



FACULTAD DE CIENCIAS

DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos. Centro de Servicio Social Redención. Gualán, Zacapa, Guatemala 2018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala C. A.

ELABORADO POR

Marilyn Andrea Túchez Morataya

Carné: 13002950

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Chiquimula, Chiquimula, Junio de 2018

FACULTAD DE CIENCIAS

DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos. Centro de Servicio Social Redención. Gualán, Zacapa, Guatemala 2018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala C. A.

ELABORADO POR

Marilyn Andrea Túchez Morataya

Carné: 13002950

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Chiquimula, Chiquimula, Junio de 2018

Guatemala, 23 de junio de 2,017.

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

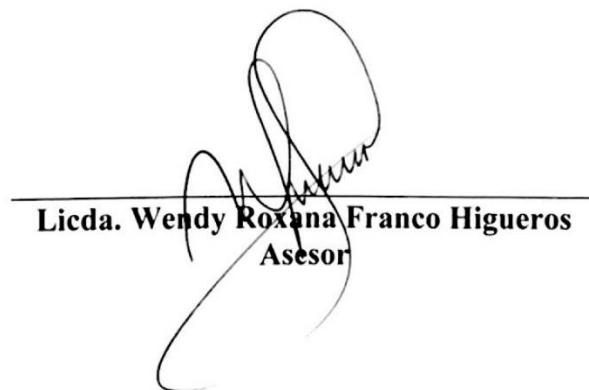
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de Proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO PARA INFORMAR ACERCA DE LA HIGIENE Y EL CUIDADO PERSONAL PARA PREVENIR ENFERMEDADES EN LAS FAMILIAS DE ESCASOS RECURSOS. CENTRO DE SERVICIO SOCIAL RENDENCIÓN. GUALÁN, ZACAPA, GUATEMALA 2018.
Asimismo, solicito que Licda. Wendy Franco Higueros, sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Marilyn Andrea Túchez Morataya
13002950



Licda. Wendy Roxana Franco Higueros
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 28 de junio 2017.

**Señorita
Marilyn Andrea Túchez Morataya
Presente**

Estimada Señorita Túchez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO PARA INFORMAR ACERCA DE LA HIGIENE Y EL CUIDADO PERSONAL PARA PREVENIR ENFERMEDADES EN LAS FAMILIAS DE ESCASOS RECURSOS. CENTRO DE SERVICIO SOCIAL RENDENCIÓN. GUALÁN, ZACAPA, GUATEMALA 2018.** Asimismo, se aprueba a Licda. Wendy Franco Higueros, 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, 28 de noviembre 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 MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO PARA INFORMAR ACERCA DE LA HIGIENE Y EL CUIDADO PERSONAL PARA PREVENIR ENFERMEDADES EN LAS FAMILIAS DE ESCASOS RECURSOS. CENTRO DE SERVICIO SOCIAL RENDENCIÓN. GUALÁN, ZACAPA, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante: Marilyn Andrea Túchez Morataya, con número de carné: 13002950, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Licda. Wendy Roxana Franco Higueros
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 1 de marzo de 2018

**Señorita
Marilyn Andrea Túchez Morataya
Presente**

Estimada Señorita Túchez:

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, 12 de junio de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO PARA INFORMAR ACERCA DE LA HIGIENE Y EL CUIDADO PERSONAL PARA PREVENIR ENFERMEDADES EN LAS FAMILIAS DE ESCASOS RECURSOS. CENTRO DE SERVICIO SOCIAL REDENCIÓN. GUALÁN, ZACAPA, GUATEMALA 2018***, de la estudiante Marilyn Andrea Túchez Morataya, 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, 24 de abril de 2018

Señorita
Marilyn Andrea Túchez Morataya
Presente

Estimada Señorita Túchez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO PARA INFORMAR ACERCA DE LA HIGIENE Y EL CUIDADO PERSONAL PARA PREVENIR ENFERMEDADES EN LAS FAMILIAS DE ESCASOS RECURSOS. CENTRO DE SERVICIO SOCIAL RENDENCIÓN. GUALÁN, ZACAPA, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante: Marilyn Andrea Túchez Morataya, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

AUTORIDADES

Rector: Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Vicerrectora general: Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrector Administrativo: Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Secretario general: Lic. Jorge Retolaza.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación:

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Resumen

A través del acercamiento con la institución Centro de Servicio Social Redención, se identificó que no contaba con con materiales gráficos de apoyo, para la educación y orientación acerca de la higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades en los pacientes que buscan dicho lugar.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos del Centro de Servicio Social Redención.

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

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

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñaron folletos, afiches, banners con hábitos básicos sobre la higiene y el cuidado personal.

Se recomendó actualizar el diseño de los folletos con información básica de higiene y cuidado personal cada 3 a 6 meses, para mantener el entusiasmo e incrementar el deseo a la práctica.

Para efectos legales únicamente la autora Marilyn Andrea Túchez Morataya es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción	1
1.1 Introducción	1
Capítulo II: Problemática	1
2.1 Contexto	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	2
2.3 Justificación.....	3
2.3.1 Magnitud	3
2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
2.3.3 Trascendencia.....	4
2.3.4 Factibilidad.....	4
Capítulo III: Objetivos del diseño	2
3.1 El objetivo general	6
3.2 Los objetivos específicos	6
3.2.1	6
3.2.2.....	6

3.2.3.....	6
Capítulo IV: Marco de referencia	6
4.1 Brief.....	8
4.2 FODA.....	12
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	8
5.1 Familias de niños ingresados en el Centro de Servicio Social Redención.....	13
5.2 Perfil geográfico.....	13
5.3 Perfil demográfico.....	13
5.4 Perfil psicográfico	14
5.5 Perfil conductual	14
Capítulo VI: Marco teórico	13
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
6.1.1 Institución.....	15
6.1.2 Evangelista	15
6.1.3 Jesucristo.....	16
6.1.4 Clínica Médica	17
6.1.5 Servicio Social	17
6.1.6 Radio	18
6.1.7 Materiales Gráficos	19
6.1.8 Orientar	20

6.1.9 Higiene	20
6.1.10 Prevención.....	21
6.1.11 Aprendizaje	22
6.1.12 Procesos Básicos	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 Comunicación	24
6.2.3 Comunicación Verbal.....	25
6.2.4 Comunicación Visual	26
6.2.5 Elementos de la Comunicación.....	27
6.3 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	30
6.3.1 Diseño	30
6.3.2 Diseño Editorial	31
6.3.3 Diseño Vectorial Flat	32
6.3.4 Folleto	33
6.3.5 Afiche	34
6.4 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	35
6.4.1 Ciencias	35
6.4.2 Artes	39
6.4.3 Teorías.....	41

6.4.5 Tendencias.....	43
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	15
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	45
7.1.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	45
7.1.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	45
7.1.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	46
7.2 Conceptualización	47
7.2.1 Método	47
7.2.2 Definición del concepto	47
7.3 Bocetaje.....	48
7.3.1 Proceso de bocetaje formal:	52
7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos	62
7.3 Propuesta Preliminar	72
Capítulo VIII: Validación técnica	45
8.1 Población y muestreo	82
8.1.1 Autoridades de la empresa	82
8.1.2 Expertos.....	82
8.1.3 Grupo objetivo	83
8.1.4 La encuesta está dividida en tres partes	83
8.2 Método e instrumento	83

8.3 Resultados e interpretación de resultados	89
8.4 Cambios con base a los resultados	106
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	121
9.1 Fundamentación de diseño	122
9.1.2 Concepto de diseño	122
9.1.3 Elementos Gráficos	122
9.1.4 Elementos tipográficos.....	123
9.1.5 Colores	123
9.1.6 Propuesta gráfica final.....	124
Capitulo X: Producción, reproducción y distribución.....	122
10.1 Plan de costos de elaboración	135
10.2 Plan de costos de producción	135
10.3 Plan de costos de reproducción	136
10.4 Plan de Costos de Distribución	136
10.5 Margen de utilidad	136
10.6 Cuadro con resumen general de costos	137
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	122
11.1 Conclusiones	138
11.1.1	138
11.1.2.....	138

11.1.3.....	138
11.1.4.....	138
11.1.5.....	138
11.1.6.....	139
11.1.7.....	139
11.2 Recomendaciones.....	139
11.2.1.....	139
11.2.2.....	139
11.2.3.....	139
11.2.4.....	139
11.2.5.....	140
11.2.6.....	140
11.2.7.....	140
Capítulo XII: Conocimiento general.....	138
Capítulo XIII: Referencias.....	141
13.1 Bibliográficas.....	142
13.2 Biblioweb.....	143
Capítulo XIV: Anexos.....	142
14.1 Anexo A: Definición de tema.....	151
14.2 Anexo B: Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño.....	152

14.3 Anexo C: Taller de Desarrollo de Objetivos	153
14.4 Anexo D: Brief	154
14.5 Anexo E: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex	157
14.6 Anexo F: Encuesta perfiles psicográfico y conductual	158
14.7 Anexo G: Fotografías de encuestados.....	160
14.7.1 Expertos.....	160
14.7.2 Autoridades	161
14.7.3 Publico Objetivo.....	162
14.8 Anexo H: Cotizaciones	163

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

La higiene y el cuidado personal ayudan al ser humano a prevenir enfermedades. Es por ello que es de suma importancia orientar a las personas sobre este tema. El Centro de Servicio Social Redención tiene como misión brindar ayuda al más necesitado, actualmente cuenta con los servicios de orientación educativa, alimentación y clínica médica. Por medio de estos se pretende mejorar la salud mental y física de los pacientes. Es por ello que la institución se ve con la necesidad de material gráfico educativo que se utilizará como herramienta de apoyo para orientar a los pacientes sobre la higiene y el cuidado personal para la prevención de enfermedades. Por tal razón, se procederá a realizar el proyecto de graduación al diseñar los materiales gráficos solicitados que son: folletos, afiches, banners, cuaderno y stickers. Se utilizará el método de creatividad micro dibujos con el que se cimentarán las ideas principales de ilustración y diseño al crear los personajes a utilizar y la tendencia de diseño. Dicho proyecto será validado por medio del método mixto el que tiene como fin investigar si el proyecto es factible, al utilizar la herramienta encuesta. Por medio de ella se dará el resultado de la propuesta preliminar y la propuesta final de dicho proyecto. Por lo que se diseñará material gráfico, se investigarán los conceptos básicos de higiene, se ilustrará cada proceso, se unificará con el logotipo y línea de diseño perteneciente al Centro de Servicio Social Redención para obtener un resultado exitoso.

Ver anexo A: Definición de tema

CAPÍTULO *II*

PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

El Centro de Servicio Social Redención, ubicado en el Bo. Valle Verde del municipio de Gualán, Zacapa, es una institución evangelística que promueve el mensaje de Jesús, brindando ayuda al más necesitado. El Centro de Servicio Social Redención actualmente cuenta con los servicios de orientación educativa, alimentación y clínica médica de los que más de 69 niños y sus padres se ven beneficiados. La higiene y el cuidado personal es importante para tener buena salud y bienestar, estas familias por falta de orientación educativa han descuidado esa área y se ven afectadas por muchas enfermedades.

Se necesitan maneras efectivas de orientar y educar a estas personas. El propósito del proyecto es crear material gráfico que sirva como herramienta de apoyo y orientación para educar a las familias sobre los conceptos básicos de higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades a través de folletos, afiches, material publicitario como banners, y artículos que incrementen la motivación a la práctica con información corta, entendible y precisa para mayor aprendizaje y efectividad.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

El Centro de Servicio Social Redención no cuenta con material gráfico educativo para informar, acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades, a familias que atienden.

Ver anexo B: Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño

2.3 Justificación

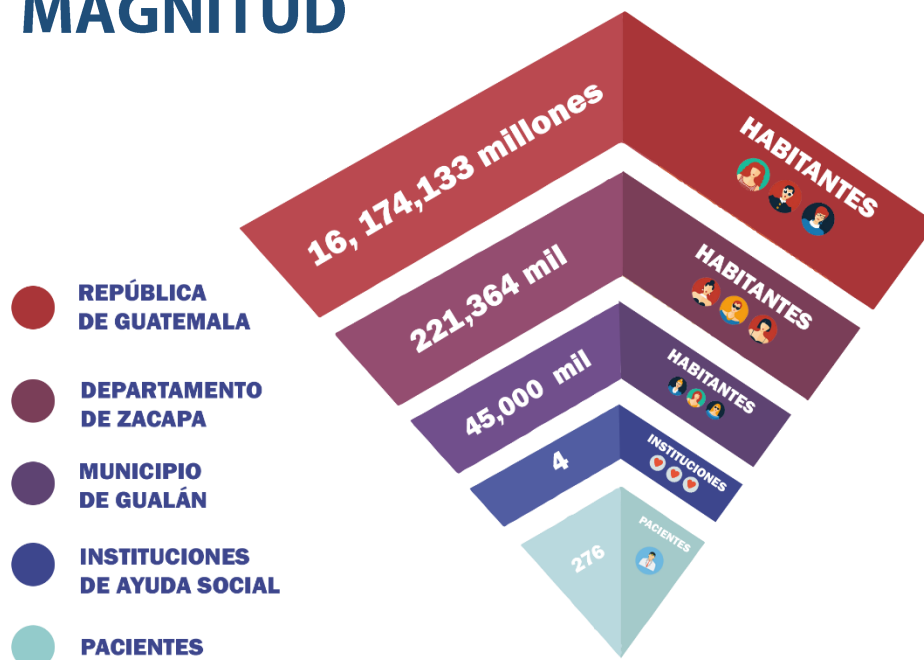
Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

2.3.1 Magnitud

Según el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala (INE), Guatemala cuenta con una población de 16, 174,133 millones, el departamento de Zacapa con 221,364 habitantes, el municipio de Gualán, con más de 45,000 habitantes.

En el municipio de Gualán existen 4 instituciones de ayuda social, entre las más grandes y de mayor impacto está el Centro de Servicio Social Redención.

MAGNITUD



2.3.2 Vulnerabilidad

Los pacientes atendidos en el Centro de Servicio Social Redención son de escasos recursos y no han tenido la oportunidad de recibir educación. De alguna manera esto afecta en su forma de vivir, no tener materiales gráficos dificulta el aprendizaje de los hábitos que deben seguir y que son recomendados diariamente en las clínicas médicas, ya que por medio de estos el paciente puede comprender mejor y recordar más siendo más efectivo el tiempo que se invierte en orientar a los mismos.

2.3.3 Trascendencia

El material gráfico educativo que se creará con el contenido de los procesos básicos de higiene y cuidado personal, entre ellos folletos, afiches, banners, cuadernos y stickers servirán para sensibilizar al grupo objetivo sobre la importancia de estos cuidados para su salud, más de 276 personas serán orientadas y beneficiadas por medio de este proyecto.

2.3.4 Factibilidad

Este proyecto sí es factible porque consta con los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recursos humanos. La información para la realización de materiales gráficos de este proyecto será proporcionada por Giovanni Martínez, Director Administrativo del Centro de Servicio Social Redención, encargado y responsable de apoyar este proyecto.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. El Centro de Servicio Social Redención brinda el apoyo para la realización del proyecto y autoriza brindar información, al concluir con dicho proyecto se capacitará al equipo necesario para orientar a las familias atendidas.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La institución cuenta actualmente con los recursos económicos que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Se cuenta con el equipo tecnológico indispensable para llevar a cabo con éxito este proyecto, así también los softwares indicados para el diseño, maquetación e ilustración del mismo, que son: Illustrator, Photoshop, Indesign.

CAPÍTULO *III*

OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Diseñar material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y cuidado personal para prevenir enfermedades en la población que atiende.

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Investigar a través de recursos digitales y escritos los conceptos de diseño y diagramación para los materiales gráficos educativos que se proporcionarán a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

3.2.2 Recopilar información sobre conceptos básicos relacionados a la higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades en libros, recursos digitales y personales para la creación del material gráfico, dirigido a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

3.2.3 Ilustrar los procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal para brindar buena orientación a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

3.2.4 Diagramar el contenido del material gráfico para facilitar el aprendizaje de los pacientes atendidos en el Centro de Servicio Social Redención.

3.2.5 Unificar el logotipo con el diseño de los materiales gráficos para obtener una línea de diseño sólida y funcional en el material gráfico para los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

3.2.6 Comunicar procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal para brindar buena orientación y desarrollar un eficiente método de aprendizaje para los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

Ver Anexo C: Taller de Desarrollo de Objetivos

CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Brief

Nombre de la institución: Centro de Servicio Social Redención

Dirección: Bo. Valle Verde, Gualán, Zacapa

Email: redenciongualan@gmail.com

Tel: 7933-2062 / 7933-1554

Contacto: Giovanni Martínez

Celular: 3070-2123

Antecedentes: El Centro de Servicio Social Redención, ubicado en el Bo. Valle Verde del municipio de Gualán, Zacapa, es una institución evangelista que promueve el mensaje de Jesús, brindando ayuda al más necesitado. El Centro de Servicio Social Redención actualmente cuenta con los servicios de alimentación y clínica médica en la que más de 69 niños y sus padres se ven beneficiados.

Oportunidad identificada: El Centro de Servicio Social Redención no cuenta con material gráfico de apoyo, para la orientación de la higiene y cuidado personal de sus pacientes, siendo esto de vital importancia para la mejora de salud y prevención de enfermedades.

Misión: Demostrar el amor de Jesucristo al servir al más necesitado y promover así el crecimiento de la iglesia de Cristo.

Visión: Alcanzar al mayor número de personas necesitadas, brindándoles amor y esperanza para que así conozcan el amor de Jesucristo.

Delimitación geográfica: Limita al Norte con el Estor y Los Amates, municipios del departamento de Izabal; al Sur con La Unión (Zacapa) y Zacapa, municipios del departamento de Zacapa, al Este con República de El Salvador y al Oeste con Zacapa y Río Hondo, municipios del departamento de Zacapa y el Estor, municipio del departamento de Izabal.

Grupo objetivo: Familias y niños ingresados en el Centro de Servicio Social Redención.

Principal beneficio al grupo objetivo: Aprendizaje sobre la higiene y cuidado personal para prevenir enfermedades y tener mejor salud.

Competencia: Asociación Corazones en movimiento, Compasión Intl, Ayuda adulto mayor, Proyecto Rescate.

Posicionamiento: Exaltando a Jesús.

Factores de diferenciación: Seguimiento a nuestros pacientes.

Objetivo de mercadeo: Posicionarnos como la asociación de ayuda social que más ayuda al necesitado por medio de clínicas médicas, así recibir apoyo de más entidades.

Objetivo de comunicación: Educar e informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos.

Mensajes claves a comunicar: Procesos básicos de higiene y cuidado personal.

Estrategia de comunicación: Diseño de material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos.

Reto del diseño y trascendencia: Crear material gráfico que funcione como herramienta de apoyo básico y funcional para buena orientación sobre la higiene y cuidado personal.

Materiales a realizar: Folletos, afiches, banners, cuaderno, sticker para el Centro de Servicio Social Redención.

Presupuesto: La institución cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

Colores: Degradé de rosa fuerte hasta el color azul.

Tipografía: Molde legible.

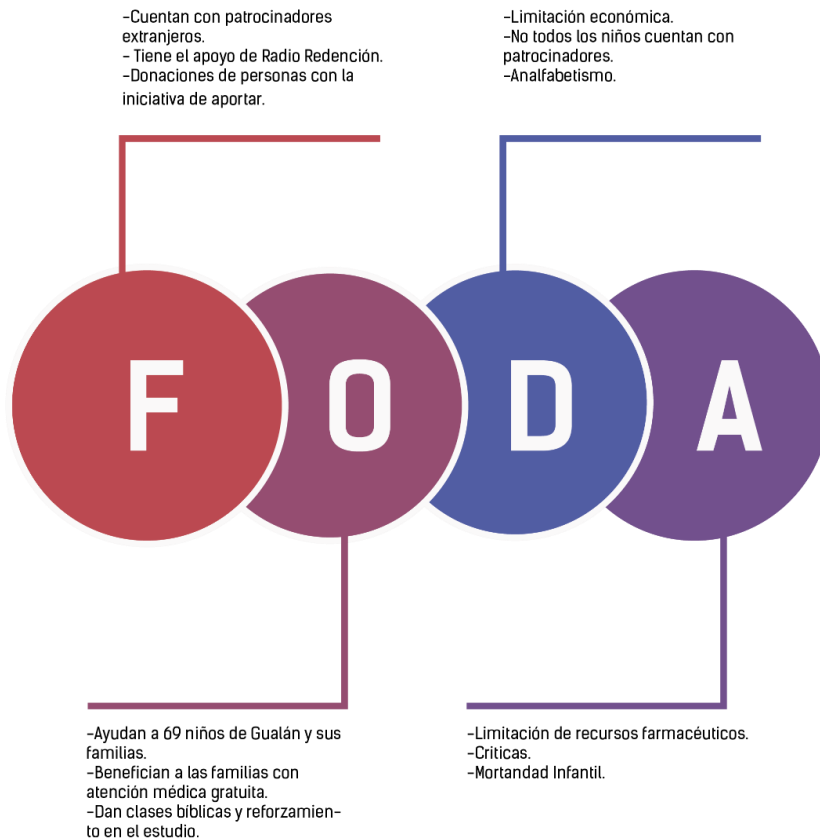
Forma: Isologo compuesto por una imagen en forma de corazón con dos manos dentro, que simboliza la unión, con la palabra Redención y Centro de Servicio Social.

Logotipo:



Ver anexo D: Brief

4.2 FODA



El Análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas. La creación del mismo es importante para contrarrestar las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades. En el Centro de Servicio Social Redención se tiene como una debilidad el analfabetismo en muchos de los niños y padres de familia, para ello se deben buscar métodos de aprendizaje especiales los cuales son de utilidad para poder educar y orientar de una manera fácil y efectiva. Por cada debilidad hay una solución.

CAPÍTULO 0

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Familias de niños ingresados en el Centro de Servicio Social Redención.

5.2 Perfil geográfico

Según la página miguate7.com, Gualán (del náhuatl, significa lugar de árboles de Yaje) es un municipio del departamento de Zacapa, ubicado en el oriente de la República de Guatemala. La cabecera municipal de Gualán se encuentra a 168 km de la Ciudad de Guatemala, por la ruta CA-9 que conduce a la costa atlántica y a 36 km de la cabecera departamental de Zacapa. Su altitud es de 130 msnm y tiene una extensión territorial de 696 km, lo que representa el 25% de la extensión total del departamento de Zacapa. La población total del municipio sobrepasa los 45,000 habitantes, de los cuales el 49% es masculino, y el 51% femenino. La cabecera municipal de Gualán tiene clima tropical y por costumbre del 6 al 8 de mayo es su celebración de la fiesta titular en honor a San Miguel Arcángel.

5.3 Perfil demográfico

Adultos, padres de familia y niños con primaria incompleta. Factor que ha obligado a los padres de familia a trabajar y depender directamente del sector obrero, devengando un ingreso mensual menor de Q1, 400.00. Dando como resultado familias de escasos recursos, por lo tanto cuentan con viviendas que constan de 1 a 2 cuartos máximo, 1 baño y sala o comedor, no cuentan con

servicio de electricidad, agua potable, un lugar adecuado para cocinar sus alimentos, menos con aparatos tecnológicos. El método de diversión más accesible es visitar los parques públicos.

NIVEL E
PRIMARIA INCOMPLETA
OBrero DEPENDIENTE
Q 14 MIL
CASA/ CUARTO RENTADO, 1-2 RECÁMARAS 1 BAÑOS, SALA COMEDOR
HIJOS EN ESCUELA
1 CEL, RADIO, TV, ESTUFA
PARQUES

Ver anexo E: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex.

5.4 Perfil psicográfico

Los pacientes del Centro de Servicio Social Redención asocian el término higiene con tomar una ducha cada día, no tienen el conocimiento de lo que es higiene personal, pero según las encuestas realizadas, se considera importante para la vida cotidiana pero no se cree posible prevenir enfermedades que comúnmente sufren.

5.5 Perfil conductual

Las personas a las que va dirigida este proyecto tienen una conducta bastante humilde, con temperamento melancólico, dispuestos a recibir los beneficios brindados por el Centro de Servicio Social Redención, la mayoría suelen ser puntuales en los días asignados para su chequeo médico y su alimentación. Son honestos, cooperativos, respetuosos pero carecen de confianza.

Ver anexo F: Encuesta perfiles psicográfico y conductual

CAPÍTULO *VI*

MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Institución

Para (Pérez Porto, 2013) institución es una cosa establecida o fundada. Se trata de un organismo que cumple con una función de interés público.

El (Diccionario de la lengua española , 2015) sostiene que institución es una fundación o establecimiento de algo principios de institución de una organización.

Según el libro (Miró Rocasolano, s.f.) se entiende por institución cualquier organismo o grupo social que, con unos determinados medios, persigue la realización de unos fines o propósitos.

- Institución es un organismo que se une por el interés público y social y trabajan para el bien común.

6.1.2 Evangelista

En el sitio (definicionabc, s.f.) se define como “evangelista” a todo aquel que proclama el mensaje de Cristo. La palabra evangelio proviene del griego y significa literalmente buen mensaje. El buen mensaje es, desde la perspectiva cristiana, el hecho de que Cristo murió por nuestros pecados y que resucitó al tercer día.

En la página (Seminarioabierto, s.f.) explica que evangelista es la persona que le gusta testificar eficazmente y compartir el evangelio con audacia. Considera los elementos básicos del plan de salvación y su presentación con claridad. Enseña cómo superar la resistencia de diferentes tipos de mentalidades.

“De acuerdo a (Miano, s.f.) evangelista o evangelismo es simplemente predicar el evangelio. Es una obra de comunicación en la cual, los cristianos se convierten a sí mismos en portavoces de Dios y de Su mensaje de misericordia hacia los pecadores.

- Evangelista es toda persona que se dedica a predicar el evangelio de Jesucristo.

6.1.3 Jesucristo

De acuerdo con (significado-de-nombres, s.f.) Jesús significa “El salvador es Yahveh”. El nombre tiene un origen hebreo, concretamente proviene del término Yehosúa.

Qué significa Jesucristo (en la biblia, s.f.) es El Cristo, El Salvador, la Esperanza del mundo.

Según el (Diccionario Enciclopédico, 2008) en la fe cristiana, la segunda persona de la Santísima Trinidad o Hijo de Dios, hecho hombre. El nombre de Jesucristo resulta de la unión de Jesús, que significa salvador, con Cristo, que significa ungido, nombre griego del Mesías, personaje prometido por los profetas del Antiguo Testamento y ardientemente esperado por los judíos.

- Jesucristo es el salvador del mundo, hijo de Dios quien se sacrificó por nosotros en una cruz para darnos vida eterna.

6.1.4 Clínica Médica

(Ucha, 2010) define que es uno de los usos más extendidos de la palabra para referir a la disciplina de la medicina que se ocupa de la observación directa del paciente y de su posterior tratamiento en caso de ser necesario.

De acuerdo con (Kennedy , s.f.) una clínica médica es un hospital o una escuela de medicina que se dedica a la atención y el tratamiento de pacientes ambulatorios. Algunas clínicas están atendidas por varios médicos especialistas que trabajan juntos y comparten las mismas instalaciones.

En el (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2016) se indica que clínica médica es parte práctica de la enseñanza de la medicina. Departamento de los hospitales destinado a dar esta enseñanza. Hospital, gralte. Quirúrgico, regido por uno o varios médicos.

- Es la atención médica que se le brinda a los pacientes ambulatorios.

6.1.5 Servicio Social

La página de (serviciosocial, s.f.) define qué servicio social es una actividad eminentemente formativa y de servicio, es decir, por un lado, afirma y amplía la información académica del estudiante y además permite fomentar en él una conciencia de solidaridad con la sociedad.

En (CONCEPTOS BÁSICOS , s.f.) se explica que este término se utiliza frecuentemente como sinónimo de Bienestar Social o de Servicios Sociales restringiendo así todo su contenido a una de sus formas , que aun siendo hoy la más significativa, no es la única, ni lo ha sido a lo largo de la Historia. Ander-Egg (1984:2) define este concepto como " toda actividad consciente, organizada y dirigida de manera individual o colectiva, que de modo expreso tiene por finalidad actuar sobre el medio social, para mantener una situación, mejorarla o transformarla".

Autoras como (Colomer, s.f.) entienden que la Acción o Servicio Social tiene como finalidad “conseguir la mejora de las condiciones de vida de todos los ciudadanos y a la satisfacción de las necesidades básicas de los mismos, para terminar con la injusticia social”. Así, liga este concepto al Bienestar Social y afirma que en cierta forma entra en oposición con la mera acción benéfica.

- Es toda actividad realizada para el bienestar del que lo necesite, sin fines de lucro y por caridad.

6.1.6 Radio

Según (wordreference, s.f.) el término Radio es una emisión destinada al público que se realiza por medio de ondas hertzianas.

Precisando la página (monografias, s.f.) define radio como un medio de difusión masivo que llega al radioescucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales.

El término radio en (Pérez Porto J. , 2010) tiene una amplia variedad de usos, Con origen en el latín radius, la palabra se utiliza en la geometría para referirse al segmento lineal que une el centro de un círculo con su circunferencia.

- Medio de comunicación con gran alcance aun en los lugares más remotos, informando al radioescucha de una manera eficaz.

6.1.7 Materiales Gráficos

Según la página (Universidad de Cesar Vallejo, s.f.) los materiales gráficos son herramientas utilizados durante el proceso de enseñanza - aprendizaje, debido a la gran variedad de formas de plasmar la información mediante los materiales gráficos, es indispensable para lograr los objetivos que nos planteamos en la sesión educativa.

En el sitio web (trapalanda, s.f.) define a los materiales gráficos no proyectales como documentos gráficos bidimensionales opacos cualquiera sea su naturaleza y carácter, tanto impresos como manuscritos. Por ejemplo, pueden encontrarse: caricaturas, carteles y afiches, exlibris, obras de arte originales, materiales educativos, reproducciones, grabados en sus diferentes técnicas (aguafuerte, xilografía, litografía, etc.), fotograbados y dibujos.

Se dicen en (La aventura del mundo. La literatura de información científica y técnica".) que materiales gráficos impresos son todos aquellos que se presentan en soporte papel, ya sean textos escritos, materiales gráficos o una combinación de ambos.

- Herramientas utilizadas para enseñar, educar e informar de una manera práctica y funcional.

6.1.8 Orientar

En la página (Pérez Porto J. , definicion, 2013) describe que orientar como una acción que hace referencia a situar una cosa en una cierta posición, a comunicar a una persona aquello que no sabe y que pretende conocer, o a guiar a un sujeto hacia un sitio.

Se observa en (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2016) que orientar es proporcionar a una persona datos sobre una cosa que ignora el monitor nos orientaba cada día; me orienté muy bien con tus apuntes. Instruir.

Para (Ibáñez, 1980) orientar es la ayuda ofrecida al individuo para que pueda resolver los problemas que la vida le plantea. Dicha ayuda implica asesoramiento, tutela, y dirección, y tiende a conseguir la plena madurez del sujeto.

- Orientar es proporcionar conocimiento a una persona de algún tema que desconoce.

6.1.9 Higiene

Haciendo referencia a (concepto definicion, s.f.) la palabra Higiene, proviene del termino griego “Higieya”, la cual representa la diosa de la salud en la antigua Grecia. La higiene es toda serie de hábitos relacionados con el cuidado personal que inciden positivamente en la salud y que

previene posibles enfermedades; asimismo, es la parte de la medicina o ciencia que trata de los medios de prolongar la vida, y conservar la salud del hombre.

De acuerdo con (biblioteca digital, s.f.) la higiene es el arte de conservar la salud, se dedica a estudiar la influencia que pueden ejercer sobre el hombre las circunstancias en las cuales está colocado, las sustancias materiales o agentes físicos que emplear deba para permanecer en buen estado, los alimentos de que se nutre, los movimientos que ejecuta, la integridad o perversión de sus diversas expresiones, el reposo, la fatiga, el estado de desvelo o de sueño y las diversas pasiones que pueden agitar a su alma.

En el Libro blanco de la higiene diaria (Institut Pasteur, s.f.) la higiene es una parte de la Medicina que tiene por objeto la conservación de la salud y la prevención de enfermedades. Abarca todos aquellos conocimientos y técnicas dirigidos tanto a controlar factores nocivos para la salud de los seres humanos, como a procurar el aseo, la limpieza y el cuidado de nuestro cuerpo y nuestro entorno.

- La higiene es un conjunto de hábitos relacionados con la salud, la limpieza y el cuidado.

6.1.10 Prevención

Según la página (concepto, s.f.) prevención hace alusión a prevenir, o a anticiparse a un hecho y evitar que este ocurra. Su origen es el término del latín praeventio, el cual proviene de “prae”: previo, anterior, y “eventiosus”: evento o suceso.

De acuerdo con (Salud, s.f.) define que la prevención designa al conjunto de actos y medidas que se ponen en marcha para reducir la aparición de los riesgos ligados a enfermedades o a ciertos comportamientos nocivos para la salud. Hablamos de prevención en el dominio de la seguridad de las carreteras para disminuir los riesgos de accidentes, pero también en el dominio de la salud con todas las medidas que se ponen en marcha para evitar la aparición o la propagación de una enfermedad.

La prevención según (Perrot, s.f.) tiene como base desarrollar recursos que puedan evitar la aparición de la enfermedad.

- La prevención son actos y medidas para evitar la aparición de enfermedades.

6.1.11 Aprendizaje

Según (El Pilar Académico, 2011) el aprendizaje es el proceso a través del cual se adquieren nuevas habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento y la observación. Este proceso puede ser analizado desde distintas perspectivas, por lo que existen distintas teorías del aprendizaje. El aprendizaje es una de las funciones mentales más importantes en humanos, animales y sistemas artificiales.

El aprendizaje es de acuerdo con la pagina (elpilaracademico, s.f.) como un establecimiento de nuevas relaciones temporales entre un ser y su medio ambiental ha sido objeto de diversos estudios empíricos, realizados tanto en animales como en el hombre. Midiendo los progresos

conseguidos en cierto tiempo se obtienen las curvas de aprendizaje, que muestran la importancia de la repetición de algunas predisposiciones fisiológicas, de «los ensayos y errores», de los períodos de reposo tras los cuales se aceleran los progresos, etc. Muestran también la última relación del aprendizaje con los reflejos condicionados.

Beltrán (Beltran, 1990) define el aprendizaje como: “Un cambio más o menos permanente de la conducta que se produce como resultado de la práctica”.

- Proceso por el cual se desarrollan nuevas habilidades y se puede obtener un cambio en la conducta.

6.1.12 Procesos Básicos

En la página (Tijera Beltran, s.f.) se describen a los Procesos Básicos como la capacidad que tiene el ser humano para obtener un pensamiento o conocimiento se pueden destacar ciertos procesos básicos del pensamientos los cuales construyen información mental debido a operaciones, situaciones que sirven para generar nuevas acciones motoras que permitan construir ese nuevo conocimiento entre ellos están: observación, descripción, diferenciación, semejanzas, comparación, relación, características esenciales, clasificación, planteamiento y verificación de hipótesis, definición de conceptos, clasificación jerárquica, análisis y síntesis.

Según investigación de (slideshare, conceptos de procesos, s.f.) proceso se denomina proceso al conjunto de acciones o actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un

fin. Si bien es un término que tiende a remitir a escenarios científicos, técnicos y/o sociales planificados o que forman parte de un esquema determinado, también puede tener relación con situaciones que tienen lugar de forma más o menos natural o espontánea.

“Un proceso es definido como un conjunto de actividades enlazadas entre sí que, partiendo de uno o más entradas los transforman, generando un resultado.

La (UNESCO, 2004) sostiene que la concepción sobre el proceso de aprendizaje surgió a partir del modelo industrial de la educación, a comienzos del siglo XX, y sirvió a los propósitos de proveer a grandes cantidades de individuos con las habilidades necesarias para puestos laborales que requerían poca calificación en el área de la industria y la agricultura.

- Son acciones que forman parte de un esquema con un fin determinado.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.2 Comunicación

Explica (Gonzales Rey) en el libro “Personalidad y Educación” que la comunicación es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana.

Dad (Zorín, s.f.) explica que la comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano.

En el libro (Guarda de Viggiano, 2009) define comunicación como: "Llamamos 'comunicación' al proceso mediante el que un mensaje emitido por un individuo, llamado emisor, es comprendido por otro llamado receptor o destinatario, que es la persona o entidad a quien va dirigido el mensaje, gracias a la existencia de un código común. Este proceso abarca dos etapas: la emisión y la recepción del mensaje llamadas respectivamente la codificación y la decodificación."

- Comunicación es el intercambio de información que existe entre un emisor y un receptor.

6.2.3 Comunicación Verbal

La comunicación verbal según la página (ecured, s.f.) es el uso de las palabras para la interacción entre los seres humanos, el lenguaje propiamente dicho, expresado de manera hablada o escrita. Constituye un nivel primario de comunicación y se centra en "lo que se dice". La base de este tipo de comunicación está en la utilización de conceptos.

Según la página (profesorenlinea, s.f.) comunicación es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. La comunicación verbal puede realizarse de dos formas: oral: a

través de signos orales y palabras habladas o escrita: por medio de la representación gráfica de signos.

De acuerdo con la escritora (Fajardo Uribe, 2009) sintetiza que la comunicación entre los individuos es esencial por un conjunto de razones que incluyen el acceso y el intercambio de información, la discusión abierta de ideas y la negociación de desacuerdos y conflictos. En los grupos humanos, la comunicación se ha convertido en un factor esencial de supervivencia no solo para la especie humana, sino para todo lo que gira a su alrededor: las costumbres, los ritos, las tradiciones sociales y culturales, y la historia, entre otras.

- De manera que la comunicación verbal es la transmisión de mensajes por medio de signos orales y palabras habladas.

6.2.4 Comunicación Visual

De acuerdo con la página (ecured, s.f.) comunicación visual es la relación que existe entre la imagen y el significado. Debido a que la imagen es un factor directo de reacción, simbolización y percepción, debe de tener un significado fácil de comprender. La comunicación visual suele ser directa, penetrable y universal.

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

Segun (Wucius Wong, s.f.) en el Manual del Diseño informa que la comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales que forman parte de todos los mensajes a los que estamos expuestos por medio de nuestros sentidos (sonoros, térmicos, dinámicos entre otros).

De acuerdo con la recopilación del libro "Diseño y comunicación visual" (García Torres, s.f.) la comunicación prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, un telegrama como tal (excluyendo su contenido), una bandera. Imágenes que, como todas las demás, tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes. Con todo, entre tantos mensajes que pasan delante de nuestros ojos, se puede proceder al menos a dos distinciones: la comunicación puede ser intencional o casual.

- De manera que comunicación visual es lo que existe entre la imagen y su significado.

6.2.5 Elementos de la Comunicación

De acuerdo con la página (elementosdelacomunicacion, s.f.) hay siete elementos en el proceso de comunicativo que siguen un proceso secuencial: Fuente (idea de origen), Mensaje, Codificación, Canal, Receptor, Descodificación y Realimentación.

La Fuente o idea de origen es el proceso por el cual una formula una idea de comunicar a la otra parte. Este proceso puede verse influida por estímulos externos, tales como libros o la radio,

o puede ocurrir internamente pensando en un tema en particular. La idea de origen es la base para la comunicación.

El mensaje es lo que se comunicará a la otra parte. Se basa en la idea de fuente, pero el mensaje se hace a mano para satisfacer las necesidades de la audiencia. Por ejemplo, si el mensaje es entre dos amigos, el mensaje tendrá una forma diferente que si la comunicación es con un superior o con un grupo.

La codificación es cómo se transmite el mensaje a otra persona. El mensaje es convertido a una forma adecuada para la transmisión. El medio de transmisión determinará la forma de la comunicación. Por ejemplo, el mensaje tendrá una forma diferente si la comunicación es hablada o escrita.

El canal es el medio de la comunicación. El canal debe ser capaz de transmitir el mensaje de una parte a otra sin cambiar el contenido del mensaje. El canal puede ser un trozo de papel, un medio de comunicación como la radio, o puede ser una dirección de correo electrónico. El canal es la ruta de la comunicación del emisor al receptor. Un correo electrónico puede utilizar Internet como canal.

El receptor es la parte que recibe la comunicación. La parte que utiliza el canal para conseguir la comunicación desde el transmisor. Un receptor puede ser un televisor, un ordenador, o un trozo de papel en función del canal utilizado para la comunicación.

La decodificación es el proceso en el que se interpreta el mensaje de su contenido. También significa que el receptor piensa en el contenido del mensaje e interioriza el mensaje. Este paso del proceso es donde el receptor compara el mensaje a experiencias previas o estímulos externos.

La retroalimentación es el paso final en el proceso de comunicación. Este paso transmite al transmisor que el mensaje se entiende por el receptor. Los formatos receptores una respuesta adecuada a la primera comunicación basándose en el canal y la envía al transmisor del mensaje original.

Dentro de lo que es la Comunicación según (Berlo, s.f.) existen diferentes elementos que son los que hacen que se lleve a cabo una buena comunicación entre las personas. David K. Berlo afirma que, al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes.

Según (Mérida, s.f.) especialista en marketing y recursos humanos la comunicación es un acto por el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitir una información. Esta comunicación tiene diversos elementos que facilitan o mejoran ese acto:

- Emisor: la persona que emite un mensaje.

- Receptor: la persona que recibe el mensaje.
 - Mensaje: la información que quiere ser transmitida.
 - Canal: medio por el que se envía el mensaje.
 - Código: signos y reglas que se emplean para enviar el mensaje.
 - Contexto: situación en la que se produce la comunicación.
-
- Los elementos de la comunicación son los que hacen posible el proceso de comunicación entre un emisor y un receptor ya que todos y cada uno de ellos juegan un papel muy importante en el éxito de la misma.

6.3 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.3.1 Diseño

Según (Andrade, s.f.) explica en su sitio web que Wucius Wong afirmó que el diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor.

La página (concepto definicion, s.f.) comparte que un diseño es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando

en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace. Para poder llevar a cabo un buen diseño es necesario la aplicación de distintos métodos y técnicas de modo tal que pueda quedar plasmado bien sea en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas lo que se quiere lograr para así poder llegar a su producción y de este modo lograr la apariencia más idónea y emblemática posible.

Se define en el sitio (Santana, s.f.) que el profesional Mc Graw-Hill; define que el diseño es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño: lavar platos, llevar una contabilidad o pintar un cuadro.

- El diseño es un proceso de creación, armonía, combinación y ejecución que busca darle solución a un proceso creativo con un propósito definido.

6.3.2 Diseño Editorial

De acuerdo con (Santa María, s.f.) lo que define es la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches, entre otros. Es la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos. Decimos especializada porque cada tipo de publicación tiene necesidades de comunicación particulares. Ningún proyecto de línea editorial puede parecerse al de otro salvo en aspectos generales. Hay un tipo de diseño único para cada tipo de publicación, por lo cual se requiere de profesionales capaces de alcanzar un equilibrio simétrico entre el texto y la parte gráfica.

El diseño editorial de acuerdo con (Rosas, s.f.) propone que el diseño editorial es la rama del diseño gráfico y del diseño 9 2012 de la información que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos.

Se explica en el libro *Introducción al Diseño Editorial* (Zanón) que el diseño editorial es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros catálogos y folletos.

- De manera que diseño editorial es la creación y maquetación de productos impresos, en especial manuales, trifoliales y afiches.

6.3.3 Diseño Vectorial Flat

Según (redgrafica) el término vectorial es usado regularmente en diseño para definir un tipo de gráficos de dos dimensiones producidas mediante un computador y un software especializado. Actualmente es la forma más utilizada para la producción de gráficos de calidad y bajo peso.

Según (documenta) una imagen vectorial está compuesta por un conjunto de formas vectoriales, en el archivo se almacena cada uno de sus vectores componentes, su posición y sus propiedades. Clases de formas vectoriales: • Puntos. • Líneas. • Elipses y Círculos. • Rectángulos y cuadrados. • Polígonos regulares, estrellas • Curvas Bézier son las que más opciones presentan a la hora de realizar formas vectoriales. Desarrolladas por Pierre Bézier por un encargo de la empresa Renault, que buscaba una familia de curvas matemáticas que permitieran representar las

curvaturas suaves que deseaban dar a sus automóviles. Las curvas Bézier quedan definidas por puntos llamados nodos o puntos de ancla y dos puntos de control, manejadores o manecillas por cada punto, con esto se consiguen controlar curva que realiza la transición entre puntos. Son curvas muy versátiles, capaces de adaptarse a cualquier forma por lo que se son las más utilizadas en el dibujo vectorial.

Se nos dice en el libro de Diseño Editorial (Zepeda) que el diseño editorial un vector está constituido por una serie de puntos y líneas, rectas y curvas definidas matemáticamente.

- El diseño vectorial flat consiste en la creación de vectores por medio de puntos y líneas que conforman la figura en sí, siendo plana y sencilla.

6.3.4 Folleto

En la página (xforddictionaries, s.f.) se explica que un folleto consiste de un impreso que contiene información sobre un producto o servicio o que explica las características y el modo de empleo de un determinado aparato.

De acuerdo con (Martín , s.f.) economista y experto en derecho del consumo y comercio electrónico, folleto es cualquier documento que contiene información sobre productos o servicios, y los términos en los que se pueden adquirir. Los folletos informativos tradicionalmente

se han impreso en papel y se ofrecen a los consumidores y usuarios como publicidad por parte de las empresas que producen o comercializan los productos o servicios.

Se observa en (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2016) que folleto es un impreso con las instrucciones de uso o manejo de una cosa.

- De manera que definimos un folleto como un impreso corto que contiene información, instrucciones o modo de empleo de algún objeto o servicio.

6.3.5 Afiche

Según la investigación en la página (Escritura, Lenguaje y Comunicación, s.f.) el afiche es un texto relevante e interesante, de fácil acceso a la lectura. De lenguaje sencillo y preciso, que te ayudará a presentar tus ideas frente a un gran número de personas poniendo en juego tu creatividad.

En el sitio (definicion, s.f.) Se denomina afiche a un tipo de cartel que es soporte de un mensaje que se quiere comunicar. Puede tener diferentes tamaños y su contenido varía según la intencionalidad de lo que se comunica, definido sobre todo por el tipo de mensaje. La comunicación visual, el diseño gráfico la publicidad, el marketing y el merchandising son algunas de las áreas que trabajan con este tipo de soporte comunicativo.

De acuerdo con la página (creacionliteraria, s.f.) el afiche es un texto a través del cual se difunde un mensaje en una campaña publicitaria con la intención de promover un servicio o producto, o bien, para invitar a participar en algo o actuar de cierta forma. El objetivo es convencer al lector a adquirir el bien o servicio.

- Material básico de diseño publicitario o informativo en donde es llamativo a la vista humana y funciona como herramienta para informar a las personas.

6.4 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.4.1 Ciencias

6.4.1.1 *Semiología de la imagen.* De acuerdo con (Hernandez, s.f.) Periodista y comunicólogo por la UNAM propone que la semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etcétera. Actualmente, no hay consenso, ni autor que se atribuya o tome la iniciativa de plasmarla en algún manual. Se propone que la semiología sea el continente de todos los estudios derivados del análisis de los signos, sean estos lingüísticos (semántica) o semióticos (humanos y de la naturaleza).

Conforme a la página (docencia, s.f.), la semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc.

El Doctor mexicano en Ciencias de la Información (Karam, s.f.) explica que por semiótica de la imagen el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El Lecciones del portal ISSN 2014-0576 estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

- Con referencia a lo anterior la semiología podría definirse como la ciencia que estudia cualquier signo icónico, lengua, código y más.

6.4.1.2 La Psicología de la Comunicación. Según (Pinzón, s.f.) la psicología de la comunicación es la rama de la psicología que estudia la conducta comunicativa del ser humano y su interacción con los demás.

La psicología de la comunicación de acuerdo con (Olívar Zúñiga, s.f.) es aquella que comprende las influencias de orden cultural, ambiental y social en las que interactúa el individuo, el cual va matizando los saberes para conceptualizar y configurar la percepción de los mensajes que existen en nuestra realidad; a partir de situaciones concretas en las que participa para una mejor comprensión de la misma, los tres aspectos a los cuales se enfoca son: El lenguaje, comunicación, psicología social, los medios masivos y la psicología.

Desde una perspectiva psicosocial según la (UCA, s.f.) se considera que la comunicación es el vehículo de la interacción social a partir del cual se intercambian representaciones o formas de entender la realidad.

- Determinamos que la psicología de la comunicación es la rama que estudia las maneras de comunicación entre la sociedad.

6.4.1.3 La psicología del color. En el sitio (psicologiadelcolor, s.f.) la psicología del color propone que 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, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

De acuerdo con (García Allen, s.f.) la psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos.

Según (Delgado, s.f.) los colores despiertan respuestas emocionales específicas en las personas. El factor psicológico está formado por las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría,

opresión, violencia. La psicología de los colores fue ampliamente estudiada por Goethe, que examinó el efecto del color sobre los individuos.

- Esta permite estudiar como el ser humano percibe los colores.

6.4.1.4 La Psicología de la Imagen. La Psicología de la Imagen según (mercadologosenlinea, s.f.) se encarga del estudio y análisis de la percepción interna y externa de una persona, grupo o institución y de los conocimientos y técnicas psicológicas aplicables a la emisión de estímulos para crear, modificar o mantener la percepción colectiva unificada hacia una persona, grupo o institución.

Se determina en (foromarketing, s.f.) que la psicología de la imagen es el estudio de la imagen en cuanto a las emociones que emiten. En marketing digital y publicidad es una ciencia esencial que hay que considerar, y la razón es porque las imágenes que eliges influyen tus conversiones.

Según (Rodríguez Cobos, 1988) en el libro “Apuntes de Psicología” la Psicología de la Imagen es una corriente psicológica enmarcada en el pensamiento siloísta. Aporta al conocimiento una concepción de lo humano como ser consciente e intencional y una conceptualización del psiquismo que comprende las características de espacialidad y temporalidad de los fenómenos de la conciencia.

- La psicología de la imagen depende de la percepción de lo emitido, por lo tanto es personal pero puede persuadirse sabiendo manejar la imagen o lo que se desea transmitir.

6.4.2 Artes

6.4.2.1 Tipografía. Según la página (Pérez Porto J. , definicion) 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.

En (designsuarezvi) se define a “La Tipografía” como arte del manejo y selección de tipos (las letras diseñadas con unidad de estilo) para desarrollar un trabajo de impresión.

(PALERMO EDU) explica que la tipografía es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.

- La tipografía es un elemento fundamental del diseño utilizado para comunicar de todas las maneras posibles, dándole personalidad a cada una de la información que se desea transmitir.

6.4.2.2 Literatura. La literatura es de acuerdo con (significados) una manifestación artística basada en el uso del lenguaje. También es el nombre una materia y el nombre de la teoría que estudia las obras literarias. Con este término también se conoce al conjunto de las producciones literarias, por ejemplo, de un país, una lengua o una época. Por extensión, se utiliza también para referirse al conjunto de obras que tratan sobre un tema determinado.

En la página (definición) se denomina literatura al empleo estético de la palabra escrita, empleo destinado a satisfacer necesidades culturales y de ocio.

Literatura según (Gallardo Pauls, 2009) Etimológicamente, “Literatura” deriva del latín *Littera*, que significa “letra” o “lo escrito”. Por su etimología, pues, la literatura está ligada a la cultura, como manifestación de belleza a través de la palabra escrita, pero esta definición deja fuera la literatura de transmisión oral, que es la primera manifestación literaria conocida, por lo que es mejor hablar, siguiendo a Aristóteles, de “el arte de la palabra”: la literatura es un arte, y por tanto, se relaciona con otras artes, y tiene una finalidad estética.

- Literatura es el arte de manejo de palabras de una manera estética.

6.4.2.3 Ilustración. En el artículo de (artedínamico, s.f.) se define ilustración, (de ilustrar) estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro. Componente gráfico que complementa o realza un texto. Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras.

En la página (ecured, s.f.) explican que ilustración en diseño gráfico no es más que el dibujo o imagen que acompaña a un texto o documento con el fin de complementar el mismo, haciendo más fácil la comunicación con el usuario del producto.

Ilustración de acuerdo con (Pérez Porto J. , 2013) 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.

- Ilustración es crear un dibujo o imagen que regularmente acompaña un texto, para comunicar o dar a conocer algo.

6.4.3 Teorías

6.4.3.1 Teorías de la comunicación. Según la página (CV EDU, s.f.) Aristóteles definió el estudio de la comunicación como la búsqueda de "todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance". Analizó las posibilidades de los demás propósitos que puede tener un orador. Sin embargo, dejó muy claramente asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista. Este tipo de enfoque del propósito comunicativo siguió siendo popular hasta la segunda mitad del siglo XVIII, aunque el énfasis ya no se pusiera sobre los métodos de persuasión, sino en crear buenas imágenes del orador.

Se explica en (comunicacion, s.f.) que la palabra comunicación proviene del latín "comunis" que significa "común". De allí que comunicar, signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos "en común" con otro. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido.

La teoría de la comunicación según (Mejia, 2017) fue propuesta por primera vez por Aristóteles en el periodo clásico y definida en 1980 por S. F. Scudder. Sostiene que todos los seres vivos del planeta tienen la capacidad de comunicarse. Esta comunicación se da a través de movimientos, sonidos, reacciones, cambios físicos, gestos, el lenguaje, la respiración, transformaciones del color, entre otros.

- La teoría de la comunicación define que los seres humanos somos capaces de comunicarnos unos con otros, mediante distintos medios.

6.4.3.2 Teoría del color. El color según la página (Vix La Teoría del Color, s.f.) es una sensación producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro. La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas.

Se dice en la página (unayta, s.f.) que el mundo es incoloro. Se podría decir que todo el color que vemos no existe. Es una percepción. Los objetos poseen la característica de absorber determinadas partes del espectro lumínico. La luz que no es absorbida se remite y transmite

diferentes estímulos de color al de la ambientación general. Al llegar estos estímulos hasta el órgano de la vista, nos produce una sensación de color.

En (ecured, s.f.) se expone que el color es una impresión visual que tiene el sujeto del objeto. En consecuencia, es el resultado de un proceso múltiple donde intervienen distintos elementos, factores y procesos (físicos, biológicos y neuro-psicológicos).

- El color es una percepción cómplice de todo lo visual que se quiera transmitir.

6.4.5 Tendencias

6.4.5.1 Minimalismo. Se dice en la página (webnova, s.f.) que el diseño minimalista es el diseño en su forma más básica, es la eliminación de elementos pesados para la vista. Su propósito es hacer que sobresalga el contenido. Desde el punto de vista visual, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y llevar la mente del observador a lo básico de la pieza. Por lo tanto, los diseños minimalistas ofrecen contenidos visuales concretos abordados de la simplicidad -no simpleza- de los recursos gráficos que se deben emplear para lograr desarrollos consecuentes, sin distracciones.

La página (Pérez Porto J. , definicion, 2014) expone que el 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.

De acuerdo con (Santin, s.f.) se trata de combinar diseño y funcionalidad de la forma más sencilla posible, utilizando solamente los elementos necesarios para que el usuario pueda navegar sin confundirse, perderse, ni distraerse. Hay que eliminar todos los elementos superfluos.

- Es una tendencia moderna con un concepto simple y limpio, con el fin de ser agradable a los ojos y de fácil entendimiento.

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 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Se utilizarán conceptos esenciales de la comunicación como la comunicación visual, que es la relación que existe entre imagen y significado, que ayudará a que nuestros receptores reciban el mensaje y lo entiendan de una manera más efectiva y fácil. Los elementos de la comunicación forman parte importante en este proyecto, ya que se utilizará cada uno de ellos como la Fuente (idea de origen), que consiste en la creación de materiales gráficos de apoyo para la orientación de la higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades. El mensaje es el que llevará cada pieza grafica con información básica de los cuidados necesarios para una buena higiene. Codificación se realizará por medio de encuestas para saber la manera de pensar y actuar de nuestro público objetivo. Canal será de manera digital y las piezas gráficas impresas. Receptor serán los pacientes ingresados en el Centro de Servicio Social Redención. Retroalimentación este papel se llevará a cabo por medio de recordatorios que vendrán de las autoridades de la empresa y la influencia de los materiales gráficos en las instalaciones del Centro de servicio social Redención y en las casas de los pacientes del mismo.

7.1.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Se aplicarán los diferentes conceptos, como diseño editorial para la creación y maquetación de los distintos materiales gráficos como afiche, folletos, cuadernos, que será el material de apoyo para la orientación sobre la higiene y el cuidado personal para la prevención de enfermedades. El diseño vectorial flat es usado en diseño para crear gráficos de dos dimensiones una imagen

vectorial está compuesta por un conjunto de formas vectoriales, por medio de estos conceptos se crearán los folletos, afiches, banners y los demás materiales gráficos solicitados.

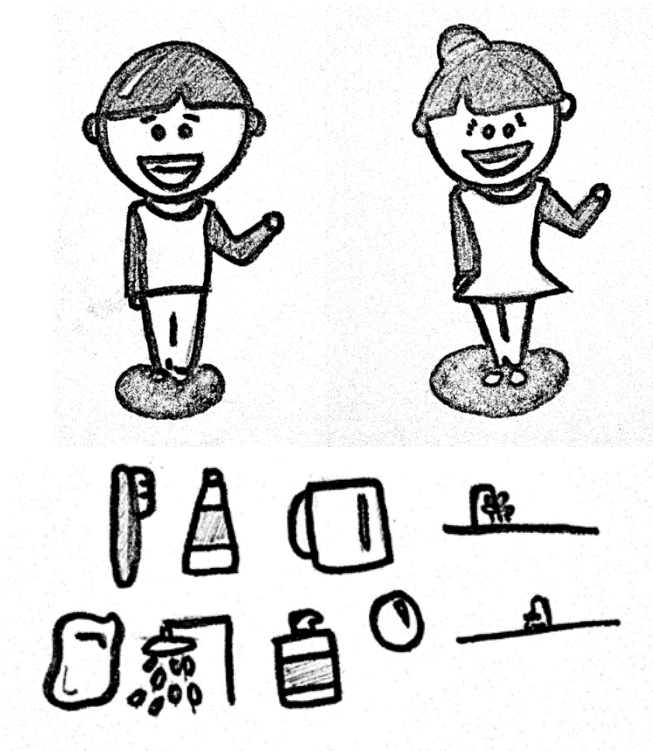
7.1.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

Una de las ciencias esenciales es la semiología de la imagen, que estudia la percepción y la comunicación. Por medio de la misma también las lenguas, los códigos, las señalizaciones, el idioma y más. Por medio de la semiología de la imagen se podrá comunicar el mensaje de la manera correcta utilizando las palabras, los signos y el idioma correcto. La psicología de la comunicación estudia las influencias de orden cultural, ambiental y social en las que interactúa el individuo. Por medio de esta analizaremos a nuestro público objetivo y se decidirá la mejor forma de influenciar en él. 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 y nos ayudará en la creación del diseño y el impacto que tendrá sobre el público objetivo. La psicología de la imagen juega un papel muy importante, ya que es el estudio de la imagen en cuanto a las emociones que emite. Por medio de esta psicología se podrán decidir el tipo de imagen o ilustración que se utilizará para que nuestro público objetivo perciba de manera positiva el mensaje. Las artes, como la tipografía, que consiste en la utilización de fuentes, tipos de letras para emitir el mensaje correcto de la forma correcta, serán de gran utilidad en este proyecto, ya que son de mucha influencia en nuestro público objetivo. La literatura y la ilustración complementan una comunicación visual efectiva. Por ello se creará una línea gráfica con tendencia minimalista, práctica y sencilla, fácil de captar y comprender al utilizar el lenguaje correcto e ilustrar de manera estratégica para mayor comprensión.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

Se utilizará el método de micro dibujos, se crearán pequeños dibujos basados en una idea general que después se proyectará a detalle. Se crearán dos personajes y sus elementos (niño, niña, vaso, pasta, cepillo, baño, shampoo, lava manos, jabón corporal, corta uñas etc.) todo a base de tendencia minimalista. Con esto se creará la idea final de las imágenes a utilizar.

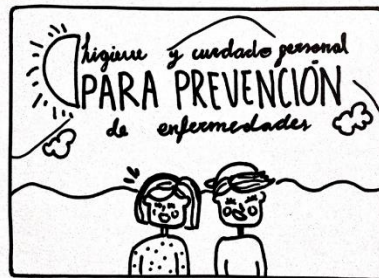


7.2.2 Definición del concepto

“La salud es importante.” La salud es lo más importante para que un ser humano pueda vivir en paz y feliz, la higiene y cuidado personal ayuda a tener una buena salud. El mensaje a comunicar a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención es el quererse y cuidarse, implementando

los consejos que se desean comunicar. Por medio de este proyecto ellos podrán disminuir el riesgo de muchas enfermedades.

7.3 Bocetaje



HIGIENE Y CUIDADO
PERSONAL
 PARA PREVENIR ENFERMEDADES

XHOKWI
 AVALIUI

XHOIHO
 AHO AND

HIGIENE Y CUIDADO
PERSONAL
 PARA PREVENIR DE ENFERMEDADES

HIGIENE Y CUIDADO PARA

OIKOHOI
 3

XHOMOHUI

HIGIENE Y CUIDADO
PERSONAL
 PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

9

MANO DE LAMPAR LAS MANOS

XHOKWI
 AVALIUI

XHOIHO
 AHO AND

HIGIENE Y CUIDADO
personal
 PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

3 CONSEJOS PARA UNA
 MEJOR SALUD

NO ANDAR DESCALZO

CORTAR LAS UÑAS

FILTRAR EL AGUA

XHOKWI
 AVALIUI

XHOIHO
 AHO AND

Higiene y cuidado personal
PARA PREVENCIÓN
 de enfermedades

HABITO DE LAVARSE LAS MANOS.

1
2
3
4
5
6

¡LAVARSE LAS MANOS!
 ¡LAVARSE LAS MANOS!

HIGIENE Y CUIDADO
PERSONAL
 PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HABITO DE LAVARSE LAS MANOS.

1
2
3

SIEMPRE USA ZAPATOS
 MANTEN TUS UÑAS
 FILTRA EL AGUA

¡LAVARSE LAS MANOS!
 ¡LAVARSE LAS MANOS!

HIGIENE Y CUIDADO
PERSONAL
 PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HABITO DE LAVARSE LAS MANOS.

HABITO DE HIGIENE BUCAL

1
2
3
4
5
6

¡LAVARSE LAS MANOS!
 ¡LAVARSE LAS MANOS!

HIGIENE Y CUIDADO
PERSONAL
 PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

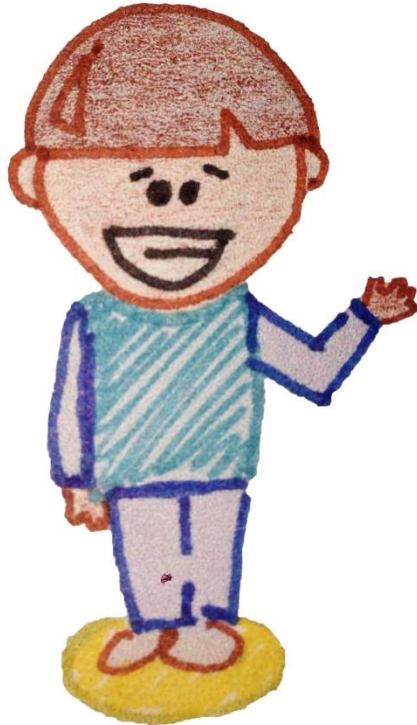
HABITO DE LAVARSE LAS MANOS.

1
2
3
4
5
6

¡LAVARSE LAS MANOS!
 ¡LAVARSE LAS MANOS!

7.3.1 Proceso de bocetaje formal:

Diseño de personaje 1



Se realizó la creación de la figura de un niño de edad promedio con la que se pretende crear un vínculo con el sexo masculino transmitiendo confianza, amistad y credibilidad. Se utilizará la técnica de vector plano flat para digitalizarlo, el personaje se verá con distintas facciones y en diferentes situaciones.

Diseño de personaje 2



Se realizó la creación de la figura de una niña de edad promedio con la que se pretende crear un vínculo con el sexo femenino transmitiendo confianza, amistad y credibilidad. Se utilizará la técnica de vector plano flat para digitalizarla, el personaje se verá con distintas facciones y en diferentes situaciones.

Bocetaje de Folleto

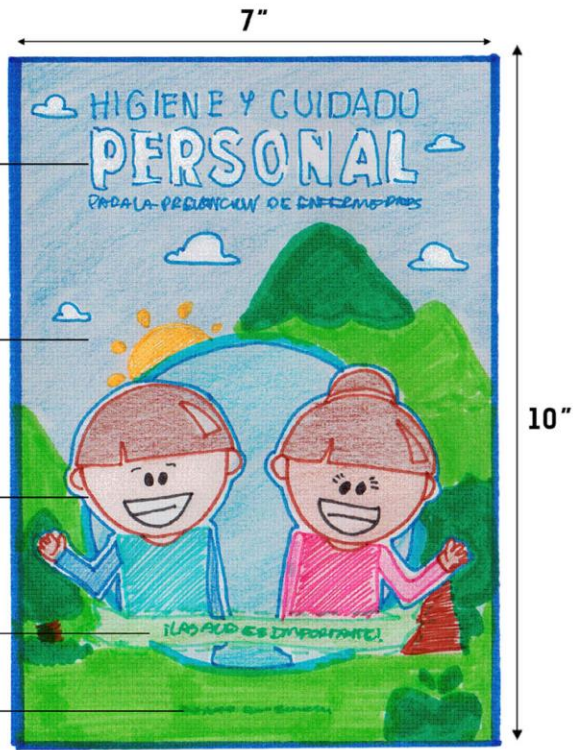
Titular (Tipografía Personal Services y Kelson Sans).

Fondo de área verde, un día caluroso de primavera.

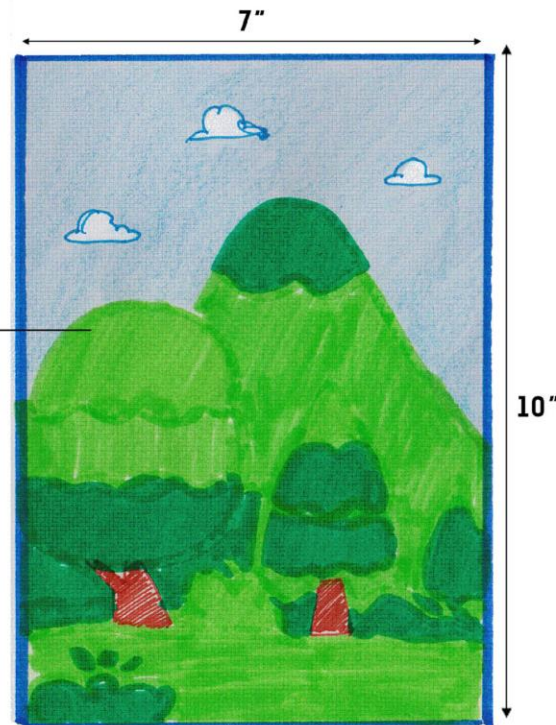
Personajes, niño y niña.

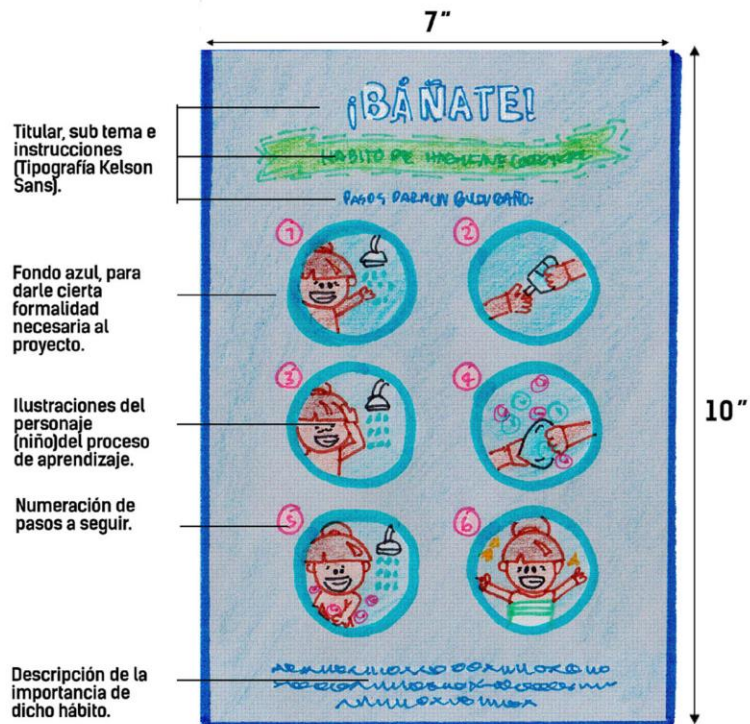
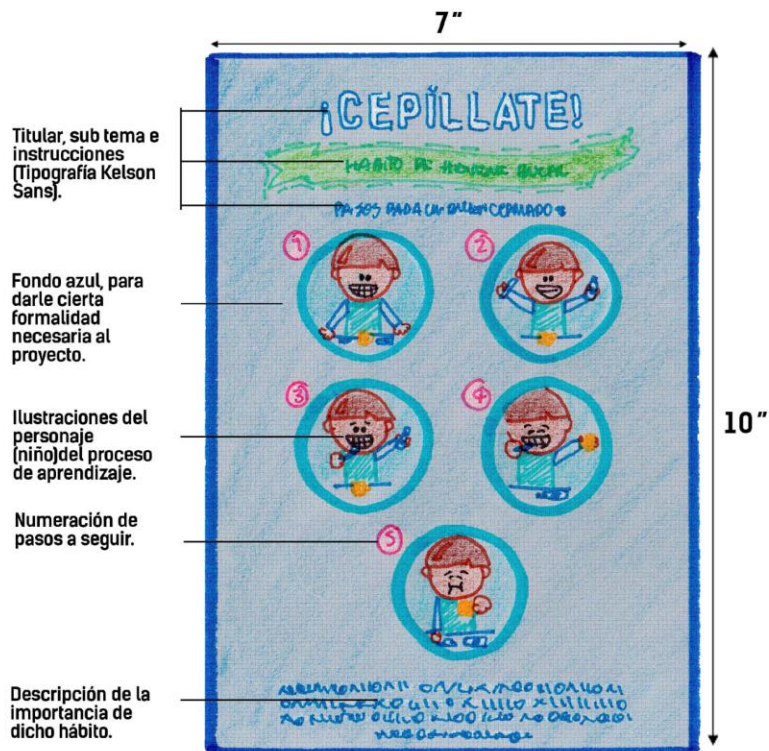
Slogan del tema de aprendizaje (Tipografía Kelson Sans).

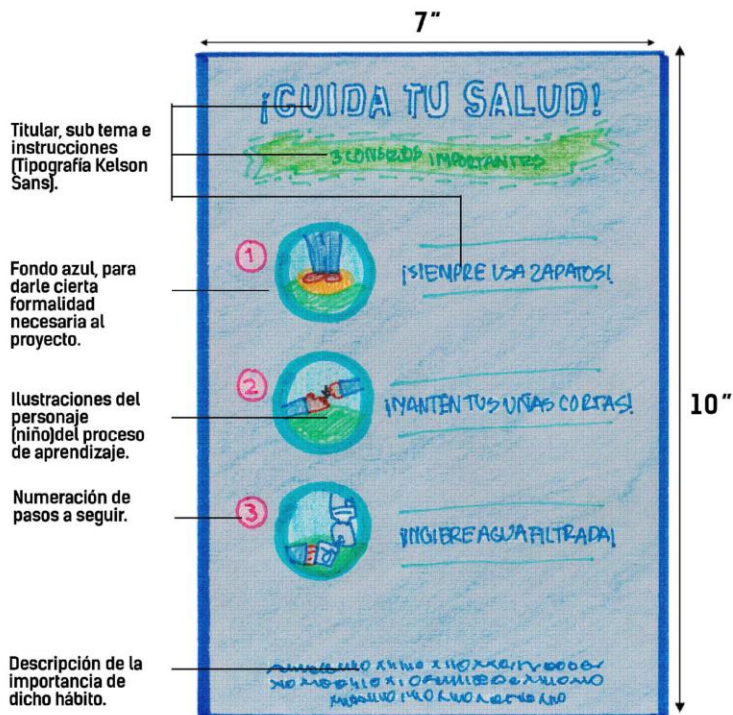
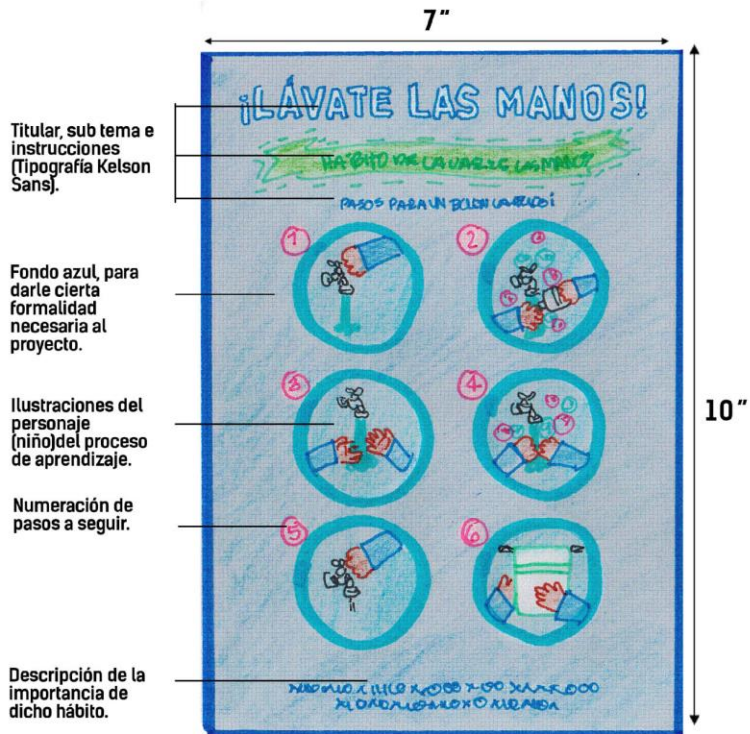
Descripción del material gráfico. (Tipografía Kelson Sans)



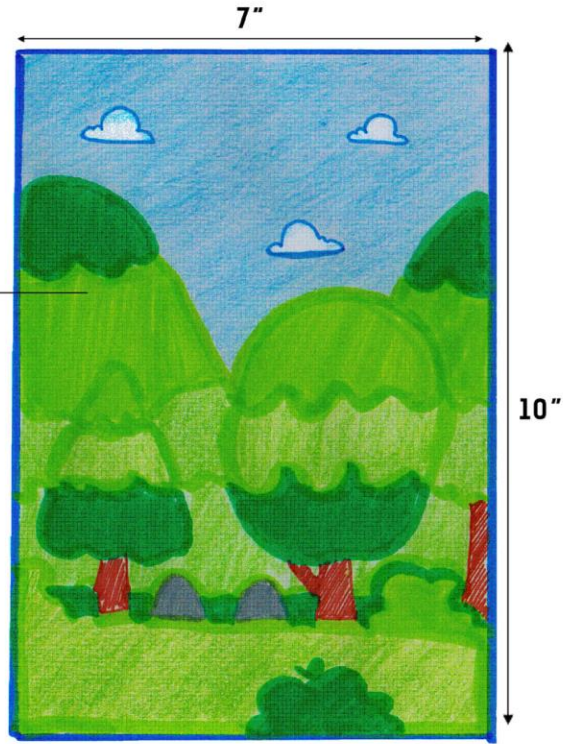
Fondo de área verde, un día caluroso de primavera.





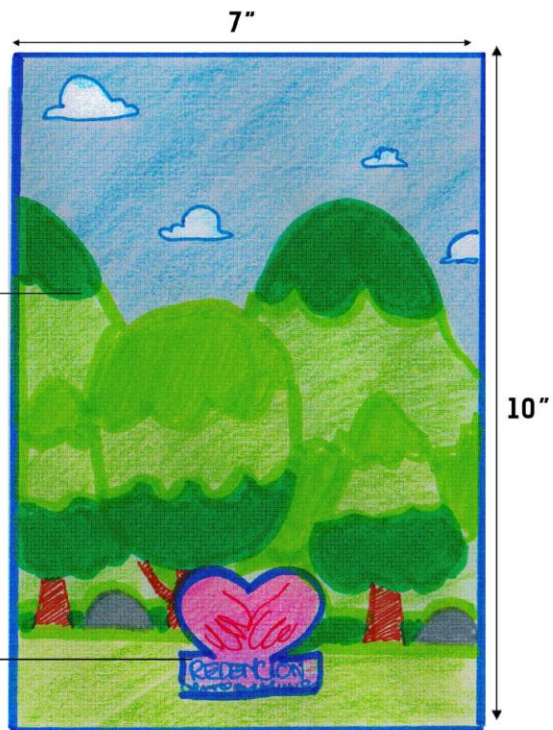


Fondo de área verde, un día caluroso de primavera.

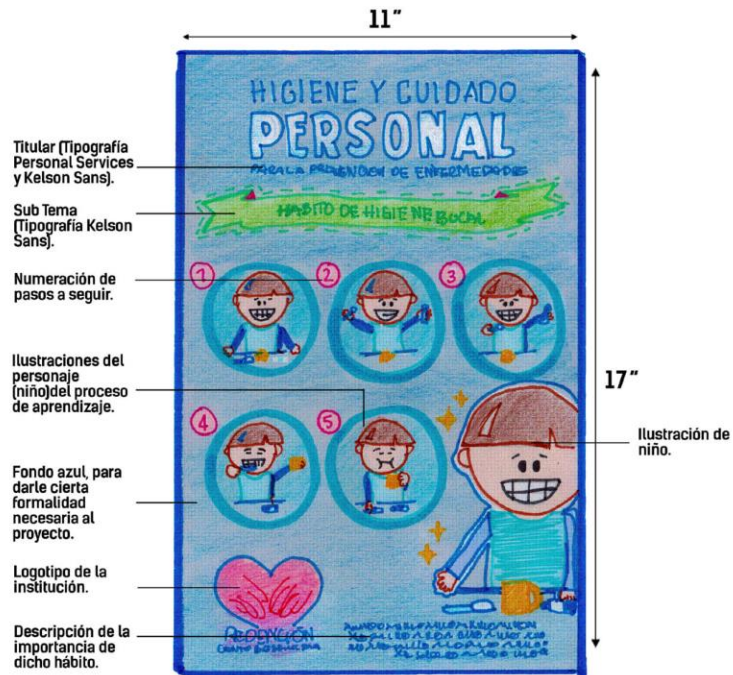


Fondo de área verde, un día caluroso de primavera.

Logotipo de la institución.



Bocetaje de Afiches



11"

Titular (Tipografía Personal Services y Kelson Sans).

Sub Tema (Tipografía Kelson Sans).

Numeración de pasos a seguir.

Fondo azul, para darle cierta formalidad necesaria al proyecto.

Ilustraciones del personaje (niño) del proceso de aprendizaje.

Logotipo de la institución.

Ilustración de niño.

Descripción de la importancia de dicho hábito.

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITOS DE HIGIENE CORPORAL

REDENCIÓN
CARIÑO DE DIOS

NUNCA OLVIDAR LA IMPORTANCIA DE LA HIGIENE CORPORAL PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

17"

11"

Titular (Tipografía Personal Services y Kelson Sans).

Sub Tema (Tipografía Kelson Sans).

Numeración de pasos a seguir.

Fondo azul, para darle cierta formalidad necesaria al proyecto.

Ilustraciones del personaje (niño) del proceso de aprendizaje.

Logotipo de la institución.

Ilustración de niño y niña.

Descripción de la importancia de dicho hábito.

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

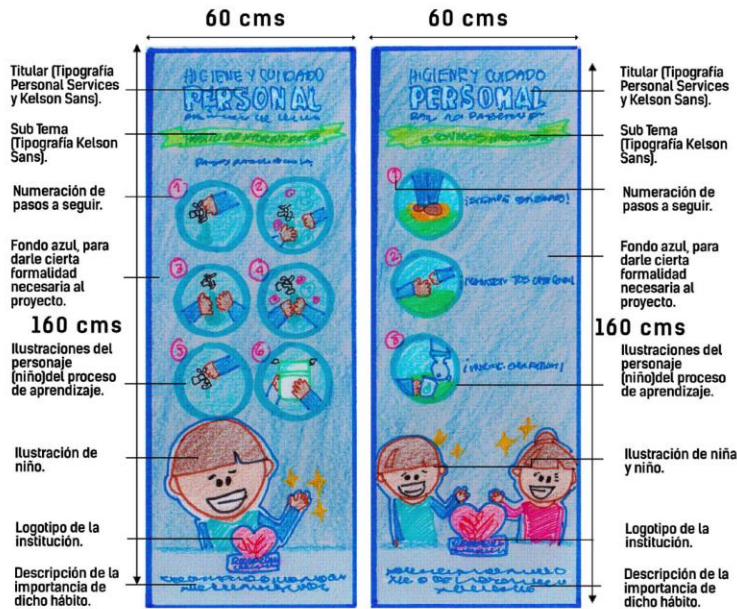
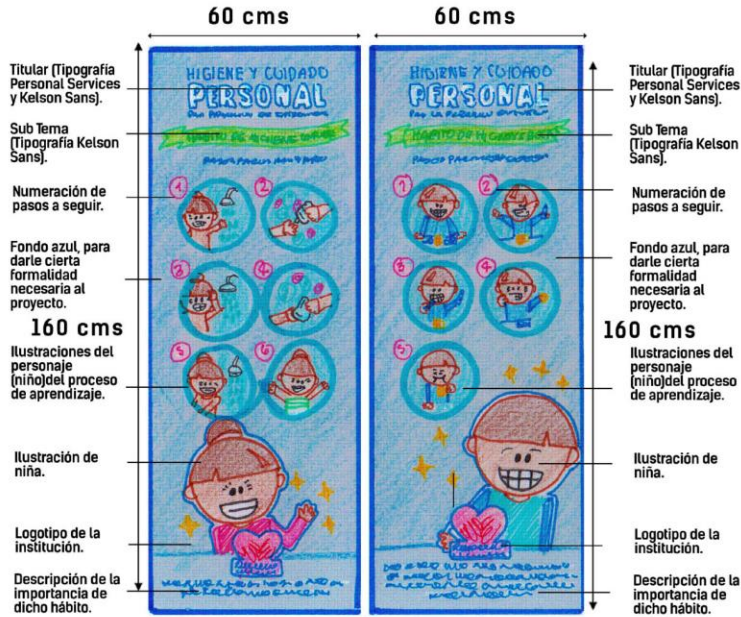
3 CONSEJOS IMPORTANTES

REDENCIÓN
CARIÑO DE DIOS

NUNCA OLVIDAR LA IMPORTANCIA DE LA HIGIENE CORPORAL PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

17"

Bocetaje de Banners



Bocetaje de Cuaderno

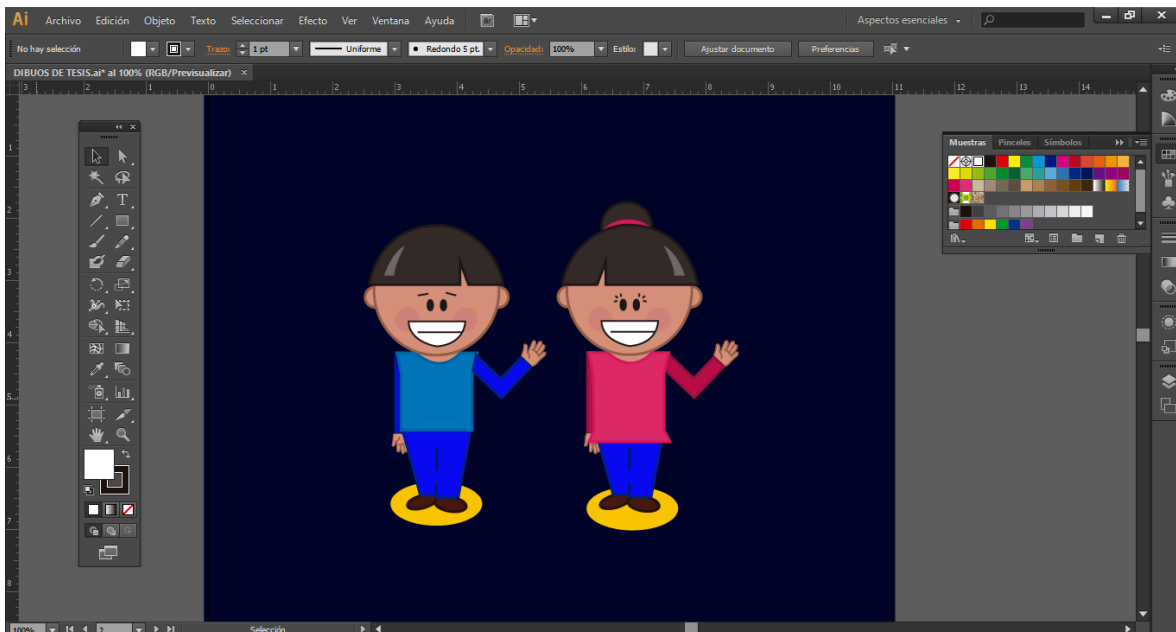
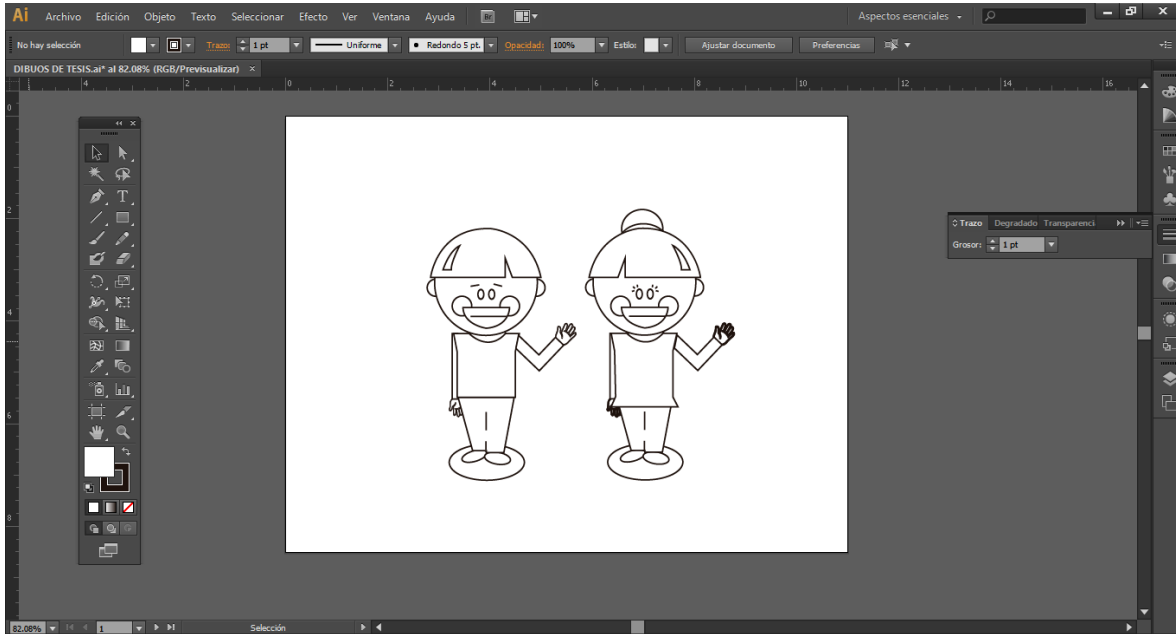


Bocetaje de Sticker



7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos

Digitalización de Personajes

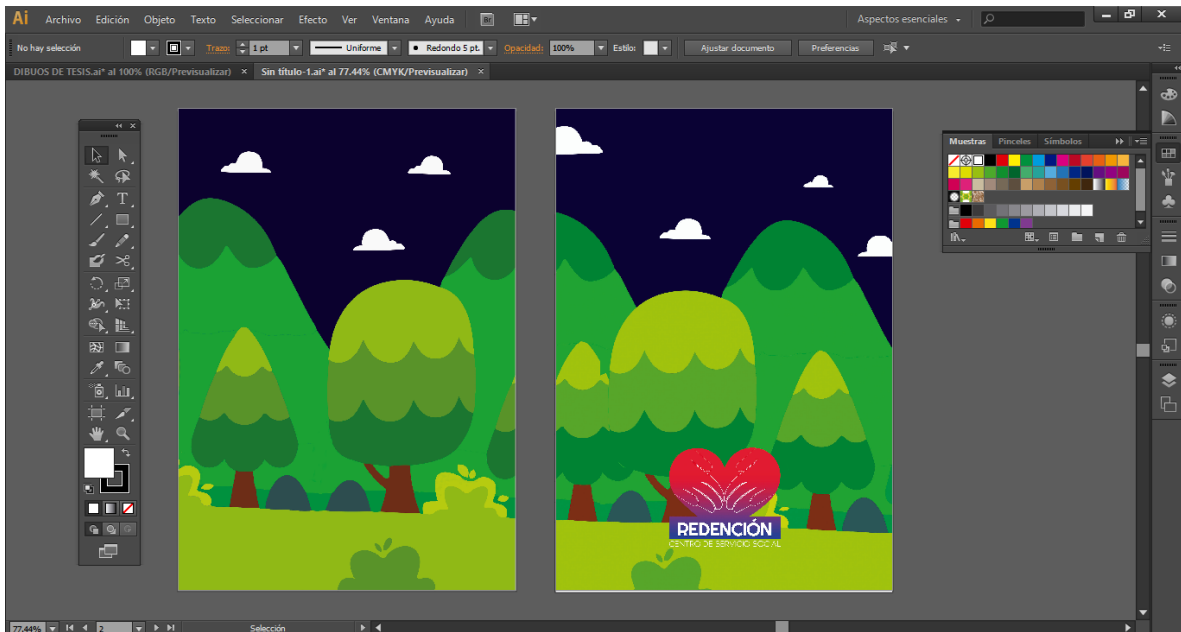
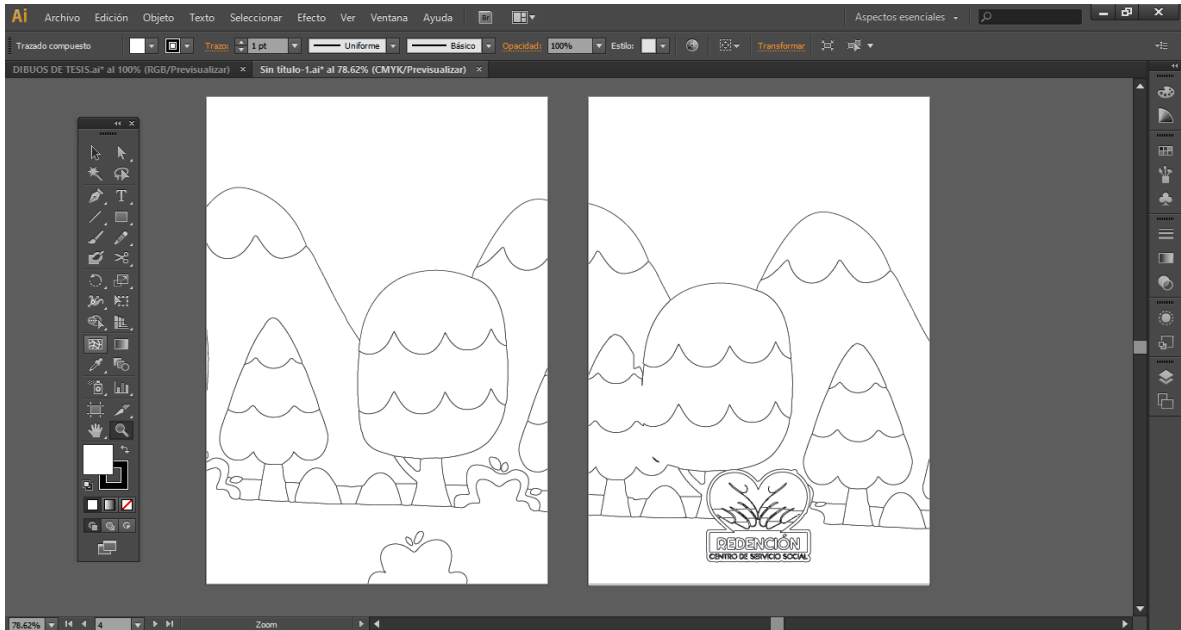


Digitalización de Bocetaje de Folleto

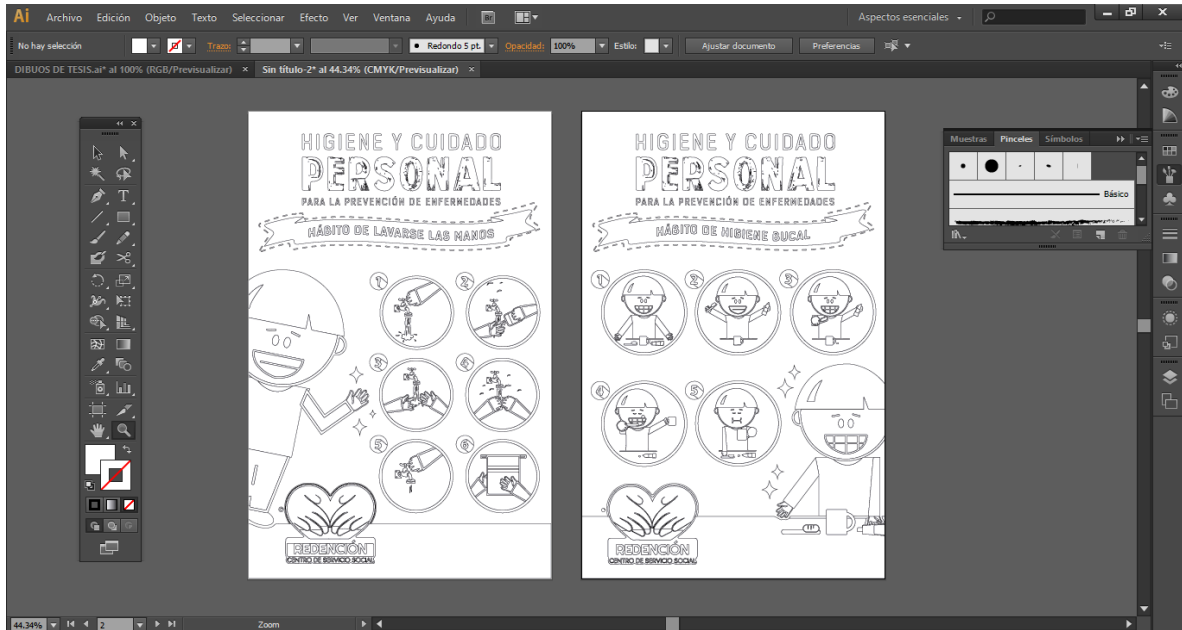


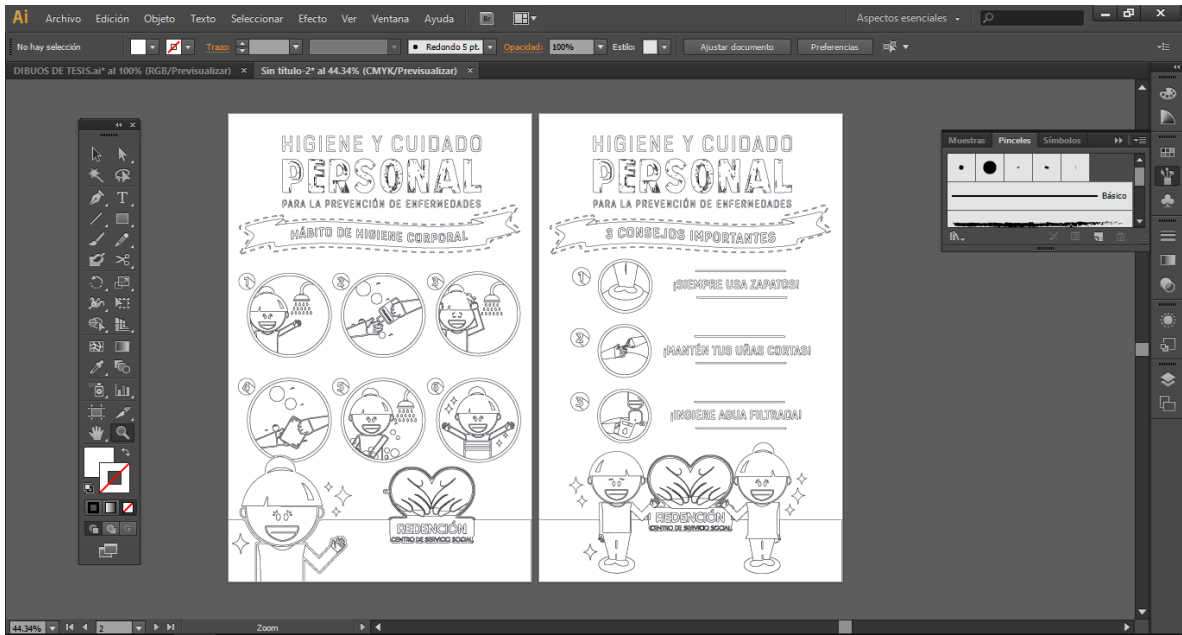






Digitalización de Bocetaje de Afiches

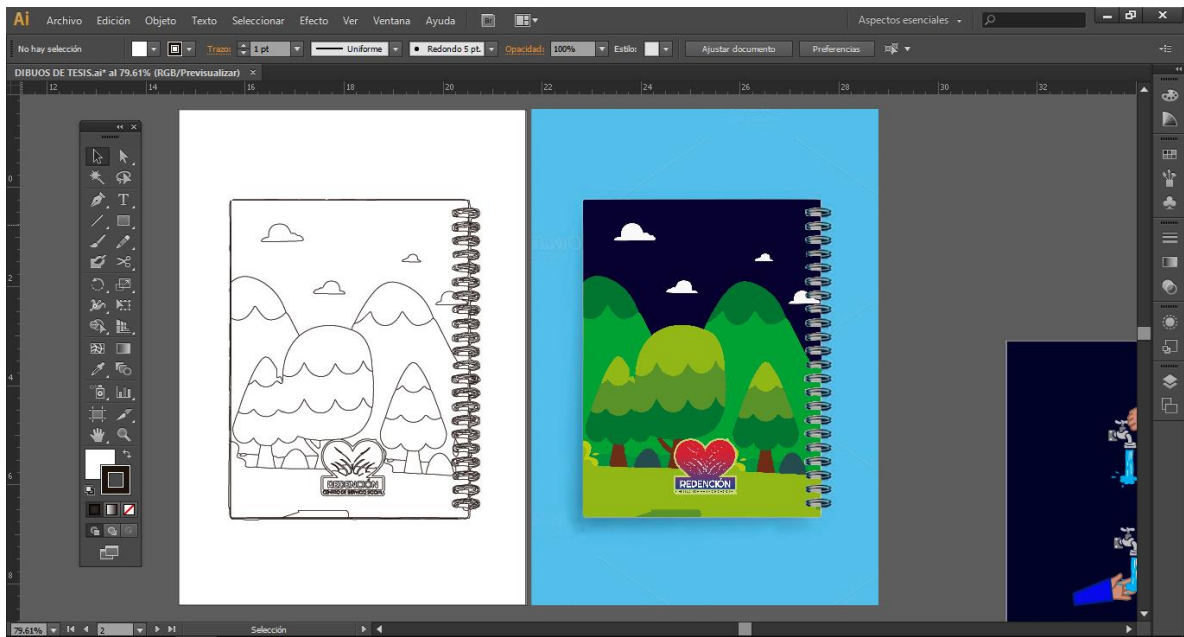
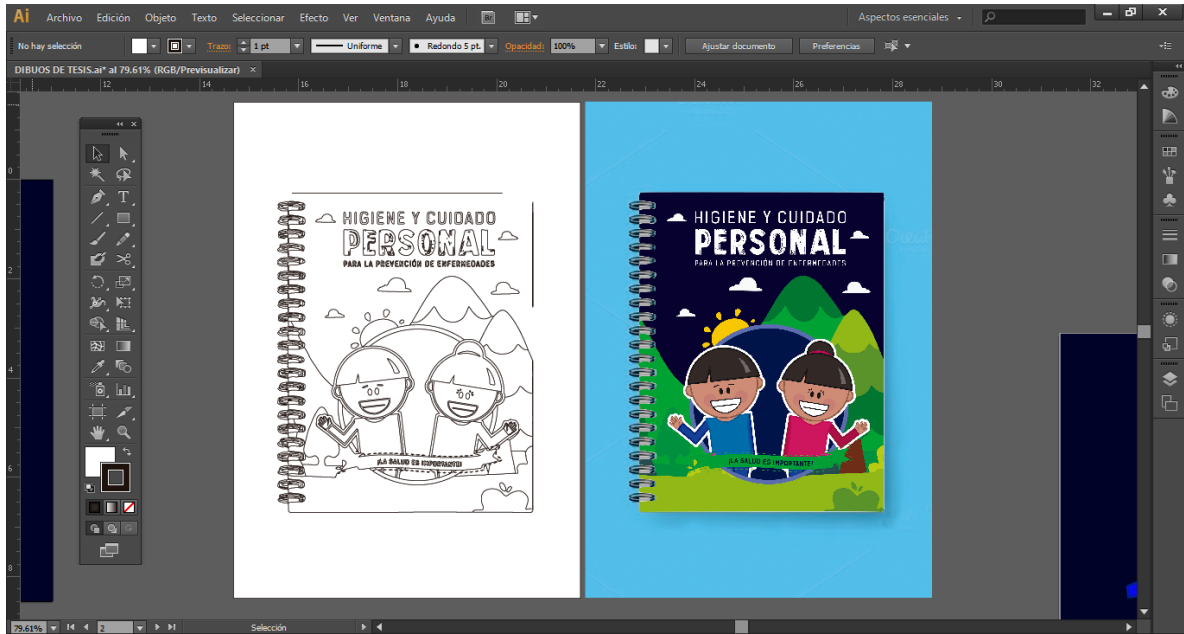




Digitalización de Bocetaje de Banners



Digitalización de Bocetaje de Cuaderno

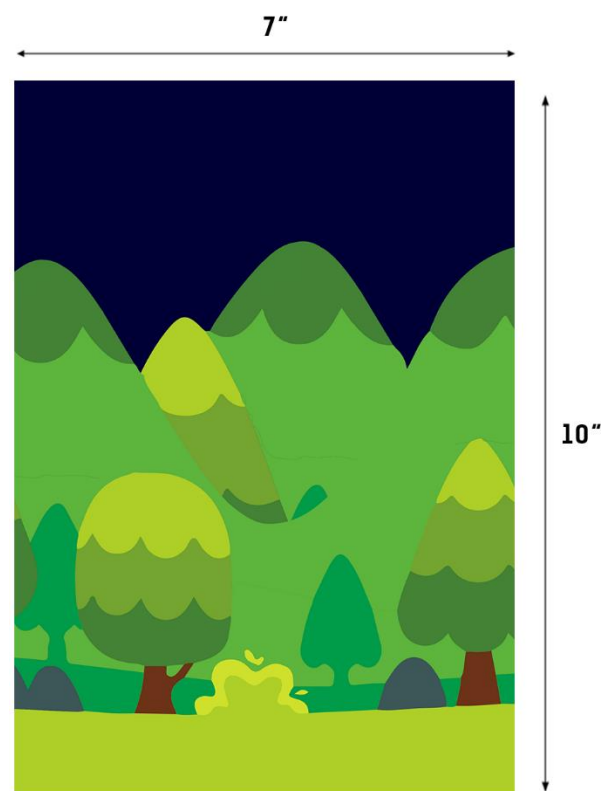
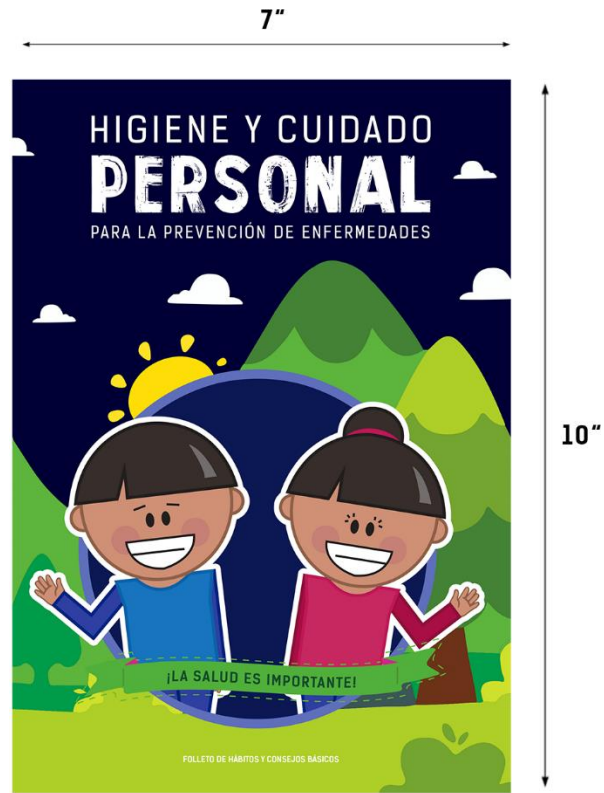


Digitalización de Bocetaje de Sticker



7.3 Propuesta Preliminar

Folleto



7"

¡BÁÑATE!

HÁBITO DE HIGIENE CORPORAL

PASOS PARA UN BUEN BAÑO:

1. Enciende el agua.
2. Aplica jabón.
3. Espuma.
4. Lava el pelo.
5. Enjuaga.
6. Seque.

Debemos de lavarnos todas las partes de nuestro cuerpo, poniendo atención en todas ellas, muchas enfermedades pueden evitarse a través de esta práctica, un cuerpo limpio es igual a salud.

10"

7"

¡CEPÍLLATE!

HÁBITO DE HIGIENE BUCAL

PASOS PARA UN BUEN CEPILLADO:

1. Toma el cepillo.
2. Aplica pasta de dientes.
3. Cepilla los dientes de adelante.
4. Cepilla los dientes de atrás.
5. Enjuaga.

La importancia de la higiene bucal está en que nos permite mantener a nuestras encías sanas, con lo que nuestros dientes se mantendrán saludables y podrán cumplir su función. Además podremos evitar otras enfermedades y complicaciones.



10"

7"

¡LÁVATE LAS MANOS!

HÁBITO DE LAVARSE LAS MANOS

PASOS PARA UN BUEN LAVADO:

- 1 
- 2 
- 3 
- 4 
- 5 
- 6 

Una buena higiene de las manos ayudará a prevenir la propagación de gérmenes que provocan enfermedades comunes.

10"

7"

¡CUIDA TU SALUD!

3 CONSEJOS IMPORTANTES

- 1  ¡SIEMPRE USA ZAPATOS!
- 2  ¡MANTÉN TUS UÑAS CORTAS!
- 3  ¡INGIERE AGUA FILTRADA!

LA SALUD ES IMPORTANTE

Una persona saludable es capaz de rendir al máximo de su capacidad en todos los ámbitos de su vida y con ello se convertirá en una persona valiosa para la sociedad.

10"

7"



10"

7"



10"

11"



17"

11"



17"

11"

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE HIGIENE BUCAL

REDENCIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

La importancia de la higiene bucal está en que nos permite mantener a nuestras piezas sanas, con lo que nuestros dientes se mantienen saludables y podrán cumplir su función. Además podremos evitar otras enfermedades y complicaciones.

17"

11"

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE LAVARSE LAS MANOS

REDENCIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

Una buena higiene de las manos ayuda a prevenir la propagación de gérmenes que provocan enfermedades comunes.

17"

Banners


60 cms

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE HIGIENE CORPORAL

PASOS PARA UN BUEN BAÑO:

1. Ilustración de una niña bajo una ducha.
2. Ilustración de manos siendo lavadas con jabón.
3. Ilustración de una niña lavándose el cabello.
4. Ilustración de una niña lavándose el cuerpo con una esponja.
5. Ilustración de una niña lavándose el rostro.
6. Ilustración de una niña secándose con una toalla.



REDECIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

Una buena higiene de las manos ayudará a prevenir la propagación de gérmenes que provocan enfermedades comunes.

1.60 cms


60 cms

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE HIGIENE BUCAL

PASOS PARA UN BUEN CEPILLADO:

1. Ilustración de un niño cepillando sus dientes.
2. Ilustración de un niño usando hilo dental.
3. Ilustración de un niño usando un enjuague bucal.
4. Ilustración de un niño usando un protector labial.
5. Ilustración de un niño con un cepillo de dientes.



REDECIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

La importancia de la higiene bucal está en que nos permite mantener a nuestras encías sanas, con lo que nuestros dientes se mantendrán saludables y podrán cumplir su función. Además podremos evitar otras enfermedades y complicaciones.

1.60 cms

60 cms

1.60 cms

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE LAVARSE LAS MANOS

PASOS PARA UN BUEN LAVADO:

-
-
-
-
-
-

REDECIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

Una buena higiene de las manos ayudará a prevenir la propagación de gérmenes que provocan enfermedades comunes.

60 cms

1.60 cms

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

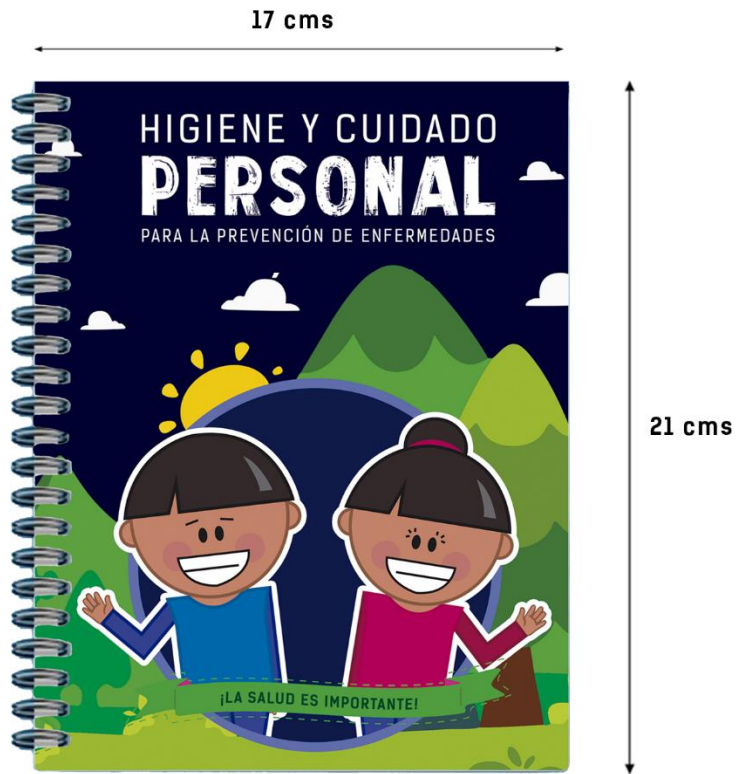
3 CONSEJOS IMPORTANTES

- ¡SIEMPRE USA ZAPATOS!
- ¡MANTÉN TUS UÑAS CORTAS!
- ¡INGIERE AGUA FILTRADA!

REDECIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

Una persona saludable es capaz de rendir al máximo de su capacidad en todos los ámbitos de su vida y con ello se convertirá en una persona valiosa para la sociedad.

Cuaderno



Sticker



CAPÍTULO *VIII*

VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

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

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

Además, se incluye el perfil del informante, sus rasgos demográficos, psicográfico y socioeconómicos. El proceso de validación debe presentar evidencias fotográficas con el objetivo de aumentar el nivel de certeza y credibilidad de la investigación.

8.1 Población y muestreo

8.1.1 Autoridades de la empresa

Director: Giovanni Martínez

Diseñador Gráfico: Henry Tuche

Programador: Carlos Tuche

8.1.2 Expertos

Licenciada en Comunicación y Diseño Gráfico: Ana Cristina Díaz Córdón

Licenciado en Comunicación y Diseño Gráfico: Jorge Lionardo Ardón

Licenciado en Comunicación y Diseño Gráfico: David Castillo

Licenciado en Comunicación y Diseño Gráfico: Carlos Zapparoli

Licenciado en Sistemas y Mercadología: Ulises Morales Cáceres

8.1.3 Grupo objetivo

25 pacientes que recibirán los materiales gráficos en el Centro de Servicio Social Redención.

8.1.4 La encuesta está dividida en tres partes

8.1.4.1 Parte objetiva. Evalúa aspectos relacionados a los objetivos del proyecto.

8.1.4.2 Parte semiológica. Evalúa la percepción y elementos del diseño.

8.1.4.3 Parte operativa. Evalúa la funcionalidad de la propuesta gráfica realizada.

8.2 Método e instrumento

El método utilizado es el mixto y como herramienta se seleccionó la encuesta. Según el autor (M. Gómez, 2006), el método mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuanti y cualitativos en un mismo estudio, en una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema, o para responder a preguntas de investigación de un planteamiento del problema. Según (Crece Negocios, 2016), la encuesta es una herramienta de recolección de información en donde se interroga de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

A continuación la encuesta elaborada para la validación:

Lugar y fecha:

Nombre:

Género: Femenino Masculino Grupo: Experto Cliente Grupo Objetivo

Profesión: Edad:

VALIDACIÓN TÉCNICA DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

Diseño de material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos. Centro de Servicio Social Redención.
Gualán, Zacapa, Guatemala 2018.

Antecedentes

El Centro de Servicio Social Redención ubicado en el Bo. Valle Verde del Municipio de Gualán, Zacapa es una institución evangelista que promueve el mensaje de Jesús, brindando ayuda al más necesitado. El Centro de Servicio Social Redención actualmente cuenta con los servicios de orientación educativa, alimentación y clínica médica de los cuales más de 69 niños y sus padres se ven beneficiados. La higiene y el cuidado personal es importante para tener una buena salud y bienestar, estas familias por falta de recursos y orientación han descuidado esa área y se ven afectadas por muchas enfermedades. El propósito del proyecto es crear material gráfico como herramienta de apoyo y orientación para educar sobre los conceptos básicos de higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades a través de folletos, afiches, material publicitario como mantas vinílicas, banners, y artículos que incrementen la motivación a la práctica con información corta, entendible, precisa para mayor aprendizaje y efectividad.

Instrucciones: Con base a la información anterior, observe los materiales gráficos y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación con una **X** o rellenando la forma.

PARTE OBJETIVA

1. ¿Considera necesario la realización del diseño de material gráfico educativo para informar a las familias de escasos recursos del Centro de Servicio Social Redención acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades?

SI NO

2. ¿Considera necesario Investigar a través de recursos digitales y escritos los conceptos y procesos que se relacionen con material gráfico educativo para el diseño y diagramación de folletos, afiches, material publicitario como mantas vinílicas, banners, playeras y artículos que incrementen la motivación a la práctica para los pacientes del Centro de Servicio Social Redención?

SI NO

3. ¿Considera necesario recopilar información sobre conceptos básicos relacionados a la higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades para la creación del material gráfico?

SI NO

4. ¿Considera necesario ilustrar los procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal para brindar una buena orientación a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención?

SI NO

5. ¿Considera necesario diagramar el contenido de los folletos, afiches y material publicitario para facilitar el aprendizaje de los pacientes?

SI NO

6. ¿Considera necesario unificar el logotipo con el diseño de los materiales gráficos para obtener una línea de diseño sólida y funcional?

SI NO

7. ¿Considera necesario comunicar procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal por medio de materiales gráficos para brindar una buena orientación y desarrollar un eficiente método de aprendizaje?

SI NO

PARTE SEMIOLÓGICA

1. ¿Considera que los colores utilizados en la línea de diseño son?

Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

2. ¿Cómo percibe la diagramación de los materiales gráficos?

Muy atractiva **Poco atractiva** **Nada atractiva**

3. ¿Considera que las ilustraciones son?

Muy adecuadas **Poco adecuadas** **Nada adecuadas**

4. ¿Considera que la tipografía es?

Muy legible **Poco legible** **Nada legible**

5. ¿Considera que la composición de los diseños son?

Muy agradable **Poco agradable** **Nada agradable**

PARTE OPERATIVA

1. ¿Considera adecuada la orientación de los diseños de manera vertical?

Muy adecuada **Poco adecuada** **Nada adecuada**

2. ¿Considera que el diseño de contenido es de fácil comprensión?

Muy fácil **Poco fácil** **Nada fácil**

3. ¿Considera que el tamaño de la tipografía es?

Muy idóneo **Poco idóneo** **Nada idóneo**

4. ¿Considera que la creación de personajes es?

Muy adecuada Poco adecuada Nada adecuada

5. ¿Considera que el uso del espacio es?

Muy acertado Poco acertado Nada acertado

OBSERVACIONES

**GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN, SUS OPINIONES SERÁN
TOMADAS EN CUENTA PARA LA REALIZACIÓN DE ESTE PROYECTO.**

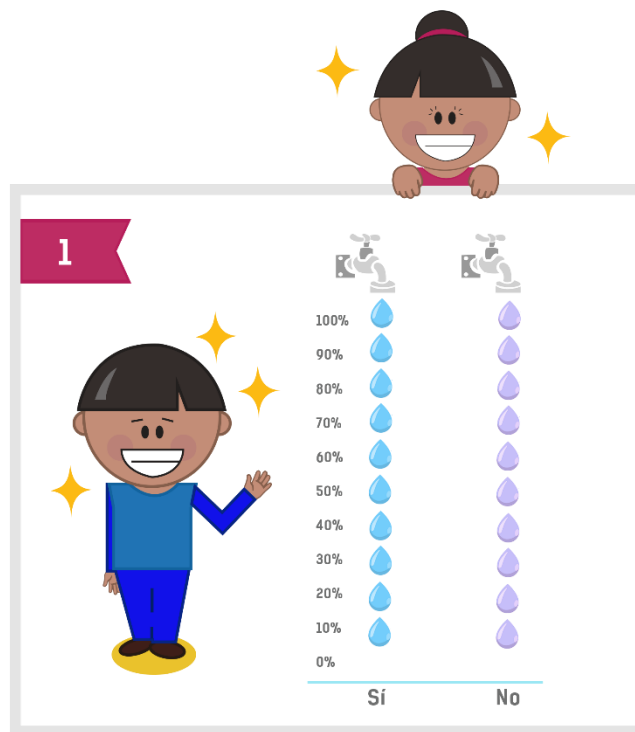
Ver anexo G: Fotografías de encuestados

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Se realizó la tabulación de las encuestas realizadas a autoridades de la empresa, expertos y grupo objetivo.

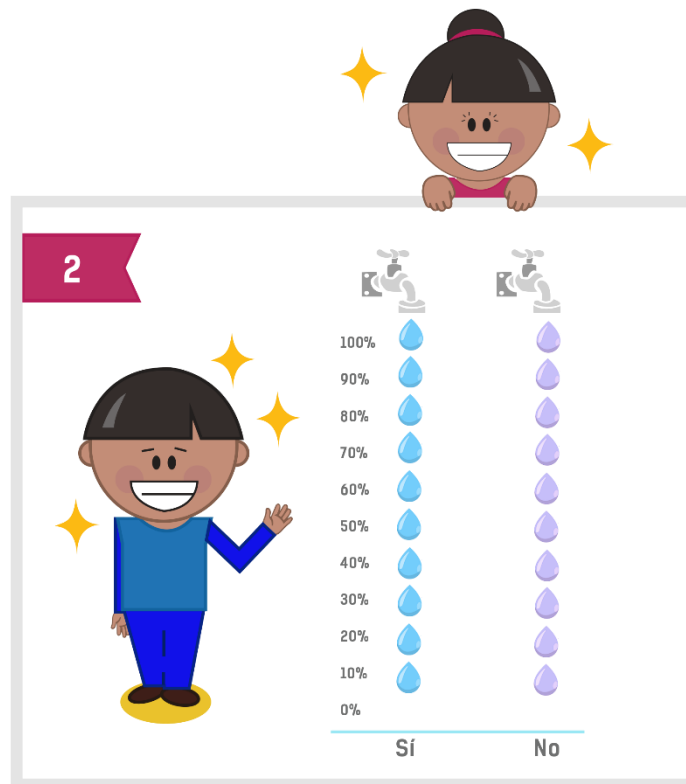
Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesario la realización del diseño de material gráfico educativo para informar a las familias de escasos recursos del Centro de Servicio Social Redención acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades?



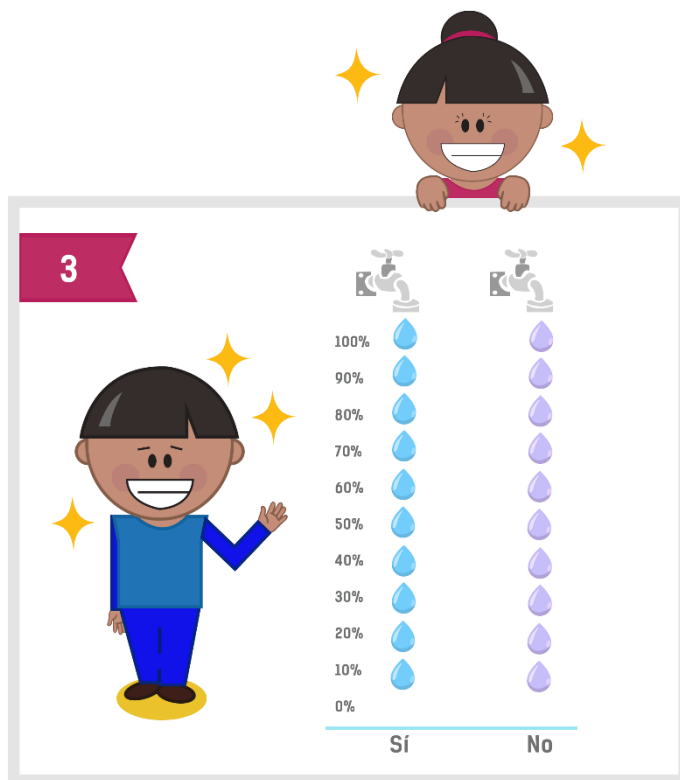
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario la realización del diseño de material gráfico educativo para informar a las familias del Centro de Servicio Social Redención, acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades.

2. ¿Considera necesario Investigar a través de recursos digitales y escritos los conceptos y procesos que se relacionen con material gráfico educativo para el diseño y diagramación de folletos, afiches, material publicitario como mantas vinílicas, banners, y artículos que incrementen la motivación a la práctica para los pacientes del Centro de Servicio Social Redención?



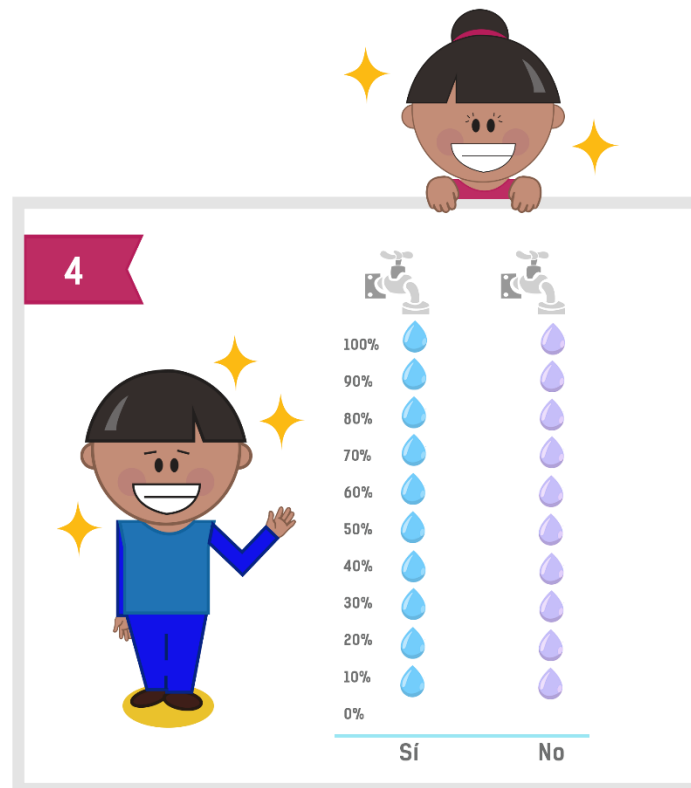
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario investigar a través de recursos digitales y escritos los conceptos y procesos que se relacionen con material gráfico educativo para el diseño y diagramación de folletos, afiches, material publicitario como mantas vinílicas, banners, y artículos que incrementen la motivación a la práctica para los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

3. ¿Considera necesario recopilar información sobre conceptos básicos relacionados a la higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades para la creación del material gráfico?



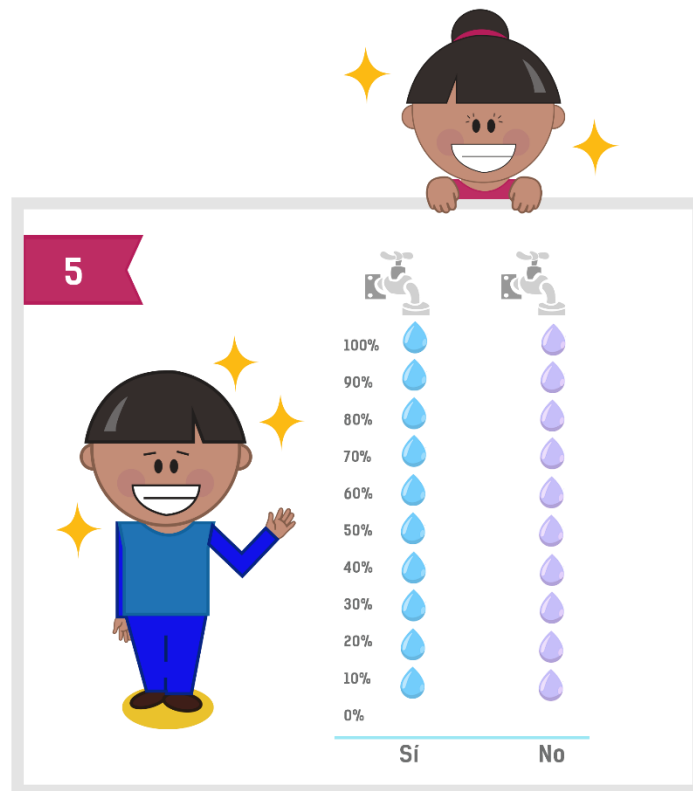
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información sobre conceptos básicos relacionados a la higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades para la creación del material gráfico.

4. ¿Considera necesario ilustrar los procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal para brindar una buena orientación a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención?



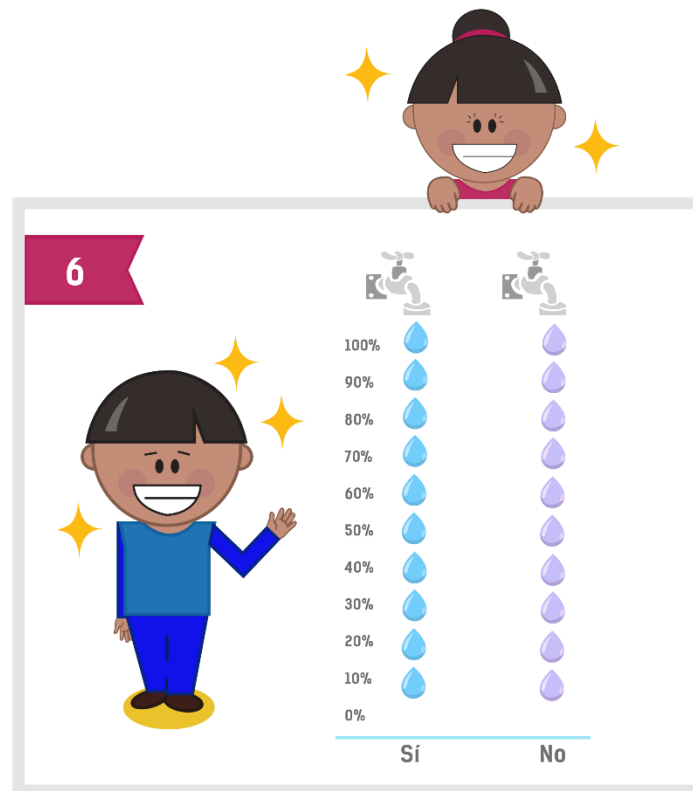
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario ilustrar los procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal para brindar buena orientación a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

5. ¿Considera necesario diagramar el contenido de los folletos, afiches y material publicitario para facilitar el aprendizaje de los pacientes?



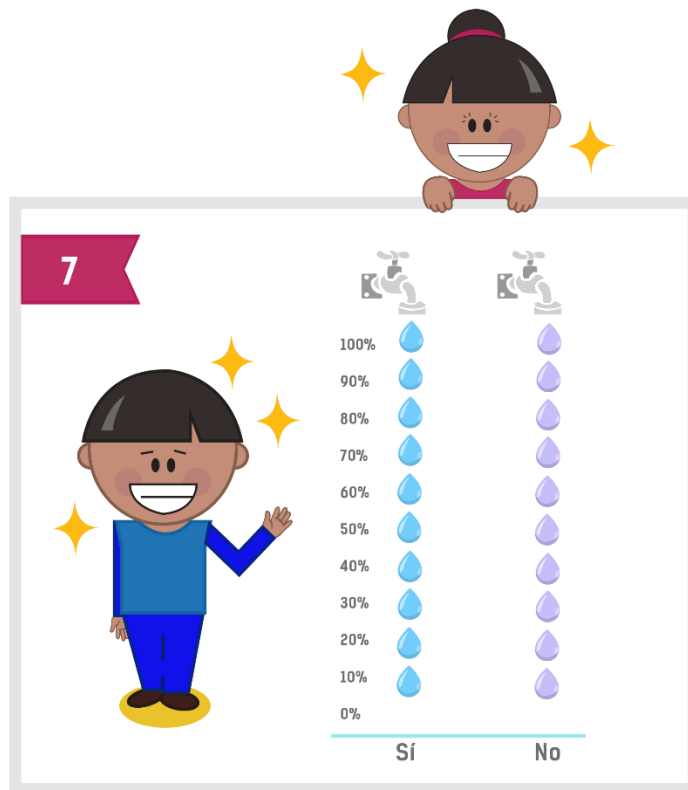
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario diagramar el contenido de los folletos, afiches y material publicitario para facilitar el aprendizaje de los pacientes.

6. ¿Considera necesario unificar el logotipo con el diseño de los materiales gráficos para obtener una línea de diseño sólida y funcional?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario unificar el logotipo con el diseño de los materiales gráficos para obtener una línea de diseño sólida y funcional.

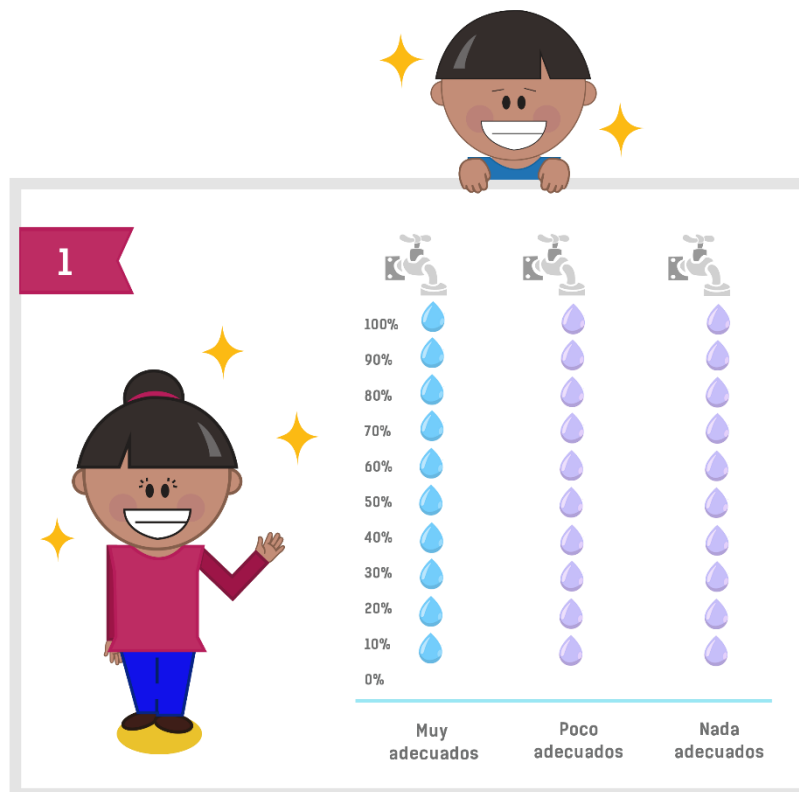
7. ¿Considera necesario comunicar procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal por medio de materiales gráficos para brindar una buena orientación y desarrollar un eficiente método de aprendizaje?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario comunicar procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal por medio de materiales gráficos para brindar buena orientación y desarrollar un eficiente método de aprendizaje.

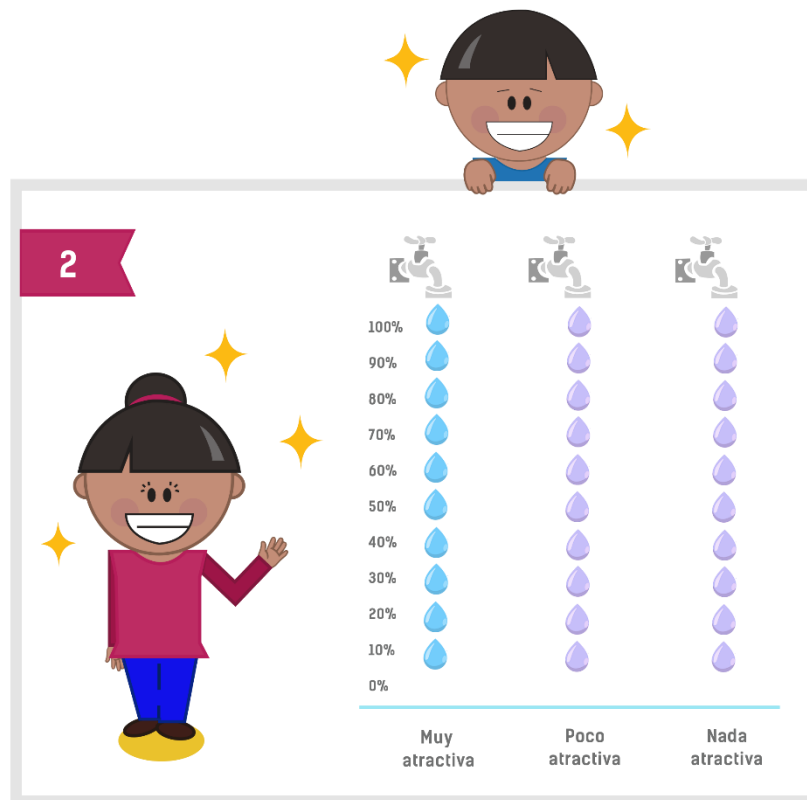
Parte **Semiológica:**

1. ¿Considera que los colores utilizados en la línea de diseño son?



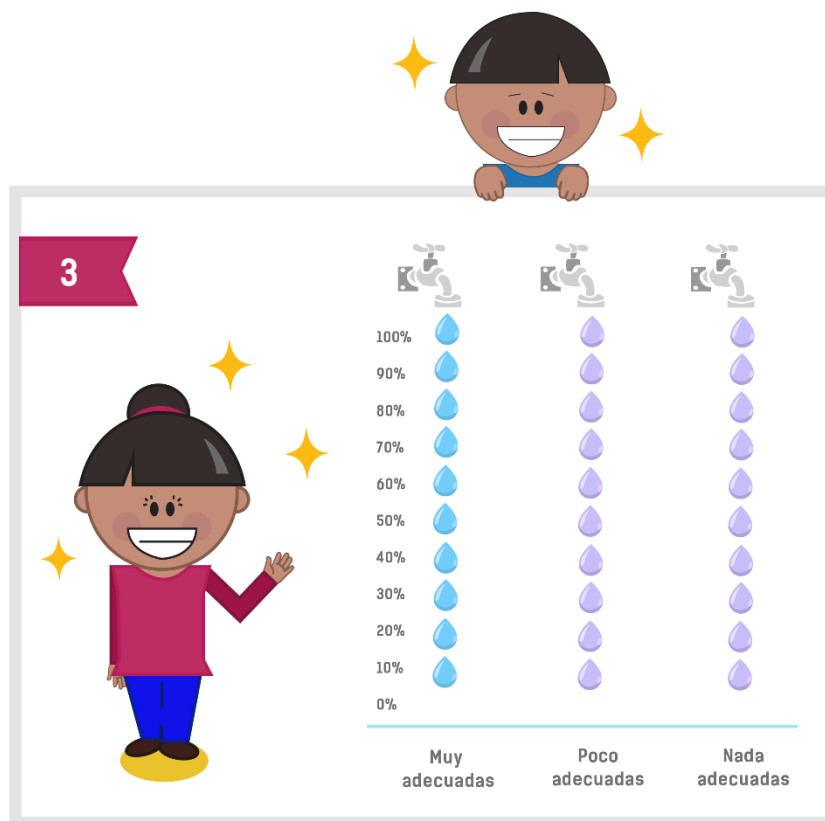
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que los colores utilizados en la línea de diseño son muy adecuados.

2. ¿Cómo percibe la diagramación de los materiales gráficos?



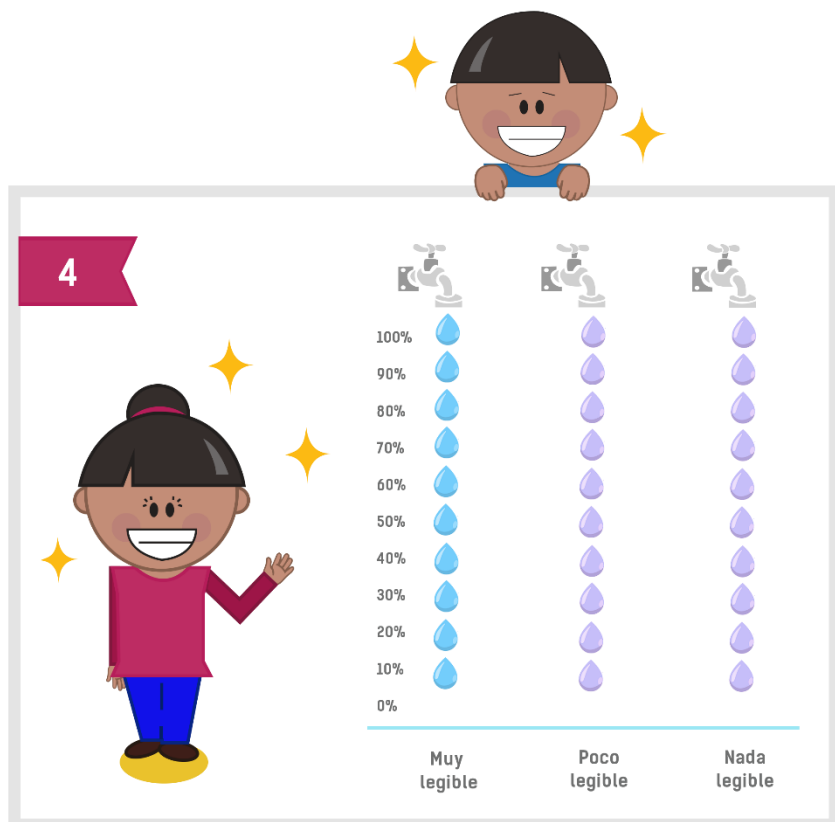
Interpretación: El 100% de los encuestados percibe la diagramación como muy atractiva.

3. ¿Considera que las ilustraciones son?



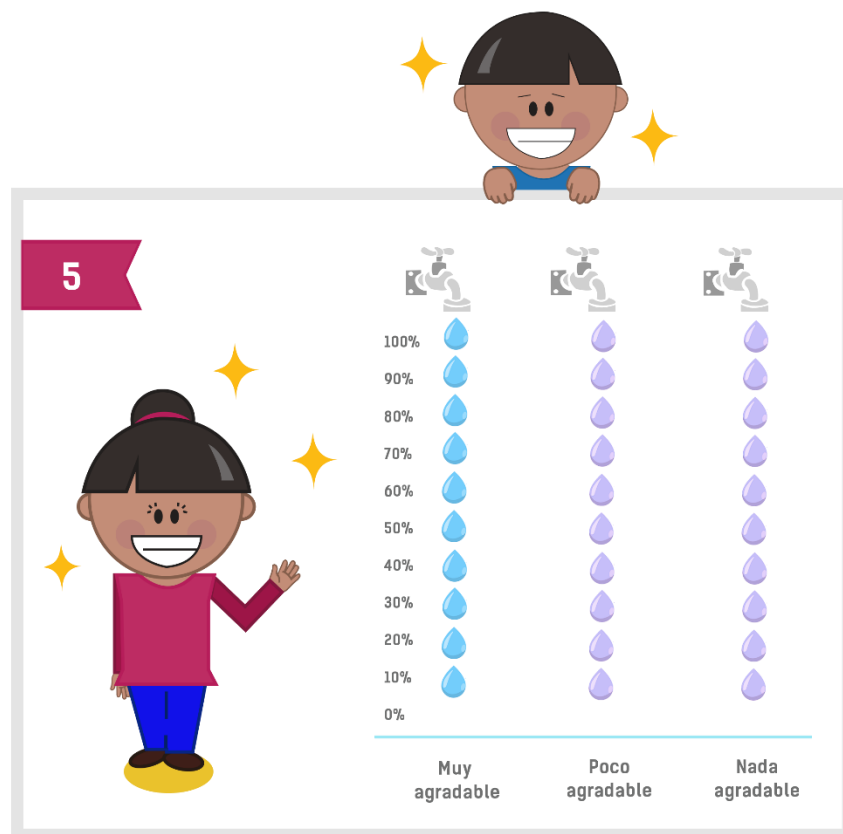
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que las ilustraciones son muy adecuadas.

4. ¿Considera que la tipografía es?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la tipografía es muy legible.

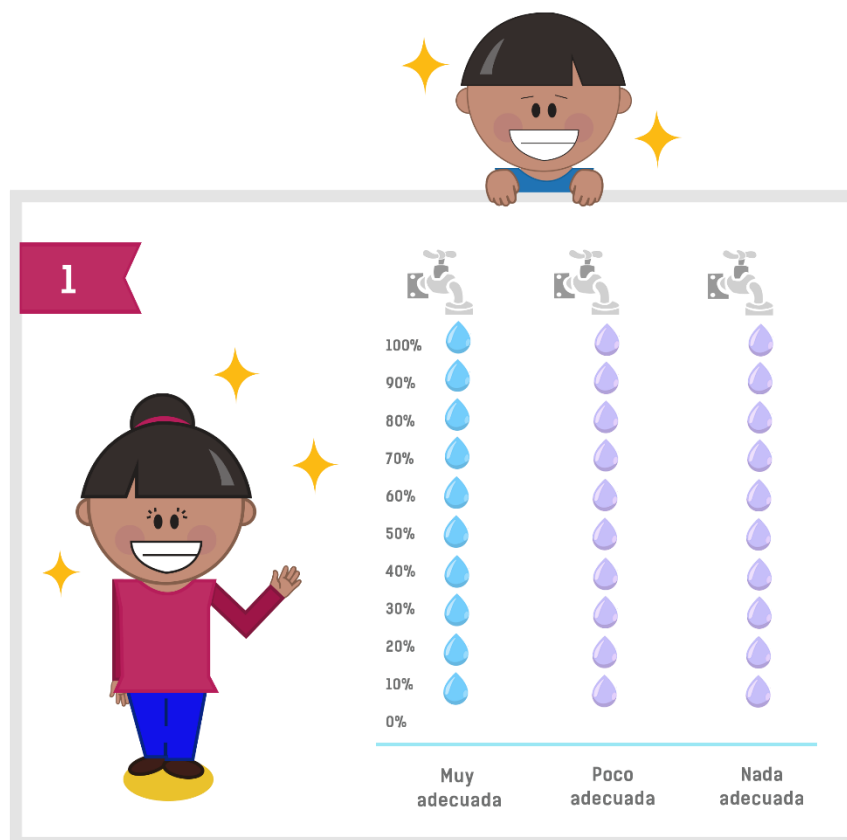
5. ¿Considera que la composición de los diseños son?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la composición de los diseños es muy agradable.

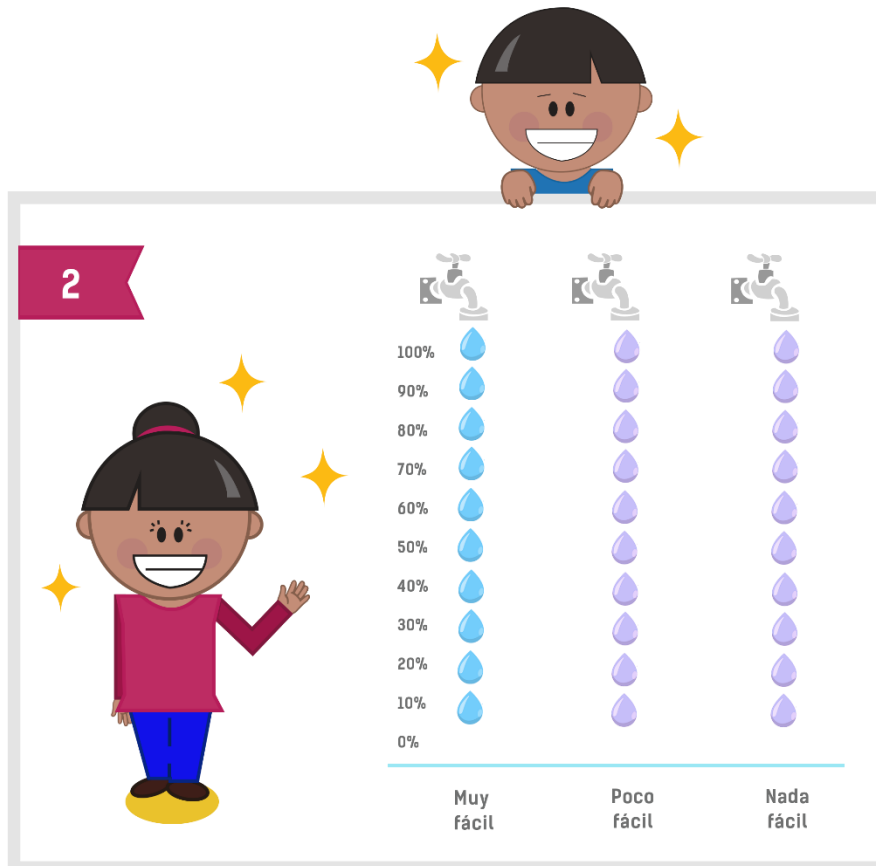
Parte Operativa:

1. ¿Considera adecuada la orientación de los diseños de manera vertical?



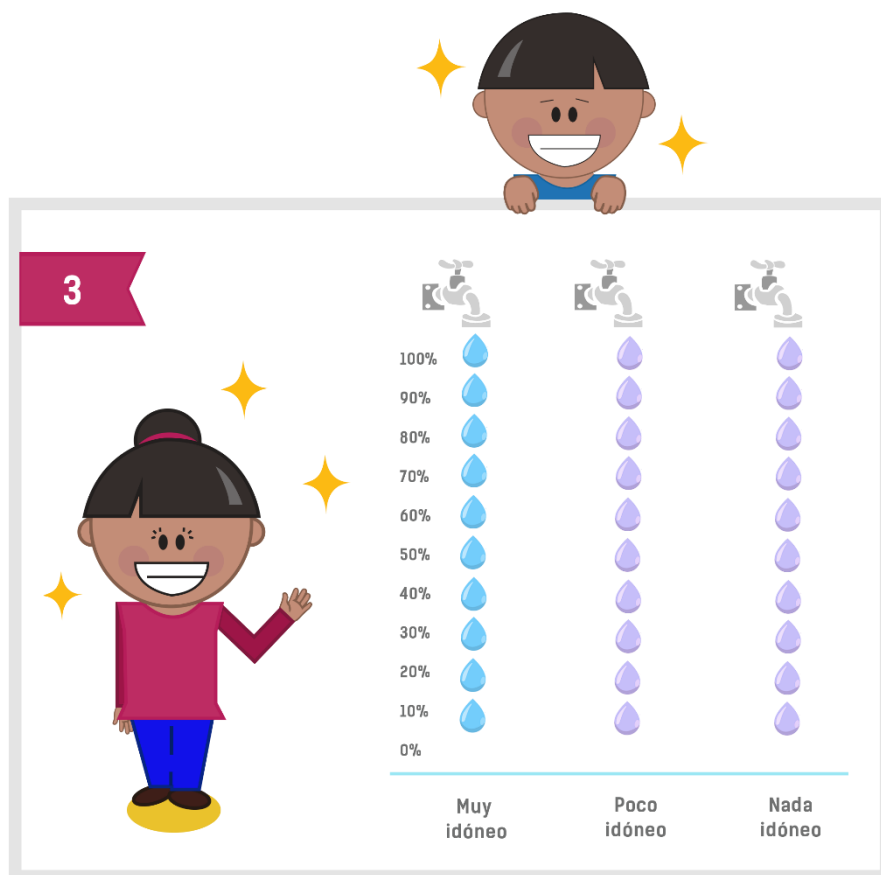
Interpretación: El 100% de los encuestados considera adecuada la orientación de los diseños de manera vertical.

2. ¿Considera que el diseño de contenido es de fácil comprensión?



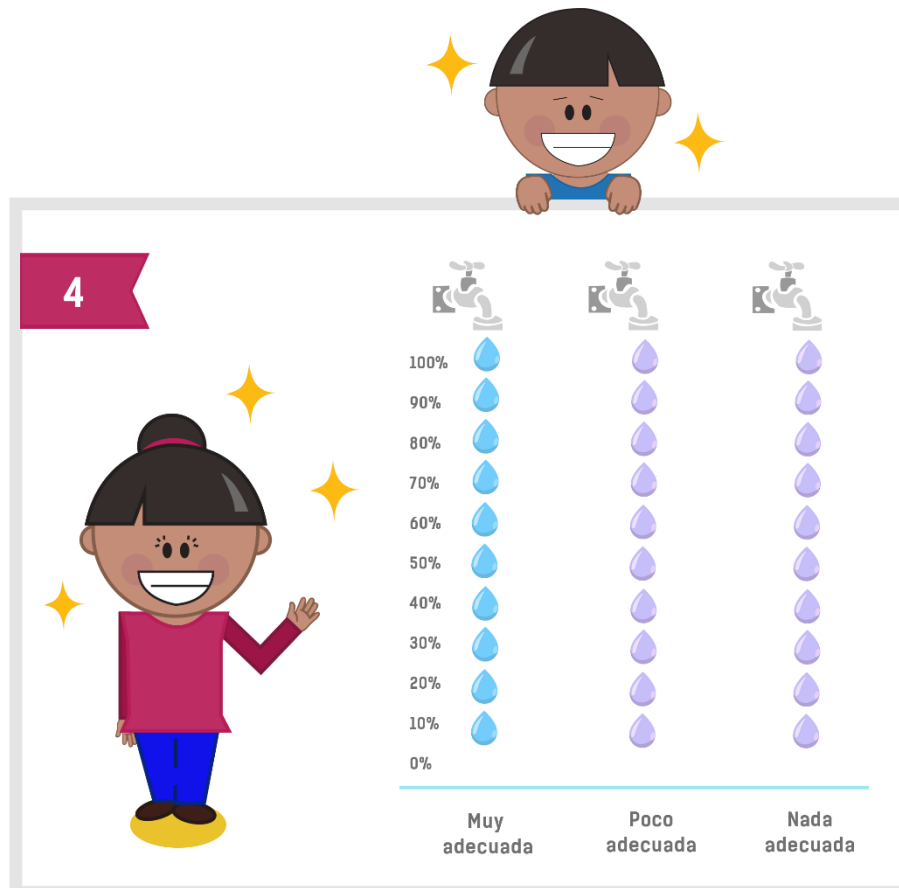
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el diseño de contenido es de fácil comprensión.

3. ¿Considera que el tamaño de la tipografía es?



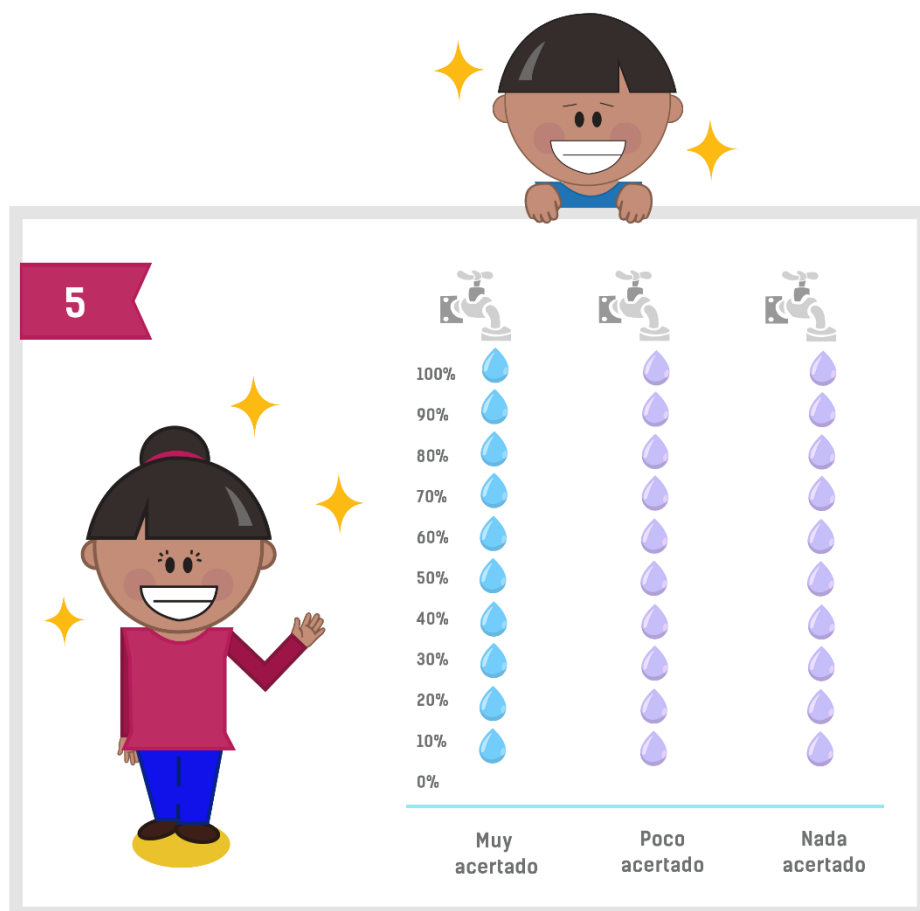
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el tamaño de la tipografía es muy idónea.

4. ¿Considera que la creación de personajes es?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la creación de personajes es muy adecuada.

5. ¿Considera que el uso del espacio es?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el uso del espacio es muy acertado.

8.4 Cambios con base a los resultados

Se realizaron los cambios en base a las encuestas a autoridades de la empresa, expertos y grupo objetivo.

Folleto



En las observaciones se sugirió cambiar el tono del color azul por uno más claro, también el color del círculo y el color de la frase “LA SALUD ES IMPORTANTE”; la descripción del folleto por un color blanco que contrastará y permitirá leer más fácilmente.



ANTES



DESPUÉS

Se muestra cómo se cambió el color de fondo por tonos azules más claros, igualmente se modificó el color al título de hábito a enseñar por un color blanco. Se realizó el cambio de color en los círculos por un celeste claro. Se agregó una descripción gráfica por cada paso y se le agregó la palabra jabón encima del mismo para que este sea reconocido por el grupo objetivo.



ANTES



DESPUÉS

Se muestra cómo se le modificó el color al título del hábito a enseñar por un color blanco, se le cambió el color de fondo por tonos azules más claros, el color de los círculos por un celeste claro y se agregó una descripción gráfica por cada paso.



ANTES



DESPUÉS

Se muestra cómo se realizó el cambio de color al título del hábito a enseñar por un color blanco, el color de fondo por tonos azules más claros, se agregó una descripción gráfica por cada paso y se modificó el color de los círculos por un celeste claro, además se corrigió el orden numérico.

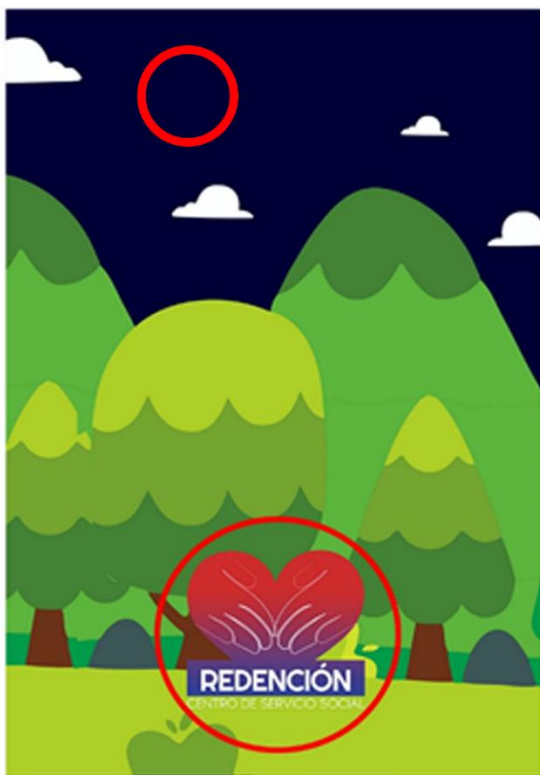


ANTES

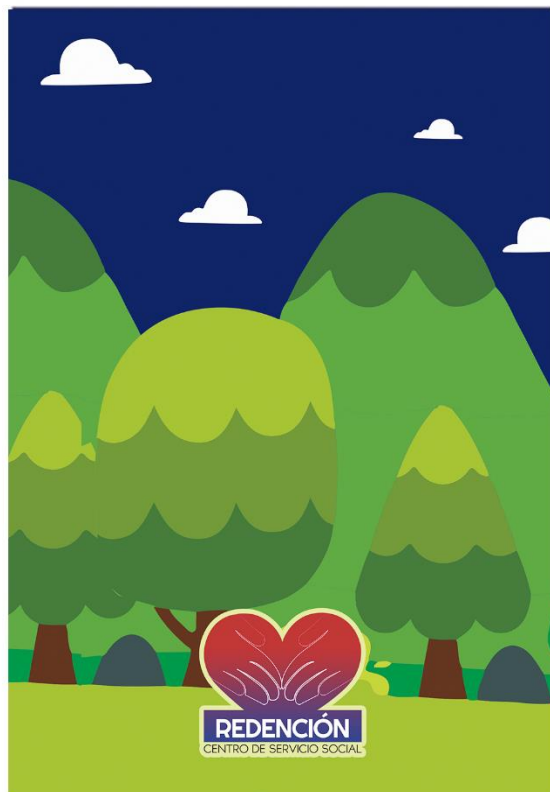


DESPUÉS

Se muestra cómo se modificó el color al título del hábito a enseñar por un color blanco, también el color de fondo por tonos azules más claros, se agregó una descripción gráfica por cada paso y se realizó el cambio de color en los círculos por un celeste claro.



ANTES



DESPUÉS

En las observaciones se indicó cambiar las letras del logotipo en color azul, se tiene permiso de la organización para usar el logotipo en ambos colores blanco o azul, y utilizarlo con un trazo para mayor visibilidad.

Afiches



ANTES



DESPUÉS

Se muestra cómo se le cambió el color al título del hábito a enseñar por un color blanco, igualmente el color de fondo por tonos azules más claros, se agregó una descripción gráfica por cada paso, se realizó la modificación de color en los círculos por un celeste claro y al logotipo se le añadió un resplandor para mayor visibilidad.



ANTES



DESPUÉS

Se muestra cómo se modificó el color al título del hábito a enseñar por un color blanco, se le cambió el color de fondo por tonos azules más claros, se añadió una descripción gráfica por cada paso, se realizó la modificación de color en los círculos por un celeste claro y al logotipo se le agregó un resplandor para mayor visibilidad.



ANTES



DESPUÉS

Se muestra como se le cambió el color al título del hábito a enseñar por un color blanco, se modificó el color de fondo por tonos azules más claros, se añadió una descripción gráfica por cada paso, se realizó la modificación de color en los círculos por un celeste claro y al logotipo se le agregó un resplandor para mayor visibilidad.



ANTES



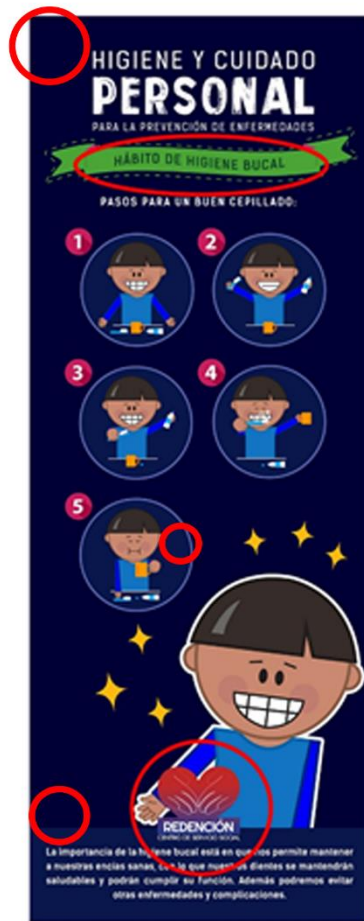
DESPUÉS

Se recomendó realizar el cambio de color al título del hábito a enseñar por un color blanco, modificar el color de fondo por tonos azules más claros, añadir una descripción gráfica por cada paso, cambiar de color en los círculos por un celeste claro y al logotipo agregarle un resplandor para mayor visibilidad.

Banners



Se recomendó realizar la modificación de color al título del hábito a enseñar por un color blanco, también el color de fondo por tonos azules más claros, añadir una descripción gráfica por cada paso, cambiar el color de los círculos por un celeste claro y al logotipo agregarle un trazo para mayor visibilidad.



ANTES

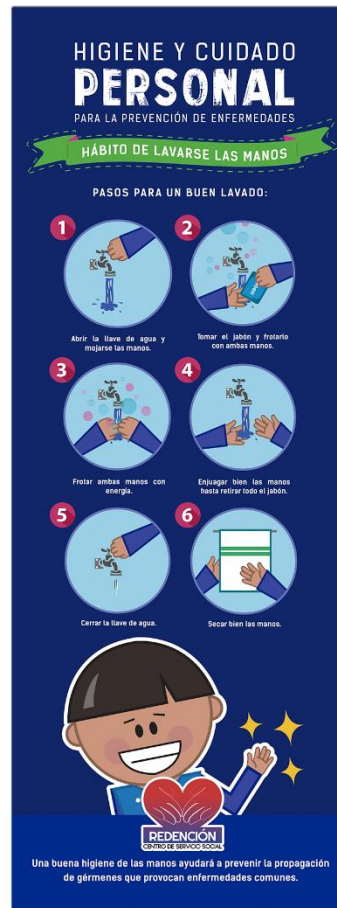


DESPUÉS

Se cambió de color al título del hábito a enseñar por un color blanco, se modificó el color de fondo por tonos azules más claros, se añadió una descripción gráfica por cada paso, se realizó la modificación de color a los círculos por un celeste claro y al logotipo se le agregó un trazo para mayor visibilidad.



ANTES

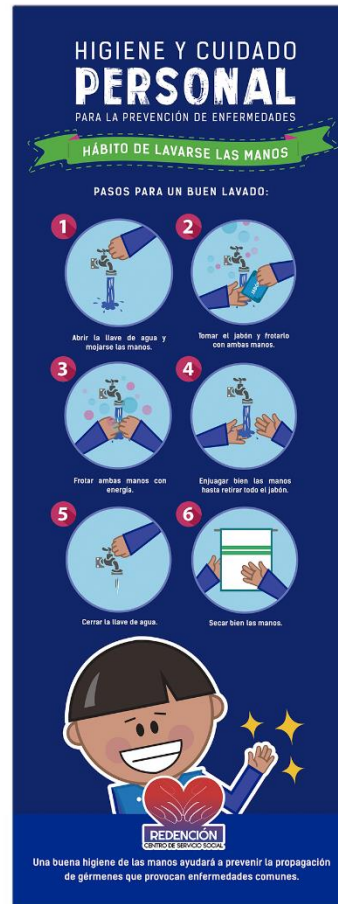


DESPUÉS

Se recomendó realizar la modificación de color al título del hábito a enseñar por un color blanco, cambiarle color al fondo por tonos azules más claros, añadir una descripción gráfica por cada paso, realizar el cambio de color a los círculos por un celeste claro y al logotipo agregarle un trazo para mayor visibilidad.



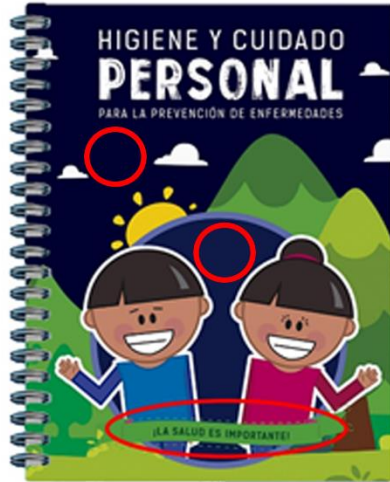
ANTES



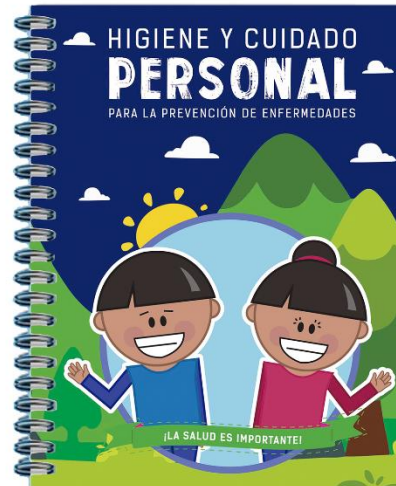
DESPUÉS

Se realizó el cambio de color al título del hábito a enseñar por un color blanco, también el color al fondo por tonos azules más claros, se añadió una descripción gráfica por cada paso, se modificó el color de los círculos por un celeste claro, al logotipo y a los personajes se les agregó un trazo para mayor visibilidad.

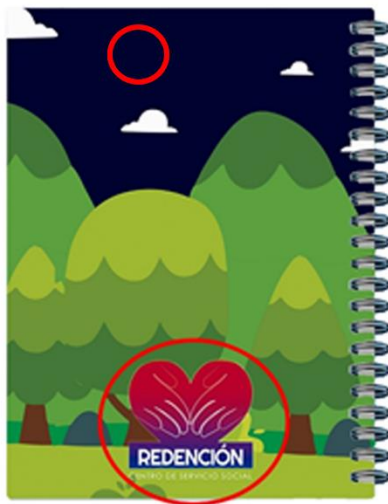
Cuaderno



ANTES



DESPUÉS



ANTES



DESPUÉS

En las observaciones se sugirió modificar el color de la frase “La Salud es Importante” por blanco, cambiarle el color al fondo por tonos azules más claros y añadirle al logotipo un resplandor, se muestra el antes y el después.

Sticker



ANTES



DESPUÉS

Se realizó el cambio indicado en las observaciones, se colocó el logotipo y se modificó el color del círculo por un tono de azul más claro.

CAPÍTULO *100*

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Fundamentación de diseño

9.1.2 Concepto de diseño

La propuesta de los materiales gráficos educativos para el Centro de Servicio Social Redención se fundamenta en el concepto de diseño:

“Básico y educativo”

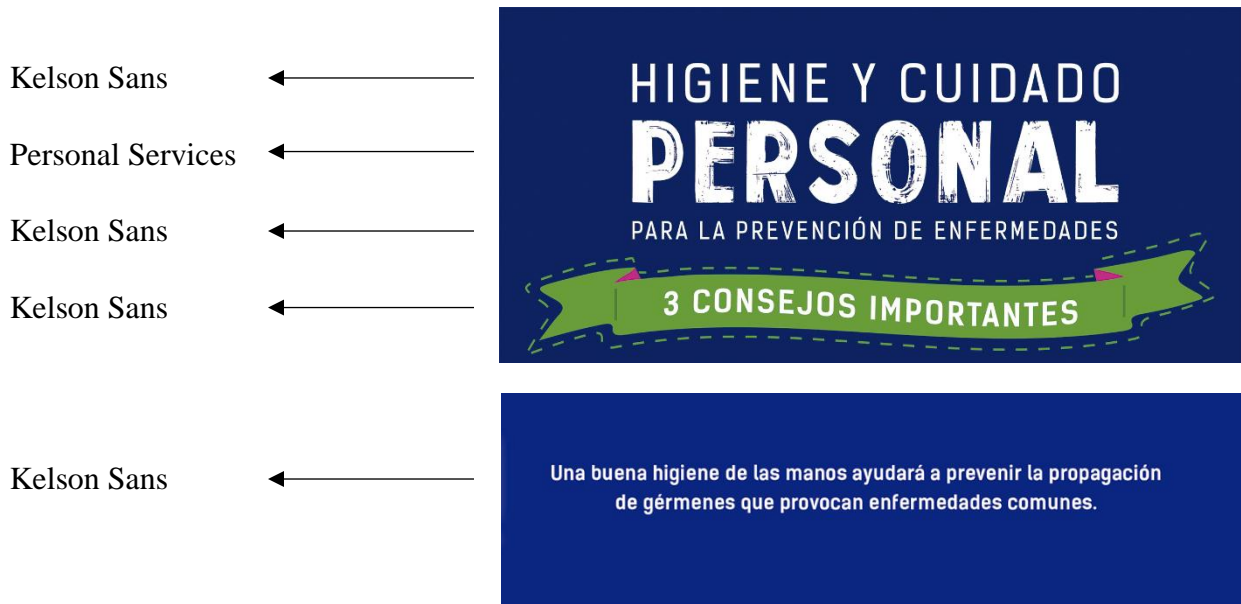
Por la utilización de los conceptos básicos de higiene y cuidado personal en conjunto con la ilustración de los personajes, los pasos y los productos básicos que se necesitan para la misma, se brinda así una comunicación educativa y eficaz.

9.1.3 Elementos Gráficos



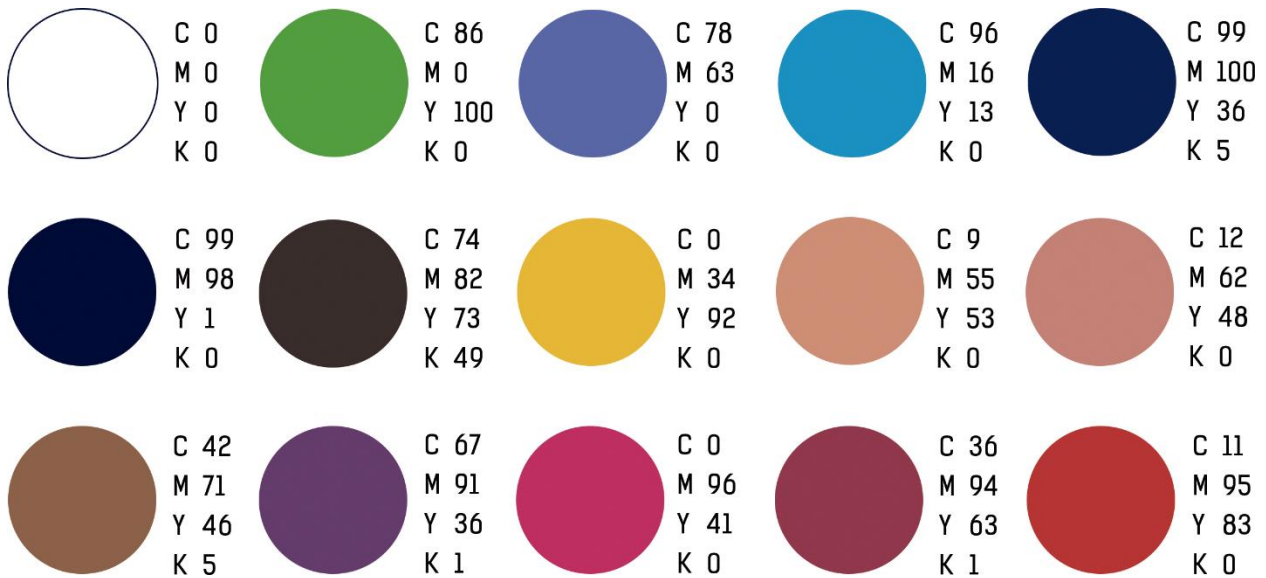
9.1.4 Elementos tipográficos

La tipografía empleada en los titulares es Kelson Sans en su variante bold y Personal Services lo que permite el dinamismo entre ambas tipografías, las dos son muy legibles y simples, perfectas para el proyecto, para el contenido se utilizó Kelson Sans en su variante bold, ya que el contenido es básico y la letra es fresca y moderna.



9.1.5 Colores

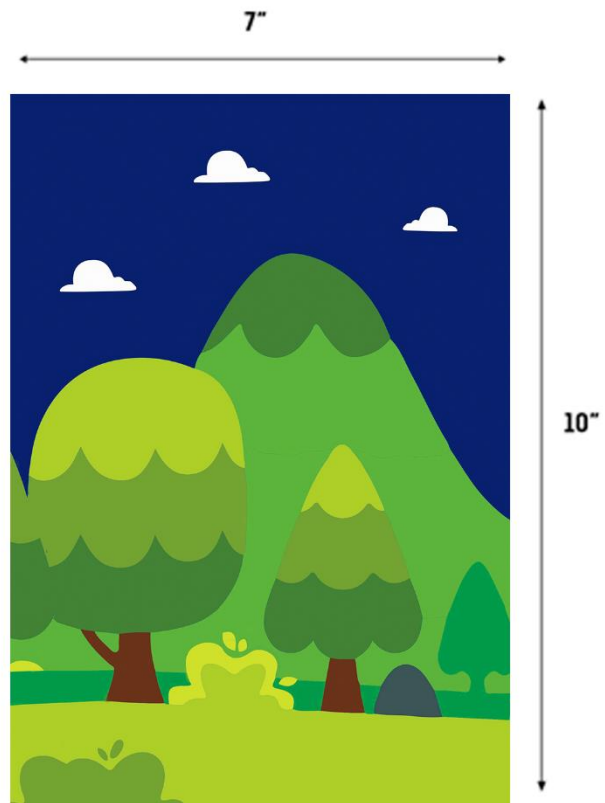
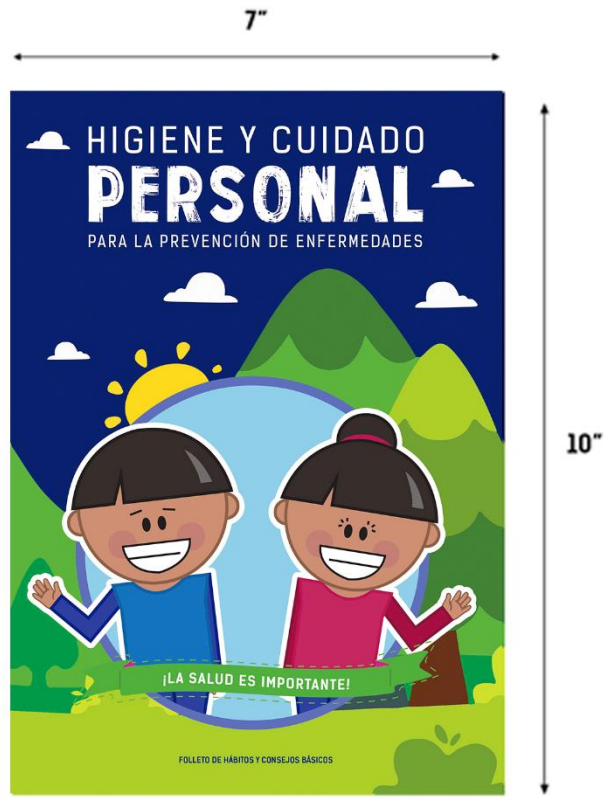
Los colores a utilizar fueron elegidos debido a la imagen corporativa del Centro de Servicio Social Redención, extraídos del isologo adicional de ellos se emplearon algunos colores más que contrastarán entre sí y formarán una armonía agradable entre los mismos entre cálidos y fríos, para darle la formalidad que necesita el tema pero también lo infantil.



9.1.6 Propuesta gráfica final

Tomando en cuenta el criterio y la opinión de las autoridades, el grupo objetivo y los expertos, se realizaron los cambios necesarios para obtener como resultado la propuesta gráfica final que consta con el diseño de un folleto con 8 páginas, diseño de 4 afiches, diseño de 4 banners, diseño de portada y contraportada para cuaderno y diseño de sticker.

Folleto



7"

¡CEPÍLLATE!

HÁBITO DE HIGIENE BUCAL

PASOS PARA UN BUEN CEPILLADO:

- 

Después de cada comida y antes de dormir debes lavar tus dientes.
- 

Toma un cepillo, pasta dental y un vaso con agua.
- 

Toma un poco de pasta dental en tu cepillo.
- 

Cepilla todas tus dientes de arriba a abajo y también tu lengua.
- 

Con agua enjuaga tu boca hasta que quede completamente limpia.

La importancia de la higiene bucal está en que nos permite mantener a nuestras encías sanas, con lo que nuestros dientes se mantendrán saludables y podrán cumplir su función. Además podremos evitar otras enfermedades y complicaciones.

10"

7"

¡BÁÑATE!

HÁBITO DE HIGIENE CORPORAL

PASOS PARA UN BUEN BAÑO:

- 

Ingresa a tu ducha y moja tu cabello.
- 

Toma un poco de Shampoo y enjuaga tu cabello.
- 

Retira el shampoo con agua abundante.
- 

Toma el jabón y enjuaga bien todas las partes de tu cuerpo.
- 

Retira el jabón con agua abundante.
- 

Seca bien tu cuerpo con una toalla limpia.

Debemos de lavarnos todas las partes de nuestro cuerpo, poniendo atención en todas ellas, muchas enfermedades pueden evitarse a través de esta práctica, un cuerpo limpio es igual a salud.

10"

7"

¡LÁVATE LAS MANOS!

HÁBITO DE LAVARSE LAS MANOS

PASOS PARA UN BUEN LAVADO:

1. Abrir la llave de agua y mojar las manos.
2. Tomar el jabón y frotarlo con ambas manos.
3. Frotar ambas manos con energía.
4. Enjuagar bien las manos hasta retirar todo el jabón.
5. Cerrar la llave de agua.
6. Secar bien las manos.

Una buena higiene de las manos ayudará a prevenir la propagación de gérmenes que provocan enfermedades comunes.

10"

7"

¡CUIDA TU SALUD!

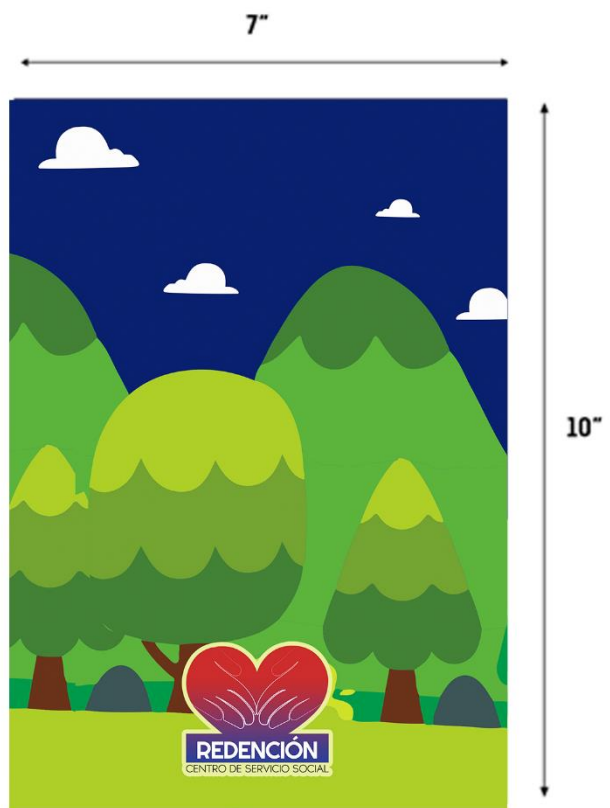
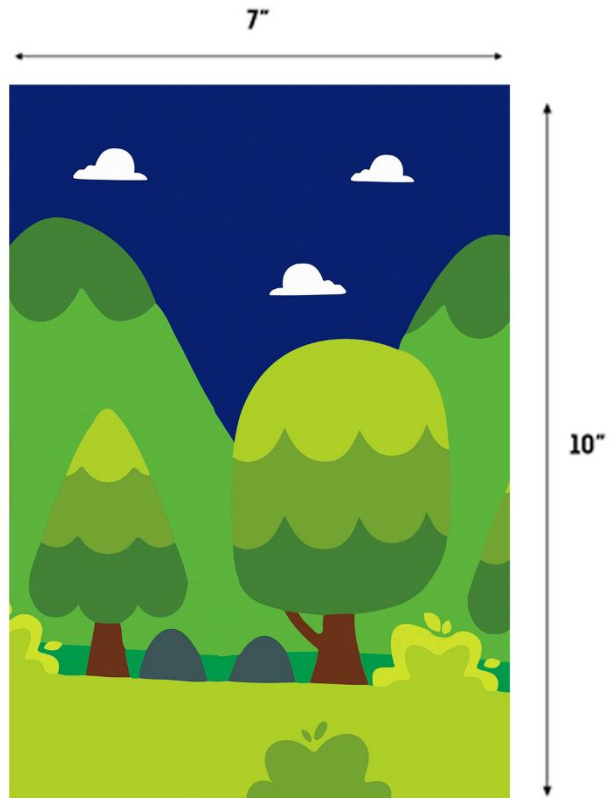
3 CONSEJOS IMPORTANTES

1. ¡SIEMPRE USA ZAPATOS!
2. ¡MANTÉN TUS UÑAS CORTAS!
3. ¡INGIERE AGUA FILTRADA!

LA SALUD ES IMPORTANTE

Una persona saludable es capaz de rendir al máximo de su capacidad en todos los ámbitos de su vida y con ello se convertirá en una persona valiosa para la sociedad.

10"



11"

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE LAVARSE LAS MANOS

1. Abre la llave de agua y moja las manos.
2. Toma el jabón y frota con ambas manos.
3. Frota ambas manos con energía.
4. Esfregar bien las manos hasta retirar todo el jabón.
5. Cerrar la llave de agua.
6. Secar bien las manos.

REDENCIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

Una buena higiene de las manos ayudará a prevenir la propagación de gérmenes que provocan enfermedades comunes.

17"

11"

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE HIGIENE CORPORAL

1. Ingresar a la ducha y mojar el cabello.
2. Tomar un poco de Shampoo y enjuagar el cabello.
3. Retirar el shampoo con agua abundante.
4. Tomar el jabón y enjuagar bien todas las partes de tu cuerpo.
5. Retirar el jabón con agua abundante.
6. Secar bien tu cuerpo con una toalla limpia.

REDENCIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

Debemos de lavarnos todas las partes de nuestro cuerpo, pagando atención en todas ellas, muchas enfermedades pueden evitarse a través de esta práctica, un cuerpo limpio es igual a salud.

17"

11"

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE HIGIENE BUCAL

-  Después de cada comida y antes de dormir lavar los dientes.
-  Toma un cepillo, pásalo en la y un vaso con agua.
-  Toma un poco de pasta dental en tu cepillo.
-  Cepilla todos los dientes de arriba a abajo y también la lengua.
-  Con agua mezclada tu boca hasta que quede completamente limpia.

REDECIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

La importancia de la higiene bucal está en que nos permite mantener a nuestros dientes sanos con lo que podemos disfrutar de momentos saludables y podrán cumplir su función. Además podemos evitar otras enfermedades y complicaciones.

17"

11"

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL
PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

3 CONSEJOS IMPORTANTES

-  ¡SIEMPRE USA ZAPATOS!
-  ¡MANTÉN TUS UÑAS CORTAS!
-  ¡INGIERE AGUA FILTRADA!

REDECIÓN
CENTRO DE SERVICIO SOCIAL

Una persona saludable es capaz de rendir al máximo de su capacidad en todos los ámbitos de su vida y con ello se convierte en una persona valiosa para la sociedad.

17"

Banners

60 cms

60 cms

1.60 cms

1.60 cms


HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL

PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE LAVARSE LAS MANOS

PASOS PARA UN BUEN LAVADO:

1. Abrir la llave de agua y mojarse las manos.
2. Tomar el jabón y frotarlo con ambas manos.
3. Frotar ambas manos con energía.
4. Enjuagar bien las manos hasta retirar todo el jabón.
5. Cerrar la llave de agua.
6. Secar bien las manos.




Una buena higiene de las manos ayudará a prevenir la propagación de gérmenes que provocan enfermedades comunes.

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL

PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

3 CONSEJOS IMPORTANTES

1. ¡SIEMPRE USA ZAPATOS!
2. ¡MANTÉN TUS UÑAS CORTAS!
3. ¡INGIERE AGUA FILTRADA!



Una persona saludable es capaz de rendir al máximo de su capacidad en todos los ámbitos de su vida y con ello se convertirá en una persona valiosa para la sociedad.

60 cms

60 cms

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL

PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE HIGIENE CORPORAL

PASOS PARA UN BUEN BAÑO:

- 
Ingreso a la ducha y moja tu cabello.
- 
Toma un poco de Shampoo y enjuaga tu cabello.
- 
Retira el shampoo con agua abundante.
- 
Toma el jabón y enjuaga bien todas las partes de tu cuerpo.
- 
Retira el jabón con agua abundante.
- 
Seca bien tu cuerpo con una toalla limpia.



Debemos de lavarnos todas las partes de nuestro cuerpo, poniendo atención en todas ellas, muchas enfermedades pueden evitarse a través de esta práctica, un cuerpo limpio es igual a salud.

1.60 cms

HIGIENE Y CUIDADO PERSONAL

PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES

HÁBITO DE HIGIENE BUCAL

PASOS PARA UN BUEN CEPILLADO:

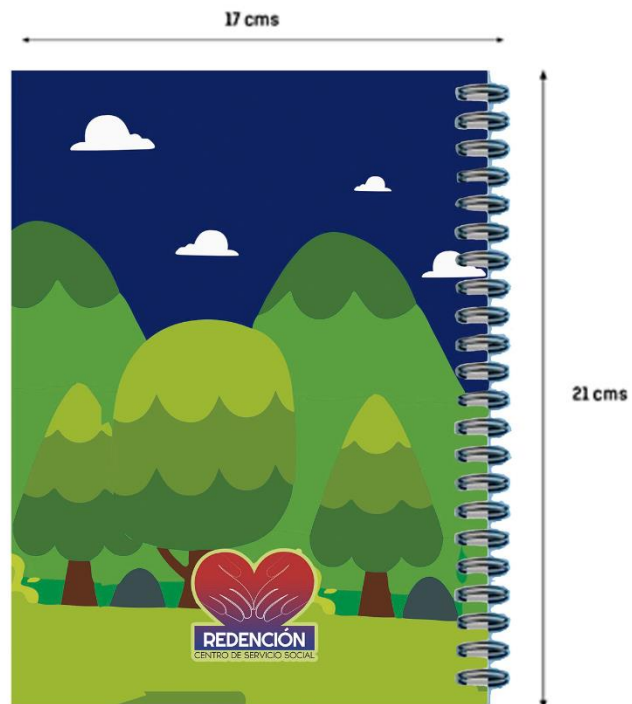
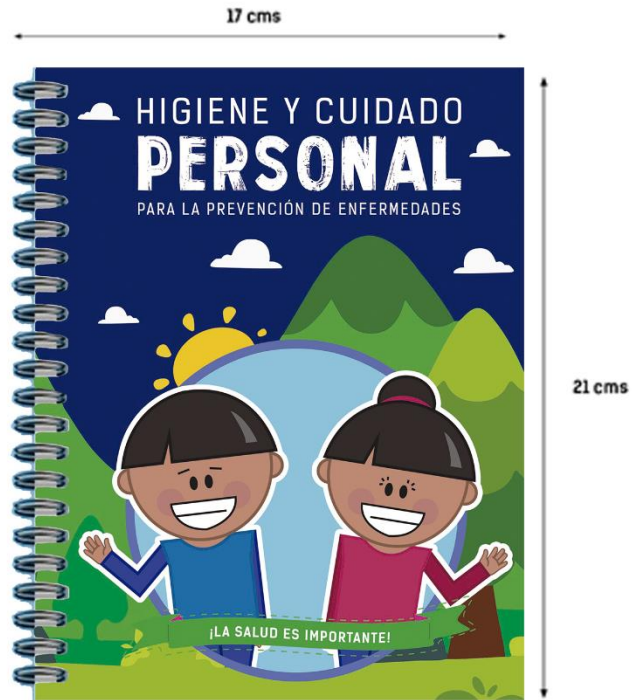
- 
Después de cada comida y antes de dormir debes lavar tus dientes.
- 
Toma un cepillo, pasta dental y un vaso con agua.
- 
Toma un poco de pasta dental en tu cepillo.
- 
Cepilla todos los dientes de arriba y abajo y también la lengua.
- 
Con agua enjuaga la boca hasta que quede completamente limpia.



La importancia de la higiene bucal está en que nos permite mantener a nuestras encías sanas, con lo que nuestros dientes se mantendrán saludables y podrán cumplir su función. Además podremos evitar otras enfermedades y complicaciones.

1.60 cms

Cuaderno



Sticker



CAPÍTULO

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

TOTAL DE HORAS TRABAJADAS	30 horas de Lunes a Viernes
TOTAL DE SEMANAS TRABAJADAS	4 semanas de Lunes a Viernes
PRECIO POR HORA	Q35.00
TOTAL	Q4,200.00

10.2 Plan de costos de producción

REALIZACIÓN DE PROPUESTA PRELIMINAR	120 horas
CAMBIOS SOLICITADOS	2 horas
REALIZACIÓN DE ARTE FINAL	5 horas
DESGASTE DE EQUIPO	127 horas
PRECIO POR HORA	Q35.00
TOTAL	Q8,645.00

10.3 Plan de costos de reproducción

IMPRESIÓN DE 100 FOLLETOS DE 7X10”	Q1,600.00
IMPRESIÓN DE 8 AFICHES DE 11X17”	Q112.00
IMPRESIÓN DE 4 BANNERS 60X160 CMS	Q300.00
100 CUADERNOS DE 17X21 CMS	Q1,200.00
100 STICKERS DE 3.5X5 CMS	Q200.00
TOTAL	Q3,412.00

10.4 Plan de Costos de Distribución

La distribución no tendrá ningún costo, ya que las autoridades se encargarán de distribuirlos en las instalaciones del Centro de Servicio Social Redención.

10.5 Margen de utilidad

TOTAL DE COSTOS	Q16,257.00
20% DE UTILIDAD	Q3,251.40
SUB TOTAL	Q19,508.40
IVA (12%) + ISR (5%) = 17%	Q3,316.43
TOTAL	Q22,824.83

10.6 Cuadro con resumen general de costos

TOTAL DE COSTOS DE ELABORACIÓN	Q4,200.00
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q.8,645.00
TOTAL DE COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q3,412.00
TOTAL DE COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q.00
SUB TOTAL	Q16,257.00
20% DE MARGEN DE UTILIDAD	Q3,251.40
IVA (12%) + ISR (5%) = 17%	Q3,316.43
TOTAL	Q22,824.83

Ver anexo H: Cotizaciones

CAPÍTULO *001*

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se diseñó material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias que atiende el Centro de Servicio Social Redención.

11.1.2 Se investigaron a través de recursos digitales y escritos los conceptos de diseño y diagramación para los materiales gráficos educativos que se proporcionarán a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

11.1.3 Se recopiló información sobre conceptos básicos relacionados a la higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades en libros, recursos digitales y personales para la creación del material gráfico, dirigido a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

11.1.4 Se ilustraron los procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal para brindar buena orientación a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

11.1.5 Se diagramó el contenido de los materiales publicitarios para facilitar el aprendizaje de los pacientes atendidos en el Centro de Servicio Social Redención.

11.1.6 Se unificó el logotipo con el diseño de los materiales gráficos para obtener una línea de diseño sólida y funcional en el material gráfico para los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

11.1.7 Se comunicaron los procesos básicos acerca de la higiene y cuidado personal para brindar buena orientación y desarrollar un eficiente método de aprendizaje para los pacientes del Centro de Servicio Social Redención.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Que al actualizar el diseño de los materiales gráficos se continúe utilizando la misma línea de diseño.

11.2.2 Investigar de manera estratégica otros materiales que persuadan a los pacientes del Centro de Servicio Social Redención para motivar la práctica.

11.2.3 Recopilar información cada 6 meses para actualizar los materiales gráficos.

11.2.4 Ilustrar los procesos de manera diferente cada 6 meses.

11.2.5 Diagramar de manera estratégica los materiales gráficos según el tiempo estipulado.

11.2.6 Unificar el logotipo con la creación de los diseños a actualizar.

11.2.7 Comunicar de manera efectiva los procesos básicos de higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades por medio de los distintos materiales gráficos, que ayuden a orientar y educar.

CAPÍTULO *III*

CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII: Conocimiento general

COMUNICACIÓN



Se implementó la comunicación escrita para brindar un mejor mensaje al grupo objetivo.

SOFTWARE



El uso programas de diseño y diseño editorial fueron las herramientas para crear este proyecto.

MATEMÁTICA



Se integró al proyecto mediante la realización de los costos, margen de utilidad y total del costo del proyecto.

SEMIOLÓGÍA



Se utilizaron imágenes, símbolos, palabras, ilustraciones fáciles de interpretar para el público objetivo.

VISUALIZACIÓN



Se realizó el bocetaje a lápiz y crayones de los personajes y las piezas gráficas del proyecto.

HISTORIA DEL ARTE



Se incorporó al proyecto tendencias del arte minimalista, creando un diseño sobrio y limpio.

DISEÑO GRÁFICO



Se utilizó en todo el diseño del proyecto desde el diseño de personajes hasta los artes finales.

CREATIVIDAD



Se utilizó el método creativo desde que se indicó el problema, la idea de solución y creación de la misma.

LENGUAJE Y GRAMÁTICA



Se aseguró que la ortografía y gramática fuera acorde y de fácil comprensión para el público objetivo

INVESTIGACIÓN



Se investigaron los procesos básicos de higiene y cuidado personal, tendencias de diseño y editorial etc.

ESTADÍSTICA



Se realizaron encuestas, y en base a los resultados se presentó la propuesta final del proyecto.

DISEÑO EDITORIAL



Se utilizó en el diseño de la maquetación de cada pieza gráfica creada para este proyecto.

CAPÍTULO *00 III*

REFERENCIAS

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Bibliográficas

Fajardo Uribe, L. (2009). PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN.

PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN, Volumen 22, Número 2, p. 121-142.

"La aventura del mundo. La literatura de información científica y técnica". (s.f.). Formación en Red. Bibliotecas Escolares.

Gran Diccionario de la Lengua Española. (2016). Gran Diccionario de la Lengua Española

Gran Diccionario de la Lengua Española. Larousse Editorial, S.L.

Gran Diccionario de la Lengua Española. (2016).

Gran Diccionario de la Lengua Española. Larousse Editorial, S.L.

Guarda de Viggiano, N. (2009). Lenguaje y Comunicación. Editorama, S.A.

Institut Pasteur (2009). *Libro Blanco* . Obtenido de Libro Blanco S.A.

La aventura del mundo. La literatura de información científica y técnica". (s.f.). Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Bibliotecas Escolares.

Rodríguez Cobos, M. (1988). Apuntes de Psicología. Editorial Plaza y Valdés.

Zanón, D. A. (s.f.). Introducción al Diseño Editorial. Vision Net.

Zepeda, C. (s.f.). Libro del Profesor, Diseño Vectorial. En *Diseño Vectorial*. Grupo Educare S.A.

13.2 Biblioweb

Berlo, D. (s.f.). *cca*. Obtenido de cca:

http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont_elementos.htm

García Torres, M. (s.f.). *Comunicación visual*. Obtenido de Comunicación visual:

http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/IV/TD/AM/10/Comunicacion_visual.pdf

Hernandez , M. (s.f.). *manuelhborbolla*. Obtenido de manuelhborbolla:

<https://manuelhborbolla.wordpress.com/tag/semiotica-de-la-imagen/>

Ibáñez, R. (1980). Obtenido de

https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Modelos/Documentos/Definiciones-de-Orientacion.pdf

Kennedy , D. (s.f.). *ehowenespanol*. Obtenido de ehowenespanol:

http://www.ehowenespanol.com/definicion-clinica-medica-hechos_100179/

Olívar Zúñiga, A. (s.f.). *m.monografias*. Obtenido de m.monografias:

<http://m.monografias.com/trabajos14/psicomunicacion/psicomunicacion.shtml>

Andrade, V. (s.f.). *runasexplosivas*. Obtenido de runasexplosivas:

<http://www.runasexplosivas.com/2015/07/rolerosofia-diseno-de-wucius-wong.html>

artedinamico. (s.f.). Obtenido de artedinamico :

https://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=243

Beltran. (1990). *eumed*. Obtenido de eumed: [http://www.eumed.net/libros-](http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1386/aprendizaje.htm)

[gratis/2014/1386/aprendizaje.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1386/aprendizaje.htm)

biblioteca digital. (s.f.). Obtenido de biblioteca digital:

http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen1/ciencia2/45/htm/sec_9.html

Colomer, M. (s.f.). Obtenido de <http://www4.ujaen.es/~aespadas/TEMA1.pdf>

comunicacion. (s.f.). Obtenido de comunicacion:

http://comunicacion.idoneos.com/teoria_de_la_comunicacion/

concepto. (s.f.). Obtenido de concepto: <http://concepto.de/prevencion/>

concepto definicion. (s.f.). Obtenido de conceptodefinicion: <http://conceptodefinicion.de/higiene/>

concepto definicion. (s.f.). Obtenido de conceptodefinicion: <http://conceptodefinicion.de/disen/>

CONCEPTOS BÁSICOS . (s.f.). Obtenido de CONCEPTOS BÁSICOS :

<http://www4.ujaen.es/~aespadas/TEMA1.pdf>

creacionliteraria. (s.f.). Obtenido de creacionliteraria: [https://creacionliteraria.net/2012/05/el-](https://creacionliteraria.net/2012/05/el-aficheestructura-e-importancia/)

[aficheestructura-e-importancia/](https://creacionliteraria.net/2012/05/el-aficheestructura-e-importancia/)

CV EDU. (s.f.). Obtenido de

http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_332/web/main/m4/web/main/m1/2.html

definicion. (s.f.). Obtenido de definicion: <https://definicion.mx/afiche/>

definicion. (s.f.). <https://definicion.mx/literatura/>.

definicionabc. (s.f.). Obtenido de definicionabc:

<https://www.definicionabc.com/religion/evangelismo.php>

Delgado, H. (s.f.). *disenowebakus*. Obtenido de disenowebakus:

<http://disenowebakus.net/psicologia-y-teoria-del-color.php>

designsuarezvi. (s.f.). [https://designsuarezvi.wordpress.com/2011/12/12/tipografia-y-familias-](https://designsuarezvi.wordpress.com/2011/12/12/tipografia-y-familias-tipograficas/)

[tipograficas/](https://designsuarezvi.wordpress.com/2011/12/12/tipografia-y-familias-tipograficas/).

Diccionario de la lengua española . (2015). *wordreference*. Obtenido de wordreference:

<http://www.wordreference.com/definicion/instituci%C3%B3n>

docencia. (s.f.). Obtenido de docencia:

<http://docencia.udea.edu.co/edufisica/motricidadycontextos/lasemiologia.pdf>

documenta. (s.f.). En *documenta.* http://documenta.ftp.catedu.es/apuntes/graficos_vectoriales.pdf

ecured. (s.f.). Obtenido de *ecured*: https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_verbal

ecured. (s.f.). Obtenido de *ecured*: https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_visual

ecured. (s.f.). Obtenido de *ecured*:

[https://www.ecured.cu/Ilustraci%C3%B3n_\(Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico\)](https://www.ecured.cu/Ilustraci%C3%B3n_(Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico))

ecured. (s.f.). Obtenido de *ecured*: https://www.ecured.cu/Teor%C3%ADa_del_color

El Pilar Académico. (2011). *El Pilar Académico*. Obtenido de El Pilar Académico:

<http://elpilaracademico.blogspot.com/2011/07/diferentes-conceptos-de-aprendizaje.html>

elementosdelacomunicacion. (s.f.). Obtenido de *elementosdelacomunicacion*:

<http://www.elementosdelacomunicacion.com/elementos-del-proceso-de-la-comunicacion.htm>

elpilaracademico. (s.f.). Obtenido de *elpilaracademico*:

<http://elpilaracademico.blogspot.com/2011/07/diferentes-conceptos-de-aprendizaje.html>

en la biblia. (s.f.). Obtenido de *en la biblia*: <http://en-la-biblia.com/que-significa-jesucristo/>

Escritura, Lenguaje y Comunicación. (s.f.). Obtenido de *Escritura, Lenguaje y Comunicación*:

<http://www.icarito.cl/2010/04/51-8789-9-afiche.shtml/>

foromarketing. (s.f.). Obtenido de *foromarketing*: [http://www.foromarketing.com/la-psicologia-](http://www.foromarketing.com/la-psicologia-detras-de-una-publicidad-exitosa-en-facebook-ii-la-)

[detras-de-una-publicidad-exitosa-en-facebook-ii-la-](http://www.foromarketing.com/la-psicologia-detras-de-una-publicidad-exitosa-en-facebook-ii-la-)

[imagen/#Que_es_la_psicologia_de_la_imagen_y_por_que_nos_debe_importar](http://www.foromarketing.com/la-psicologia-detras-de-una-publicidad-exitosa-en-facebook-ii-la-)

Gallardo Pauls, E. (2009). *peripoietikes*. En *peripoietikes*. <http://peripoietikes.hypotheses.org/41>.

García Allen, J. (s.f.). *psicologiamente*. Obtenido de psicologiamente:

<https://psicologiamente.net/miscelanea/psicologia-color-significado>

Gonzales Rey, F. (s.f.). Personalidad y Educación.

<https://es.scribd.com/doc/78815273/Conceptos-de-La-Comunicacion-Diferentes-Autores>.

Gran Diccionario de la Lengua Española. (2016). *thefreedictionary*. Obtenido de

thefreedictionary: <http://es.thefreedictionary.com/orientar>

Gran Diccionario de la Lengua Española. (2016). *thefreedictionary*. Obtenido de

thefreedictionary: <http://es.thefreedictionary.com/folleto>

Karam, T. (s.f.). *portalcomunicacion*. Obtenido de portalcomunicacion:

http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/23_esp.pdf

Martín , J. (s.f.). *consumoteca*. Obtenido de consumoteca: [http://www.consumoteca.com/familia-](http://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/folleto-informativo/)

[y-consumo/consumo-y-derecho/folleto-informativo/](http://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/folleto-informativo/)

Mejia, T. (2017). *lifeder*. Obtenido de lifeder: [https://www.lifeder.com/teoria-de-la-](https://www.lifeder.com/teoria-de-la-comunicacion/amp/)

[comunicacion/amp/](https://www.lifeder.com/teoria-de-la-comunicacion/amp/)

mercadologosenlinea. (s.f.). Obtenido de

[http://mercadologosenlinea1.blogspot.com/2011/05/definicion-de-psicologia-de-la-](http://mercadologosenlinea1.blogspot.com/2011/05/definicion-de-psicologia-de-la-imagen.html?m=1)

[imagen.html?m=1](http://mercadologosenlinea1.blogspot.com/2011/05/definicion-de-psicologia-de-la-imagen.html?m=1)

mercadologosenlinea. (s.f.). Obtenido de

[http://mercadologosenlinea1.blogspot.com/2011/05/definicion-de-psicologia-de-la-](http://mercadologosenlinea1.blogspot.com/2011/05/definicion-de-psicologia-de-la-imagen.html?m=1)

[imagen.html?m=1](http://mercadologosenlinea1.blogspot.com/2011/05/definicion-de-psicologia-de-la-imagen.html?m=1)

Mérida, I. (s.f.). *portalveterinaria*. Obtenido de portalveterinaria:

[http://argos.portalveterinaria.com/noticia/6581/articulos-archivo/el-proceso-de-la-](http://argos.portalveterinaria.com/noticia/6581/articulos-archivo/el-proceso-de-la-comunicacion-y-sus-componentes.html)

[comunicacion-y-sus-componentes.html](http://argos.portalveterinaria.com/noticia/6581/articulos-archivo/el-proceso-de-la-comunicacion-y-sus-componentes.html)

Miano, T. (s.f.). *miapic*. Obtenido de miapic: <http://www.miapic.com/que-es-el-evangelismo-biblico>

Miró Rocasolano, P. (s.f.). *eumed*. Obtenido de eumed:

<http://www.eumed.net/cursecon/1/instconcepto.htm>

monografias. (s.f.). Obtenido de monografias:

<http://www.monografias.com/trabajos13/radio/radio.shtml>

(s.f.). Obtenido de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/juarez_s_e/capitulo3.pdf

(s.f.). En redgrafica, *redgrafica*. <http://redgrafica.com/Que-son-los-graficos-vectoriales> .

(s.f.). Obtenido de <http://mercadologosenlinea1.blogspot.com/2011/05/definicion-de-psicologia-de-la-imagen.html?m=1>

(s.f.). Obtenido de

http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_332/web/main/m4/web/main/m1/2.html

palermo. (s.f.). En palermo.

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/6576_15874.pdf .

PALERMO EDU. (s.f.).

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/6576_15874.pdf.

Pérez Porto , J. (2010). *definiciondefinicion*. Obtenido de definicion: <http://definicion.de/radio>

Pérez Porto , J. (2014). *definicion*. Obtenido de definicion: <https://definicion.de/minimalismo/>

Pérez Porto, J. (2013). Obtenido de <http://definicion.de/ilustracion/>

Pérez Porto, J. (2013). *definicion*. Obtenido de definicion: <http://definicion.de/orientacion/>

Peréz Porto, J. (2013). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de: <https://definicion.de/institucion/>

Pérez Porto, J. (s.f.). *definicion*. <http://definicion.de/tipografia/>.

Perrot, A. (s.f.). *fmed*. Obtenido de fmed: <http://www.fmed.uba.ar/depto/medfam/pdf/8.pdf>

Pinzón, S. (s.f.). Obtenido de <https://es.slideshare.net/mobile/StephaniePinzon09/psicologa-de-la-comunicacin-52021953>

profesorenlinea. (s.f.). Obtenido de profesorenlinea:
<http://www.profesorenlinea.cl/castellano/ComunicacionVerbalNoVerbal.htm>

psicologiadelcolor. (s.f.). Obtenido de psicologiadelcolor: <http://www.psicologiadelcolor.es/>

Rosas, S. (s.f.). Obtenido de <https://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>

Salud. (s.f.). Obtenido de Salud: <http://salud.ccm.net/faq/15796-prevencion-definicion>

Santa Maria, F. (s.f.). Obtenido de <http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>

Santa Maria, F. (s.f.). Obtenido de <http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>

Santana, M. (s.f.). Obtenido de <https://maytesantana.wordpress.com/2012/08/21/concepto-de-disenio-a-partir-de-tres-autores/>

Santin, L. (s.f.). *mediaclick*. Obtenido de mediaclick: <https://www.mediaclick.es/blog/disenio-web-minimalista-caracteristicas-leyes-de-la-simplicidad-y-ejemplos/>

Seminarioabierto. (s.f.). Obtenido de Seminarioabierto:
<http://www.seminarioabierto.com/evangelismo00.htm>

serviciosocial. (s.f.). *serviciosocial*. Obtenido de serviciosocial:
http://serviciosocial.uas.edu.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=6

significado-de-nombres. (s.f.). Obtenido de significado-de-nombres: <http://www.significado-de-nombres.com/significado-de-jesus/>

significados. (s.f.). <https://www.significados.com/literatura/>.

slideshare, conceptos de procesos. (s.f.). Obtenido de slideshare, conceptos de procesos:

<https://es.slideshare.net/xistosita/conceptos-de-procesos>

Tijera Beltran, A. (s.f.). *habilidad de pensamiento.* Obtenido de habilidad de pensamiento:

<http://habilidaddepensamiento.blogspot.com/2012/09/procesos-basicos-de-pensamiento.html>

trapalanda. (s.f.). Obtenido de trapalanda:

<http://trapalanda.bn.gov.ar/jspui/handle/123456789/3675>

UCA. (s.f.). Obtenido de

http://www.uca.edu.sv/deptos/economia/media/archivo/b228bd_psocologiadela comunicacion.doc

Ucha, F. (02 de 12 de 2010). *definicionabc.* Obtenido de definicionabc:

<https://www.definicionabc.com/salud/clinica.php>

unayta. (s.f.). Obtenido de unayta: <http://unayta.es/teoria-del-color/>

UNESCO. (2004). *eumed.* Obtenido de eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1241/el-proceso-de-aprendizaje.html>

Universidad de Cesar Vallejo. (s.f.). *educomucv.* Obtenido de educomucv:

<http://educomucv.blogspot.com/2011/11/materiales-graficos.html>

Vix La Teoría del Color. (s.f.). Obtenido de

<http://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>

webnova. (s.f.). Obtenido de webnova: <http://www.webnova.com.ar/teoria-del-diseno-minimalista/>

wordreference. (s.f.). Obtenido de wordreference:

<http://www.wordreference.com/definicion/radio>

Wucius Wong. (s.f.). Obtenido de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/juarez_s_e/capitulo3.pdf

xforddictionaries. (s.f.). Obtenido de *xforddictionaries*:

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/folleto>

Zorín, Z. (s.f.). *scribd*. Obtenido de *scribd*: <https://es.scribd.com/doc/78815273/Conceptos-de>

La-Comunicacion-Diferentes-Autores

CAPÍTULO *OCIO*

ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Anexo A: Definición de tema

DEFINICIÓN DE TEMA

¿QUÉ?	¿A TRAVÉS DE QUE?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?
Diseño	Una propuesta de material gráfico, utilizando ilustraciones en afiches, folletos, banners etc.	Educar y orientar acerca de la higiene y el cuidado personal para la prevención de enfermedades.	Los padres de familia de escasos recursos de los niños ingresados en el Centro de Servicio Social “Redención”.

Redacción de tema:

Diseño de material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos. Centro de Servicio Social Redención. Gualán, Zacapa, Guatemala 2018.

14.2 Anexo B: Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño

TALLER DE DESARROLLO DE REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir, lo que el cliente solicita.

No se cuenta con	El Centro de Servicio Social Redención no cuenta con material gráfico de apoyo, para la orientación acerca de la higiene y cuidado personal para la prevención de enfermedades en los pacientes que se avocan a dicho lugar.
No existe	
No se tiene	
Se carece de	
No hay	
Hace falta	

14.3 Anexo C: Taller de Desarrollo de Objetivos

TALLER DE DESARROLLO DE OBJETIVOS

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General		Diseñar	Materiales gráficos solicitados.	Orientar acerca de la higiene y cuidado personal.	El Centro de servicio Social Redención.
Específico		Investigar	Recursos Digitales	Informar acerca de la higiene y cuidado personal.	El Centro de servicio Social Redención.
Específico		Recopilar	Conceptos Básicos.	Orientar acerca de la higiene y cuidado personal.	El Centro de servicio Social Redención.
Específico		Ilustrar	Elementos gráficos (vectores).	Orientar acerca de la higiene y cuidado personal	El Centro de servicio Social Redención.
Específico		Diagramar	Materiales Gráficos.	Facilitar el aprendizaje.	El Centro de servicio Social Redención.
Específico		Unificar	Diseño de los materiales gráficos.	Obtener una línea de diseño sólida y funcional.	El Centro de servicio Social Redención.
Específico		Comunicar	Materiales gráficos.	Brindar una buena orientación.	El Centro de servicio Social Redención.

14.4 Anexo D: Brief



BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Marilyn Andrea Túchez Morataya

No. de Carné: 13002950 Celular: 4607-3639

Email: andreatuchez7@gmail.com

Proyecto: Diseño de material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos. Centro de Servicio Social Redención. Gualán, Zacapa, Guatemala 2018.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (institución): Centro de Servicio Social Redención

Dirección: Bo. Valle Verde, Gualán, Zacapa

Email: redenciongualan@gmail.com Tel: 7933-2062 / 7933-1554

Contacto: Gionanny Martinez Celular: 3070-2123

Antecedentes: El Centro de Servicio Social Redención ubicado en el Bo. Valle Verde del municipio de Gualán, Zacapa es una institución evangelista que promueve el mensaje de Jesús, brindando ayuda al más necesitado, esta institución. El Centro de Servicio Social Redención actualmente cuenta con los servicios de alimentación y clínica médica de los cuales más de 69 niños y sus padres se ven beneficiados.

Oportunidad identificada: El Centro de Servicio Social Redención no cuenta con material gráfico de apoyo, para la orientación de la higiene y cuidado personal de sus pacientes, siendo esto de vital importancia para la mejora de salud y prevención de enfermedades.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Demostrar el amor de Jesucristo sirviendo al más necesitado y promover así el crecimiento de la iglesia de Cristo.

Visión: Alcanzar al mayor número de personas necesitadas, brindándoles amor y esperanza para que así conozcan el amor de Jesucristo.

Delimitación geográfica: Limita al norte con el Estor y Los Amates, municipios del departamento de Izabal; al sur con La Unión (Zacapa) y Zacapa, municipios del departamento de Zacapa, al este con República de El Salvador y al oeste con Zacapa y Río Hondo, municipios del departamento de Zacapa y el Estor, municipio del departamento de Izabal.

Grupo objetivo: Familias de niños ingresados en el Centro de Servicio Social Redención.

Principal beneficio al grupo objetivo: Aprendizaje sobre la higiene y cuidado personal para prevenir enfermedades y tener una mejor salud.

Competencia: Asociación Corazones en movimiento, Compasión intl, Ayuda adulto mayor, Proyecto Rescate.

Posicionamiento: Exaltando a Jesús.

Factores de diferenciación: Seguimiento a nuestros pacientes.

Objetivo de mercadeo: Posicionarnos como la entidad social que más ayuda para recibir apoyo.

Objetivo de comunicación: Educar e informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos.

Mensajes claves a comunicar: Procesos básico de higiene y cuidado personal.

Estrategia de comunicación: Diseño de material gráfico educativo para informar acerca de la higiene y el cuidado personal para prevenir enfermedades en las familias de escasos recursos.

Reto del diseño y trascendencia: Crear material gráfico que funcione como herramienta de apoyo, básico y funcional para una buena orientación sobre el higiene y cuidado personal.

BRIEF

Materiales a realizar: Folletos, afiches, banners, cuaderno y stickers.

Presupuesto: La institución cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Degradé de rosa fuerte hasta el color azul.

Tipografía: Molde legible.

Forma: Isologo compuesto por una imagen en forma de corazon con dos manos dentro simbolizando la union, con la palabra Redencion y Centro de Servicio Social.

LOGOTIPO



Fecha: 19 de Mayo de 2,017

14.5 Anexo E: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex

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 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, 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, helicoptero- 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	

14.6 Anexo F: Encuesta perfiles psicográfico y conductual

ENCUESTA

Le agradecemos tomar unos minutos de su tiempo para responder esta encuesta.

Instrucciones:

Llene los espacios en blanco y marque con una x la opción que considere correctas.

Edad: _____ Género: F____ M_____

¿Cuáles son los hábitos de higiene que practica?

¿Qué actividades realiza diariamente?

¿Qué costumbres suele tener antes de cada comida?

¿Va puntualmente a sus citas médicas?

Si

No

¿Qué beneficio considera tener practicando una buena higiene?

Buena Salud

Bienestar

Ninguno

¿Qué tipo de temperamento cree usted tener?

Sanguíneo

Colérico

Flemático

Melancólico

¿Qué conducta presentaría ante la orientación de prácticas de higiene?

A la expectativa

Entusiasta

Prefiero no responder

¿Practicaría los conceptos básicos de higiene si se le brindara?

Si

No

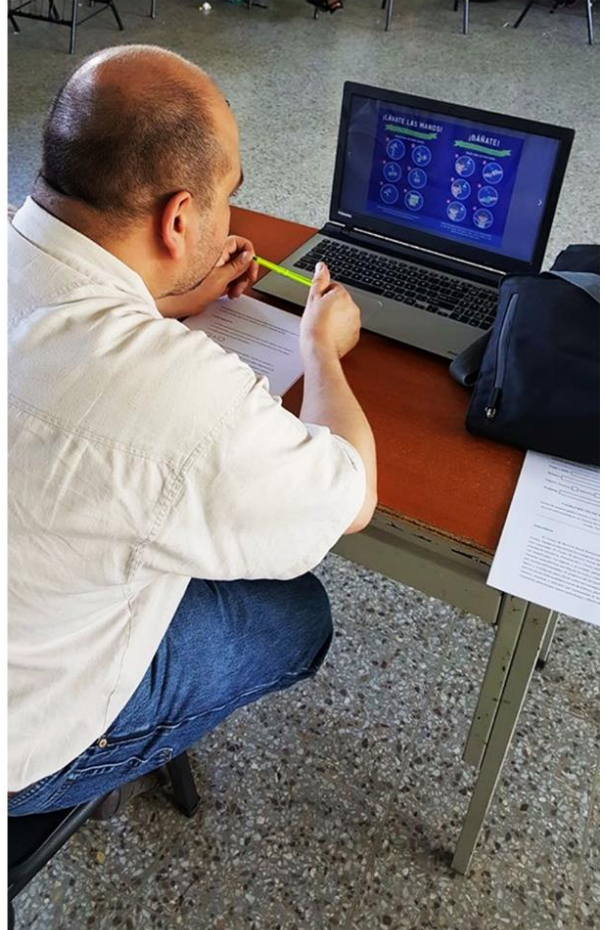
14.7 Anexo G: Fotografías de encuestados

14.7.1 Expertos

Lic. Ana Cristina Diaz Cordón



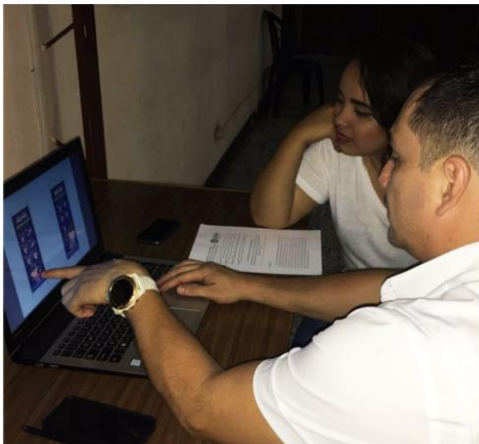
Lic. David Castillo



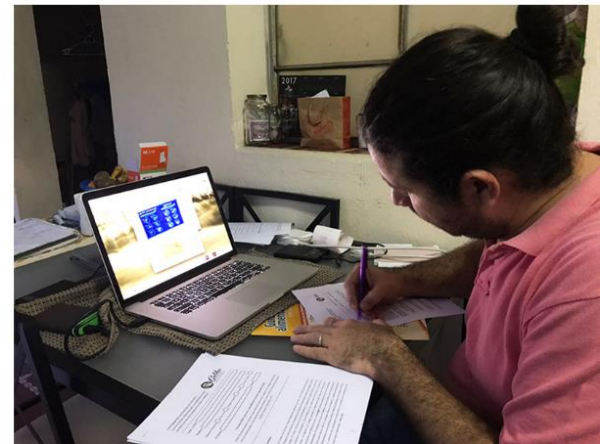
Lic. Jorge Leonardo Ardón



Lic. Ulises Morales

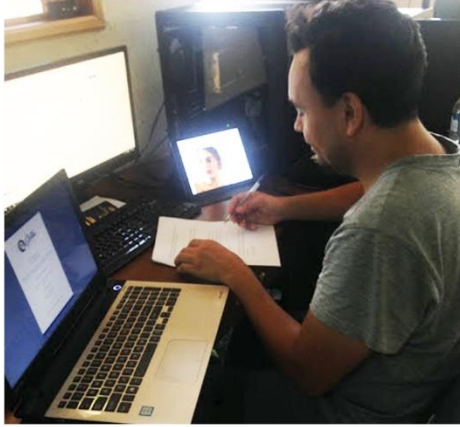


Lic. Jose Zapparoli Corróna



14.7.2 Autoridades

Henry Túchez



Carlos Túchez

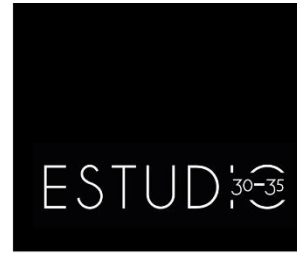


Giovanny Martínez

14.7.3 Publico Objetivo



14.8 Anexo H: Cotizaciones



No: 2017 - 10 - 042

COTIZACIÓN DEL PROYECTO

Marilyn Andrea Tuhez
Gualán, Zacapa
09 de Octubre de 2017

CANTIDAD	MEDIDAS (CMS)	MATERIALES	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
100	7x10"	PP	Folleto de 8 páginas doble cara.	Q16.00	Q1600.00
100	17 x 21 cms	PP	Cuadernos con portada y contra portada.	Q12.00	Q1200.00
8	11x16"	PP	Afiches Full Color	Q14.00	Q112.00
4	60x1.60 cms	PP	Banners Full Color	Q75.00	Q300.00
100	3.5x5"	PP	Stickers Full Color	Q2.00	Q200.00

VALOR TOTAL DEL PROYECTO:

Q3,412.00



100	7x10"	Folleto de 8 páginas	Q22.00	Q2,200.00
100	17 x 21 cms	Cuadernos con portada y contra portada	Q10.00	Q1,000.00
8	11x16"	Afiches Full Color	Q16.00	Q128.00
4	60x1.60 cms	Banners Full Color	Q 95.00	Q380.00
100	3.5x5"	Stickers Full Color	Q3.00	Q300.00
			TOTAL	Q4,008.00

Atentamente
Mario Cifuentes

- 14 Avenida A 18-25 A Zona 11 Colonia Marisca Tel. 2473-0534 -

100	7x10"	Folleto de 8 pág	Q24.00	Q2,400.00
100	17 x 21 cms	Cuadernos 80 pág	Q11.00	Q1,100.00
8	11x16"	Afiches Full Color	Q18.00	Q144.00
4	60x1.60 cms	Banners Full Color	Q 85.00	Q340.00
100	3.5x5"	Stickers Full Color	Q3.50	Q350.00

TOTAL: Q4,334.00