) Significado y significante son inseparables. En el lenguaje articulado, la palabra es un signo cuya materia sensible esta formada por sonidos.

6.2.1.10 Comunicación escrita: “La comunicación escrita es un tipo de comunicación que posee el hombre que le permite expresarse a través de un pedazo de papel o por su parte hoy en día puede realizarse por medio de la computadora.”

“en esta el emisor (individuo que emite el mensaje) elabora diferentes tipos de texto escrito tales como novelas, obras escritas articulos periodísticos cuentos trabajos investigativos, analisis entre otros, dado que con ellos busca transmitir su mensaje que puede llegar a un número indeterminado de receptores (personas que aceptan o reciben el mensaje)”

6.2.1.11 Comunicación Visual: “La comunicación visual es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. En ella influyen: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente. Es la comunicación en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes.

Funciones de la comunicación visual

- Se corresponden con las funciones generales de la comunicación, pero relacionadas directamente con los elementos que permiten la comunicación visual.
- Función expresiva o emotiva: Se trata de imágenes utilizadas con finalidad sentimental, su objetivo es transmitir emociones.
- Función conativa, apelativa o exhortativa: Las imágenes de los mensajes publicitarios cumplen, por excelencia, con esta función relacionada con la persuasión, cuyo objetivo es convencer.
- Función referencial o informativa: Son imágenes cuyo objetivo es informar. Su función es ilustrar un texto o una noticia. Su uso es acusado en libros de texto o prensa, así como también en señales de tráfico.
- Función poética o estética: Consiste en aquella imagen que busca la belleza con sentido artístico, estético. Son imágenes que valen en sí mismas.
- Función fática: Se trata de aquella que tiene como objetivo llamar la atención. Es muy frecuente en el uso de contrastes, en los tamaños y al igual que la conativa es muy utilizada en los mensajes publicitarios.
- Función metalingüística: Es aquella función que se refiere al código, se ha de conocer el código para otorgarle un significado. El receptor tiene que descifrar los códigos empleados para comprender la significación de la imagen.
- Función descriptiva: Ofrece información detallada y objetiva sobre aquello que representa (dibujos científicos, mapas, entre otros).”

6.2.1.12 Información: La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

Por lo tanto, otra perspectiva nos indica que la información es un recurso que otorga significado o sentido a la realidad, ya que mediante códigos y conjuntos de datos, da origen a los modelos de pensamiento humano.

Existen diversas especies que se comunican a través de la transmisión de información para su supervivencia; la diferencia para los seres humanos radica en la capacidad que tiene el hombre para armar códigos y símbolos con significados complejos, que conforman el lenguaje común para la convivencia en sociedad.

Los datos son percibidos a través de los sentidos y, una vez que se integran, terminan por generar la información que se necesita para producir el conocimiento. Se considera que la sabiduría es la habilidad para juzgar de modo adecuado cuándo, cómo, dónde y con qué objetivo se emplea el conocimiento adquirido.

Los especialistas afirman que existe un vínculo indisoluble entre la información, los datos, el conocimiento, el pensamiento y el lenguaje.

A lo largo de la historia, la forma de almacenamiento y acceso a la información ha ido variando. En la Edad Media, el principal acervo se encontraba en las bibliotecas que se armaban, funcionaban y se conservaban en los monasterios. A partir de la Edad Moderna, gracias al nacimiento de la imprenta, los libros comenzaron a fabricarse en serie y surgieron los periódicos.

Ya en el siglo XX, aparecieron los medios de comunicación masivos (televisión, radio) y las herramientas digitales que derivaron en el desarrollo de Internet.

6.2.1.13 **Idioma:** “Se denomina idioma al sistema de comunicación verbal o gestual a través del cual se comunicarán y entenderán los habitantes de una comunidad determinada.

Si este no existiese en forma de convención sería prácticamente imposible que las personas pudiesen intercambiar ideas, sentimientos y hasta emociones. El habla es la forma más tradicional a través de la cual se expresa el idioma y como bien decíamos más arriba, este no se reduce a la expresión oral, sino que también puede transmitirse mediante la escritura y el lenguaje gestual o de señas, siendo este último el más utilizado por aquellas personas que presentan alguna discapacidad para comunicarse, como es el caso de los sordomudos, por ejemplo.”

(definicionabc.com. 2013)

6.2.1.14 Redacción: “La a palabra redacción proviene del término latino redactio y hace referencia a la acción y efecto de redactar (poner por escrito algo sucedido, acordado o pensado con anterioridad).”

“Por redacción se entiende a todo aquel elemento escrito que haya sido redactado y realizado por una persona. La redacción puede darse de muchas diferentes maneras y con muchos diferentes estilos dependiendo del tipo de información que se quiera describir, del momento, del espacio, del público y de muchas otras cosas. El acto de redactar es, en otras palabras, poner por escrito algo que se vivió o algo que se quiere contar.”

6.2.1.15 **Tipografía:** “La Tipografía resulta ser el arte y la técnica de impresión a través de formas con relieve que reciben el nombre de tipos, los cuales, hechos de plomo, una vez entintados serán aplicados sobre el papel para así obtener un trabajo de impresión, ya sea un documento, un texto, entre otros materiales.”

“El objetivo principal y primordial que se plantea la tipografía es el de conseguir, colocando las letras, repartiendo el espacio y organizando los tipos en cuestión, la máxima comprensibilidad del texto en cuestión de parte del lector.”

“La voz tipografía deriva del latín “tipógrafo” que surge de la unión de tres componentes que

son “tipos” que significa “molde” y “graphos” que se puede decir que alude a “escribir o grabar” y el sufijo “ia” que es semejante a “cualidad o acción”. La tipografía se conoce como aptitud, oficio y la industria de la elección y el uso de los diversos tipos de letras que están diseñadas con unidad de estilo para poder desarrollar una labor de edición. Además se trata de una labor que se encarga de todo lo relativo a los símbolos, los números y las letras que se pueden imprimir en soporte físico o digital.”

(definicionabc.com. 2013)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño:

6.2.2.1 Diseño gráfico: Proceso de diseño gráfico: cualquier diseño debe comenzar con la comprensión de lo que exige un problema determinado, y finalizar con una solución válida para dicho problema. Cualidades que debe tener un diseñador son el pensamiento sistemático la voluntad de explorar todas las posibilidades y la capacidad de tomar las decisiones adecuadas en los momentos precisos.

Por lo general el proceso de diseño incluye la identificación del objetivo la interpretación de unas especificaciones dadas la investigación preeliminar el desarrollo de ideas la realización final del diseño y su afinación. También es esencial organizar un calendario de trabajo y atenerse a los parámetros temporales.

6.2.2.2 Diseño editorial: “El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.”

“Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación.”

“El diseño gráfico editorial, es una rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de piezas literarias como libros, revistas, diarios, publicaciones varias, manuales, fanzines, etc. es decir piezas compuestas de muchas páginas o pliegos, y con criterios tipográficos de composición que se realzan más que en otras piezas. Como la elección de las familias tipográficas, el grillado, el gris parejo de las cajas de texto, el interlineado, el interletrado, los tabulados, los destacados, los foliados, etc. Es fundamental también para la correcta edición y legibilidad de estos recursos de comunicación gráfica escrita.”

6.2.2.3 Retícula: “Retícula es un término que puede emplearse en diferentes contextos. En su sentido más amplio, puede definirse como una estructura bidimensional que permite organizar ciertos elementos o contenidos. En la actualidad las retículas se emplean en el diseño gráfico y el diseño web para estructurar los contenidos. Más allá de que constituyen un soporte para la creación, por lo general no se toman como un límite preciso que no se puede trascender.”

“La retícula (Grid en inglés), es una herramienta muy útil que nos puede asegurar mayor equilibrio en nuestra composición al momento de diseñar.”

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar.”

6.2.2.4 Diagramación: “Un diagrama es un gráfico que presenta en forma esquematizada información relativa e inherente a algún tipo de ámbito, como ser la política o la economía de alguna nación o empresa y que aparecerá representada numéricamente y en formato tabulado.”

“Un diagrama es un gráfico que representa un proceso o refleja relaciones entre datos números que han sido tabulados previamente. En la vida cotidiana, observamos este tipo de gráficos muy a menudo, puesto que se utilizan en clases de estudio, en presentaciones de instituciones e incluso el periodismo (sobre todo el de investigación) hace un uso intensivo de este tipo de “recurso” para mostrar procesos o datos numéricos.”

6.2.2.5 Papel: La Real Academia de la Lengua Española atribuye el origen del vocablo papel al vocablo Catalán paper que a su vez deriva del latín papyrus El papel es una hoja delgada que se hace con pasta de fibras vegetales.

Estas fibras, que pueden proceder de la madera, la paja u otras fuentes, son molidas, blanqueadas y desleídas en agua. Luego se realiza un proceso de secado y de endurecimiento mediante distintos mecanismos. El papel fue desarrollado por los chinos a base de los residuos de la seda, la paja de arroz o cáñamo y el algodón durante el siglo II. Anteriormente, los egipcios habían desarrollado el papiro a partir del tallo de plantas que crecían a orillas del río Nilo, mientras que los europeos apelaban a los pergaminos creados con pieles curtidas.

Hoy existe una infinidad de tipos de papel, que se diferencian en cuanto a la durabilidad (la capacidad para cumplir con sus funciones durante un uso prolongado), la estabilidad (para conservar sus dimensiones pese a los cambios de las condiciones atmosféricas) y la resiliencia (la facultad para recuperar su forma original tras haber sido deformado). Incluso es posible reciclar papeles usados para evitar la tala de árboles que implica producir más papel.

En el lenguaje cotidiano, el concepto de papel se usa para nombrar a cualquier hoja o pedazo de papel, ya sea escrito a mano, impreso o en blanco. Por ejemplo: *“Por favor, alcánzame un papel así te anoto mi número de teléfono”*, *“Me quedé sin papel y aún tengo que seguir escribiendo”*, *“No encuentro el papel donde anoté las cosas que tenemos que comprar en el supermercado”*.

6.2.2.5.1 tipos de Papel para impresión:

1. Papel de Acetato: el de las transparencias
2. Papel de Acuarela: es más gordo y rugoso que el de dibujo, para que empape bien el agua. También se usa para témpera.
3. Papel Autoadhesivo: lleva por un lado, una capa de material adhesivo que adhiere el material por simple contacto
4. Papel Basik: el que se usa para dibujo
5. Papel Biblia: liviano, con alta opacidad. Recibe este nombre por su frecuente utilización para la impresión de Biblias
6. Papel de Burbuja: es un plástico que está lleno de esas burbujas que a todo el mundo le chifla explotar. Si alguien tiene un antojo (de explotar), se vende en rollos continuos de 0.60 m. de ancho.
7. Papel de Carta: Originalmente, este nombre inglés se daba al papel que se utilizaba para la impresión de acciones (bonds) y que precisaba lo que en aquel momento era de una cierta calidad. Actualmente, es equivalente a lo que se denomina «papel offset», cuya calidad permite una impresión con bordes definidos pero que no lleva ningún recubrimiento (estucado).
8. Papel Calandrado: aquél que ha pasado a través de un grupo de cilindros para reducir su espesor, aumentar la densidad y mejorar su suavidad y brillo superficiales
9. Papel de Calco: el que tiene tinta por una cara. Si se escribe sobre él con la tinta hacia abajo, la imagen se calca
10. Papel Carbónico: el mismo que el de calco
11. Papel Cebolla: hay quien llama así al papel de seda, pero los que más se refieren al papel vegetal
12. Papel Charol: tiene su brillo. Es de color por un lado y blanco por otro
13. Papel Couché: se ha fabricado con un revestimiento suave ya sea en una o en las

dos caras. Con ello se obtiene una superficie mucho más compacta, lisa y con mejores propiedades de reflexión de la luz. Es el que se usa en las revistas

14. Papel Cuadrículado: se vende en cuadernitos o para recambios de archivador. El normal es el de cuadrícula de 4×4 mm.

15. Papel Estucado: el que se ha fabricado con un revestimiento suave ya sea en una o en las dos caras. Con ello se obtiene una superficie mucho más compacta, lisa y con mejores propiedades de reflexión de la luz

16. Papel Fino: aquél que tenga un gramaje inferior a los 70 g/m², más o menos

17. Papel Fotográfico: se usa para imprimir las fotos. Es más caro que na, pero nosotros tenemos uno de imitación que sale muy bien de precio

18. Papel Láser: el que se usa para imprimir con impresora láser

19. Papel Manila: parecido al de seda pero algo más opaco

20. Papel de Marca Mayor: el que se usa para dibujo a tinta

21. Papel Metalizado: con mucho brillo. Se obtiene fundiendo y vaporizando aluminio en vacío mientras se va pasando una banda de papel alrededor de un rodillo refrigerador y sobre el punto de vaporización. Las moléculas vaporizadas se depositan sobre la banda fría, dando así al papel un acabado metálico. Se vende más en Navidad

22. Papel Milimetrado: papel con cuadrícula milimétrica impresa

23. Papel Moneda: el de los billetes

24. Papel de Multicopista: una forma fisna para llamar al papel corriente de 80 g.

25. Papel no Calandrado: el contrario del calandrado

26. Papel no Estucado: el contrario del estucado

27. Papel Offset: término genérico utilizado para describir a una amplia gama de calidades de papel, fabricados específicamente para litografía offset. También se denominan así los papeles sin estucar.

28. Papel Pegatina: hay quien llama así al plástico adhesivo

29. Papel Pergamino: uno que imita su textura y color

30. Papel de Periódico: el que está en los diarios
31. Papel Preengomado: lleva una capa de adhesivo. Para activarla, se usa agua o un producto especial (activador) elaborado por el fabricante
32. Papel Reciclado: el que ya se usó una vez
33. Papel Rugoso: hay quien usa este nombre para referirse a cualquier tipo de papel que no sea el de 80g.
34. Papel Satinado: el de marca mayor lo es. Es aquél con brillo mate.
35. Papel de Seda: uno finito que se vende en pliegos
36. Papel de Tapiz: el fondo del escritorio del ordenador o el papel que se usa para forrar las paredes
37. Papel Tela: es uno muy raro, se parece al papel secante
38. Papel de Terciopelo: se llama también filtro adhesivo. Tiene una superficie que imita al terciopelo y la otra adhesiva. Se usa mucho para cubrir la base de figuras.
39. Papel Térmico: el que se encuentra en los rollos de fax o en algunos de máquinas registradoras
40. Papel Transfer: se llama así porque sirve para transferir imágenes a la tela. Se imprime con una impresora corriente y con la plancha se fija en la prenda
41. Papel Vegetal: este que se trasparenta y por lo tanto sirve para calcar.
42. Papel Vinilo: “en imprenta se suele denominar comúnmente como “vinilo” a un tipo de papel plástico con uno de los lados adhesivo. Se imprime por un lado y luego se pega.

6.2.2.6 Decoración: el diseño gráfico que consiste en la repetición de motivos que acentúan. Rodean o cubren por completo una superficie puede considerarse decorativo.

Un diseño decorativo debe agradar a la vista y acentuar la apariencia de la superficie que adorna, puede ser una entidad en su misma, unja banda, un borde, un marco continuo una viñeta o una trama.

Si el motivo procede de una fuente en particular el diseño puede tener referencias históricas o culturales.

6.2.2.7 Color Digital: “En forma de pigmentos, los colores parecen tener una forma física y real. Para desarrollar un esquema de colores, podemos esparcer pigmentos sobre el papel como muestras de color y disponerlos unos junto a otros para examinar sus efectos. Cualquier ajuste de los colores normalmente requiere volver a mezclar los pigmentos. El proceso puede llevar mucho tiempo.”

6.2.2.8 Impresión Digital: “La impresión digital es un proceso que consiste en la impresión directa de un archivo digital a papel, por medio de tóner.

Este proceso es ideal para proyectos de impresión de bajo volumen y tiempos de entrega sumamente cortos, ya que una de las principales ventajas que ofrece es la disponibilidad casi inmediata de los impresos, pues no requiere tiempo de secado o enfriamiento al no trabajar con tintas, como la tradicional impresión offset.”

6.2.2.9 Creatividad: Moles Define la creatividad como una aptitud del espíritu para organizar los elementos del campo perceptivo de una manera original y susceptible de dar lugar a operaciones en cualquiera que sea el casmpo de os fenómenos”(1977,54) Es a posteriori en la naturaleza de las leyes constructivas qu regulan la aceptación o rechazo del producto creado, cuando se sitúan en diferentes entre la creatividad artística y la científica.

6.2.2.10 Imagen: La imagen es un soporte de la comunicación visual, que materializa un fragmento del medio óptico (universo perceptivo) susceptible de persistir a través del tiempo, y que constituye uno de los principales componentes de los mass-media (fotografía, pintura, ilustraciones, esculturas, cine, televisión).

El mundo de las imágenes puede dividirse en imágenes fijas e imágenes movibles, dotada de movimiento, estas últimas derivadas técnicamente de las primeras.

Imagen fija: la imagen es entonces una concretización material la mayoría de las veces sobre una superficie de papel o de película de una serie de formas mas o menos relacionables.

6.2.2.10.1 Características de las imágenes:

Toda imagen se caracteriza por:

a) su grado de figuración correspondiente a la idea de representación por la imagen de objetos o seres conocidos intuitivamente por nuestros ojos en el mundo exterior. Esto se denomina a menudo “exactitud fotográfica” Pickford puso de manifiesto que era uno de los factores esenciales de aprendizaje del mundo de las imágenes por el niño.

6.2.2.11 Imprenta: Imprenta es la técnica industrial que permite reproducir, en papel o materiales similares, textos y figuras mediante tipos, planchas u otros procedimientos. El proceso de impresión consiste en aplicar tinta sobre los tipos y transferirla al papel por presión. Por extensión, se conoce como imprenta al lugar o taller donde se imprime.

Lo que se conoce como imprenta moderna fue creada hacia 1440 por el alemán Johannes Gutenberg. Hasta entonces, los libros eran reproducidos de forma manuscrita por copistas, lo que llevaba mucho tiempo y generaba confusiones ya que muchas de estas personas ni siquiera sabían leer y escribir y se limitaban a imitar los trazos.

En la actualidad la noción de impresión trasciende a la imprenta, ya que existen diversos

mecanismos y tecnologías para reproducir textos, como la flexografía, la serigrafía, la litografía y los métodos digitales.

La impresión bajo demanda es aquella forma de publicación que consiste en la reproducción de una determinada cantidad de ejemplares en el momento de recibir el pedido en cuestión

6.2.2.12 Canal Visual: La visión es esencial para nuestro conocimiento del mundo, cuando recibimos una

Imagen es descompuesta en nuestra retina – las tramas fotografías o televisivas no

Han hecho más que adaptarse a nuestras normas fisiológicas – en elementos luminosos que podemos caracterizar por su posición, su intensidad y su color.

La posición la determinan los ópticos con la ayuda de dos dimensiones. Si los sistemas de televisión han preferido los ejes cartesianos rectangulares, la fisiología ha preferido los ejes llamados polares, que determinan la posición de un punto particular de nuestro campo visual por su distancia angular al eje óptico y el ángulo que forma con la horizontal. En cuanto a la tercera dimensión de la geometría euclidiana, la de profundidad, la visión binocular no nos da más que unas indicaciones muy vagas, Y nos contentamos con los imperativos de coherencia que nos aportan la convergencia de las líneas de perspectiva para reconstruir la profundidad.

La intensidad luminosa la percibimos por la excitación que produce en la célula retiniana correspondiente y por la importancia de las reacciones fotoquímicas que allí ocasiona. En cuanto al color es un complemento que resulta de la comparación hecha

Por el cerebro de los valores relativos que llegan a estas células yuxtapuestas en donde las reacciones fotoquímicas se realizan de distinta manera según el color, espectro que Reciben.

Característica de las Imágenes: Toda imagen se caracteriza por,

Su grado de figuración, correspondiente a la idea de representación por la imagen de objetos

o seres conocidos intuitivamente conocidos por nuestros ojos en el mundo exterior.

Esto se denomina a menudo 'exactitud fotográfica' PICKFORD puso de mina a menudo que era uno de los factores esenciales de aprendizaje del mundo de las imágenes por el niño.

La fotografía en colores

Y más genéricamente, el proceso de los contornos y las perspectivas de una fotografía responden al ideal figurativo. El grabado y la talla en dulce tendrán esta cualidad de lo figurativo en la medida en que dan la visión fotográfica anticipada. La fotografía realista constituye, sin duda, el triunfo de la exactitud fotográfica al aspecto figurativo se le opondrá el progresivo despojo del tema, de la representación de los universales del mundo real, en provecho de elementos más gratuitos que se presentan como puros estímulos de las formas y los colores, más o menos agradables de contemplar, pintura tachista, etc.

b- Su grado de iconocidad, correspondiente al grado de realismo de una imagen con respecto al objeto que representa.

Un contorno o dibujo es menos icónico que una fotografía que, a su vez, lo es menos que el objeto real, en la medida en que éste se representa a sí mismo, el objeto de vitrina por ejemplo, y un ideograma lo sería menos todavía. Hay, pues, una dimensión de iconicidad del objeto y la esquematización es el proceso de espíritu por el que se deduce a partir del mensaje una imagen, la representación del objeto correspondiente a los Caracteres objetivos de la percepción visual.

Entre ambos extremos se situaran las imágenes deliberadamente deformadas o reformadas, simbolizadas, simbolizadas, tales como los contornos apoyados, Que Rouault dará a alas figuras reales, o como los errores de perspectiva de los Neocándidos de la pintura casi infantil o, más sutilmente, las grandes masas Coloreadas de un Cézanne o las pinceladas sistemáticamente invisibles de Seurat Fueron sin duda, los pintores, en cuanto artistas o individuos sensibles poseedores De una voluntad de interpretación del mundo visual, quienes iniciaron casi Siempre todas estas variaciones sobre el carácter figurativo de la imagen.

Inflación de la imagen:

En la actualidad existe una inflación de la imagen para los clientes de las mass media, De las revistas ilustradas y para las fotografías aficionados. Hace algunos siglos, ver Una imagen era, en sí mismo, un macroacontecimiento de la vida cotidiana y las Personas de edad recordaban las bellas imágenes habían formado su juventud.

Luego, Esas bellas imágenes y esos hermosos grabados se fueron convirtiendo en objetos de Colección, como los cuadros Merian, constituyen un orgullo de la familia burguesa Como una colección de imágenes que conservan en su estilo el sabor de un tiempo en que las imágenes eran raras y hermosas. Una ciencia de las imágenes, aun no creada, Tratará , por ejemplo, de esbozar un mapa de los lugares donde la densidad de las Imágenes es fuerte, dejando todavía de lado el caso del cine o de la imagen móvil Para tratarlo aisladamente.

Es interesante preguntarse en qué parte de la ciudad vemos imágenes, en el vestíbulo Del diario, en la vitrina del vendedor de periódicos, ojeando los libros en la librería Al comprar revistas, en las carteleras publicitarias, hay en la ciudad un aspecto de la imagen que constituye una de las tareas de los sociólogos del futuro.

Cabe atribuir muchos caracteres al conjunto de todas las imágenes que percibimos.

Hemos citado más arriba dos dimensiones fundamentales derivadas de la percepción Más inmediata, como el grado de configuración y el índice de iconicidad o, al revés, De abstracción.

Hay otras dimensiones del mundo de las imágenes

1- Su complejidad Una tarjeta postal que representa el salón chino de Luis II de Baviera es mas compleja que un cromó de litoral. Puede clasificarse las imágenes Según el grado de complejidad creciente.

2- Su carácter histórico La consagración de Napoleón reproducida en tarjetas postales del Louvre.

3- El Hecho de que sean en color o en blanco y negro.

4- Su calidad Técnica Hay imágenes buenas o malas desde el punto de vista de su nitidez, de la posibilidad de reproducirlas de su contraste, de la vivacidad de sus colores Cromatismo, etc.

5- El formato de la imagen Esta puede variar notablemente en cuanto al campo que ocupa en el espacio visual, aunque el ser humano perceptor tienda siempre a reducirla A una dimensión optima en ese campo, del orden de un cuarto del campo visual global

6.2.2.13 Iluminación: Iluminación, del latín *illuminatio*, es la acción y efecto de iluminar. Este verbo hace referencia a alumbrar o dar luz y requiere siempre de un objeto directo, de algo o alguien a quien brindar su claridad. Se conoce como iluminación, por lo tanto, al conjunto de luces que se instala en un determinado lugar con la intención de afectarlo a nivel visual. Por ejemplo: “La obra no estuvo mal, pero la iluminación era tan pobre que apenas se podía ver a los actores”, “Anoche vi un espectáculo de una fuente de agua con unos efectos de iluminación sorprendentes”.

La iluminación se lleva a cabo a través de diversos elementos y artefactos, como lámparas incandescentes (también conocidas como bombillas, bombitas o focos), lámparas fluorescentes o lámparas halógenas. Estas últimas son especialmente utilizadas en oficinas, dado que consumen menos energía que las convencionales, y se caracterizan por emitir una luz muy intensa y poco considerada con las arrugas y demás defectos faciales que la gente suele intentar esconder.

El concepto de iluminación también permite hacer referencia al esclarecimiento interior místico, experimental o racional. La iluminación, en este sentido, supone la adquisición de un nuevo entendimiento que otorga una sensación de plenitud.

La iluminación intelectual, por otro lado, consiste en poner algo en claro, en adentrarse en un tema hasta llegar al fondo del mismo. En este caso, no existe un aspecto místico, sino racional o experimental.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1 Ciencias:

6.3.1.1 Gramática: : Actualmente se entiende por gramática el estudio científico de los hechos morfológicos y sintácticos.

6.3.1.2 Ortografía: Del latín orthographia, la ortografía es el conjunto de normas que regulan la escritura. Forma parte de la gramática normativa ya que establece las reglas para el uso correcto de las letras y los signos de puntuación.

La ortografía nace a partir de una convención aceptada por una comunidad lingüística para conservar la unidad de la lengua escrita. La institución encargada de regular estas normas suele conocerse como Academia de la Lengua.

Las reglas ortográficas, en general, no tienen una relación directa con la comprensión del texto en cuestión. Por ejemplo: si una persona que domina la lengua castellana lee una oración que afirma “Crece la expectativa de vida en todo el mundo”, no tendrá problemas para entender el enunciado. Su escritura correcta, sin embargo, es “Crece la expectativa de vida en todo el mundo” y de seguro transmite el mensaje de forma más limpia y directa, dado que evita al lector el proceso de corrección.

La ortografía, en definitiva, ayuda a la estandarización de una lengua, algo que resulta muy importante cuando existen diversos dialectos en un mismo territorio. Cabe mencionar que las reglas de la ortografía se enseñan durante los primeros años de educación primaria.

En algunas lenguas, la ortografía basa sus normas en los fonemas (abstracciones mentales de los sonidos del habla), tal y como ocurre con el castellano. Otras lenguas optan por criterios etimológicos (es decir, se remiten al origen de las palabras), una situación que promueve la divergencia entre la escritura y la pronunciación de las palabras.

6.3.1.3 Psicología: La psicología es la ciencia que se ocupa tanto teórica, como prácticamente, al estudio de los aspectos biológicos, sociales y culturales del comportamiento humano, tanto a nivel social como individual, así como también del funcionamiento y desarrollo de la mente humana.

La psicología lo que hace básicamente es estudiar directamente a los individuos, aunque también suele utilizar algunos animales de laboratorio para los estudios, cuyos comportamientos son en algunos casos equivalentes a los de los seres humanos, y centra su atención en cómo sienten, piensan, se adaptan al medio en el que viven y en cómo este también los define, para después, todas las conclusiones producto de ese análisis y observación directa, volcarlas en teorías que servirán de guía para conocer, explicar e incluso hasta predecir acciones futuras. Desde hace algunos años, la consulta a psicólogos o terapeutas se ha convertido en un hábitud: algunos por problemas de estrés entre trabajo/familia y otro tipo de relaciones, muchos también por problemas derivados de la vida laboral, como lo puede ser el desgaste de parejas, o también muchos asisten a terapias psicológicas como forma de destecer el pasado, conocer sus traumas y miedos, para poder manejarlos, vencerlos y fortalecer su personalidad de cara a nuevos proyectos o desafíos en la vida, ya sean académicos, laborales, sentimentales, entre otros.

Al ser tan amplio y vasto el universo del comportamiento y la mente humanas, es que la psicología se encuentra dividida en diversas ramas que se ocuparán de cada uno de estos, así encontraremos la que se ocupa del aprendizaje, la evolutiva o del desarrollo, la psicología de la anormalidad, del arte, de la personalidad, la aplicada, la clínica, educativa, infanto-juvenil, laboral, comunitaria, de emergencia y forense.

En muchos ámbitos de la vida cotidiana, como pueden ser los establecimientos educativos o empresas puede encontrarse que dentro del staff institucional cuentan con psicólogos. En las escuelas, son frecuentes este tipo de profesionales para abordar las problemáticas del niño, generalmente en relación a su ámbito familiar que impiden muchas veces el avance o éxito

de éste en los procesos de aprendizaje. En el caso de ámbitos laborales, suelen incorporarse profesionales de la psicología como sostén a los empleados en relación a problemáticas de estrés o resolución de situaciones conflictivas, además de intervenir en los procesos de selección de nuevo personal, donde a través de diversos test o evaluaciones pueden determinarse las actitudes y la personalidad del candidato, y a partir de esto, determinar qué condiciones positivas, y cuáles negativas, posee en relación a su posible futuro puesto de trabajo.

Si bien hoy en día es necesario y un paso obligado para dedicarse a la psicología el estudio y la aprobación de la carrera universitaria que en la mayoría de los países se conoce como Licenciatura en Psicología, en el pasado, muchos de los grandes maestros de la disciplina no provenían de una universidad en psicología, por el contrario, sino que venían de ámbitos como la física, la medicina, entre otros, pero su afición por el estudio del comportamiento humano hizo que se los llamase también psicólogos, tal es el caso de Sigmund Freud, Alfred Adler, Carl Gustav Jung, Jean Piaget, entre los más reconocidos.

Por último y ante las reiteradas confusiones en las que suele caerse, es menester marcar la diferencia que hay entre esta y la psiquiatría, ya que como bien decíamos más arriba, la psicología, solamente se ocupa de sentar las bases para el mejor conocimiento de la psiquis humana pero no se ocupa de la salud de esta ni de prevenir las más recurrentes afecciones que sufre esta, siendo la psiquiatría entonces la que se encargará de su cuidado a nivel clínico.

Otra disciplina derivada de la psicología es la psicopedagogía, que se enfoca en el estudio y tratamiento de problemas relacionados al proceso de aprendizaje, que pueden ser causados por diferentes enfermedades, por bajo estímulo del entorno familiar del niño, o bien por situaciones vividas dentro del ámbito escolar y que desvían los intereses del niño hacia el aprendizaje.

En muchas ocasiones, al tratarse de disciplinas específicas pero en fin derivadas, suelen realizarse tratamientos en conjunto con profesionales de dos o más de estas ramas, o incluso lo que suele llamarse diagnósticos interdisciplinarios para afrontar de manera integral y

completa la solución y tratamiento al problema psicológico del paciente.

6.3.1.4 Psicología del color: : para poder comprender el efecto psicológico que causan los colores en la mente de las personas y de esta forma seleccionar los que sean mas adecuados al diseño que se esta trabajando.

6.3.1.5 Semiología: La semiología es una de las ciencias que forman parte del estudio de la comunicación ya que es la responsable de analizar los diferentes tipos de símbolos y signos producidos por el ser humano para comunicarse así como también sus significados y significantes. La semiología es entendida en muchos casos como el equivalente de la semiótica.

Al comunicarse, el ser humano utiliza incontables tipos de símbolos y signos que son los medios a través de los cuales se proyecta algún tipo de mensaje. Tanto al hablar o al escribir como al establecer imágenes como símbolos el ser humano manda un mensaje a algún receptor determinado y puede así comunicarse. Incluso las palabras están compuestas de símbolos que son las letras y que permiten que la idea que permanece en la cabeza de una persona pueda ser transmitida al exterior de manera escrita o hablada.

Los símbolos pueden tener un significado específico y aceptado (como por ejemplo lo tienen los signos utilizados para la educación vial) como también pueden tener un sentido particular que cada individuo les otorga de acuerdo a sus experiencias, situaciones, sensaciones y conocimiento. La tarea de la semiología es justamente analizar ese tipo de comunicación. Los significados pueden variar también de cultura a cultura, de sociedad a sociedad y es aquí donde también entran en juego ciencias como la antropología o la arqueología.

Los símbolos siempre tienen algún significado que puede ser más o menos evidente dependiendo del caso. Espacios o situaciones tales como rituales, ceremonias, eventos o incluso los más cotidianos y normales sirven como espacios para que la semiología actúe y analice los significados detrás de cada acto comunicativo, detrás de cada transmisión de mensaje, etc. Los símbolos se utilizan en muchos espacios tales como la religión, el arte, la

medicina, el mundo militar, la economía, la matemática, etc.

6.3.1.6 Lingüística: : Se designa con el término de lingüística a la disciplina que se ocupa del estudio científico de la estructura de las lenguas naturales como del conocimiento que los propios hablantes de ellas tienen de las mismas.

Entonces, la lingüística, como cualquier ciencia, se centra en estudiar y explicar las leyes que mandan en el lenguaje, explicándonos a todos cómo es que las lenguas han funcionado en un determinado momento del tiempo, cosa que también nos permitirá comprender su funcionamiento general.

La lingüística actual o moderna comenzó a desarrollarse en el siglo XIX, pero con la publicación póstuma del Curso de Lingüística General, publicada por uno de los más grandes estudiosos de la materia, Ferdinand de Saussure, la lingüística pasará a ser una ciencia independiente pero integrada a la semiología, empezándose a hacer especial hincapié en la distinción entre lengua (sistema) y el habla (uso) y en lo que respecta a la definición de signo lingüístico. Luego, ya en el siglo XX, el reconocido lingüista Noam Chomsky, añadió un aspecto fundamental a la materia, desarrollando lo que se conoce como corriente del generativismo, la cual propone una nueva perspectiva respecto del tema, centrándose y pensando a la lengua como un proceso de la mente del hablante y en la capacidad innata que tenemos los individuos que nos permite usar y adquirir esa lengua.

Existen varios niveles a través de los cuales se puede hacer un estudio de la lengua como sistema sin dejar nada de lado, estos son: el fonético-fonológico (se centra en el estudio de fonemas y los sonidos del habla), morfosintáctico (estudia la palabra, los mecanismos de creación y formación de estas, nivel léxico (estudia las palabras de una lengua), semántico (estudia el significado de los signos lingüísticos).

En tanto, desde el punto del habla, se considerará al texto como la unidad superior de comunicación y la pragmática que es la encargada de estudiar la enunciación y el enunciado.

6.3.1.6 Sociología: La Sociología es la ciencia social por excelencia que se ocupa del estudio de las relaciones entre los individuos y las leyes que las regulan en el marco de las sociedades humanas.

El objeto de estudio de la misma son básicamente los grupos sociales, entendidos estos como el conjunto de individuos que conviven agrupados en diferentes tipos de asociaciones humanas. Entonces, la Sociología se ocupará de analizar las diversas formas internas de organización que pueden presentar los mismos, las relaciones que entre sí mantienen sus componentes y con el sistema dentro del cual se encuentran insertos y finalmente el grado de cohesión que existe en la estructura social de la cual forman parte.

Pero claro, todo esto lo sabemos concretamente hoy que ya es ciencia la Sociología, sin embargo, desde mucho tiempo antes que la misma se convirtiese en tal y hubiese un nombre que la designase, ya se hacían descripciones y se estudiaban a los diferentes pueblos y a sus costumbres. Por ejemplo, el pensador Herodoto, ya en el siglo V A.C. había efectuado concretos y completos estudios sobre diferentes poblaciones humanas y sus más tradicionales maneras de relacionarse.

En tanto, sería el Filósofo Auguste Comte, quien en el siglo XIX cuando presentó su curso sobre Filosofía Positiva le daría finalmente la forma final al concepto de Sociología que hoy todos disponemos.

Porque recién sería a mediados del mencionado siglo que la Sociología se consolidaría como una ciencia totalmente autónoma; y más adelante, en el siguiente siglo, el XX, empezarían a aparecer las diferentes escuelas y corrientes que propondrían sus particulares puntos de vistas sobre las diferentes cuestiones sociológicas de interés.

Entre las principales propuestas o paradigmas sociológicos se cuentan el Funcionalismo (confirma que las instituciones sociales son instrumentos que se han desarrollado de manera colectiva, expresamente para satisfacer las necesidades de la sociedad), el Marxismo

(absoluto hacedor de la Teoría del Conflicto Social), el Interaccionismo Simbólico (destaca el carácter simbólico de la acción social), el Estructuralismo (que destaca a la estructura social) y la Teoría de los Sistemas (considera a la Sociedad como un sistema social).

La Sociología puede ser estudiada a través de dos enfoques, el cualitativo, el cual supone descripciones detalladas de las situaciones, comportamientos y personas y que de ser necesario incluye el relato de los participantes, en primera persona; y por otro lado el cuantitativo, que implica características y variables que pueden ser expresadas mediante valores numéricos y que además permiten encontrar posibles relaciones por medio del análisis estadístico.

6.3.1.6 Antropología: : La Antropología es una ciencia social cuyo principal objeto de estudio es el individuo como un todo, es decir, la antropología aborda la temática del ser humano a través de los diversos enfoques que ofrecen disciplinas tales como las ciencias naturales, sociales y humanas.

La antropología, entonces, es aquella ciencia que nos permite conocer al hombre en el marco de la sociedad y la cultura a la cual pertenece y también verlo como producto de estas, algo así como una radiografía aguda, extensa y detallada acerca del proceso bio social que comprende la existencia de la raza humana.

Si bien desde hace muchísimo, los hombres de todos los tiempos históricos se han preguntado acerca del hombre, quien es, de donde vino, de donde sacó sus estilos de vida, entre otras cuestiones, la antropología como disciplina surgió recién a mediados del siglo XVIII a instancias de la obra bautizada como *Histoire Naturelle* perteneciente a Georges-Louis Leclerc, Comte de Buffon, escritor, naturalista, matemático y botánico, entre otras profesiones.

En un comienzo, el objeto de estudio de la antropología, muchos creían, se reducía únicamente a conocer y enfocarse en la cultura o civilización, entendiendo por esta, el arte las costumbres, la moral, el derecho y las creencias, adquiridas y adoptadas por el hombre una vez convertido en miembro de esa sociedad, sin embargo, esto va mucho más allá, ya

que la antropología además se centra en estudiar las respuestas que el hombre da a ese medio al cual pertenece, siendo la cultura el elemento diferenciador de cualquier ser humano.

El valor que ostenta la antropología es que ha logrado unir y reunir mucha información que ha aplicado muy ciertamente en su objeto de estudio que es el hombre.

Por otro lado, otro rasgo saliente de la antropología es que de la primera ciencia que introdujo lo que se llama un trabajo de campo que quedó probado con el relato de los viajeros de los misioneros, por ejemplo.

A la antropología se la puede dividir en cuatro ramas o subdisciplinas. La antropología física o biológica que es aquella que se ocupa de estudiar y analizar la diversidad que ha atravesado el cuerpo del hombre en el pasado y el presente, es decir, la evolución que correspondió a la anatomía. La Antropología Social es la sub rama que se centra en el estudio del comportamiento humano, la cultura, la estructura de las relaciones sociales. Por su lado, la otra de las ramas, la arqueología, se encarga de estudiar a raza humana que pobló la tierra en el pasado, es decir, es aquella que nos permite saber que hacía, que comían, a que se dedicaban aquellos pueblos primitivos ya extintos. Y finalmente la antropología lingüística, es la parte de la antropología que se ocupará del estudio de los lenguajes humanos, más que nada del desarrollo que fueron alcanzando a través del tiempo y de las influencias que ha tenido en ellos cuestiones como la migración y la apabullante difusión de la información que ha ocurrido en nuestro planeta.

6.3.2 ARTES:

6.3.2.1 Fotografía: : La fotografía es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura.

El principio de la cámara oscura consiste en proyectar la imagen que es captada por un pequeño agujero sobre la superficie. De esta manera, el tamaño de la imagen resulta reducido y puede aumentar su nitidez.

El almacenamiento de la imagen obtenida puede realizarse en una película sensible o en sensores CCD y CMOS o memorias digitales (en el caso de la denominada fotografía digital).

El daguerrotipo, inventado por Louis Daguerre en 1839, es considerado como el precursor de la fotografía moderna. Daguerre utilizaba una capa de nitrato de plata sobre una base de cobre. El positivo se plasmaba en mercurio y la imagen era fijada al introducir la placa en una solución de cloruro de sodio o tiosulfato sódico diluido.

George Eastman fue un gran impulsor de la fotografía cuando, en 1888, presentó la primera cámara Kodak con rollo de papel fotográfico. Esta técnica sustituyó a las placas de cristal. Otro paso importante se produjo en 1948, con el lanzamiento de la técnica Polaroid que permite revelar las fotos en apenas un minuto.

En la actualidad, las fotografías suelen retocarse con software para eliminar aquellas imperfecciones que han quedado registradas y realizar todo tipo de acciones, como realzar colores, jugar con el enfoque o superponer diversas imágenes en una misma, por ejemplo.

Es importante tener en cuenta que, además de ser utilizada con fines científicos, la fotografía ha logrado constituirse como un arte. Las imágenes tomadas por los fotógrafos artísticos suelen ser exhibidas en exposiciones y museos.

Las partes más importantes de una cámara réflex son: el objetivo (formado por las lentes que se encargan de dirigir la luz hacia el sensor para conseguir la mejor fidelidad a la

escena que se desea capturar. De acuerdo al diafragma, el objetivo puede ser más o menos luminoso), el obturador (está formado por un conjunto de aspas que permiten el paso de la luz, controlando la cantidad que debe entrar; el visor (permite que el fotógrafo vea la escena y escoja el motivo de la imagen) y el sensor (se encarga de captar la información de la escena; se encuentra formado por píxeles que son sensibles a la luz que graban los datos de la imagen que posteriormente será procesado).

6.3.2.2 Dibujo: “El dibujo es el arte visual de representar algo en un medio bi o tridimensional mediante diversas herramientas y/o métodos. El dibujo convencional se realiza con lápiz, pluma, grafito o crayón, pero existen múltiples técnicas y posibilidades asociadas al dibujo.” “Si se tuviera que definir en pocas palabras qué es dibujar, se diría que es el acto de producir una imagen en forma manual con algún elemento o sustancia. Así, a menudo se usa lápiz sobre papel, pero también se puede dibujar sobre casi cualquier otra superficie, e incluso hacerlo digitalmente con el mouse o el lapicero óptico o tableta.”

“El dibujo es un arte gráfica, que consiste en plasmar sobre algún soporte real o virtual: papel, cartón, vidrio, madera, o el ordenador (en este último caso se denomina dibujo digital) los contornos de un objeto real o ficticio, el que puede pintarse con colores o ser blanco y negro o sombreado. Por lo tanto un dibujo puede o no estar pintado. El lápiz es el instrumento fundamental del dibujante.”

6.3.2.3: Artes gráficas: “El concepto de Artes Gráficas designa a un conjunto de oficios, de técnicas, trabajos y de profesiones que intervienen en la gráfica o en la editorial, por caso, las mencionadas artes gráficas incluyen áreas como el diseño gráfico, la prensa, los diferentes sistemas de impresión, la encuadernación y los acabados”.

“Se denomina artes gráficas al conjunto de oficios, procedimientos o profesiones involucradas en la realización del proceso gráfico, editorial o esculpido. Las Artes Gráficas están compuestas por oficios tales como: Diseño Gráfico, Prensa, los diversos sistemas

de Impresión, Encuadernación y acabados. Principales sistemas de impresión son: offset, serigrafía, flexografía, huecograbado, tipográfico y digital. Dentro de Encuadernación y Acabados tenemos: Cortes, plisados, prepicados, plegados al sustrato (papel u otro).”

6.3.2.4 Diseño gráfico: “El Diseño Gráfico es una disciplina inminentemente creativa que da respuesta mediante impactos visuales a necesidades específicas de comunicación a través de un proceso intelectual, analítico y deductivo.”

“Podemos definir el diseño gráfico como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.”

“La función principal del diseño gráfico será entonces transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, etc.”

“El diseño gráfico busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por los destinatarios del mismo.”

6.3.3 Teorías y Tendencias:

6.3.3.1 Teorías de la Creatividad: A lo largo de la historia, cada teoría psicológica o escuela filosófica ha tenido También su visión de la creatividad o de la fantasía o de la imaginación. Rozet, en Su libro Psicología de la fantasía, utiliza el término fantasía y retrocede hasta Lucrecio Caro de quien dicen fue el primero que planteó una de las concepciones de la creatividad al interpretarla como el resultado de una coincidencia casual en tiempo y Espacio de las imágenes o de sus partes componentes y añade Rozet que esta concepción ya encierra, en forma no evidente, también las ideas del análisis, síntesis Y recombinación que ha ocupado el lugar central en una serie de sistemas psicológicos Mas tardíos.

A los puntos de vista de Lucrecio se remonta también la opinión de que la fantasía no crea nada nuevo en principio, sino tan solo uno de modo no habitual las representaciones habituales,

En el recorrido que hace Rozet por las diferentes corrientes filosóficas, expone el punto de vista de los racionalistas que consideran la fantasía como una fuerza hostil para el pensamiento racionio, los empiristas o los escritos de Descartes que también contraponía el pensamiento racional a la imaginación que, además, consideraba una fuente de equivocaciones. Pascal y el mismo Descartes son algunos ejemplos de la visión negativa del pensamiento creativo frente al pensamiento racional. Se le considera

El lado engañoso del hombre capaz de infundir fe en hechos imposibles, el consejero de errores falsedades. Esta IDEA SE Ha mantenido en diferentes corrientes filosóficas con más o menos intensidad hasta nuestros días. Lógicamente, sistemas como el idealismo ven en las fantasías una fuerza creadora Espontánea. En el polo opuesto, los sistemas mecanicistas tienen claro que la fantasía está fuera de lugar aunque de algún modo tratan de explicar los hechos en los que se puede encontrar. De esta forma, de la multiplicidad de las concepciones diversas de la fantasía, se pueden descartar, ante todo, dos posiciones teóricas extremas en el problema de su naturaleza psicológica por un lado, separación de la fantasía en calidad

de una esencia genesiaca independiente, por otro, negación de la fantasía en calidad de una Esencia genesiaca independiente.

Por el otro, negación de la fantasía o su reducción plena a otros procesos psíquicos. Aquí vamos a recoger algunas de las teorías o modelos explicativos más importantes de la creatividad, aunque no son los únicos que se han desarrollado.

6.3.3.1.1 Teoría Psicoanalítica: Este modelo presta atención a la profundidad de la psiquis como material para explicar la creatividad, es decir, la interpreta desde el inconsciente. Esa parte también real del individuo que no se podía observar directamente frente a la parte consciente que el sujeto si puede contemplar Y Freud intento aplicar los principios de su teoría a la personalidad creadora de Leonardo da Vinci. Concluyó que existe una relación entre ls procesos primarios o instintivos y los secundarios o conscientes aunque mediatizada por la forma de ser cada cual, por el carácter que viene formado por los impulsos heredados y las circunstancias accidentales de la infancia. En definitiva , la posibilidad de crear depende, no ya de la existencia de relaciones entre el inconsciente y el consciente que se puede dar en todos , sino del hecho de que lleguen a darse en una personalidad concreta que ha experimentado determinadas vivencias.

Para el psicoanálisis existe un conflicto entre los procesos primarios y secundarios, la persona necesita solucionarlo para desarrollarse. La personalidad esta determinada por la forma de resolver esos conflictos y hay rasgos de esa personalidad característicos de los creativos como son la autoconfianza, la capacidad de trabajo, la tolerancia a las situaciones ambiguas, la flexibilidad, etc.

Según la teoría de Freud, para que puedan salir al exterior los contenidos del inconsciente se ha de transformar racionalmente. Si este es el caso, estamos frente a la sublimación. En ocasiones no se logra racionalizar o sublimar y el deseo primario queda reprimido. Junto a tales formas extremas ya sea positiva y negativa respectivamente de solucionar el conflicto,

encontramos la fijación en experiencias agradables que tuvieron lugar en las primeras etapas de desarrollo y cuyas formas de comportarse se pueden calificar de inmaduras. Según Freud, estas tres características de la personalidad de Leonardo como fijación, represión, sublimación, conforman un carácter obsesionado por el saber y de inclinación lúdica, aspectos que aparecen a su vez en las personas creadoras.

Para Bolton, los psicoanalistas plantean la creatividad desde dos puntos de vista, los que dan mayor importancia en las producciones creativas a la función del yo frente a las que ponen por delante la función del ello. Kubie por su parte. Sitúa el proceso de la creación en el proceso preconscious que es una etapa intermedia entre el consciente y el inconsciente. Para este autor, los procesos preconscious fueron en algún momento conscientes pero pasaron a esa otra fase por economía de esfuerzo.

Desde esta perspectiva, la educación de la creatividad estaría relacionada con la capacidad para desconectarse de la realidad dirigiendo la atención hacia el interior de la persona y de esperar a que aparezcan nuevas asociaciones que podríamos considerar creativas.

6.3.3.1.2 Teoría Gestaltica: Von Ehrenfels en 1890 introdujo el término refiriéndose al hecho de que diferentes elementos particulares pueden dar lugar a entidades diferentes debido a la forma en que se hayan ordenado. Así, por ejemplo, a partir de las mismas notas musicales se pueden obtener diversas melodías.

Según esta teoría, la mente no admite la representación de elementos separados unos de otros, por eso, cuando se encuentran ante ellos, tienden a unificarlos y a combinarlos como untado armónico.

Werheimer y Dunker plantean que un problema se correspondiera con una figura abierta que produce tensiones y que impulsa hacia el restablecimiento del equilibrio, es, decir, hacia la figura cerrada, El problema sería como una figura abierta, que lleva en si misma la

tendencia al cierre. Al ser captada la figura abierta o el planteamiento problemático, se genera en nosotros una tensión dirigida a restablecer el equilibrio, esto, es, a cerrar y estructurar, los elementos determinados por la proximidad, semejanza, cualidad del cerrado y optimización de la forma.

Werheimer en el año de 1987, afirma que el individuo agrupa y reorganiza, estructura refiriéndose siempre al todo, lo que significa que el problema tiene que resolverse. El proceso creativo se convierte, de esta manera, en una línea mental consecuyente y no en la suma de una serie de operaciones casuales. , cada paso que se da es en relación con el conjunto de la situación.. A una solución creativa no se llega por azar sino por una visión efectiva y la comprensión del problema.

La Gestalt define la creatividad como una acción por la que se produce o moldea una nueva idea o visión. Y esa novedad surge repentinamente, pues es producto de la imaginación y no de la razón o de la lógica. Y el pensamiento creativo comienza a partir de un problema que necesita de una abstracción de algo que ya se conoce pero que se aplica en un contexto diferente. El verdadero problema esta en esa abstracción o traspaso de un contexto a otro. .

La unidad básica del estudio en la estructura o totalidad que forman los elementos de la mente Estos no significan nada si no es en el contexto al que pertenecen y Cada uno de ellos puede pertenecer a totalidades diferentes. El todo, no es la suma de las partes.

La educaciones fundamental para llegar a percibir esas nuevas totalidades que nos permitan llegar a nuevas soluciones, y es la flexibilidad en la forma de ver la información que tenemos y en las situaciones propuestas lo que puede llegar a mejorar la creatividad. Educar la flexibilidad es ampliar los marcos de referencia en los que nos movemos normalmente.

Esta explicación del proceso se encuentra en clara oposición con las teorías asociacionistas y es incapaz de resolver muchos de los problemas que plantean la creatividad. Por eso. Tendió hacia un acercamiento al asociacionismo explicando la creatividad no solo por la estructura sino también por asociaciones.

6.3.3.1.3 Teoría Asociacionista: El asociacionismo agrupa una serie de teorías que explican el comportamiento por la asociación entre estímulos y respuestas. Esta perspectiva supone que un proceso de pensamiento es el resultado de distintas respuestas asociadas a un mismo estímulo o situación estimular. Esta explicación es fundamentalmente mecánica lo que es difícil de compaginar con una actividad como la creativa que supone respuestas que se alejan de lo desconocido. El neosociacionismo ha intentado responder a esta cuestión

Berlyne admite un papel activo del sujeto en las respuestas y asume la distinción entre el pensamiento productivo y el reproductivo. Cuando las respuestas adecuadas se encuentran en una posición elevada de la jerarquía, se da la simple reproducción de una experiencia previa, por el contrario, cuando las respuestas adecuadas se encuentran en una posición baja de la jerarquía se puede dar el nuevo contenido mental, El pensamiento productivo es sinónimo del creativo que es improbable, impredecible y valorado socialmente.

Mednick considera la creatividad como una transformación de elementos asociativos creando nuevas combinaciones que responden a exigencias específicas

O que de alguna manera resultan útiles, Cuando más alejados entre sí están los elementos de la nueva combinación tanto más creativos son el proceso y la solución.

Las asociaciones originales se pueden descubrir por contigüidad, por semejanza de los elementos asociativos y por mediación a través de símbolos. En este caso, la probabilidad de que una respuesta sea creativa depende del número de elementos asociativos que posee la persona y de lo poco comunes que éstos sean. Cuanto mayor sea el número de asociaciones, mayores serán las posibilidades de que esa persona sea creativa.

Para estimular la creatividad será necesario, en primer lugar, eliminar todo aquello que puede entorpecer las asociaciones originales.

6.3.3.1.4 Teoría conductista: Las formulaciones asociacionistas clásicas dieron lugar a una corriente que partiendo del funcionamiento mecánico de la mente, considera que su actividad puede ser controlada desde afuera desde la conveniente aplicación del reforzamiento. Esta corriente, denominada conductismo por interesarse exclusivamente por las respuestas concretas, externas y visibles, de más fácil cuantificación, y esta preocupación del conductismo

Por explicar únicamente los fenómenos que se producen ante nuestros ojos aunque de ellos se pueda suponer la existencia implícita de procesos internos, es la diferencia fundamental del conductismo con el asociacionismo.

En el caso concreto de la creatividad, conductismo y asociacionismo son coincidentes, conceptualizándola en términos de respuestas infrecuentes como resultado de una demanda o presión ambiental.

Las técnicas para estimular el pensamiento creador se centran en el principio del aprendizaje por condicionamiento. Kogan afirma que la utilización de distintos tipos de refuerzos da buen resultado para conseguir productividad ideacional como también aumentan las asociaciones remotas si se pide buscar usos originales para un instrumento en un campo en el que se utiliza con poca frecuencia.

6.3.3.1.5 Teoría cibernética: Se trata de dar una interpretación cibernética de la creatividad y de las obras resultado de ella, la clave para explicar la creatividad desde esta teoría es el papel de introducción de orden que representa la información, que enlaza con la estructuralidad, impulso liberador y configurador de la misma. Introducir orden, estructurar, dar forma constituye una función propia y característica de la información como un papel determinativo, poético. La información lleva en sí, pues, el aspecto creativo novedoso, indeterminado, opuesto al reiterativo, determinado y el con control o regulación de la

información lo debe hacer el hombre libre y espontáneamente, buscando una optimización no cerrada, discontinua, divergente, propia de un sistema abierto, indeterminado, creativo. La información permite esta posibilidad. El último aspecto en el que se puede advertir la creatividad cibernética es en el de las realizaciones creativas a través del ordenador en el campo de la inteligencia artificial.

Las características propias del modelo cibernético se resumirán en cinco aspectos .

- 1- Información realmente novedosa
- 2- Elección libre de alternativas
- 3- Control optimizante del flujo informativo
- 4- Integración estructural funcional en un sistema abierto.
- 5- Originalidad y personalismo de la acción y de su resultado

El impulso creativo sería el motor del proceso creativo que se puede analizar cibernéticamente en su forma y estructura, en su funcionalidad u operación temporal.

6.3.3.1.6 Teoría Humanista: Maslow y Roger son los representantes más destacados e iniciadores de la psicología humanista. Es una reacción al conductismo que engloba diferentes propuestas. Adler puede situarse en la base de la concepción humanista. Para este autor, el individuo tiene un poder creativo que se puede mostrar en cualquier situación. A lo largo de la vida se da la superación personal y defiende la bondad innata de la naturaleza humana otorgando a la sociedad el papel de poder llegar a obstaculizar la aparición de las capacidades positivas y creadoras. Maslow, siguiendo estos postulados, considera que la persona tiende al crecimiento a causa de unas necesidades jerarquizadas

En la base las fisiológicas

Las de protección

Las de dependencia y cariño.

Las de estimación

Y en la parte mas alta, las tendencias a al autorrealización

Para los humanistas, la mayor fuente de la creatividad, esta en la autorrealización. Y en todas las persona existe la tendencia a la creatividad unida al propio desarrollo, por , eso, concederán que no se debe centrar exclusivamente en los campos tradicionalmente relacionados con la creatividad como al arte o reducirlos a productos nuevos u originales, la creatividad pude presentarse en las facetas más cotidianas.

Maslow distingue tres tipos de creatividad.

- 1- Primaria Propia de las personas que se autorrealizan y todos la experimentamos en algún momento.
- 2- Secundaria Incluye la mayor parte de las producciones existentes como el arte, ciencia, productos comerciales.
- 3- Integrada Requiere un talento especial y una gran capacidad de trabajo, exige un perfeccionamiento continuo atendiendo a las críticas y desemboca en grandes obras artísticas, científicas, filosóficas decisivas para la humanidad.

La teoria de la creatividad de Rogers difiere de la de Maslow. Considera que es necesario objetivisar la creatividad presentándose en algún producto visible que permita apreciar su originalidad. Lo que establece un criterio para determinar una producción creativa como la novedad, pero no se plantea el juicio moral.

Maslow en su libro la personalidad creadora dedica un capitulo a lo que el denomina un enfoque holista de la creatividad donde comienza criticando que las investigaciones sobre la creatividad sean demasiado atomistas en lugar de organismicas o sistémicas. Todo en el sujeto está interrelacionado y los cambios en un aspecto afectan al resto.

Rogers cree en la persona y piensa que el fomento de la creatividad es una necesidad que deriva de las necesidades sociales. Su teoría se basa en la evolución hacia la madurez. La persona es un organismo que participa de las leyes de la naturaleza, pero que además tiene la capacidad de realizar aquello a lo que tiende. Comprenderse a sí mismo resolver aquellos problemas que le proporcionaran mayores satisfacciones. Y la tendencia actualizante es la mas importantes del organismo en su totalidad, la que la lleva a la madures plena.

En resumen, para la teoría humanista la menor forma de favorecer la creatividad es eliminando cualquier procedimiento que impida al individuo expresar lo que lleva adentro y potenciando su autorrealización.

6.3.3.1.7 Teoría cognitiva: Estas teorías se caracterizan por atender sobre todo. A los procesos relacionados con las actuaciones inteligentes. La postura clásica, fundamentalmente estructural, corresponde a trabajos como los de Piaget, y el cognitivismo moderno de corte más funcional, estaría relacionado con el procesamiento de la información. Tienen en común que ven al individuo como un sistema que funciona de forma integrada.

El concepto de esquema es fundamental en el cognitivismo y en Piaget ya que este esquema lo va construyendo el propio individuo con las experiencias que tienen elementos en común, es el principio organizador del comportamiento y del pensamiento que con su flexibilidad permite que se modifiquen en función de la experiencia- Pero este autor no se interesa directamente por los procesos que desembocan en un trabajo creativo, posiblemente porque no diferencia la creatividad de la inteligencia-

El planteamiento del procesamiento de la información, es decir, lo que hemos denominado como propuestas más recientes, consideran al hombre similar a un ordenador con medios programados para enfrentarse a los problemas que pueden dividirse entre los que están bien definidos y los que están mal definidos. Los primeros tienen un comienzo y un final muy claros, en el extremo tendríamos los problemas matemáticos pudiendo juzgarse la solución sin ambigüedad, Entre los segundos tenemos, por ejemplos, la mayoría de los problemas sociales.

Para estas teorías los responsables de la creatividad serían aquellos esquemas con una gran variedad de acciones físicas como mentales. Los esquemas están en constante interacción, puesto que un objeto tiene diferentes propiedades y cada una de ellas puede constituir un esquema-

La estimulación de la creatividad, desde estas teorías, deberá potenciar al máximo la producción de relaciones entre los objetos, sus elementos y sus funciones. McAllister considera que para poder transformar la visión del mundo, es necesario comenzar educando la forma de percibir, el mecanismo de la inducción y el pensamiento metafórico. De ahí que la observación, la inducción, la metáfora y los medios expresivos sean parte fundamental en este aprendizaje de la creatividad.

6.3.3.1.8 Teoría Transaccional: El nombre de transaccional debe a la interacción que alcanza la persona con los estímulos externos, no tanto por el desarrollo de potencialidades genéticas o innatas, cuanto por el modo peculiar de entender nuestra realización a partir del medio. Digamos que supera las metas personales de autorrealización humanista, proyectando a la persona más allá de sí misma Transformando y actualizando también el medio. Esto es, el medio nos influye y contribuye a nuestra realización al tiempo que nosotros influimos

y alteramos dicho entorno. Cuando el intercambio es positivo, en un clima afectivo sin tensiones, se produce un desarrollo equilibrado, por el contrario cuando se caracteriza por la crítica y la hostilidad, marcará un desarrollo negativo del yo infantil.

Taylor ha sido quien mejor ha desarrollado esta teoría. Su tesis central es la siguiente. La meta esencial del organismo es dar forma o configuración al entorno, más que ser conformado por el. Esta tendencia natural a configurar el medio puede ser bloqueada por las fuerzas sociales o educativas impositivas que adoptan maneras de condicionamiento e instrucción en la conformidad. Esta fuerza transformadora presente en todas las personas puede adoptar diferentes grados. Y define la creatividad como un proceso que viene facilitando por estimulación ambiental, implicando a las personas motivada transaccionalmente para transformar problemas genéricos o Básicos en resultados o productos generativos-

6.3.3.1.9 teoría de la bisociación:

Se centra en los trabajos de A. Koestler por integrar los diferentes hallazgos científicos en una teoría de la creatividad, buscando los elementos comunes a todo proceso creativo, llamándole bisociación. Esta vendría a representar la conexión de niveles de experiencias o categorías de referencias relacionadas anteriormente- El Hombre creador piensa a la vez en más de un plano de experiencia, en tanto que el hombre normal sigue los caminos trazados por asociaciones anteriores. Uno busca conexiones dentro de la misma dimensión y otra enlaza puntos de dimensiones distintas

La actitud creadora obedece a hábitos de conducta y de pensamiento determinados que no cierran el paso a la innovación. Hábitos y matriz son conceptos claves en esta teoría. Las matrices serían modelos de pensamiento o acción que daría lugar a tres manifestaciones diferentes y fundamentales de la creatividad según choquen entre ellas, se fusionen o superpongan.

Koestler también define los rasgos característicos de la persona creativa como precocidad, curiosidad, imaginación, sagacidad, etc.-

6.3.3.1.10 Teoría Factorialistas:

Un gran número de trabajos se han realizado desde que Spearman inició en 1904 el Análisis Factorial con su teoría de los factores. Una teoría que se puede considerar como uno de los mayores avances para investigar las diferentes dimensiones de la personalidad y, entre ellas, la creatividad como potencialidad humana diferenciada. Para esta teoría la creatividad es una aptitud que explica determinados comportamientos, reduciendo a factores los múltiples

resultados. Permite estructurar o agrupar los resultados obtenidos, dando lugar, mediante su combinación correlacional, a tres tipos de factores.

1- Factor único Se encuentra en un solo test y no afecta a las otras pruebas por lo que.

Su correlación con la batería es nula.

2- Factor de grupo Interviene en varias pruebas, aunque no en todas.

3- Factor general Podemos encontrarle en todas las pruebas y contribuye a explicar las Variantes factoriales.

6.3.3.1.11 Teoría multifactorial: Thurstone ideó en 1931 un modelo que analiza la interrelaciones de 3, 4 o más factores comunes y específicos, rechaza, en principio, el factor general y considera que lo realmente operante son las funciones psíquicas concretas, las aptitudes primarias a las que corresponderían una docena de factores de grupo. Cada actividad puede estar más saturada por alguno de estos factores, pero se relaciona algo con los demás. La obra de Kelley fue lo que sugirió a Thurstone

6.3.3. 2 Teoría del color:

6.3.3.3 Teoría minimalista: “El Minimalismo fue uno de los movimientos modernos más importantes, teniendo su origen en la República de Weimar alemana, quien se estaba recuperando de las fuertes pérdidas ocasionadas por la I Guerra Mundial. Como artes visuales se desarrolla principalmente entre 1960 y 1970 en EUA. El Minimalismo no es el movimiento más ostentoso de la historia, pero sin duda, es uno de los más populares: ha invadido todas las áreas del diseño: interfaces de usuario, hardware, automóviles, películas, videojuegos, páginas web, diseño visual...

El Minimalismo se caracteriza por su extrema austeridad y simplicidad, siempre eliminando formas, fondos y conceptos no esenciales, dejando solo lo inevitable para que el diseño cumpla con su función.

Fue influenciado por tres vertientes: el movimiento De Stijl (holandés: el estilo) (formas geométricas rectilíneas; valores y colores complementarios), las obras del arquitecto alemán Ludwig Mies van der Rohe (materiales modernos: acero, placas de vidrio; estructuras mínimas; espacios abiertos) y el diseño tradicional japonés (simplicidad, funcionalidad, colores neutros, durabilidad, libertad de movimiento).”

Hay tres frases que funcionan como principios inoficiales de este movimiento:

- “Menos es más”. - Mies van der Rohe
- “Hacer más con menos”. - Buckminster Fuller

- “Menos, pero mejor”. - Dieter Rams.

El estudio de la percepción de las formas de la teoría Gestalt es usado mucho en la representación de elementos en esta corriente.

“Algunos minimalista sobresalientes son: van der Rohe, Tadao Ando, Kazuo Shinohara, Buckminster Fuller, Dieter Rams, Gerrit Thomas Rietveld, Donald Judd, Paolo Mendes da Rocha, Dominique Perrault, Max Bill y Paul Rand.

En cuanto al creaciones arquitectónicas y de objeto, creo que los principios del minimalismo deberían de aplicarse más, para aprovechar mejor la poca cantidad de materia prima que nos queda en el planeta - y crear productos innovadores y estéticos (de acuerdo a los principios de Dieter Rams).”

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar:

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

7.1.1 Semiología: Siendo el lenguaje humano un sistema de signos es importante conocer la lingüística para poder expresar ideas dentro del proyecto del vademécum. Y que el proceso de comunicación sea efectivo.

7.1.2 Lingüística: Se necesita conocer sobre la lengua e idioma, en este caso el español para cumplir con el proceso de comunicación, utilizar dentro del vademécum palabras claras y expresar a través del lenguaje ideas concretas y que puedan ser comprendidas.

7.1.3 Psicología: Para satisfacer las necesidades del público objetivo, es necesario conocer sobre su forma de comportarse y su forma de actuar. Para esto resulta de utilidad la psicología, se puede comprender de mejor manera al público objetivo y realizar un diseño que se adapte a sus necesidades y que le sea de utilidad. En este caso si se conoce y se comprende la forma de ser de los médicos a quienes se les hará entrega del vademécum, se puede realizar un trabajo más completo.

7.1.4 Medicina: El público objetivo son médicos. No se puede realizar un diseño en el que se toquen temas de medicina, si no se tiene conocimiento sobre el campo en donde se desenvuelve el público objetivo. Por lo que resulta de importancia conocer sobre la medicina.

7.1.5 Sociología: El público objetivo son personas que se desenvuelven dentro de la sociedad por lo que conocer sobre sociología ayuda a comprender cómo es el desarrollo social de dichas personas; sirve para comprender desde otro punto de vista al público objetivo.

7.1.6 Antropología: Esta ciencia ayuda a conocer al público objetivo desde el punto de vista biológico, se puede conocer sobre su modo de vida, gustos e intereses dependiendo de su género y su cultura.

7.1.7 Concepto de arte: Se debe tener conocimiento sobre el concepto de arte para elaborar un diseño artístico y creativo.

7.1.8 Teoría del color: Para seleccionar los colores correctos para la elaboración del vademécum y de esta manera expresar ideas a través del color.

7.1.10 Teoría de Gestalt: Para conocer sobre cómo la mente interpreta las formas y efectos produce esta interpretación en las personas, es de utilidad para seleccionar formas adecuadas dentro del diseño del vademécum.

7.1. 11 Tendencia Minimalista: Para elaborar un diseño en el cual se puedan transmitir muchas ideas utilizando pocos elementos.

7.2 Conceptualización:

7.2.1 Método:

Método Utilizado: Mapas mentales, que es una expresión de las formas del pensamiento, esta técnica permite acceder al potencial del cerebro.

Origen: Es una técnica que sirve para explorar el problema y generar ideas.

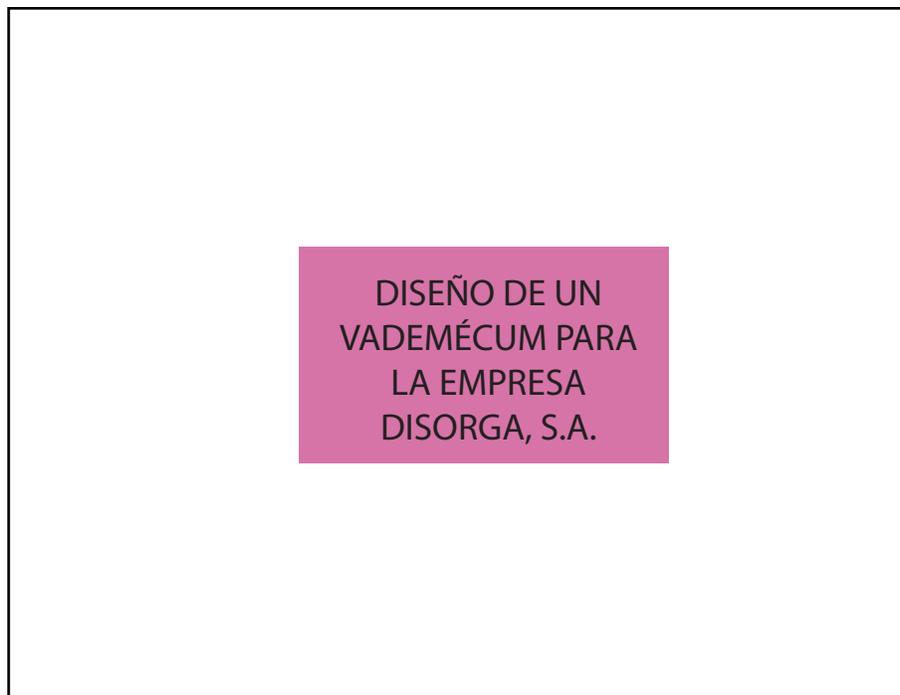
Creador: Se desconoce el creador, sin embargo Tony Buzan es quien la popularizó.

Procedimiento: Se coloca la idea principal en el centro, luego las ideas secundarias y, por último, ideas relacionadas a estas.

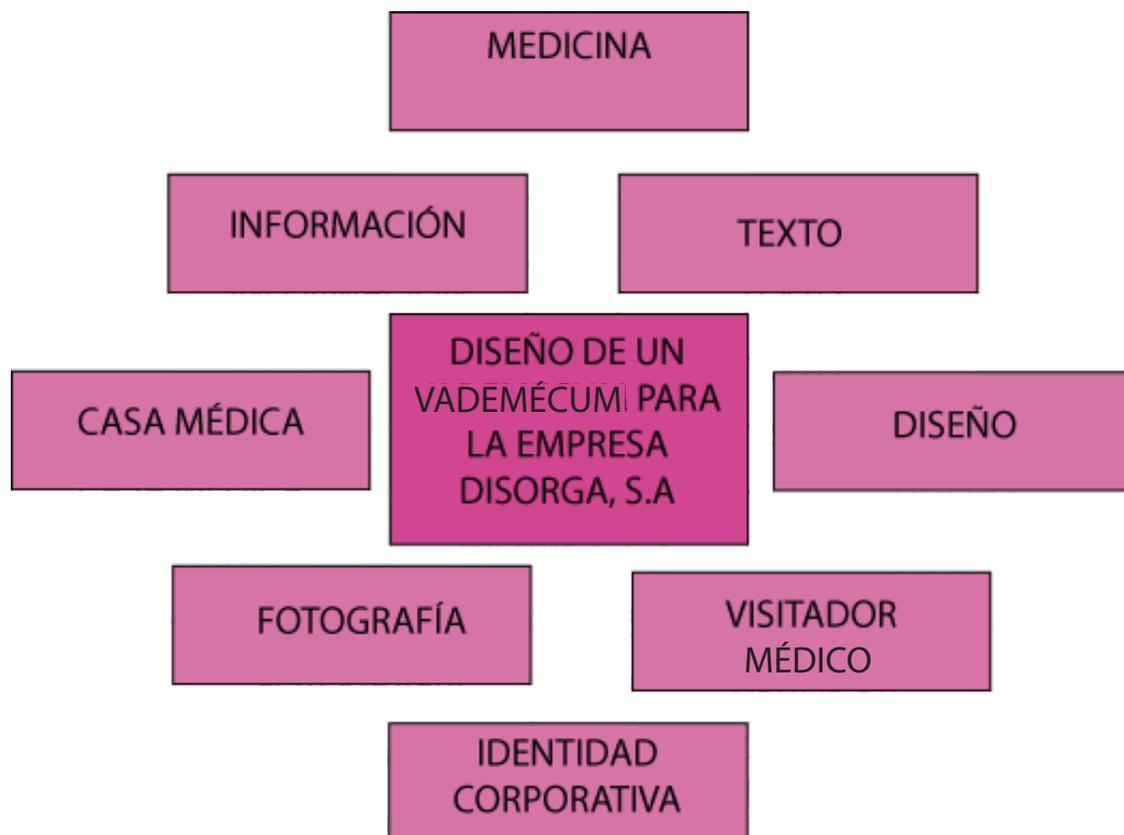
Pasos:

-Se toma una hoja de papel, en este caso el documento digital.

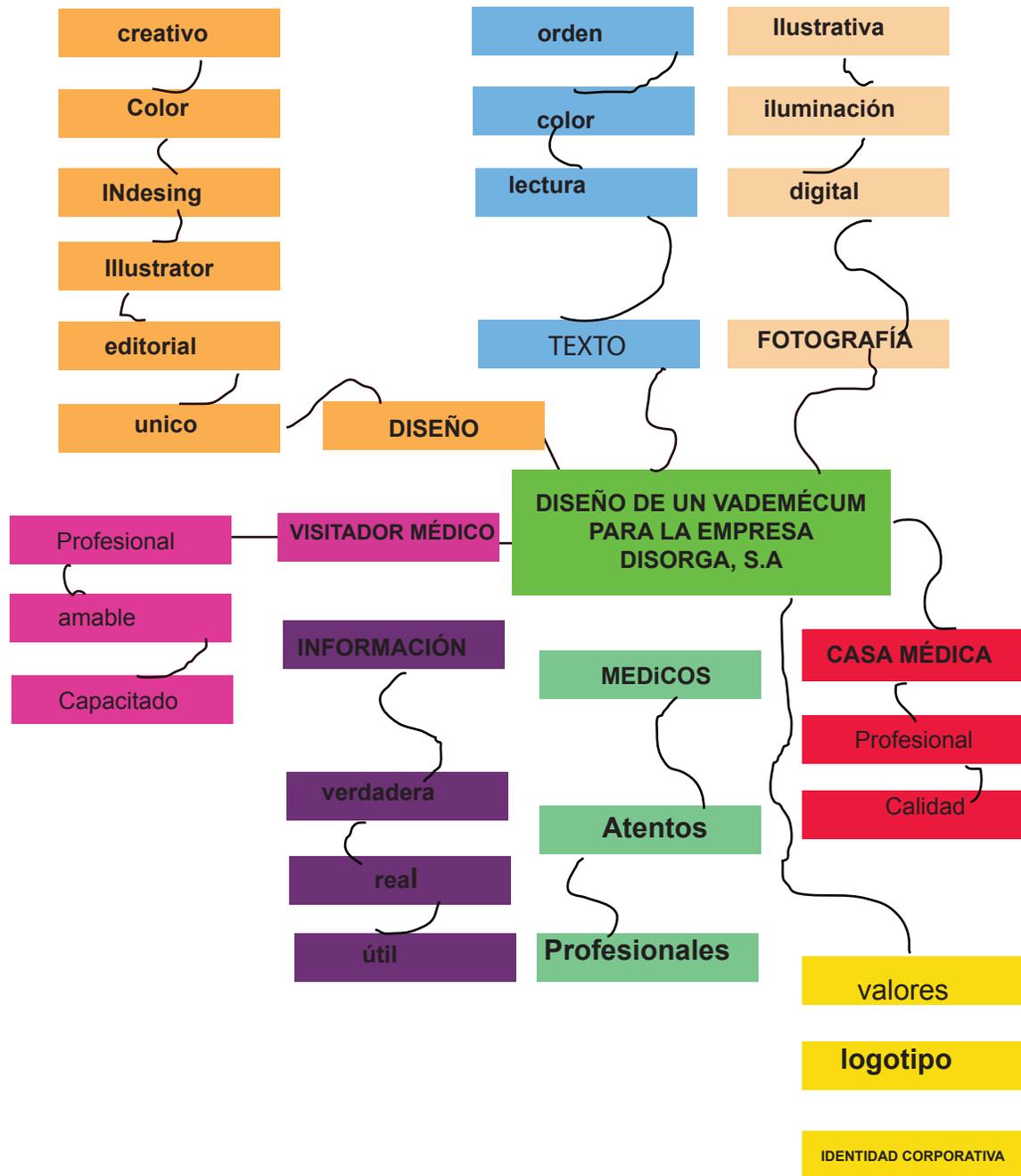
-El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.



Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.



- De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar de forma automática pero clara:
- Las ramificaciones forman una estructura nodal.



A continuación se proponen frases para elaborar el concepto del vademécum impreso que surgen de la aplicación del mapa conceptual:

Profesional y útil

Diseño único informativo

Ilustración, texto e información

Formalidad y orden

Información para profesionales

Información concreta

Seriedad y sencillez

Importancia en la información

Calidad y sencillez

Información ilustrada

Diseño e información

Soporte informativo

Respaldo informativo

7.2.2 Concepto:

Para realizar el vademécum impreso se eligió el concepto “Soporte profesional informativo, ya que es un material para profesionales cuyo objetivo es informar y reforzar el conocimiento de los visitantes médicos sobre los productos de la empresa

Soporte puede definirse como una forma de asistencia o de apoyo, este vademécum está diseñado con el objetivo de servir como un documento informativo en el que los visitantes médicos, especialmente los nuevos, puedan apoyarse para adquirir más información sobre los productos de la empresa.

La palabra informativo hace referencia a información, que es el objetivo principal de este diseño.

7.3 Tabla de requisitos:

| Elemento gráfico | Proposito | Técnica | Emoción |
|-------------------------|--|---|---------------------|
| Tipografía | Que el documento sea fácil de leer, que sea agradable al lector y se diferencien títulos y subtítulos. | Se trabajara en InDesign de 2 a 3 tipos de letra, deben ir en armonía. | Orden |
| Diagramación | Ordenar cada una de las secciones del documento | Diagramar en InDesign | Equilibrio |
| Color | Darle vida al documento, transmitiendo a las personas sentimientos relacionados a la empresa. | Se eligieron 2 tonos de verde para hacer juego con la papelería de la empresa, se trabajará en InDesign | Pertenencia. |
| Fotografías | Ilustrar la información plasmada en el texto dentro del documento | Fotografía digital, fotografía de producto. | Impresión |
| Soporte | Servir de soporte para la materialización del diseño digital | Se utilizará papel estucado en hojas tamaño oficio | calidad |
| Canal visual | Que la atención del cliente sea captada a simple vista. | Se utilizaran muchas imágenes para llamar la atención. | Interés |

7.3 Bocetaje

El motivo principal para la elaboración de un vademécum interno es el deseo de fortalecer la capacitación del personal que trabaja para DISORGA, S.A., otra razón es para aportar el conocimiento básico sobre los medicamentos con los que cuenta la empresa a los trabajadores de nuevo ingreso, esto ahorrará tiempo capacitación y les proporcionará un material de apoyo en caso de surgir una duda acerca de los productos.

El material debe incluir información completa y real, sin ninguna alteración, así como incluir fotografías.

7.3.1 Detalles de la propuesta

folleto retrículado conpaginado tamaño carta, se eligió este formato por la necesidad de espacio pues la información de los medicamentos es amplia así mismo para darle espacio a la fotografías de los mismo.

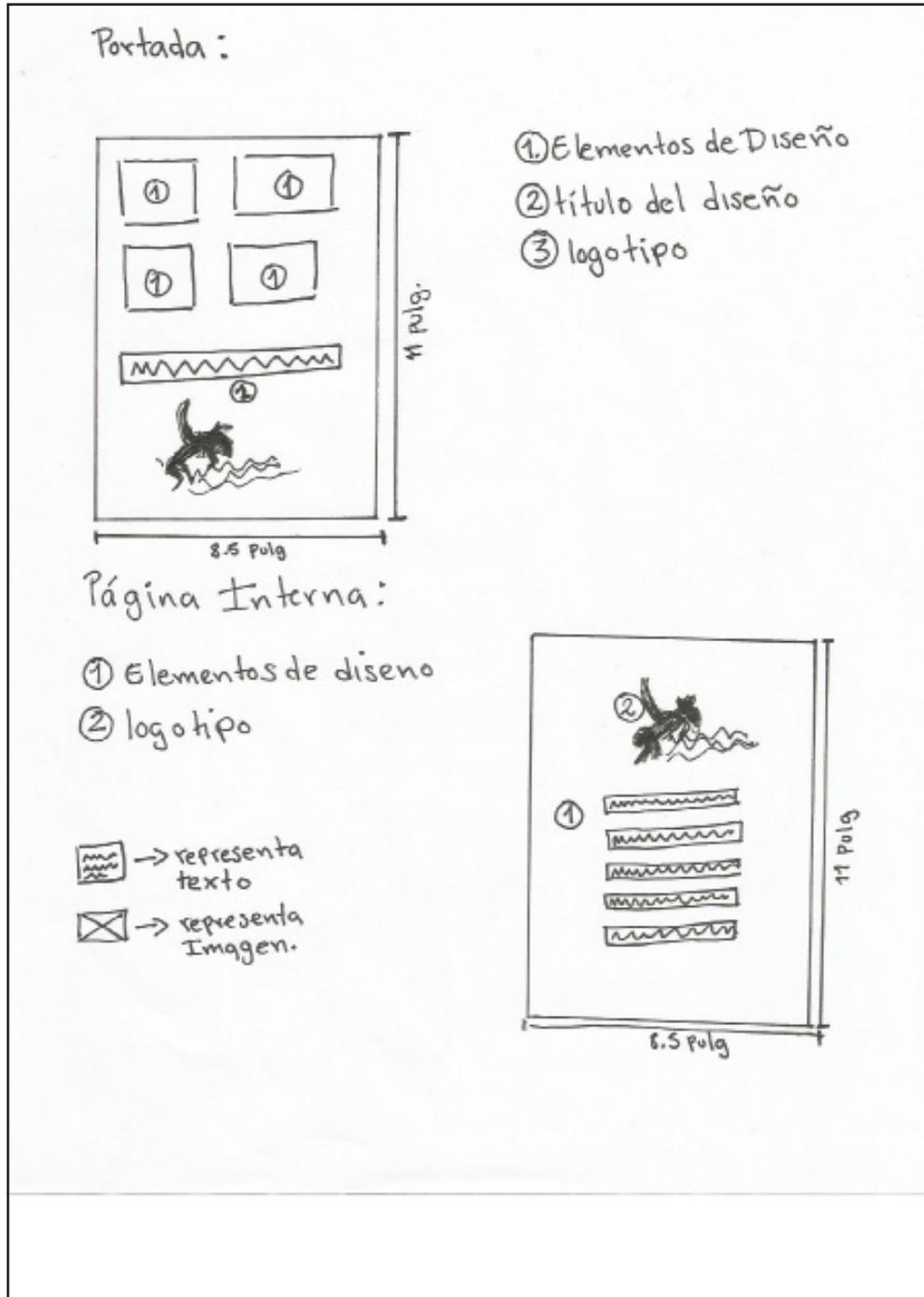
7.3.2 Lista de elementos que conforman el materil impreso

El material impreso contendrá los siguientes elementos:

| Elementos | Descripción |
|-------------------|---|
| Portada | Se incluye el título del proyecto, el logotipo de la empresa y algunos elementos decorativos, representativos de la empresa. |
| Hoja de contenido | Se incluyó el logotipo de la empresa y se hace mención de las líneas de producto con la que la empresa cuenta. |
| Fotografías | Se dará uso de fotografía digital, los productos serán fotografiados en fondo blanco, las fotografías serán individuales |
| Información | Se incluye información completa y detallada sobre cada medicamento incluyendo datos como la fórmula del medicamento, las indicaciones, contraindicaciones y precauciones. |

7.3.3 Bocetaje del vademécum

A continuación se presenta el bocetaje realizado a mano, se muestra el reticulado del vademécum, también se explica en qué lugares se colocaran las fotografías, las medidas correspondientes y en dónde se colocarán los elementos de cada página.

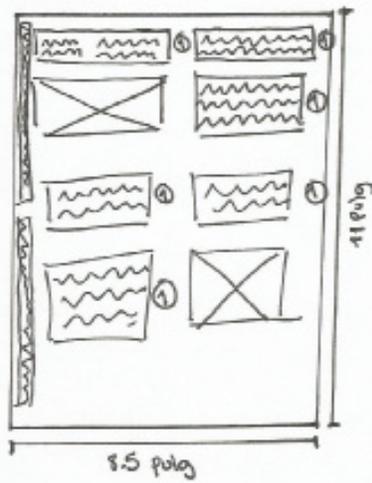


7.3.3 Bocetaje del vademecum:

Bocetaje a mano del reticulado del vademecum para DISORGA, S.A, se indican

7.3.3 Bocetaje del vademécum

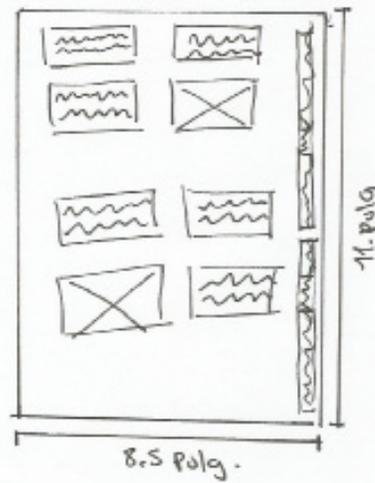
Páginas Interiores:



- representa texto
- representa fotografía

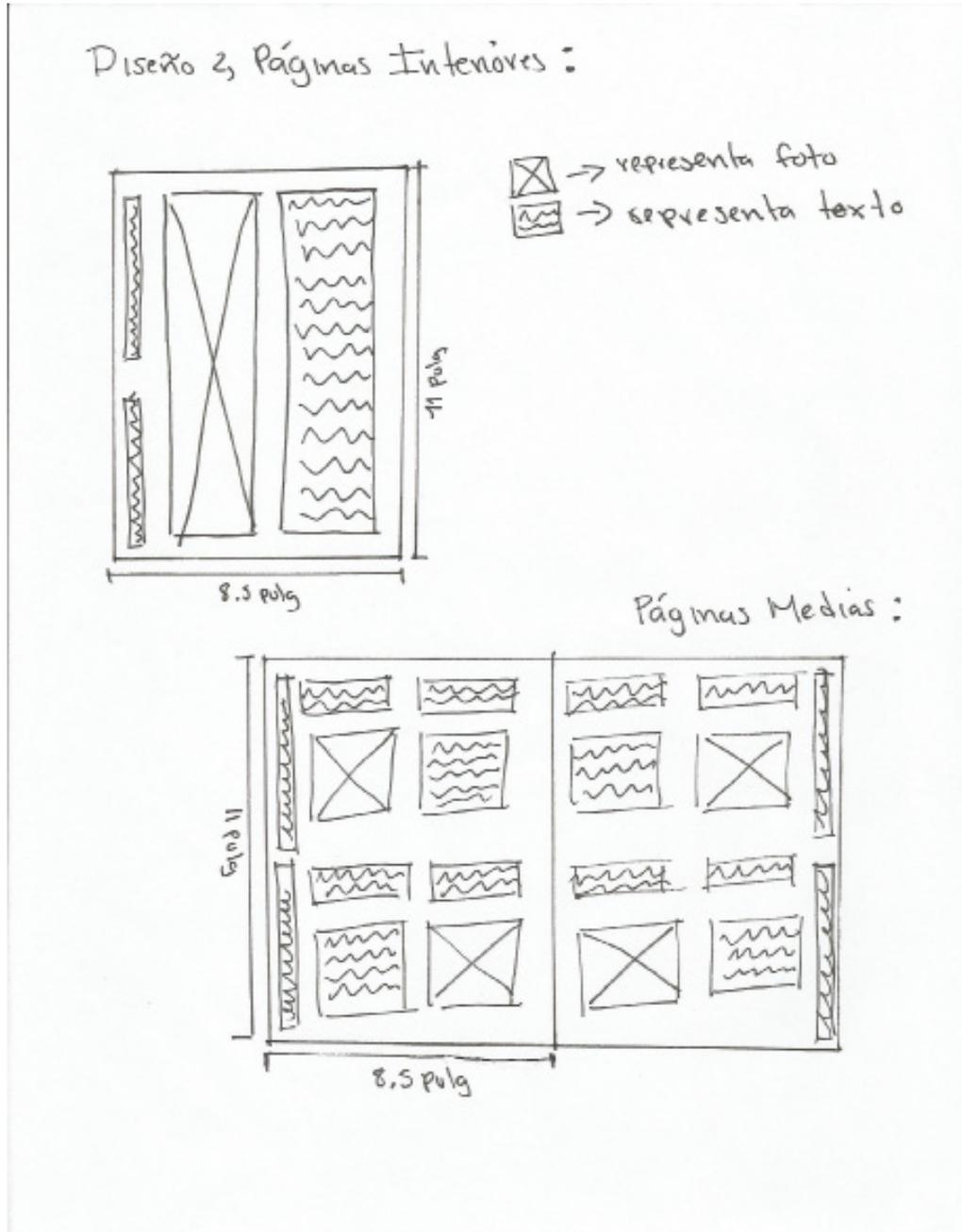
① elementos de diseño

- las páginas Internas contienen texto e Imágen.



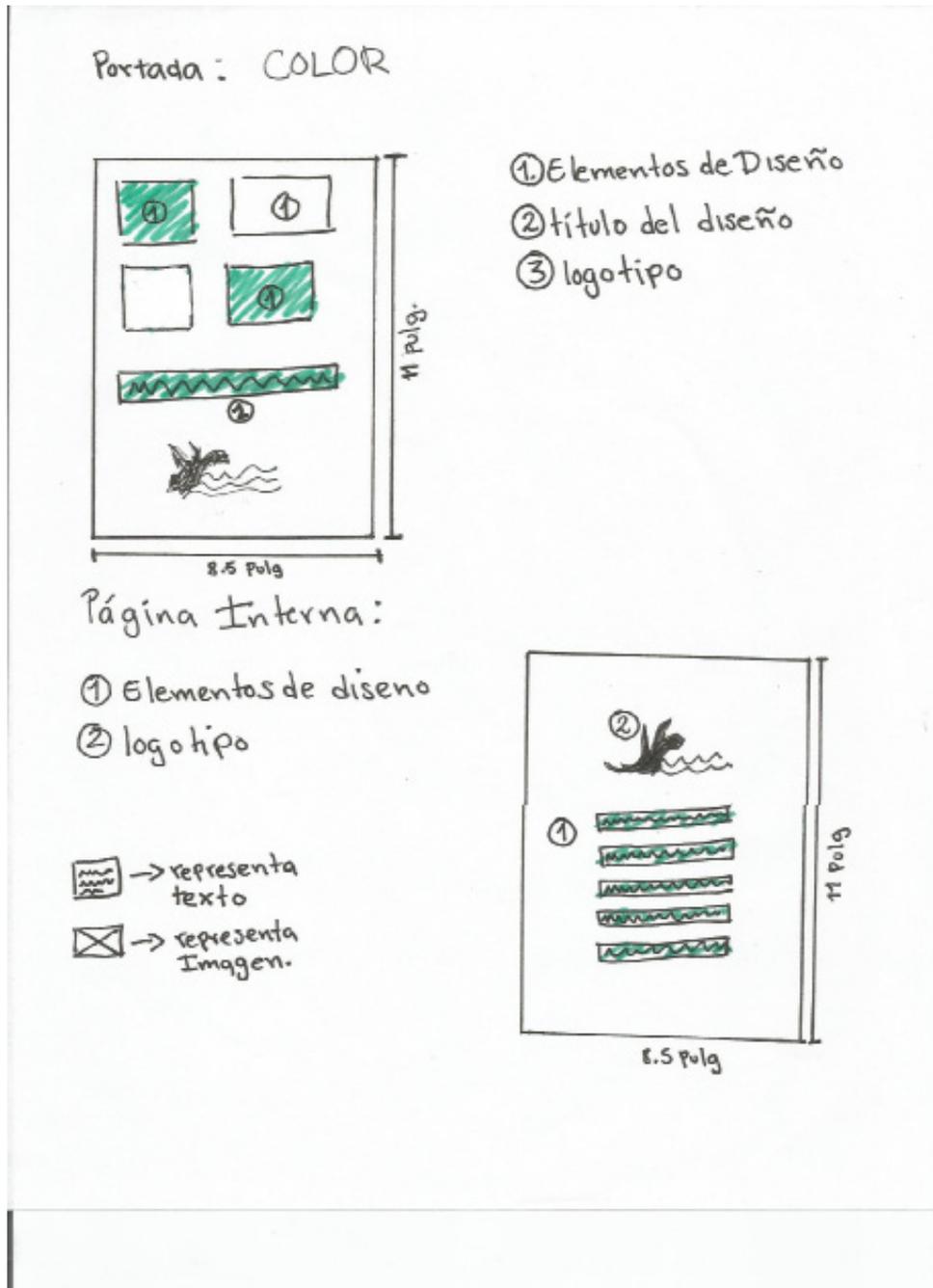
7.3.3 Bocetaje del vademécum:

Bocetaje a mano del reticulado del vademécum para DISORGA, S.A, se indican medidas de las páginas las X representan el lugar donde irán colocadas las fotografías.



7.3.3 Bocetaje del vademécum:

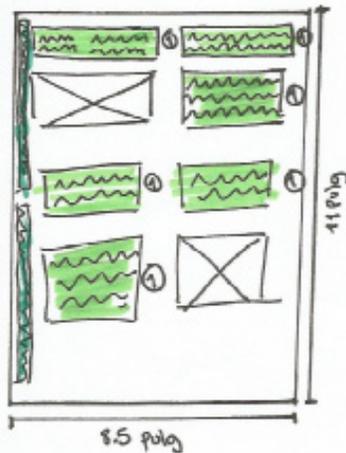
En estos bocetos a mano se puede apreciar el color que será utilizado para el diseño del vademecum, como se observa el color predominante es verde.



7.3.3 Bocetaje del vademécum:

En estos bocetos a mano se puede apreciar el color que será utilizado para el diseño del vademecum, como se observa el color predominante es verde.

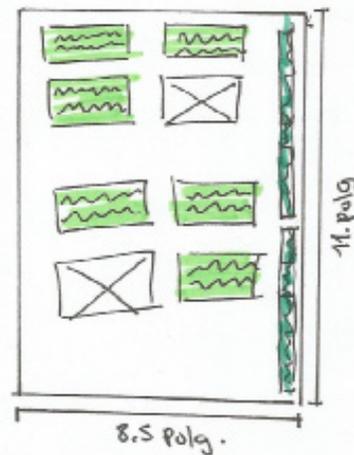
Páginas Interiores:
COLOR



 → representa texto
 → representa fotografía

① elementos de diseño

- las páginas internas contienen texto e imágenes.



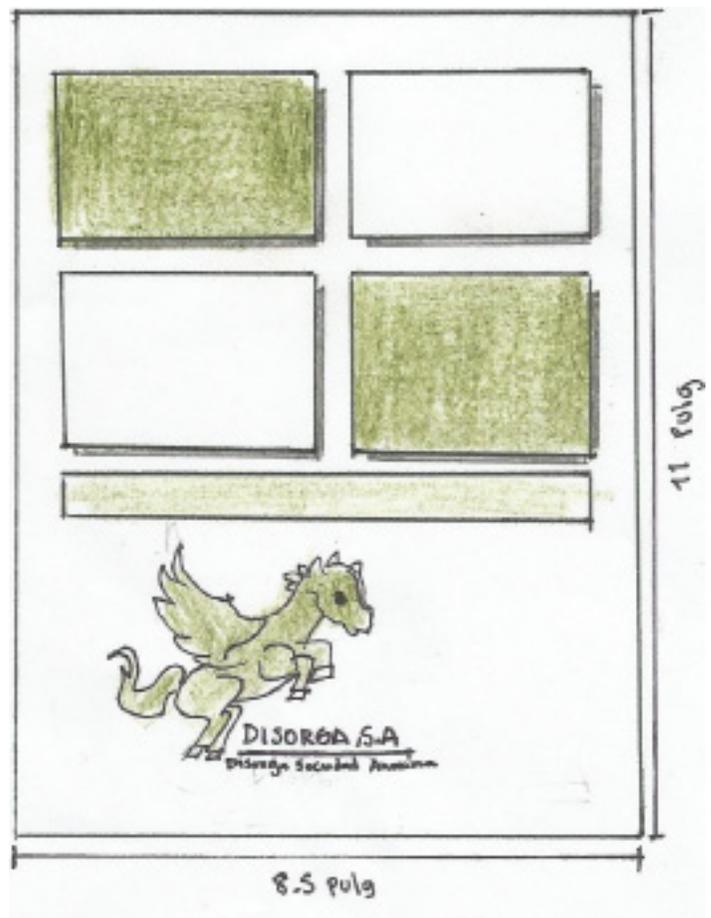
7.3.3 Bocetaje del vademécum:

En estos bocetos a mano se muestra el color y los elementos gráficos que serán utilizados para el diseño del vademécum. Como se observa, el color predominante es verde.



- Todas las páginas tienen la misma medida.
- El texto utilizado para el diseño digital será en color “BLANCO”

- Todas las páginas tienen la misma medida.
- El texto utilizado para el diseño digital será en color “BLANCO”



7.3.3 Bocetaje del vademécum:

En estos bocetos a mano se muestra el color y los elementos gráficos que serán utilizados para el diseño del vademecum. Como se observa, el color predominante es verde..



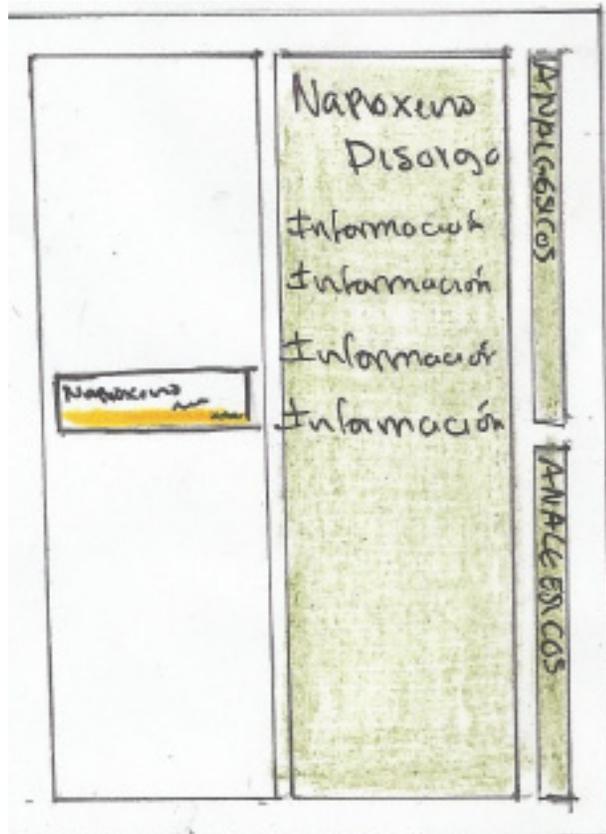
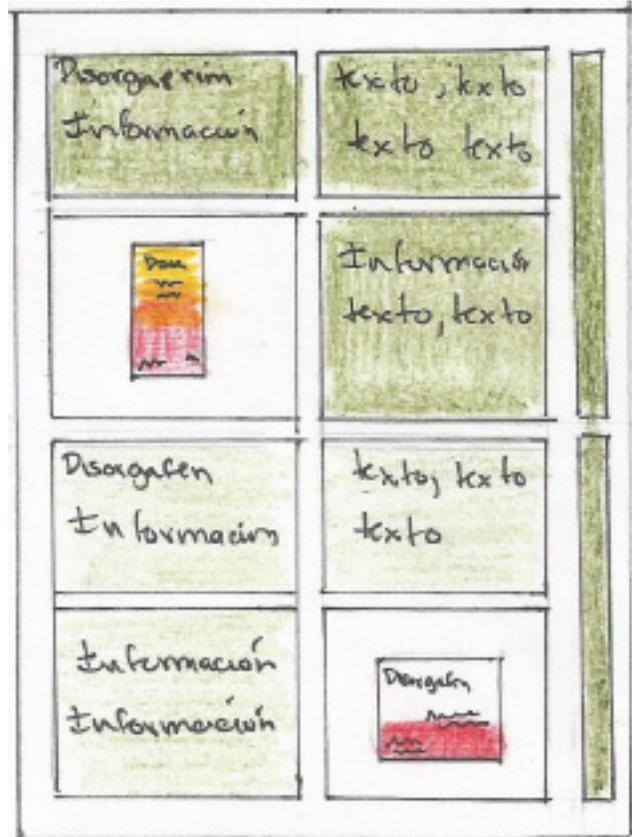
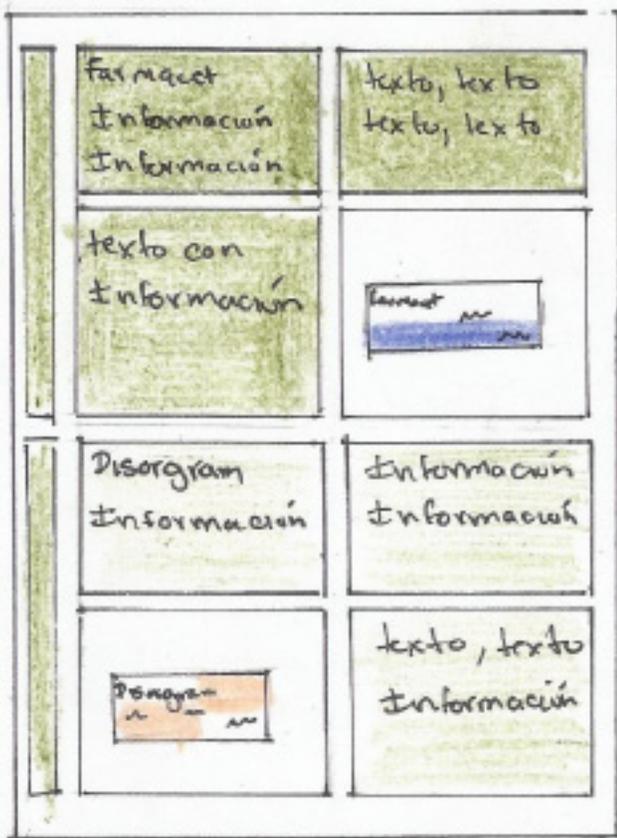
- Todas las páginas tienen la misma medida. (8.5” x 11”)
- El texto utilizado para el diseño digital será en color “BLANCO”
- A continuación se muestran las páginas Internas.
- Las fotografías de los medicamentos fueron

- Todos los bocetos están hechos a mano a modo de servir como guía para elaborar el diseño digital.
- El texto utilizado para el diseño digital será en color “BLANCO”
- A continuación se muestran las páginas Internas.



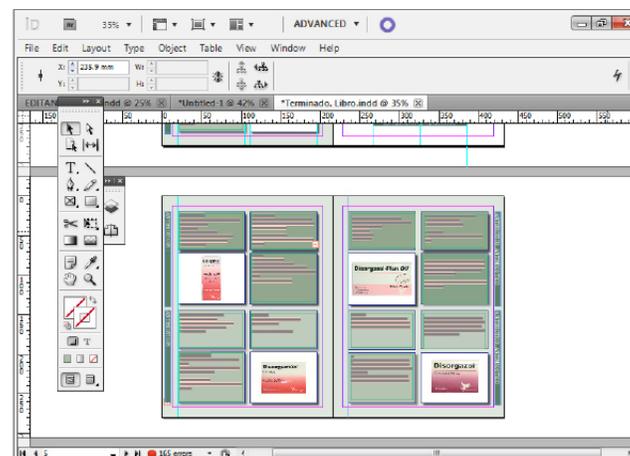
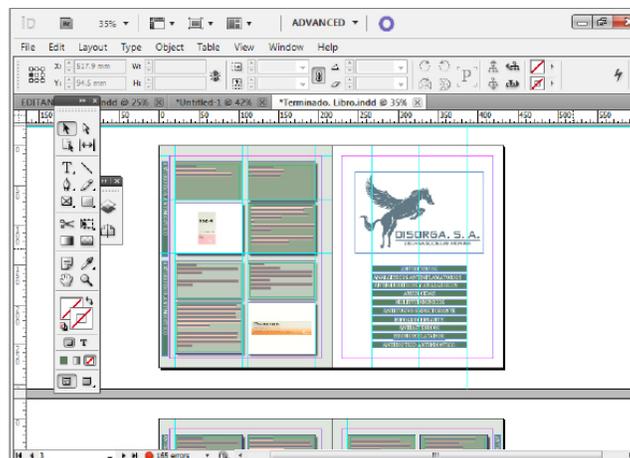
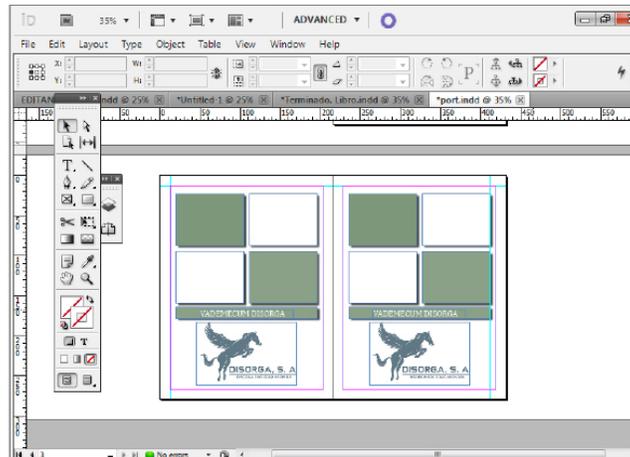
7.3.3 Bocetaje del vademécum:

En estos bocetos a mano se muestra el color y los elementos gráficos que serán utilizados para el diseño del vademecum. Como se observa, el color predominante es verde.



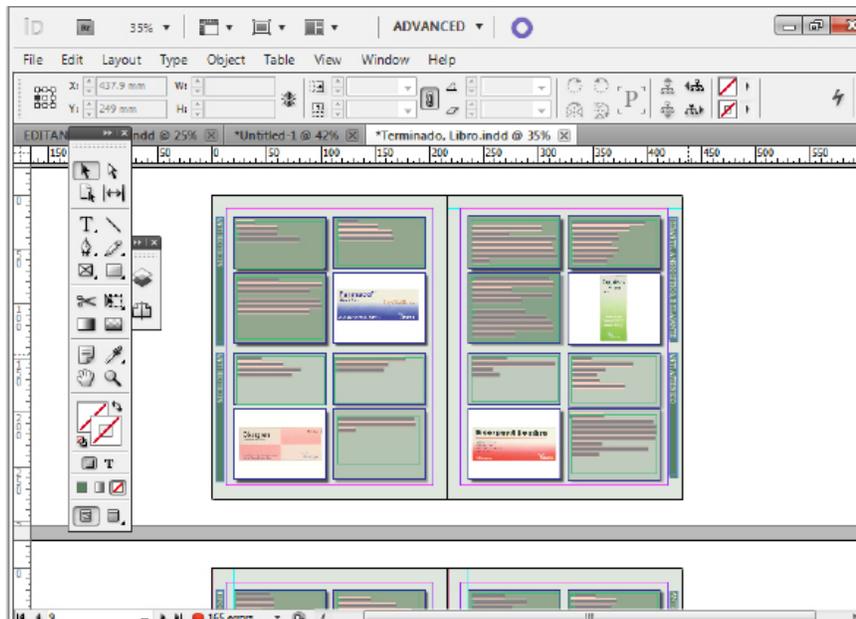
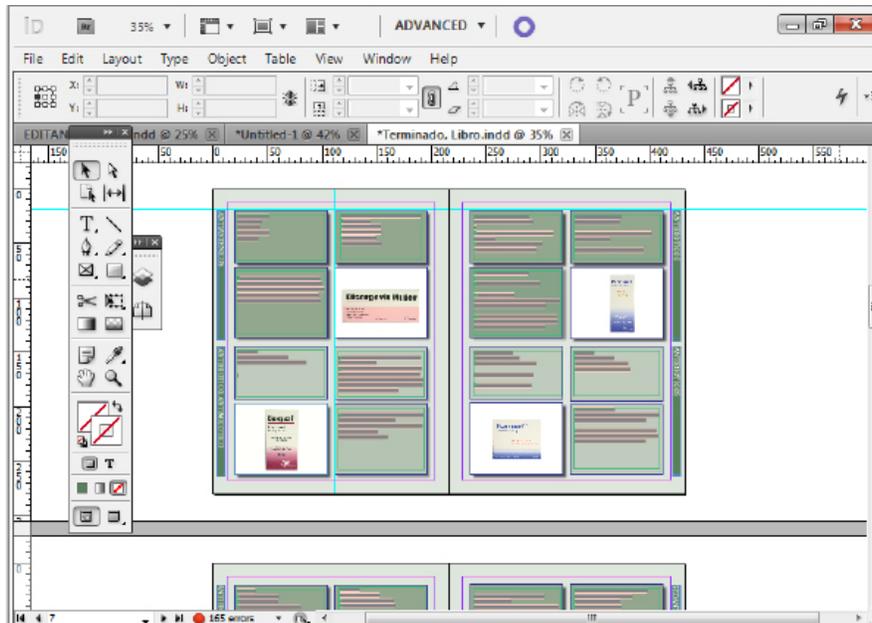
7.3.4 Bocetaje del vademécum Digital:

A continuación se presenta el bocetaje realizado de forma digital, es decir son capturas de pantalla de la elaboración del vademécum en InDesign. Se puede apreciar la fotografía colocada el color digital y la fotografía digital sobre el reticulado.



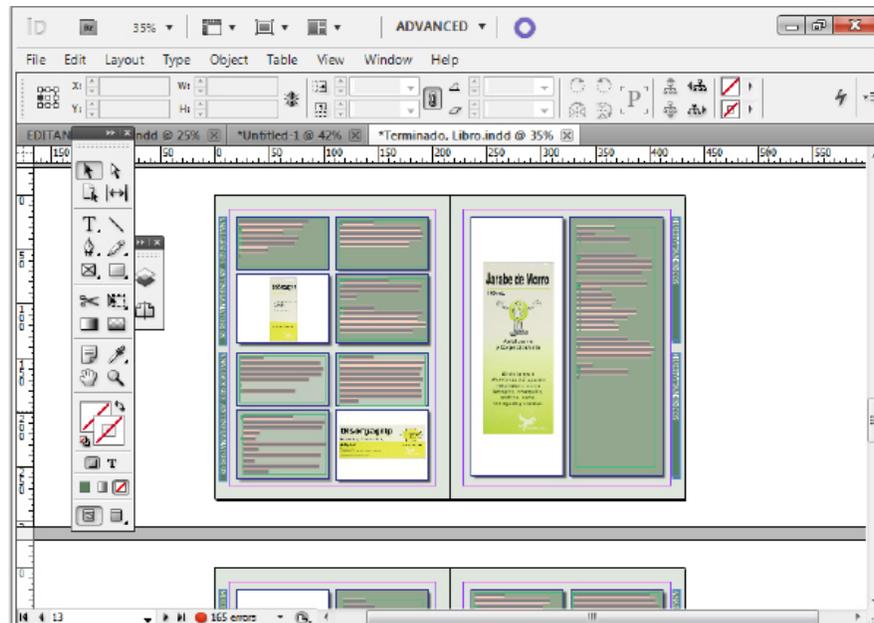
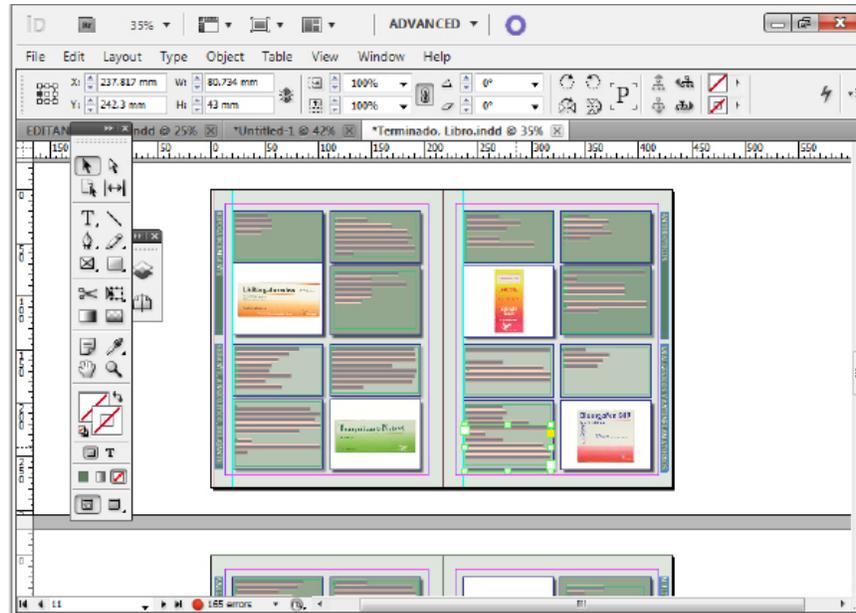
7.3.4 Bocetaje del vademécum Digital:

A continuación se presenta el bocetaje realizado de forma digital, es decir son capturas de pantalla de la elaboración del vademécum en InDesign. Se puede apreciar la fotografía colocada el color digital y la fotografía digital sobre el reticulado.



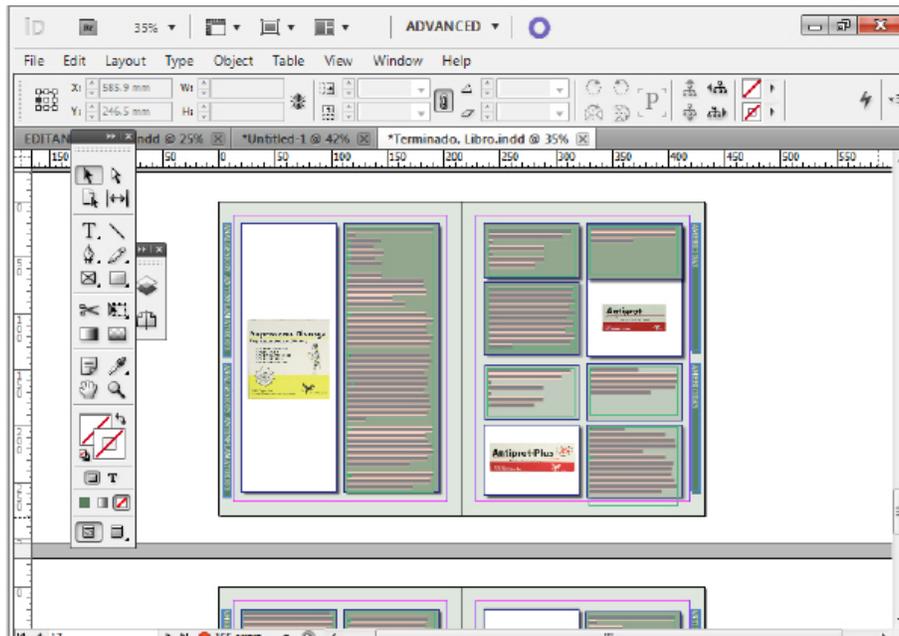
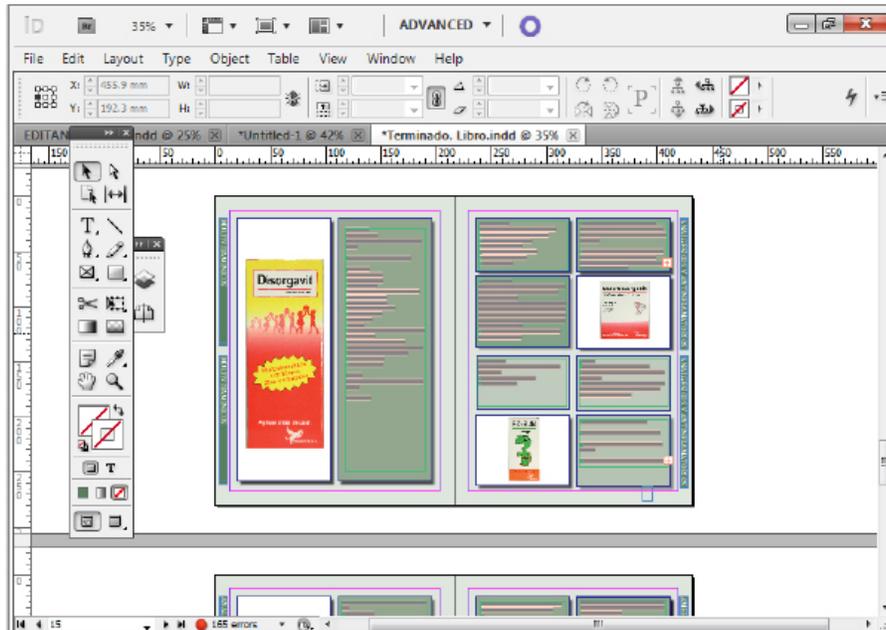
7.3.4 Bocetaje del vademécum Digital:

A continuación se presenta el bocetaje realizado de forma digital, es decir son capturas de pantalla de la elaboración del vademécum en InDesign. Se puede apreciar la fotografía colocada el color digital y la fotografía digital sobre el reticulado.



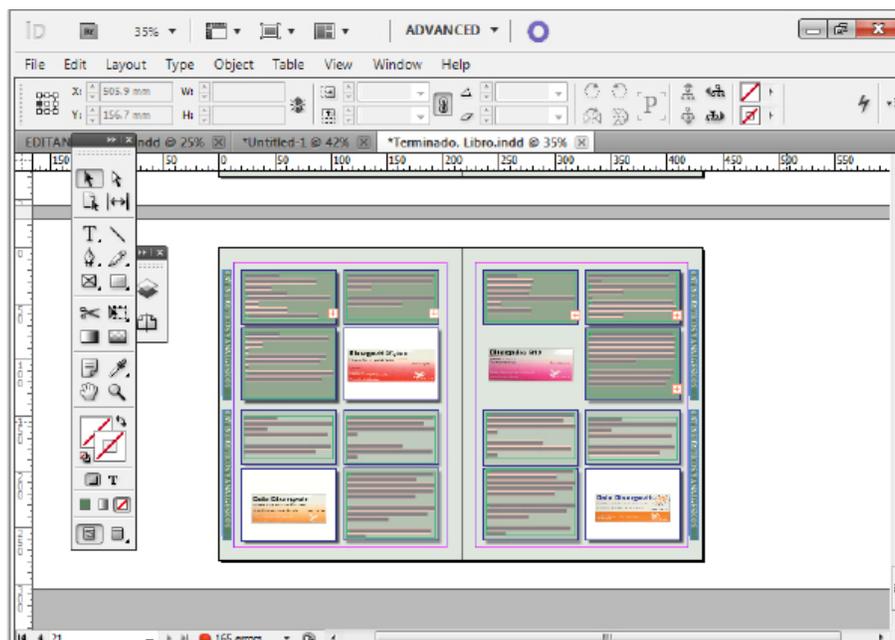
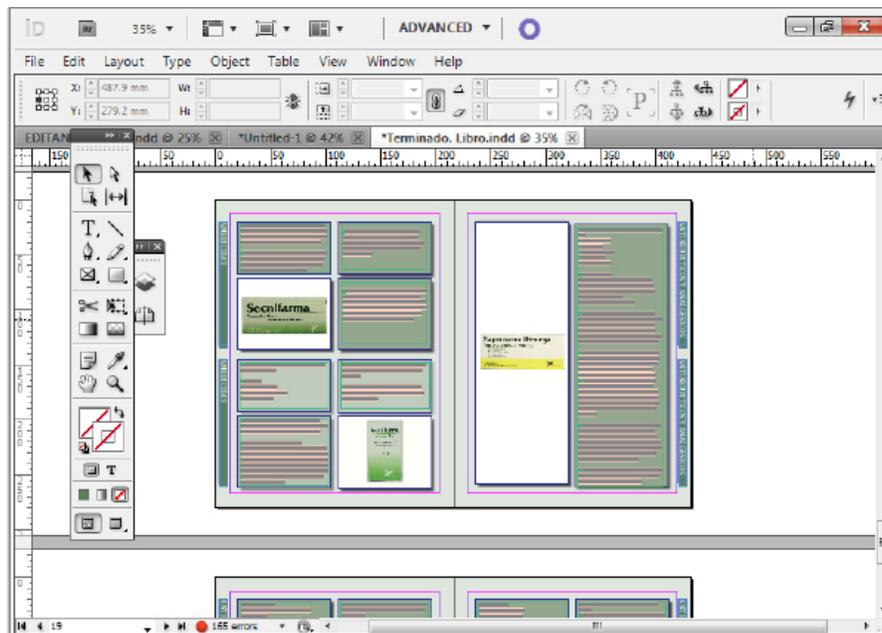
7.3.4 Bocetaje del vademécum Digital:

A continuación se presenta el bocetaje realizado de forma digital, es decir son capturas de pantalla de la elaboración del vademécum en InDesign. Se puede apreciar la fotografía colocada el color digital y la fotografía digital sobre el reticulado.



7.3.4 Bocetaje del vademécum Digital:

A continuación se presenta el bocetaje realizado de forma digital, es decir son capturas de pantalla de la elaboración del vademécum en InDesign. Se puede apreciar la fotografía colocada el color digital y la fotografía digital sobre el reticulado.



7.4.3 Presentación de la propuesta preliminar

Portada y Contraportada

8.5 pulg.



11 pulg.

7.4 Propuesta preliminar

Después del bocetaje en el que se decidió el formato y el tipo de retícula y también se pensó en los colores y el tipo de letra. El siguiente paso fue digitalizar los bocetos para presentar la propuesta preliminar.

El concepto creativo para diseñar este material fue “Soporte Informativo” En todo el documento se utilizan los mismo elementos visuales mencionados a continuación

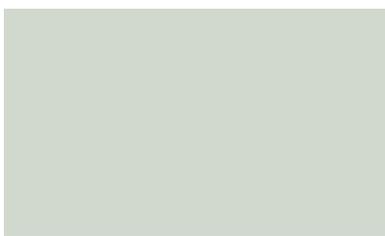
7.4.1 Colores

Los colores fueron elegidos en relación a la gama de colores que utiliza la empresa para su papelería.

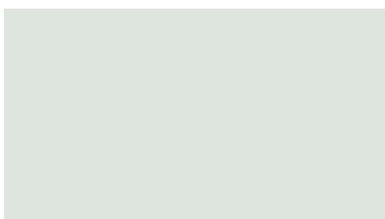
Verde: En el diseño predomina el verde en diferentes tonalidades. La empresa no cuenta con un color oficial, sin embargo su papelería oficial utiliza el color verde, desde años atrás.



Este tono es utilizado en los cuadros de texto en donde se encontrará la información completa y detallada de los medicamentos.



Este tono es utilizado en los cuadros de texto en donde se encontrará la información completa y detallada de los medicamentos.



Este tono será utilizado para el fondo de las páginas.

7.4.2 Tipografía

ANTIBIOTICOS

Cambria: Esta tipografía fue utilizada en los títulos del vademécum. Se utilizó esta tipografía pues el cliente solicitó algo sencillo y fácil de leer.

Disorgazol OV
Caja con 10 óvulos vaginales
Bactericida, Tricomonocida, Antimicótico

Minion Pro: Fue utilizada en todo el contenido del vademécum, pues al igual que la tipografía anterior es fácil de leer, es có moda para la lectura, da un aspecto de seriedad.

7.4.3 Presentación de la propuesta preliminar

Portada y Contraportada

8.5 pulg.



11 pulg.

7.4.3 Presentación de la propuesta preliminar 8.5"

Portada y Contraportada

8.5 pulg.



DISORGA, S. A
DISORGA SOCIEDAD ANONIMA

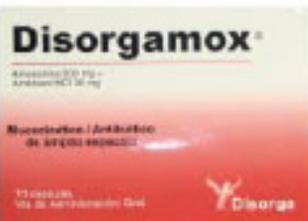
ANTIBIOTICOS
ANALGÉSICOS ANTINFLAMATORIOS
ANTINEURITICOS Y ANALGESICOS
AMEBICIDAS
MULTIVITAMINICOS
ANTITUSIVO EXPECTORANTE
HIPOGLUCEMIANTE
ANTIASTENICOS
BRONCODILATADOR
ANTIBIOTICO ANTIMICOTICO

11 pulg.

7.4.3 Presentación de la propuesta preliminar

Portada y Contraportada

8.5 pulg.

| | | |
|--------------|--|---|
| ANTIBIOTICOS | <p>Disorgamox</p> <ul style="list-style-type: none">Composición: cada 5ml de suspensión reconstituida contiene<ul style="list-style-type: none">AmbroxolAmoxicilina base 250mgapartir de la amoxicilina trihidratadaClorhidrato de ambroxol 15mgExcipientes c. s.p | <p>INDICACIONES</p> <ul style="list-style-type: none">Mucolítico y antibiótico de amplio espectro en las infecciones de las vías respiratorias (ambroxol – amoxicilina) <p>CONTRAINDICACIONES</p> <ul style="list-style-type: none">Hipersensibilidad a las penicilinas y cefalosporinas. |
| |  | <p>DOSIS</p> <ul style="list-style-type: none">Lactantes de 3 mesesHasta 2 años 2.5ml c/8 horasNiños de 2-6 años 2.5 – 5 ml c/8 horasNiños mayores de 6 años y adultos 10ml c/8 horas.Via de administración: Oral. |
| ANTIBIOTICOS | <p>Disorgamox cápsulas</p> <ul style="list-style-type: none">Amoxicilina base 500 mgA partir de la amoxicilina trihidratadaClorhidrato de ambroxol 30 mgExcipientes, c.s.p | <p>DOSIS:</p> <ul style="list-style-type: none">Adultos y niños de más de 40 kg 1 capsula c/8 horas. <p>Administración por vía oral.</p> |
| | <p>Indicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none">Mucocinético y antibiótico de amplio espectroEn las infecciones de las vías respiratorias (ambroxol y amoxicilina) <p>Contraindicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none">Hipersensibilidad a las penicilinas y cefalosporinas |  |

11 pulg.

7.4.3 Presentación de la propuesta preliminar 8.5"

Portada y Contraportada

8.5 pulg.

| | | |
|--|---|---------------------|
| <p>FARMACEF: (suspensión oral) Antibiótico de amplio espectro</p> <ul style="list-style-type: none"> Composición: Cada 5ml (1 cucharadita) contienen: <ul style="list-style-type: none"> Cefadroxilo.....250mg Excipientes, c.s.p.....5ml | <ul style="list-style-type: none"> Modo de preparación: Ver etiqueta en el frasco Protejase de la Luz y conservese en un lugar fresco y seco. Venta bajo prescripción médica. | <p>ANTIBIOTICOS</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> Via de administración: Oral DOSIS: la que el medico indique. Contraindicaciones: en pacientes con antecedentes de alergias al grupo de antibióticos betalactámicos. Precauciones: No se ha establecido su inocuidad durante el embarazo Contiene fenilalanina, precaución en pacientes fenilcetonúricos |  | <p>ANTIBIOTICOS</p> |
| <p>FARMACEF capsulas</p> <ul style="list-style-type: none"> (Cefadroxilo 500 mg) Antibiótico de amplio espectro Caja de 100 caplet ramuradas. Via de administración: Oral | <ul style="list-style-type: none"> Formula: Cada caplet contiene <ul style="list-style-type: none"> Cefadroxilo.....500 mg Excipientes c, s.p.....1 caplet. | <p>ANTIBIOTICOS</p> |
|  | <ul style="list-style-type: none"> Contraindicaciones: en pacientes con antecedentes de alergias al grupo de antibióticos betalactámicos. Precauciones: No se ha establecido su inocuidad durante el embarazo Contiene fenilalanina, precaución en pacientes fenilcetonúricos | <p>ANTIBIOTICOS</p> |

11 pulg.

7.4.3 Presentación de la propuesta preliminar

Portada y Contraportada

8.5 pulg.

| | | |
|---------------------|--|---|
| ANTIBIOTICOS | <p>Farmacef:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Cefadroxilo 500 mg▪ 10 caplet ranuradas▪ Antibiótico de amplio espectro. | <p>■ Formula: Cada caplet contiene</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Cefadroxilo.....500 mg▪ Excipientes c, s.p.....1 caplet. |
| | <p>■ Contraindicaciones: en pacientes con antecedentes de alergias al grupo de antibióticos betalactámicos.</p> <p>■ Precauciones: No se ha establecido su inocuidad durante el embarazo. Contiene fenilalanina, precaución en pacientes fenilcetonúricos</p> |  <p>The image shows the packaging for Farmacef, which contains 10 scored caplets. The box is white with a blue and yellow design. Text on the box includes 'Farmacef', 'Cefadroxilo 500 mg', '10 caplet ranuradas', 'Via de Administración: Oral', 'Antibiótico de Amplio Espectro', and the Disorga logo.</p> |
| ANTIBIOTICOS | <p>DISORGRAM</p> <ul style="list-style-type: none">▪ ciprofloxacina 500mg▪ Antibiótico de amplio espectro▪ via de administración oral. | <p>■ FORMULA: cada tableta contiene:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ ciprofloxacina de 500mg▪ excipientes c.s.p. 1 tab |
| |  <p>The image shows the packaging for Disogram, which contains 14 tablets. The box is white with a red and orange design. Text on the box includes 'Disogram', 'Ciprofloxacina 500 mg', '14 Tabletas', 'Antibiótico de amplio espectro', 'Via de Administración: Oral', and the Disorga logo.</p> | <p>■ Venta bajo prescripción médica, producto medicinal mantengase alejado de los niños.</p> |

11 pulg.

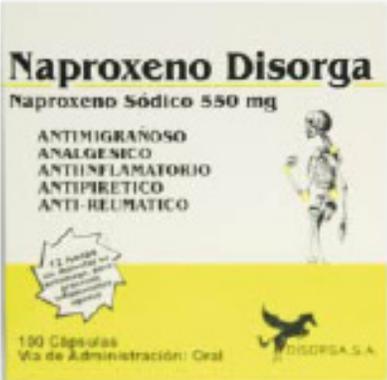
7.4.3 Presentación de la propuesta preliminar 8.5"

Portada y Contraportada

8.5 pulg.

ANALGÉSICOS ANTIINFLAMATORIOS

ANALGÉSICOS ANTIINFLAMATORIOS



Naproxeno Disorga
Naproxeno Sódico 550 mg

ANTIMIGRAÑOSO
ANALGÉNICO
ANTIINFLAMATORIO
ANTIPIRÉTICO
ANTI-REUMÁTICO

190 Cápsulas
Via de Administración: Oral

DISORGA S.A.

Naproxeno Disorga : Naproxeno sódico 550 mg

- antimigrañoso
- analgésico
- antiinflamatorio
- antipirético
- antiartrémico.

■ **COMPOSICIÓN**
Cada capsula tiene naproxeno 550mg (equivalente a naproxeno base 550mg)
DOSIS: una capsula cada 12 horas o la que el médico indique.
Via de administración: Oral.

■ **Antiinflamatorio no esteroideo con accion analgesica y antipiretica indicado para el tratamiento de procesos inflamatorios agudos. Utilizado en caso de torceduras distensiones o manipulaciones ortopedicas artritis como analgésico y antiinflamatorio.**

■ **Contraindicaciones:** debido a la posibilidad de reacciones de sensibilidad cruzada no debera administrarse en pacientes en quienes el acido acetilsalicilico u otros fármacos antiinflamatorios y analgesicos no esteroideos han provocado manifestaciones alergicas asmáticas pacientes con una úlcera péptica activa o sangrado gastrointestinal y pacientes con hipersensibilidad al principio activo no administrar a mujeres embarazadas o en período de lactancia.

Precauciones: en padecimientos inflamatorios y dolorosos comunes no administrar por mas de cinco dias. Pacientes con alteraciones de la funcion hepatica o renal consulte a su medico. Contiene amarillo no. 5 tarzazina que puede causar reacciones alérgicas en personas sensibles.

Reacciones secundarias: La mas comunes

- **Malestar abdominal dolor epigástrico cefaleas nauseas tinitus y vertigo.**

11 pulg.

Portada y Contraportada

| | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|
| ANTIINFLAMATORIOS Y ANALGÉSICOS | <p>Disorgavit 25,000 Yiamina Neurotopos B1 + B6 + B12 Antieinéxico</p> <p>Cada caja contiene: • 1 ampolla de 2mL + jeringa + toallita con alcohol Solución inyectable</p> <p>Via de administración: IM profunda</p> | <p>Dosis: la dosis recomendada de 2 a 3 ampollas de 25,000 por semana o según prescripción médica.</p> <p>■ Contraindicaciones: Hipersensibilidad a los componentes de la fórmula.</p> | <p>Disorgadex B12 Vitamina B1 + B6 + B12 Decametileno Fosfato</p> <p>Cada caja contiene: • Ampolla no.1 + ampolla no.2 + toallita con alcohol • Solución inyectable</p> | <p>Via de administración intramuscular profunda.</p> <p>■ POSIS: 3 ampolla cada dos días según prescripción médica.</p> <p>■ Advertencia: Usar únicamente en combinación la ampolla No.1 con ampolla No. 2 en la misma jeringa.</p> | ANTIINFLAMATORIOS Y ANALGÉSICOS |
| ANTIINFLAMATORIOS Y ANALGÉSICOS | <p>■ INDICACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es útil en el tratamiento de neuritis y polineuritis. • También puede utilizarse en el síndrome alcohólico-encefalopático de Wernicke • neuralgias y neuropatías periféricas dísticas • parálisis facial • neuralgia post-herpética |  |  | <p>■ Indicaciones: Neuralgias, cólica neuritis, parálisis facial, trastorno músculo-nervioso, Artritis epiocondiloartritis y rigidez muscular, afeciones inflamatorias post- traumáticas o post- quirúrgicas afeciones dolorosas de la columna vertebral.</p> <p>■ Contraindicaciones: Infecciones víricas o bacterianas aguda gástrica y duodenal hipertensión embarazo, diabetes mellitus.</p> | ANTIINFLAMATORIOS Y ANALGÉSICOS |
| ANTIINFLAMATORIOS Y ANALGÉSICOS | <p>Dolo- Disorgavit Difenilmetano sodico + Yiamina Neurotopos B1 + B6 + B12 Antiéinéxico, Analgésico, Antiinflamatorio.</p> <p>Cada caja contiene: ampolla No.1 + Ampolla No.2 + jeringa + Toallita con alcohol</p> | <p>■ Composición: Cada ampolla No.1 Contiene: Tiaramina HCl 100mg, Parolónina 100mg, Carisocetolamim 7500 mg, vehículo, c.a.p. 2mL.</p> <p>Cada ampolla No.2 Contiene: Difenilmetano sodico 75mg, vehículo, c.a.p. 2mL.</p> | <p>■ Composición: Cada ampolla No.1 Contiene: Tiaramina HCl 100mg, Parolónina 100mg, Carisocetolamim 7500 mg, vehículo, c.a.p. 2mL.</p> <p>Cada ampolla No.2 Contiene: Difenilmetano sodico 75mg, vehículo, c.a.p. 2mL.</p> | <p>Dolo- Disorgavit Difenilmetano sodico + Yiamina Neurotopos B1 + B6 + B12 Antiéinéxico, Analgésico, Antiinflamatorio.</p> <p>Cada caja contiene: ampolla No.1 + Ampolla No.2 + jeringa + Toallita con alcohol.</p> | ANTIINFLAMATORIOS Y ANALGÉSICOS |
| ANTIINFLAMATORIOS Y ANALGÉSICOS |  | <p>■ Mecanismo de acción: antiinflamatorio no esteroide analgésico antiemético.</p> <p>■ Indicaciones: Neuralgia síndrome cervical, lumbal, hernia hernial, cólica, neuralgia del trigémino, herpes zoster, lumbago.</p> <p>■ Contraindicaciones: No administrar a niños menores de 2 años y madres lactantes si durante el embarazo.</p> <p>■ Dosis: 1 dosis cada 24/48 horas, vía intramuscular.</p> | <p>■ Mecanismo de acción: antiinflamatorio no esteroide analgésico antiemético.</p> <p>■ Indicaciones: Neuralgia síndrome cervical, lumbal, hernia hernial, cólica, neuralgia del trigémino, herpes zoster, lumbago.</p> <p>■ Contraindicaciones: No administrar a niños menores de 2 años y madres lactantes si durante el embarazo.</p> <p>■ Dosis: 1 dosis cada 24/48 horas, vía intramuscular.</p> |  | ANTIINFLAMATORIOS Y ANALGÉSICOS |

CAPÍTULO VIII

VALIDACIÓN TÉCNICA

CAPITULO VIII

Validación Técnica

Después de realizar el diseño gráfico del material impreso, se procede a evaluar el mismo para de esta manera evaluar si cumple con el objetivo planteado al principio de este proyecto

El material se validó con el cliente, el grupo objetivo y los expertos en el área de comunicación y diseño gráfico. Se utilizó una encuesta como elemento de validación la que incluye diferentes secciones y diferentes tipos de preguntas

Parte Semiológica: En esta parte se incluye preguntas que permiten al encuestado a expresar su opinión en relación a las emociones y sentimientos que transmite el diseño.

Parte Objetiva: En esta parte se incluyen preguntas que permiten mostrarnos si los objetivos planteados se están cumpliendo.

Parte Operativa: En esta parte se incluyen preguntas que nos ayudan a conocer la eficiencia de todos los elementos del diseño tales como colores, tipos de letra, retícula y otros.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a los visitantes médicos, al gerente de la empresa y a expertos en el área de diseño gráfico.

Como este material es de uso interno de la empresa y siendo los visitantes médicos activos actualmente, nueve personas no se necesitó hacer un muestreo.

8.1.1 Gerente de la empresa DISORGA, S.A.

La encuesta se le realizó al señor Mario García Gerente y dueño de la empresa. En la empresa no existe un departamento de diseño gráfico, por lo que no hubo a quien encuestar.

8.1.2 Visitadores médicos

Se encuestó a nueve visitantes médicos quienes actualmente trabajan en la empresa, la cantidad de visitantes médicos pueden variar

perfil de los visitantes médicos:

Hombres y mujeres entre 30 y 50 años.

Son profesionales dedicados a su trabajo con deseo de mejorar su capacitación.

8.1.3 Expertos en diseño grafico

Se encuestó a cuatro expertos quienes llevan varios años trabajando en el campo del diseño gráfico.

Perfil de los expertos en diseño gráfico

Hombres y mujeres entre 30 y 40 años. Con experiencia en diseño gráfico y comunicación, así como en imprenta.

8.2 Instrumento de validación

La encuesta contiene distintos tipos de preguntas.

Preguntas dicotómicas: Son las preguntas cuya única respuesta puede ser sí o no.

Pregutna de selección múltiple: Ofrecen tres o más respuestas para elegir.

8.2.1 Encuesta utilizada con el grupo objetivo



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(FACOM)
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE GRADO

Género: F
M

Nombre

Profesión

Años de experiencia

Rango de edad:
20 a 30 años 31 a 40 años 41 a 50 años mas de 50 años

Encuesta de Validación del Proyecto
DISEÑAR UN VADEMECUM PARA LA EMPRESA DISORGA, S.A

Antecedentes:
En la Actualidad la empresa DISORGA, S.A. no cuenta con un vademecum en el cual se pueda dar a conocer de una forma mas detallada a los médicos y Visitadores médicos los medicamentos con los que la empresa trabaja.

Al no contar con este material gráfico se propuso y se presenta el proyecto de diseño de un vademecum, con el objetivo de presentar de forma gráfica a los médicos y visitadores médicos los medicamentos con los que cuenta la empresa e información importante sobre los mismos. en el vademecum se incluye información y fotografías de los productos.

El objetivo de esta encuesta es conocer a traves de los resultados de la misma si la propuesta de vademecum, es decir el diseño presenta de forma colara los medicamentos de la empresa DISORGA, S.A y si cumple con la función de ser un material informativo.

Instrucciones: Tomando en cuenta la información previa y después de haber visto el material gráfico impreso, vademecum, contestar a las siguientes preguntas.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesaria la elaboración de un material impreso en el cual se den a conocer los productos con los que cuenta la empresa DISORGA tanto a los médicos como a los trabajadores de la misma?

SI NO

2. ¿Considera que el vademécum en el cual se presentan los medicamentos con los que cuenta la empresa DISORGA, S.A. brinda la información adecuada de los mismos?

SI NO

3. ¿Considera que el uso de este material impreso, vademécum sirve como complemento para el visitador médico durante la visita medica?

SI NO

4. ¿Considera que es necesario incluir fotografías que ilustren el producto dentro del documento impreso?

SI NO

5. ¿Considera usted que la distribución de imágenes y texto dentro del diseño hacen que el diseño se vea ordenado?

SI NO

Parte Semiológica

1. ¿según su opinión las fotografías de los productos utilizadas dentro del material impreso le parecen?

Llamativas Interesante irrelevantes

2. Considera que los colores utilizados en el diseño transmiten?

Formalidad seriedad informalidad

Tranquilidad

Inquietud

4. Según su opinión la retícula utilizada dentro del diseño transmite

Estabilidad

Seguridad

Inestabilidad

5. Según su opinión el orden en que están colocados los elementos y texto le dan la sensación.

Equilibrio

estabilidad

Desequilibrio

6. Considera usted que el material en el cual está impreso el diseño

Calidad

Clase

No es de calidad

Parte Operativa:

1. Al utilizar fotografías dentro del vademécum se logra:

Ilustrar el producto

Presentar el producto

Resta interés de la información escrita.

2. ¿Considera que los colores utilizados:

Ordenan el texto e imagen

No es adecuada para leer.

4. Considera que el tipo de retícula utilizada:

Sirve como base para colocar las imágenes y el texto de forma ordenada

Sirve como guía para colocar el texto y las imágenes

No tienen ningún uso.

5. Considera usted que el material en el cual esta impreso;

Es resistente

Es de una buena calidad

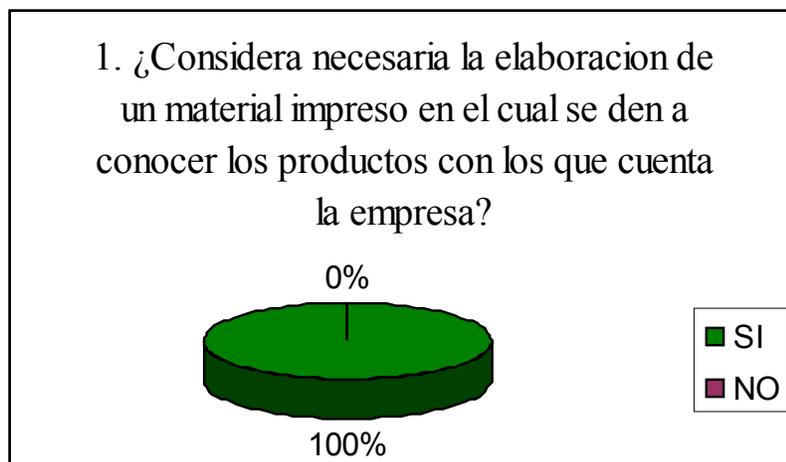
No es de calidad.

8.3. Resultados e interpretación de los resultados

En esta sección se tabulan los resultados luego de haber realizado las encuestas- Los resultados se muestran a través de graficas.

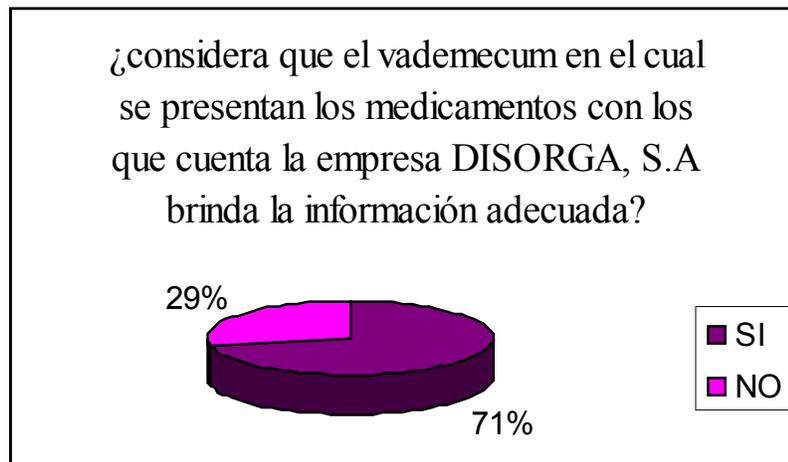
8.3.1 Resultados de las encuestas al grupo objetivo

8.3.1.1 Parte objetiva

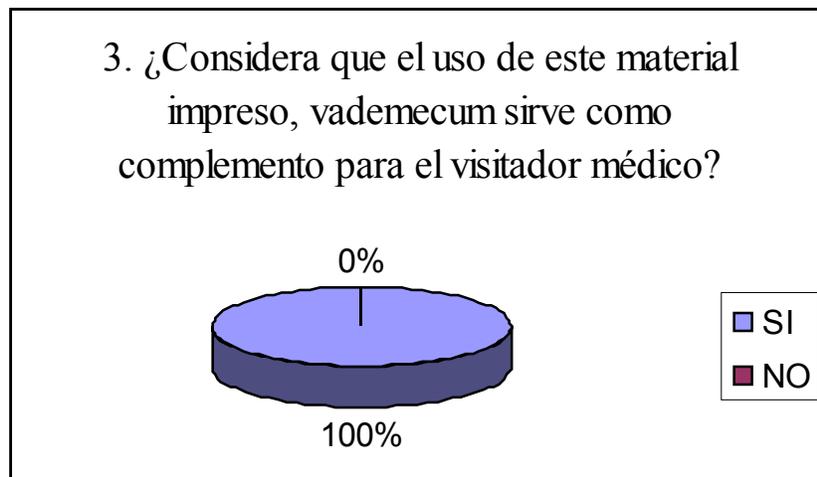


El 100% de las personas pertenecientes al grupo objetivo que está formado por el gerente y por los visitantes médicos de la empresa DISORGA, S.A consideran necesaria la elaboración de un material impreso en el que se den a conocer los productos con los que cuenta la empresa. Por lo cual se tomó la decisión de diseñar un material impreso que pueda ser entregado a los visitantes médicos.

8.3.1.1 Parte objetiva , respuestas del grupo objetivo.

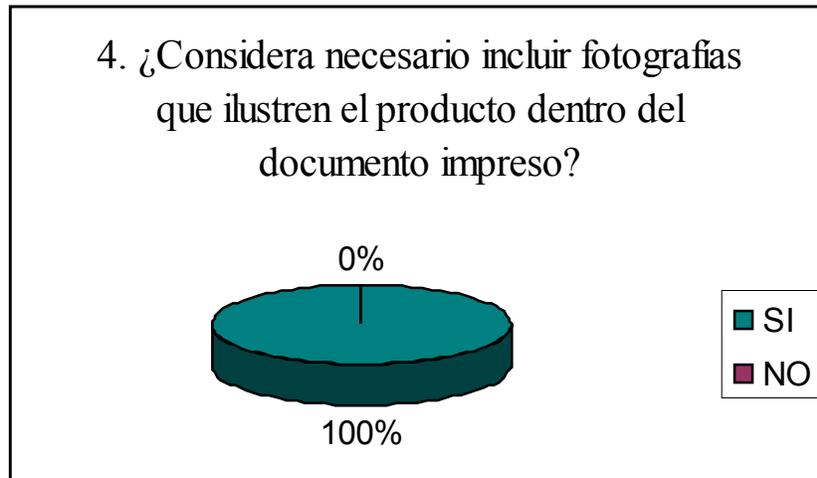


el 71% de los encuestados considera que el vademécum que se presentan los medicamentos con los que cuenta la empresa DISORGA, S.A brinda la información adecuada de los mismos, el 29% de los encuestados opina que NO. siendo la opinión de la mayoría positiva la información no será modificada.

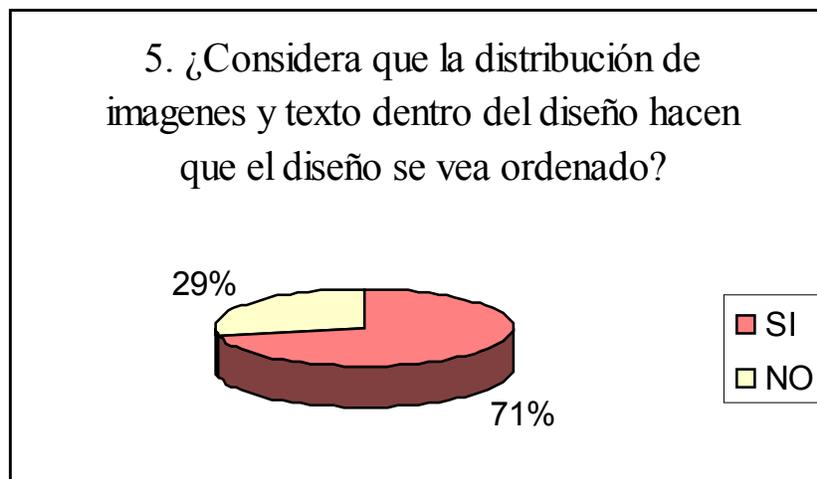


El 100% de los encuestados considera que el uso de este material impreso, vademécum sirve como complemento para el visitador médico durante la visita médica. Por lo que el diseño del material impreso se llevará a cabo.

8.3.1.1 Parte objetiva, respuestas del grupo objetivo.

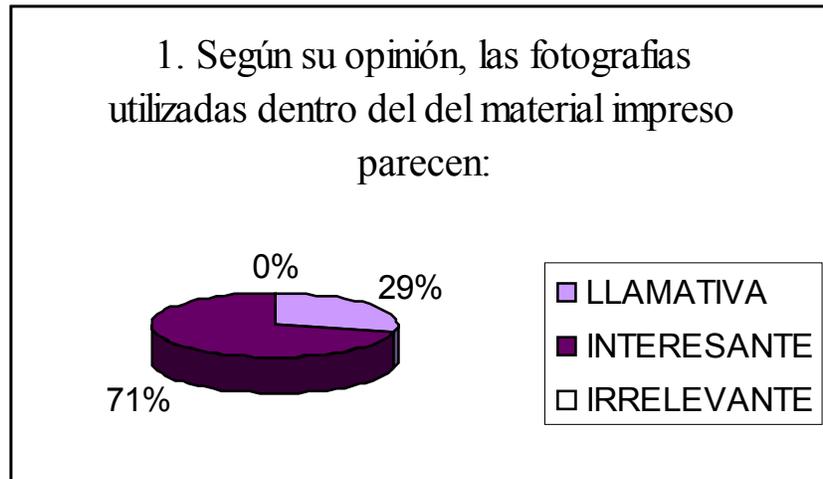


el 100% de los encuestados considera necesario incluir fotografías que ilustren el producto dentro del documento impreso. por lo que se decidió tomar fotografías individuales de los productos, medicamentos con los que cuenta la empresa.



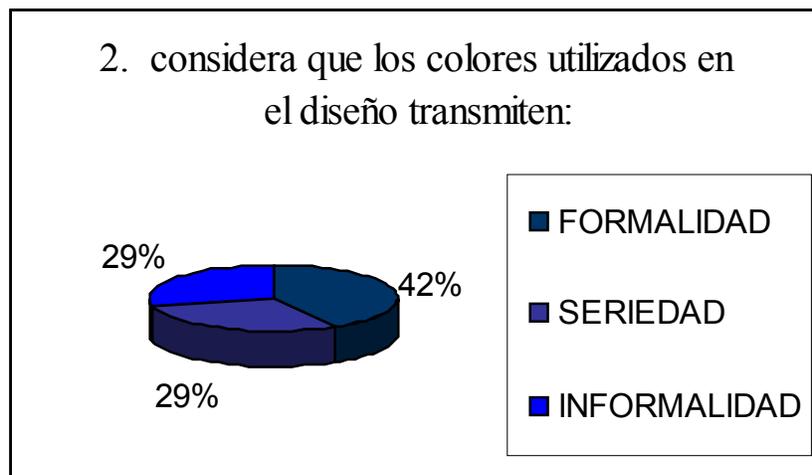
el 71% de los encuestados considera que la distribución de imágenes y texto dentro del diseño hacen que el diseño se vea ordenado, el 29% considera que NO. siendo el 71% representación mayoritaria la distribución de imágenes y texto no tendrán ningún cambio en el diseño.

8.3.1.2 Parte Semiologica respuestas del grupo objetivo.



El 71% de los encuestados opina que las fotografías utilizadas dentro del del material impreso parecen Interesantes.

El 29% de los encuestados opina que las fotografías utilizadas dentro del material impreso parecen llamativas. la mayoría de los encuestados opina que las fotografías utilizadas dentro del del material impreso parecen interesantes, por lo que no se modificarán.

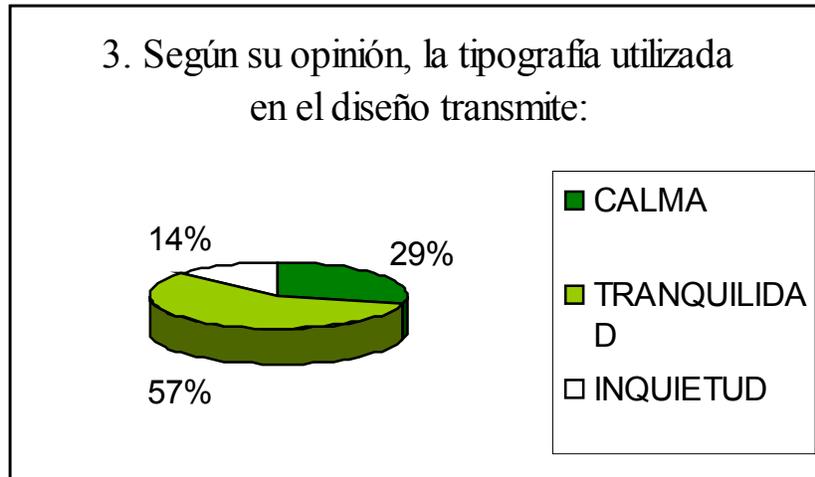


El 42% de los encuestados considera que los colores utilizados en el diseño transmiten formalidad.

El 29% de los encuestados considera que los colores utilizados en el diseño transmiten seriedad

El 29% de los encuestados considera que los colores utilizados en el diseño transmiten informalidad. La mayoría de los encuestados 71% considera que los colores utilizados en el diseño transmiten formalidad o seriedad por lo que no serán modificados.

8.3.1.2 Parte Semiologica respuestas del grupo objetivo.

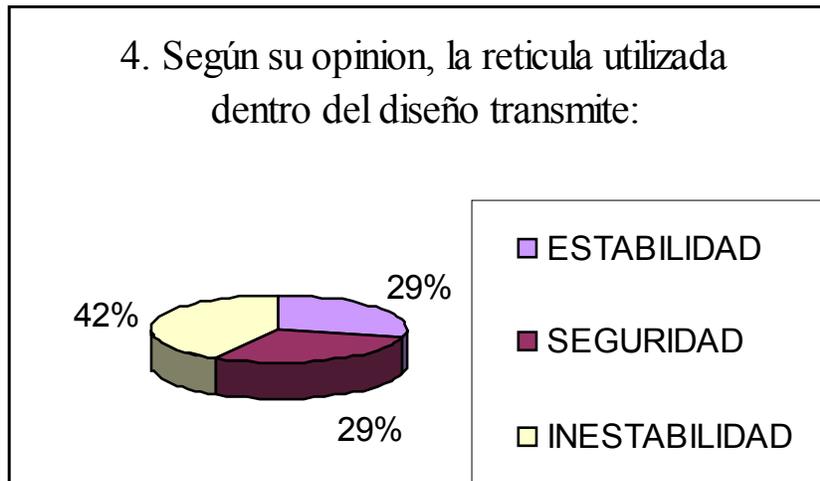


El 29% de los encuestados opinan que la tipografía utilizada en el diseño transmite calma.

El 57% de los encuestados opinan que la tipografía utilizada en el diseño transmite tranquilidad.

El 14% de los encuestados opinan que la tipografía utilizada en el diseño transmite inquietud.

La mayoría de encuestados considera que la tipografía utilizada en el diseño transmite calma o tranquilidad, por lo que no se realizó ningún cambio en la tipografía.



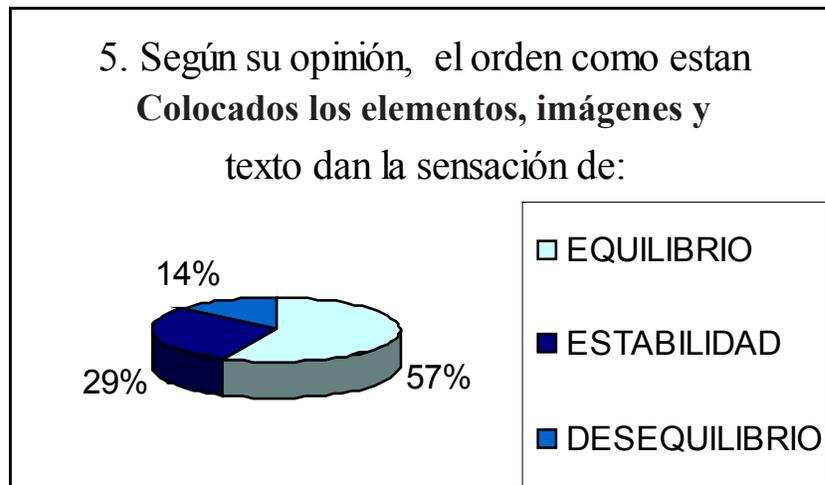
El 29% de los encuestados opina que la retícula utilizada dentro del diseño transmite estabilidad.

El 29% de los encuestados opina que la retícula utilizada dentro del diseño transmite seguridad.

El 42% de los encuestados opina que la retícula utilizada dentro del diseño transmite inestabilidad.

La mayoría de los encuestados (58%) consideran que la retícula utilizada dentro del diseño transmite estabilidad o seguridad por lo cual no se realizarán cambios en la misma.

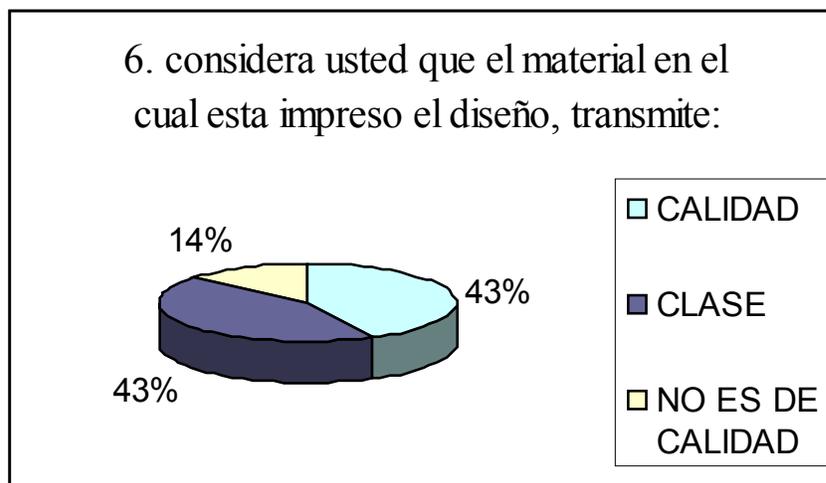
8.3.1.2 Parte Semiologica respuestas del grupo objetivo.



El 57% de los encuestados opina que el orden como están colocados los elementos, imágenes y texto dan la sensación de equilibrio

El 29 % de los encuestados opina que el orden como están colocados los elementos, imágenes y texto dan la sensación de estabilidad.

El 14% de los encuestados opina que el orden como están colocados los elementos, imágenes y texto dan la sensación de desequilibrio. la mayoría de los encuestados, 86% de los encuestados opina que el orden como están colocados los elementos, imágenes y texto dan la sensación de equilibrio o de estabilidad por lo cual el orden no será cambiado.



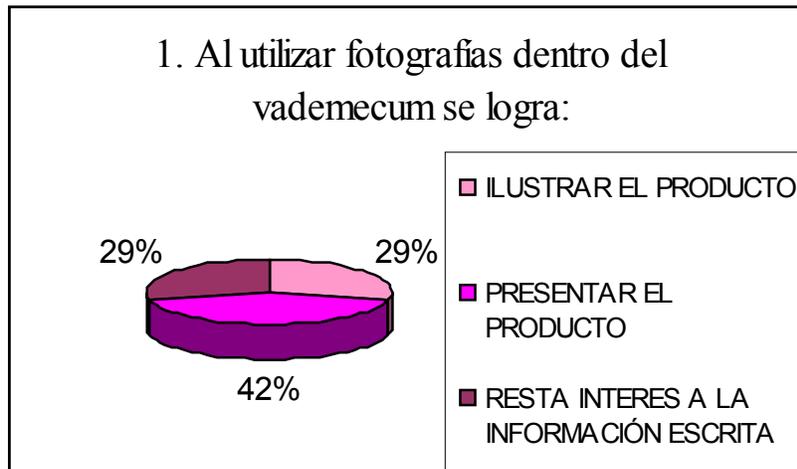
El 43% de los encuestados considera que el material en el que está impreso el diseño, transmite calidad

El 43% de los encuestados considera que el material en el que está impreso el diseño, transmite clase

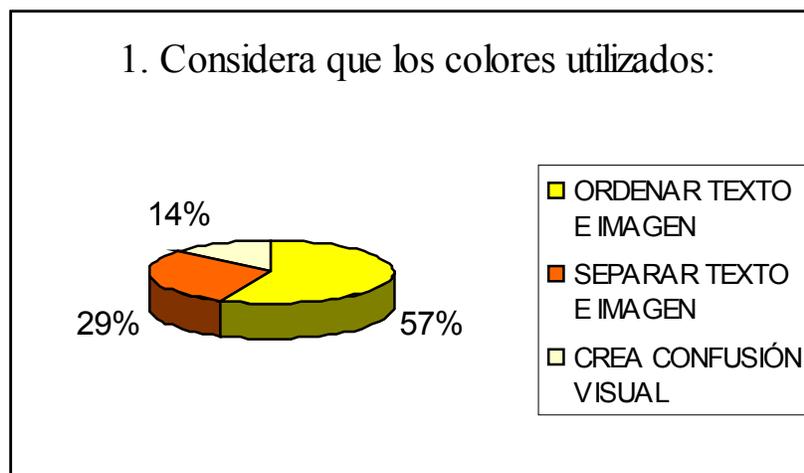
El 14% de los encuestados considera que el material en el que está impreso el diseño, no es de calidad.

la mayoría de los encuestados considera que el material en el cual está impreso el diseño, transmite clase o es de calidad, por lo cual el material no será cambiado.

8.3.1.3 Parte operativa, respuestas del grupo objetivo.

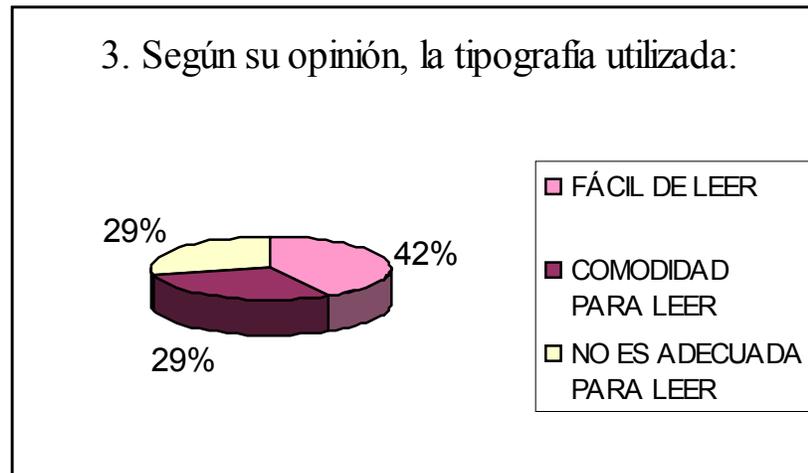


el 29% de los encuestados opinan que al utilizar fotografías dentro del vademecum se logra ilustrar el producto, El 29% opina que con las fotografías se resta interés a la información escrita, y el 42% opina que las fotografías sirven para presentar el producto. La mayoría de los encuestados, 58% consideran que al utilizar fotografías dentro del vademecum se logra ilustrar o presentar el producto, por lo que las fotografías serán incluidas.



EL 57% de los encuestados considera que los colores utilizados, ordenan el texto e imagen. El 29% de los encuestados considera que los colores utilizados, separa texto e imagen Y el 14% de los encuestados, considera que los colores utilizados crea confusión visual, concluyendo que la mayoría de los encuestados, 86%, considera que los colores utilizados ordenan o separan el texto y la imagen se ha decidido no cambiar o modificar los colores.

8.3.1.3 Parte operativa, respuestas del grupo objetivo.

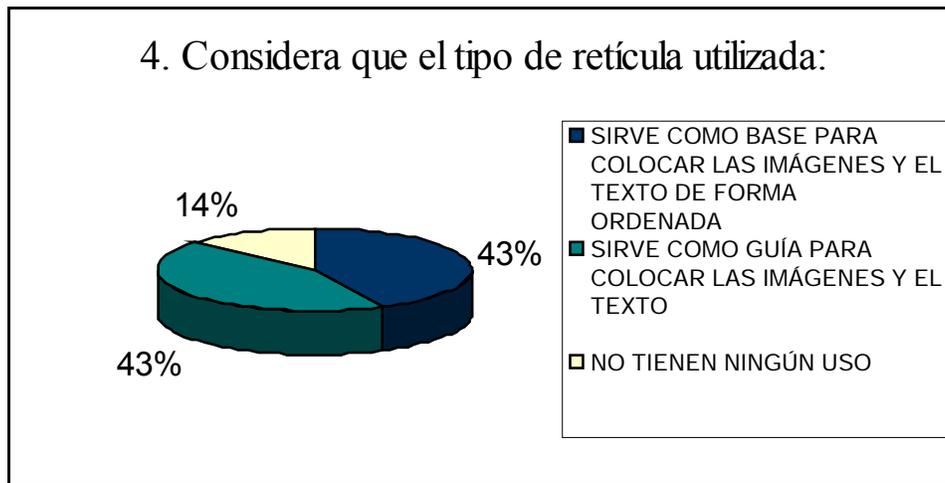


El 42% de los encuestados opina que la tipografía utilizada es fácil de leer.

El 29% de los encuestados opina que la tipografía utilizada no es adecuada para leer.

El 29% de los encuestados opina que la tipografía utilizada le da al lector comodidad para leer, la mayoría de los encuestados 71% opinan que la tipografía utilizada es fácil de leer. o le da al lector comodidad para leer. por lo cual la tipografía no será cambiada.

8.3.1.3 Parte operativa, respuestas del grupo objetivo.



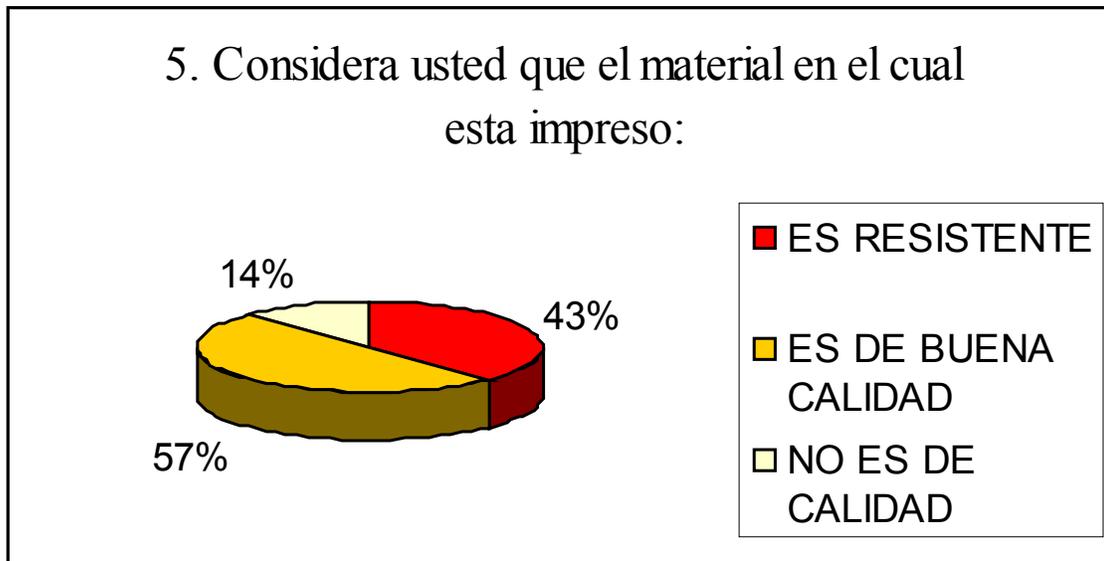
El 43% de los encuestados considera que el tipo de retícula utilizado sirva para base para colocar las imágenes y el texto de forma ordenada.

El 43% de los encuestados considera que el tipo de retícula utilizado sirve para guía para colocar el texto y la imágenes.

El 14% de los encuestados considera que el tipo de retícula utilizado no tiene ningún uso.

Con esto se concluye que la mayoría de los encuestados 86% consideran que el tipo de retícula utilizado sirve como base para colocar las imágenes y el texto de forma ordenada por lo que dicha retícula permanecerá igual.

8.3.1.3 Parte operativa, respuestas del grupo objetivo.



El 43% de los encuestados considera que el material en el que está impreso es resistente

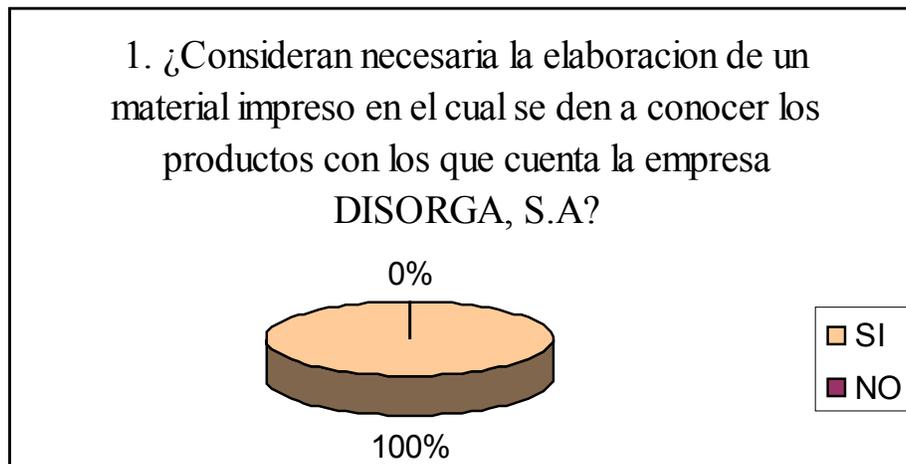
El 57% de los encuestados considera que el material en el que está impreso es de una buena calidad.

El 0% de los encuestados considera que el material en el que está impreso no es de calidad.

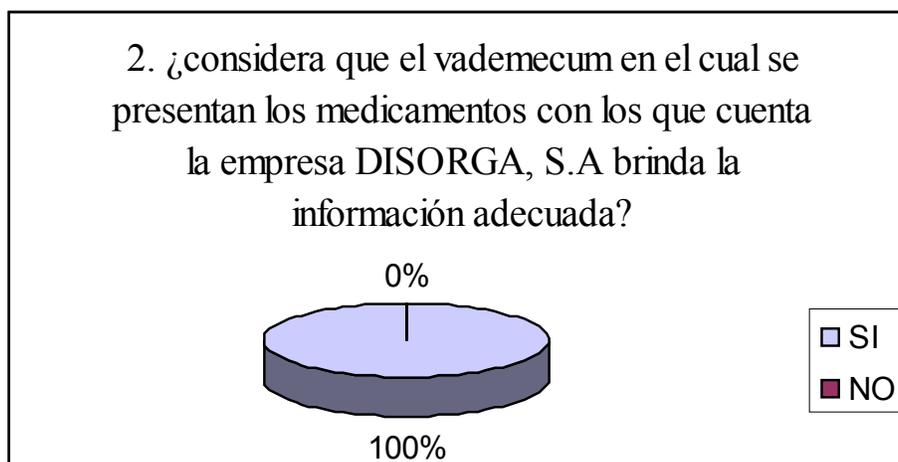
La mayoría de los encuestados 100% considera que el material en el cual esta impreso es resistente y de buena calidad, por lo cual no será cambiado.

8.3.2 expertos

8.3.2.1 Parte objetiva, respuestas de los expertos

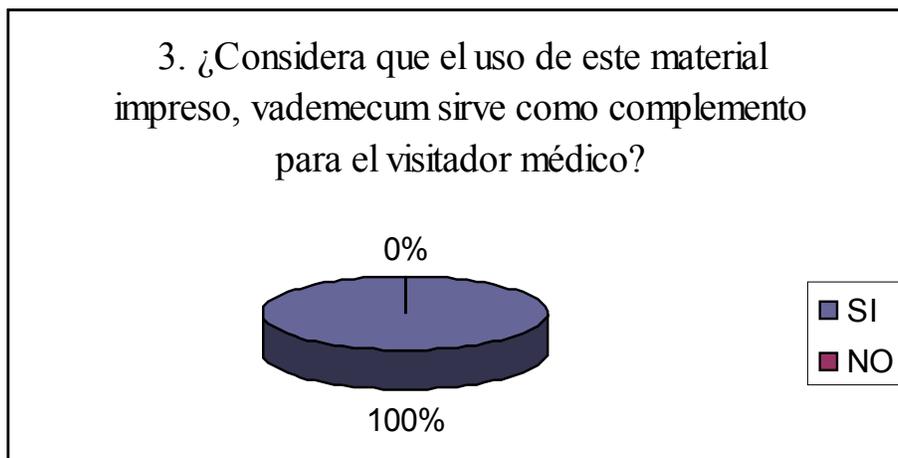


El 100% de las personas pertenecientes al grupo de expertos, consideran necesaria la elaboración de un material impreso en el que se den a conocer los productos con los que cuenta la empresa. por lo cual se continuará con la elaboración de dicho material.

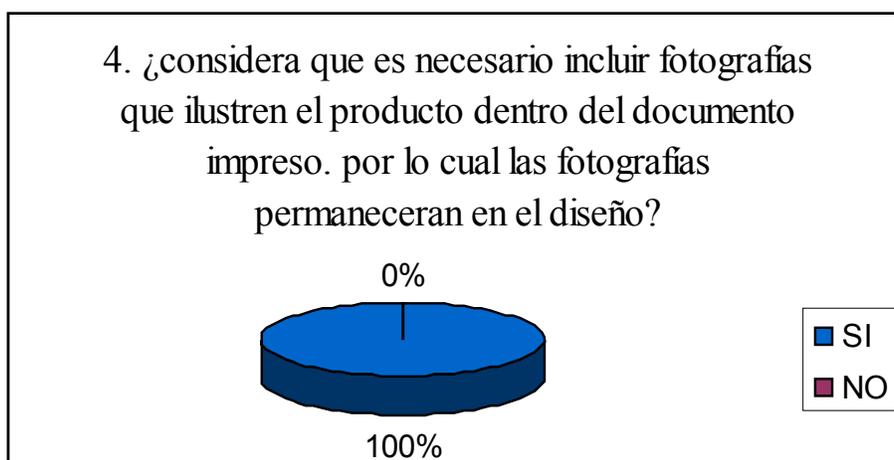


el 100% de los encuestados considera que el vademécum en el que se presentan los medicamentos con los que cuenta la empresa DISORGA, S.A, brinda la información adecuada de los mismos, por lo ual la información no será modificada.

8.3.2.1 Parte objetiva, respuestas den los expertos

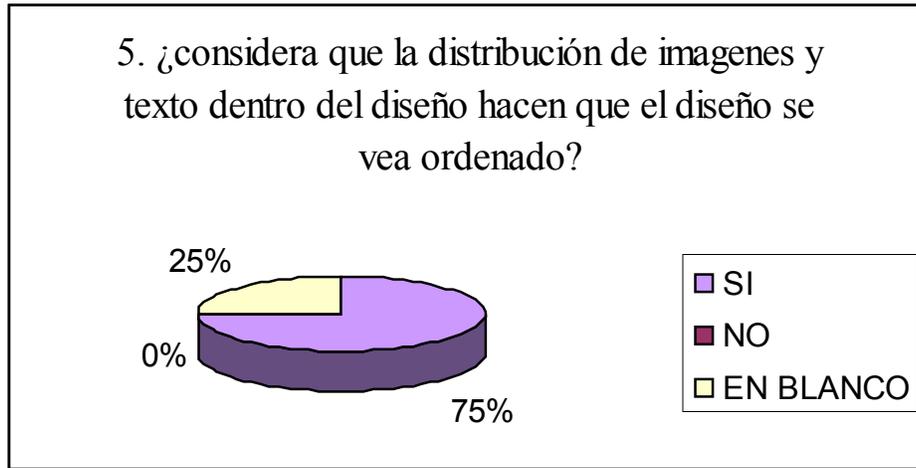


El 100% de los encuestados considera que el uso de este material impreso, vademécum sirve como complemento para el visitador médico durante la visita médica. por lo que el diseño se llevará a cabo.



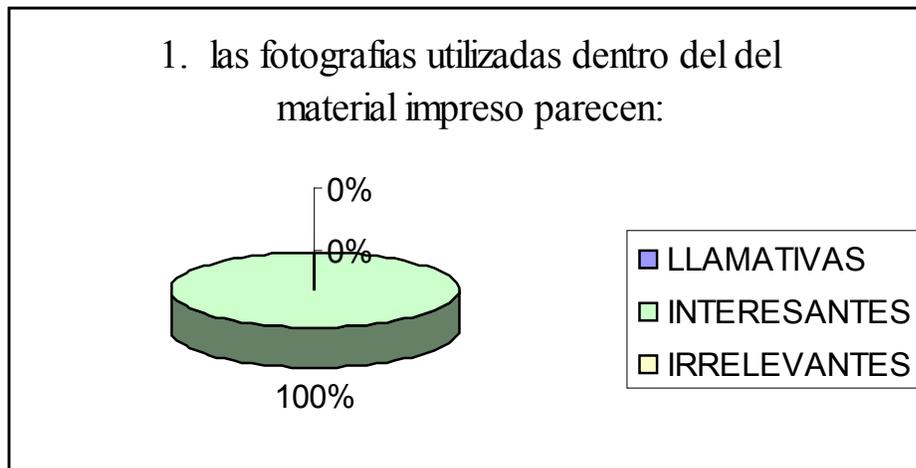
el 100% de los encuestados considera necesario incluir fotografías que ilustren el producto dentro del documento impreso. por lo que las fotografías permanecerán en el diseño.

8.3.2.1 Parte objetiva, respuestas den los expertos



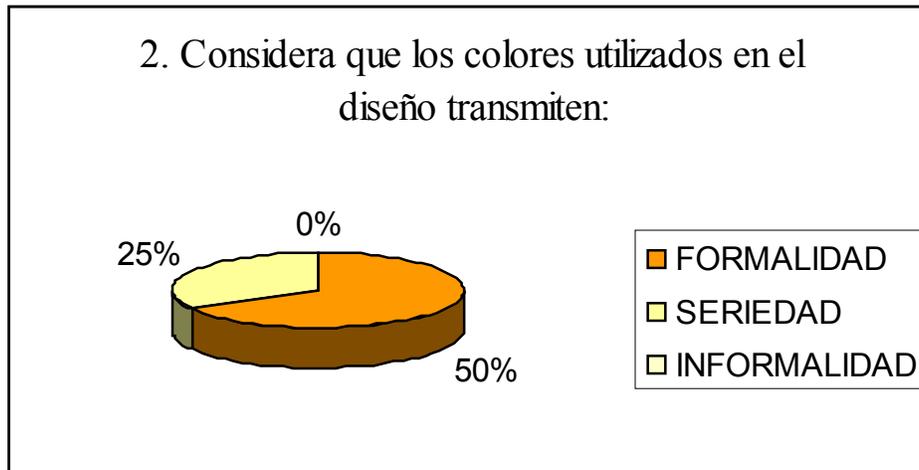
el 75% de los encuestados considera que la distribución de imágenes y texto dentro del diseño hacen que el diseño se vea ordenado, el 29% no respondió la pregunta. por lo que la distribución de texto e imagenes dentro del diseño no tendrá ningún cambio.

8.3.2.2 Parte Semiologica, respuestas den los expertos

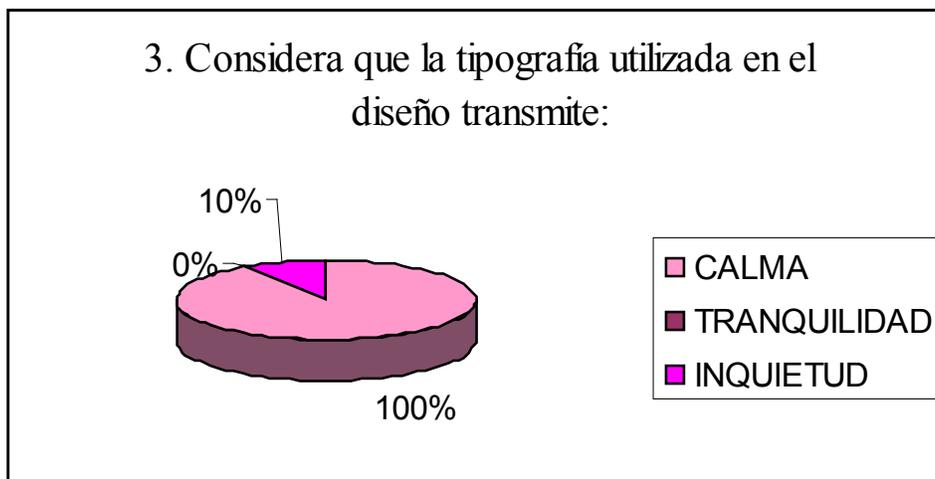


el 100% de los encuestaedos opina que las fotografias utilizadas dentro del del material impreso parecen Interesantes, por lo que fotografias no tendrán ninguna modificación o cambio.

8.3.2.2 Parte Semiologica, respuestas den los expertos

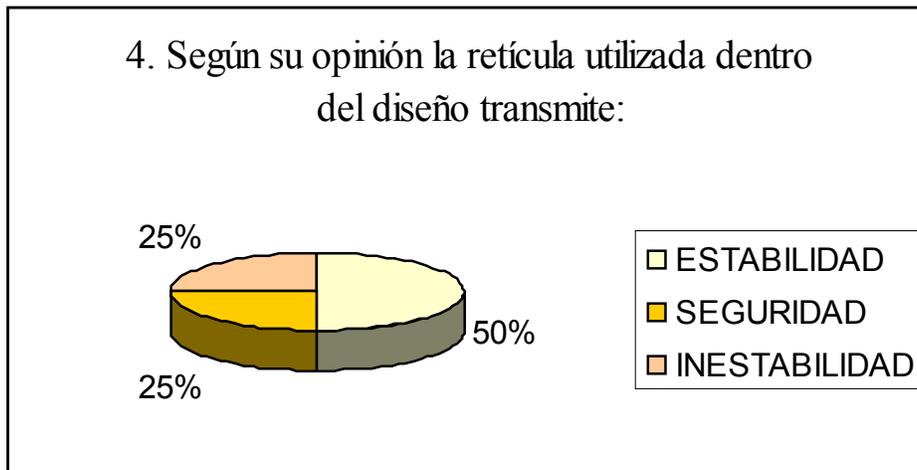


El 50% de los encuestados considera que los colores utilizados en el diseño transmiten formalidad. El 25% de los encuestados considera que los colores utilizados en el diseño transmiten seriedad, La mayoría de los encuestados considera que los colores utilizados en el diseño transmiten formalidad por lo cual no serán modificados.



el 100% de los encuestados opinan que la tipografía utilizada en el diseño transmite calma, por lo que no se cambiará la tipografía.

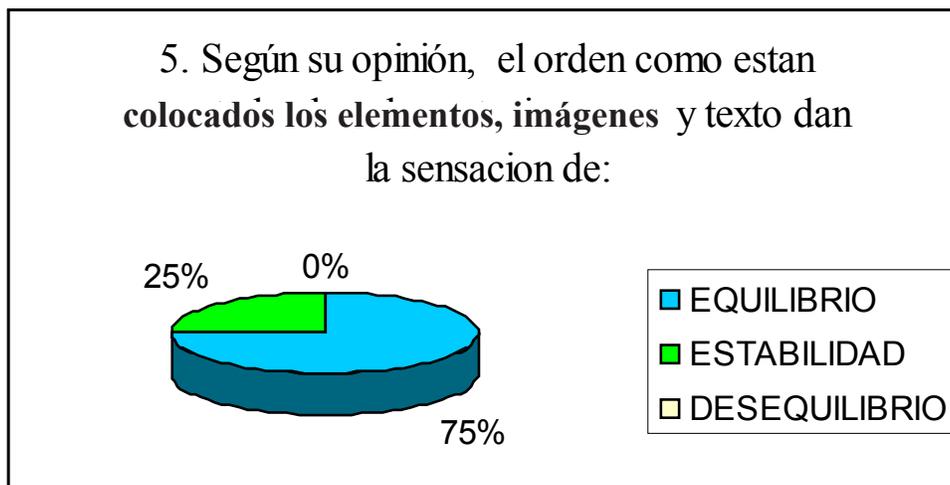
8.3.2.2 Parte Semiologica, respuestas den los expertos



El 50% de los encuestados opina que la retícula utilizada dentro del diseño transmite estabilidad.

El 25% de los encuestados opina que la retícula utilizada dentro del diseño transmite seguridad.

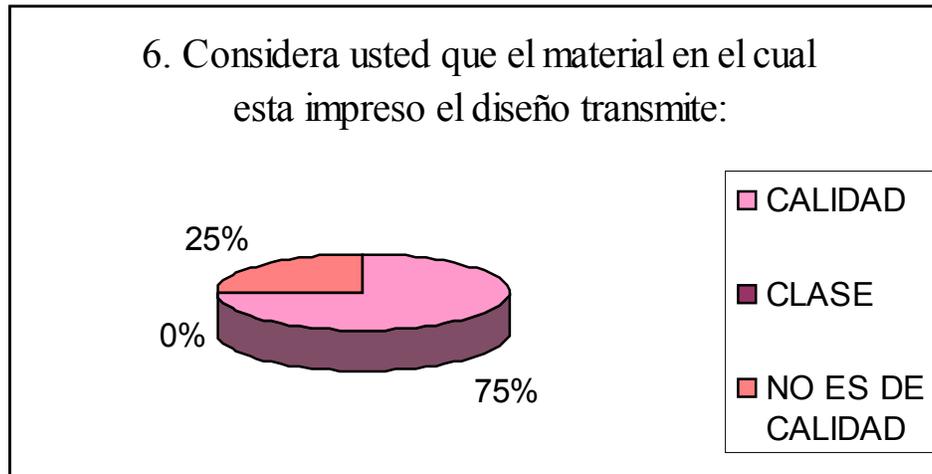
El 25% de los encuestados opina que la retícula utilizada dentro del diseño transmite inestabilidad. la mayoría de los encuestados, El 75% opina que la reticula utilizada dentro del diseño transmite estabilidad o seguridad por lo que no tendrá ningún cambio.



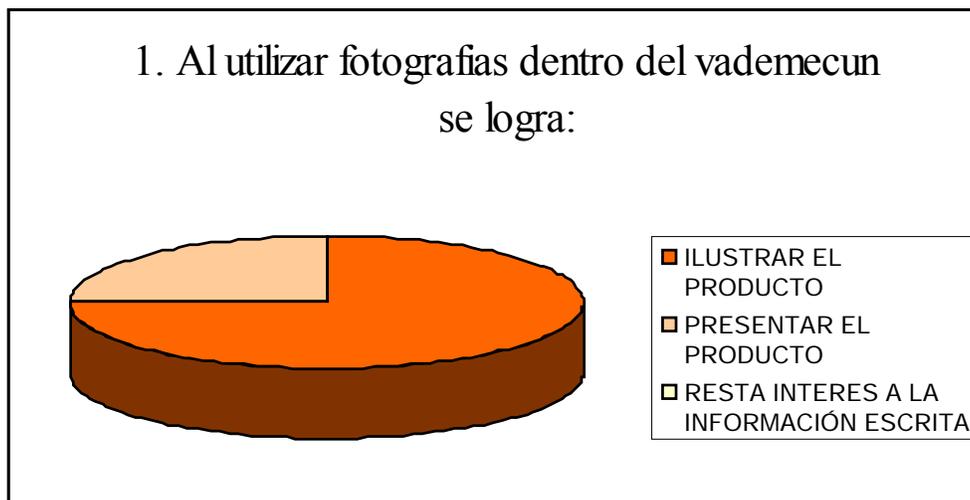
El 75% de los encuestados opina que el orden como estan colocados los elementos, imagenes y texto dan la sensación de equilibrio

El 25% de los encuestados opina que el oren como estan colocados los elementos, imágenes y texto dan la sensación de desequilibrio, siendo la mayoría de encuestados quienes opinan que el orden cómo están colocados los elementos imagenes y texto dan la sensación de equilibrio este orden no será modificado.

8.3.2.2 Parte Semiologica, respuestas den los expertos

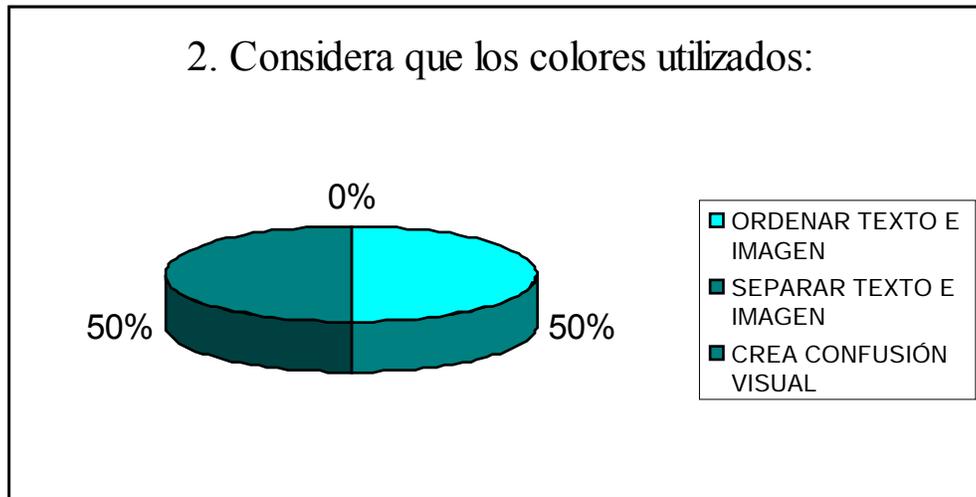


El 75% de los encuestados considera que el material en el cual esta impreso el diseño, transmite calidad. El 25% de los encuestados considera que el material en el cual esta impreso el diseño, no es de calidad. la mayoría de los encuestados opinan que el material en el cual esta impreso el diseño transmite calidad por lo cual no se hara modificación.



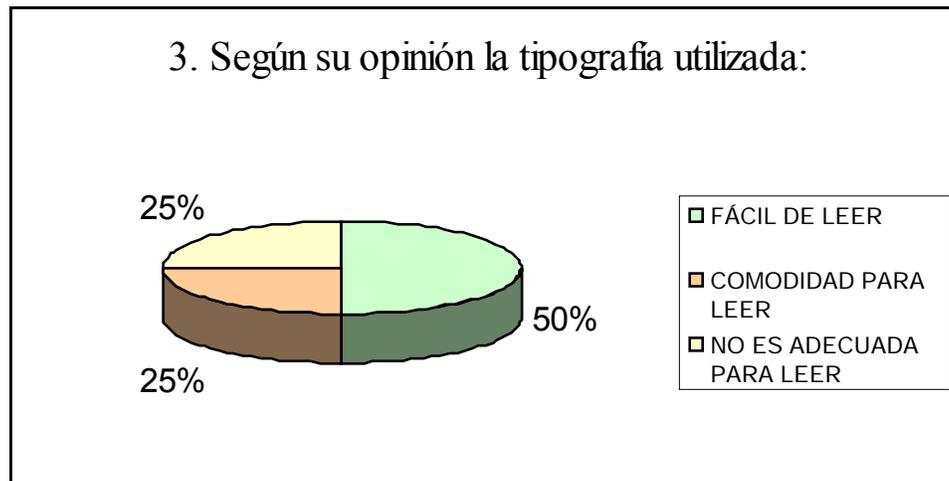
El 75% de los encuestados opina que al utilizar fotografías dentro del vademécun se logra ilustrar el producto, El 25% de los encuestados opina, que con las fotografías se resta interes a la informacion escrita, y el 42% de los encuestados opina que las fotografías sirven pra apresenter el producto, siendo la mayoría de encuestados quienes opinan que al utilizar fotografías dentro del vademecun se logra ilustrar el producto, las fotografías serán incluidas dentro del vademecum.

8.3.2.3 Parte operativa, respuestas den los expertos



EL 50% de los encuestados coonsidera que los colores utilizados ordenan el texto e imagen.

El 50% de los encuestados considera que los colores utilizados separa texto e imagen, tomando en cuenta que la mayoría de encuestados coonsidera que los colores utilizados ordenan el texto e imagen, o separan el texto e imagen los colores no serán modificados.

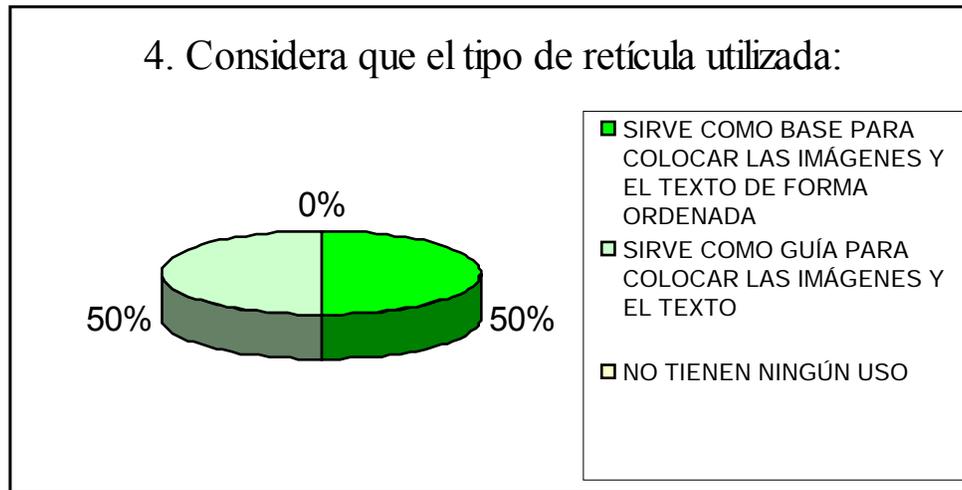


El 50% de los encuestados opinan que la tipografía utilizada es facil de leer.

El 25% de los encuestados opina que la tipografía utilizada no es adecuada para leer

El 25% de los encuestados opina que la tripografía utilizada le da al lector comodidad para leer, la mayoría de los encuestados 75% opinan que la tipografía utilizada es facil de leer o adecuada para leer por eso la tipografía no tendrá cambio.

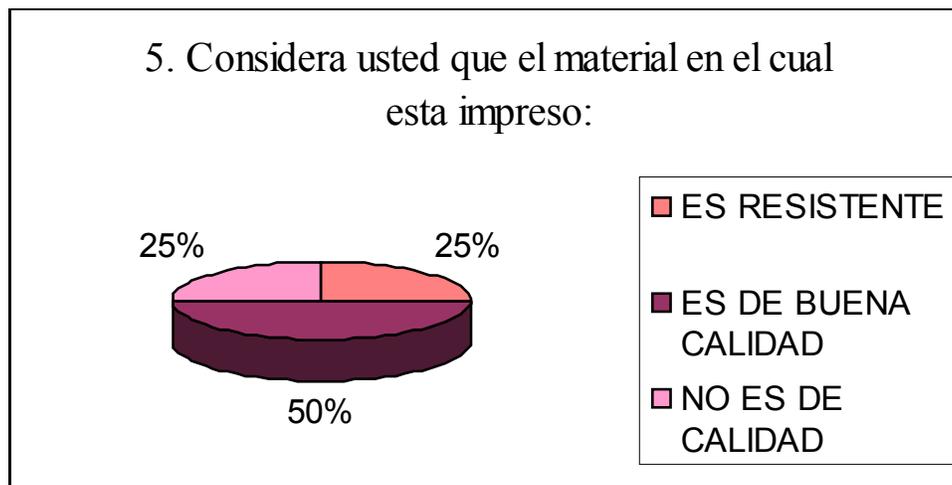
8.3.2.2 Parte Semiologica, respuestas den los expertos



El 50% de los encuestados considera que el tipo de retícula utilizada sirva para base para colocar las imágenes y el texto de forma ordenada.

El 50% de los encuestados consideran que el tipo de retícula utilizada sirve para guía para colocar el texto y la imágenes.

El 14% de los encuestados considera que el tipo de retícula utilizada no tiene ningun uso.



El 25% de los encuestados considera que, el material en el que esta impreso es resistente

El 50% de los encuestados considera que, el material en el que esta impreso es de una buena calidad.

El 25% de los encuestados considera que, el material en el que esta impreso no es de calidad.

la mayoría de los encuestados, 75% considera que el material en el que esta impreso es resistente o de buena calidad por lo que no se hará alguna modificación.

8.4 Resultados generales, análisis de lo obtenido durante el proceso de validación:

- Como se puede apreciar en los datos de las encuestas, el material impreso, el vademécum, de uso interno para los visitantes médicos que trabajan en la empresa DISORGA, S.A. es un material funcional, cumple con los objetivos que fueron planteados al inicio del proyecto.
- Los colores son adecuados para el uso que se le va a dar al material impreso, la tipografía es la adecuada para lectura, por lo que es un punto fundamental en el diseño, pues quienes lo utilicen deben leer adecuadamente la letra del contenido del vademécum.
- El tipo de papel en el que está impreso es el adecuado, la mayoría de los encuestados estuvieron de acuerdo en el tipo de papel que fue elegido.

8.3.5 Recomendaciones obtenidas durante el proceso de validación:

- Se debe observar en la computadora muy bien todas las fotografías tomadas y elegir las que sean más claras, en las que se aprecie sin alterar el color de las cajas y las letras.
- Colocar los datos de contacto de la empresa en el documento impreso, número de teléfono, correo electrónico.
- Utilizar un material más grueso en la portada, otro tipo de papel.
- Revisar puntos y comas, así como demás signos de puntuación.
- Diseñar un índice.

8.5 Cambio en base a los resultados:

Con el resultado de las encuestas se pudo determinar los cambios que serán realizados, estos cambios servirán para mejorar el diseño, los cambios en el diseño se muestran a continuación con la explicación correspondiente.

Se modificó el listado de las “líneas de productos” y se creó el índice:



Antes de la validación



Después de la validación

Cambios realizados:

En el diseño, previo a la validación, no existía un índice, únicamente había un listado de las líneas de medicamentos con los que cuenta la empresa. Después de la validación y tomando en cuenta la sugerencia, este listado se cambió a un índice, el que facilita la búsqueda de información sobre algún medicamento dentro del vademécum.

Además se eliminó del listado la línea de “Broncodilatador” pues no está incluida dentro del vademécum

8.5 Cambio en base a los resultados:

Corrección ortográfica en el índice:

| | |
|------------------------------|------|
| ANTIBIOTICOS | Pág. |
| ANALGÉSICOS ANTINFLAMATORIOS | Pág. |
| ANTINEURITICOS Y ANALGESICOS | Pág. |
| AMEBICIDAS | Pág. |
| MULTIVITAMINICOS | Pág. |
| ANTITUSIVO EXPECTORANTE | Pág. |
| HIPOGLUCEMIANTE | Pág. |
| ANTIASTENICOS | Pág. |
| BRONCODILATADOR | Pág. |
| ANTIBIOTICO ANTIMICOTICO | Pág. |

Antes de la validación

8.5 Cambio en base a los resultados:

| | |
|------------------------------|------|
| ANTIBIÓTICOS | Pág. |
| ANALGÉSICOS ANTINFLAMATORIOS | Pág. |
| ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS | Pág. |
| AMEBICIDAS | Pág. |
| MULTIVITAMÍNICOS | Pág. |
| ANTITUSIVO EXPECTORANTE | Pág. |
| HIPOGLUCEMIANTE | Pág. |
| ANTIASTÉNICOS | Pág. |
| BRONCODILATADOR | Pág. |
| ANTIBIOTICO ANTIMICOTICO | Pág. |

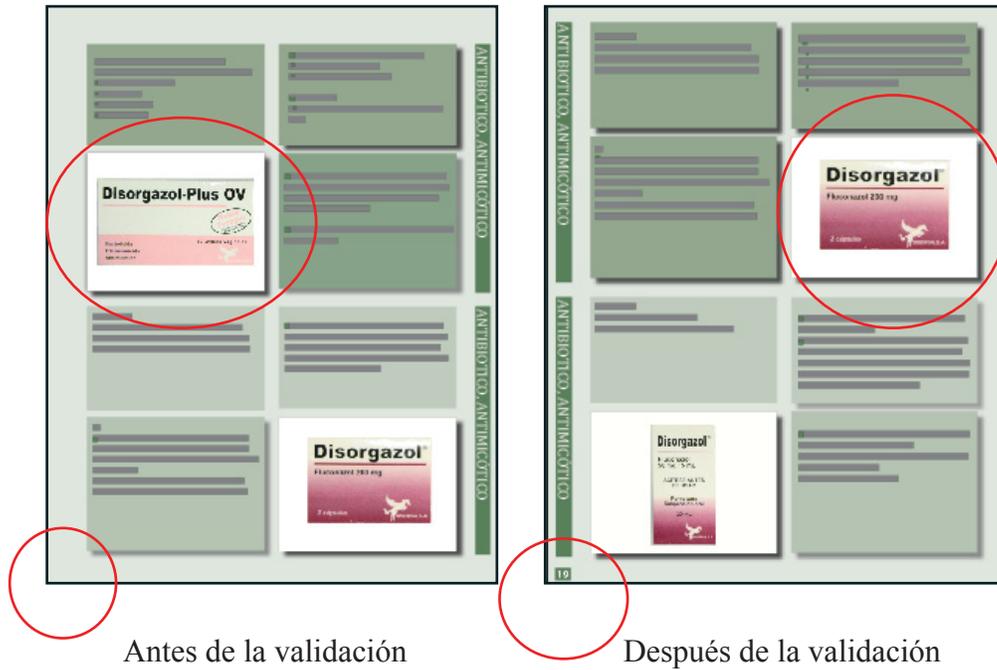
Después de la validación

Cambios realizados:

Luego de modificar el diseño en el índice, se hizo una revisión ortográfica del mismo y se hicieron algunas correcciones, en su mayoría se colocaron las tildes en las palabras. en un diseño para una empresa formal el respetar las regls ortográficas es de importancia.

8.5 Cambio en base a los resultados:

Numeración y coherencia en las fotografías:



Cambios realizados:

Se agregó numeración a todo el diseño en las esquinas inferiores.

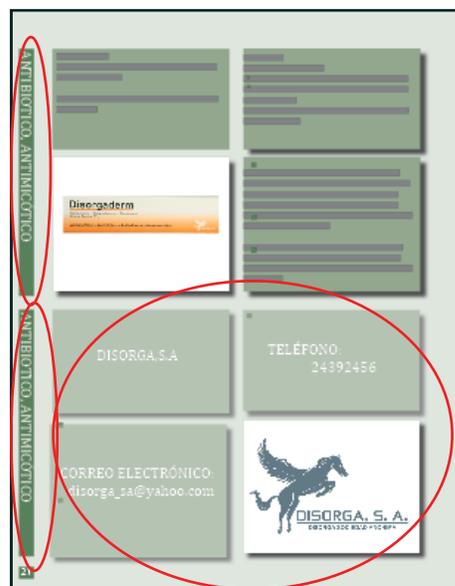
Se cambió el orden de algunos medicamentos para que queden ordenados según el tipo de medicamento que sea y para mostrar en orden las distintas presentaciones en las que se puede encontrar.

8.5 Cambio en base a los resultados:

Se agregó datos de contacto, cada línea de producto tiene su propio espacio:



Antes de la validación



Después de la validación

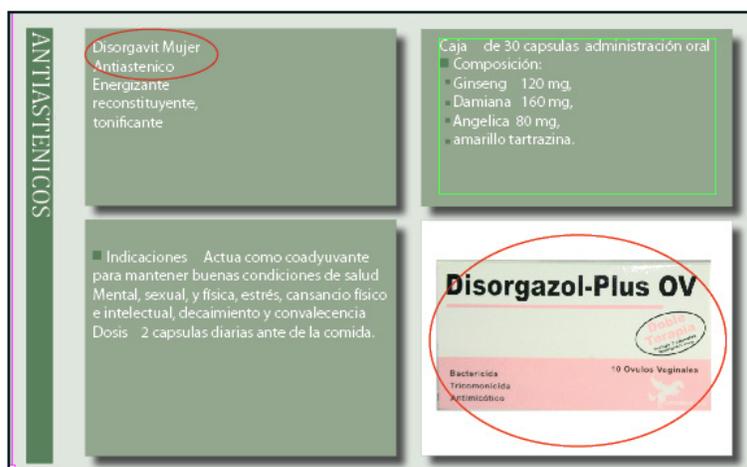
Cambios realizados:

Antes de la validación las líneas de producto se encontraban mezcladas, en algunos casos 2 en la misma página, luego de la validación, y como existe un índice, es preferible que cada una tenga su propio espacio y que no se mezclen dos en la misma página.

Para conservar el diseño y aprovechar el espacio se colocaron los datos de contacto de la empresa.

8.5 Cambio en base a los resultados:

Coherencia entre fotografía y texto:



Antes de la validación



Después de la validación

Cambios realizados:

Se revisó el diseño y se encontró un error de incoherencia entre texto e imagen, antes de la validación el texto no correspondía con la imagen. La coherencia entre texto e imagen es de suma importancia en este diseño, pues las imágenes están colocadas para ilustrar lo que el texto dice.

Después de la validación se colocó la imagen. Correcta evitando así confusiones.

8.5 Cambio en base a los resultados:

Correcciones ortográficas:

| | |
|--|--|
| <p>FARMACEF: (suspensión oral) Antibiótico de amplio espectro</p> <ul style="list-style-type: none">■ Composición: Cada 5ml (1 cucharadita) contienen:<ul style="list-style-type: none">▪ Cefadroxilo.....250mg▪ Excipientes, c,s,p.....5ml | <ul style="list-style-type: none">■ Modo de preparación: Ver etiqueta en el frasco■ Protejase de la Luz y conservese en un lugar fresco y seco.■ Venta bajo prescripción médica. |
| <ul style="list-style-type: none">■ Via de administración: Oral■ DOSIS: la que el medico indique.■ Contraindicaciones: en pacientes con antecedentes de alergias al grupo de antibioticos betalactamicos.■ Precauciones: No se ha establecido su inocuidad durante el embarazo Contiene fenilalanina, precaucion en pacientes fenilcetonuricos |  |

Antes de la validación

| | |
|--|--|
| <p>FARMACEF: (suspensión oral) Antibiótico de amplio espectro</p> <ul style="list-style-type: none">■ Composición: Cada 5ml (1 cucharadita) contienen:<ul style="list-style-type: none">▪ Cefadroxilo.....250mg▪ Excipientes, c,s,p.....5ml | <ul style="list-style-type: none">■ Modo de preparación: Ver etiqueta en el frasco■ Protejase de la Luz y conservese en un lugar fresco y seco.■ Venta bajo prescripción médica. |
| <ul style="list-style-type: none">■ Via de administración: Oral■ DOSIS: la que el medico indique.■ Contraindicaciones: en pacientes con antecedentes de alergias al grupo de antibioticos betalactamicos.■ Precauciones: No se ha establecido su inocuidad durante el embarazo Contiene fenilalanina, precaucion en pacientes fenilcetonuricos |  |

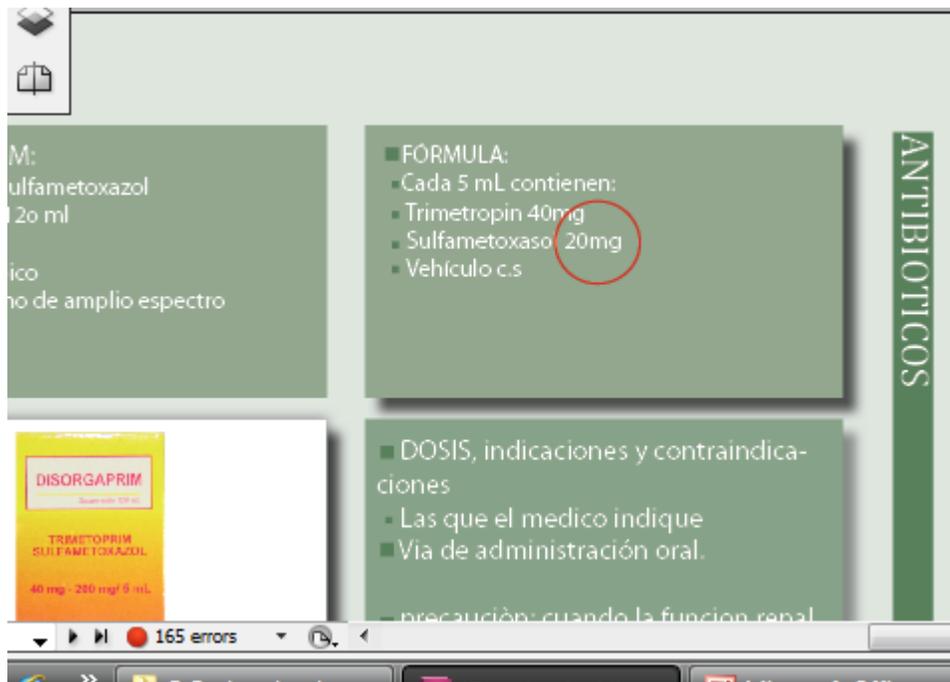
Después de la validación

8.5 Cambio en base a los resultados:

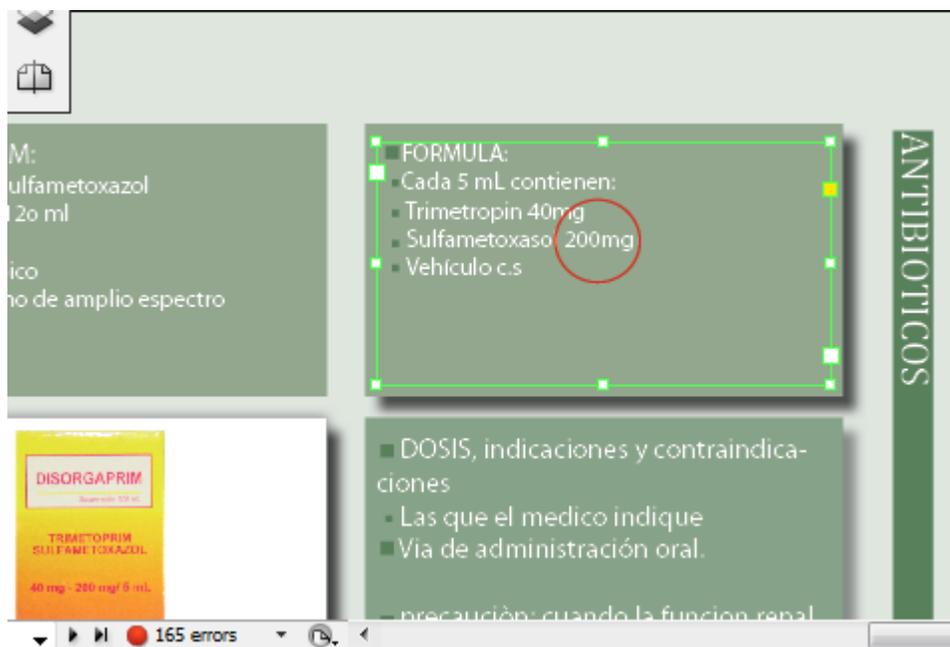
Cambios realizados:

Se corrigieron errores mínimos de ortografía, como letras que estaban en otro lugar, errores en la escritura. En este caso se corrigió la palabra “contrainicaciones” por la correcta “Contraindicaciones”.

8.5 Cambio en base a los resultados:



Antes de la validación



Después de la validación

8.5 Cambio en base a los resultados:

Corrección de datos:

Cambios realizados:

Se revisaron datos, especialmente los numéricos, los que no pueden ser alterados pues un error podría ocasionar confusión. los datos deben ser los mismos que estan en las cajas de los medicamentos, en este caso se corrigió el error “20 mg” por el dato correcto “200 mg”

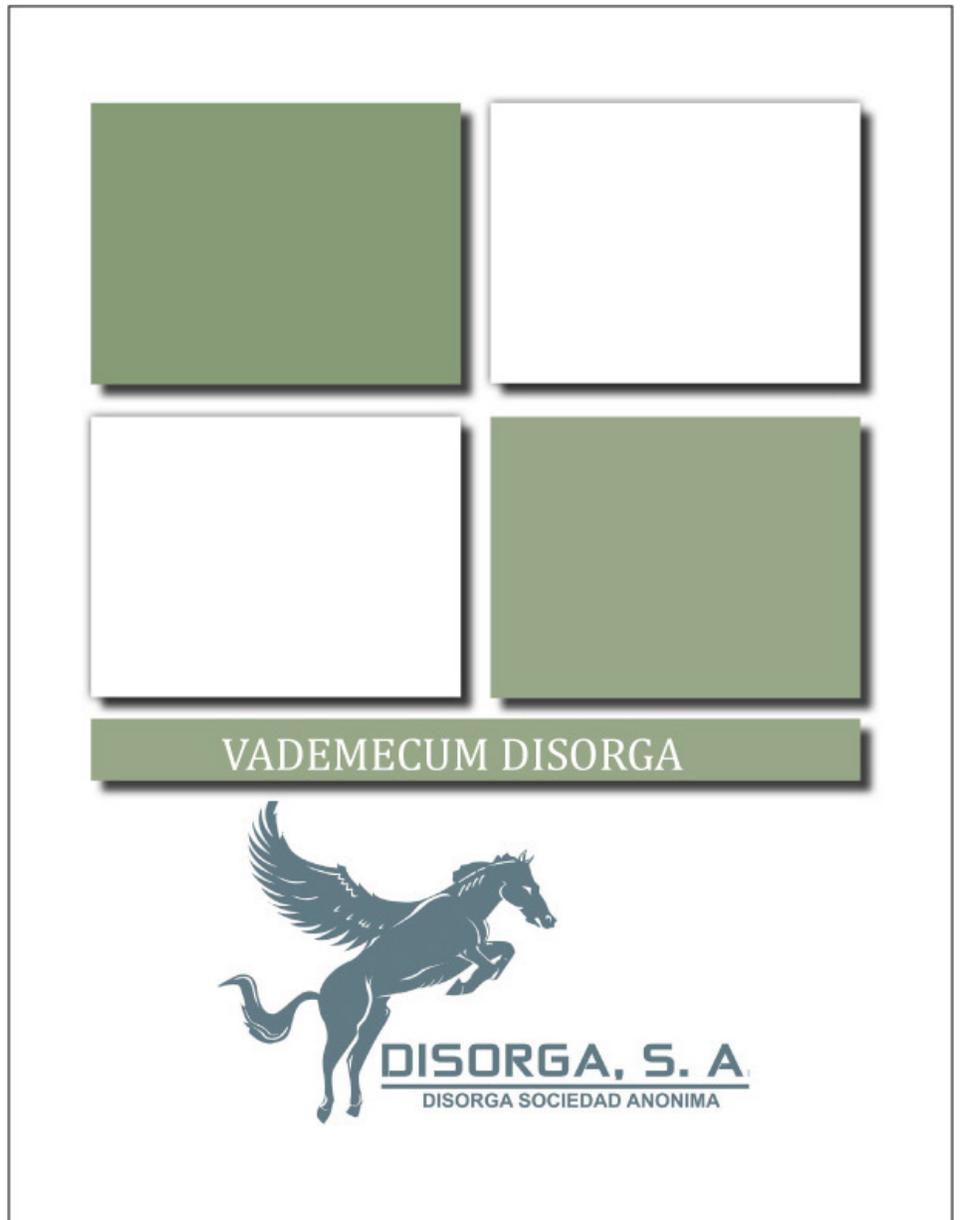
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final:

De acuerdo a los resultados obtenidos en base a las encuestas, durante el proceso de validación las que se realizaron al grupo objetivo y al cliente, se realizaron cambios para mejorar la presentación y funcionalidad del proyecto buscando que cumpla los objetivos que fueron planteados al inicio.

9.1 Visualización de la portada del Vademécum:

Vademécum:

El vademécum se diseño basandose en el concepto “Soporte Profesional Informativo”
8.5 pulg.



Justificación: La portada es de importancia, pues en ella se presente el logotipo de la empresa DISORGA, S.A además da una idea de cómo será el resto del diseño. En este caso muestra los colores predominantes y sencillez. La tendencia que predomina en el diseño de la portada es minimalista.

9.2 Visualización del índice:

8.5 pulg.



DISORGA, S. A.
DISORGA SOCIEDAD ANONIMA

| | |
|--------------------------------|---------|
| ANTIBIÓTICOS | Pág. 1 |
| ANALGÉSICOS ANTINFLAMATORIOS | Pág. 5 |
| ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS | Pág. 10 |
| AMEBICIDAS | Pág. 12 |
| HIPOGLUCEMIANTE | Pág. 14 |
| MULTIVITAMÍNICOS | Pág. 15 |
| SEDANTE, ANSIOLÍTICO RELAJANTE | Pág. 17 |
| ANTIASTENICOS | Pág. 18 |
| ANTIBIOTICO ANTIMICOTICO | Pág. 19 |

11 pulg.

Justificación: El índice facilita la búsqueda de información sobre algún medicamento, en el índice se trata de conservar la misma línea de diseño de todo el vademécum.

9.3 Visualización de las páginas internas:

8.5 pulg.



r

11 pulg.

Justificación: Después de la página del índice se encuentra una página en la que se muestra el logotipo de la empresa y se explica el concepto en el que se basó el diseño gráfico del vademécum.

9.3 Visualización de las páginas internas:

8.5 pulg.

ANTIBIÓTICOS

Disorgamox

- Composición: cada 5ml de suspensión reconstituida contiene
 - Ambroxol
 - Amoxicilina base .250mg
 - a partir de la amoxicilina trihidratada
 - Clorhidrato de ambroxol 15mg
 - Excipientes c, s.p

INDICACIONES

- Muculítico y antibiotico de amplio espectro en las infecciones de las vias respiratorias (ambroxol – amoxicilina)

CONTRAINDICACIONES

- Hipersensibilidad a las penicilinas y cefalosporinas.



DOSIS

- Lactantes de 3 meses
- Hasta 2 años 2.5ml c/8 horas
- Niños de 2-6 años 2.5 – 5 ml c/8 horas
- Niños mayores de 6 años y adultos 10ml c/8 horas.
- Vía de administración: Oral.

ANTIBIÓTICOS

Disorgamox cápsulas

- Amoxicilina base 500 mg
- A partir d ela amoxicilina trihidratada
- Clorhidrato de ambroxol 30 mg
- Excipientes, c.s.p

DOSIS:

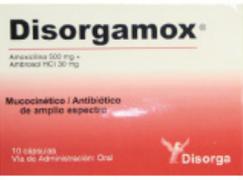
- Adultos y niños de mnas de 40 kg 1 capsula c/8 horas.
- Administración por vía oral.

Indicaciones:

- Mucocinético y antibiotico de amplio es pectro
- En las infecciones de las bias respiratorias (ambroxol y amoxicilina)

Contraindicaciones:

- Hipersensibilidad a las penicilinas y cefalosporinas



1

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

9.3 Visualización de las páginas internas

8.5 pulg.

| | | |
|---|--|--------------|
| <p>FARMACEF: (suspensión oral) Antibiótico de amplio espectro</p> <ul style="list-style-type: none">Composición: Cada 5ml (1 cucharadita) contienen:<ul style="list-style-type: none">Cefadroxilo.....250mgExcipientes, c.s.p.....5ml | <ul style="list-style-type: none">Modo de preparación: Ver etiqueta en el frascoProtejase de la Luz y conservese en un lugar fresco y seco.Venta bajo preescripción médica. | ANTIBIÓTICOS |
| <ul style="list-style-type: none">Via de administración: OralDOSIS: la que el medico indique.Contraindicaciones: en pacientes con antecedentes de alergias al grupo de antibioticos betalactamicos.Precauciones: No se ha establecido su inocuidad durante el embarazo Contiene fenilalanina, precaucion en pacientes fenilcetonuricos |  | |
| <p>FARMACEF capsulas (Cefadroxilo 500 mg) Antibiótico de amplio espectro</p> <ul style="list-style-type: none">Caja de 100 caplet ranuradas.Via de administración: Oral | <ul style="list-style-type: none">Formula: Cada caplet contiene<ul style="list-style-type: none">Cefadroxilo.....500 mgExcipientes c, s.p.....1 caplet. | ANTIBIÓTICOS |
|  | <ul style="list-style-type: none">Contraindicaciones: en pacientes con antecedentes de alergias al grupo de antibioticos betalactamicos.Precauciones: No se ha establecido su inocuidad durante el embarazo Contiene fenilalanina, precaucion en pacientes fenilcetonuricos | |
| | | 2 |

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

9.3 Visualización de las páginas internas

8.5 pulg.

ANTIBIOTICOS

Farmacef:

- Cefadroxilo 500 mg
- 10 caplet ranuradas
- Antibiótico de amplio espectro.

■ Formula:
Cada caplet contiene

- Cefadroxilo.....500 mg
- Excipientes c. s.p.....1 caplet.

■ Contraindicaciones:
en pacientes con antecedentes de alergias al grupo de antibioticos betalactamicos.

■ Precauciones: No se ha establecido su inocuidad durante el embarazo Contiene fenilalanina, precaucion en pacientes fenilcetonuricos



Disorgram

- ciprofloxacina 500mg
- Antibiotico de amplio espectro
- via de administracion oral.

■ FORMULA: cada tableta contiene:

- ciprofloxacina de 500mg
- excipientes c.s.p. 1 tab



3

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

Capitulo IX: Propuesta Gráfica Final:

9.3 Visualización de las páginas internas:

8.5 pulg.

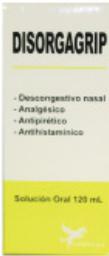
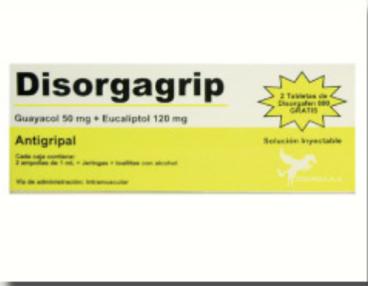
| | | |
|--|---|--------------|
| <p>DISORGAPRIM:</p> <ul style="list-style-type: none">Trimetropil Sulfametoxazol suspensión 12o mlQuimioterápicoantibacteriano de amplio espectro | <p>FÓRMULA:</p> <ul style="list-style-type: none">Cada 5 mL contienen:Trimetropin 40mgSulfametoxazol 200mgVehículo c.s | ANTIBIOTICOS |
|  | <p>DOSIS, indicaciones y contraindicaciones</p> <ul style="list-style-type: none">Las que el medico indiqueVia de administración oral.precaución: cuando la funcion renal esta perturbada. | |
| DISORGA,S.A | TELÉFONO: 24392456 | ANTIBIOTICOS |
| CORREO ELECTRÓNICO: disorga_sa@yahoo.com |  <p>DISORGA, S. A. DISORGA SOCIEDAD ANONIMA</p> | 4 |

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

9.3 Visualización de las páginas internas:

8.5 pulg.

| | | |
|---|--|---|
| ANALGÉSICOS ANTINFLAMATORIOS | <p>DISORGAGRIP (Solución oral 120 ml)</p> <ul style="list-style-type: none"> FORMULA, Cada 5ml contienen <ul style="list-style-type: none"> Acetaminofen 120mg Clorfenilamina maleato 2mg Fenilefrina clorhidrato 5mg Vehículo c.s.p | <p>INDICACIONES:</p> <p>Indicado como analgesico antipretico y descongestionante en procesos acompañado de malestar y de fiebre como el catarro común infecciones virale sy alergias.</p> |
| |  | <p>CONTRAINDICACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> Pacientes conn reconocida hipersensibilidad a cualquiera de los infgredientes de la formula. <p>PRECAUCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> Administra cuidadosamente a pacientes con enfermedad hepática rebal o con hipertensión arterial. Debería consultarse a un medico si el dolor o la fiebre persisten |
| ANALGÉSICOS ANTINFLAMATORIOS ⁵ | <p>Disorgagrip:</p> <ul style="list-style-type: none"> Indicado como analgesico antipretico y descongestionante en procesos acompañado de malestar y de fiebre como el catarro común infecciones virale sy alergias. Via de administración: Oral | <p>PRECAUCIONES</p> <p>Administra cuidadosamente a pacientes con enfermedad hepática rebal o con hipertensión arterial. Debería consultarse a un medico s el dolor o la fiebre persisten por mas de tres dias o si hay signos de inflamación en lugar del dolor (enrojecimiento, ardor o hinchazon) no debe xcederse la dosis recomendada.</p> |
| | <p>CONTRAINDICACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> Pacientes conn reconocida hipersensibilidad a cualquiera de los infgredientes de la formula. <p>DOSIS</p> <ul style="list-style-type: none"> Niños de 3-6 años ½ - 1 cucharadita casa 6 horas. Niños 6- 12 años 1 cucharadita cada 6 horas Mayored de 12 años 1-2 cucharaditas cada 6 horas. |  |
| 5 | | |

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

Capitulo IX: Propuesta Gráfica Final:

9.3 Visualización de las páginas internas:

8.5 pulg.

| | | |
|--|---|--------------------------------|
| <p>Dolo Disorgavit Diclofenaco mas vitamina sneurotropas FORMULA: Cada capsula contiene Diclofenaco sódico 50mg Piridoxina HCl 50mg Tiamina Monohidrato 50mg Cianocobalamina 1mg Excipientes, c.s.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ CONTRAINDICACIONES Mujeres embarazadas y en periodo de lactancia. Hipersensibilidad a alguno de los componentes de la formula. ■ EFFECTOS ADVERSOS: Trastornos gastrointestinales (nauseas vomito y diarrea) cefalea insomnio en personas hipersensibles sangdao gastrointestinal. | ANALGÉSICOS Y ANTINFLAMATORIOS |
| <p>INDICACIONES: Esta indicado en casis en que combinan una inflamación o dolor muscular con la inflamación de un nervio Como los que se mencionan a continuación, neuritis neuralgias como lumbago o ciática artritis espondilitis, anquilosante como coadyuvante en el tratamiento del ataque agudo de gota y reumatismo. DOSIS: Una cápsula de 1 a 3 veces al día según criterio médico.</p> |  | |
| <p>Prednisolona: Cada ml contiejne: prednisolona base agrgado como prednisolona fosfato sódica Vehiculo s.sp.1ml</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ DOSIS ■ Tratamiento d eatque: 1 a 2 mg/kg/ ■ Tratamiento de mantenimiento: o.1 – 0.5 mg/kg/día. ■ La dosis inicial variara de 5 a 60 ml por día dependerá del padecimiento que s etrate. Via de administración: oral. | ANALGÉSICOS Y ANTINFLAMATORIOS |
|  | <ul style="list-style-type: none"> ■ Indicaciones: Ver inserto adjunto. ■ Contraindicaciones: Ver Inserto Adjunto. ■ Advertencias y precauciones: Ver Inserto adjunto. ■ Interacciones medicamentosas: Ver Inserto | |

11 pulg.

r

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

Capitulo IX: Propuesta Gráfica Final:

9.3 Visualización de las páginas internas:

8.5 pulg.

ANALGESICOS ANTIINFLAMATORIOS

ANALGESICOS ANTIINFLAMATORIOS

7

11 pulg.

r

Justificación: En algunas de las páginas internas se utilizan rectángulos verticales para colocar la información y fotografía de forma ordenada además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página hace que el índice sea funcional.

Capitulo IX: Propuesta Gráfica Final:

9.3 Visualización de las páginas internas:

8.5 pulg.

Naproxeno Disorga
Naproxeno Sódico 550 mg
ANTIEMIGRANOSO
ANALGÉSICO
ANTIINFLAMATORIO
ANTIPIRÉTICO
ANTI REUMÁTICO
10 cápsulas
Vía de Administración: Oral

Naproxeno Disorga : Naproxeno sódico 550 mg

- antimigrañoso
- analgésico
- **antiinflamatorio**
- antipirético
- antirreumático.

■ **COMPOSICIÓN**
Cada cpasula tiene naproxeno 550mg (equivalente a naproxeno base 550mg)
DOSIS: una cápsula cada 12 horas o la que el médico indique,
Vía de administración: Oral.

■ **Antiinflamatorio no esteroideo con acción analgésica y antipirética indicado para el tratamiento de proceso inflamatorios agudos, Utilizado en caso de torceduras distensiones o manipulaciones ortopedicas artritis como analgésico y antiinflamatorio.**

■ **Contraindicaciones:** debido a la posibilidad de reacciones de sensibilidad cruzada no debera administrarse en pacientes en quienes el acido acetilsalicilico u otros fármacos antiinflamatorios y analgésicos no esteroides hayan provocado manifestaciones alérgicas asmáticas pacientes con una úlcera péptica activa o sangrado gastrointestinal y pacientes con hipersensibilidad al principio activo no administrar a mujeres embarazadas o en periodo de lactancia.

■ **Precauciones:** en padecimientos inflamatorios y dolorosos comunes no administrar por mas de cinco días. Pacientes con alteraciones de la función hepática o renal consulte a su médico. Contiene amarillo no. 5 tarzazina que puede causar reacciones alérgicas en personas sensibles.

■ **Reacciones secundarias:** La mas comunes son Malestar abdominal dolor epigástrico cefaleas nauseas tinnitus y vertigo.

ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS

ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS

8

11 pulg.

Justificación: En algunas de las páginas internas se utilizan rectángulos verticales para colocar la información y fotografía de forma ordenada además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página hace que el índice sea funcional.

9.3 Visualización de las páginas internas:

8.5 pulg.

| | | |
|------------------------------|---|---|
| ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS | <p>DISORGAFEN 800 (Ibuprofeno 800mg)</p> <p>■ PROPIEDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">■ Elimina los síntomas del dolor y edema inflamatorio de las enfermedades reumáticas inhibiendo la producción de prostaglandinas | <p>■ FORMULA</p> <p>Cada tableta contiene:</p> <ul style="list-style-type: none">■ Ibuprofeno 800 mg■ Excipientes c.s.p |
| | <p>■ INDICACIONES</p> <ul style="list-style-type: none">■ Artritis reumatoide■ espalda dolorosa■ dolores musculares y articulares■ estados dolorosos post quirurgicos en odontología. |  <p>Disorgafen 800 Ibuprofeno 800 mg. 50 Tabletas Via de Administración: Oral</p> |
| ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS | <p>DISORGA,S.A</p> | <p>TELÉFONO: 24392456</p> |
| |  <p>DISORGA, S. A. DISORGA SOCIEDAD ANONIMA</p> | <p>CORREO ELECTRÓNICO: disorga_sa@yahoo.com</p> |

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

9.3 Visualización de las páginas internas

8.5 pulg.

| | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <p>Disorgavit 25,000 Vitaminas Neurotropas B1+B6+B12 Antineurítico</p> <p>Cada caja contiene:</p> <ul style="list-style-type: none">1 ampolla de 2mL + jeringa + toallita con alcoholSolución inyectable <p>Via de administración: IM profunda</p> | <p>Dosis: la dosis recomendada de 2 a 3 ampollas de 25,000 por semana o según prescripción médica.</p> <p>Contraindicaciones: Hipersensibilidad a los componentes de la formula.</p> | ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS |
|  | <p>INDICACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none">Es útil en el tratamiento de neuritis y polineuritis. <p>tambien puede utilizarse en el beri beri alcoholico encefalopatía de Wernicke</p> <ul style="list-style-type: none">neuralgias y neuropatías periféricas ciática parálisis facial neuralgia post herpética. | |
| <ul style="list-style-type: none">Dolo- Disorgavit: Diclofenaco sodico + Vitaminas Neurotropas B1+B6+B12 Antineurítico, Analgésico, Antiinflamatorio. <p>Cada caja contiene: ampolla No1 + Ampolla No2 + Jeringa + Toallita con alcohol.</p> | <p>Composición: Cada ampolla No1 Contiene Tiamina HCl 100mg, Piridoxina 100mg, Cianocobalamina 5,000 mcg, vehñiculo, c.s.p 1mL.</p> <p>Cada ampolla No2 Contiene: Diclofenaco snódico 75mg, vehñiculo, c.s.p 2mL.</p> | ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS |
| <ul style="list-style-type: none">Mecanismo de acción: antiinflamatorio no esteroide analgésico antineurítico. <p>Indicaciones: Neuritis síndrome cervical, lumbar humero branquial, ciática, neuralgia del trigémino, herpes zoster, lumbago.</p> <ul style="list-style-type: none">Contraindicaciones: No administrar a niños menores de 2 años y madres lactantes ni durante el embarazo. <ul style="list-style-type: none">Dosis: 1 dosis cada 24/48 horas, via Intra-muscular. |  | |

10

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

8.3 Visualización de las páginas internas:

8.5 pulg.

| | | |
|--|---|---|
| <p>ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS</p> | <p>Disorgadex B12 Vitaminas B1 + B6+ B12 Dexametasona Fosfato</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cada caja contiene: ▪ Ampolla no.1 + ampolla no.2 + toallita con alcohol ▪ Solución inyectable | <p>Via de administración intramuscular profunda. DOSIS: 1 ampoya cada dos días según prescripción médica.</p> <p>Advertencia: Usar unicamente en combinación la ampolla No.1 con ampolla No. 2 en la misma jeringa.</p> |
|  | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Indicaciones: Neuralgias, ciática neuritis, parálisis facial traumatismo músculo-nervioso, Artritis espondiloartritis y rigidez muscular afecciones inflamatorias post – traumáticas o post- quirúrgicas afecciones dolorosas de la columna vertebral. ▪ Contraindicaciones: Infecciones virales o bacterianas úlcera gástrica y duodenal hipertensión embarazo, diabetes melitus. | |
| <p>ANTINEURÍTICOS Y ANALGÉSICOS</p> | <p>Composición: Cada ampolla No1 Contiene Tiamina HCl 100mg, Piridoxina 100mg, Cianocobalamina 5,000 mcg, vehículo, c.s.p 1mL.</p> <p>Cada ampolla No2 Contiene: Diclofenaco sódico 75mg, vehículo, c.s.p 2mL.</p> | <p>Dolo- Disorgavit: Diclofenaco sodico + Vitaminas Neurotropas B1+B6+B12 Antineurítico, Analgésico, Antiinflamatorio.</p> <p>Cada caja contiene: ampolla No1 + Ampolla No2 + Jeringa + Toallita con alcohol.</p> |
| <p>Mecanismo de acción: antiinflamatorio no esteroide analgésico antineurítico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Indicaciones: Neuritis síndrome cervical, lumbar humero branquial, ciática, neuralgia del trigémino, herpes zoster, lumbago. ▪ Contraindicaciones: No administrar a niños menores de 2 años y madres lactantes ni durante el embarazo. ▪ Dosis: 1 dosis cada 24/48 horas, via Intramuscular. |  | |

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

8.5 pulg.

| | | |
|---|--|-------------------|
| <p>Nitazoxanida 500mg Antiparasitario de amplio espectro. VIA DE ADMINISTRACIÓN: oral. La caja contiene 6 capsulas, ada capsula contiene: Nitatoxanida 500mg, Excipientes c.s</p> <ul style="list-style-type: none"> EFFECTOS ADVERSOS: Particularmente nauseas, alguna veces acompaado d ecefeales ocasionalmente vomito y malestar epigastrico y dolor abdominal tipo colico. | <p>INDICACIONES: Para el tratamiento de amebiasis intestinal aguda o disenteria causada por entamoeba hystolica, tratamiento de la giardiasis causada por giardia lambia. (seguir)</p> | <p>AMERICIDAS</p> |
| <p>CONTRAINDICACIONES: Hipersensibilidad al principio activo de la formula n Niños menores de 12 aós mujeres embarazadas y en periodo de lactancia la capsula contiene amarillo tartazina por lo que no debe administrarse alergicas a este colorante.</p> |  | |
| <p>Secnifarma (polvo suspensión oral de 30 ml) Nitazoxanidaiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> Formula: Cada 5ml contiene: Nitazoxanida de 100mg Vehiculo c.sp 5ml | <ul style="list-style-type: none"> Indicaciones: indicada para el tratamiento de amebiasis intestinal aguda o disenteria amebi-ana. Contraindicaciones: hipersensibilidad a la nitazoxanida embarazo lactancia y niños menores de 2 años. | <p>AMERICIDAS</p> |
|  | <p>DOSSI: Se dosifica d ecauerdo a edad y peso, recomendado 7.5 mg / kg de peso cada 12 horas mañana y noche durante 3 dias.</p> <ul style="list-style-type: none"> Preparación de la suspensión: Desprender con ligera agitación el polvo del fondo del frasco añadir una porcion del agua hervdia a temperatura ambiente agitar hasta homogenizar y añadir agua hasta le borde de la etiqueta. Agitar antes de su administración. La suspensión una vez se conserva 7 dias a temperatura ambiente. | |

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

8.5 pulg.

| | | |
|--------------|---|--|
| ANTIBIOTICOS | <p>Antiprot: (4 capsulas) Secnidazol 500 mg , Amebicida, Tricomonicida, Giardicida.</p> <p>Via de administración oral.</p> <p>Fórmula: cada caja contiene secnidazol 500mg</p> | <p>INDICACIONES: indicado en el tratamiento d ela amebiasis intra y extra intestinal, giar- diasis y tricomoniasis</p> |
| | <p>Contraindicaciones: No deberá manejarse en el primer trimestre del embarazo en el segundo y el tercero es responsabilidad del médico evaluar el riesgo- beneficio, No deberá administrarse a mujeres en lactancia a pacientes que reporten hipersensibilidad a los derivados imidazolicos discrasias sanguineas enfermedades del sistema nervioso central y niños menores de 2 años no ingerir bebidas alcohólicas durante el tratamiento.</p> |  |
| ANTIBIOTICOS | <p>Antiprot: (4 capsulas) Secnidazol 500 mg , Amebicida, Tricomonicida, Giardicida.</p> <p>Via de administración oral.</p> <p>Fórmula: cada caja contiene secnidazol 500mg</p> | <p>EFEECTO SECUNDARIO Los efectos adversos mas frecuented de los derivados del innmidazol, problemas diges- tivos como nauseas gastralgias estomatitis glositis y alteración del gusto.,</p> |
| |  | <p>PRECAUCIONES: Si se administrado este antiparasital el paciente debe restringir de manejar vehiculos y maqui- naria pesada debido a que s eha reportado casos d evertigo.</p> <p>INTERACCIONES MEDICAMENTOSAS: Disulfuran, alcohol o medicinas que conten- gan alcohol, anticoagulantes orales como la warfarina siempre que sea necesario se debe ajustar la disis de anticoagulante oral durante el tratamiento con secnidazol y ocho dias después de suspender el mismo.</p> |

13

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

9.3 Visualización de las páginas internas

8.5 pulg.

| | | |
|---|--|-----------------|
| <p>Laborgaformina: Metformina 500mg Glibenclamida 5mg Antidiabetico</p> | <p>INDICACIONES: ■ tratamiento de diabetes tipo 2 Contraindicaciones: No administrar en personas hipersensibles a la metformida o a la glibenclamida ni a pacientes con diabetes tipo 1 ni durante el embarazo y la lactancia.</p> | HIPOGLUCEMIANTE |
|  | <p>■ VIA DE ADMINISTRACION: ORAL Caja de 30 tabletas COMPOSICIÓN: cada tableta contiene Metformina 500mg Glibenclamida 5mg Excipientes c.s</p> | |
| <p>■ DISORGA,S.A</p> | <p>TELÉFONO: 24392456</p> | HIPOGLUCEMIANTE |
| <p>CORREO ELECTRÓNICO: ■ disorga_sa@yahoo.com</p> |  | |
| 14 | | |

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

8.5 pulg.

MULTIVITAMINICOS

MULTIVITAMINICOS

15

11 pulg.

Disorgavit
Jarabe 240 mL

Multivitamínico con Hierro, Zinc y minerales

Agítese antes de usar.

DISORGA S.A.

DISORGAVIT
Jarabe de 240mL
Multivitaminico con hierro, Zinc, y minerales.

■ VIA DE ADMINISTRACIÓN: ORAL

■ FORMULA:
Cada 5ml contiene:

- Lisina HCl 16.7mg
- Tiamina HCl 1
- Riboflavina - 5 - fosfato sodica 2 mg
- Niacinamida 20mg
- Piridoxina HCl 2 mg
- Cianocobalamina 5mcg
- Vitamina C 50mg
- Acido fólico 115mcg
- Hierro agregado como citrato d ehierro amoniacal 3mg
- Glicerofosfato de sodio 35mg
- Sulfato de Zinc heptahidratado 0.5mg
- Vitamina A palmitato 1500 UI
- Vitamina D 300 UI
- Vehiculo c. sp 5ml

■ DOSIS:
Niños mayores de 6 años 2 cucharaditas diarias.
Adolescentes

Justificación: En algunas de las páginas internas se utilizan rectangulos verticales para colocar la información y fotografía de forma ordenada ademas la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página hace que el índice sea funcional.

8.5 pulg.

Jarabe de Morro
100 mL

Antitusivo
y Expectorante

Alivia la tos y afecciones del aparato respiratorio como laringitis, bronquitis, resfrios, asma, tos aguda y crónica.

JARABE DE MORRO:
100 ml
antitusivo y expectorante

Via de administración: ORAL
Alivia la tos las afecciones del aparato respiratorio como laringitis, bronquitis, resfrios, asma, tos aguda y crónica

Composición: cada 15 ml contiene:
Morro 3ml
Picus carica 0.1g
Mentha Spicata 1g
Violadorata 0.2g
Aloe vera como vehiculo 8ml
Eucaliptos globulus 0.3g
Miel de abega 1g
Excipientes c.sp 15,l

CONTRAINDICACIONES:
No se recomienda administrarse en embarazo ni lactancia ni a personas alergicas a los componentes de la formula.

DOSIS:
1 cucharada cada 6 horas

MULTIVITAMINICOS

MULTIVITAMINICOS

16

11 pulg.

Justificación: En algunas de las páginas internas se utilizan rectangulos verticales para colocar la información y fotografía de forma ordenada ademas la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página hace que el índice sea funcional.

8.5 pulg.

| | | |
|---------------------------------|--|---|
| SEDANTE, ANSIOLÍTICO, RELAJANTE | <p>Tranquilizante Natural jarabe 100 mL. Administración oral Indicado para reducir alteraciones nerviosas y aliviar estados de ansiedad, tensión cansancio cefalea insomnio, excitación trastornos gastro-intestinales. Actúa como relajante muscular</p> | <p>COMPOSICIÓN: cada 15 ml contiene Crotalaria longirostrana 0.3g Citrus aurantitium 0.4g Pasiflora incarnata 0.4g Tila pLanpylos 0.4g Valeriana officinales 2 g Jugo de sabila 10ml Miel de abeja 2g</p> |
| |  | <p>Contraindicaciones: no recomendado en embarazo ni lactancia materna ni niños menores de dos años No administrara a personas alérgicas a los componentes de la fórmula</p> <p>EFFECTOS SECUNDARIOAS: Produce somnolencia por lo que no se recomienda la conducción de vehiculos y maquinaria peligrosa no se administra por periodos prolongados.</p> |
| SEDANTE, ANSIOLÍTICO, RELAJANTE | <p>Tranquilizante natural 30 capsulas Via de administración Oral. Cada capsula contiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> Valeriana 160 mg Pasiflora 100mg Azahares de naranja 100mg Menta 500mg Amarillo tartazina no5 | <p>CONTRAINDICACIONES: no administrarse ni en el embarazo ni en lactancia materna o cuando existe hipersensibilidad a alguno de los componentes de la fórmula, PRECAUCIONES: este producto puede causar somnolencia por lo que se debe tener precaucion si se va a operar maquinaria o conducir automóvil.</p> |
| | <p>INDICCAIONES: tranquilizante natural indicado en desordenes ansioliticos alivio de sintomas de ansiedad generalizada intranquilidad nerviosismo preocupación insomnio irritabilidad palpitaciones y estrés.</p> <p>DOSIS: 1 capsula por la mañana y una capsula por la noche</p> |  |

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

9.3 Visualización de las páginas internas

8.5 pulg.

Disorgavit Mujer
Antiasténico
Energizante
reconstituyente,
tonificante

Indicaciones Actúa como coadyuvante para mantener buenas condiciones de salud Mental, sexual, y física, estrés, cansancio físico e intelectual, decaimiento y convalecencia
Dosis 2 capsulas diarias ante de la comida.

Disorgavit hombre
Antiasténico, Energizante, Reconstituyente,
Tonificante
COMPOSICION

Disorgavit Mujer

ANTIASTÉNICO
ENERGIZANTE
RECONSTITUYENTE
TONIFICANTE
30 Cápsulas
Disorga

ANTIASTÉNICO

Fórmula:

- Cada capsula contiene 120mg
- Ginseng 120mg
- Ginkgo 145
- Maca 160mg
- Excipientes c,s,p 1 capsula

INDICACIONES:
Disorgavit hombre es un revitalizante energizante y anti stress natural que actúa como nutriente reconstituyente y vigorizante actuando como coadyuvante al cansancio físico mental y sexual.
Recomendado para: desgano cansancio convalecencia.

ANTIASTÉNICO

18

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

8.5 pulg.

| | | |
|---------------------------|--|---|
| ANTIBIOTICO, ANTIMICÓTICO | <p>Disorgazol Fluconazol 200 mg caja con 2 capsulas. Composición Cada capsula contiene Fluconazol 200 mg Excipientes csp 1 capsula</p> | <p>Dosis Se recomienda tratamiento simultáneamente a la pareja a razón de 1 capsula Por semana hasta desaparecer lesiones. El medico indicara la duración del tratamiento Vía de administración oral</p> |
| | <p>■ Indicaciones Candidiasis vaginal aguda y recurrente, dermatomicosis, candidiasis orofaríngeas esofágicas, bronco pulmonares no invasivas Contraindicaciones Hipersensibilidad al medicamento y con insuficiencia hepática</p> |  |
| ANTIBIOTICO, ANTIMICÓTICO | <p>Disorgazol Fluconazol 50 mg por 5ml Polvo para suspensión oral de 20 ml</p> | <p>■ Formula Cada 5ml contiene fluconazol 50mg vehiculo 5ml ■ Indicaciones Candidiasis mucocutanea, orofaríngea o esofágica, tiña corporis, tiña cruris, pedis, unguis, onicomicosis, meningitis, profilaxis de la criptococosis extrameningea, profilaxis de la candidiasis.</p> |
| |  | <p>■ Contraindicaciones y efectos secundarios Hipersensibilidad a la formula Preparación Agregar agua hervida hasta el borde de la etiqueta. Vía de administración oral</p> |

11 pulg.

Justificación: En las páginas internas, comenzando desde la número 1, se utilizan cuadros para colocar la información y fotografía de forma ordenada. Además la numeración que se encuentra en las esquinas inferiores de cada página, hace que el índice sea funcional.

9.4 Visualización de la Contraportada:

8.5 pulg.



Justificación: Al igual que la portada, la contraportada tiene un diseño muy sencillo, en el que predomina la tendencia minimalista.

CAPÍTULO X

PRODUCCION, REPRODUCCION
Y DISTRIBUCION

CAPITULO X: Producción, reproducción y distribución:

Para que el vademécum sea entregado a los visitantes médicos de la empresa DISORGA, S.A se debe organizar la forma en la que se elaborará. reproducirá y la forma en que se distribuirá, por lo que se debe considerar:

- **Plan de Costos de elaboración:** Se visualiza el costo del proceso creativo y de la propuesta diseñada para la presentación del material impreso.
- **Plan de costos de producción:** Ayudará a tener una idea clara del costo total del diseño final del vademécum.
- **Plan de costos de reproducción:** Visualiza el costo total y final de la impresión del vademécum, ya sea en una litografía imprenta o por otro medio.
- **Plan de costos de distribución:** Con este plan se podrá visualizar el costo de la entrega del vademécum a la empresa y luego a los visitantes médicos.

10.1 Plan de costos de elaboración:

| | | | |
|---------------------|----------|---------|------------|
| CREATIVIDAD | 15 horas | Q.25.00 | Q.375.00 |
| INVESTIGACIÓN | 7 horas | Q.25.00 | Q.175.00 |
| RECOLECCIÓN | 20 horas | Q.25.00 | Q.500.00 |
| TOMA DE FOTOGRAFÍAS | 20 horas | Q.25.00 | Q.500.00 |
| | | | Q.1,550.00 |

Se explica las partes del proceso creativo basándose en el cronograma de trabajo el que puede ser consultado en anexos. Tomando en cuenta que el precio de hora trabajada es de Q25.00, el total de el costo de elaboración es de Q700.00

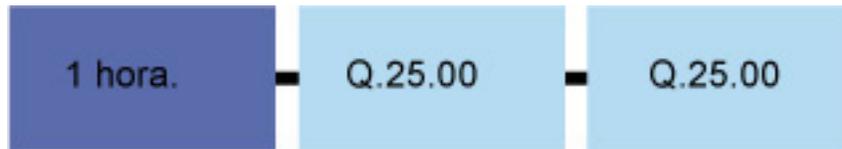
10.2 Plan de Costos de Producción:

| | | | |
|--------------------|----------|------------------------|-----------------|
| VALIDACIÓN TÉCNICA | 15 horas | Q.25.00 (Cada hora) | Q.375.00 |
| CAMBIOS REALIZADOS | 18 horas | Q.25.00 (Cada hora) | Q.450.00 |
| ENTREGA FINAL | 5 horas | Q.25.00 (Cada hora) | Q.125.00 |
| | | | Q.950.00 |

10.3 Plan de costos de reproducción:

| | |
|---------------------------|--------------------|
| Número de copias Impresas | 25 copias impresas |
| Precio por cada impresión | Q.110.00 |
| Precio Total | Q.2,750.00 |

Nota: Ver cotización completa en anexos.



10.4 Plan de Costos de Distribución:

El costo de distribución es Q.25.00 , Porque cada vademécum será entregado a cada visitador médico por el gerente general de DISORGA, S.A y el diseñador del proyecto, para dar una breve explicación del mismo.

10.5 Cuadro de resumen general de costos:

Se muestran los costos parciales y el monto total del diseño del vademécum para la empresa



CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones:

11.1 Conclusiones

Se diseñó un vademécum informativo para los visitantes médicos que trabajan para la droguería con fraccionamiento DISORGA, S.A el vademécum contiene la información completa de cada uno de los productos con los que la empresa cuenta así como fotografías de los mismos, el vademécum se diseñó con ayuda del programa INDESIGN tiene un total de páginas y se encuentra debidamente identificado.

Un vademécum es un documento informativo fácil de consultar que contiene la información importante sobre algo. Siendo este enfocado a medicamentos contiene la información importante de los medicamentos. Existen diferentes tipos de vademécum sin embargo los que las casas médicas y médicos utilizan son únicamente 2 tipos, los que únicamente hacen mención la composición química de los medicamentos, y en otros se hace mención de la información completa, tal como el que se diseñó para DISORGA, S.A. la mayoría tiene imágenes de los medicamentos las que sirven para ilustrarlos.

Las fotografías se realizaron utilizando una cámara digital no se les hizo ningún retoque digital. Resulta muy útil el uso de fotografías en este tipo de diseño pues le da a la persona que lo lee un ejemplo mas claro de lo que se esta hablando. Las fotografías que acompañan la información sirven para ilustrar la misma. Lo que mas se cuidó durante la sesión fotográfica es la nitidez del texto de las cajas.

La tendencia que se utiliza en la portada y contraportada es minimalista, la diagramación se hizo en InDesign.

Es de utilidad e importante diagramar y crear una retícula para que la información se presente de forma ordenada y fácil de leer. En las páginas interiores la información se encuentra distribuida dentro de cuadrados, de la misma manera que las fotografías.

Al inicio del proyecto se asignó un presupuesto de Q.7,000.00 Quetzales, por lo tanto se llevó a cabo todo el proceso de diseño de forma organizada y planificada, buscando la manera de que el costo final esté dentro de los límites del presupuesto asignado.

El costo final del proyecto fue de Q.5,275.00 Quetzales, por lo que se respetó el presupuesto asignado.

Al inicio del proyecto se asignó un presupuesto de Q.7,000.00 Quetzales, por lo tanto se llevó a cabo todo el proceso de diseño de forma organizada y planificada, buscando la manera de que el costo final esté dentro de los límites del presupuesto asignado.

El costo final del proyecto fue de Q.5,275.00 Quetzales, por lo que se respetó el presupuesto asignado.

CAPÍTULO XII

BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO XII: Bibliografía

Letra A:

Albizures Palma, Francisco (2006), Manual de Comunicación Lingüística, Guatemala, Guatemala, Editorial Universitario.

Arhnm Rudolf, (1992), Arte y Percepción Visual, Buenos aires, 5ta edición, Editorial Universitario.

Letra B:

Baños Gonzáles Miguel, (2001), Creatividad y Publicidad, Madrid España, Editorial Laberinto.

Letra D:

Daly Tim (2004), Enciclopedia de Fotografía Digital, Barcelona España, Blume.

Letra H:

Hawkins Del, (1997), Comportamiento del Consumidor, Bogota Colombia, McGraw-Hill.

Letra M:

Miller Katherin, (2005), Communication Theories, perspectivas process and contexts, Boston MA Estados Unidos, Editorial McGraw-Hill.

Letra R:

Raymond Stites, (año desconocido), Las artes y el hombre, Barcelona, España Editorial Labor,

Letra W:

Wallschlaeger Charles, (1992), basic visual concepts and principles, Boston MA Estados Unidos McGraw-Hill.

Wong Wucious, (1997), Principles of color design, NY Estados Unidos, Van Nostrand Reinhold.

Wong Wucious, (2004), Diseño Gráfico Digital, Barcelona España, Gustavo Gil.

Egrafía:

Definicionabc.com. Sociedad, Anonima. Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/economia/sociedad-anonima.php>

Definicionabc.com. Empresa Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/economia/empresa.php>

Definicionabc.com. Medico . Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/salud/medico.php>

Definicionabc.com. Medicamenetos. Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/salud/medicamento.php>

Definicionabc.com. Droguería. Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/salud/drogueria.php>

Definicionabc.com. Farmacia . Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/general/farmacia.php>

Definicionabc.com. Receta . Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/salud/receta.php>

Definicionabc.com. Semiología. Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/semiologia.php>

Definicionabc.com. Lingüística Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/comunicacion/linguistica.php>

Definicionabc.com. Antropología Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/ciencia/antropologia.php>

Definicionabc.com. Sociología Recuperado en Julio 2013

<http://www.definicionabc.com/ciencia/sociologia.php>

Definicionabc.com. Lingüística Recuperado en Julio 2013

Definición.de Fotografía. Recuperado en Junio 2013

<http://definicion.de/fotografia/>

Definición.de Papel. Recuperado en Junio 2013

<http://definicion.de/papel/>

Definición.de Imprenta. Recuperado en Junio 2013

<http://definicion.de/imprensa/>

Definición.de Ortografía. Recuperado en Junio 2013

<http://definicion.de/ortografia/>

Definición.de Iluminación. Recuperado en Junio 2013

<http://definicion.de/iluminacion/>

<http://www.wordreference.com> Droguería, recuperado Junio 2013

<http://www.wordreference.com/definicion/droguer%C3%ADa>

wordpress.com, Comunicación Intercultural.

<http://spanish3348.wordpress.com/2012/07/23/la-comunicacion-intercultural/>

ANEXOS

Sesión de Fotografías completa:



Sesión de Fotografías completa:



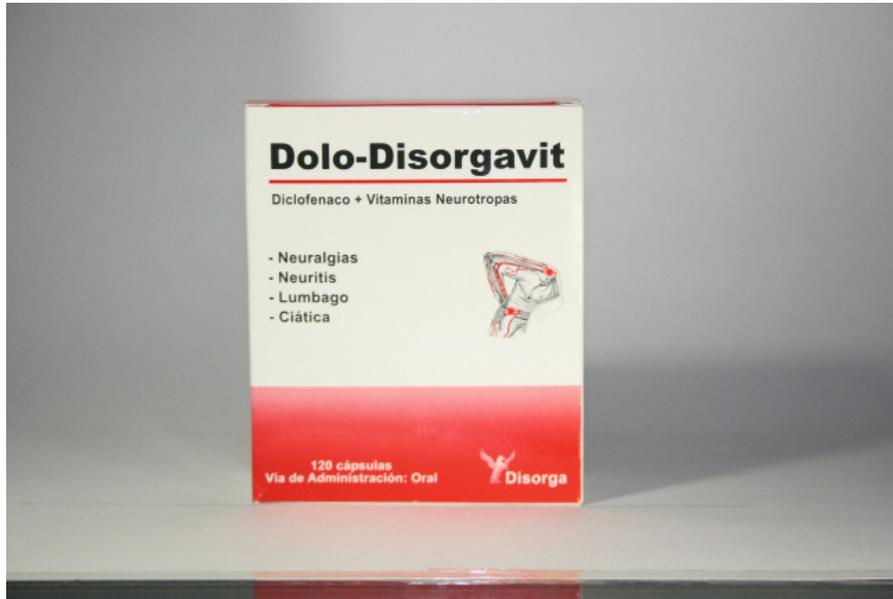
Sesión de Fotografías completa:



Sesión de Fotografías completa:



Sesión de Fotografías completa:



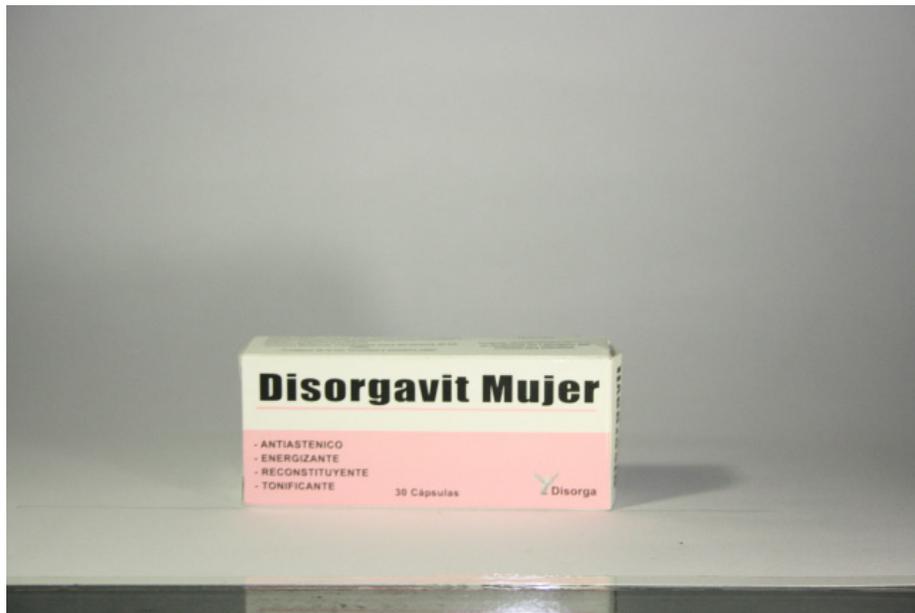
Sesión de Fotografías completa:



Sesión de Fotografías completa:



Sesión de Fotografías completa:



Fotografías tomadas al cliente durante las encuestas:

Visitadores Médicos de la empresa DISOTGA,S.A



Fotografías tomadas a los Expertos durante la encuesta:



Licenciada Lourdes Donis

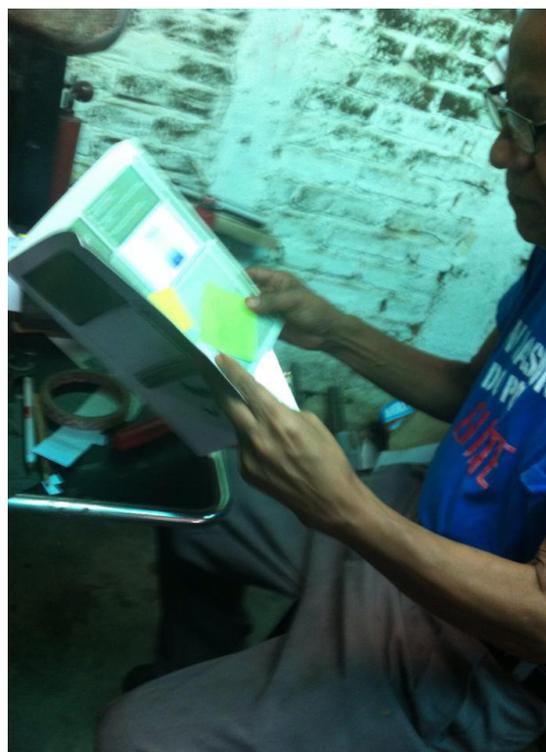


Licenciada Edna Rheiner

Fotografías tomadas a los Expertos durante la encuesta:

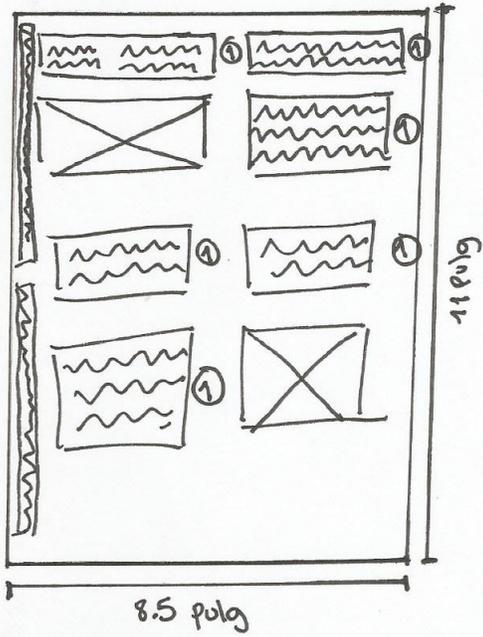


Carlos Chacón



Marco Antonio Azurdia

Páginas Interiores:

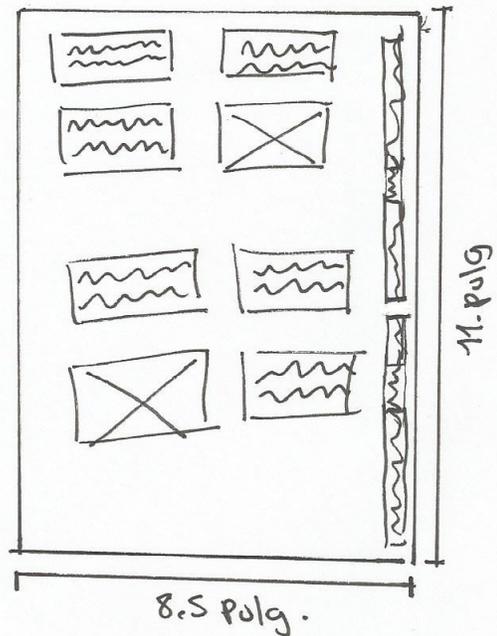


→ representa texto

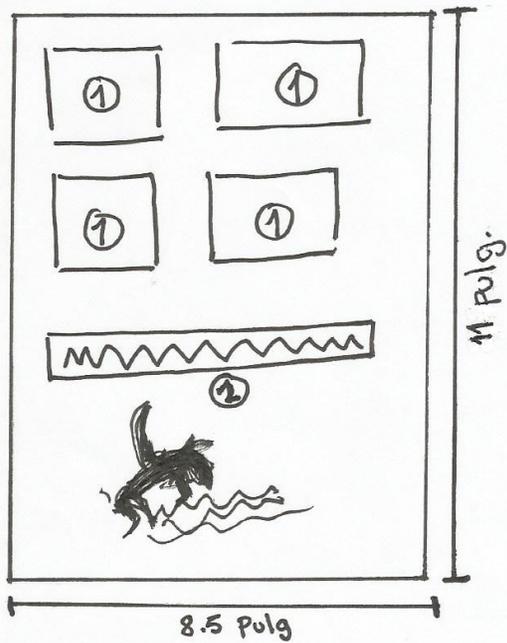
→ representa fotografía

① elementos de diseño

- las páginas Internas contienen texto e Imágen.



Portada :



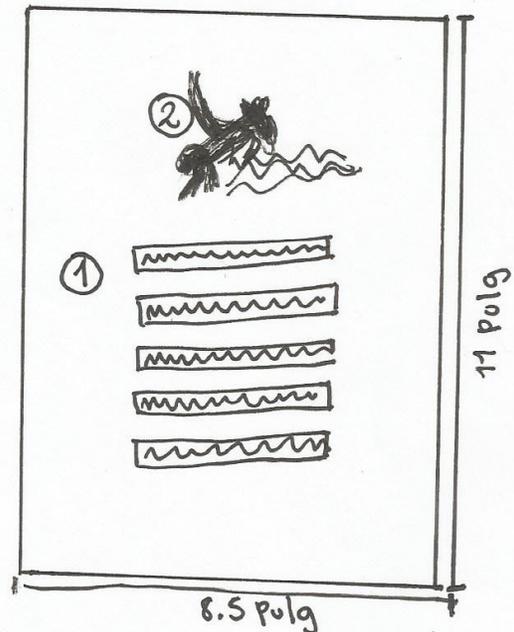
- ① Elementos de Diseño
- ② título del diseño
- ③ logotipo

Página Interna:

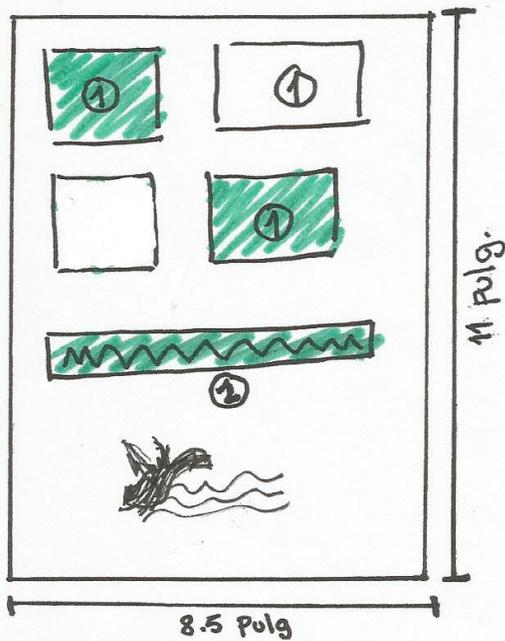
- ① Elementos de diseño
- ② logotipo

 → representa texto

 → representa Imagen.



Portada: COLOR



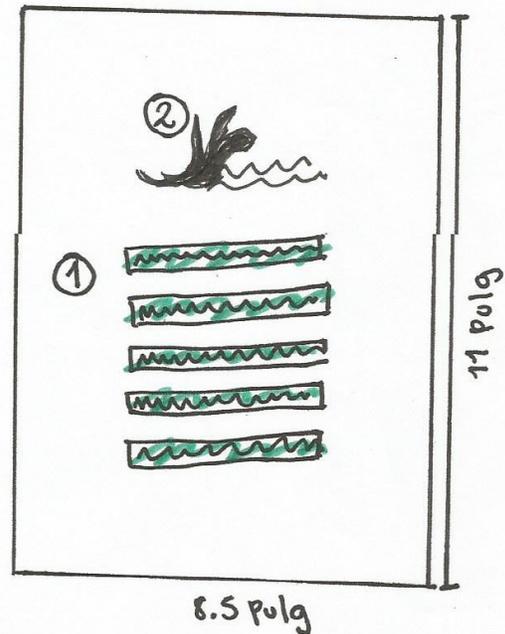
- ① Elementos de Diseño
- ② título del diseño
- ③ logotipo

Página Interna:

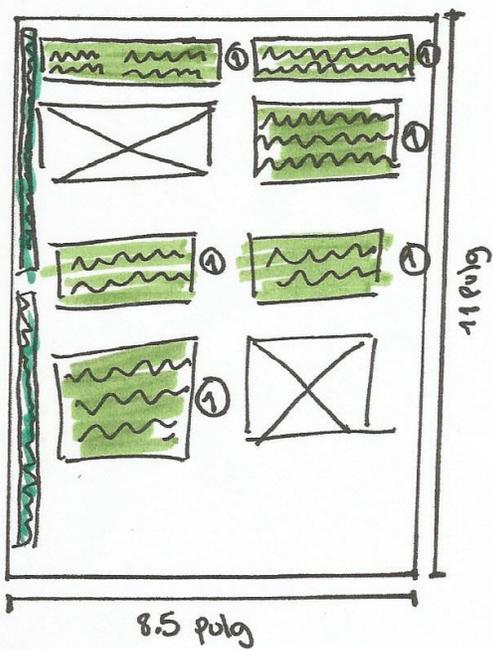
- ① Elementos de diseño
- ② logotipo

 → representa texto

 → representa Imagen.



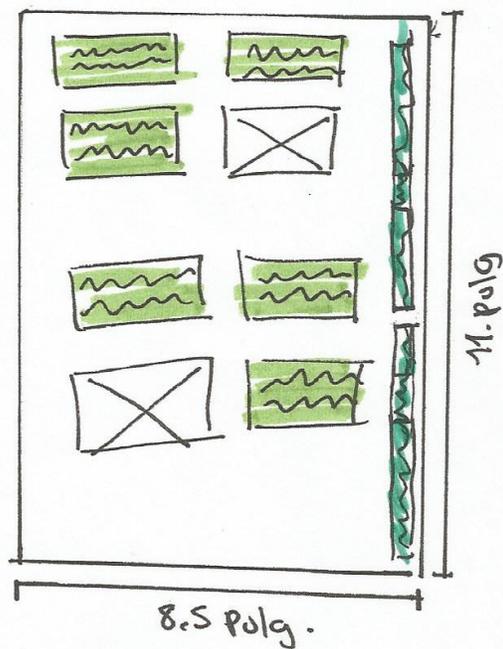
Páginas Interiores: COLOR



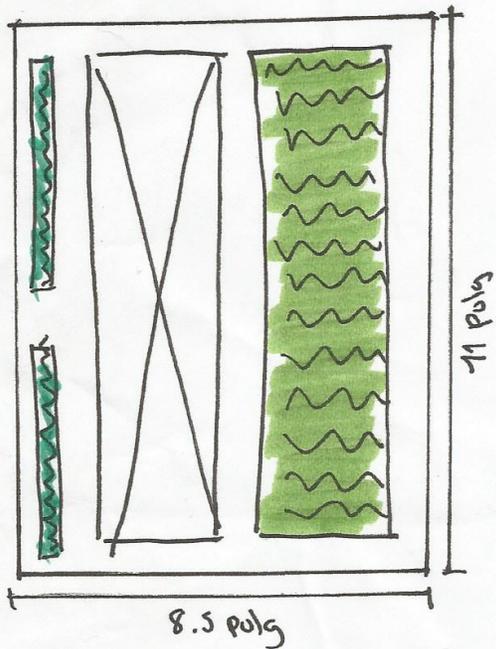
-  → representa texto
-  → representa fotografía

① Elementos de diseño

- las páginas Internas contienen texto e Imágen.

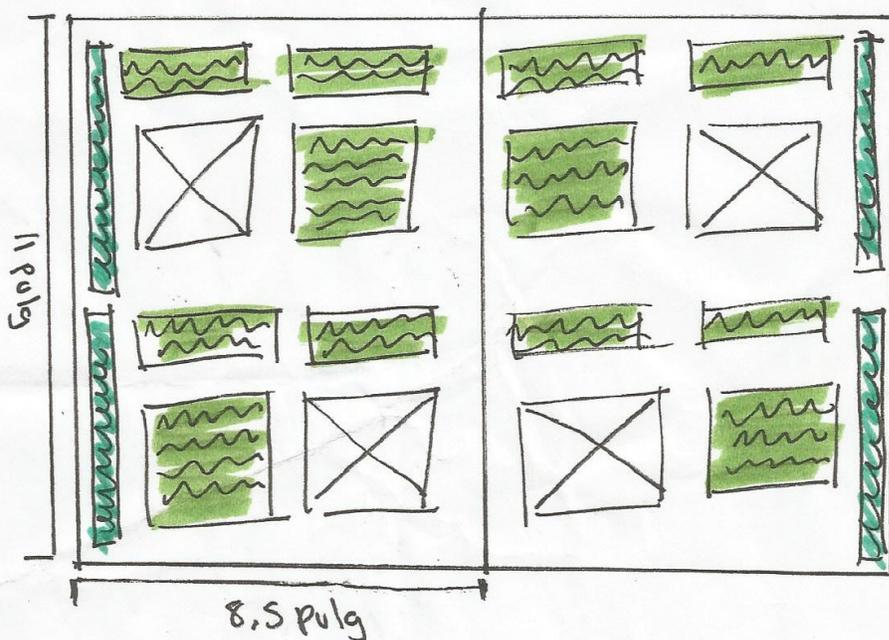


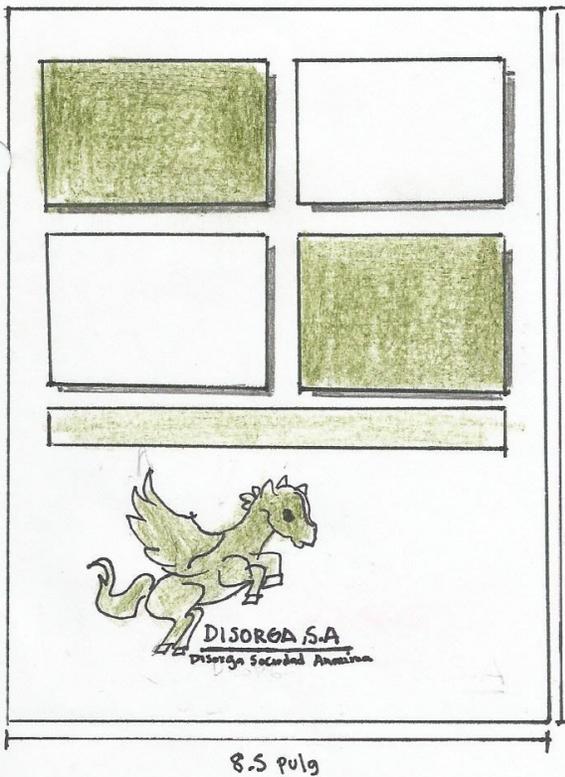
Diseño 2, Páginas Internas : COLOR



 → representa foto
 → representa texto

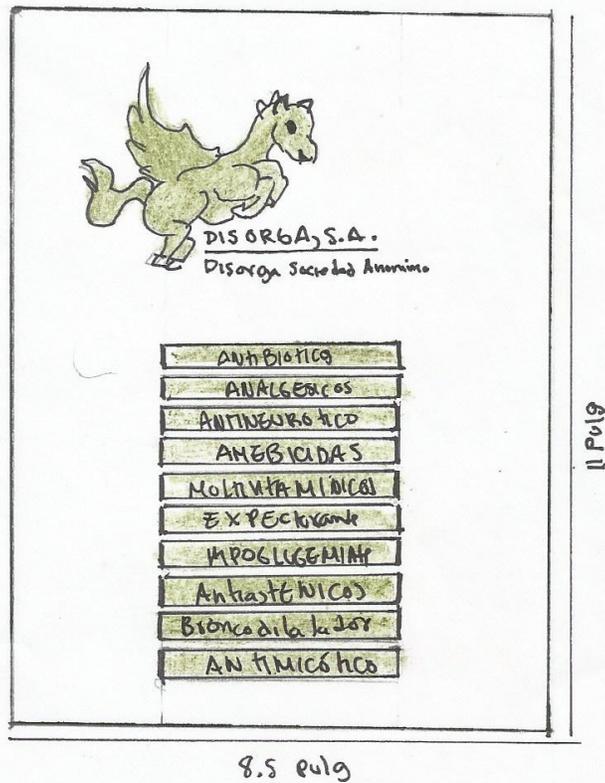
Páginas Medias :





⇒ todas las páginas
 tienen la misma
 medida.

⇒ El texto será
 utilizado en
 color blanco



| | | |
|--------------|---|---|
| ANTIBIÓTICOS | Disorgamox Aqui se coloca Información | texto, texto texto, texto Información |
| |  | Dosis Aqui se coloca datos sobre el medicamento |
| ANTIBIÓTICOS | Disorgamox Capsulas Información | texto, texto texto, texto texto, texto |
| | Aqui se coloca texto e Información |  |

8.5 pulg

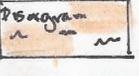
| | | |
|--------------|--|---|
| ANTIBIÓTICOS | Farmacel Aqui se coloca Información | texto, texto texto, texto |
| | Abc defg este es espacio Para colocar texto |  |
| ANTIBIÓTICOS | Farmacel Cápsulas, texto Información | es Pacio Para Colocar texto |
| |  | Aqui se coloca la Información |

8.5 pulg

Páginas Internas

→ todas las páginas tienen la misma medida

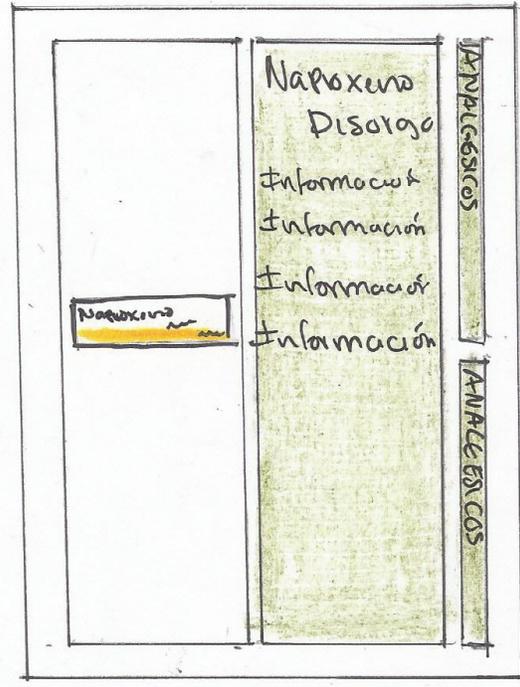
→ El texto será utilizado en color "BLANCO"

| | | |
|--|---|---|
| | Farmacel Información Información | texto, texto texto, texto |
| | texto con Información |  |
| | Disorgam Información | Información Información |
| |  | texto, texto Información |

| | | |
|--|--|---|
| | Disorgam Información | texto, texto texto, texto |
| |  | Información texto, texto |
| | Disorgam Información | texto, texto texto |
| | Información Información |  |



608 W



8.5 pla

Páginas Internas
(diseño vertical)

nota: el texto será utilizado en color "BLANCO"

Anexo: Cotización

Por la cantidad de copias, que en este caso son 25 se descarto la cotización en imprentas pues en esos lugares solo imprimen de 1000 copias en adelante, se buscaron lugares de impresión que trabajaran con:

1. el papel con el que se hizo el diseño. couché y texcote.
2. que pudieran imprimir 25 copias unicamente.
3. que estuvieran al alcance de la persona que esta realizando el diseño para facilitar la comunicación entre el diseñador y el lugar donde se fuera a realizar la impresión

La cotización se hizo en lugares distintos siendo unicamente 3 los que cumplieran con las características mencionadas.



Ver detalles de la cotización en la página siguiente.



GRAVOPLEXI

Print & Co. S.A.

C O T I Z A C I O N

PARA: Waleska Piox
TELEFONO: 54605741
FECHA: Guatemala, 12 de junio del 2,015

Descripcion: Fabricación de 25 folletos con impresión a full color en papel couche ó texcote.
Medida: 11" alto x 8.5" ancho Couché B/100 2/C y Texcote C-10. (8hojas)
Precio unitario: Q. 190.00 c/u
Precio total: Q. 4,750.00
Tiempo de entrega: 8 dias hàbiles.
Forma de Pago: 70% de anticipo.

Lissette de Gòmez
Representante

Nit 8213629-7 Print & Co, S.A.

Favor emitir orden de compra y cheques a nombre de Print & Co. S.A.

www.gravoplexi.com

6 avenida 4-13 zona 2. Guatemala, Guatemala



Se pregunto en el lugar “Obras Digitales” y se hizo la cotización en el mismo momento de la siguiente manera:

Q.17.50 la impresión por cada lado del folio, dando como resultado Q.35.00 Quetzales por folio impreso de ambos lados. Lo cua sumaría un total de Q.150.00.



Se pregunto en el lugar “La Libélula” y se hizo la cotización en el mismo momento de la siguiente manera:

Cada vademecum impreso tendría un costo de Q.110.00 Quetzales en pedidos de 25 en adelante,