

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

Diseño de materiales impresos para dar a conocer las consideraciones que se deben tomar en cuenta antes de la adopción de una mascota. Clínica Veterinaria San Cristóbal.

Guatemala, Guatemala, 2018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, CA.

ELABORADO POR:

NISSA YANEEN SARAVIA CASTRO

NO.CARNÉ:12002720

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2018

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza

Secretario general

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto Ms. C.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 10 de abril del 2015

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

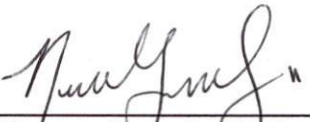
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de Proyecto de Graduación titulado:

DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA DAR A CONOCER LAS CONSIDERACIONES QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA ANTES DE LA ADOPCIÓN DE UNA MASCOTA. CLÍNICA VETERINARIA SAN CRISTÓBAL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.

Asimismo, solicito que el Lic. Arnulfo Guzmán sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Nissa Yaneen Saravia Castro
12002720



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 08 de mayo del 2015

Señorita
Nissa Yaneen Saravia Castro
Presente

Estimada Señorita Saravia:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA DAR A CONOCER LAS CONSIDERACIONES QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA ANTES DE LA ADOPCIÓN DE UNA MASCOTA. CLÍNICA VETERINARIA SAN CRISTÓBAL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Asimismo, se aprueba al Lic. Arnulfo Guzmán como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 22 de mayo de 2017

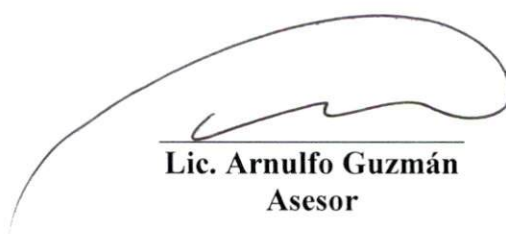
**Licenciado
Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el Proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA DAR A CONOCER LAS CONSIDERACIONES QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA ANTES DE LA ADOPCIÓN DE UNA MASCOTA. CLÍNICA VETERINARIA SAN CRISTÓBAL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante **NISSA YANEEN SARAVIA CASTRO** con número de carné **12002720**, 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

FACOM | Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 26 de febrero de 2018

Señorita
Nissa Yaneen Saravia Castro
Presente

Estimada Señorita Saravia:

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, 17 de abril de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA DAR A CONOCER LAS CONSIDERACIONES QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA ANTES DE LA ADOPCIÓN DE UNA MASCOTA. CLÍNICA VETERINARIA SAN CRISTÓBAL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018***, de la estudiante Nissa Yaneen Saravia Castro, 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, 02 de mayo del 2018

Señorita
Nissa Yaneen Saravia Castro
Presente

Estimada Señorita Saravia:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA DAR A CONOCER LAS CONSIDERACIONES QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA ANTES DE LA ADOPCIÓN DE UNA MASCOTA. CLÍNICA VETERINARIA SAN CRISTÓBAL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante **Nissa Yaneen Saravia Castro**, 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

Resumen

La Clínica Veterinaria San Cristóbal no cuenta con materiales impresos que ayuden a promover el proyecto para la adopción de mascotas.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo. Diseñar materiales impresos para dar a conocer las consideraciones que se deben tomar en cuenta antes de la adopción de una mascota en la Clínica Veterinaria San Cristóbal.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por personas de un nivel socio-económico C+ a C, en las que se encuentran hombres y mujeres, entre los 23 a 60 años de edad y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñaron los materiales impresos, un volante, infografía y trifoliar para dar a conocer las consideraciones que se deben tomar en cuenta, antes de la adopción de una mascota en la Clínica Veterinaria San Cristóbal. Cada elemento gráfico está armoniosamente ordenado en los materiales, que lo vuelve muy atractivo y adecuado para los futuros adoptantes. Se recomendó establecer materiales impresos atractivos, funcional y de fácil entendimiento. Además, destaca el propósito de la adopción, describe y resalta algunas características de las mascotas y atrae la atención de los adoptantes.

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

Índice

Introducción	1-2
Capítulo II: Problemática.....	3
2.1 Contexto	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño	4
2.3 Justificación	4
2.3.1 Magnitud.	4
2.3.1.1 Gráfica magnitud.	5
2.3.2 Vulnerabilidad.	5
2.3.3 Trascendencia.....	6
2.3.4 Factibilidad.	6
2.3.4.1 Recursos humanos.....	6
2.3.4.2 Recursos organizacionales.....	6
2.3.4.3 Recursos económicos.	7
2.3.4.4 Recursos tecnológicos.	7
Capítulo III: Objetivos de diseño	8
3.1 Objetivo General.....	8
3.2 Objetivos Específicos	8
Capítulo IV: Marco de referencia	9
4.1 Información general del cliente.....	9
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	16
5.1 Perfil geográfico.....	16
5.2 Perfil demográfico	16

5.3 Perfil psicográfico	17
5.4 Perfil conductual.....	17
Capítulo VI: Marco Teórico.....	19
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	19
6.1.1 Veterinaria.....	19
6.1.2 Médico Veterinario.....	19
6.1.3 Adopción.....	20
6.1.4 Adoptante.....	20
6.1.4.1 Características de ser un buen adoptante.....	21
6.1.5 Ley protectora de animales en Guatemala.....	22
6.1.6 Responsabilidad de adoptar una mascota.....	22
6.1.7 Cuidados de una mascota.....	23
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	24
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	24
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	28
6.3 Ciencia auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	34
Capítulo VII: Marco Proceso de diseño y propuesta preliminar	42
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	42
7.2 Conceptualización.....	44
7.3 Bocetaje.....	48
7.4 Propuesta preliminar.....	67
Capítulo VIII: Validación Técnica	71
8.1 Población y muestreo	71

8.2 Método e Instrumentos	73
8.3 Resultados e Interpretación de resultados	74
8.4 Cambios en base a los resultados	90
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	98
Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución	102
10.1 Plan de costos de elaboración	102
10.2 Plan de costos de producción	103
10.3 Plan de costos de reproducción	103
10.4 Plan de costos de distribución	104
10.5 Cuadro resumen	104
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	106
11.1 Conclusiones	106
11.2 Recomendaciones	107
Capítulo XII: Conocimiento general	108
Capítulo XIII: Referencias	109
Capítulo XI: Anexos	110

Capítulo I:

Introducción



Capítulo I: Introducción

La Clínica Veterinaria San Cristóbal es un establecimiento que se ha caracterizado por un excelente servicio veterinario y atención al cliente. Se encuentra ubicado en la zona 8 de Mixco y ha crecido considerablemente, ya que cuenta con mejores instalaciones en su clínica para sus pacientes.

La clínica veterinaria tiene un programa que muchas veterinarias no tienen, cuentan con un movimiento revolucionario de adopción de mascotas, un pequeño espacio para brindarle a las mascotas una segunda oportunidad. Han tenido problemas con esta campaña, ya que varios adoptantes devuelven a la mascota, ya sea por su tamaño, alergias por el pelo de animal y no tienen estabilidad económica, entre otras. En base a la información proporcionada por los veterinarios, se llega a la conclusión de que no cuentan con material de apoyo que informe al adoptante sobre los cuidados que la mascota necesita.

Por esta razón se presenta el proyecto: Diseño de materiales impresos para dar a conocer las consideraciones que se deben tomar en cuenta antes de la adopción de una mascota.

Este proyecto de graduación es evaluado a través de una herramienta de validación aplicada al cliente, grupo objetivo y expertos en el área, 8 expertos en el área de comunicación y diseño gráfico.

Con los materiales impresos se puede orientar a los adoptantes a analizar su decisión y sobre la responsabilidad que van a adquirir al adoptar una mascota para hacerse cargo de sus cuidados.

Capítulo II:

Problemática



Capítulo II: Problemática

La Clínica Veterinaria San Cristóbal en la actualidad impulsa la adopción de mascotas para brindarles un hogar permanente, pero los adoptantes, por diferentes motivos regresan a las mascotas a la veterinaria, ya que no se les brinda la información necesaria que los instruya en cuanto a los cuidados que necesitan los animales, antes de considerar la adopción.

2.1 Contexto

La Clínica Veterinaria San Cristóbal lleva establecida más de 15 años en zona 8 de Mixco, con servicios médicos para las mascotas.

Los veterinarios inician un proyecto en el 2011 para disminuir la población de animales callejeros como: perros y gatos. Ayudan a las mascotas abandonadas a buscar un hogar permanente con un entorno adecuado para su desarrollo.

Su visión se ha expandido más en los últimos 5 años, es una de las pocas clínicas que promueven la adopción. Actualmente se encuentra en el desarrollo de esta iniciativa, han tenido un crecimiento positivo en cuanto a incentivar la adopción de mascotas. En ciertos casos la adopción no logra ser totalmente efectiva, lo que ha provocado que la veterinaria opte por enviar a las mascotas a otros lugares, debido a que no tienen suficiente espacio para mantenerlos.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

La Clínica Veterinaria San Cristóbal no cuenta con materiales impresos que den a conocer las consideraciones que se deben tomar en cuenta antes de la adopción de una mascota.

2.3 Justificación

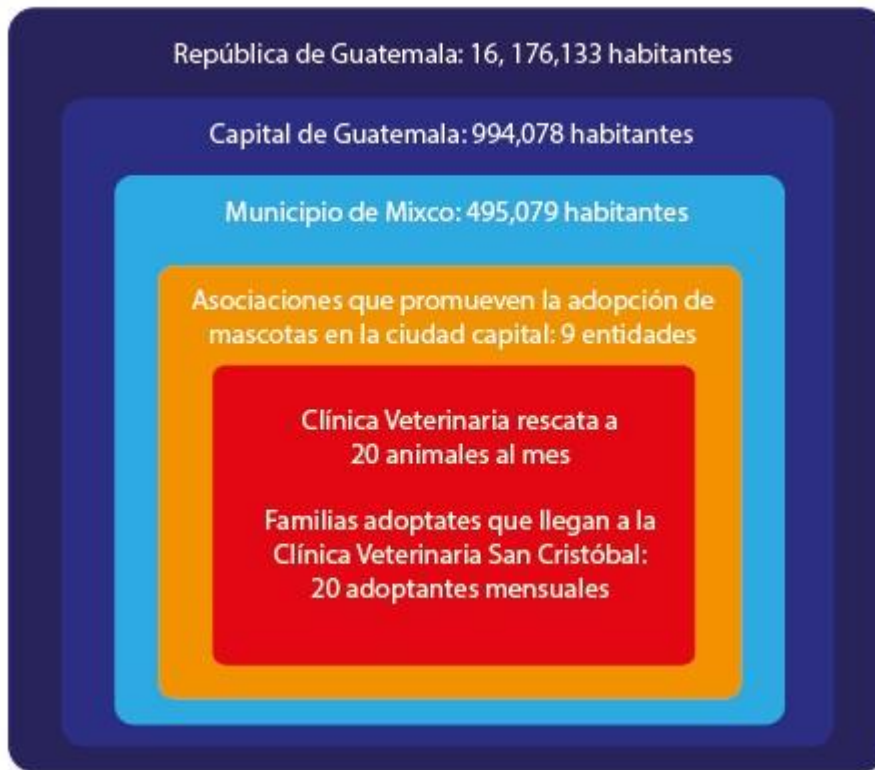
Para sustentar las razones por las que se considera importante el problema y la intervención del diseñador-comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables.

2.3.1 Magnitud

Según el Instituto Nacional de Estadística (2011), la República de Guatemala tiene un aproximado de 16, 176,133 habitantes. Existen 994,078 habitantes en la capital de Guatemala y 495,079 en el municipio de Mixco. Así como 9 asociaciones de animales que se dedican al rescate y adopción de mascotas en la ciudad capital de Guatemala.

La Clínica Veterinaria San Cristóbal rescata alrededor de 20 animales en un período de 15 días a un mes. Las familias adoptantes de la veterinaria llegan a un aproximado de 10 personas cada 15 días. Se tiene estimado que una adopción se da cada 3 días. Lo que se quiere lograr es tener 1 adopción diaria para que las familias puedan contribuir a la labor social, que es adoptar.

2.3.1.1 Gráfica magnitud.



2.3.2 Vulnerabilidad.

Al no contar con materiales impresos para informar a las personas que están interesadas en la adopción, acerca del cuidado inicial de una mascota, ha provocado dificultades, ya que últimamente las familias adoptantes los han regresado por diferentes razones. La veterinaria San Cristóbal ha optado por comunicarse con diferentes asociaciones protectoras para enviar a las mascotas a una segunda oportunidad de adopción, debido al poco espacio que tiene para recibir nuevamente a las mascotas.

2.3.3 Trascendencia.

Con la implementación de materiales impresos, la veterinaria puede informar a las personas adoptantes antes de tomar la decisión de iniciar con el proceso de adopción y así evitar cualquier inconveniente al momento que se haga efectiva la adopción de la mascota. Al proporcionar mayor información previa a la adopción, la veterinaria se ve beneficiada, ya que se logra encontrarle hogar a una mascota, sino también ayudan a reducir el número de animales callejeros por medio de la castración.

2.3.4 Factibilidad.

Este proyecto es factible, ya que la Clínica Veterinaria San Cristóbal cuenta con todos los recursos que hacen posible y realizable el proyecto.

2.3.4.1 Recursos humanos.

La Clínica Veterinaria San Cristóbal cuenta con el factor humano adecuado que tiene la experiencia y capacidad de ampliar la información o resolver dudas a las personas adoptantes.

2.3.4.2 Recursos organizacionales.

El Dr. Miguel Rivera y el Dr. Ramón Vidaurre, médicos veterinarios y dueños de la Clínica Veterinaria San Cristóbal están dispuestos a brindar toda la información necesaria acerca de la responsabilidad y el cuidado que se requiere al momento de adoptar una mascota.

2.3.4.3 Recursos económicos.

La veterinaria cuenta con los recursos financieros necesarios, que posibilitan la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos tecnológicos.

Se cuenta con una computadora con acceso a internet y programas de diseño para crear los materiales impresos que se les debe entregar a las personas que están interesadas en la adopción de una mascota.

Capítulo III:

Objetivos de Diseño



Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo General.

Diseñar materiales impresos para dar a conocer las consideraciones que se deben tomar en cuenta antes de la adopción de una mascota en la Clínica Veterinaria San Cristóbal.

3.2 Objetivos Específicos.

3.2.1. Investigar acerca de los conceptos de comunicación informativa y persuasiva, para sustentar el desarrollo del proyecto.

3.2.2. Recopilar toda la información necesaria relacionada a los cuidados de una mascota para determinar el contenido de los materiales impresos.

3.2.3. Crear elementos gráficos de forma ordenada y con equilibrio visual para facilitar la comprensión de la información en los materiales impresos.

Capítulo IV:

Marco de referencia



Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente.

Nombre:

Clínica Veterinaria San Cristóbal.

Dirección:

3ra calle 6-21 zona 8 de Mixco, ciudad San Cristóbal. Interior de la gasolinera Don Arturo, local 3 y 4 (frente a Sankris mall).

Teléfono:

2413-1207

Contacto:

Dr. Miguel Rivera: 52024750

Antecedentes:

La Clínica Veterinaria San Cristóbal inicia en septiembre del año 2000, como pequeña agro veterinaria donde se vende todo tipo de concentrado para animales y productos veterinarios.

Después de observar la exigencia de los clientes para que también se presente servicios médicos para sus mascotas, se toma la decisión de implementar estos servicios y pasa de una agro veterinaria a una veterinaria, ha estado ubicada desde sus inicios en zona 8 de Mixco.

Visión:

Ser una empresa sólida, líder en la prestación de servicios médicos veterinarios de la mejor calidad y profesionalismo, con énfasis en pequeños animales y proyección a otras especies.

Nuestro compromiso social es mejorar la calidad de vida de las familias a través del cuidado de la salud de nuestros pacientes y ofrecer bienestar a empleados y accionistas.

Misión:

Ofrecer bienestar a las familias de nuestros pacientes a través de la prestación de servicios médicos veterinarios y complementarios de óptima calidad, contribuyendo a la innovación, capacitación y desarrollo profesional. Nuestro grupo de trabajo comparte valores y principios éticos de respeto, responsabilidad y compromiso.

Valores:

Los valores que rigen en la Clínica Veterinaria San Cristóbal son:

1. Excelencia
2. Eficiencia
3. Honestidad
4. Respeto
5. Compromiso
6. Dedicación

7. Confianza

Servicios:

Servicios Generales

1. Consulta
2. Laboratorio Clínico
3. Vacunación
4. Urgencias 24 horas
5. Odontología

Servicios Especializados

1. Cirugía
2. Fisioterapia
3. Cuidados Intensivos

Otros Servicios

1. Sala de belleza
2. Medicamentos
3. Identificación y certificados

Organigrama:



FODA:

Fortaleza	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Ofrecer un hogar a una mascota.	Porcentajes de 0% de compras, gastos solo en manutención.	Tiempo requerido hacia la mascota.	Sobrepoblación de animales por falta de adoptantes.
Brinda ayuda a los animales que son abandonados.	Dar a conocer la veterinaria por medio de publicidad familiar.	Espacio requerido dependiendo del tamaño de la mascota.	Movimientos migratorios de la familia adoptante.
Seguimiento de medicamentos y cuidados de la mascota.	Aumento de canales de venta de productos y servicios de la veterinaria.	Problemas por experiencias no gratas en el pasado.	Descuidos que amenazan la vida de la mascota.

Antecedentes de diseño:

Logotipo:



Datos del proyecto

Oportunidad identificada:

Al tener el apoyo de los materiales impresos, se puede educar a los adoptantes en los cuidados de una mascota. Al momento de adoptar, la veterinaria se ve beneficiada al recibir a las mascotas para sus chequeos veterinarios, compra de alimento y accesorios. Esto puede contribuir a lograr un balance en su negocio entre ventas y obras sociales.

Delimitación geográfica:

Departamento de Guatemala.

Grupo objetivo:

El grupo objetivo que va dirigido la Clínica Veterinaria San Cristóbal, es de nivel C+ a nivel C.

Principal beneficio al grupo objetivo:

Tener la oportunidad de vivir una experiencia que los una más como familia, al adoptar una mascota que se merece una segunda oportunidad. Puedan tomar todas las medidas necesarias para brindar un hogar apto a la mascota.

Competencia:

Veterinaria Life, Veterinaria Palvet, Veterinaria San Pedro, Veterinaria Exotic.

Posicionamiento:

La clínica veterinaria San Cristóbal es la más reconocida del municipio de Mixco por su atención médica, eficiencia y amabilidad que ofrece a los clientes.

Factores de diferenciación:

Es una de las pocas clínicas veterinarias que aportan esta obra social de promover las adopciones de mascotas como perros y gatos.

Objetivo de mercadeo:

Con la ayuda social que brindan para las mascotas en adopción, la clínica veterinaria se puede beneficiar en corto plazo al tener más clientes para chequeos médicos y grooming.

Objetivo de comunicación:

Dar a conocer a través de los materiales impresos información acerca de la responsabilidad que conlleva adoptar a una mascota. Por medio de imágenes y texto que se quiere brindar al momento de que las personas soliciten información sobre los cuidados de las mascotas.

Mensajes clave a comunicar:

Informar a las personas acerca de la importancia de adoptar y la responsabilidad que conlleva la mascota.

Estrategia de comunicación:

Crear publicidad, de boca en boca, y lograr conciencia social para las personas que no tienen conocimiento acerca de lo que es adoptar. Dar a conocer más la clínica y cuál es su propósito actual con esta iniciativa.

Reto de diseño y trascendencia:

Por medio de los materiales impresos se quiere informar sobre todas las responsabilidades que se tienen que tomar en cuenta antes de adoptar, como chequeos médicos, cuidados personales.

Materiales a realizar:

Una infografía sobre los cuidados iniciales de la mascota adoptiva, un volante con información de la veterinaria.

Capítulo V:

Definición del grupo

objetivo



Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo de la Clínica Veterinaria San Cristóbal es entre nivel C+ a nivel C, que cuenta con la capacidad económica para brindar todos los cuidados que se requieren al momento de adoptar una mascota. Personas que tienen educación a nivel superior o licenciatura, padres de familia responsables que le inculcan esos valores a sus hijos, que cuentan con casa propia o apartamento e ingresos para gastos médicos.

5.1 Perfil geográfico

La Clínica Veterinaria San Cristóbal se encuentra ubicada en el municipio de Mixco, en el extremo oeste de la ciudad capital. Según el Instituto Nacional de Estadística – INE (2011), en el municipio habitan 495,079 personas.

Clima:

El clima del Municipio es templado, posee temperaturas suaves entre los 12 a 28 °C.

Latitud: 14° 37' 59" Norte

Longitud: 90° 36' 23" Oeste

Extensión: 132 km²

5.2 Perfil demográfico

Entre las características demográficas del grupo objetivo se puede mencionar:

Edad: De 23 a 60 años.

Género: Masculino y femenino

Ciclo de vida: Solteros, casados y casados con hijos.

Ingresos: Sus ingresos van de Q8, 000 a Q20, 000 Quetzales.

Ocupación: Estudiantes, trabajadores, profesionales, licenciados, gerentes, directivos, propietarios de sus empresas.

Educación: La mayoría del grupo objetivo posee estudios universitarios y maestrías.

Nacionalidad: Guatemaltecos y no guatemaltecos.

Nivel Socioeconómico: C+, C

Ver tabla NSE en anexo A.

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo tiene un estilo de vida sustentable, se les facilita la compra de concentrado y/u otros artículos relacionados, gastos médicos, entre otros. El cliente tiene ventaja de gozar de los servicios de un gimnasio, distractores como televisión, teléfono celular, divertirse con otras personas o pasar tiempo de calidad con su familia.

La mayoría posee vehículo propio, disfrutar de actividades cotidianas como ir al cine, comer en restaurantes o viajar dentro y fuera del país.

5.4 Perfil conductual

Las personas acuden a la Clínica Veterinaria San Cristóbal por su impecable atención al cliente y sus conocimientos médicos. Al momento de crear la iniciativa de adopción de la veterinaria, los futuros adoptantes buscan el momento indicado para adquirir

una mascota en su hogar. Con los asesoramientos de los veterinarios prolongarán la salud y el bienestar de la mascota.

Capítulo VI:

Marco Teórico



Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Veterinaria:

El concepto de veterinaria es la disciplina médica que se encuentra dedicada a la prevención, diagnóstico, tratamiento y cura de las enfermedades y afecciones que atacan a todos los animales, ya sean domésticos, salvajes o de producción.

La Sociedad Agrícola Odiham es fundada en 1783 en Inglaterra para promover la agricultura y la industria, juega un papel importante en la fundación de la profesión veterinaria en Gran Bretaña. Thomas Burgess, miembro fundador de la sociedad, comienza a asumir la causa del bienestar animal y tratamiento más humanitario de los animales enfermos. (patologiaveterinaria.cl)

6.1.2 Médico Veterinario:

Es el profesional que ejerce esta disciplina se lo denomina como veterinario y para ejercer la misma se le exige haberse recibido conforme en la carrera de Veterinaria.

Según el Dr. Miguel Rivera (2015) un médico veterinario es “un profesional capacitado para mantener y mejorar la salud de los animales.”

Esto conlleva a reflexionar sobre qué significa verdaderamente ser un “buen veterinario”. Todo veterinario sueña con serlo desde que obtiene su licenciatura, pero no se sabe cuál es el estándar. Un profesional en la ciencia médica veterinaria realiza un gran

cambio positivo en el ambiente, da a las personas la ayuda que necesita para mantener a su mascota amiga con gran salud. (patologiaveterinaria.cl)

6.1.3 Adopción:

Es la acción de adoptar. Este verbo hace referencia a recibir como hijo al que no lo es biológicamente, con el cumplimiento de diversos requisitos y obligaciones.

Según Roshan y Benji (2007) adopción es “Adoptar una mascota le confiere y respeta su condición inherente de ser vivo que pierde al ser adquirido como mercancía, adorno, objeto o capricho en una compra-venta.”

Adoptar con conciencia es muy difícil, las familias hoy en día no poseen la educación necesaria sobre este tema. La compra de animales en tiendas de mascotas, se estima que la mascota ya tiene hogar permanente en cambio un perro callejero no es segura su estadía a largo plazo con una familia adoptante, es un compromiso y una responsabilidad.

6.1.4 Adoptante:

Persona que acoge a un ser humano o a un animal para asumir responsabilidad de cumplir los deberes de un padre o madre.

El adoptante hace un acto de gran humanidad al adoptar un animal que ha vivido situaciones y condiciones crueles o que podría vivirlas en el futuro. (fundacion-affinity.org)

6.1.4.1 Características para ser un buen adoptante:

Para realizar una adopción exitosa y duradera se dan a conocer algunas características que debe tener un adoptante.

1. Ser mayor de edad:

Los niños de la casa pueden elegir a su futura mascota y realizar las consultas previas que deseen, pero la persona responsable de la adopción y quien firma el contrato debe ser mayor de 21 años. Si es mayor de edad y vive con tus padres, son ellos quienes deben firmar el contrato de adopción. (The Humane Society of the United States, 2005)

2. Lugar y espacio:

Debe contar con un entorno adecuado para convivir con el tipo de perro adoptado, esto depende de su tamaño y características (se puede asesorar al respecto). (The Humane Society of the United States, 2005)

3. Disponibilidad de tiempo:

Contar las horas al día que se tiene libre y considerar las atenciones que necesita la mascota.

Se recuerda que un cachorro necesita de mucho tiempo y paciencia. Un adulto si bien ya viene con algunos temas resueltos y aprendidos necesita tiempo para adaptarse a una nueva familia por lo cual se debe ser paciente. Considerar también que los perros necesitan mínimamente media hora de paseo diaria y juegos para ser animales sanos física y mentalmente. (The Humane Society of the United States, 2005)

4. Disponibilidad monetaria:

La alimentación adecuada, vacunas, eventual atención veterinaria, entre otros, todo esto cuesta dinero, que puede variar mucho en función del animal que se elija. (The Humane Society of the United States, 2005)

6.1.5 Ley protectora de animales en Guatemala:

En desconocimiento de muchos, en Guatemala existe una ley que protege a los animales del maltrato. Sin embargo esta ley fue emitida en 1952 y carece de sanciones relativas a la economía actual y otorga autoridad a la Asociación Guatemalteca Protectora de Animales, quien es criticada por muchos. (Abogadosdelosanimales.org)

En la actualidad la universidad de San Carlos de Guatemala, específicamente la facultad de veterinaria está concretando las condiciones de cárcel y multa monetaria a las personas que realicen maltrato animal. Se está a la espera de una aprobación oficial.

6.1.6 Responsabilidad de adoptar una mascota:

Convertirse en dueño de una mascota no es una responsabilidad que deba tomarse a la ligera, ya que hay grandes compensaciones, pero también pueden surgir dificultades y aunque el disfrute y la compañía de las mascotas superen cualquier desventaja, se debe asegurar antes de que se pueda asumir este compromiso.

Según Santoyo (2015), responsabilidad es “tener la consciencia suficiente para saber que requiere de cuidados y atenciones permanentes, una responsabilidad de toda la vida.”

Adoptar un animal es una gran decisión. Los perros y los gatos requieren mucho tiempo y dinero, una responsabilidad de más de 15 años en muchos casos. Tener un animal puede ser muy recompensante, pero sólo si realmente se ha meditado esta decisión antes de adoptar. (Abogadosdelosanimales.org)

6.1.7 Cuidados de una mascota:

La tenencia de un animal de compañía en nuestro hogar implica una serie de responsabilidades relativas a su cuidado y atención que se debe conocer.

1. Respeto y cariño:

Las mascotas no son juguetes ni objetos. Son seres que sienten y sufren. Antes de adquirir una mascota piensa si puedes cuidarla durante toda su vida que es hasta 15 años.

2. Protección:

Darle un lugar seguro donde resguardarse del frío y calor.

3. Alimentación:

Darle alimentación diaria, sana y balanceada (croquetas). Siempre debe tener agua fresca y limpia. Lavar sus platos diariamente.

4. Limpieza:

Se debe mantenerlo limpio, libre de pulgas y garrapatas. Bañar al perro cada 15 días con jabón especial y a los gatos es necesario cepillarlos para quitarles el polvo y pelo suelto. Limpiar diariamente el área donde habita.

5. Salud:

Lleva al perro o gato al médico cuando se observe que no actúa normal. Mantén su cuadro de vacunación y desparasitación siempre al corriente. No se le debe dar remedios caseros ni medicina de humanos.

6. Esterilización:

Como sociedad, tenemos la responsabilidad de que los animales de compañía tengan una posibilidad real de encontrar un hogar con personas responsables, capaces de brindarles una vida digna; precisamente por esta razón se debe evitar el nacimiento de aquellos no deseados, que de lo contrario terminarán por ser sacrificados, maltratados o abandonados. Lleva a la mascota a esterilizar.

7. Ejercicio:

Los perros y gatos necesitan ejercicio esto ayuda a gastar energía y hacer menos destrozos. Llevar a la mascota a pasear con correa diariamente. No olvides recoger sus necesidades con una bolsa y tirarla a la basura para evitar contaminación. (fundacion-affinity.org)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación.

La comunicación es un campo de estudio dentro de las ciencias sociales, que trata de explicar cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo estos intercambios afectan a la sociedad y a la comunicación. Es decir, investiga el conjunto de principios,

conceptos y regularidades que sirven de base al estudio de la comunicación, como proceso social.

La comunicación es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante que cuales los seres vivos se comunican con sus semejantes, para transmitir o intercambiar información.

Según Frascara (2000) “La comunicación en cualquier circunstancia de nuestras vidas es de vital importancia para poder expresar nuestros objetivos, necesidades y emociones.”

Para los humanos la comunicación es vital en la vida diaria sin ella no se puede dar a conocer y entender todo lo que se quiere expresar ya sea verbalmente o con una pequeña ayuda. Se ha evolucionado a través de la comunicación y siempre está presente en la rutina de vida.

La comunicación se ha definido como el intercambio de sentimientos, opiniones o cualquier otro tipo de información mediante una conversación, escritura u otro tipo de señales. La mayor parte del tiempo las personas pasan comunicándose entre sí. (Tomas Fernández García, 2001)

6.2.1.2 Comunicación Gráfica.

Comunicación gráfica no es lo mismo que diseño gráfico. Por razón lógica se entiende que comunicación gráfica es todo medio por el cual se transmite un mensaje de manera visual, cualquier mensaje por cualquier medio. Si se confunden los conceptos de diseño y comunicación, es debido a que en ambos existe este medio.

En concreto en la comunicación gráfica el emisor es el diseñador o la empresa que contrata a ese diseñador; el receptor es el público al que va dirigido ese diseño; el código, es el tipo de elementos que lleva el diseño; el mensaje, es el concepto que se quiere transmitir al receptor; y el canal, es por ejemplo un cartel impreso o un díptico publicitario. (Román C.J, 2005)

6.2.1.3 Comunicación Escrita.

Se percibe a través de la visión, las palabras se leen y, por ende, se utiliza el sentido de la vista. Esto causa una mayor concentración del lector, para entender la idea planteada debe analizar el contenido y evaluar las formas de la escritura o el sentido que tiene ésta.

La escritura posee un mayor nivel de elaboración que la comunicación oral, se tiende a tener más cuidado de las palabras que se plasman. Son importantes los elementos de acentuación, pues le dan sentido a la lectura; pausas, interrogaciones, tildes, comas, entre otros. (Román C.J, 2005)

6.2.1.4 Comunicación Pública.

Todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas.

No se considera pública la comunicación cuando se celebre dentro de un ámbito estrictamente doméstico que no esté integrado o conectado a una red de difusión de cualquier tipo. (Román C.J, 2005)

6.2.1.5 Comunicación Visual.

Es aquella por lo regular se transmite mediante imágenes a través de la televisión, carteles, espectaculares en la calle, fotografías, periódicos, revistas y volantes, entre otros.

En el Internet en los sitios web que utilizan de vídeos y fotografías para transmitir información mediante ese tipo de comunicación.

La recreación de la comunicación visual mediante teatros con personajes o bien los mimos, señas con el rostro o manos, gestos. (Román C.J, 2005)

6.2.1.6 Comunicación Persuasiva.

La persuasión es una herramienta de comunicación útil para transformar ideas, creencias, actitudes y, en el mejor de los casos, comportamientos. A menudo tiene mala fama (ya que se confunde con la manipulación, es decir, el uso de artimañas para convencer al otro de que haga algo en contra de sus intereses) pero en realidad, se está rodeado de mensajes persuasivos. Se utiliza en los discursos políticos, en los medios de comunicación, para enamorar; la utilizan los grupos religiosos, los ecologistas, los vendedores e incluso, los psicólogos.

Las técnicas de persuasión se dividen en dos grupos: las racionales y las emocionales.

Algunas técnicas racionales son la argumentación, la lógica, la retórica, el método científico y la evidencia. Algunas técnicas emocionales son la publicidad, la fe, la imaginación, la propaganda, la seducción, la culpa y la lástima.

Para persuadir se necesita fijar un objetivo que sea asequible mediante la comunicación. Eso significa planificar los argumentos en una perspectiva que el interlocutor no tiene en cuenta. Por ello, los buenos persuasores buscan siempre un resultado final en el que los dos ganen. (Román C.J, 2005)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño.

Se define como el proceso previo de configuración mental, “pre-figuración”, en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

El acto humano de diseñar no es un hecho artístico en sí mismo, aunque puede valerse de los mismos procesos en pensamiento y los mismos medios de expresión como resultado. Al diseñar un objeto o signo de comunicación visual en función de la búsqueda de una aplicación práctica, el diseñador ordena y dispone los elementos estructurales y formales, así como dota al producto o idea de significantes si el objeto o mensaje se relaciona con la cultura en su contexto social.

Según Mare (2014) diseño es “El arte de lo posible, es imaginar y alumbrar nuevos mundos.”

En el momento de diseñar, se toma en cuenta ciertos aspectos, para ello se debe tener en cuenta las siguientes etapas: observar y analizar el medio en el cual se desenvuelve el ser humano, evaluar las necesidades del individuo, planear y proyectar con el fin de

solucionar la necesidad del sujeto a través de maquetas, planos, entre otros y, por último ejecutar la idea plasmada. (Herrera, C. & López Parejo, 2008)

6.2.2.2 Diseño Gráfico.

El padre del término “diseño gráfico” es el americano William Addison, un diseñador que trabajó con materiales publicitarios en distintos formatos, desde carteles y panfletos hasta anuncios en periódicos y revistas en 1922. (Herrera, C. & López Parejo, 2008)

El diseño gráfico es una actividad que se propone comunicar valores/mensajes de forma visual, su origen tiene que ver más que nada con la sociedad industrial y la necesidad de resolver problemas comunicativos, ya sean de difusión (propaganda/publicidad), funcionales (señalética), culturales (libros, revistas), entre otros.

El diseño gráfico también conocido como diseño en comunicación visual es una disciplina y profesión que tiene como fin realizar, proyectar, idear mensajes con objetivos claros y determinados a través de la imagen.

El diseño gráfico se observa en diversas áreas como: el diseño publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño multimedia y web, diseño tipográfico, la cartelera y señalética, entre otros.

6.2.2.3 Diagramación.

La diagramación es una fase aparentemente sencilla, pero su complejidad radica en que de ella depende que haya una fácil lectura, que el cuerpo del texto sea correcto y proporcionado, que las imágenes sean comprensibles y concuerden con el texto o la

información en que se apoya, entre otros. Los encargados de esto son los diseñadores, quienes, por lo general, se encargan de tareas o secciones específicas, eso sí, las directrices generales dadas por un diseñador jefe, que es quien da unidad visual y estilística al periódico para que éste se distinga claramente de los otros. (Alberto, C.G, 2002)

6.2.2.4 Circulo Cromático.

Es una forma de representación geométrica y plana de los colores. El círculo cromático no es más que una simbolización de la escala de colores que forman el universo y que el ser humano puede observar con su visión. Estos colores están dispuestos de manera escalonada y progresiva entre diferentes tonos del mismo color que acercan a uno u otro color distinto.



Circulo Cromatico: www.decoestilo.com

6.2.2.5 Colores CMYK.

CMYK son las siglas en inglés de los colores Cyan, Magenta, Amarillo y Negro.

Este sistema colorimétrico es el utilizado para la impresión. Los colores son mezclados por el impresor o por distintas planchas para crear el resto de colores.

En teoría los colores cyan, magenta y amarillo pueden reproducir todos los colores cuando se mezclan pero las tintas no son tan puras ni los negros tan profundos como con un sistema RGB. Es por ello que la tinta negra es necesaria para una impresión de calidad. Sin embargo la mayoría de las impresoras dedicadas a la reproducción digital artística pueden hoy imprimir en RGB puesto que la gama es más amplia. (Wong, W. 2002)

6.2.2.5.1 Porcentajes de Colores CMYK.

Cyan: Es muy clara porque tan solo tiene 1% de pigmentación.

Magenta: Tiene un 34% de pigmentación.

Amarillo: 100% de saturación del color.

Negro: Tiene 0% de pigmentación.

6.2.2.6. Infografía.

Las infografías se pueden categorizar según el objetivo que se persigue en su utilización como recurso o las ventajas que se pretendan obtener de ellas. El uso de infografías está cada vez más extendido gracias a los buenos resultados que se obtienen por la facilidad de asimilación del público.

Las infografías son usadas para explicar de forma rápida y clara información o datos muy complejos (trayectorias, mapas, textos técnicos y material educativo).

El 90% de toda la información que se percibe es visual, y el 65% de la población aprende mejor mediante recursos visuales. Por eso, las infografías resultan más que útiles si lo que se busca es un formato visual para explicar a al usuario conceptos densos.

Pese a que en su origen sólo se utilizaba para crear mapas o rutas, hoy en día, y gracias al diseño y a las ilustraciones es uno de los formatos más populares que facilitan la comprensión y asimilación de conocimientos. Es un formato muy utilizado debido a su capacidad para explicar de forma rápida y sencilla datos, estadísticas, evolución temporal, procesos de producción, entre otros. (Román, I. C. 2007)

6.2.2.6.1 Infografía Informativa.

La información también se puede realizar por medio de infografías que aportan datos, estadísticas, resultados y también materiales para poner de relieve cualquier acontecimiento.

6.2.2.7. Trifoliar.

Es un folleto gráfico en el que se publica información acerca de una empresa o producto, este tipo de publicidad también es muy utilizado en los restaurantes para dar a conocer el menú y promociones que se ofrecen.

Está conformado por tres caras que se produce al doblar dos veces una hoja. De esta manera se obtiene una pieza con un total de seis divisiones. Tres al frente y tres en la parte trasera, esta clase de propaganda se puede realizar de diversas maneras pero la más utilizada es vertical y con los paneles superpuestos de manera que forme un perfil al estar cerrado. (Román, I. C. 2007)

6.2.2.8. Volante.

Los volantes y los folletos son herramientas comunes para presentar una campaña y promover su mensaje a un público que sabe leer y escribir. Es de producción de bajo costo, los volantes deben cubrir como máximo los dos lados de una hoja de carta estándar, que puede plegarse de diferentes formas. Un folleto es más costoso, pero puede relatar una historia más larga y compleja que un volante. (Román, I. C. 2007)

Para crear un folleto o volante efectivo se debe dar el mensaje de manera atractiva, para que el lector se anime a leer el texto completo.

6.2.2.9. Illustrator.

Es el software de gráficos vectoriales estándar del sector utilizado en todo el mundo por los diseñadores de todo tipo que quieren crear gráficos digitales, ilustraciones y tipografía para todo tipo de medios de comunicación: Impresos, web, interactivos, vídeo y móviles. (Morrison, M. 2015).

Su principal uso es para hacer ilustraciones, caricaturas, diagramas, gráficos y logotipos. Illustrator usa ecuaciones matemáticas para hacer cualquier forma. Esto hace que los gráficos vectoriales sean escalables sin pérdida de resolución.

6.3 Ciencia auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias.

6.3.1.1 Semiología.

La semiología es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos.

Puede decirse que la semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza). (Definición.de, 2015)

6.3.1.2 Sociología.

La sociología es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales (conjunto de individuos que conviven agrupados en diversos tipos de asociaciones). Esta ciencia analiza las formas internas de organización, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en el marco de la estructura social. (Definición.de, 2015)

6.3.1.3 Psicología.

Las distintas corrientes filosóficas posteriores al racionalismo, los avances en ciencias como las matemáticas, la neurología, la fisiología y la Teoría de la Evolución influyeron en el estudio sobre aspectos concretos de la mente, lo que supuso el surgimiento de la Psicología como ciencia, independiente de la filosofía, a finales del siglo XIX.

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 sirven de guía para conocer, explicar e incluso hasta predecir acciones futuras. (Mucchielli, Alex, 1995)

6.3.1.4 Psicología del color.

El color habla a nuestros sentidos de manera más precisa y más viva aún que la forma. Los niños son generalmente partidarios del colorido y de lo brillante. Les gusta la luz, y sufren al estar en la oscuridad. Pero hay momentos en que escogen para sus dibujos los colores oscuros y las sombras, porque corresponden simbólicamente a su estado de ánimo de ese momento. Cada color provoca en el ser humano una reacción espontánea, cada uno tiene un sentido simbólico completo y concreto. Los colores oscuros son también empleados por el niño que quiere indicar su tristeza. (Mucchielli, Alex, 1995)

A modo de ejemplo: El azul es el más profundo y el más inmaterial de los colores. Es un color frío que produce calma y tranquilidad. El niño bueno y afectuoso utiliza a menudo el color azul, mientras que el niño nervioso y agresivo prefiere el rojo.

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, se toma en cuenta muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa. Sin embargo, es un sentido más amplio, del estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en disciplinas como el diseño, la arquitectura, la moda, la señalética, la publicidad y el arte.

6.3.1.5 Psicología de la comunicación.

La Psicología de la Comunicación constituye un área de la Psicología Social que estudia el comportamiento o conducta del hombre en sus interrelaciones con la sociedad, tanto como ente que comunica datos, ideas, conceptos, entre otros. Así como receptor de mensajes. Trata en suma, de conocer y analizar los factores de índole psicológica que intervienen en los diferentes procesos de la actividad de la comunicación. (Mucchielli, Alex, 1995)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Fotografía.

En la actualidad, la fotografía desempeña un papel importante como medio de información, como instrumento de la ciencia y la tecnología, como una forma de arte y una afición popular. Con ella se puede recoger momentos especiales y dejar fijos por mucho tiempo; ciencias como astronomía, física atómica, física nuclear, física cuántica, mecánica cuántica cuenta con la fotografía para sus estudios; y la prensa escrita se sirve de ella como medio informativo. (Sánchez, J., & Edgardo, L. 2012)

6.3.2.2 Dibujo.

Es la representación gráfica, mediante un solo color, en dos dimensiones (en este caso el soporte de trabajo) aquello que el ojo ve en tres dimensiones, es decir, los aspectos que presenta toda imagen: la forma y el volumen. El dibujo es la técnica básica de todas las artes plásticas. Detrás de toda pintura, escultura, diseño, entre otros. Se realiza la ejecución de un dibujo previo, ya sea real o mental. (Sánchez, J., & Edgardo, L. 2012)

6.3.2.3 Escritura.

La escritura es una habilidad distintiva de los seres humanos sobre el resto de los humanos. Hasta la fecha, la única escritura en existencia a lo largo de la historia ha sido aquella creada por humanos.

A la persona que utiliza la escritura para escribir textos se le llama escritor, o autor. Sin embargo, si se profundiza un poco se pueden encontrar otras denominaciones, en función de qué tipo de textos se escriban.

Por ejemplo, una persona que se especializa en escribir poemas es llamada poeta, mientras que una que escribe ensayos es llamada ensayista. También se pueden llamar periodistas, novelistas, entre otros. (Sánchez, J., & Edgardo, L. 2012)

6.3.2.4 Artes Tipográficas.

Se conoce como tipografía a la destreza, el oficio y la industria de la elección y el uso de tipos (las letras diseñadas con unidad de estilo) para desarrollar una labor de impresión. Se trata de una actividad que se encarga de todo lo referente a los símbolos, los números y las letras de un contenido que se imprime en soporte físico o digital.

El diseño, la apariencia y las dimensiones de los tipos dependen de la tipografía.

Espinosa, M. P. (2001).

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Tecnología.

La Tecnología se define como el conjunto de conocimientos y técnicas que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten al ser humano modificar su entorno material o virtual para satisfacer sus necesidades, esto es, un proceso combinado de pensamiento y acción con la finalidad de crear soluciones útiles. (Rosalba Cruz, Carmen Fragano, 2001)

La Tecnología responde al deseo y la voluntad que tienen las personas de transformar su entorno, transformar el mundo que los rodea para buscar nuevas y mejores formas de satisfacer sus deseos. La motivación es la satisfacción de necesidades o deseos, la actividad es el desarrollo, el diseño y la ejecución y el producto resultante son los bienes y servicios, o los métodos y procesos.

6.3.3.2 Teoría del color.

Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de percepción de colores para conseguir el efecto deseado al combinar colores de luz o al combinar colores reflejados en pigmentos.

En el ámbito práctico del uso del color, el conocimiento que se obtiene y se adquiere hace referencia al color pigmento y proviene de las enseñanzas de la antigua Academia Francesa de Pintura que consideraba como colores primarios (aquellos que por mezcla producirán todos los demás colores) al rojo, el amarillo y el azul. (epymedigital.blogspot.com.)

6.3.3.3 Teoría de las 5 W.

Las “5W” provienen de What, Who, Where, When, Why. La noticia o los textos informativos responden a estas seis cuestionantes: qué, quién, dónde, cómo, cuándo y por qué, además de respetar la estructura de la pirámide invertida. Qué: es el acontecimiento, el hecho, la noticia; quién: el personaje o personajes de la noticia; dónde: donde ha tenido lugar el hecho; cómo: describe la forma y circunstancias en la que tuvo lugar el

acontecimiento; cuándo: sitúa la acción en el tiempo; por qué: explica las razones o causas del hecho. (epymedigital.blogspot.com.)

6.3.3.4 Teoría del recorrido visual.

La primera página se confecciona en función del recorrido visual del lector. Actualmente se considera que es el ángulo superior izquierdo, que se denomina técnicamente "región óptima primaria". Posteriormente, la vista sigue una de estas dos trayectorias: Lectura circular, en el sentido de las agujas del reloj y lectura en Z: la vista va de izquierda a derecha en la parte superior y repite el patrón en la parte inferior. (epymedigital.blogspot.com.)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Minimalismo.

Es una corriente artística que sólo utiliza elementos mínimos y básicos. Por extensión, en el lenguaje cotidiano, se asocia el minimalismo a todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio.

La intención del minimalismo, por lo tanto, es generar sentido a partir de lo mínimo. Esto requiere simplificar los elementos utilizados, a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples. (Moguel, P. R. 2015)

6.3.4.2 Ilustración.

Ilustración es la acción y efecto de ilustrar (dibujar, adornar). El término permite nombrar al dibujo, estampa o grabado que adorna, documenta o decora un libro.

En este mismo sentido, hay que exponer que ilustración es un término que también se utiliza de manera habitual para referirse a la publicación periódica que suele estar compuesta tanto de texto como de láminas y dibujos de diversa tipología. (Moguel, P. R. 2015)

6.3.4.3 Informalismo.

En el informalismo se encuentra una fuerte presencia de la personalidad del artista a través de las técnicas o materiales empleados, una exaltación del azar y la improvisación, un rechazo de la construcción premeditada y una base ideológica fuertemente vinculada con el existencialismo. (Moguel, P. R. 2015)

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 Fotografía.

Se busca una representación de un perro mestizo como centro de la infografía para captar la atención del adoptante. Se considera varios aspectos de la mascota seleccionada, ya que se quiere causar un impacto positivo en las familias adoptantes.

7.1.2 Teoría del color.

Se utilizarán colores entre cálidos y fríos, con el fin que el grupo objetivo lo relacione con un sentimiento de alegría y reaccione rápidamente a una imagen positiva sobre la adopción.

7.1.3 Minimalismo.

Esta tendencia es para crear todos los elementos gráficos y explicar mejor los cuidados de la mascota de forma clara y concreta.

7.1.4 Semiología.

La semiología nos aportará el conocimiento para el uso correcto de los signos dentro de los materiales impresos, además nos facilita la comunicación del mensaje a través de los signos, como los colores, imágenes, tipografía.

7.1.5 Psicología.

Mediante los recursos psicológicos se logrará la selección de colores, contenido, composición de fotografías, que permitan a las personas un diseño acogedor que brindará confianza al momento de visualizar los materiales impresos e influir en la toma de decisión de los adoptantes.

7.1.6 Sociología.

La sociología nos permite comprender el comportamiento del usuario, basándose en la observación del grupo objetivo y su interacción con otras de su mismo grupo y su entorno. Esto ayudará a crear un diseño enfocado directamente al grupo objetivo.

7.1.7 Artes Tipográficas.

El arte de la tipografía ayudará a seleccionar el tipo de letra adecuado para los materiales impresos, para que el contenido se mire legible para los futuros adoptantes, también proporcionará un diseño con presencia y estilo de manera visual.

7.1.8 Ilustración.

Esta tendencia ayudará a que el grupo objetivo se identifique más con el propósito que tiene la Clínica Veterinaria San Cristóbal sobre la adopción, muestra diferentes ilustraciones de mascotas, lo que se debe y no se debe hacer y formas para conectar visualmente el mensaje.

7.2 Conceptualización

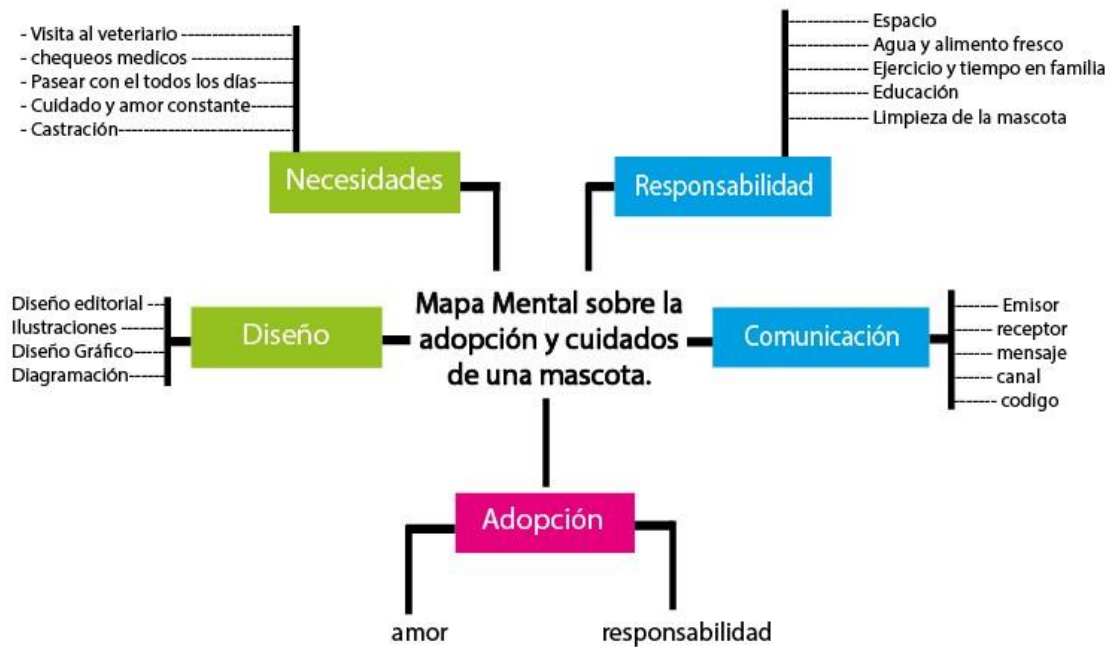
7.2.1 Método.

El mapa mental es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

Todos los mapas mentales tienen elementos comunes. Cuentan con una estructura orgánica radial a partir de un núcleo en el que se usan líneas, símbolos, palabras, colores e imágenes para ilustrar conceptos sencillos y lógicos

Los mapas mentales son una de las mejores maneras de capturar los pensamientos y llevarlos a la vida en forma visual. Más allá de la toma de notas, sin embargo, los mapas mentales pueden ayudar a ser más creativos, ayuda a recordar mejor y facilita el resolver problemas con mayor eficacia. (neuronilla.com, 2011)

7.2.2.1 Aplicación del método.



7.2.2 Definición del concepto.

Se crean frases con las palabras desarrolladas en el mapa mental, para alcanzar una idea clara de lo que se quiere transmitir gráficamente a través de los materiales impresos.

- Adopta con responsabilidad.
- Nadie aprecia más tu compañía que tu mascota.
- Los perros no son tu vida entera, pero si la complementa.
- Errar es de humanos, perdonar es de perros.
- Vida saludable con ejercicio y tu mascota.
- Tomar responsabilidad con tu médico veterinario.
- Se responsable y castra a tu mascota.

- Una mascota = a compañero fiel.

La idea principal que se elige como fuente de inspiración para el diseño de los materiales impresos es:

“Adopta con Responsabilidad”, hace referencia al acto que es adoptar una mascota para crear conciencia y responsabilidad a las familias que lleguen a la veterinaria. Y así lograr una adopción completa y eficaz.

Este concepto debe crear un fuerte vínculo entre al adoptante y la mascota y será en un prolongado tiempo, ya que el adoptante tiene la información necesaria para tomar una decisión.

7.3 Bocetaje

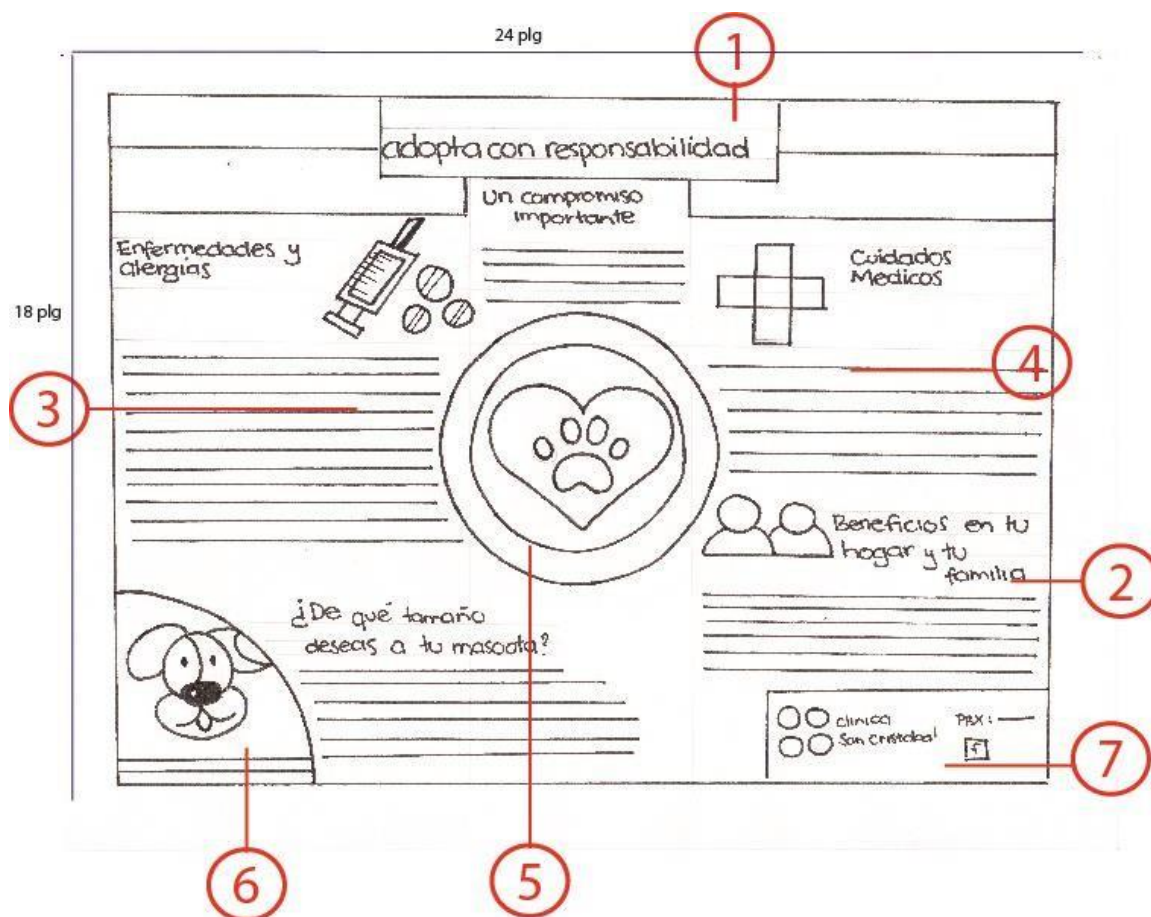
Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Emplear colores amigables para crear contraste con el contenido.	Illustrator	Interés
Tipografía	Utilizar fuentes tipográficas fáciles de leer.	Illustrator	Fluidez

Diagramación	Ordenar los elementos para mejorar la visualización de los materiales impresos.	Illustrator	Orden
Estilo	Crear un concepto de diseño limpio y atractivo.	Illustrator	Coherencia
Ilustración	Ejemplificar varios elementos visuales importantes como las mascotas en los materiales impresos.	Illustrator	Sensibilidad
Fotografía	Dar realismo a los materiales impresos a través de la mascota central	Photoshop	Humanidad

7.3 Bocetaje

7.3.1 Bocetos a base de dibujo natural

Propuesta 1 de infografía:

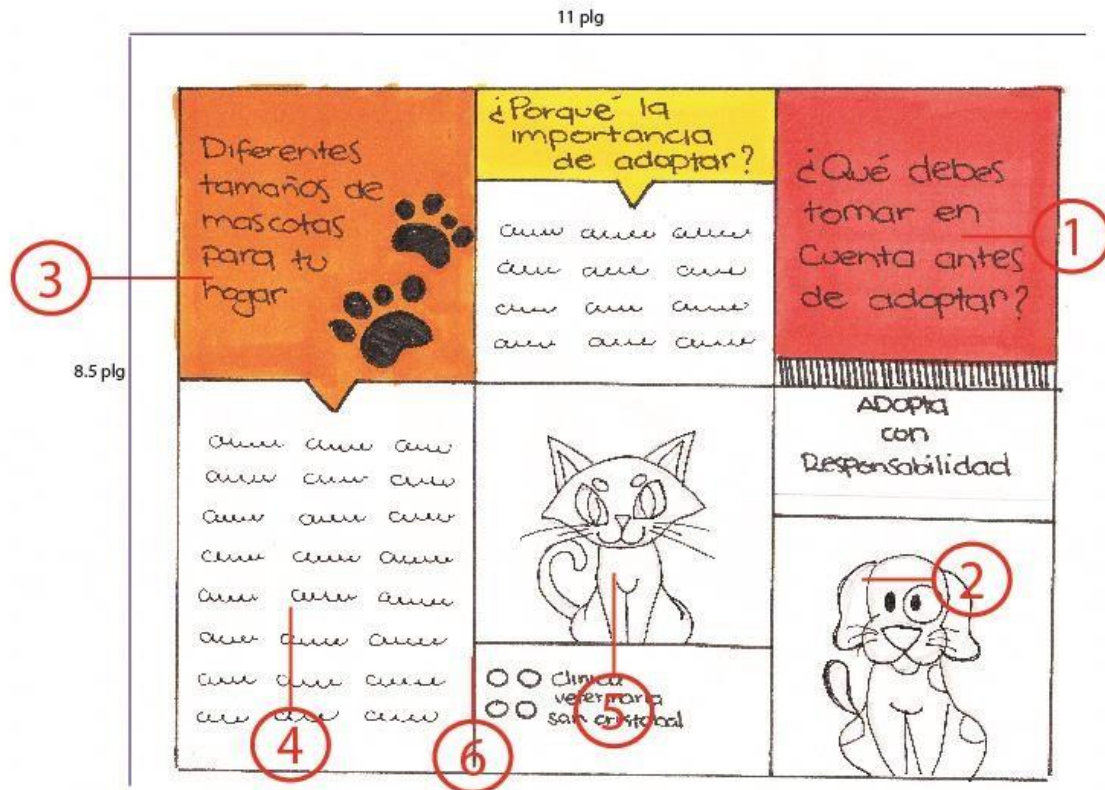


Descripción:

La creación de la Infografía fue integrada con Ilustraciones que muestran diferentes tipos de cuidados y tamaños de mascotas. Se da a conocer a los adoptantes que reciban el material dentro de la Clínica Veterinaria San Cristóbal, Al despertar de esta forma el interés por saber más sobre la iniciativa de adopción de mascotas.

1. Título Principal.
2. Sub títulos secundarios.
3. Ilustraciones secundarias.
4. Información sobre diferentes temas de mascotas.
5. Ilustración central para llamar la atención de los adoptantes
6. Ilustraciones de diferentes mascotas.
7. Logo de Clínica Veterinaria San Cristóbal.

Propuesta 1 general del trifoliar (tiro):

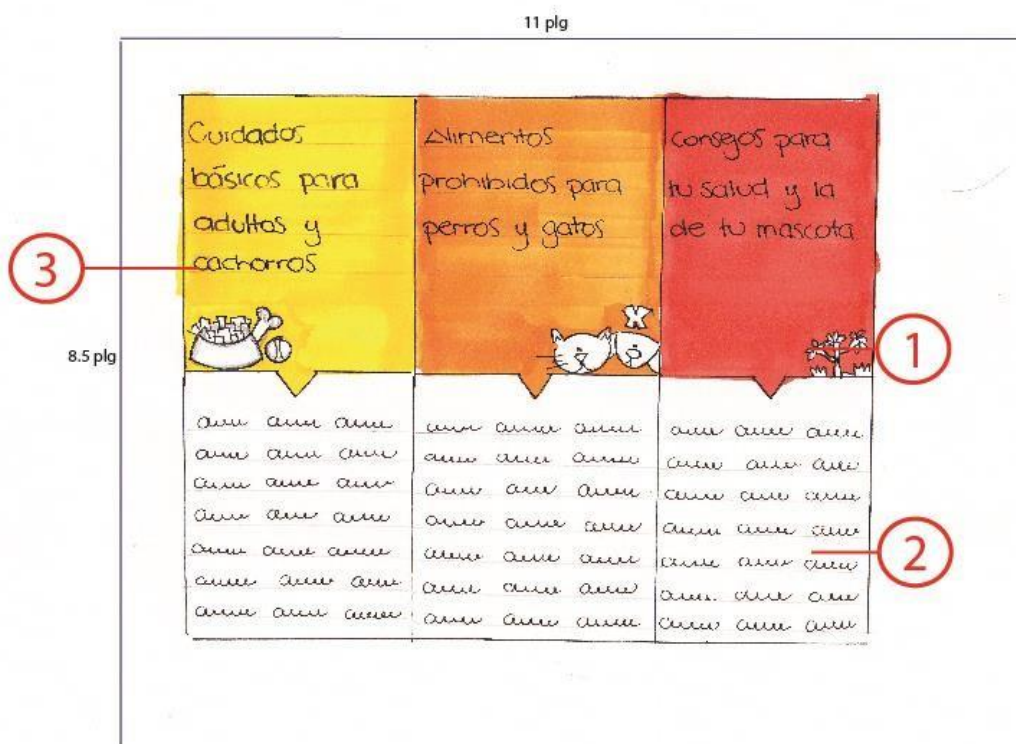


Descripción:

El primer boceto se apoya siempre en dos fotografías principales dándole más protagonismo a las mascotas en adopción con 4 títulos en la parte superior. En las dos partes restantes se puede observar lo que es la contraportada con el logo de la Clínica Veterinaria, el tercer pliego conformado con información sobre los beneficios de la adopción de mascotas.

1. Título Principal.
2. Fotografía de mascota.
3. Título secundario.
4. Texto.
5. Fotografía de mascota.
6. Logo de Clínica Veterinaria.

Propuesta 1 general del trifoliar (Retiro):



Descripción:

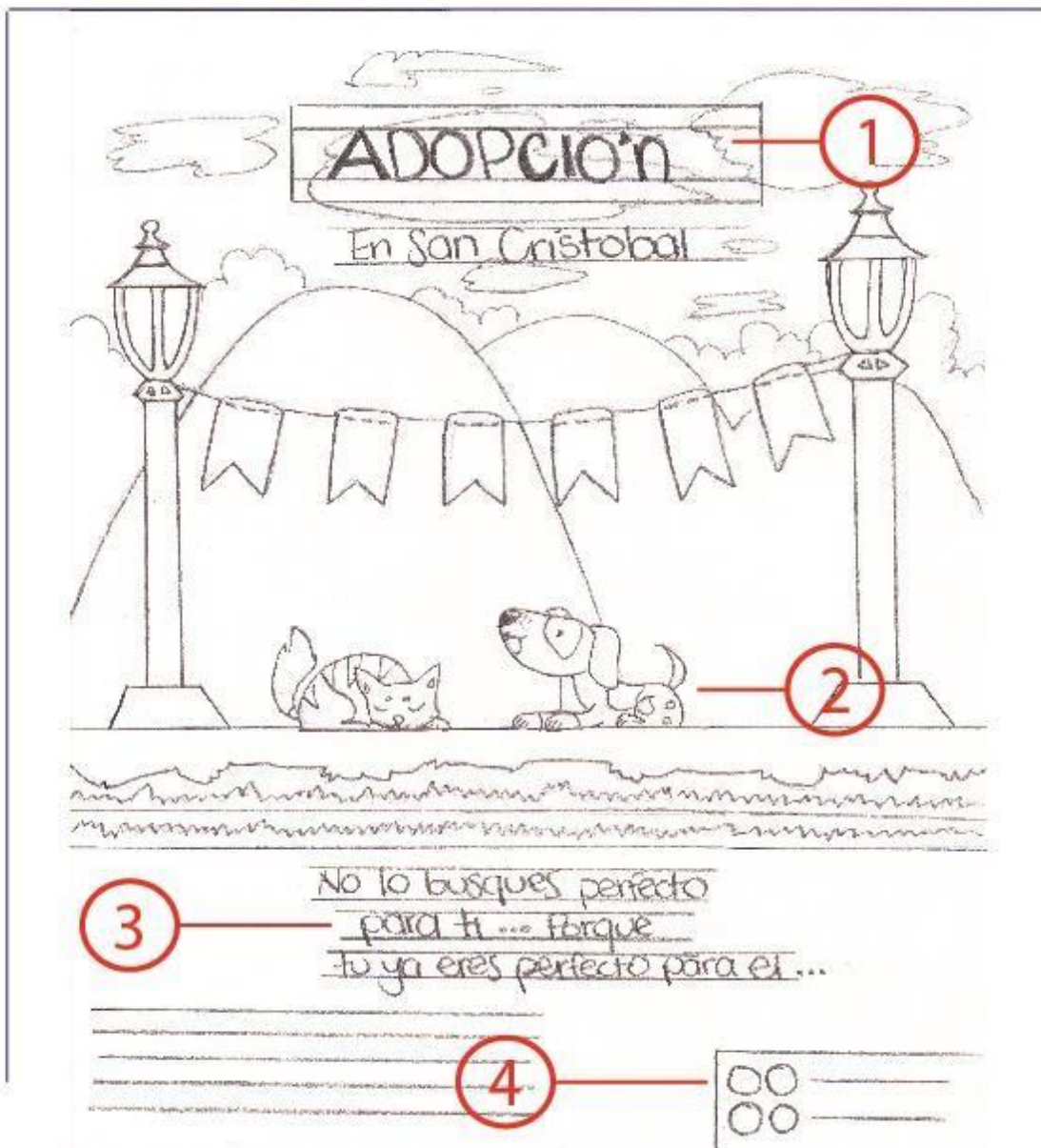
El bocetaje de la parte interna del trifoliar en el que irán colocadas las ilustraciones de los diferentes consejos que debe tomar en cuenta una familia antes de adoptar.

1. Ilustraciones.
2. Texto.
3. Sub títulos.

Propuesta 1 de diagramación general del volante.

5.5 plg

8.5 plg

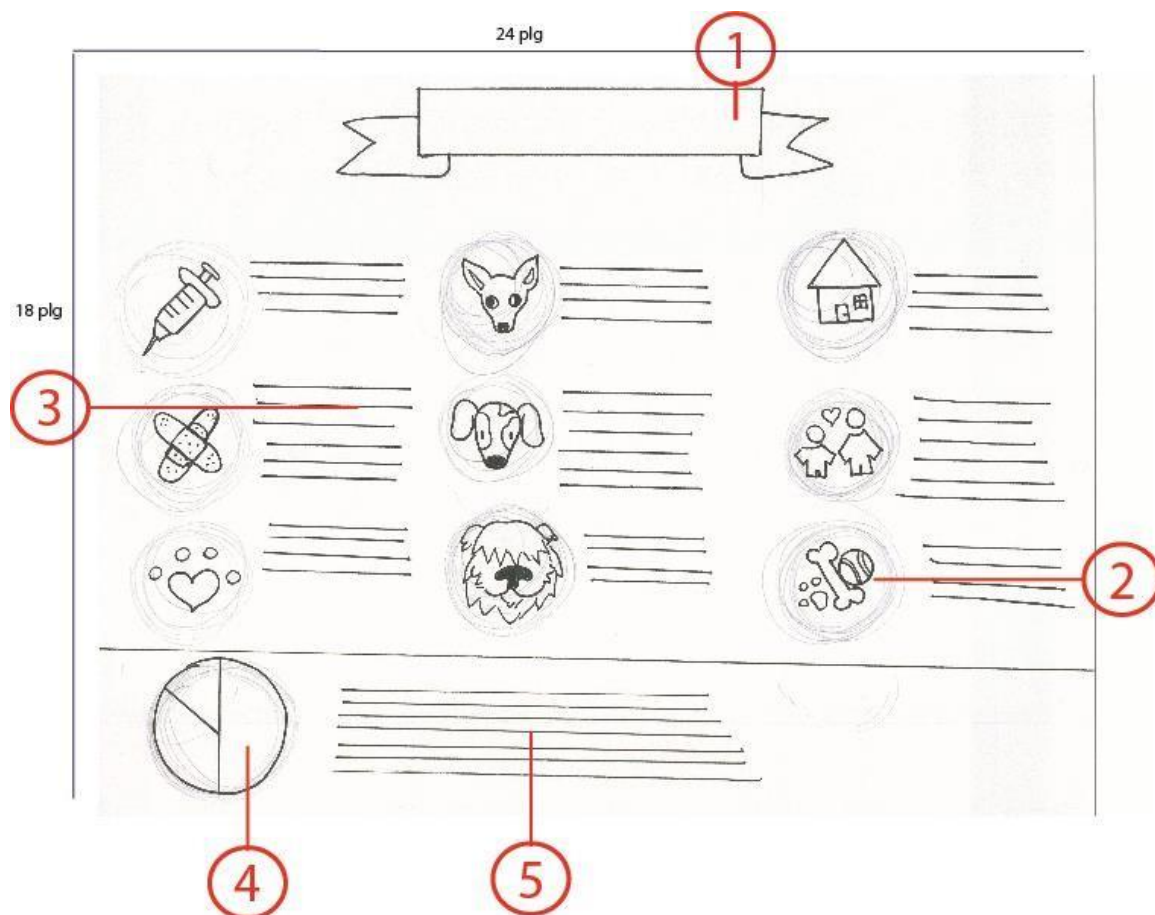


Descripción:

Se realiza un paisaje natural para el volante en la propuesta, se utilizarán ilustraciones para complementar el panorama y así lograr llamar la atención de futuras familias que desean adoptar una mascota.

1. Título principal.
2. Ilustraciones de mascotas.
3. Descripción secundaria.
4. Logo de la Clínica Veterinaria.

Propuesta 2 de infografía:

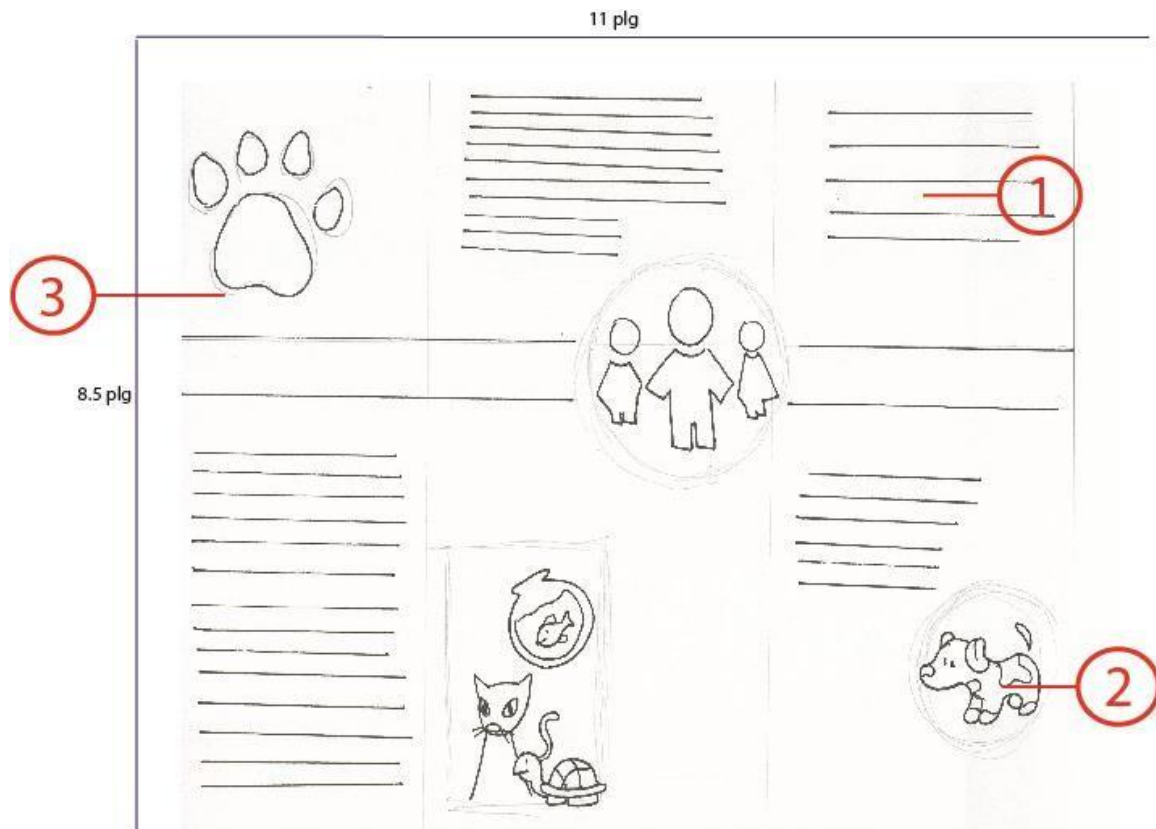


Descripción:

El boceto fue creado con ilustraciones que muestran diferentes tipos de cuidados y tamaños de mascotas en un orden lineal. Se integra en esta propuesta gráfica para que los adoptantes tengan conocimiento más exacto sobre datos estadísticos del tema.

1. Título principal.
2. Ilustraciones.
3. Texto.
4. Gráficas.
5. Descripción de las gráficas.

Propuesta 2 General Trifoliar (tiro):

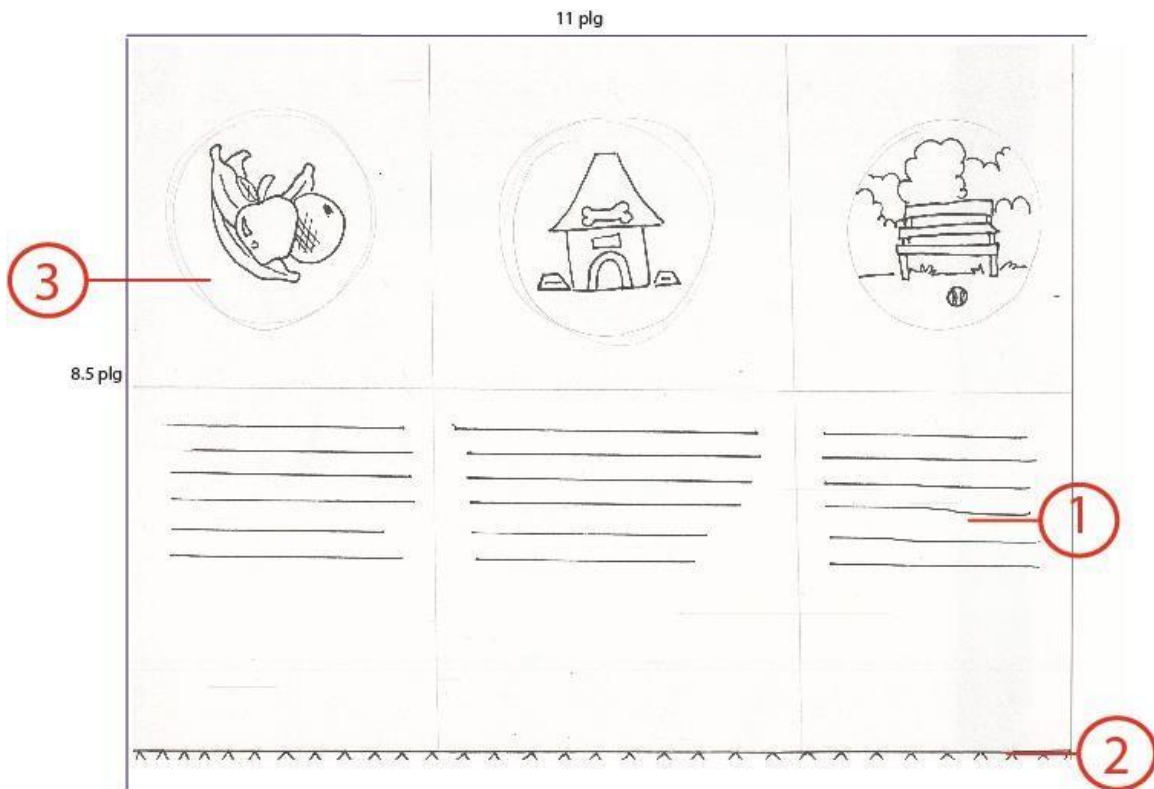


Descripción:

El boceto tiene como punto fuerte la portada con diferentes fotografías y diferente información sobre la adopción de las mascotas.

1. Títulos.
2. Fotografías.
3. Ilustraciones y texto.

Propuesta 2 General Trifoliar (Retiro):

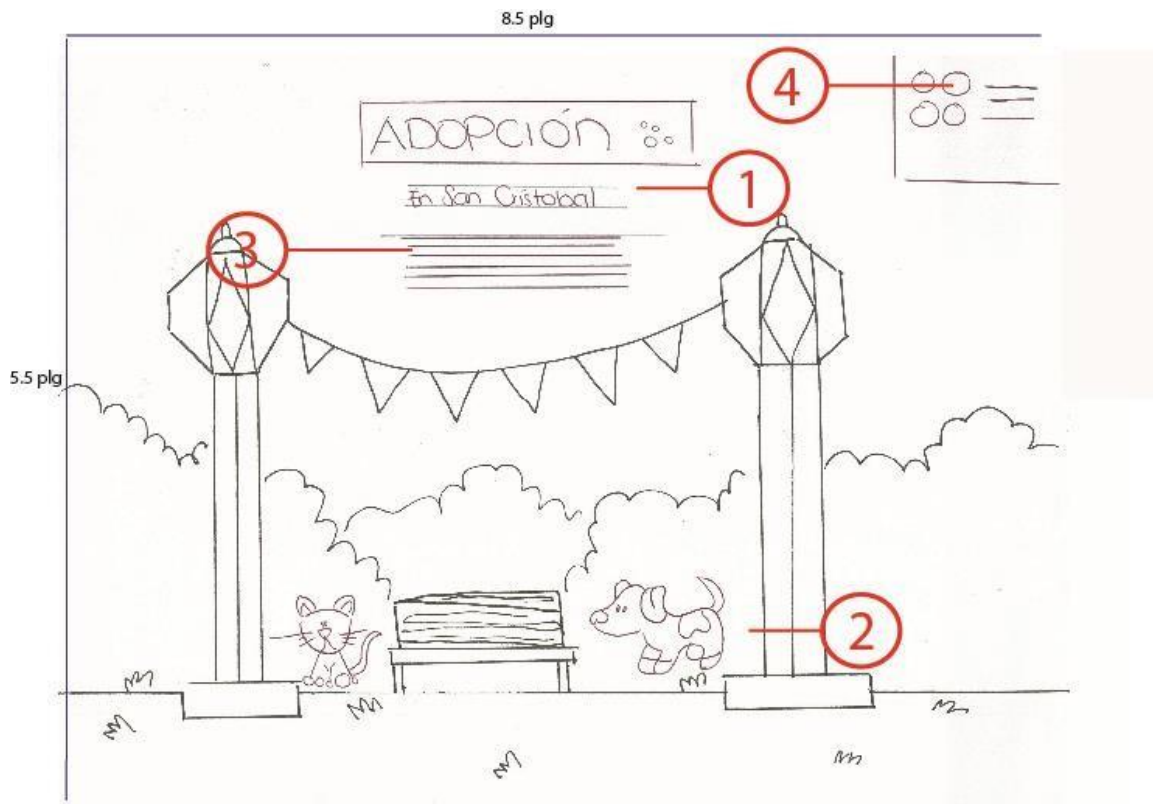


Descripción:

El bocetaje corresponde a la parte interna del trifoliar en el que se dan a conocer los diferentes consejos que dan los médicos veterinarios antes de una adopción. Aparte de un título para cada una y sus respectivas anotaciones.

1. Título y texto.
2. Decoraciones.
3. Ilustraciones

Propuesta 2 de diagramación general del volante.



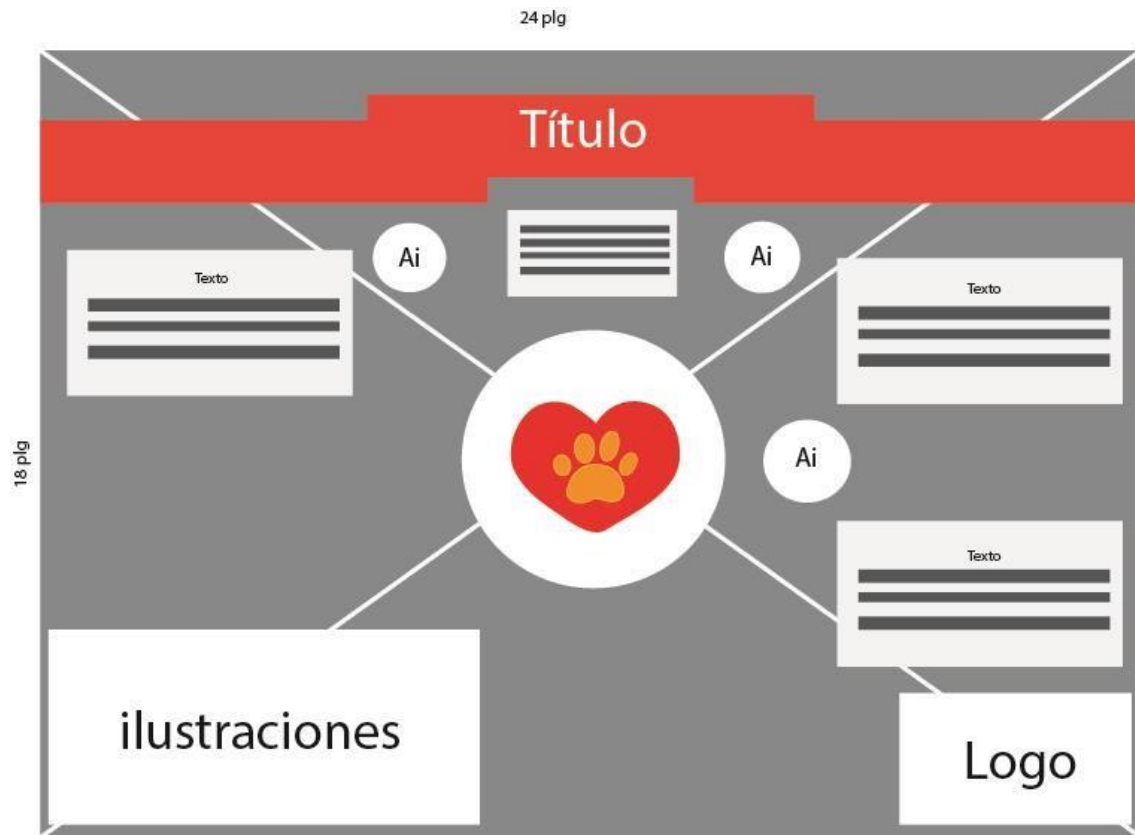
Descripción:

Se realiza un paisaje urbano para el volante en la propuesta, se utilizarán ilustraciones para complementar el panorama y así lograr llamar la atención de futuras familias que desean adoptar una mascota.

1. Título principal.
2. Ilustraciones de mascotas.
3. Descripción secundaria.
4. Logo de la Clínica Veterinaria.

7.3.2 Proceso de bocetaje de diagramación

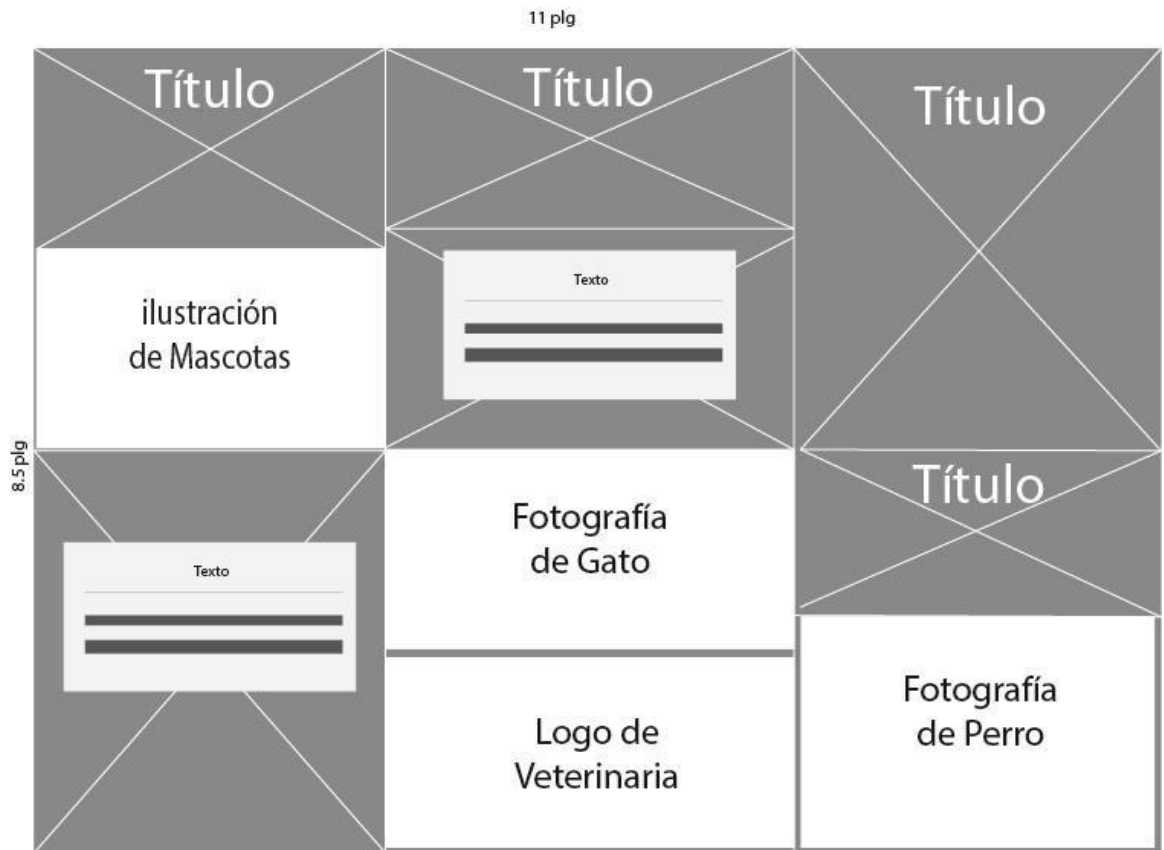
Infografía



Descripción:

El siguiente boceto es la retícula para la diagramación de los materiales impresos. Está pensada para distribuir equilibradamente los elementos gráficos, orientado para la correcta visualización de los materiales impresos. Incluye: Textos, Título, ilustraciones principales e ilustraciones secundarias.

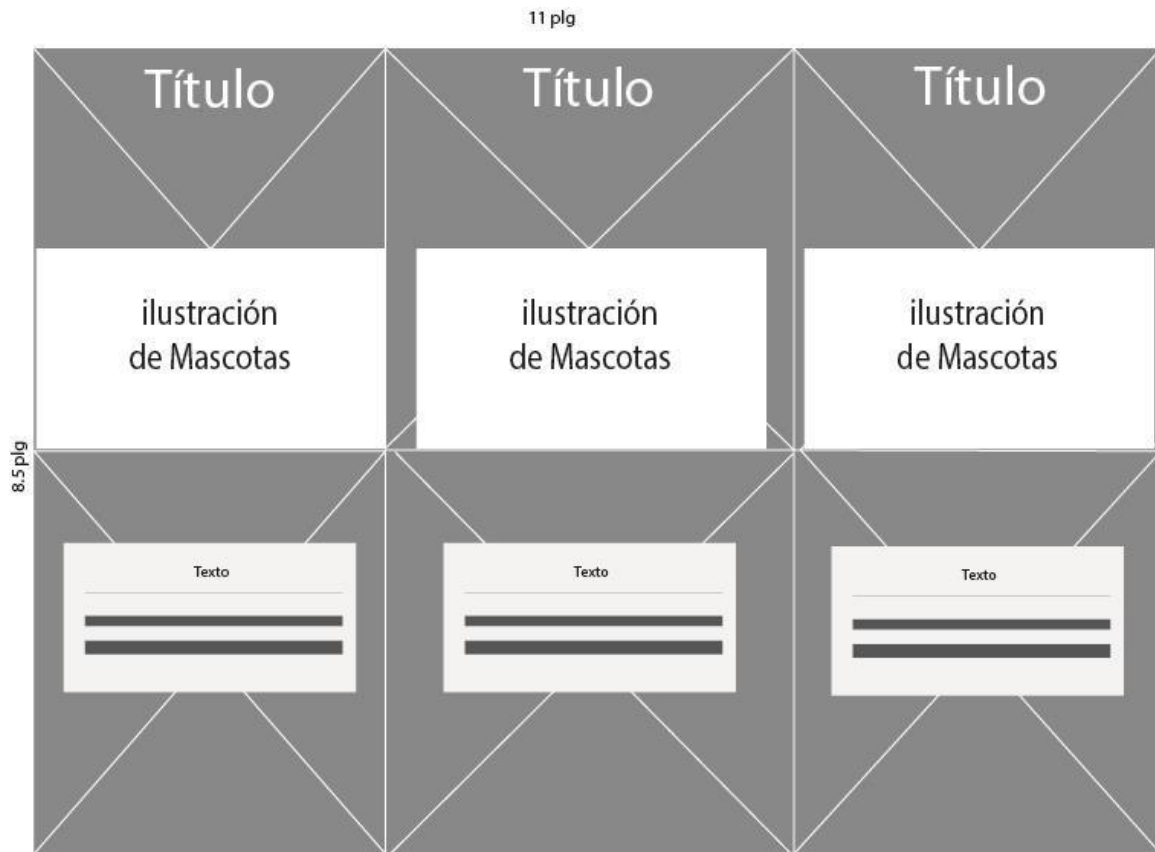
Trifoliar (tiro):



Descripción:

La siguiente retícula está basada en módulos simétricos para darle orden y armonía entre los elementos gráficos de los materiales impresos.

Trifoliar (retiro):



Descripción:

La siguiente retícula tiene una simetría más simple que la anterior, distribuye los elementos gráficos ordenadamente y proporciona un espacio ideal para cada texto e ilustración.

Volante:

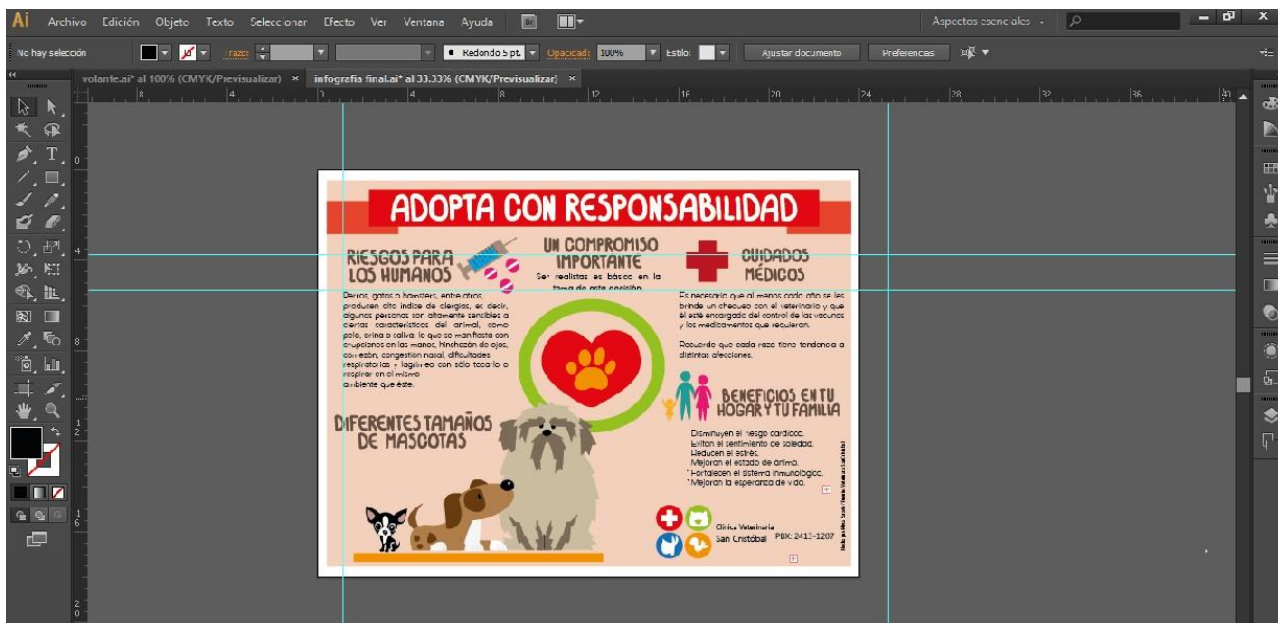


Descripción:

Al elegir la propuesta 1 de realiza el bocetaje del volante para invitar a las personas a realizar una adopción responsable en la Clínica Veterinaria San Cristóbal

7.3.3 Digitalización

Digitalización de infografía



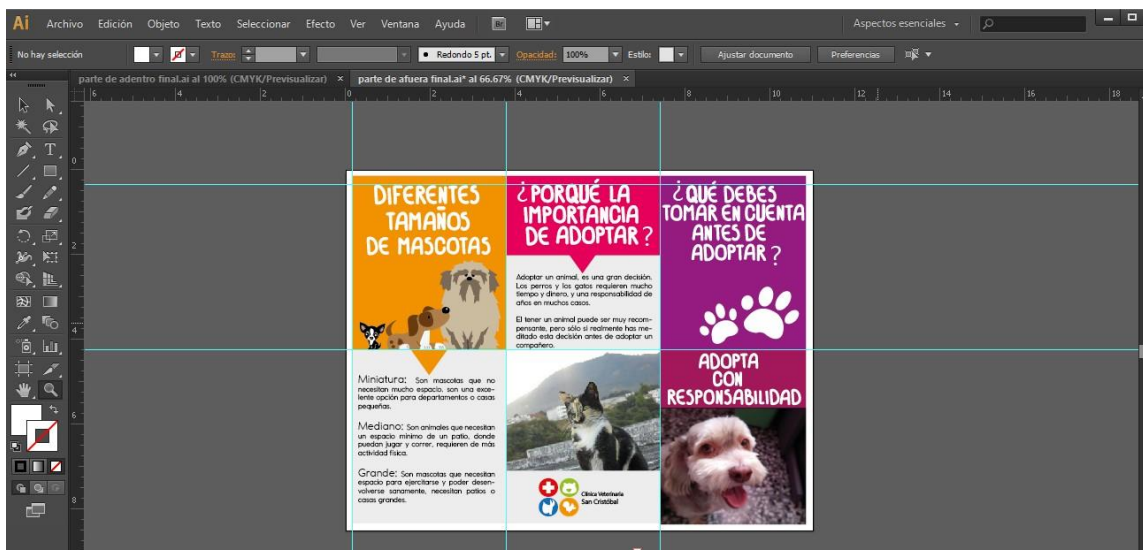
Se inicia al colocar un fondo básico con el título principal de la infografía para poder ordenar los textos y las ilustraciones.

Se colocan las ilustraciones deseadas por cada sub tema que hace referencia la infografía ordenadamente en sus puntos correspondientes para agregar texto final.

Se agrega el contenido con los datos de la veterinaria e información necesaria para que los adoptantes se puedan informar antes de tomar la decisión de llevar a cabo la adopción de la mascota.

Ilustraciones: <https://www.freepik.es/>

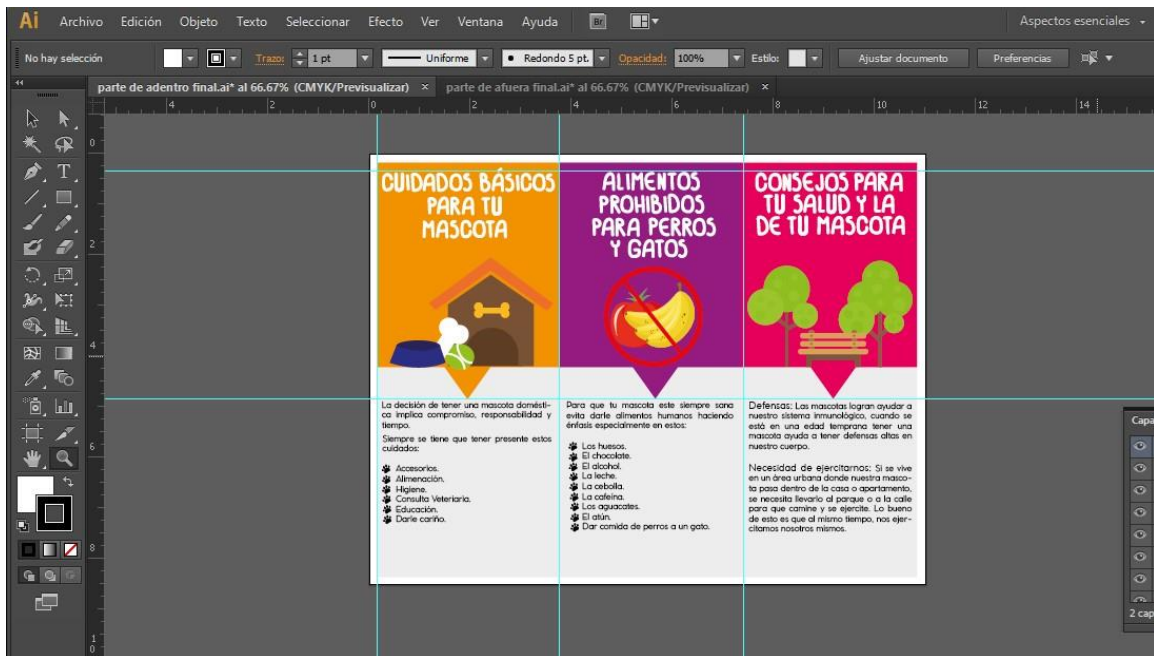
Digitalización de Trifoliar (Tiro y Retiro)



Con el proceso de bocetaje se da paso a la digitalización al tomar como referencia las retículas realizadas anteriormente. Se da énfasis en seguir los lineamientos y orden de los elementos, por medio de su nivel de importancia dentro del diseño.

Ilustraciones:<https://www.freepik.es/>

Digitalización de Trifoliar (Tiro y Retiro)



Para la realización de los diseños en digital, se tomó en cuenta los aspectos característicos de la Clínica Veterinaria San Cristóbal a las que se enviarán los artes, por lo mismo se intentó dar toques de personalidad a cada uno de los trifoliales, con detalle en color rosa, naranja y morado.

Ilustraciones:<https://www.freepik.es/>

Digitalización de Volante



Al momento de realizar el arte del volante, al igual que en los trifoliales, se tomó como referencia guía los procesos trabajados anteriormente con las retículas y los bocetos a mano. Cada pieza gráfica va por separado, por lo que una de las prioridades al diseñar era la excelente unión entre elementos al finalizar el arte.

Ilustraciones:<https://www.freepik.es/>

7.4. Propuesta preliminar

Infografía

Medidas 18*24 plg



La infografía se trabaja de acuerdo a las medidas 18*24 pulgadas, para ser impreso en papel husky cover #12 a color digital. Se utilizan colores suaves a la vista para la comodidad del grupo objetivo. Se agrega una ilustración central para simbolizar el vínculo que tiene un humano hacia su mascota y viceversa.

Está diseñada para leer en forma de Z para mejor visualización, con ilustraciones referentes a los temas abordados en los materiales impresos.

Trifoliar (Tiro)

Medidas 8.5*11 plg

DIFERENTES TAMAÑOS DE MASCOTAS

Miniatura: Son mascotas que no necesitan mucho espacio, son tan pequeños que algunas veces pueden lastimarse más fácilmente que otros tamaños, son una excelente opción para departamentos o casas pequeñas.

Mediano: Son animales que necesitan un espacio mínimo de un patio, donde puedan jugar y correr, requieren de más actividad física.

Grande: Son mascotas que necesitan espacio para ejercitarse y poder desenvolverse sanamente, necesitan patios o casas grandes.

¿PORQUÉ LA IMPORTANCIA DE ADOPTAR?

Adoptar un animal, es una gran decisión. Los perros y los gatos requieren mucho tiempo y dinero, y una responsabilidad de años en muchos casos.

El tener un animal puede ser muy recompensante, pero sólo si realmente has meditado esta decisión antes de adoptar un compañero.

¿QUÉ DEBES TOMAR EN CUENTA ANTES DE ADOPTAR?

ADOPTA CON RESPONSABILIDAD

Clínica Veterinaria San Cristóbal

Se realiza con papel opalina, con una medida de 8.5*11 pulgadas. Se utilizan colores más llamativos para atraer al grupo objetivo y se puedan informar por medio de los materiales impresos. Tener una guía básica al momento de aceptar la adopción para cubrir todas las necesidades que requiere el animal con fotografías reales para crear un sentimiento de humanidad.

Trifoliar (Retiro)

Medidas 8.5*11 plg

The infographic is divided into three vertical panels. The first panel, 'CUIDADOS BÁSICOS PARA TU MASCOTA', features an illustration of a doghouse, a bowl, and a bone. The second panel, 'ALIMENTOS PROHIBIDOS PARA PERROS Y GATOS', shows a red prohibition sign over a banana and a tomato. The third panel, 'CONSEJOS PARA TU SALUD Y LA DE TU MASCOTA', depicts a park bench and trees.

CUIDADOS BÁSICOS PARA TU MASCOTA

La decisión de tener una mascota doméstica implica compromiso, responsabilidad y tiempo; ya que los animales de compañía necesitan tener una buena calidad de vida. Siempre se tiene que tener presente estos cuidados:

- Accesorios.
- Alimentación.
- Higiene.
- Consulta Veterinaria.
- Educación.
- Darle cariño.

ALIMENTOS PROHIBIDOS PARA PERROS Y GATOS

Para que tu mascota este siempre sana evita darle alimentos humanos haciendo énfasis especialmente en estos:

- Los huesos.
- El chocolate.
- El alcohol.
- La leche.
- La cebolla.
- La cafeína.
- Los aguacates.
- El atún.
- Dar comida de perros a un gato.

CONSEJOS PARA TU SALUD Y LA DE TU MASCOTA

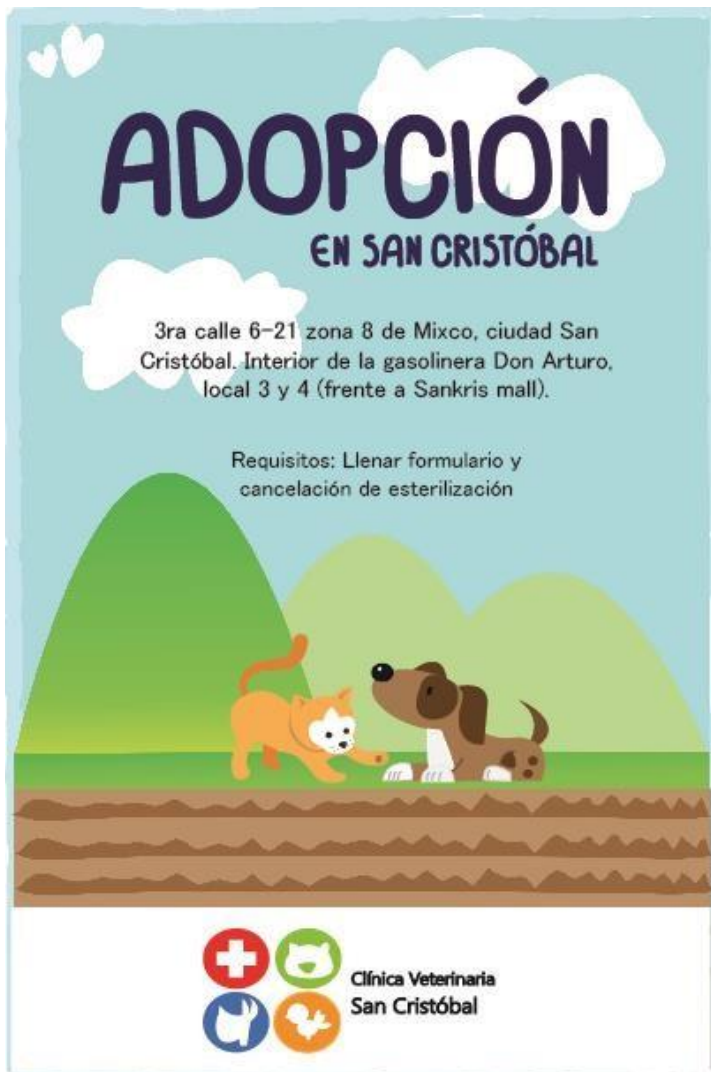
Defensas: Las mascotas logran ayudar a nuestro sistema inmunológico, cuando se está en una edad temprana tener una mascota ayuda a tener defensas altas en nuestro cuerpo.

Necesidad de ejercitarnos: Si se vive en un área urbana donde nuestra mascota pasa dentro de la casa o apartamento, se necesita llevarlo al parque o a la calle para que camine y se ejercite. Lo bueno de esto es que al mismo tiempo, nos ejercitamos nosotros mismos.

Se realiza con papel opalina, con una medida de 8.5*11 pulgadas. Se utilizarán ilustraciones en esta parte con texto que las complementan para terminar de comprender lo que se requiere para optar a una adopción responsable.

Volante

Medidas 5.5*8.5



El volante se trabaja de acuerdo a las medidas 5.5*8.5 pulgadas, impreso en papel couché de 80 gramos digital. Se utilizan colores llamativos para poder captar la atención de los posibles adoptantes e incentivar la adopción responsable al informar del proyecto en la veterinaria.

Capítulo VIII:

Validación

Técnica



Capítulo XIII: Validación técnica

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

La herramienta a utilizar es una encuesta con respuestas dicotómicas para la parte objetiva y de escala de Likert para la parte semiológica y operativa, que se aplica al cliente, a un número de 35 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo. Por parte del cliente a una persona y a 7 expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Se encuesta un total de 45 personas: En donde se ubican 35 personas del grupo objetivo, por parte del cliente a una persona, un veterinario y 7 licenciados expertos en las áreas de comunicación y diseño gráfico.

Para tener una validación objetiva del proyecto, se obtiene información de estos 3 grupos.

a) Grupo objetivo

Un total de 35 personas encuestadas, conformado por hombres y mujeres que se encuentran entre los 23 a 60 años de edad de un nivel socioeconómico C+ a C, familias o parejas que desean tener una mascota en su hogar, procedentes de todo el departamento de Guatemala. Véase en anexo B.

b) Expertos en comunicación y diseño gráfico

Se encuesta a 7 expertos, conformados por catedráticos y expertos en el área de comunicación y diseño gráfico. Véase en anexo B

1. Lic. Wendy Franco. (Diseño gráfico, Comunicadora)
2. Lic. Carlos Franco. (Diseño editorial)
3. Lic. Rolando Barahona. (Diseño gráfico)
4. Lic. José Manuel Monroy (Diseño gráfico)
5. Lic. Alejandra Pineda. (Diseño gráfico)
6. Lic. Marlon Barroyo. (Diseño gráfico)
7. Lic. Ingrid Ordóñez. (Comunicación)

c) Cliente

Por parte del cliente, la validación la realiza uno de los fundadores y jefes veterinarios de la Clínica Veterinaria San Cristóbal.

1. Dr. Miguel Rivera. (20 años de experiencia)

8.2 Método e instrumentos

El método utilizado para la realización de la encuesta es con las escalas Likert, que son escalas de medición donde el participante especifica un nivel de acuerdo o desacuerdo con declaraciones que expresan actitud favorable o desfavorable, hacia el concepto que se estudia.

Con la escala Likert se puede realizar una serie de preguntas, al marcar una de las opciones que ofrece la pregunta y así medir la intensidad de la dirección de los encuestados.

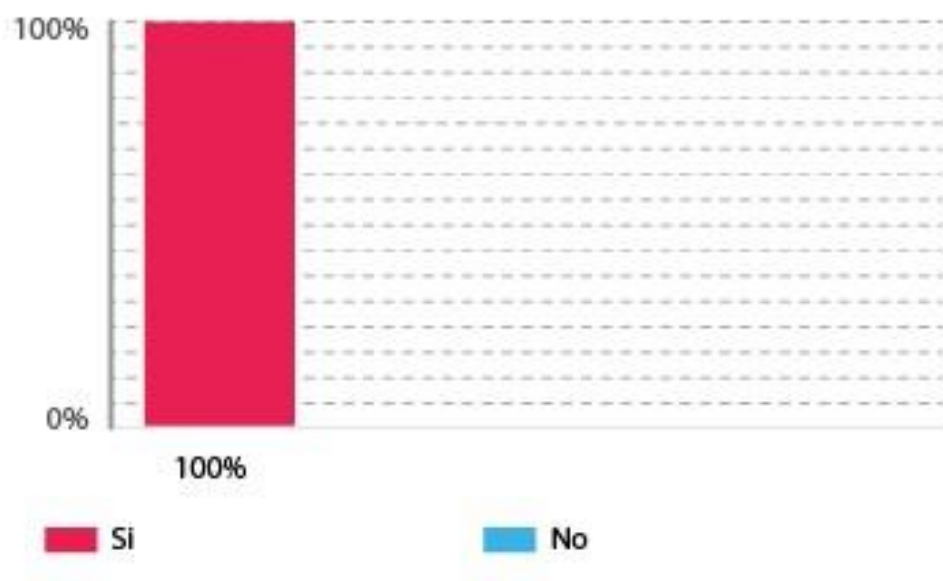
La herramienta utilizada es la encuesta, que consta de 12 preguntas, divididas en tres segmentos fundamentales.

1. Parte objetiva: Las preguntas planteadas corresponden al objetivo general y a los objetivos específicos del proyecto.
2. Parte semiológica: Se evalúa al conjunto de elementos visuales, que transmiten mensajes y las ideas del concepto gráfico, en las que se incluyen como por ejemplo la tipografía, el color y la forma.
3. Parte operativa: Se evalúa a todos los elementos, por ejemplo: Tamaño, visibilidad, información, entre otros.

Para la recolección de los datos se realiza la aplicación de la encuesta física, con una copia impresa de cada material en la que las personas deben observar la diagramación de los materiales impresos y así con los datos recolectados se crea una tabulación para mejorar el material. Ver en anexo B.

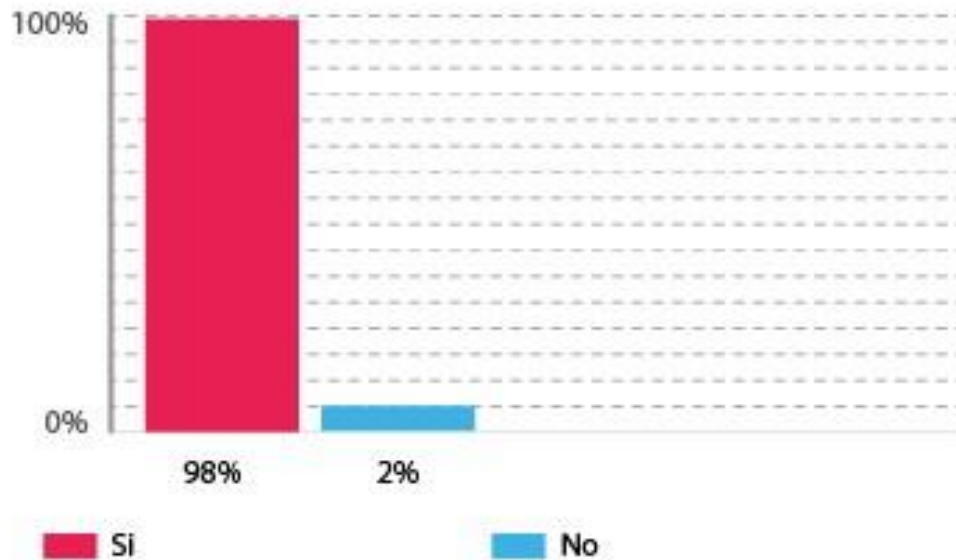
8.3 Resultados e interpretación de resultados

1. ¿Es necesario diseñar materiales impresos para dar a conocer las consideraciones que se deben de tomar en cuenta antes de la adopción de una mascota?



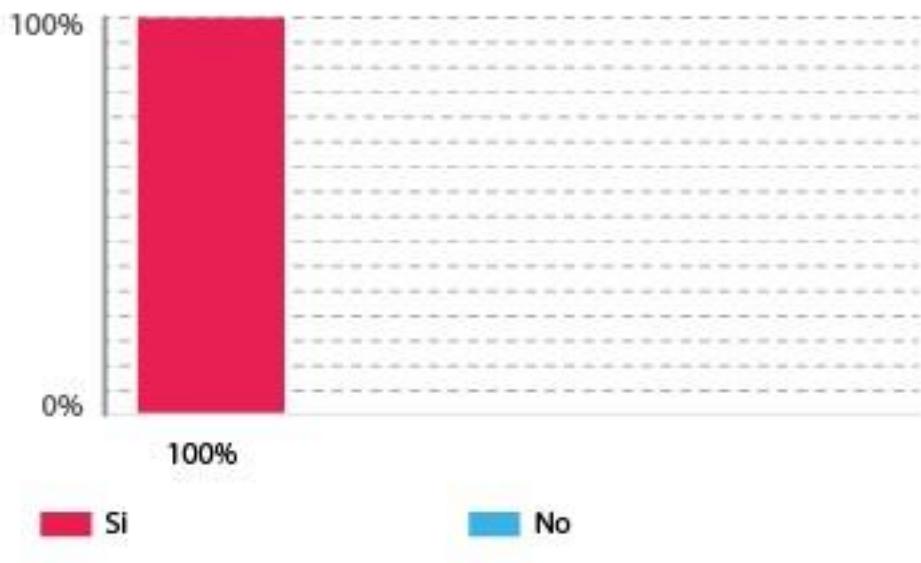
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario el diseñar materiales impresos para dar a conocer las consideraciones que se deben tomar en cuenta que se debe adquirir antes de realizar una adopción.

2. ¿Considera importante investigar acerca de los conceptos de comunicación informativa y persuasiva, para sustentar el desarrollo del proyecto?



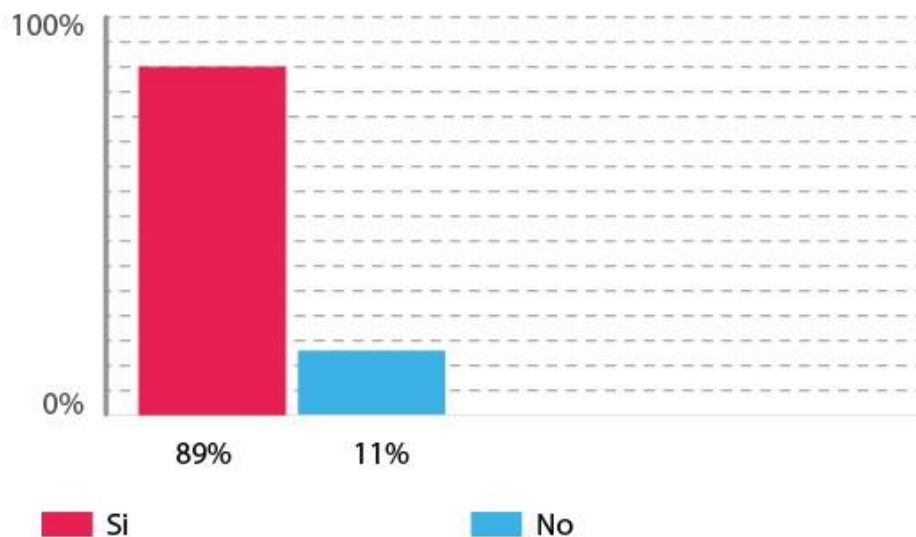
Interpretación: El 98% de los encuestados considera importante la investigación de conceptos de comunicación informativa y persuasiva, para sustentar el desarrollo de los materiales impresos, mientras el 2% de los encuestados considera que no.

3. ¿Considera importante la recopilación de información necesaria relacionada con los cuidados de una mascota para determinar el contenido de los materiales impresos?



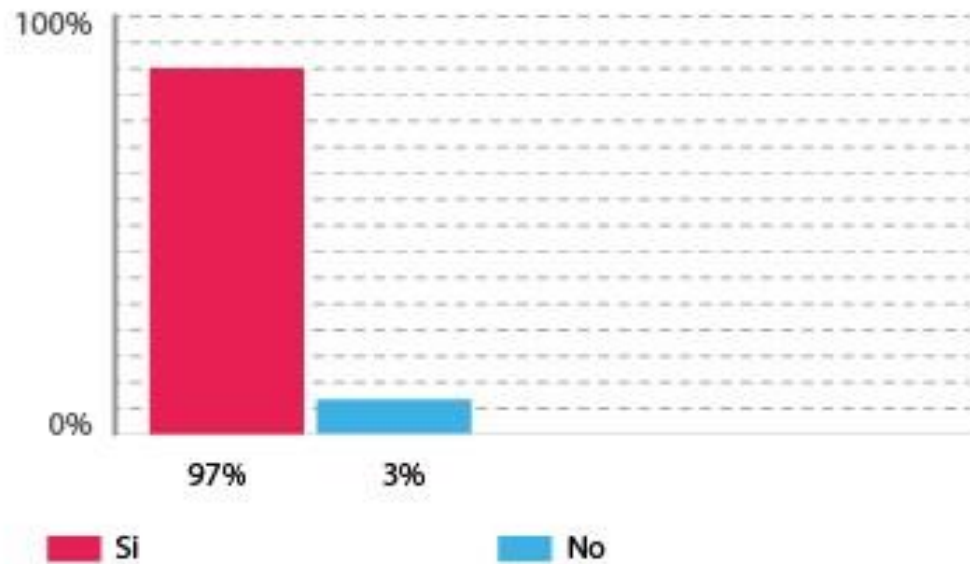
Interpretación: El 100% de los encuestados considera importante la recopilación de información necesaria relacionada con los cuidados de una mascota para determinar el contenido de los materiales impresos.

4. ¿Considera necesario fotografiar a la mascota principal de los materiales impresos para que el grupo objetivo esté interesado en adoptar un animal mestizo y no solo de raza?



Interpretación: El 89% de los encuestados considera necesario fotografiar a una mascota principal de los materiales impresos para que el grupo objetivo esté, mientras que el 11% de los encuestados considera que no.

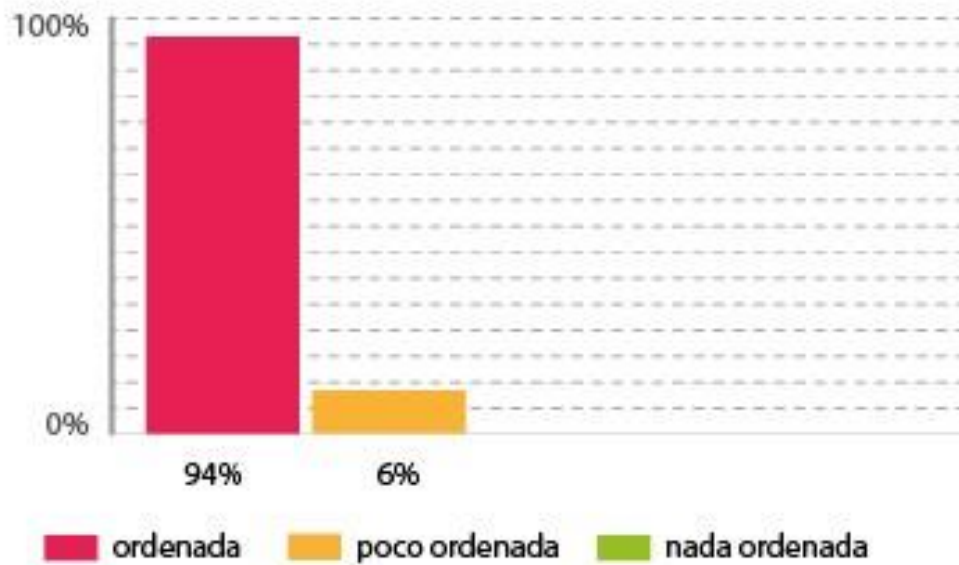
5. ¿Considera importante diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con equilibrio visual para facilitar la comprensión de la información de los materiales impresos?



Interpretación: El 98% de los encuestados considera importante diagramar los elementos de forma ordenada y con equilibrio visual para facilitar la comprensión de la información de los materiales impresos, mientras que el 3% de los encuestados considera que no.

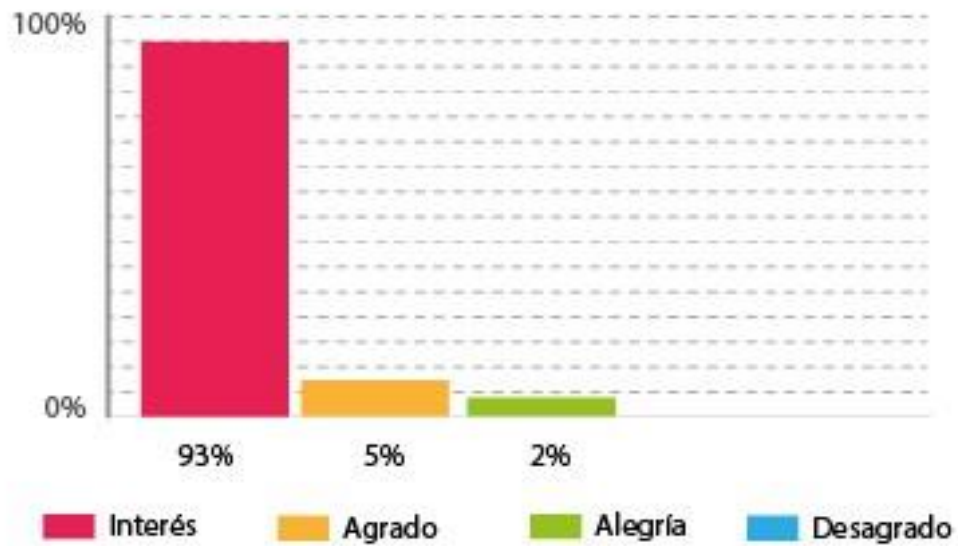
Parte semiológica

6. ¿Considera que la diagramación de los materiales impresos es?



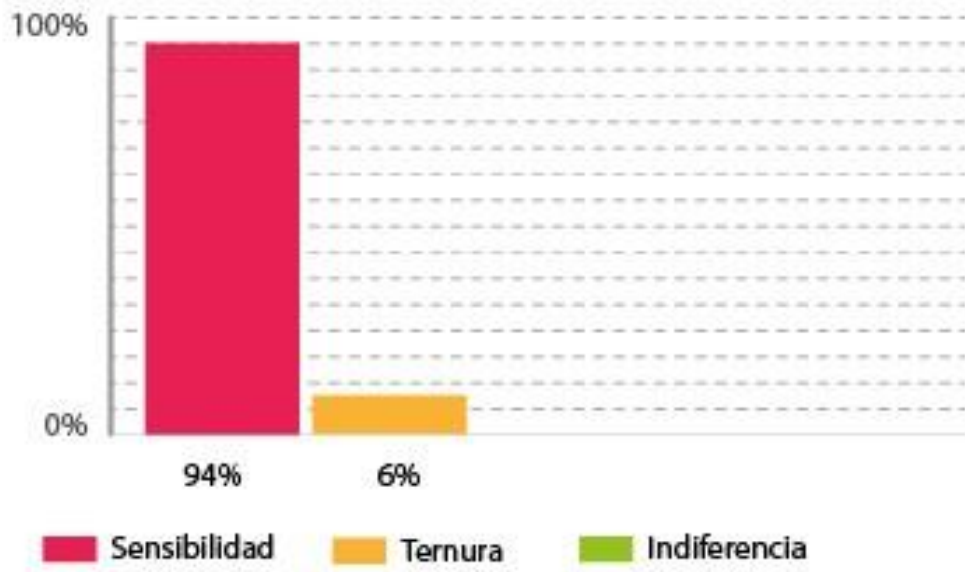
Interpretación: El 94% considera que la diagramación de los materiales impresos es ordenada, mientras el 6% considera que la diagramación de los materiales impresos es poco ordenada.

7. ¿Qué sentimiento le provoca ver los colores de los materiales impresos?



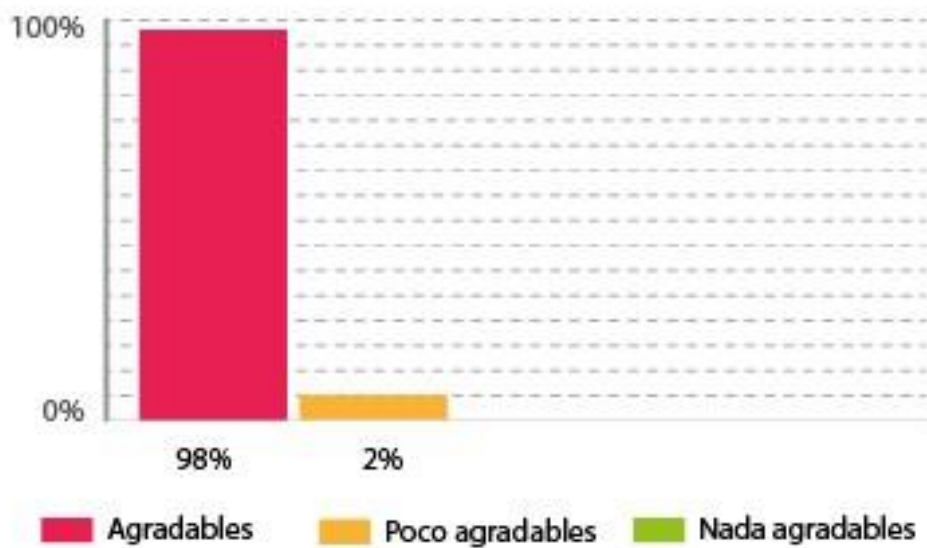
Interpretación: El 93% de los encuestados les provoca un sentimiento de interés al ver los colores de los materiales impresos, mientras el 5 % de los encuestados les provoca un sentimiento de agrado y al 2% de los encuestados les provoca un sentimiento de alegría. Se cumple con el sentimiento de interés que establece en la tabla de requisitos.

8. ¿Qué sensación despiertan las ilustraciones utilizadas en los materiales impresos?



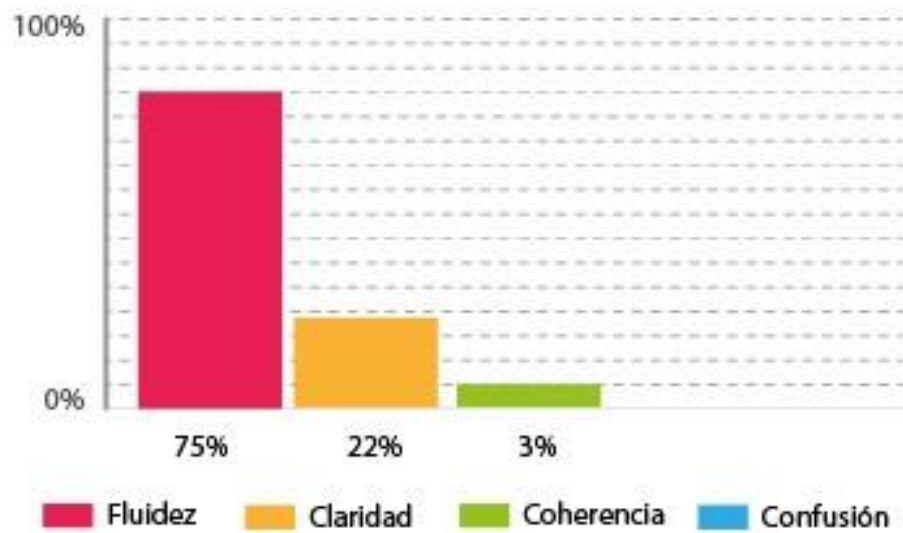
Interpretación: El 94% de los encuestados cree que la sensación que les despierta las ilustraciones utilizadas en los materiales impresos es sensibilidad, mientras el 6% les despierta la sensación de la ternura. Se cumple la sensación de sensibilidad que se propone en la tabla de requisitos.

9. ¿Considera que las ilustraciones de los materiales impresos son?



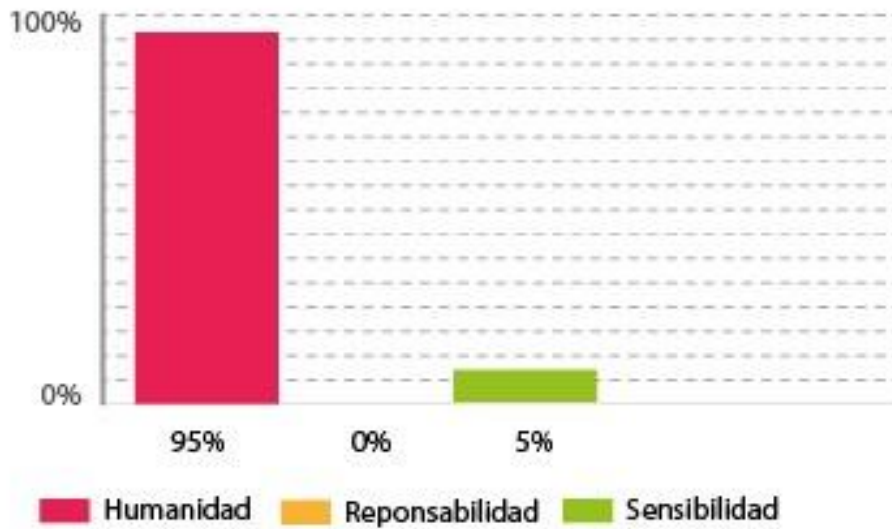
Interpretación: El 98% de los encuestados considera que las ilustraciones de los materiales impresos son agradables, mientras que el 2% considera que son poco agradables.

10. ¿El estilo de la tipografía de los materiales impresos le transmite?



Interpretación: El 75% de los encuestados considera que el estilo de la tipografía de los materiales impresos les transmite fluidez, mientras el 22% de los encuestados les transmite claridad y 3% de los encuestados les transmite coherencia. Se cumple que la tipografía sea fluida como indica el cuadro de requisitos.

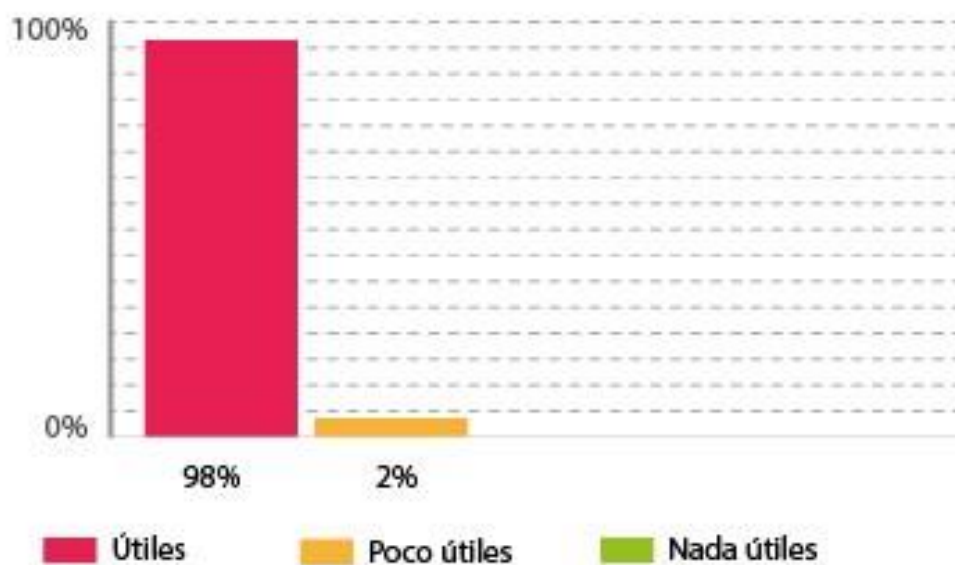
11. ¿Las fotografías utilizadas en los materiales impresos le transmiten?



Interpretación: El 95% de los encuestados considera que las fotografías utilizadas en los materiales impresos le transmiten humanidad, mientras el 5% considera que las fotografías les transmiten sensibilidad. Se cumple con el propósito de las fotografías en los materiales impresos según la tabla de requisitos, ya que proyectan humanidad.

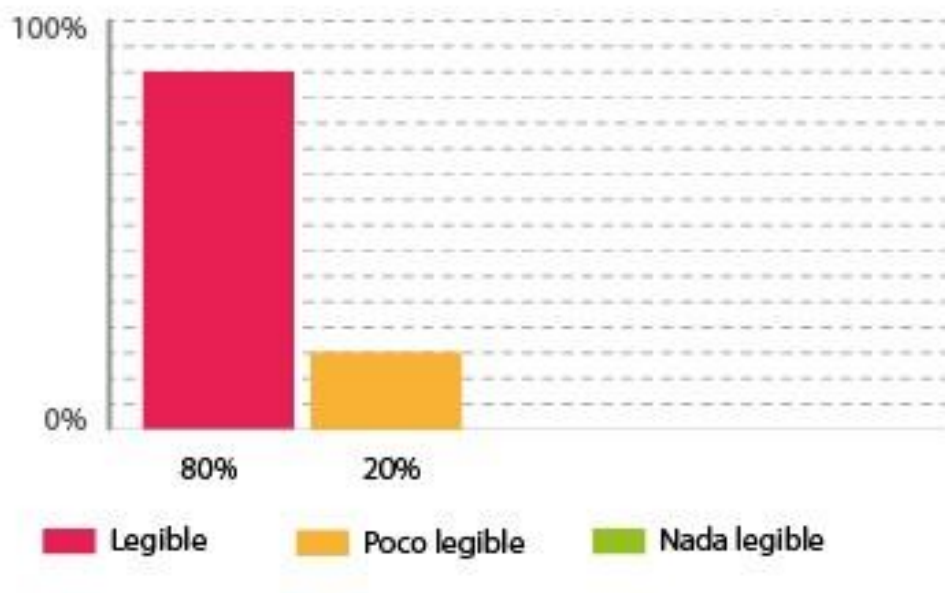
Parte operativa

12. ¿Considera que los materiales impresos son?



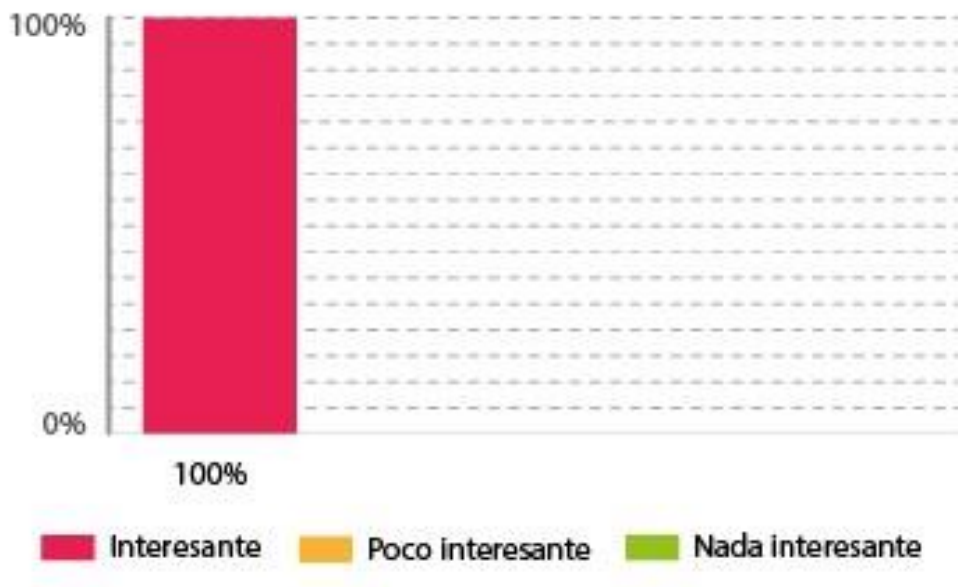
Interpretación: El 98% de los encuestados considera que los materiales impresos son útiles, mientras el 2% de los encuestados considera que son poco útiles.

13. ¿Considera que la tipografía utilizada en los materiales impresos es?



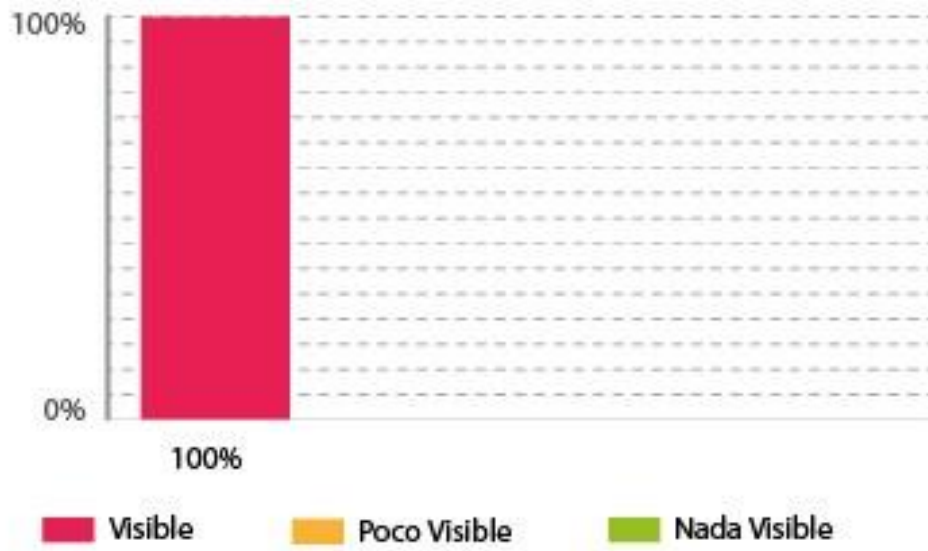
Interpretación: El 80% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en los materiales impresos es legible, mientras el 20% considera que es poco legible.

14. ¿Considera que el contenido de los materiales impresos es?



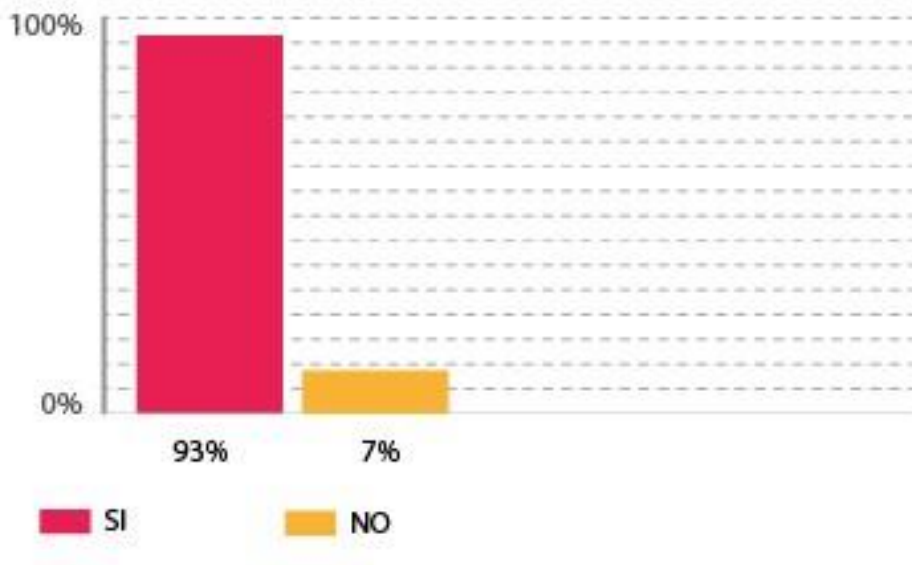
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el contenido de los materiales impresos es interesante.

15. ¿Considera que el tamaño de las ilustraciones es?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el tamaño de las ilustraciones es visible.

16. ¿Cree que los materiales impresos le ayudan a considerar una adopción más responsable?



Interpretación: El 93% de los encuestados cree que los materiales impresos ayudan a considerar una adopción más responsable, mientras el 7% cree que no.

Hallazgos:

Los resultados son favorables, los encuestados mostraron reacciones positivas al momento de interactuar con los materiales impresos. Se tiene que realizar pequeños cambios pero no afectan la estructura inicial de los materiales impresos.

8.4 Cambio a base de resultados

Infografía Medidas 18*24 plg

Antes

ADOPTA CON RESPONSABILIDAD

RIESGOS PARA LOS HUMANOS

Perros, gatos o hamsters, entre otros, producen alto índice de alergias, es decir, algunas personas son altamente sensibles a ciertas características del animal, como pelo, orina o saliva, lo que se manifiesta con erupciones en las manos, hinchazón de ojos, comezón, congestión nasal, dificultades respiratorias y lagrimeo con sólo tocarlo o respirar en el mismo ambiente que éste.

UN COMPROMISO IMPORTANTE

Ser realistas es básico en la toma de esta decisión.

CUIDADOS MÉDICOS

Es necesario que al menos cada año se le brinde un chequeo con el veterinario y que él esté encargado del control de las vacunas y los medicamentos que requieran.

Recuerde que cada raza tiene tendencia a distintas afecciones.

DIFERENTES TAMAÑOS DE MASCOTAS

BENEFICIOS EN TU HOGAR Y TU FAMILIA

- Disminuyen el riesgo cardíaco.
- Evitan el sentimiento de soledad.
- Reducen el estrés.
- Mejoran el estado de ánimo.
- Fortalecen el sistema inmunológico.
- Mejoran la esperanza de vida.

Clinica Veterinaria
San Cristóbal PBX: 2413-1207

Infografía por: María José Rodríguez / Temas - Buenaventura San Cristóbal

Después

Medidas 18*24 plg

ADOPTA CON RESPONSABILIDAD

RIESGOS PARA LOS HUMANOS
Perros, gatos o hamsters, entre otros, producen alto índice de alergias, es decir, algunas personas son altamente sensibles a ciertas características del animal, como pelo, orina o saliva, lo que se manifiesta con erupciones en las manos, hinchazón de ojos, comezón, congestión nasal, dificultades respiratorias y lagrimeo con sólo tocarlo o respirar en el mismo ambiente que éste.

UN COMPROMISO IMPORTANTE
Ser realistas es básico en la toma de esta decisión.

CUIDADOS MÉDICOS
Es necesario que al menos cada año se le brinde un chequeo con el veterinario y que él esté encargado del control de las vacunas y los medicamentos que requieran.
Recuerde que cada raza tiene tendencia a distintas afecciones.

BENEFICIOS EN TU HOGAR Y TU FAMILIA
• Disminuyen el riesgo cardíaco.
• Evitan el sentimiento de soledad.
• Reducen el estrés.
• Mejoran el estado de ánimo.
• Fortalecen el sistema inmunológico.
• Mejoran la esperanza de vida.

DIFERENTES TAMAÑOS DE MASCOTAS

Clinica Veterinaria
San Cristóbal PBX: 2413-1207

Hecho por Nicia Serrano / Fuente: Veterinaria San Cristóbal

Justificación:

1. Se reduce el tamaño del perro más pequeño para ejemplificar de forma más evidente los diferentes tamaños de las mascotas.
2. En las divisiones del párrafo con el contenido “beneficios en tu hogar y tu familia” Se agregan huellas en lugar de guiones para las divisiones de las palabras.

Trifoliar

Medidas 8.5*11 plg

Antes (Tiro)

DIFERENTES TAMAÑOS DE MASCOTAS

¿PORQUÉ LA IMPORTANCIA DE ADOPTAR?

¿QUÉ DEBES TOMAR EN CUENTA ANTES DE ADOPTAR?

Adoptar un animal, es una gran decisión. Los perros y los gatos requieren mucho tiempo y dinero, y una responsabilidad de años en muchos casos.

El tener un animal puede ser muy recompensante, pero sólo si realmente has meditado esta decisión antes de adoptar un compañero.

ADOPTA CON RESPONSABILIDAD

Miniatura: Son mascotas que no necesitan mucho espacio, son tan pequeñas que algunas veces pueden lastimarse más fácilmente que otros tamaños, son una excelente opción para departamentos o casas pequeñas.

Mediano: Son mascotas que necesitan un espacio mínimo de un patio, donde puedan jugar y correr, requieren de más actividad física.

Grande: Son mascotas que necesitan espacio para ejercitarse y poder desenvolverse sanamente, necesitan patios o casas grandes.

Clinica Veterinaria San Cristóbal

Después (Tiro)

Medidas 8.5*11 plg

DIFERENTES TAMAÑOS DE MASCOTAS

Miniatura: Son mascotas que no necesitan mucho espacio, son una excelente opción para departamentos o casas pequeñas.

Mediano: Son animales que necesitan un espacio mínimo de un patio, donde puedan jugar y correr, requieren de más actividad física.

Grande: Son mascotas que necesitan espacio para ejercitarse y poder desenvolverse sanamente, necesitan patios o casas grandes.

¿PORQUÉ LA IMPORTANCIA DE ADOPTAR ?

Adoptar un animal, es una gran decisión. Los perros y los gatos requieren mucho tiempo y dinero, y una responsabilidad de años en muchos casos.

El tener un animal puede ser muy recomendable, pero sólo si realmente has meditado esta decisión antes de adoptar un compañero.

¿QUÉ DEBES TOMAR EN CUENTA ANTES DE ADOPTAR ?

ADOPTA CON RESPONSABILIDAD

Clinica Veterinaria San Cristóbal

Justificación:

1. Se reduce el tamaño del perro más pequeño para ejemplificar de forma más evidente los diferentes tamaños de las mascotas.
2. En la parte izquierda, en el párrafo de perros miniatura se reduce el texto a conceptos más concretos para no saturar de información los materiales impresos.

Antes (retiro)

Medidas 8.5*11 plg

CUIDADOS BÁSICOS PARA TU MASCOTA

La decisión de tener una mascota doméstica implica compromiso, responsabilidad y tiempo; ya que los animales de compañía necesitan tener una buena calidad de vida. Siempre se tiene que tener presente en los cuidados:

- Adiestramiento.
- Alimentación.
- Higiene.
- Consulta Veterinaria.
- Educación.
- Darle cariño.

ALIMENTOS PROHIBIDOS PARA PERROS Y GATOS

Para que tu mascota este siempre sana evita darle alimentos humanos haciendo énfasis especialmente en estos:

- Los huesos.
- El chocolate.
- El alcohol.
- La leche.
- La cebolla.
- La cafeína.
- Los aguacates.
- El salmón.
- Dar comida de perros a un gato.

CONSEJOS PARA TU SALUD Y LA DE TU MASCOTA

Defensas: Las mascotas logran ayudar a nuestro sistema inmunológico, cuando se está en una edad temprana tener una mascota ayuda a tener defensas altas en nuestro cuerpo.

Necesidad de ejercitarnos: Si se vive en un área urbana donde nuestra mascota pasa dentro de la casa o apartamento, se necesita llevarlo al parque o a la calle para que camine y se ejercite. Lo bueno de esto es que al mismo tiempo, nos ejercitamos nosotros mismos.

Después (Retiro)

Medidas 8.5*11 plg



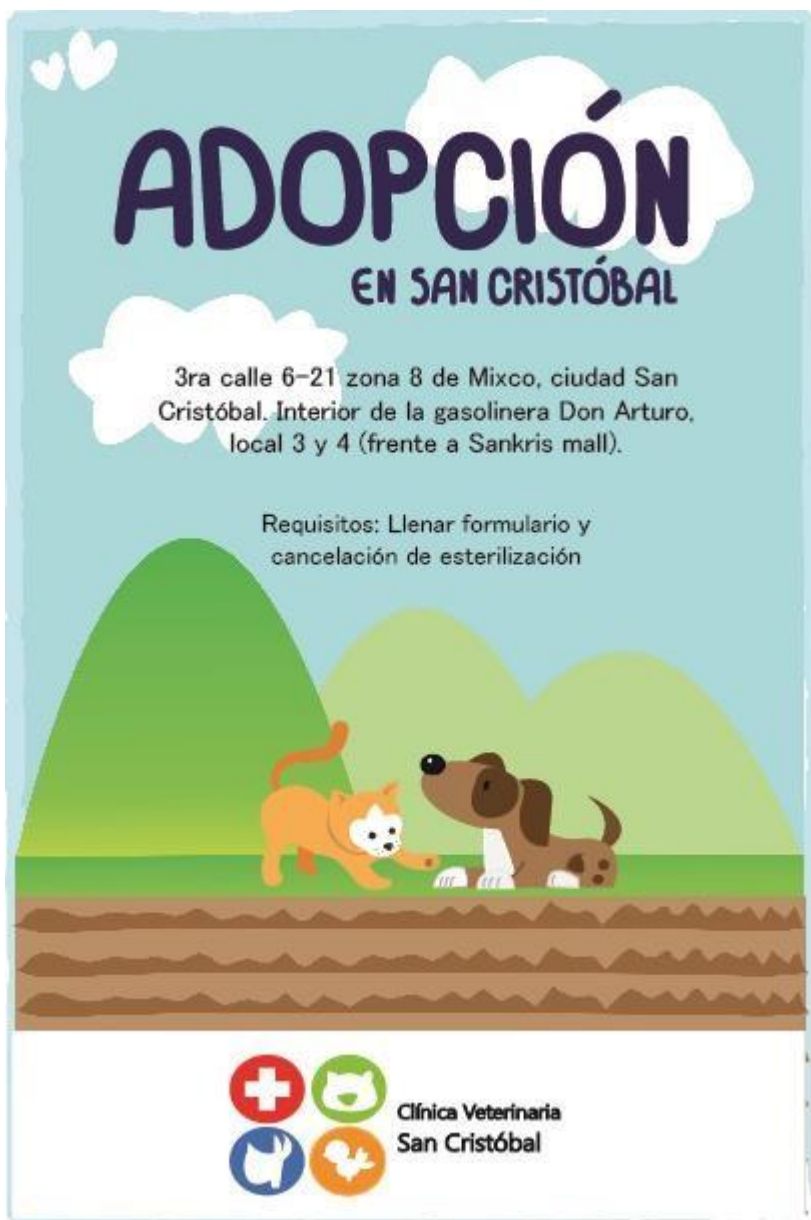
Justificación:

1. En la parte izquierda y central se cambian las divisiones por huellas de perros para mejorar el atractivo de los materiales impresos.
2. En la parte izquierda, en la sección “cuidados básicos para tu mascota”, se reduce la información para evitar la saturación de los materiales impresos y dejar lo esencial.

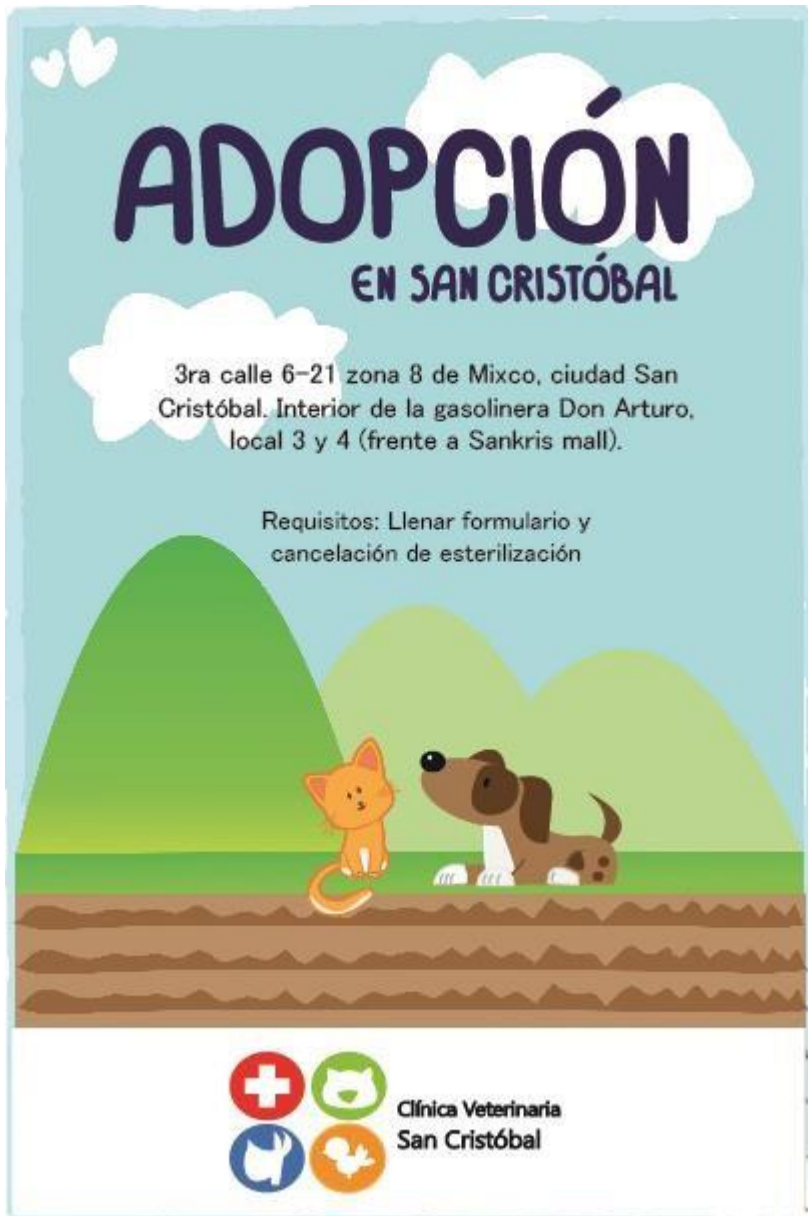
8.4.3 volante

Medidas 5.5*8.5

Antes



Después



Justificación:

1. Se realiza cambio de ilustración del gato en el volante.

Capítulo IX

Propuesta Gráfica

Final



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Infografía
Medidas 18*24 plg

ADOPTA CON RESPONSABILIDAD

RIESGOS PARA LOS HUMANOS

Derros, gatos o hamsters, entre otros, producen alto índice de alergias, es decir, algunas personas son altamente sensibles a ciertas características del animal, como pelo, orina o saliva, lo que se manifiesta con erupciones en las manos, hinchazón de ojos, comezón, congestión nasal, dificultades respiratorias y lagrimeo con sólo tocarlo o respirar en el mismo ambiente que éste.

UN COMPROMISO IMPORTANTE

Ser realistas es básico en la toma de esta decisión.

CUIDADOS MÉDICOS

Es necesario que al menos cada año se les brinde un chequeo con el veterinario y que él esté encargado del control de las vacunas y los medicamentos que requieran.

Recuerde que cada raza tiene tendencia a distintas afecciones.

BENEFICIOS EN TU HOGAR Y TU FAMILIA

- Disminuyen el riesgo cardíaco.
- Evitan el sentimiento de soledad.
- Reducen el estrés.
- Mejoran el estado de ánimo.
- Fortalecen el sistema inmunológico.
- Mejoran la esperanza de vida.

DIFERENTES TAMAÑOS DE MASCOTAS

Hecho por: Nisar Saena / Favela - Veterinaria San Cristóbal

Clínica Veterinaria
San Cristóbal PBX: 2413-1207

Trifoliar (tiro)

Medidas 8.5*11 plg

<h2>DIFERENTES TAMAÑOS DE MASCOTAS</h2> 	<h2>¿PORQUÉ LA IMPORTANCIA DE ADOPTAR?</h2>	<h2>¿QUÉ DEBES TOMAR EN CUENTA ANTES DE ADOPTAR?</h2>
<p>Miniatura: Son mascotas que no necesitan mucho espacio, son una excelente opción para departamentos o casas pequeñas.</p> <p>Mediano: Son animales que necesitan un espacio mínimo de un patio, donde puedan jugar y correr, requieren de más actividad física.</p> <p>Grande: Son mascotas que necesitan espacio para ejercitarse y poder desenvolverse sanamente, necesitan patios o casas grandes.</p>	<p>Adoptar un animal, es una gran decisión. Los perros y los gatos requieren mucho tiempo y dinero, y una responsabilidad de años en muchos casos.</p> <p>El tener un animal puede ser muy recompensante, pero sólo si realmente has meditado esta decisión antes de adoptar un compañero.</p>   <p>Clínica Veterinaria San Cristóbal</p>	 <h2>ADOPTA CON RESPONSABILIDAD</h2> 

Trifoliar (retiro)

Medidas 8.5*11 plg

<h3>CUIDADOS BÁSICOS PARA TU MASCOTA</h3> 	<h3>ALIMENTOS PROHIBIDOS PARA PERROS Y GATOS</h3> 	<h3>CONSEJOS PARA TU SALUD Y LA DE TU MASCOTA</h3> 
<p>La decisión de tener una mascota doméstica implica compromiso, responsabilidad y tiempo.</p> <p>Siempre se tiene que tener presente estos cuidados:</p> <ul style="list-style-type: none">🐾 Accesorios.🐾 Alimentación.🐾 Higiene.🐾 Consulta Veterinaria.🐾 Educación.🐾 Darle cariño.	<p>Para que tu mascota este siempre sana evita darle alimentos humanos haciendo énfasis especialmente en estos:</p> <ul style="list-style-type: none">🐾 Los huesos.🐾 El chocolate.🐾 El alcohol.🐾 La leche.🐾 La cebolla.🐾 La cafeína.🐾 Los aguacates.🐾 El atún.🐾 Dar comida de perros a un gato.	<p>Defensas: Las mascotas logran ayudar a nuestro sistema inmunológico, cuando se está en una edad temprana tener una mascota ayuda a tener defensas altas en nuestro cuerpo.</p> <p>Necesidad de ejercitarnos: Si se vive en un área urbana donde nuestra mascota pasa dentro de la casa o apartamento, se necesita llevarlo al parque o a la calle para que camine y se ejercite. Lo bueno de esto es que al mismo tiempo, nos ejercitamos nosotros mismos.</p>


Volante
Medidas 5.5*8.5

ADOPCIÓN

EN SAN CRISTÓBAL

3ra calle 6-21 zona 8 de Mixco, ciudad San Cristóbal. Interior de la gasolinera Don Arturo, local 3 y 4 (frente a Sankris mall).

Requisitos: Llenar formulario y cancelación de esterilización

 **Clínica Veterinaria
San Cristóbal**

Capítulo X

Producción, Reproducción y Distribución



Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Para que los materiales impresos puedan cumplir con el objetivo principal, es necesario darlo a conocer al grupo objetivo y así el proyecto pueda ser avalado. Se evalúan los siguientes aspectos:

1. Plan de producción
2. Plan de reproducción
3. Plan de distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

En el tiempo que se realizan los materiales impresos es primordial planificar los costos de la siguiente manera:

1. Proceso de recopilación de información, proceso creativo y elaboración de propuesta: de abril a septiembre del 2017
2. Total de meses trabajados: 6 meses
3. Total de días trabajados: 115 días (5 días por semana)
4. Total de horas trabajadas: 2 horas por día

El total de horas empleadas para la elaboración de los materiales impresos es de: 230 horas. Tomando en cuenta que el costo de la hora es de Q.25.00 por hora. El pago de las horas trabajadas es de Q5, 700.00.

10.2 Plan de costos de producción

Descripción	Tiempo
Elaboración de propuesta final	
Total de meses trabajados	1 mes y una semana
Total de días trabajados	25 (5 por semana)
Total de horas trabajadas	200 (8 horas diarias)

Se toma en cuenta que el pago de la hora es de Q25.00 ; el pago de las 200 horas trabajadas asciende a un total de Q5, 000.00.

10.3 Plan de costos de reproducción

La realización del proyecto de los materiales impresos consta de la reproducción de varias piezas, cuyos costos se describen a continuación:

- 1 afiche de 18x24 pulgadas impreso en husky cover #12 full color.
- 500 trifoliales de 8.5x11 pulgadas (tiro y retiro) impresos en opalina full color.
- 1,000 volantes de 8.5x5.5 pulgadas impresos en couche 80 gramos full color.

Proveedor	Afiche en husky cover #12	500 trifoliales en opalina	1,000 volantes en couche 80 gramos
Impresos	Q240.00	Q1200.00	Q500.00

10.4 Plan de costos de distribución

En relación a los costos de distribución, solo los volantes son distribuidos, ya que los trifoliales se van a entregar en la veterinaria y la infografía se debe colocar solo adentro de las instalaciones.

- Volantes: Se desea contratar a una persona para que distribuya los volantes en puntos transitados en las calles, locales y residenciales de San Cristóbal.
- Q.100.00 por hora en 4 días, en total Q400.00 por hora.
- Total de 125 volantes repartidos en cuatro días.

10.5 Cuadro con resumen general de costos

	Total
Plan de costos de elaboración	Q5,700.00
Plan de costos de producción	Q5,000.00
Plan de costos de reproducción	Q1940.00
plan de costos de distribución	Q400.00
Sub Total	Q11,475.20
Margen de Utilidad	Q9,562.66
IVA	Q2,608

Total	Q14,083.20
--------------	-------------------

Capítulo XI

Conclusiones y

Recomendaciones



Capítulo XI: Conclusiones y recomendación

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se diseñaron materiales impresos para dar a conocer las consideraciones que se deben tomar antes de adoptar una mascota en la Clínica Veterinaria San Cristóbal.

11.1.2 Se investigó acerca de los conceptos relacionados con comunicación informativa y persuasiva, que sustenta el desarrollo de los materiales impresos.

11.1.3 Se recopiló toda la información necesaria con relación a los cuidados básicos que debe de tener una mascota, su lugar de desarrollo y el compromiso que adquiere el adoptante y así se determinó el contenido de los materiales impresos.

11.1.5 Se crearon los elementos gráficos de forma ordenada y con equilibrio visual, por lo que se facilita la comprensión de la información en los materiales impresos.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Mantener contacto con la Clínica Veterinaria San Cristóbal para el seguimiento médico del programa de adopción que se informa al momento de considerar adoptar a la mascota.

11.2.2 No modificar el diseño que se tiene en los materiales impresos en los próximos proyectos y para mantener una misma línea gráfica con todo su material.

11.2.3 Actualizar el conocimiento general que se tiene al cuidar una mascota ya sea en la Clínica Veterinaria San Cristóbal o en algún otro medio de comunicación.

11.2.4 Seguir buscando innovar en el arte de la fotografía para ayudar a causas sociales como lo es este proyecto de adopción.

11.2.5 Siempre mantener una línea gráfica ordenada y visualmente agradable para el grupo objetivo que se está trabajando y así facilitar el entendimiento de los materiales impresos.

Capítulo XII

Conocimiento

General



Capítulo XII: Conocimiento general

Conocimiento General

Diseño Editorial

El área editorial es una de las ramas más completas y complejas en el diseño gráfico. Requiere no solamente de una buena dosis de creatividad, sino conocer y dominar la técnica en la que se va a producir, saber aplicar nuestro idioma y cómo generar un archivo original que sea lo más amigable posible para producción.

Para este proyecto fue muy esencial usar el diseño editorial para la diagramación y diseño de esta campaña de adopción.

Software

En este curso en particular son todos los programas de adobe, es vital para un diseñador aprender los básico de los programas ya después si desea especializarse en alguno de ellos se pulirá con practica y conocimiento.

Fotografía

La tecnicas fotograficas que impartieron en el curso van a hacer aplicadas en diferentes proyectos en el futuro.

Es muy fácil tomar una fotografía pero gracias a ciertas técnicas se puede ver un trabajo realmente hermoso por medio de una lente.

Comunicación

El término comunicación en su sentido más amplio refiere a la acción y resultado de comunicarse. Cuando los seres humanos nos comunicamos entre sí estamos compartiendo cuestiones, llevando a que las situaciones propias sean comunes con el otro y con las que este tenga. Por tanto, la comunicación es una actividad absolutamente humana y parte de la relación de las personas en cualquier ámbito y momento de la vida.

Capítulo XIII

Referencias



Capítulo XIII: Referencias

1. Alberto, C. G. (2002). Fundamentos de la diagramación. Lima, Perú: Fondo editorial de la UNMSM.
2. Herrera, C., & López Parejo, A. (2008). Introducción al diseño. Málaga: Vértice.
3. Román, C. J. (2005). El libro de las habilidades de comunicación. España: Editorial Díaz de Santos.
4. Sánchez, J., & Edgardo, L. (2012). Pensar en diseño gráfico. Guadalajara, Jalisco: Editorial Universitaria: Universidad de Guadalajara.
5. Rosalba Cruz, Carmen Fragano. (2001). Nuevas tecnologías en la edición para Libro. Madrid, España. Razón y palabra.
6. Tomás Fernández García, Agustín García Rico. (2001). Medios de comunicación sociedad y educación (1 ed.).
7. Wong, W. (2002). *Fundamentos del Diseño*. España: Editorial GG.
8. Mucchielli, Alex, “Psicología de la comunicación” 1998 ISBN: 978-84-493-0445-3
9. Morrison, M. (2015). *Qué es Illustrator*. Recuperado el 12 de Agosto de 2015, de Manuel Morrison Blog: <http://manuelmorrison.com/blog/que-es-illustrator/>
10. epymedigital.blogspot.com. (2 de Febrero de 2014). Recuperado el 15 de Agosto de 2015, de *Low Poly, Tendencia de Diseño Web*:
11. Moguel, P. R. (4 de Agosto de 2015). *Graphia*. Recuperado el 4 de Agosto de 2015, de <http://www.graphia.com.mx/pdf/>
12. Román, I. C. (2007). *Manual de diseño y diagramación de documentos*. Costa Rica: CENADI.
13. Definicion.de. (2015). Recuperado el 29 de 7 de 2015, de <http://definicion.de/ciencias/>
14. Espinosa, M. P. (2001). *El diseño y la producción de manuales escolares*. Recuperado el 11 de 8 de 2015, de OCW.UM:
Animanaturalis (2014). Recuperado el 24/08/2015 de <http://www.animanaturalis.org/>
<http://www.patologiaveterinaria.cl>
<https://www.fundacion-affinity.org/sites/default/files/white-paper-estudio-fundacion-affinity>
<https://www.humanesociety.org>
<http://www.abogadosdelosanimales.org/>

Capítulo XIV

Anexos



Capítulo XIV: Anexos

Anexo A: Tabla de Nivel Socio Económico

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

Anexo B: Encuesta de validación

Universidad galileo

Facultad de Ciencias de la comunicación (FACOM)

Licenciatura en comunicación y diseño gráfico

Proyecto de graduación



Nombre Completo: _____

Género: M_____ F_____ Edad: _____

*Con una x seleccione una opción.

Grupo objetivo: _____

Cliente: _____

Experto: _____

Encuesta de validación de proyecto

DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA PROMOVER A LOS CLIENTES ADOPTAR CON RESPONSABILIDAD E INFORMAR SOBRE EL PROCESO DE ADOPCIÓN QUE ESTA IMPLEMENTANDO LA CLÍNICA VETERINARIA SAN CRISTÓBAL.

Antecedentes

La Clínica Veterinaria San Cristóbal inició en septiembre del año 2000 como una pequeña agro veterinaria donde se vendía todo tipo de concentrado para animales y productos veterinarios. Después de observar la exigencia de los clientes para que también se prestaran servicios médicos para sus mascotas, se tomó la decisión de implementar estos servicios y pasó de una agro veterinaria a una veterinaria, han estado ubicados desde sus inicios en zona 8 de Mixco. La Clínica crea una iniciativa de promover la adopción de mascotas rescatadas, para seguir fomentando la adopción responsable se ha creado materiales impresos con diferentes diseños para que los adoptantes se puedan informar de todo lo que conlleva el proceso de adopción y así evitar una problemática con la mascota en un futuro cercano.

Objetivo de investigación:

En base a la investigación se realiza una encuesta a futuros adoptantes para evaluar los materiales impresos que brindaran apoyo al momento de realizar una adopción responsable.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, responda las siguientes interrogantes.

*(Encierre dentro de un círculo la respuesta)

Parte objetiva:

1. ¿Es necesario diseñar materiales impresos para dar a conocer las consideraciones que se deben de tomar en cuenta antes de la adopción de una mascota?
SI / NO

2. ¿Considera importante investigar acerca de los conceptos de comunicación informativa y persuasiva, para sustentar el desarrollo del proyecto y los materiales impresos?
SI / NO

3. ¿Considera importante la recopilación de información necesaria relacionada con los cuidados de una mascota para determinar el contenido de los materiales impresos?
SI / NO

4. ¿Considera necesario fotografiar a la mascota principal de los materiales impresos para que el grupo objetivo esté interesado en adoptar un animal mestizo y no solo de raza?
SI / NO

5. ¿Considera importante Diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con equilibrio visual para facilitar la comprensión de la información de los materiales impresos?
SI / NO

Parte semiológica:

6. ¿Considera que la diagramación de los materiales impresos es?
Ordenada / Poco ordenada / Nada ordenada

7. ¿Qué sentimiento le provoca ver los colores de los materiales impresos?
Interés / Agrado / Alegría / Desagrado

8. ¿Qué sensaciones despiertan las ilustraciones utilizadas en los materiales impresos?
Sensibilidad / Ternura / Indiferencia

9. ¿Considera que las ilustraciones de los materiales impresos son?
Agradables / Poco agradables / Nada agradables

10. ¿El estilo de la tipografía de los materiales impresos le transmite?
Fluidez / Claridad / Coherencia / Confusión

11. ¿Las fotografías utilizadas en los materiales impresos le transmiten?
Humanidad / Responsabilidad / Sensibilidad

Parte operativa:

12. ¿Considera que los materiales impresos son?
Útiles / Poco útiles / Nada útiles

13. ¿Considera que la tipografía utilizada en los materiales impresos es?
Legible / Poco legible / nada legible

14. ¿Considera que el contenido de los materiales impresos es?
Interesante / Poco Interesante / Nada interesante

15. ¿Considera que el tamaño de las ilustraciones es?
Visible / Poco visible / Nada visible

16. ¿Cree usted que los materiales impresos le ayudan a considerar una adopción más responsable?
SI / NO

Observaciones:

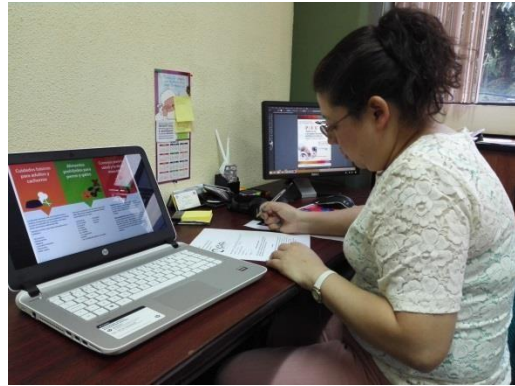
Se agradece por su tiempo y disposición para responder la encuesta.

Anexo C: Proceso de validación

Expertos



Lic. Manuel Monroy



Lic. Wendy Franco



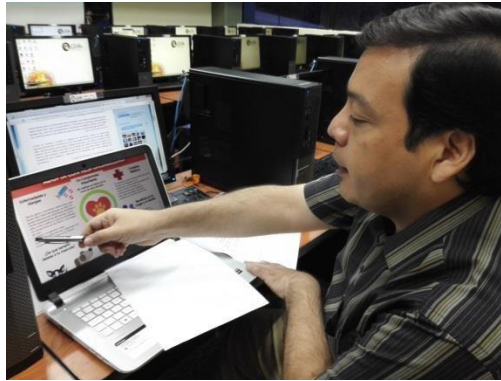
Lic. Marlon Barroyo



Lic. Alejandra Pineda (Diseñadora)



Lic. Ingrid Ordoñez

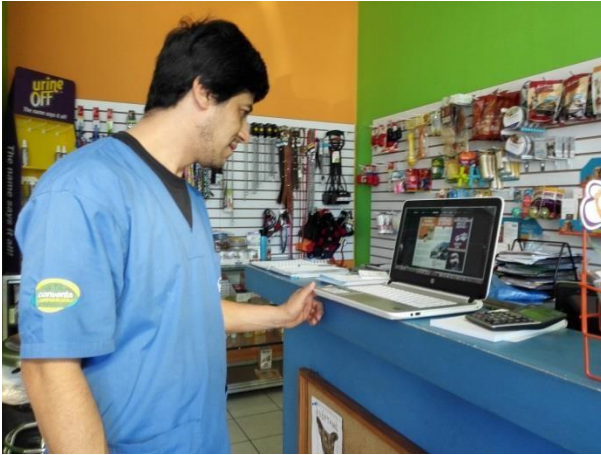


Lic. Rolando Barahona



Lic. Carlos Franco

Cliente



Dr. Manuel Rivera (Veterinario)

Grupo objetivo

Focus group



Anexo D: Cotizaciones



Guatemala 20 de noviembre de 2015

Sres.
Veterinaria San Cristóbal
Atencion: Nissa Saravia

Por este medio le adjunto la cotización solicitada.
Muchas gracias por su preferencia y quedo a la espera de sus comentarios.

1 Afiche de 18x24 en papel husky #12 full color	Q242.00
1000 volantes de 8.5x5.5 full color en papel coushe full color.....	Q650.00
500 Trifoliales tiro y retiro de 8.5x 11 full color en opalina.....	Q 1260.00

♦
♦

..... Valor Total..... Q 2,152 .00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el cliente: CD

Tiempo de Producción: 5 días hábiles a partir de Sherpas y Dummies aprobados sin cambios, para entrega CR total y la tercera parte de cada motivo.

Tramite de pago : 45 días de crédito .

Esta cotización se mantiene de oferta por negociación de un año 4 tirajes.

Quedando a la espera de sus apreciables ordenes

Atte
Angel Diego Rodriguez
Maya Prin

49 calle 24-03 zona 12 Calz. Atanasio Tzul, Ciudad Guatemala
TEL: 2380-3200 www.mayaprin.com info@mayaprin.com

COTIZACIÓN NO.	A - 11,086
FECHA	01/02/2017
COTIZACIÓN VÁLIDA POR	7 días hábiles
TIEMPO DE ENTREGA	02 a 03 Días
FORMA DE PAGO	Efectivo
PREPARADA POR	Pablo Vilela



CONTÁCTENOS, S.A.
NIT. 4436888-7

CLIENTE Nissa Saravia TELÉFONO _____
E-MAIL nissaravia92@gmail.com CELULAR _____

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Impresión full color tamaño 18x24" en texcote lado mate	Q 9.00	Q 145.00
500	Trifoliales impresión digital full color tiro y retiro tamaño carta en opalina.	Q 3.60	Q 1,800.00
1,000	Volantes impresión litografica full color tamaño 8.5x5.5" en couche 80	Q 1.575	Q 1,575.00
			Q 3,520.00

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% • Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega
Una vez firmada la cotización, esta puede ser tomada como orden de compra y el cliente acepta los diseños como artes finales.

NOTA Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión.

Firma de Aceptado Fecha