



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad. Esquipulas Chiquimula, 2019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Darah Marlen Lucia Avila Soberanis
15003207

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, abril 2019

Diseño de un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad. Esquipulas Chiquimula, 2019.

Darah Marlen Lucia Avila Soberanis

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Marzo, 2019

Autoridades

- Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño
- Vicerrectora General, Dra. Mayra de Ramírez
- Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo
- Secretario General, Lic. Jorge Retolaza
- Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler
- Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

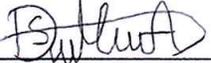
Guatemala 09 de abril de 2018

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE UN CALENDARIO ANUAL IMPRESO PARA OBSEQUIAR A LOS VOLUNTARIOS QUE APOYAN ECONÓMICAMENTE A LA CASA HOGAR CIUDAD DE LA FELICIDAD. ESQUIPULAS CHIQUIMULA, 2019.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Darah Marlen Lucia Avila Soberanis
15003207



Licda. Claudia Ruíz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 11 de mayo de 2018

Señorita:
Darah Marlen Lucia Avila Soberanis
Presente

Estimada Señorita Avila:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado **DISEÑO DE UN CALENDARIO ANUAL IMPRESO PARA OBSEQUIAR A LOS VOLUNTARIOS QUE APOYAN ECONÓMICAMENTE A LA CASA HOGAR CIUDAD DE LA FELICIDAD. ESQUIPULAS CHIQUIMULA, 2019.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, 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, 12 de marzo de 2019

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN CALENDARIO ANUAL IMPRESO PARA OBSEQUIAR A LOS VOLUNTARIOS QUE APOYAN ECONÓMICAMENTE A LA CASA HOGAR CIUDAD DE LA FELICIDAD. ESQUIPULAS CHIQUIMULA, 2019.** Presentado por la estudiante: Darah Marlen Lucia Avila Soberanis, con número de carné: 15003207, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente.



Licda. Claudia Ruiz Marchena
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 15 de mayo de 2019

Señorita
Darah Marlen Lucia Avila Soberanis
Presente

Estimada Señorita Avila:

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, 18 de junio de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: *DISEÑO DE UN CALENDARIO ANUAL IMPRESO PARA OBSEQUIAR A LOS VOLUNTARIOS QUE APOYAN ECONÓMICAMENTE A LA CASA HOGAR CIUDAD DE LA FELICIDAD. ESQUIPULAS CHIQUIMULA, 2019*, de la estudiante Darah Marlen Lucia Avila Soberanis, 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, 25 de junio de 2019

Señorita:
Darah Marlen Lucia Avila Soberanis
Presente

Estimada Señorita Avila:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN CALENDARIO ANUAL IMPRESO PARA OBSEQUIAR A LOS VOLUNTARIOS QUE APOYAN ECONÓMICAMENTE A LA CASA HOGAR CIUDAD DE LA FELICIDAD. ESQUIPULAS CHIQUIMULA, 2019.** Presentado por la estudiante: Darah Marlen Lucia Avila Soberanis, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Resumen

La Casa Hogar Ciudad de la Felicidad no cuenta con un calendario para obsequiarles a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo; diseñar un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa hogar Ciudad de la Felicidad.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método 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 19 personas, entre grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que a través de la investigación se pudo determinar que con el calendario se podrá agradecer a los voluntarios el trabajo, dedicación y apoyo económico a la niñez que se encuentra en calidad de abrigo y protección en el Hogar Ciudad de la Felicidad, ya que les permitirá a través de las fotografías observar la felicidad y agradecimiento de los niños, niñas y adolescentes.

Se recomendó que es necesario que la Institución Hogar Ciudad de la Felicidad sistematice la información que permita contar con los elementos necesarios para conocer su estructura organizacional, sus funciones, su desempeño y trabajo realizado con la población atendida.

Para efectos legales únicamente la autora, Darah Marlen Lucia Avila Soberanis, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción.....	1
-----------------------	---

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	3
-------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	4
---	---

2.3 Justificación.....	4
------------------------	---

2.3.1 Magnitud.....	5
---------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia.....	5
--------------------------	---

2.3.4 Factibilidad.....	5
-------------------------	---

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general.....	7
---------------------------	---

3.2 Objetivos específicos.....	7
--------------------------------	---

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente.....	8
--	---

4.1.1 Nombre del cliente.....	8
-------------------------------	---

4.1.2 Dirección.....	8
----------------------	---

4.1.3 Email.....	8
------------------	---

4.1.4 Teléfono.....	8
---------------------	---

4.1.5 Contacto.....	8
---------------------	---

4.1.6 Celular.....	8
--------------------	---

4.1.7 Antecedentes.....	8
-------------------------	---

4.1.8 Oportunidad identificada.....	9
-------------------------------------	---

4.1.9 Misión.....	9
4.1.10 Visión.....	9
4.1.11 Delimitación geográfica.....	9
4.1.12 Grupo objetivo.....	10
4.1.13 Principal beneficio al grupo objetivo.....	10
4.1.14 Competencia.....	10
4.1.15 Posicionamiento.....	10
4.1.16 Factores de diferenciación.....	10
4.1.17 Objetivo de mercadeo.....	10
4.1.18 Objetivo de comunicación.....	10
4.1.19 Mensajes claves a comunicar.....	10
4.1.20 Estrategia de comunicación.....	10
4.1.21 Reto del diseño.....	10
4.1.22 Materiales a realizar.....	10
4.1.23 Presupuesto.....	10
4.2 Datos del logotipo.....	10
4.2.1 Colores.....	10
4.2.2 Forma.....	10
4.3 Organigrama.....	11
4.4 FODA.....	11

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	12
5.2 Perfil demográfico.....	12

5.3 Perfil psicográfico.....	12
5.4 Perfil conductual.....	13

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	14
6.1.1 Institución No Gubernamental.....	14
6.1.2 Casa Hogar.....	15
6.1.3 Congregación Marta y María.....	16
6.1.4 Niñez y adolescencia.....	17
6.1.5 Voluntariado.....	17
6.1.6 Misioneros.....	17
6.1.7 Donaciones.....	18
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	18
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	18
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	19
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	20
6.3.1 Ciencias auxiliares.....	20
6.3.2 Artes.....	21
6.3.3 Teorías.....	22
6.3.4 Tendencias.....	23

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	25
7.2 Conceptualización.....	25
7.2.1 Método.....	25
7.2.2 Definición del concepto.....	26

7.3 Bocetaje.....	27
7.3.1 Proceso de bocetaje.....	27
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.....	28
7.4 Propuesta preliminar.....	31

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo.....	38
8.2 Método e Instrumentos.....	39
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	40
8.4 Cambios en base a los resultados.....	48

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Propuesta final.....	62
--------------------------	----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.....	76
10.2 Plan de costos de producción.....	76
10.3 Plan de costos de reproducción.....	76
10.4 Plan de costos de distribución.....	77
10.5 Cuadro resumen.....	77

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.....	78
11.2 Recomendaciones.....	79

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Conocimiento general.....	80
--------------------------------	----

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias.....81

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Anexos.....84



Capítulo 1

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

Por ser la investigación una parte importante del proceso de formación en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, surge el interés de investigar sobre diseñar un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad, ubicada en Caserío El Clavo, Barrio Santa Ana, Esquipulas, del Departamento de Chiquimula, Guatemala.

En una visita realizada a dicha Institución, se observó que no existe un diseño o nunca han elaborado un calendario, por lo que es necesario solucionar dicha problemática a través de la intervención del Diseñador Comunicador.

La Casa Hogar Ciudad de la Felicidad es financiada a través de donaciones, apadrinamientos y actividades realizadas por voluntarios, para apoyar a niños, niñas y adolescentes que se encuentran en dicho Hogar como medida de protección emitida por Jueces de Niñez y Adolescencia y Adolescentes en Conflicto con la Ley Penal de Jutiapa, Jalapa, Chiquimula y Zacapa.

Pero no se cuenta con un material para agradecer la labor que realizan los voluntarios, al considerar necesario la elaboración del calendario como agradecimiento al apoyo económico que reciben de ellos, ya que les ha permitido transformar su vida, además es una forma de estimular a seguir apoyando al hogar.

El tema se delimitó como: Diseño de un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad. Esquipulas, Chiquimula, 2019.

El objetivo general planteado para la realización de la presente investigación, fue diseñar un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad.

Tanto el objetivo general como los específicos fueron alcanzados, ya que a través de la entrevista a los expertos, los clientes y el grupo objetivo, se obtuvo la información requerida.

Para la realización de la investigación se utilizaron los métodos: cualitativo, para demostrar la calidad o características del diseño propuesto, y cuantitativo porque se presentan los datos a números y cantidades para obtener un resultado medible de la encuesta, presentada en gráficas en un capítulo específico, con la presentación de resultados.

Las entrevistas a 6 expertos profesionales se realizó en la Universidad Galileo y en el centro de la capital a los 5 clientes, a 8 del grupo objetivo en el Hogar Ciudad de la Felicidad y en los alrededores de Esquipulas, Chiquimula. Dando un total de 19 personas, entrevistadas que representó al 100%.

La encuesta de validación del proyecto se estructuró en 3 partes, 1) Objetiva, 2) Semiológica y 3) Operativa. Utilizando preguntas de selección múltiple.

La investigación permitió determinar que con el calendario anual se podrá agradecer a los voluntarios el trabajo, dedicación y apoyo económico a la niñez que se encuentra en calidad de abrigo y protección en el Hogar, pues a través de las fotografías observarán la felicidad y agradecimiento de los niños, niñas y adolescentes, también los motivará a continuar con el apoyo durante 2019.

Además, se logró observar cómo los niños se alegraron al verse en un calendario y su autoestima mejoró considerablemente, así como la motivación del personal administrativo para que el calendario sea parte de las actividades programadas anualmente.



Capítulo 11

Capítulo II: Problemática

Actualmente la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad es financiada a través de donaciones, apadrinamientos y actividades realizadas por voluntarios. Por lo que no se cuenta con un material para agradecer la labor de dichas personas. Esto permitió plantear el diseño de un Calendario Anual que refleje, a través de fotografías las actividades o momentos especiales que los niños, niñas y adolescentes ejecutan en el Hogar, pues muchas de ellas obran gracias al apoyo económico que reciben de ellos, lo que les ha permitido transformar su vida al motivar a los voluntarios a seguir contribuyendo al hogar.

2.1 Contexto

En el Hogar Ciudad de la Felicidad se encuentran albergados niños entre las edades de 0 a 12 años y niñas y adolescentes de 0 a 18 años, todos referidos por los Juzgados de la Niñez y Adolescencia y Adolescentes en conflicto con la Ley Penal de los departamentos de Zacapa, Jutiapa, Chiquimula, Jalapa, Santa Rosa y Juzgados de Paz; algunos por abandono, otros por sufrir maltrato físico, psicológico y sexual. El total de la población atendida varía de acuerdo a los procesos judiciales de cada uno, actualmente se encuentran 45 niños, niñas y adolescentes (NNA).

Debido a que las Instituciones locales y nacionales, no logran dar respuesta a esta problemática que cada día está aumentando, surge el proyecto: “Hogar Ciudad de la Felicidad” en Esquipulas, del Departamento de Chiquimula el 2 de febrero del 2008, por la inquietud del misionero laico, italiano, forlivese, Andrea Francia, con el apoyo del Padre Vidal Traina también Italiano (quien reside en Guatemala desde hace 45 años) y el aporte del Padre Abad Héctor Sosa Paz de la comunidad benedictina de dicho municipio. Tiene el nombre “Ciudad de la Felicidad” para dar nueva vida a los que han perdido el sentido de la misma.

Las hermanas religiosas de la Congregación Marta y María, ayudan en el cuidado, desarrollo y motivación de los niños, niñas y adolescentes (NNA) que actualmente radican en el hogar.

Como no reciben ninguna subvención del Estado ni de ninguna otra entidad privada, recurren a la caridad, (especialmente de los esquipultecos), personas voluntarias que por medio de donaciones apoyan con alimento, vestuario, estudio, salud, recreación y otras necesidades específicas de los niños, niñas y adolescentes (NNA).

Como parte del trabajo voluntario se realizó la visita a dicho Hogar, para practicar una sesión de fotos, manifestando la Directora Madre Edilsa Pérez el deseo de elaborar un Calendario Anual que se le pueda entregar a cada voluntario como agradecimiento a la labor que efectúan cambiando vidas.

Es por ello que se desea apoyar dicha idea, a través del diseño y fotografías de los niños albergados para que ellos sean parte del proyecto y queden como recuerdo, asimismo motivar a los voluntarios que continúen con el apoyo económico al hogar.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La Casa Hogar Ciudad de la Felicidad no cuenta con un calendario para obsequiarles a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar.

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.



2.3.2. Vulnerabilidad. Debido a que el Hogar no recibe ninguna subvención del Estado ni de ninguna otra entidad privada, recurren a la caridad recibiendo respuestas de varios voluntarios, por lo que no existe una manera física de agradecer a los que apoyan al mejoramiento de calidad de vida a los niños albergados y no se motiva a los mismos a seguir realizando dicha labor.

2.3.3. Trascendencia. Que a través del calendario anual, los voluntarios sientan la presencia del Hogar durante todo el año y se gocen seguir aportando, ya sea económica o prestar servicios profesionales a cada uno de los niños que son albergados en la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad.

2.3.4. Factibilidad. La Casa Hogar Ciudad de la Felicidad cuenta con los siguientes recursos que hacen posible y realizable el proyecto.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La organización cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Madre Edilsa Pérez, Directora del Hogar, Isabel González Psicóloga y Mildred Montes Trabajadora Social.

2.3.4.3 Recursos Económicos. Sí se cuenta con el presupuesto para realizar este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. El estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.



Capítulo III

Capítulo III - Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad.

3.2 Objetivos específicos

- Investigar términos, conceptos, teorías y tendencia de diseño, relacionados con los calendarios anuales a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de un calendario que será entregado al grupo objetivo.
- Recopilar información a través de visitas al Hogar para seleccionar los escenarios que se utilizarán en la sesión de fotos, las que aparecerán en el calendario anual.
- Fotografiar a los niños, niñas y adolescentes que se encuentran en calidad de abrigo y protección en la Casa Hogar para que sean integrados al diseño del calendario.



Capítulo 19

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.1. Nombre del cliente (empresa). Casa Hogar Ciudad de la Felicidad.

4.1.2. Dirección. Caserío El Clavo, Barrio Santa Ana, Esquipulas, Chiquimula.

4.1.3. Email. ciudadelafelicidad@hotmail.com

4.1.4. Teléfono. 5571-9715

4.1.5. Contacto. Madre Edilsa Pérez

4.1.6. Celular. 5441-4757

4.1.7. Antecedentes. El Hogar “Ciudad de la Felicidad”, nace en el municipio de Esquipulas, departamento de Chiquimula, el 2 de febrero del año 2008, con nueve niños que son atendidos por dos hermanas religiosas de la congregación “Marta y María”.

El Hogar nace por la inquietud del misionero ANDREA FRANCIA, quien está dando sus últimos años en beneficio de los niños; contó para ello con el apoyo de Padre Vidal Traina, también de origen italiano que reside en Guatemala desde hace 45 años aproximadamente y el fuerte aporte del Padre Abad Héctor Sosa Paz, de la comunidad benedictina de dicho municipio.

El centro tiene el nombre de “Ciudad de la Felicidad”, para dar nueva vida a los que han perdido el sentido de la misma, y en el mañana podrán guiar los destinos de esta bellísima nación.

Los primeros favorecidos con esta maravillosa obra, son los niños huérfanos y de la calle, resultado de familias desintegradas y disgregadas socialmente, provenientes de juzgados departamentales. Las instituciones locales y nacionales, por la gravedad y extensión del problema, no logran dar una respuesta, y tampoco los organismos gubernamentales, por lo que para responder a esta urgencia social que tiene como víctimas a los más vulnerables, los niños.

Actualmente la “Ciudad de la Felicidad” cuenta con 7 casitas, cada una con capacidad para albergar a 10 niños y 3 Monjas, de las que una es profesora y dos Postulantes.

Cuenta con una biblioteca, salón de Manualidades, Corte y Confección, cocina y despensa, una Casa del Voluntariado para acoger a los extranjeros que visitan con algún apostolado para los niños; la Casa de Formación de las Hnas. Aspirantes, la primera fase del Hospital “San Lázaro de Betania”, un taller de carpintería, un apropiado espacio verde recreativo y juegos infantiles. La Capilla, que reúne a toda la familia de “Ciudad de la Felicidad” en ferviente oración.

4.1.8. Oportunidad Identificada. El diseño de un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad. Esquipulas, Chiquimula.

4.1.9 Misión. Ser una institución que con esperanza y amor, buscamos ofrecer a nuestros niños, un hogar que los acoja, los atienda, les sirva, les ame y acompañe espiritualmente, de tal manera que utilizando diversos recursos se les prepare para un futuro promisorio y feliz. Podemos sintetizar la misión del hogar, diciendo que lo que se pretende es “transformar vidas” para una nueva vida, competente y feliz e insertarlos positivamente en la sociedad.

4.1.10. Visión. Construir una “pequeña ciudad” que pueda albergar a niños huérfanos y recogidos de las calles para así brindarles un futuro mejor, con el que puedan desenvolverse en la sociedad. Estudiando y trabajar para mejorar su calidad de vida, tratando de erradicarlos de la violencia, mediante una educación integral que contemple la formación escolar, humana, religiosa, psicológica e infundirles gran deseo y sentido por la vida.

4.1.11. Delimitación geográfica. Caserío El Clavo, Barrio Santa Ana, Esquipulas, Chiquimula.

4.1.12. Grupo objetivo. Voluntarios.

4.1.13. Principal beneficio al grupo objetivo. Recuerdo y satisfacción por la obra que realizan.

4.1.14. Competencia. No aplica.

4.1.15. Posicionamiento. Es la única Casa Hogar en el municipio de Esquipulas.

4.1.16. Factores de diferenciación. Incentivar al grupo objetivo por su apoyo.

4.1.17. Objetivo de mercadeo. Aumentar la ayuda de voluntarios.

4.1.18. Objetivo de comunicación. Dar un obsequio de parte de la Casa Hogar a los voluntarios que apoyan económicamente para el desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes.

4.1.19. Mensajes claves a comunicar. Agradecimiento, ayuda, apoyo, humildad, generosidad, amor, alegría, compasión, respeto.

4.1.20. Estrategia de comunicación. Diseño de un calendario.

4.1.21. Reto del diseño y trascendencia. Transmitir los valores que son enseñados en la Casa Hogar.

4.1.22. Materiales a realizar. No aplica.

4.1.23. Presupuesto. No aplica.

4.2. Datos del logotipo

4.2.1. Colores. Negro, rojo, verde y anaranjado.

4.2.2. Forma.



4.3 Organigrama.



4.4. FODA.

Fortalezas	Oportunidades
Instalaciones	Educar a jóvenes.
Único hogar en el municipio que atiende niños, niñas y adolescentes.	Ser una institución reconocida por el Estado.
Debilidades	Amenazas
No contar con ayuda del Estado.	No contar con una seguridad donde garantice el bienestar de los niños.
Sobrepoblación de niños institucionalizados.	Robos.
	Denuncias de maltrato dentro del hogar.



Capítulo V

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico

El municipio de Esquipulas, del departamento de Chiquimula, está ubicado en el Oriente de Guatemala. Cuenta con una extensión territorial de 532 km² se limita al Sur con la República de El Salvador y al Este con la República de Honduras. Se encuentra a 220 km. de la Ciudad capital. Cuenta con una variedad de climas, en el que predomina el templado-cálido.

Este municipio es montañoso y posee numerosos ríos que debido a la contaminación estos ya no son tan caudalosos. De acuerdo al Censo Nacional del año 2,002, el Municipio de Esquipulas tiene un total de 41,746 habitantes. Distribuidos de la siguiente manera: Hombres 20,011 habitantes 47.93% Mujeres 21,735 habitantes 52.06% Área Urbana 18,368 habitantes 44.00% Área Rural 23,378 habitantes 56.00%.

5.2 Perfil demográfico

Los habitantes del municipio cuenta con un nivel socioeconómico C-, su educación es media completa, se desempeñan como comerciante, vendedor, dependiente, tiene un ingreso de Q8 mil, renta casa- departamento con una o dos recámaras, personas de servicio eventual, sus hijos menores estudian en escuelas y mayores en universidad estatal. Cuenta con un auto compacto de 8 o 10 años, cuenta con cable y electrodomésticos básicos. Anexo A: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex.

5.3 Perfil psicográfico

Personas también trabajadoras tanto en producciones agrícolas como producción artesanal, dedicadas al comercio. Devotas y con el deseo de ayudar al prójimo.

5.4 Perfil conductual

La mayoría de la población de Esquipulas es muy devota y como parte de sus principios es ayudar al prójimo, no importando su condición económica, ya que los voluntarios son agricultores, comerciantes, profesionales, religiosos, quienes colaboran donando víveres, ropa, agua, recreación ya sea realizando actividades lúdicas dentro del Hogar, como llevando a los niños a lugares turísticos o recreativos cercanos. Mientras, otros realizan donaciones económicas a través de apadrinamientos o financiando proyectos en beneficio de la niñez atendida. Con la actitud de ayudar, cada uno según sus posibilidades, sin esperar nada a cambio.



Capítulo VI

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Institución No Gubernamental. Puede referirse un albergue, donde un individuo encuentra hospedaje o resguardo temporalmente. (Estébanez , 2005) afirma:

Por haber sido creada y dirigida por un grupo de ciudadanos, por tener un fin filantrópico determinado y sostenerse gracias a las contribuciones voluntarias de los individuos.

Es muy importante que sean instituciones sin ánimo de lucro, es decir, que no tengan como objetivo un beneficio financiero. Deben ser además independientes, determinar sus estrategias de manera autónoma respecto de los gobiernos, a pesar de poder colaborar conjuntamente con los mismos en la realización de algunos proyectos. (p.126)

Edificio o lugar en donde una persona haya hospedaje o resguardo temporalmente. Casa destinada a la crianza y refugio de niños huérfanos o desamparados. Institución de asistencia social donde individuos de ambos sexos y diferentes edades sin recursos económicos y materiales que viven en la calle, se les proporciona un lugar para dormir, asearse y comer por una o varias noches. Los albergues son instituciones que dan abrigo a niños, adolescentes, adultos, ancianos alcohólicos, y mendigos; con el único requisito es que sean personas pobres. Su funcionamiento depende de la organización administrativa de las diversas instituciones que dan servicio, como la religiosa, gubernamental, y asociación civil. Cada una de ellas tiene sus propios principios, recursos económicos, educativos, pedagógicos, y sistemas de rehabilitación. (Gutiérrez, 2012, p. 12)

Debido al problema de maltrato infantil se ha provocado a nivel mundial, la unión de esfuerzos para la creación de diversas instituciones (hogares, orfanatos).

Tienen como objetivo primordial, la promoción del ciudadano de la niñez, la defensa de sus derechos y en conjunto su protección integral.

Surge en Guatemala la Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia donde establece como medida cautelar la Institucionalización como “abrigo temporal del niño, niña y adolescente en entidad pública o privada, conforme las circunstancias particulares del caso” (LEPINA Decreto 27-2003, Art. 112 literal h. p.32).

Lamentablemente El Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2007) estimó en el 2006, que ocho millones de niños en todo el mundo viven en Instituciones.

En América Latina, unos ciento veinte mil y en Guatemala, cinco mil quinientos aproximadamente en 7 Instituciones públicas y 134 en centros privados muchos de ellos con superpoblación.

6.1.2 Casa hogar. Institución destinada al cuidado de huérfanos. Lugar donde son llevados niños recién nacidos en adelante, sin recursos humanos y materiales. Lugar en donde asiste una familia para adoptar un niño.

6.1.2.1 Hogar Infantil. “Son centros cerrados que prestan atención integral en forma temporal y permanente a menores de edad. Se dividen en hogares diurnos y temporales” Por lo que (Tobar, 2014) define:

6.1.2.1.1 Hogar Diurno. Son centros cerrados, orientados principalmente para dar servicio a hijos de mujeres con empleos fuera de sus hogares. Los niños ingresan en un buen estado de salud y con un familiar que los deja durante parte del día hasta que el responsable llegue a recogerlos al horario indicado. (p. 19)

6.1.2.1.2 Hogar Permanente. Estos centros tienen las características de que los niños permanecen dentro de las instalaciones y no pueden salir. Prestan servicios como colocación

de niños en hogares adoptivos y sustitutos de recaudación social, también llamada Orientación Social preventiva de Menores. Son admitidos, según el carácter que tengan, hasta menores de 18 años. (p. 19).

6.1.3 Congregación Marta y María. “Una congregación religiosa, nacida en Jalapa Guatemala, el 6 de enero de 1,979; con el deseo de servir a nuestro señor con amor, como los hermanos de Betania “Marta y María”. (Congregación Marta y María).

6.1.3.1 Nuestro Carisma. “Empuje evangelizador: viendo el rostro de Jesús a través de diversos apostolados, educación, asilos de ancianos, hogares de niños/as, labores pastorales, nunciaturas, conferencias episcopales, etc. atendiendo con las manos de Marta y con el corazón de María” (Congregación Marta y María).

6.1.3.2 Nuestra espiritualidad. “Profundo amor a Jesucristo Eucaristía y devoción especial a María Santísima según la espiritualidad de San Juan al estilo de Marta y María”. (Congregación Marta y María).

6.1.3.3 Nuestros fundadores. “Mons. Miguel Ángel Garcia Aranz, primer Obispo de la Diócesis de Jalapa y Madre Ángela Eugenia Silva Sánchez” (Congregación Marta y María).

6.1.3.4 Etapa de formación. “Para ejercer una profesión se necesita un período de formación intelectual, así mismo para hacer vida el llamado a servir como consagrada al Señor, es imprescindible el estudio y la formación humana cristiana” (Congregación Marta y María).

6.1.3.4.1 Aspirantado. “En esta etapa la joven ingresa a nuestra congregación y va conociendo poco a poco nuestro carisma y espiritualidad. Su duración varía pero está estipulado en 2 años” (Congregación Marta y María).

6.1.3.4.2 Postulantado. “Asiste a las misiones o trabajos de obras sociales que atendemos. Se acrecienta el estudio y conocimiento de la espiritualidad y carisma. Su duración es de 2 años” (Congregación Marta y María).

6.1.3.4.3 Noviciado. “La joven estudia a profundidad las Constituciones y Vademécum. Período de 2 años donde se analiza su respuesta y decisión de emitir su compromiso los consejos Evangélicos como estilo de vida” (Congregación Marta y María).

6.1.3.4.4 Profesa. “Después de su primera profesión durante 6 años sigue profundizando en sus estudios y preparándose para su profesión solemne” (Congregación Marta y María).

6.1.4 Niñez y adolescencia. Según el (Decreto Número 27-2003, 2003) “Se considera niño o niña a toda persona desde su concepción hasta que cumple trece años de edad, y adolescente a toda aquella desde los trece hasta que cumple dieciocho años de edad”. (Artículo No.2)

6.1.4.1 Niño huérfano. UNICEF y sus aliados definen a un huérfano como “un niño que ha perdido uno o ambos progenitores y que debe entonces quedar en cuidado de algún familiar no directo o de algún otro individuo responsable que le permita llegar a la adultez cubriendo sus necesidades básicas”.

6.1.5 Voluntariado. Voluntario es quien ofrece, por elección propia, su tiempo, sus conocimientos, su experiencia para el desempeño gratuito de una labor solidaria, sin recibir ningún tipo de remuneración por ello. Bizkaia (2006) afirma “La acción voluntaria expresa la responsabilidad e implicación de los ciudadanos en el desarrollo comunitario; en definitiva, el voluntariado es una herramienta para ejercer el derecho a participar y transformar la realidad que nos rodea” (p.2).

6.1.6 Misioneros. Los misioneros hacen de Jesucristo el centro e ideal de su vida, el modelo en el que tienen que transformarse y la meta de su realización humana y cristiana.

La misión esencial y primordial de la Iglesia es evangelizar; dar a conocer a Jesús, su vida y su mensaje, en todo tiempo y lugar. Es ofrecer la oportunidad de adquirir la vida nueva que nos regala Jesús, al encarnarse en sus seguidores y en la comunidad eclesial, a través de su Espíritu. (Fe y vida. 2014, p.13)

6.1.7 Donaciones. “Son todos los bienes, productos o servicios en forma gratuita para una entidad o persona, para el beneficio exclusivo de las comunidades más vulnerables” (United Way, 2018).

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación. Es un fenómeno de interacción social. Esto es un hecho indiscutible. Toda sociedad necesita para su desarrollo, establecer relaciones entre los hombres, y estos con sus instituciones. Y para ello, es incuestionable que debe hacerlo utilizando la comunicación, en cualesquiera de sus manifestaciones.

Flores de Gortari y Orozco (1980) dicen al respecto:

El verbo comunicar proviene de la voz latina *comunicare* puesta o poner en común. Es acción y efecto de hacer a otro, partícipe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar, o hacer saber a uno alguna cosa, consultar, conferir con otros un asunto, tomando su parecer. (p.11).

6.2.1.1 Comunicación social. Es el intercambio de ideas, sentimientos, emociones de una sociedad el cual hace posible el avance científico, económico, tecnológico y en todos los órdenes de la vida.

Vilches y Sanz resumen:

La comunicación tiene lugar en las sociedades. Estas no se pueden concebir sin que exista una lengua. El uso de la lengua ha de ser el apropiado. No se puede modificar el nombre de una realidad sin que cambie esta. A través de la sensibilización y de la lucha por la igualdad, la comunicación social tiene la finalidad de modificar las realidades de la sociedad que la hacen injusta e insolidaria. (p.15)

6.2.1.2 Comunicación visual. Es aquella en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes.

Es decir comunicar por medios industriales dando a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. (Asinsten) refiere en términos generales, en la mayor parte de la comunicación visual tienen preponderancia las imágenes. Pero se complementan con textos, sonidos, locuciones, que acotan y precisan su sentido, su significación.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Paredes (2012), que habla de “una disciplina que propone soluciones a necesidades concretas de comunicación, lo que supone solventar problemas, expresar ideas y, en definitiva, realizar un gran ejercicio intelectual” (p.11).

6.2.2.2 Diseño Gráfico. Es expresar por medio de un lenguaje visual, tomando en cuenta tanto a los elementos compositivos, para que el arte final en sí resulte agradable y de buen gusto para quien lo observe.

(Gillam, 1970), atestigua que el “diseñar es un acto humano fundamental” se diseña cada vez que se hace algo por una razón definida. Esto quiere decir que en las actividades cotidianas tienen algo de diseño como lavar platos, llevar una contabilidad o pintar un cuadro. (p.1).

6.2.2.3 Diseño Corporativo. El diseño corporativo ayuda a las empresas a mostrarse de una manera uniforme y cuidada, generando al mismo tiempo confianza a sus clientes. Cada

elemento de comunicación que desarrollemos utilizando el diseño gráfico como herramienta, ayudará a las empresas a potenciar el concepto de marca que construimos por medio del branding.

(Herrera, 2015) define como la “representación física del concepto, la idea y el conjunto de unidad. Por lo que hay que tomar en cuenta, que el diseño debe ser lo más bello y ergonómico posible” (p.58).

6.2.2.4 Diseño calendario. El diseño de un calendario se realiza sobre diferentes tipos de materiales y papeles, para que cumpla su función no solo de saber la fecha sino de ser un catálogo de la empresa.

“Es una forma de mostrar la actividad que una empresa u organización desarrolla, y brindar a sus seguidores y clientes un servicio adicional, como es la posibilidad de tener un calendario donde estar al tanto o marcar fechas importantes” Estévez (2012).

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencia

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología de la imagen. La semiología se puede decir que es el estudio de la vida de los signos en el seno de la vida social. De acuerdo con lo anterior, Oquitzin y Aguilar (2004) afirman:

Se trata de observar las imágenes como si fuesen textos, es decir como sistemas o estructuras significantes constituidas por la relación oposicional de unidades mínimas. Su significación sería así articulada por el conjunto de las oposiciones de sus elementos (o “signos”, es decir, relaciones entre significantes y significados), las cuales se encuentran regidas por un código al interior de la estructura. p. 15

La imagen es el nivel más superficial, por lo que se transmite la forma de ser o de pensar, emitiendo consciente o inconscientemente un mensaje concreto.

6.3.1.2 Psicología del color. Cada color provoca en nosotros una reacción espontánea, cada uno tiene un sentido simbólico completo y concreto. Ningún color carece de significado. “El efecto de cada color está determinado por su contexto, es decir por la conexión de significados en la cual percibimos el color. Es decir es un fenómeno óptico” Heller 2008, p.18.

Los colores azul, verde, rojo, amarillo, blanco, rosado, naranja y negro suelen tener mayor impacto en el mundo del arte y el neuromarketing (Sabater, 2017). Por lo que se utiliza con más frecuencia ya que sin darse cuenta se encuentra en el día a día.

6.3.1.3 Psicología de la imagen. “Estudia psicología teórica descriptiva de la conciencia y del comportamiento; y también hace psicología práctica, utilizando para ello técnicas exploratorias y de trabajo sobre uno mismo” (Instituto para el Desarrollo de la Psicología de la Imagen, 2015, p.1).

Por lo que la imagen entonces, debe portar energía internamente hacia el exterior, todo depende del espacio donde se encuentre. La capacidad del ser humano es direccionar la acción y el comportamiento.

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Fotografía. Se basa en la posibilidad de obtener imágenes mediante el procedimiento de la cámara donde forma parte la vida colectiva, familiar y personal de cada individuo.

La fotografía es una transferencia de la realidad de la cosa a su reproducción o, en otras palabras, la imagen fotográfica es el objeto mismo, debido al proceso del que surge, comparte el ser del modelo del cual es la reproducción; ella es el modelo. (Carrillo 2010 p.3).

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del color. Los colores son una luz reflejada la cual viaja en líneas rectas las cuales se llaman rayos.

Luna (2018), “es una herramienta que se utiliza para formar un color creativo. Es útil para generar diferentes ambientes o atmósferas en otros escenarios despertando emociones”.

Se puede definir como, una sensación que se produce en respuesta a la estimulación del ojo y de sus mecanismos nerviosos, por la energía luminosa de ciertas longitudes de onda. Delgado (2016)”.

Lasso (2017), lo define como: “la teoría del color es una guía que pretende estandarizar los conocimientos (con definiciones, categorías, relaciones y efectos) sobre los colores para su aplicación práctica en diversas áreas como puedan ser las artes visuales o el diseño gráfico”.

6.3.3.2 Teoría del recorrido visual. Obaldia (2013), define como: “es el movimiento que se hacen con los ojos para poder apreciar una obra, se fijan los ojos en un punto de la pintura y luego, el camino que trazan los ojos naturalmente para ver la totalidad de la obra se le llama recorrido visual.

Debido a estructura establecida por el sistema la entrada al área de diseño se realiza siempre por el margen superior izquierdo. La salida se efectúa siempre por el margen inferior derecho.

6.3.3.3 Teoría de la imagen. La imagen se considera como formas sólidas capaces de adoptar multitud de configuraciones. Se pueden presentar como formas regulares que encajen perfectamente con las líneas de texto previamente trazadas, o bien pueden adoptar formas irregulares, lo cual nos determinará que el trazado del texto lo tengamos que hacer respetando su contorno.

Pérez (s.f), “Toda imagen posee un referente en la realidad, independiente de su grado de iconicidad, su naturaleza o el medio que produce. (Incluso en el nivel de lo imaginario)”.

“Teoría de la imagen tiene sentido, es como una ciencia particular encargada de estudiar los hechos específicos de la imagen, y éstos, en mi opinión, se reducen a los tres antes mencionados que configuran la naturaleza icónica (Villafañe 2006)”.

6.3.4 Tendencia

6.3.4.1 Colores Brillantes y Llamativos. Entrando en los estilos de los años 80/90 y en el diseño de materiales, los tonos vibrantes deberían seguir probando ser selecciones populares.

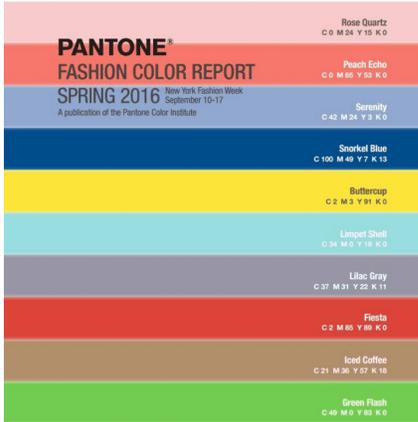
Esta tendencia sería un distanciamiento de las paletas más tenues inspiradas en los años 60 para favorecer a los colores pastel, neón, más ricos y saturados. El Informe de Colores de Pantone se encuentra justamente alineado con esta predicción (Kliever, 2018).

La tendencia se basa en estallidos de amarillos eléctricos, corales brillantes y azules vívidos los cuales reemplazan a los colores reservados del pasado. Los cuales son audaces para llamar la atención.

Es una tendencia donde el espacio blanco ya no tiene que ser tan blanco. Todavía se utilizará como una forma de dejar que los elementos brillen y darles espacio para respirar, pero ahora bien puede estar lleno de colores ricos y hermosos.

Sin embargo, un poco de precaución: No todos los diseños pueden o deben usar paletas audaces de colores. De hecho, como sucede con todo lo que se vuelve una corriente principal, habrá una reacción a la tendencia: bastantes rebeldes se mantendrán fieles a los colores suaves y pasteles. (Olivares, 2017)

Ejemplos:





Capítulo VII

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico



7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

7.2.1.1 Arte de preguntar. Alex Osborn, experto en creatividad y creador del Brainstorming, afirmaba que “la pregunta es la más creativa de las conductas humanas”. Osborn desarrolló una serie de preguntas para el Brainstorming que puede ser aplicada en la exploración del problema.

¿Para qué?

Este es el conjunto fundamental de preguntas que se usan para formular en el problema todos los enfoques que sean posibles y, así, abrir la perspectiva que tenemos del problema. También son útiles para la percepción de nuevos usos, aplicaciones o posibilidades de un producto o un servicio. Referencia: www.neuronilla.com

¿Para qué se hará el calendario anual?

Para agradecer a los voluntarios su colaboración a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad.

¿Para quién?

Todo aquel que ayude económicamente o voluntariamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad.

¿Sobre qué trata el calendario anual?

Sobre los niños, niñas y adolescentes que se encuentran albergados en la Casa Hogar y como ellos son felices en el lugar.

¿Por qué obsequiar al voluntariado?

Para agradecer por medio del calendario ya que es una representación simple del Hogar el cual durará un año en el que tendrán presentes a los niños a través de las fotografías.

7.2.2 Definición del concepto.

La frase conceptual “*Acompañándote día a día*”, ya que los 365 días del año los niños, niñas y adolescentes (NNA) estarán presentes en cada fotografía que forman parte del calendario.

7.3 Bocetaje

7.3.1 Proceso de bocetaje

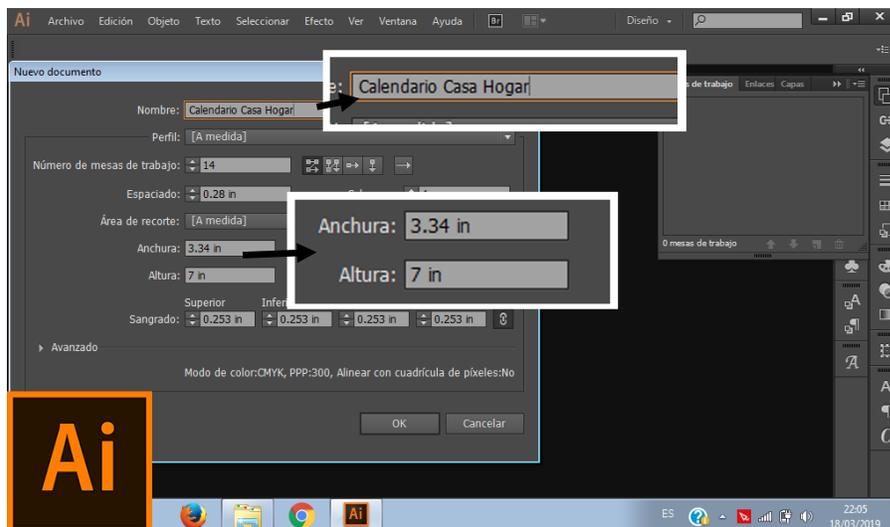
Propuesta boceto portada 1



1. Se colocará el logotipo de la Institución en la parte superior izquierda acorde la lectura visual. 2. En la parte inferior el slogan al utilizar colores de la Institución. 3. Se coloca el año al que corresponde el calendario. 4. Fotografía de fondo.

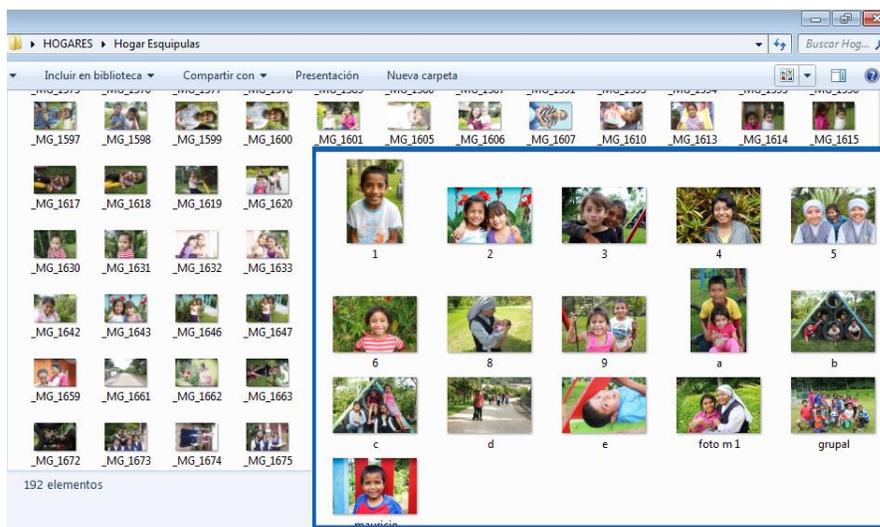
Ver anexo B.

Proceso 1



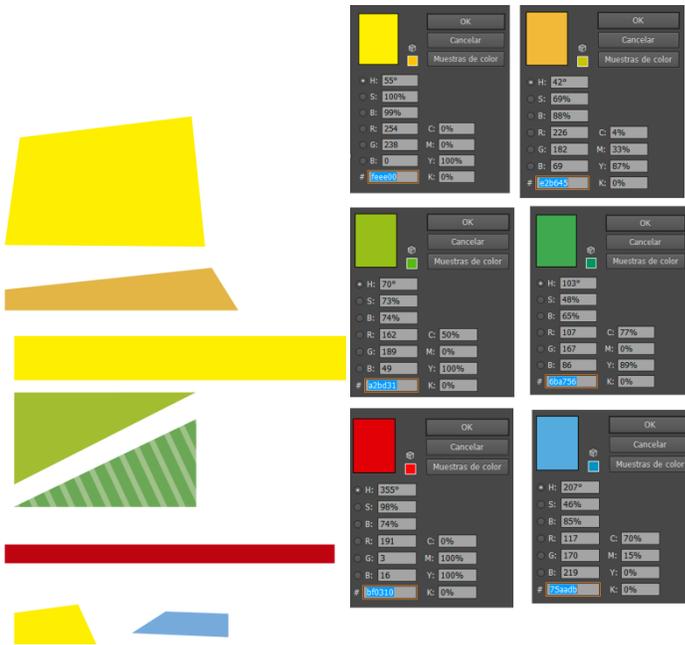
Se creó un documento en Adobe Illustrator con medidas de 3.34 de anchura por 7 de altura. El nombre de documento se creó con el nombre de Calendario Casa Hogar. Se dejaron extremos en el documento para que no perjudique a la hora de cortar.

Proceso 2



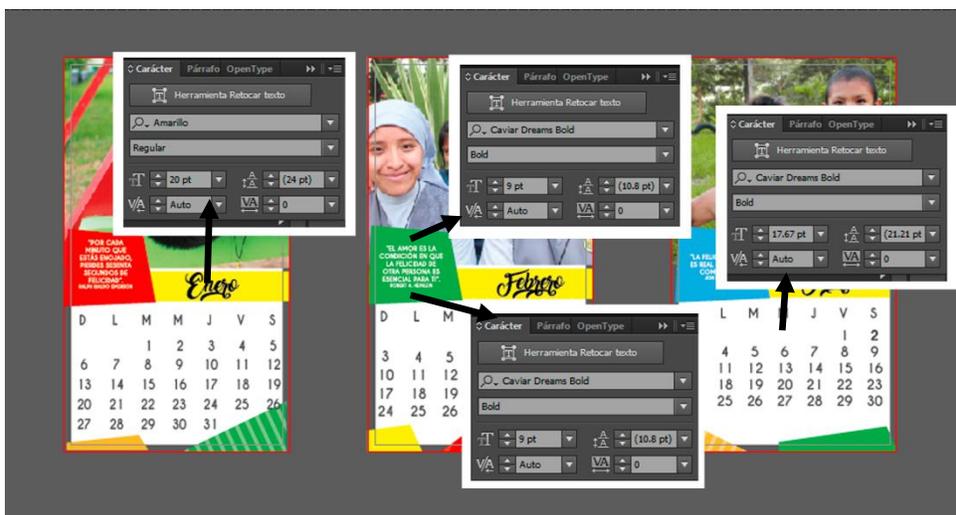
De las imágenes tomadas en la Casa Hogar se escogieron 14 que irán en cada mes y portada.

Proceso 3



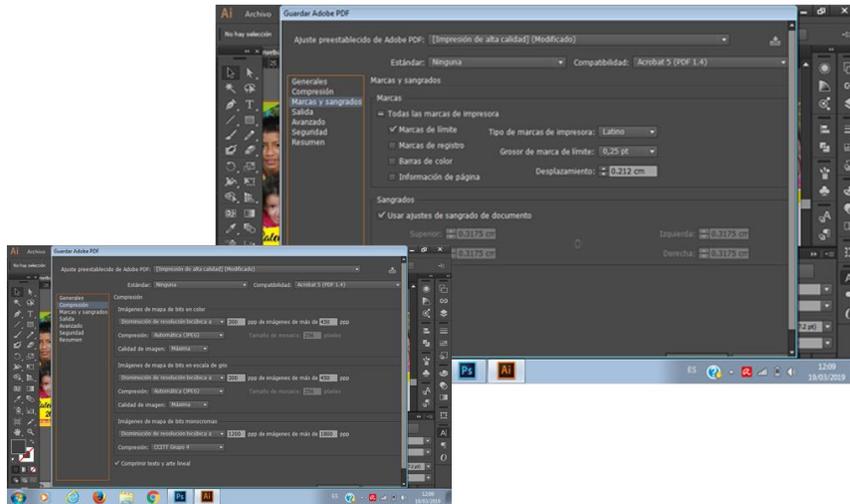
Se crearon figuras para el diseño del calendario las que solo cambian de color. Se utilizó una gama de colores según la tendencia.

Proceso 4



Se utilizaron dos tipos de tipografía las que cambian de tamaño según su posición.

Proceso 5



Por último se exporta el documento en un PDF que será en alta impresión conservando los márgenes y sobrantes para el corte.

7.4 Propuesta preliminar

Portada



3 3/4 pulgadas

Pag. 1 (Enero)

"POR CADA MINUTO QUE ESTÁS ENOJADO, PERDES SESENTA SEGUNDOS DE FELICIDAD."
RALPH WALDO EMERSON

Enero

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

7 pulgadas

3 3/4 pulgadas

Pag. 2 (Febrero)



"EL AMOR ES LA
CONDICIÓN EN QUE
LA FELICIDAD DE
OTRA PERSONA ES
ESENCIAL PARA TI."
ROBERT A. HEINLEN

Febrero

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

7 pulgadas

3 3/4 pulgadas

Pag. 3 (Marzo)



"LA FELICIDAD SÓLO
ES REAL CUANDO ES
COMPARTIDA."
JOHN BIRBAFORD

Marzo

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

3 3/4 pulgadas

Pag. 4 (Abril)



"SEAMOS AGRADECIDOS
CON LAS PERSONAS QUE
NOS HACEN FELICES; SON
LOS JARDINEROS
ENCANTADORES QUE
HACEN FLORECER
NUESTRAS ALMAS".
MARCEL PROUST

Abril

D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				



3 3/4 pulgadas

7 pulgadas

Pag. 5 (Mayo)



"LA ALEGRÍA ES UNA
RED DE AMOR POR
LA QUE PUEDES
ATRAPAR ALMAS".
MARIA TERESA

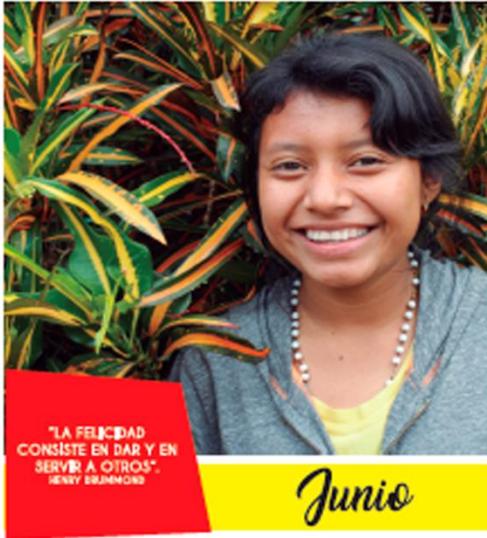
Mayo

D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



3 3/4 pulgadas

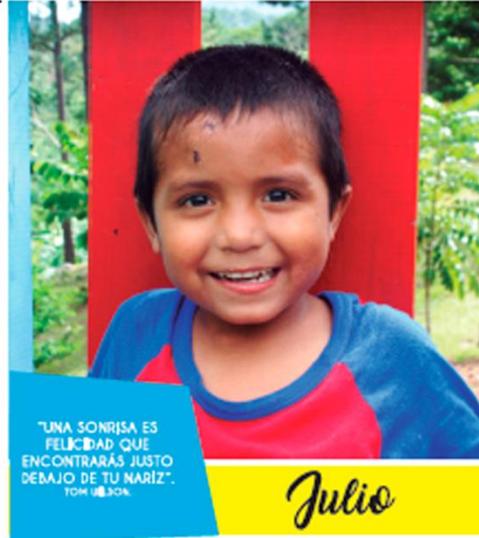
Pag. 6 (Junio)



D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	29	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

3 3/4 pulgadas

Pag. 7 (Julio)



D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas

Pag. 8 (Agosto)



"LA FELICIDAD DEPENDE
MÁS DE LA
DISPOSICIÓN INTERNA
DE LA MENTE QUE DE
LAS CIRCUNSTANCIAS
EXTERNAS."
BENJAMIN FRANKLIN

Agosto

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



3 3/4 pulgadas

Pag. 9 (Septiembre)



"NO ES LO MUCHO
QUE TENEMOS, SINO
LO MUCHO QUE
DISFRUTAMOS LO
QUE HACE LA
FELICIDAD."
CHARLES SPURGEON

Septiembre

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					



3 3/4 pulgadas

7 pulgadas

Pag. 10 (Octubre)



"HOY NO TENGO
NADA QUE HACER,
EXCEPTO SONRIR".
PAULA PATTON

Octubre

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		



3 3/4 pulgadas

Pag. 11 (Noviembre)



"QUEEN ES FELIZ
HACE FELIZ A LOS
DEMÁS TAMBIÉN".
ANA FRANK

Noviembre

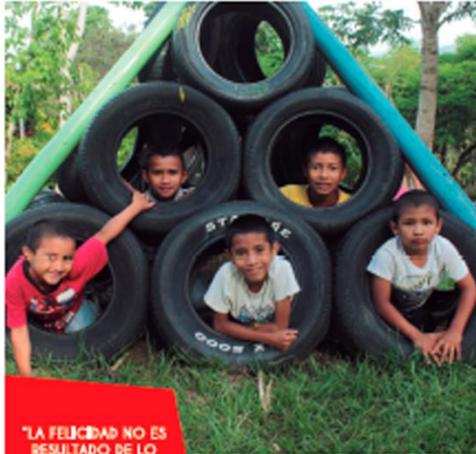
D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30



3 3/4 pulgadas

7 pulgadas

Pag. 12 (Diciembre)



"LA FELICIDAD NO ES RESULTADO DE LO QUE TENEMOS, SINO DE LO QUE DAMOS".
SEN CARBON.

Diciembre

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

7 pulgadas

3 3/4 pulgadas

Contraportada



Este calendario fue elaborado como una muestra de agradecimiento a todas las personas que han brindado su granito de arena para lograr el bienestar integral de los Niños Niñas y Adolescentes en el Hogar Ciudad de la Felicidad.

Así mismo Incentivar a las demás personas que lo vean a unirse al grupo de voluntarios para que el 2019 se logren más proyectos y se hagan realidad muchos sueños.

Contacto

☎ 5571-9715
5441-4757

✉ CIUDADELAFELICIDAD@HOTMAIL.COM

🌐 [HTTP://CIUDADELAFELICIDAD.ORG.GT](http://CIUDADELAFELICIDAD.ORG.GT)

3 3/4 pulgadas



Capítulo VII

Capítulo VIII: Validación técnica

El proceso de validación consiste en evaluar cuali y cuantitativamente la efectividad que presenta el material diseñado en función de dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto.

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuanti 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.

8.1 Población y muestreo

Profesionales

Nombre	Título Universitario	Años de experiencia
Carlos Franco	Lic. Diseñador-Comunicador.	30 años
Jose Monroy	Lic. en Publicidad.	20 años
David Castillo	Lic. Productor y TV.	14 años
Lourdes Donis	Licda. en Comunicación.	27 años
Isabel González	Psicóloga	23 años
Gudy González	Licda. Diseño Gráfico	31 años

Cientes

Nombre	Puesto que desempeña	Años de experiencia
Madre Edilsa Pérez	Directora del Hogar	7 años
Sor Juana López	Encargada y Administradora de Clínica San Lázaro	5 años
Hno. Andrea Francia	Administrador en el Hogar	11 años
Víctor Espinosa	Capellán del Hogar	5 años
Sor Vanesa Alfaro	Secretaria del Hogar	1 año 6 meses

8.2 Método e instrumentos

Toda profesión tiene su propio método de trabajo de acuerdo a su naturaleza y misión para lograr objetivos y conseguir sus fines.

Cómo parte del método es necesario realizar una investigación cuali o cuantitativa.

Considerando la investigación cualitativa como aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. Haciendo un registro narrativo de los fenómenos estudiados mediante técnicas como la observación y entrevistas no estructuradas.

Mientras que la investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes. La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas

informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Utilizando en su mayoría entrevistas estructuradas.

De acuerdo al objeto de estudio, la investigación es cuantitativa ya que el resultado será presentado con estadísticas basadas en el resultado de la entrevista.

Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar.

La entrevista formal y estructurada, se caracteriza por estar planteada de una manera estandarizada donde se hacen preguntas que previamente fueron pensadas y para un entrevistado en particular que responde concretamente lo que se le está preguntando de un cuestionario realizado de antemano.

Para ello se utilizó un cuestionario de selección múltiple, considerado como una forma de evaluación por la que se solicita a los encuestados o examinados seleccionar una o varias de las opciones de una lista de respuestas.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Se utilizaron ambos métodos: cualitativo, que demuestra la calidad o características que se quieren transmitir con el diseño del material propuesto, y cuantitativo porque esos datos se trasladan a números y cantidades para obtener un resultado medible de la encuesta.

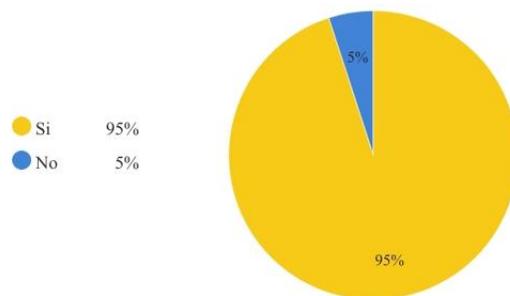
Se incluye la información obtenida en la encuesta de validación del proyecto Diseño de un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad; a través de la entrevista estructurada realizada a 6 expertos

profesionales, 5 clientes y a 8 del grupo objetivo. Dando un total de 19 personas, que representó al 100%.

Dicha encuesta se estructuró en 3 partes, 1) Objetiva, 2) Semiológica y 3) Operativa.

A continuación se presentan las barras estadísticas que ayudarán a comprender el resultado de la investigación.

1. ¿Considera que es necesario diseñar un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad?

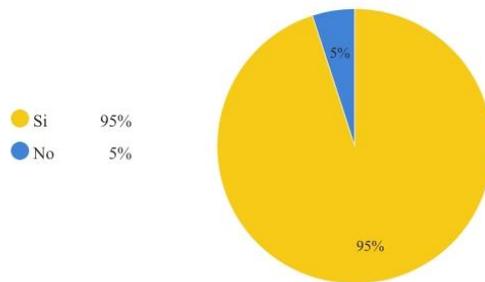


El 95% de los entrevistados considera que es necesario diseñar un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan económicamente a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad.

El 5% considera que no es necesario diseñar un calendario anual impreso.

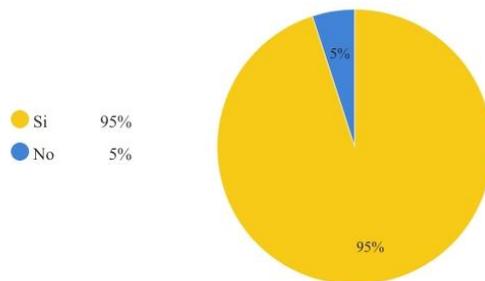
De esta manera se cumple el primer objetivo planteado en la presente investigación.

2. ¿Considera necesario investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con los calendarios anuales a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de un calendario que será entregado al grupo objetivo?



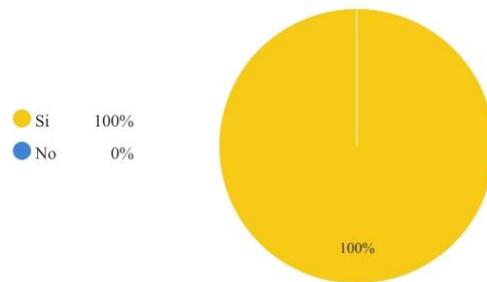
El 95% de los entrevistados cree necesario investigar términos para respaldar científicamente la propuesta del diseño de un calendario que será entregado al grupo objetivo. Mientras que el 5% considera que no es necesario. De esta manera se cumple el segundo objetivo planteado en la presente investigación.

3. ¿Considera importante el recopilar información a través de visitas al Hogar para seleccionar los escenarios que se utilizarán en la sesión de fotos, las cuales aparecerán en el calendario anual?



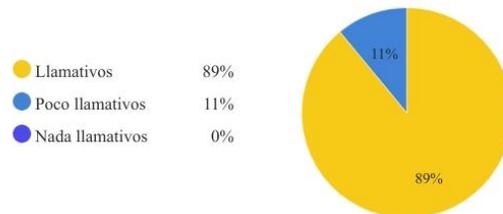
El 95% considera importante seleccionar los escenarios que se utilizarán en la sesión de fotos, las cuales aparecerán en el calendario anual. El 5% considera que no es importante. De esta manera se cumple el tercer objetivo planteado en la presente investigación.

4. ¿Considera fotografiar a los niños, niñas y adolescentes que se encuentran en calidad de abrigo y protección en la Casa Hogar para que sean integrados al diseño del calendario?



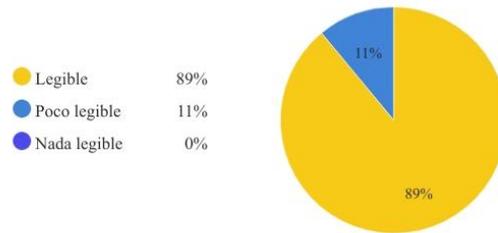
El 100% considera que los niños, niñas y adolescentes sean integrados al diseño del calendario a través de fotografías. De esta manera se cumple el cuarto objetivo planteado en la presente investigación.

5. ¿Según su criterio los colores utilizados en el calendario son?



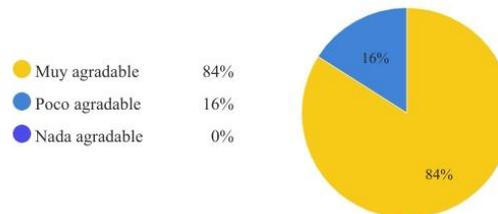
El 89% considera que los colores utilizados son llamativos. Mientras un 11% considera que no.

6. ¿Según su criterio la tipografía (Amarillo) utilizada en el calendario es?



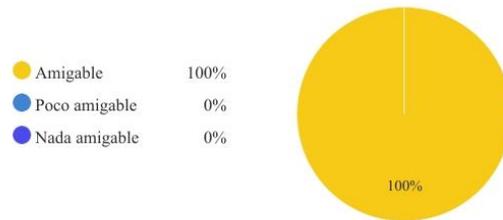
El 89% considera que la tipografía de los meses es legible. En cambio un 11% considera que no.

7. ¿Considera que el diseño ergonómico del calendario es?



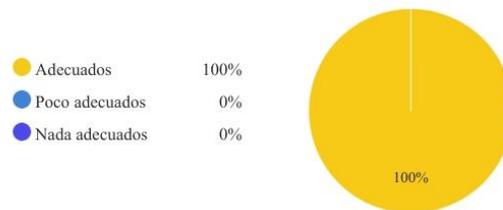
El 84% considera que el diseño ergonómico es agradable. Por lo que un 16% considera que no.

8. ¿Considera que las fotografías utilizadas en el calendario son?



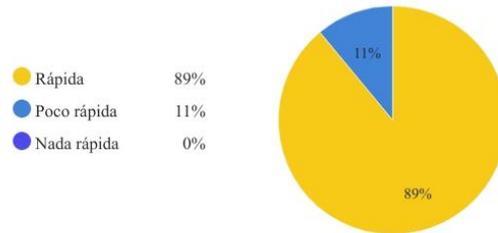
El 100% de los encuestados considera que las fotografías de los niños, niñas y adolescentes son amigables.

9. ¿Considera que el tamaño de la tipografía de los números utilizados son?



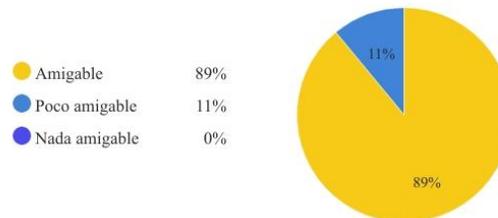
El 100% de los encuestados considera que los números son adecuados al diseño del calendario.

10. ¿La tendencia de colores llamativos que fue usada en el diseño, se puede percibir de manera?



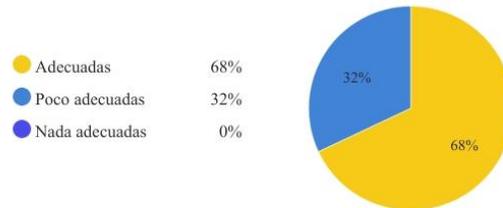
El 89% de los entrevistados percibieron de manera rápida la tendencia de colores llamativos. Mientras que un 11% fue poco rápida.

11. ¿Cree que la frase conceptual "acompañándote día a día" es?



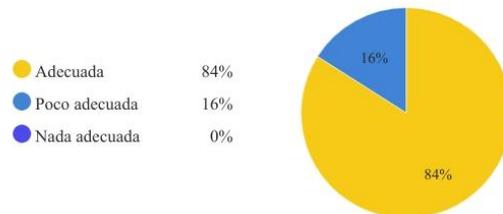
El 89% de los entrevistado creen que la frase es amigable. Por lo que un 11% considera la frase poco amigable.

12. ¿Según su criterio las medidas (10 x 18) del calendario son?



El 68% de los encuestados consideran adecuadas las medidas del calendario, mientras un 32% considera poco adecuadas.

13. ¿Considera que el calendario en orientación vertical es?



El 84% de los encuestados consideran que la orientación vertical del calendario es adecuada. Y un 16% consideran poco adecuada.

8.4 Cambios con base a los resultados

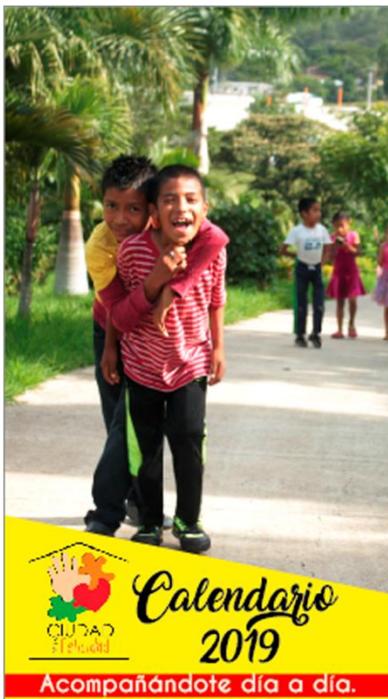
3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



En la portada, el título y el logotipo el tamaño no es el adecuado.

7 Pulgadas



Se agrando el título y el logotipo a manera que destaque.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



En el interior del calendario, la frase conceptual se encuentra con mayúsculas, enero se encuentra muy grande y los números no tiene un margen.

7 Pulgadas

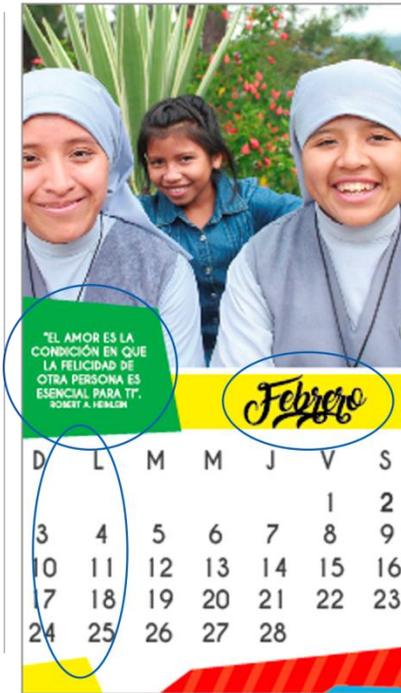


Se cambia la letra a minúsculas, se agrega el año 2019, presencia del logotipo de la institución, se quita espacio de los números creando márgenes. Se le coloca color rojo a los días domingos.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



La frase se encuentra con mayúsculas, el tamaño de febrero muy grande, no se cuenta con un margen en los días.

7 Pulgadas



Después de la validación se realizaron cambios como cambiar las letras mayúsculas a minúsculas, agregar el año, presencia del logotipo de la institución, destacar el día domingo, quitar espacio para crear márgenes.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



La fotografía no está colocada adecuadamente, la frase se encuentra en mayúsculas, abril es grande, los días no tienen margen.

7 Pulgadas



La fotografía es colocada a manera que todos los niños salgan, se agrega el año, abril se disminuye de tamaño, la frase es cambiada a minúsculas, se quita espacio entre los días creando margen, se agrega fecha importante como la Semana Santa, se destaca el día domingo.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



La frase se encuentra en mayúsculas, marzo no tiene el tamaño adecuado, los días se encuentran sin margen.

7 Pulgadas



Después de la validación se cambió la frase a minúsculas, se agregó el año, el logotipo de la institución fue agregado a la imagen, el día domingo se destaca con el color rojo, se quita espacio entre los días para crear márgenes.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



La frase se encuentra con mayúsculas, el tamaño de mayo es grande, no hay margen.

7 Pulgadas



Se coloca logotipo de la institución, la frase en minúsculas, mayo se disminuye de tamaño y se agrega 2019, se quita espacio entre los días, se destaca el día domingo y fechas importantes.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



El calendario tiene la frase en letras mayúsculas, el tamaño de junio es grande, el espacio entre los días hace que no haya margen.

7 Pulgadas



Después de la validación, la frase se cambió a minúsculas, el logotipo de la institución se colocó, se agregó el 2019, se quitaron espacios en los días para crear márgenes y se resaltó el día domingo.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



Se colocó la frase con letras mayúsculas, el tamaño de julio no es adecuado, no hay márgenes en los días.

7 Pulgadas



Se cambió la frase a letras minúsculas, se agregó el logotipo de la institución y el año, se quitaron espacios entre los días para crear márgenes y se destacó el día domingo.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



La frase es colocada en mayúsculas, el espacio entre los números hace que no haya margen, agosto no tiene el tamaño adecuado.

7 Pulgadas



Se cambia la frase a minúsculas, se agrega el año y el logotipo de la institución, así como se quita espacio entre los números para crear contornos y se destaca el día domingo.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



Se coloca la frase con mayúsculas, septiembre al tamaño de la franja amarilla, los números se encuentran sin margen.

7 Pulgadas



Se cambia la frase a minúsculas, se agrega el logotipo y el año, se destaca el día domingo, se quita espacio de los números para crear márgenes.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



Se coloca el nombre del mes a la altura de la franja, la frase está en mayúsculas, los números sin margen.

7 Pulgadas



Se agrega logo de la institución, el año, la frase se cambia a minúsculas, se quitan espacios entre los números al crear márgenes y se destaca el día domingo.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



La frase es colocada en mayúsculas, noviembre es colocado al tamaño de la franja, no hay margen en los números.

7 Pulgadas

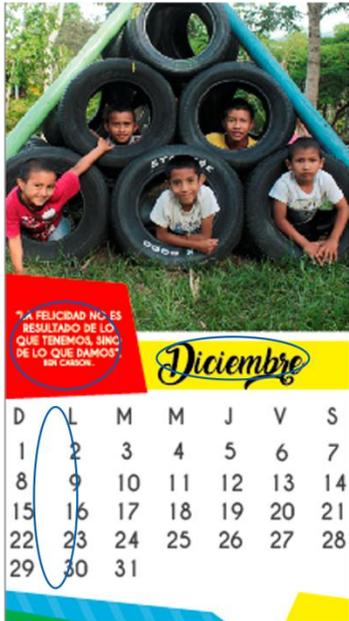


Después de la validación se agrega el logotipo de la institución, el año, la frase se pasa a minúsculas, se quitan espacios en los números para crear contornos y se destaca el día domingo.

3 3/4 Pulgadas

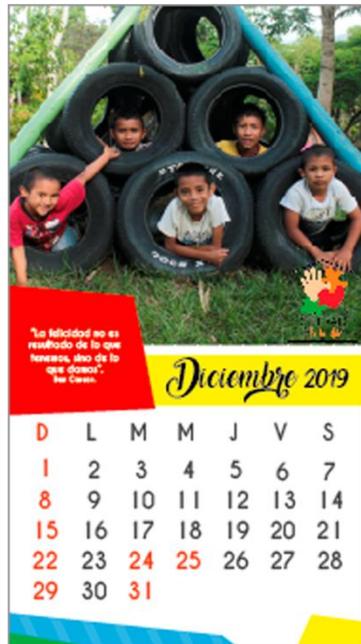
3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



El calendario tiene un frase que está en mayúsculas, el mes de diciembre es de tamaño grande, el espacio entre los números hace que no haya margen.

7 Pulgadas



Se agrega logotipo de la institución, la frase es cambiada a minúsculas, se agrega el año, el espacio entre los números se quita para crear margen, se destaca el día domingo al igual que las fechas importantes del mes.

3 3/4 Pulgadas

3 3/4 Pulgadas

7 Pulgadas



Se coloca información del hogar.
Las direcciones de cómo contactar al hogar.

7 Pulgadas



3 3/4 Pulgadas

Se corrige el texto, se agrega el código postal, la dirección tanto del correo como de la página se colocan en minúsculas.



Capítulo IX

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



Propuesta final portada

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"Por cada minuto que estás enojado, pierdes sesenta segundos de felicidad".
Ralph Waldo Emerson.

Enero 2019

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Propuesta final mes enero

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"El amor es la condición en que la felicidad de otra persona es esencial para ti".
Robert A. Heinlein



Febrero 2019

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		



Propuesta final mes febrero

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"La felicidad sólo es real cuando es compartida".
Jon Krakauer

Marzo 2019

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						



Propuesta final mes marzo

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



“Seamos agradecidos con las personas que nos hacen felices, son los jardineros encantadores que hacen florecer nuestras almas”.
Maecel Proust.

April 2019

D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				



Propuesta final mes abril

3 3/4 pulgadas

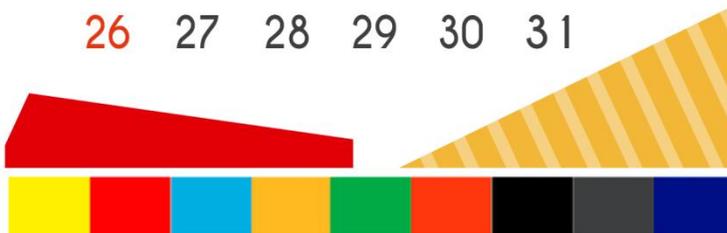
7 pulgadas



"La alegría es una red de amor por la que puedes atrapar almas".
Madre Teresa.

Mayo 2019

D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



Propuesta final mes mayo

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"La felicidad consiste en dar y en servir a otros".
Henry Drummond.

Junio 2019

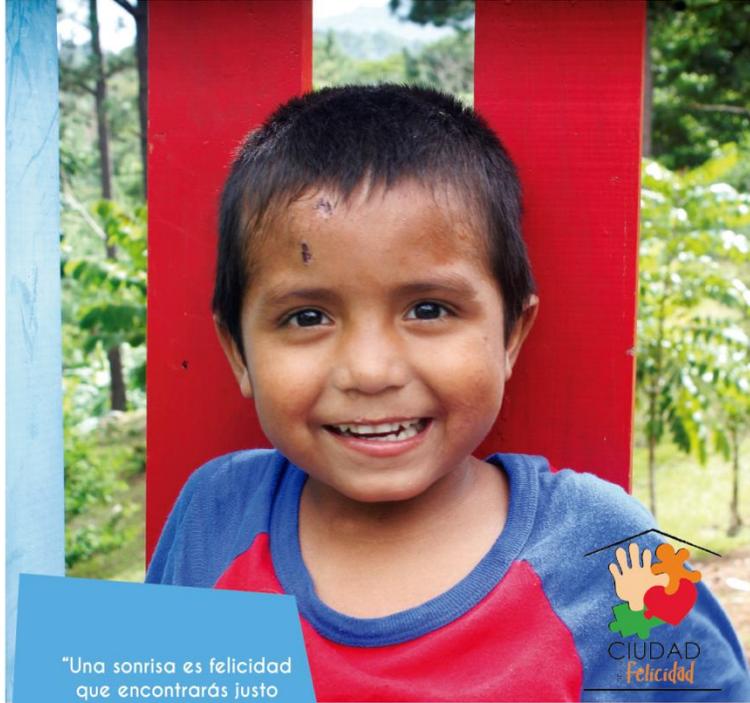
D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	29	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						



Propuesta final mes junio

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"Una sonrisa es felicidad
que encontrarás justo
debajo de tu nariz".
Tom Wilson.

Julio 2019

D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			



Propuesta final mes julio

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"La felicidad depende más de la disposición interna de la mente que de las circunstancias externas".
Benjamin Franklin.

Agosto 2019

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



Propuesta final mes agosto

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"No es lo mucho que tenemos, sino lo mucho que disfrutamos lo que hace la felicidad".
Charles Spurgeon.

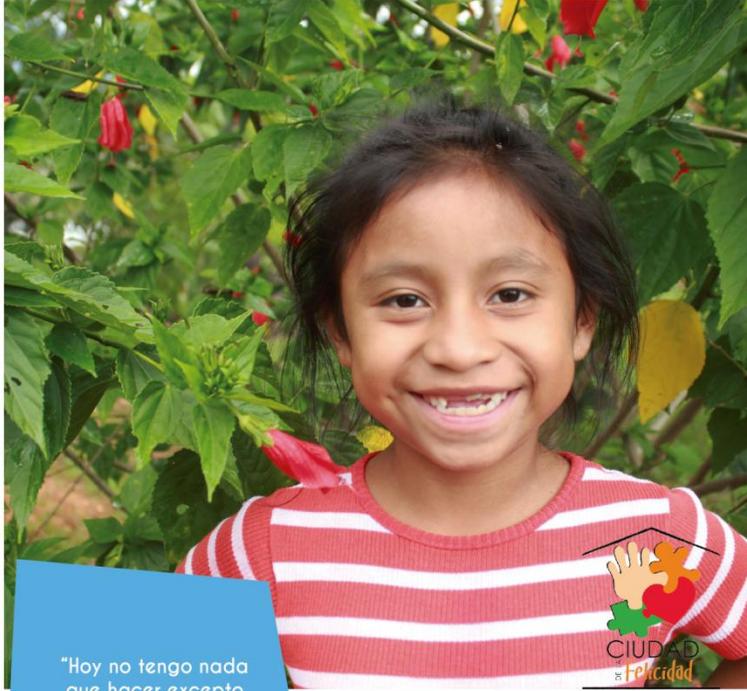
Septiembre 2019

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Propuesta final mes septiembre

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"Hoy no tengo nada
que hacer excepto
sonreír".
Paul Simon.

Octubre 2019

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		



Propuesta final mes octubre

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"Quien es feliz hace
feliz a los demás
también".
Ana Frank.

Noviembre 2019

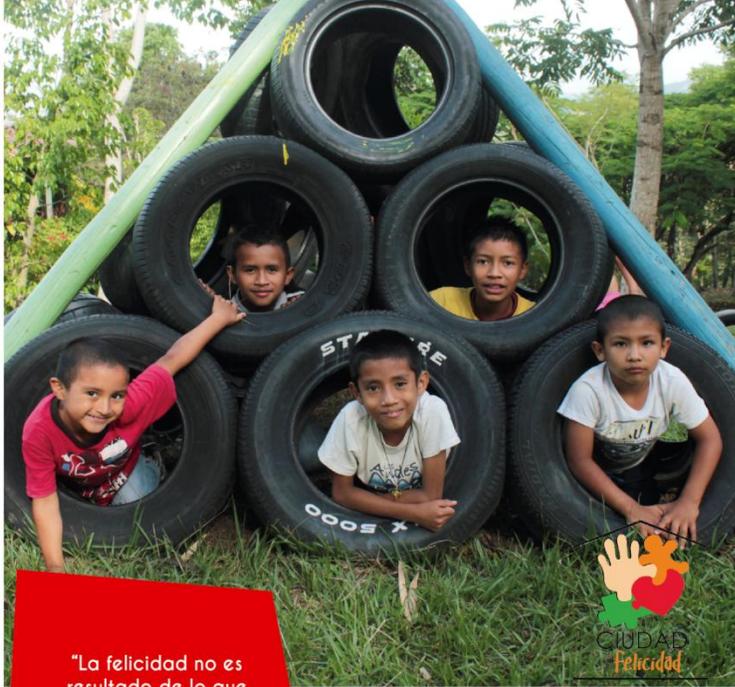
D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30



Propuesta final mes noviembre

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



"La felicidad no es resultado de lo que tenemos, sino de lo que damos".
Ben Carson.



Diciembre 2019

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



Propuesta final mes diciembre

3 3/4 pulgadas

7 pulgadas



Este calendario fue elaborado como una muestra de agradecimiento a todas las personas que han brindado su granito de arena para lograr el bienestar integral de los Niños, Niñas y Adolescentes en el Hogar Ciudad de la Felicidad.

Así mismo incentivar a las demás personas que lo vean a unirse al grupo de voluntarios para que el 2019 se logren más proyectos y se hagan realidad muchos sueños.

Contacto

+502 5571-9715
+502 5441-4757

Ciudadde Lafelicidad@hotmail.com

[Http://Ciudadde Lafelicidad.org.gt](http://Ciudadde Lafelicidad.org.gt)



Propuesta final contraportada



Capítulo X

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Este inciso especifica todos los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta: Medios impresos, audiovisuales, virtuales, alternativas, cantidad y costo de producción y reproducción del material presentado.

10.1 Plan de costos de elaboración

	16 de Julio - 15 de Agosto		
	Hora	Costo por hora	Subtotal
Visitas con el cliente	2	Q25.00	Q50.00
Creatividad	8	Q25.00	Q200.00
Bocetos	35	Q25.00	Q875.00
		Total	Q1,125.00

10.2 Plan de costos de producción

	3 de Octubre - 17 de Octubre		
	Hora	Costo por hora	Subtotal
Creación de fotografía	4	Q25.00	Q100.00
Digitalización	8	Q25.00	Q200.00
		Total	Q300.00

10.3 Plan de costos de reproducción

		Impresión	Subtotal
Calendario prueba		Q68.00	Q68.00
Calendario Final		Q90.00	Q90.00
		Total	Q158.00

10.4 Plan de Costos de Distribución.

	Cantidad	Costo unitario	Subtotal
Calendario	100	Q11.55	Q1,155.00
		Total	Q1,155.00

10.5 Cuadro resumen

Costos de elaboración	Q1,125.00
Costos de Producción	Q300.00
Costos de distribución	Q158.00
Costos de reproducción	Q1,155.00
Margen de utilidad	Q547.60
Sub total	Q3285.60
IVA	Q394.27
Gran total	Q3,679.87



Capítulo XI

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- 11.1.1 A través de la investigación se pudo determinar que con el calendario anual se podrá agradecer a los voluntarios el trabajo, la dedicación y el apoyo económico a la niñez que se encuentra en calidad de abrigo y protección en el Hogar Ciudad de la Felicidad, pues les permitirá a través de las fotografías observar la felicidad y agradecimiento de los niños, niñas y adolescentes.
- 11.1.2 Para la adecuada elaboración del calendario anual fue necesario tener uno o varios términos, conceptos, teorías actualizadas que respaldaron el trabajo realizado.
- 11.1.3 A través de la visita al Hogar, se logró realizar la sesión de fotos, que permitió seleccionar las más adecuadas para aparecer en el calendario anual, la mayoría reflejan sonrisas de agradecimiento y felicidad.
- 11.1.4 Al elaborar el calendario anual y distribuirlo a los voluntarios no sólo se estará logrando el objetivo de agradecerles, sino de motivarlos a que continúen con el apoyo económico.
- 11.1.5 La mayoría de los niños niñas y adolescentes que se encuentran en calidad de abrigo en el Hogar Ciudad de la Felicidad, han sufrido maltrato dentro de su núcleo familiar, cuyos efectos han marcado su vida afectando en gran manera su autoestima. Ver su foto en un calendario anual y el saber que se le entregará a los voluntarios se alegraron y su autoestima mejoró considerablemente.

- 11.1.6 La presente investigación permitió muy buenos resultados no sólo en relación al calendario anual, sino a elevar la autoestima de la niñez (fotografiada) que es atendida en el Hogar, como la motivación del personal administrativo para que el calendario sea parte de las actividades programadas.

11.2 Recomendaciones

- 11.2.1 Es necesario que la Institución Hogar Ciudad de la Felicidad sistematice la información que permita contar con los elementos necesarios para conocer su estructura organizacional, sus funciones, su desempeño y trabajo realizado con la población atendida.
- 11.2.2 Se considera que para trabajar con niños, niñas y adolescentes se prevea más tiempo del necesario, ya que por la diversidad de edades, es más difícil llegar a acuerdos, en este caso en la sesión de fotos, pues algunos siguen instrucciones pero otros, los más pequeños, necesitan más tiempo.
- 11.2.3 La elaboración de un calendario anual permitirá el desarrollo de resiliencia en la niñez, al mostrar buena adaptación y reflejar en las fotografías el agradecimiento a las personas que los apoyan económicamente.
- 11.2.4 Que el calendario anual pueda ser entregado no sólo a voluntarios, sino a personas altruistas de la comunidad para involucrarse o motivarlos a participar en el trabajo que se realiza.
- 11.2.5 Que en próximos calendarios se puedan reflejar a través de fotografía las actividades realizadas durante todo el año.



Capítulo XII

Conocimiento general

Fotografía

Fotografía básica y digital, al fotografiar a los niños, niñas y adolescentes albergados en la Casa Hogar, las cuales fueron retocadas en Photoshop.



Software

Utilizado para digitalizar el calendario y editar las fotografías las cuales fueron Ilustrador, Photoshop.



Visualización gráfica

Al dibujar a mano alzada las propuestas.



Pre-prensa

Para saber las medidas, el color y el papel para imprimir el arte final.



Matemáticas y Estadística

Para la magnitud del proyecto, gastos, costos y gráficas con resultados de la encuesta.



Psicología del consumidor

Para que las frases utilizadas en el calendario sean positivas y motiven al lector a reflexionar.





Capítulo XIII

Capítulo XIII: Referencias

Flores de Gortari y Orozco Gutiérrez Sergio, 1980. *Hacia una Comunicación Administrativa Integral*. México: Trivillas.

Gillam, R. 1970. *Fundamentos del diseño*. Argentina: Argentina Victor Lery S.A.

Gómez Gil, C. (2005). *Las ONG en España. De la apariencia a la realidad*. Madrid: Catarata.

Herrera. R.B. 2015 *Técnicas de diseño corporativo*. España: Elearning S.L.

Heller E. 2008. *Psicología del color*. Barcelona, España: Gustavo Gili. SL.

Paredes C. 2012. *Los mejores diseñadores del mundo*. Madrid, España: Ilus books.

UNICEF. 2007. Municipalización y Derechos de la Niñez. *La experiencia del Municipio de Camotán, Guatemala. 1ra Edición*. Guatemala: Serviprensa. S.A.

Vilches F. y Sanz L. 2014. *Comunicación social y accesibilidad*. Madrid, España: DYKINSON, SL. Meléndez. Valdés, 61-28015.

Villafañe J. 2006. *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid, España: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya. S. A.).

Sitio Web:

Asinsten J.C. (2008). *Comunicación visual y tecnología de gráficos en computadora*.

Recuperado de:

http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD13/contenidos/materiales/archivos/comunicacion_visual.pdf

Bizkaia (2006). *Voluntariado "echar una mano"*. Recuperado de

<http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/cd2/index/assoc/responsa/ble1.dir/responsable1.pdf>.

Carrillo A.J.L. *La realidad, la fotografía y la imagen digital*. Nuevo Itinerario Revista Digital de Filosofía <http://hum.unne.edu.ar/revistas/itinerario/revista5/articulo04.pdf>.

- Delgado H. (2016) *Psicología y teoría del color - Qué efectos producen*. Recuperado de:
<https://disenowebakus.net/psicologia-y-teoria-del-color.php>.
- El congreso de la república de Guatemala. (2003). *Decreto numero 27-2003*.
http://www.oas.org/dil/esp/ley_de_proteccion_integral_de_la_ninez_y_adolescencia_guatemala.pdf.
- Estébanez, P. (2005). *Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG)*. En *Medicina Humanitaria*, pp. 125-136.
- Estévez F. (2012). *Calendarios*. Recuperado de: <https://www.fabianaestevez.com/calendarios-diseno/>.
- Fe y Vida (2014). *Manual para el equipo de jóvenes misioneros*. Recuperado de:
<http://www.bibliaparajovenes.org/files/u1/documentos/3-Publicaciones/Manual-para-el-Equipo-de-Jovenes-Misioneros.pdf>.
- Gutierrez T. (2012). *Centro de atención y abrigo para niños víctimas de violencia social en Huehuetenango*. (tesis de arquitectura) Universidad de San Carlos, Guatemala. Recuperado de
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3123.pdf.
- Instituto para el Desarrollo de la Psicología de la Imagen. (2015). *Introducción a la Psicología de la Imagen*. Recuperado de: <https://psicologiadelnuevohumanismo.org/wp-content/uploads/2015/11/Introducci%C3%B3n-a-la-Psicolog%C3%ADa-de-la-im%C3%A1gen.pdf>.
- Kliever J. (2018) *Las 9 tendencias de diseño gráfico que necesitas tener en cuenta*.
https://www.canva.com/es_mx/aprende/9-tendencias-diseno-grafico-imperdibles/.
- Lasso S. (2017). *Teoría del color*. Recuperado de: <https://www.aboutspanol.com/teoria-del-color-180310>.

Luna M. (2018). *Teoría del color: ¿qué colores forman el círculo cromático?* Recuperado de:
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:91KmrDcqQkkJ:https://laguiafemenina.com/psicologia/teoria-del-color+&cd=18&hl=es-419&ct=clnk&gl=gt>.

Olivares E. (2017) Las 17 Tendencias de Diseño Gráfico y Web que debes conocer en 2017.
Recuperado de: <https://ernestoolivares.es/tendencias-diseno-grafico-web-2017/>.

Sabater V. (2017) *Psicología del color: significado y curiosidades de cada color*. Recuperado de: <https://lamenteesmaravillosa.com/psicologia-del-color-curiosidades/>.

Tobar Tejeda, María Fernanda. (2014). *ALBERGUE INFANTIL: PROYECTO SOMOS* (tesis de Arquitectura) Universidad de San Carlos. Recuperado de
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3938.pdf.

Unicef, Huérfano. Recuperado de: <https://www.unicef.org/es/hu%C3%A9rfanos>.

United Way (2018). <http://unitedway.org.gt/index.php/donaciones-en-especie/>.



Capítulo XIV

Capítulo XIV: Anexos

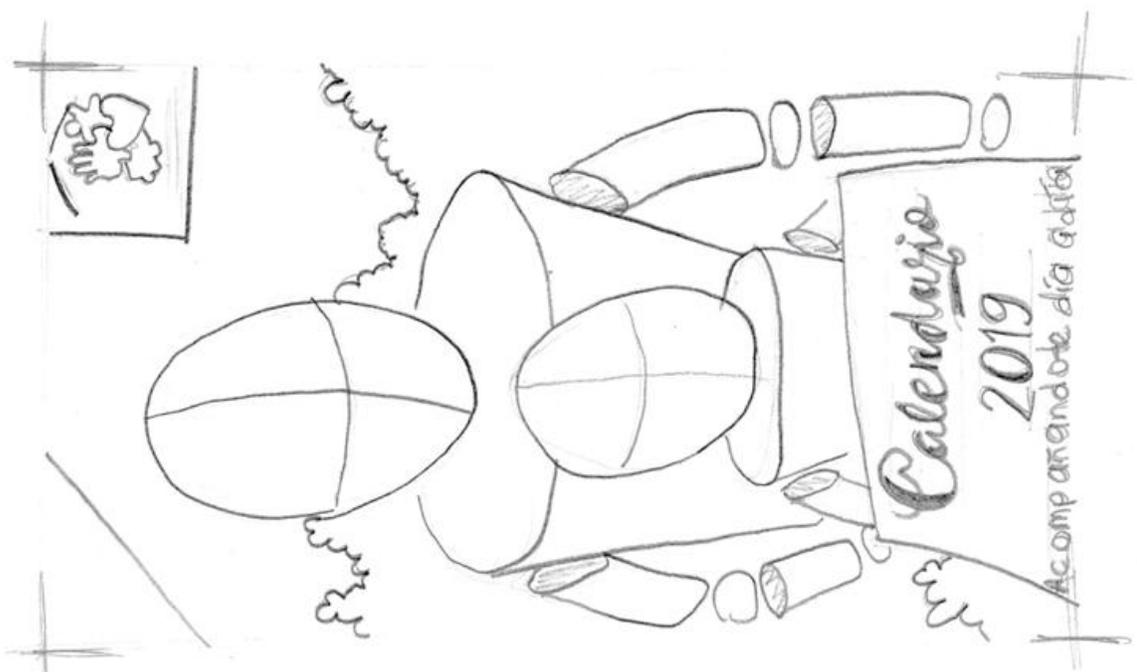
Anexo A.

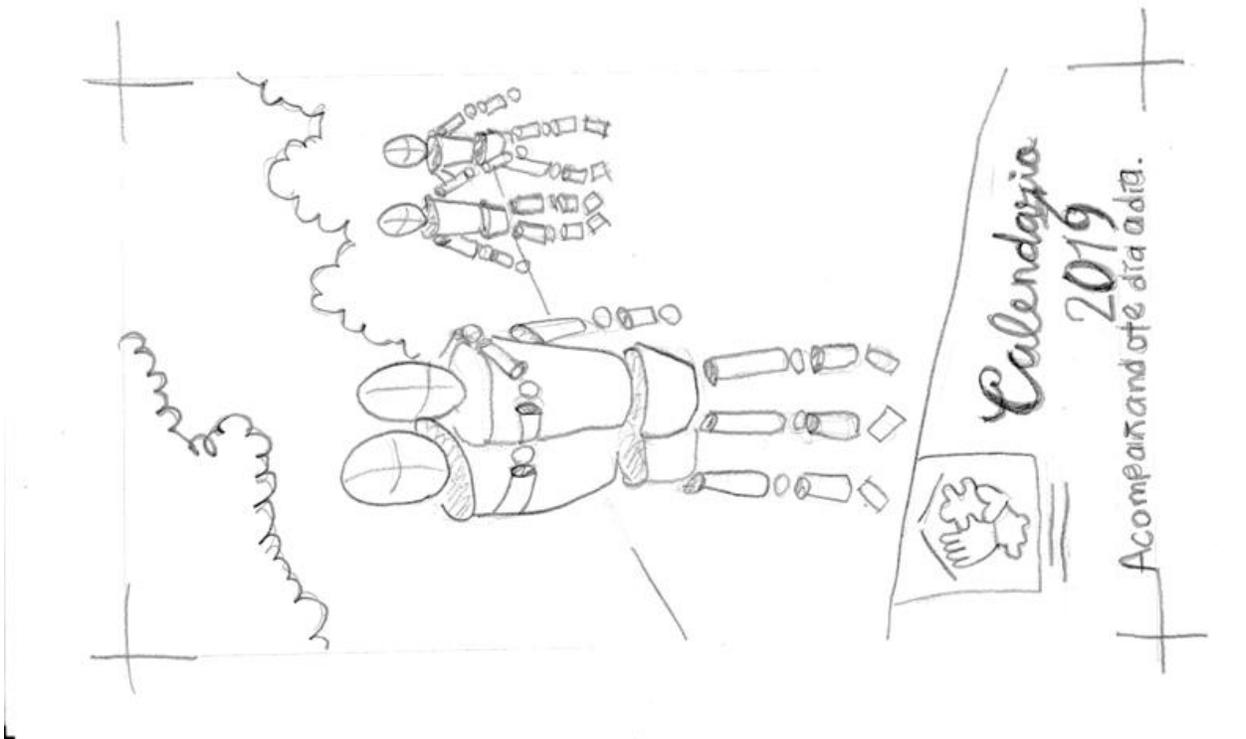
Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex.

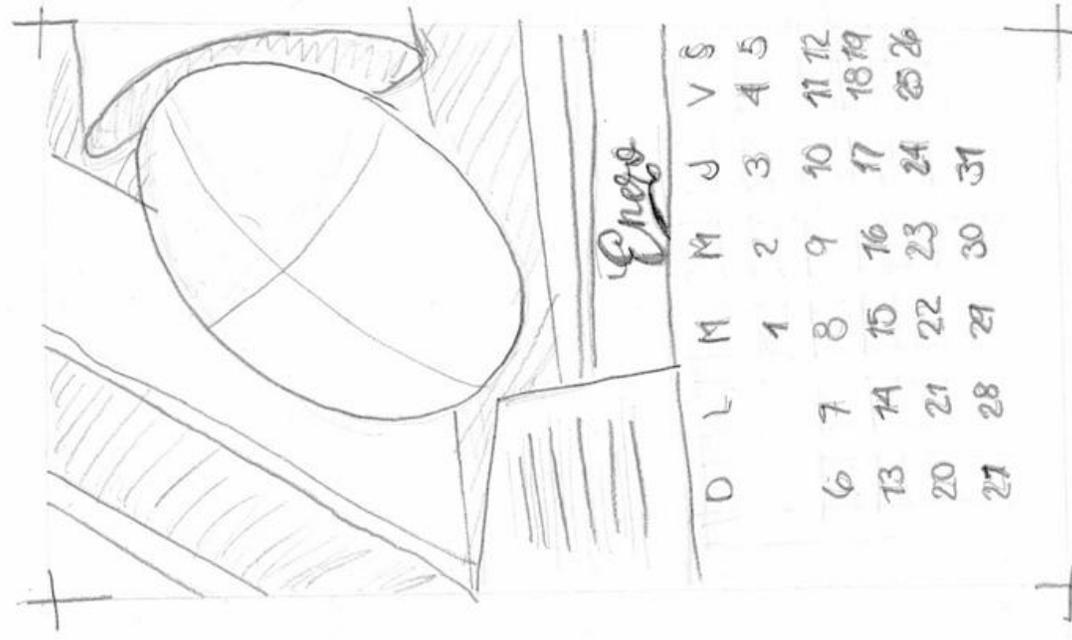
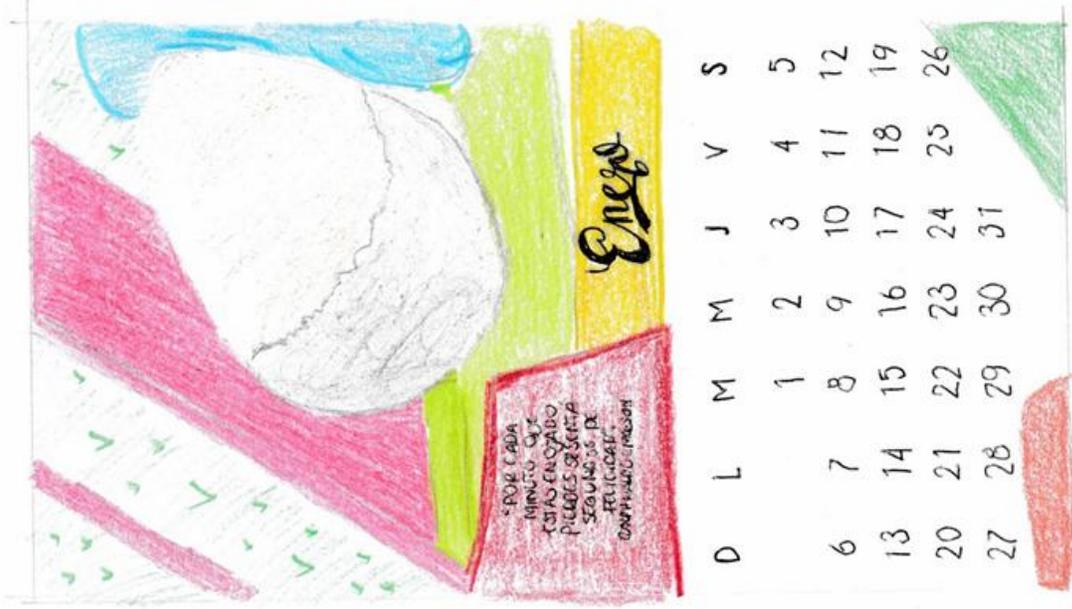
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	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 acuática, moto, helicóptero-avión	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + 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, mínimo, 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, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, mínimo, 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	

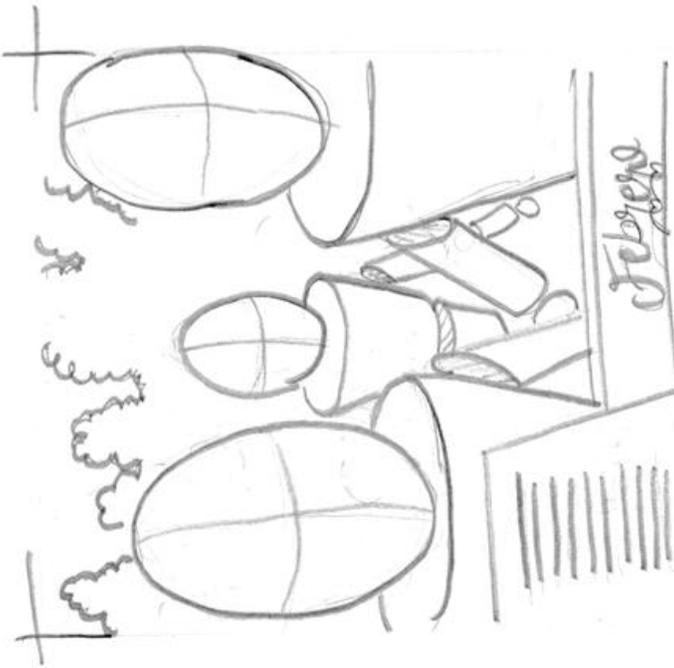
Otras referencias útiles: <http://desarrollohumano.org.gt/>, <http://www.ine.gob.gt/np/>

Anexo B.







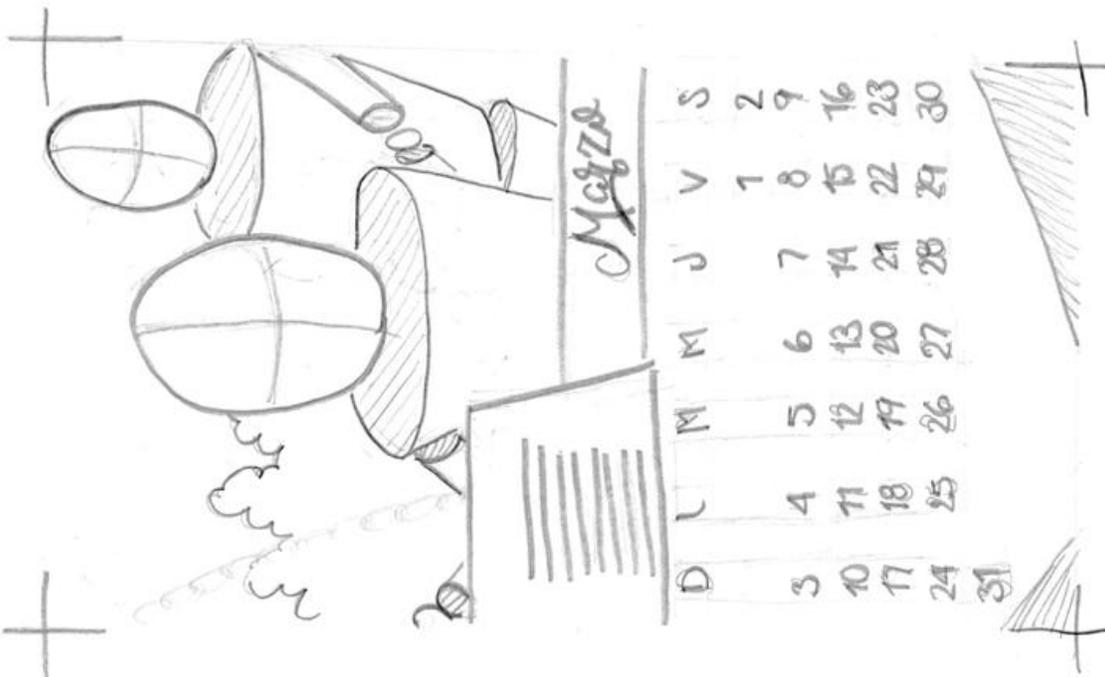


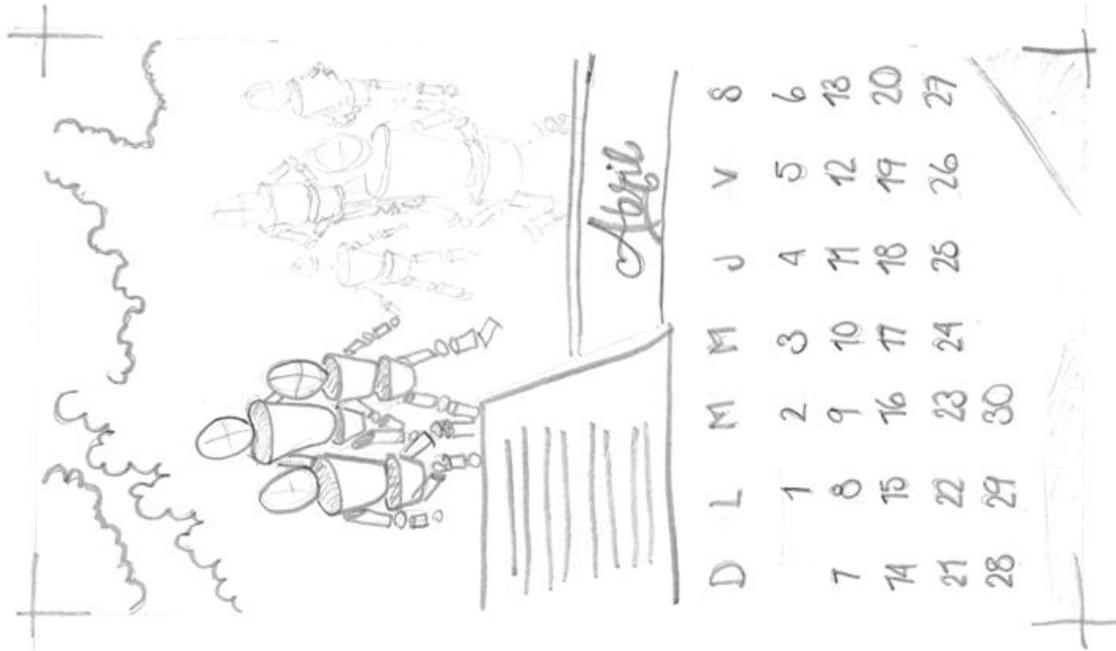
Febbraio						
D	L	M	M	J	V	S
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		



Febbraio						
D	L	M	M	J	V	S
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

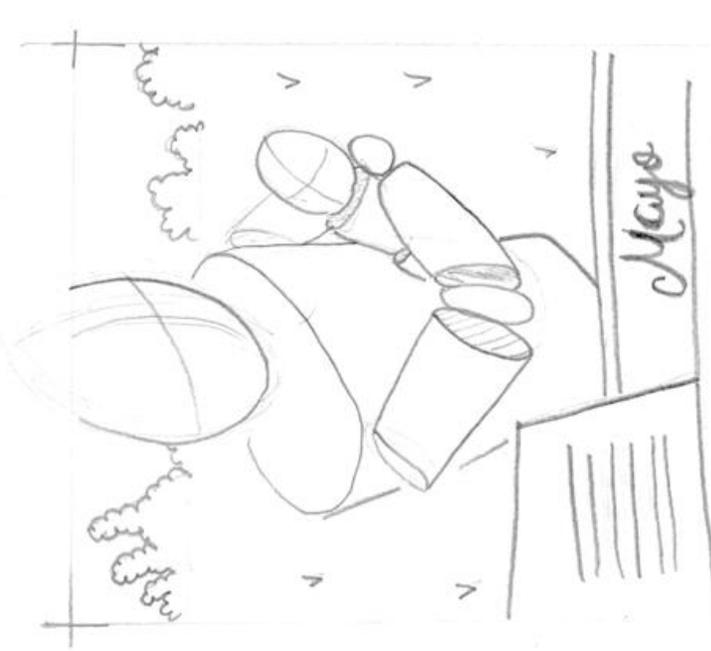




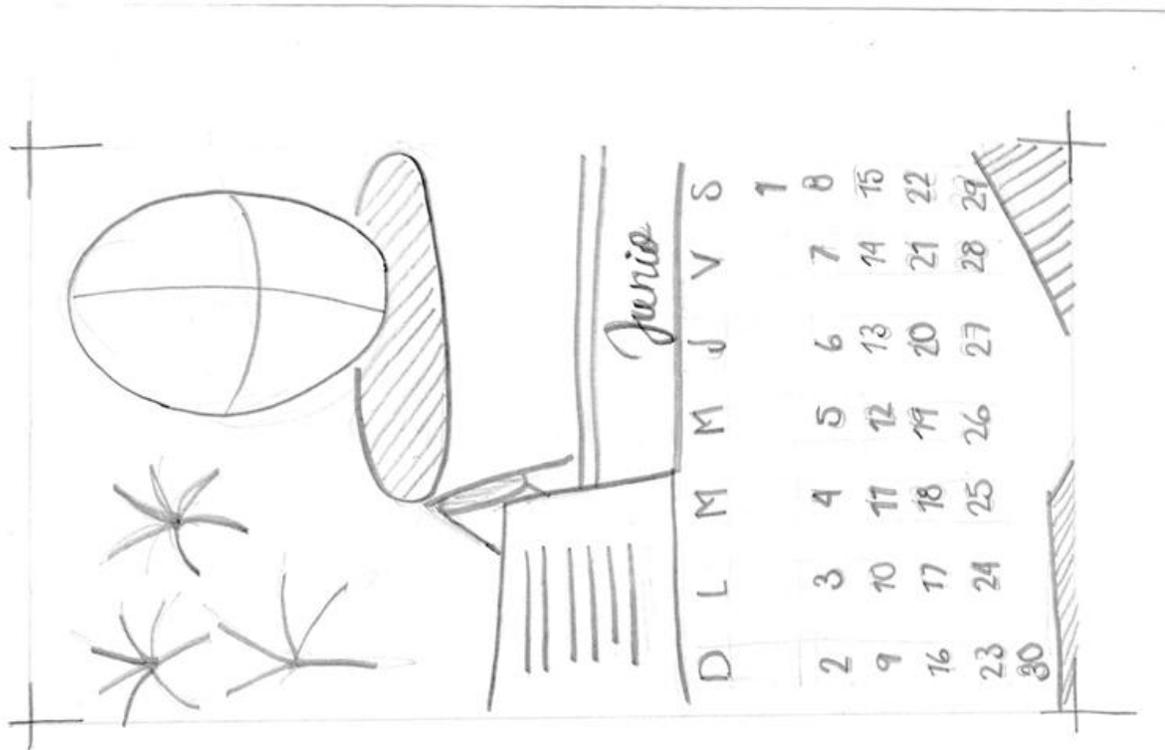




D	L	M	M	J	V	S
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



D	L	M	M	J	V	S
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



"UNA SONRISA ES
 FELICIDAD QUE
 ENCONTRAMOS JUSTO
 DESPUES DE TU NAZIDA."
 TOM HANSON.

Julio

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

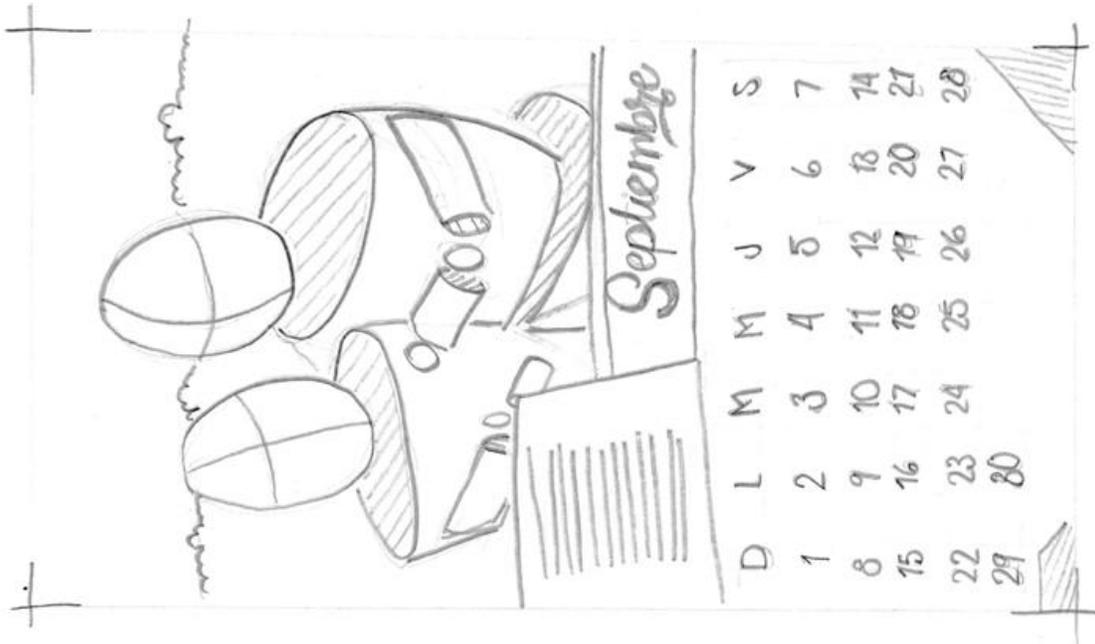
Julio

D	L	M	M	J	V	S
7	14	21	28	4	11	18
	8	15	22	5	12	19
	1	8	15	22	29	
	2	9	16	23	30	
	3	10	17	24	31	





D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					



D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

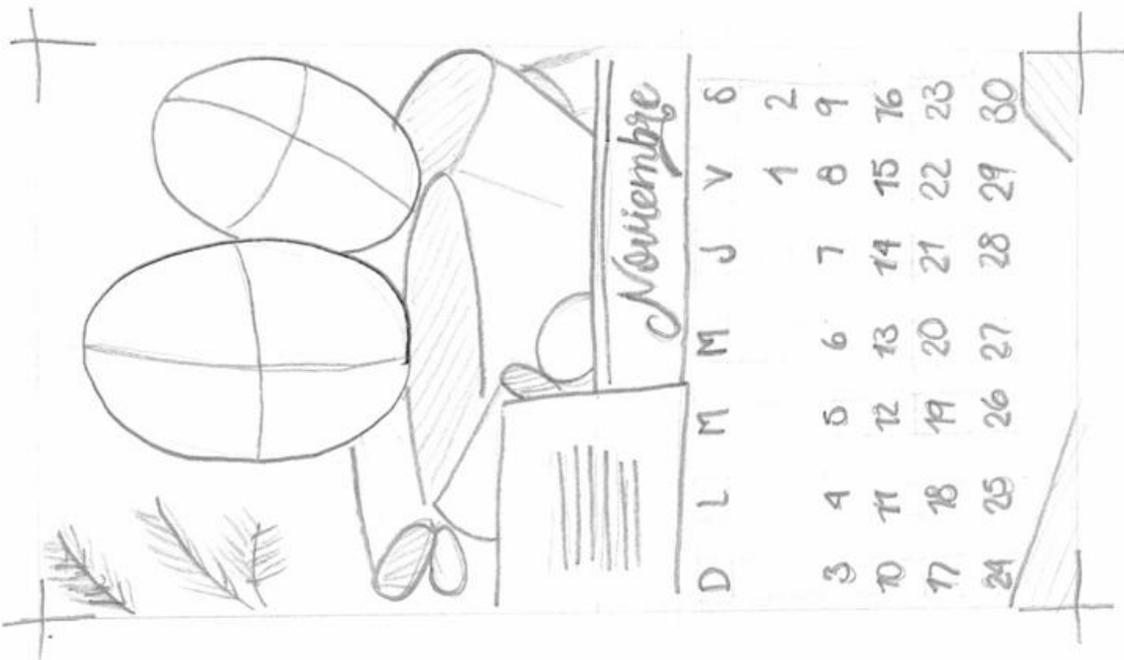
HOY NO TENGO
NADA QUE HACER,
EXCEPTO SONRIR!
por: s. p. m.

October

D	L	M	M	J	V	S
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

October

D	L	M	M	J	V	S
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

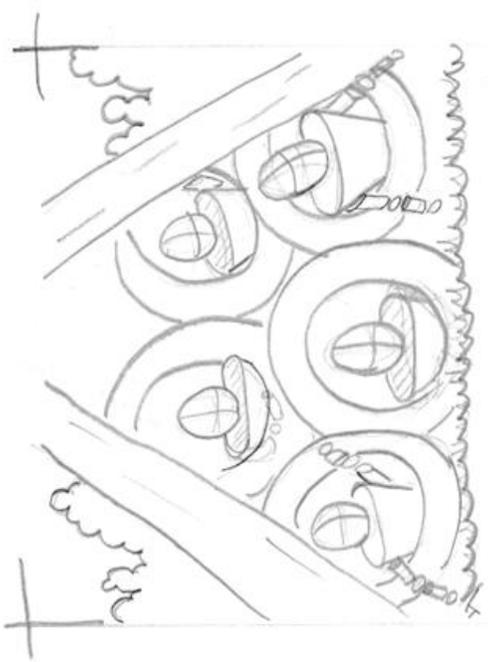




“LA FELICIDAD ES
 EL RESULTADO DE LO
 QUE PERDIMOS, SI NO
 DE LO QUE TENEMOS.”
 BEN-GURION.

Dicembre

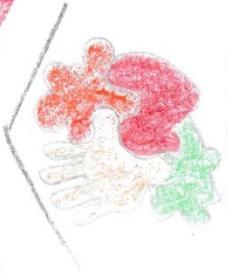
D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



V V V V V V V

Dicembre

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



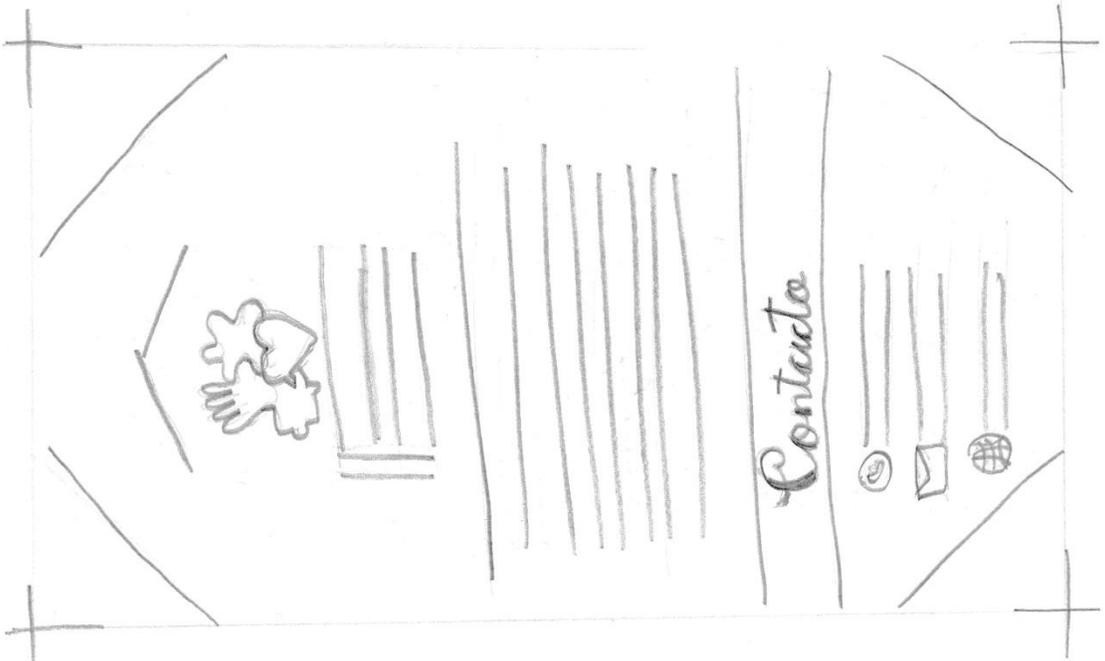
CIUDAD y felicidad

Este calendario fue elaborado como una muestra de agradecimiento a todas las personas que han brindado su granito de arena para lograr el bienestar integral de los niños Niños y Adolescentes en el Hogar Ciudad de la Felicidad.

Así mismo invitamos a las demás personas que lo leerán unirse al grupo de voluntarios para que el 2019 se logren más proyectos y se hagan realidad muchos sueños.

Contacto

- 557 1-9715
3441-4757
- CIUDADDELA FELICIDAD@HOTMAIL.COM
- WWW.CIUDADDELA FELICIDAD.ORG.ES



Anexo C.

Fotografía de los validadores.

Fotografía 1: Licenciada Lourdes Donis



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

Género: Femenino Masculino Edad: 33

Nombre: Lourdes Donis

Profesión: Asesora Comunicacional

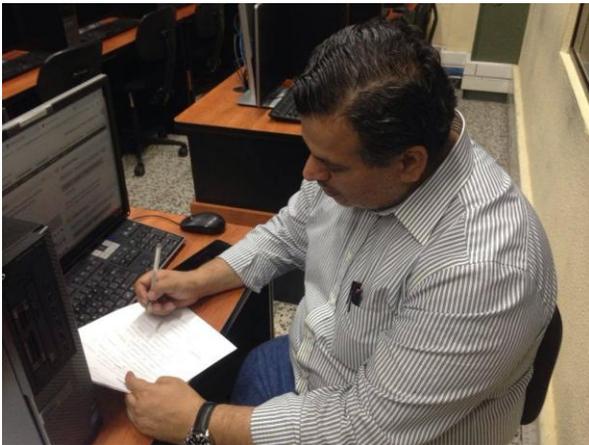
Puesto: Docente

Años de experiencia en el mercado: 27 años

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

ASESORA

Fotografía 2: Licenciado Jose Monroy



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

Género: Femenino Masculino Edad: 44

Nombre: Jose Monroy

Profesión: Asesor en Publicidad

Puesto: Publicitario

Años de experiencia en el mercado: 20

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

ASESORA

Fotografía 3: Psicóloga Isabel González



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

Género: Femenino Masculino Edad: 57

Nombre: Isabel González

Profesión: Psicóloga

Puesto: Psicóloga

Años de experiencia en el mercado: 23

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

COPIA ASESORA

Fotografía 4: Licenciado Carlos Franco.



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

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: CARLOS E FRANCO R

Profesión: DISEÑADOR - COMUNICADOR

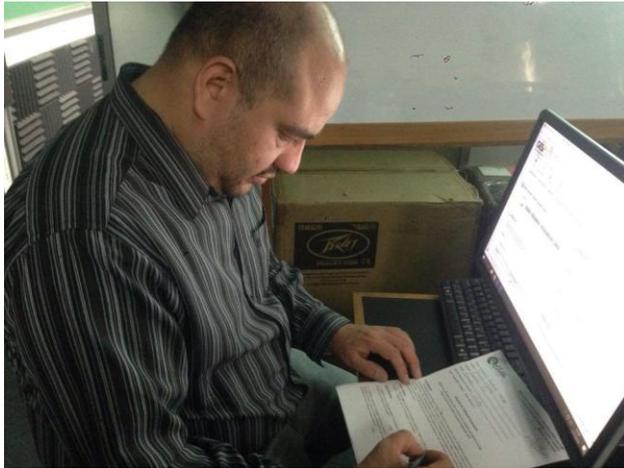
Puesto: DOCENTE

Años de experiencia en el mercado: 30 años

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

COPIA ASESORA

Fotografía 5: Licenciado David Castillo.



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

Género: Femenino Masculino Edad: 40

Nombre: David Castillo

Profesión: Productor TV

Puesto: Director

Años de experiencia en el mercado: 14 años

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

COPIA ASESORA

Fotografía 6: Gudy González.



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

Género: Femenino Masculino Edad: 31

Nombre: Gudy González

Profesión: Diseñadora Gráfica

Puesto: Diseñadora Gráfica

Años de experiencia en el mercado: 25 años

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

COPIA ASESORA

Anexo D.

Fotografías tomadas por Darah Avila en las instalaciones del Hogar.



2.jpg



3.jpg



4.jpg



5.jpg



6.jpg



8.jpg



9.jpg



a.jpg



b.jpg



d.jpg



e.jpg



foto m 1.jpg



grupal.jpg



mauricio.jpg

Anexo E.

Herramientas de Validación.



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

Género: Femenino Masculino Edad:

Nombre: _____

Profesión: _____

Puesto: _____

Años de experiencia en el mercado: _____

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

Encuesta de Validación de proyecto

Diseño de un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan a la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad. Esquipulas Chiquimula, 2019.

Antecedentes:

Actualmente la Casa Hogar Ciudad de la Felicidad es financiada a través de donaciones, apadrinamientos y actividades realizadas por voluntarios. Por lo que no se cuenta con un material para agradecer la labor que realizan estas personas. Esto permitió plantear el diseño de un Calendario Anual que refleje a través de fotografías las actividades o momentos especiales que los niños realizan en el Hogar, pues muchas de ellas se realizan gracias al apoyo que reciben de ellos, lo que les ha permitido transformar su vida motivando a los voluntarios a seguir contribuyendo al hogar.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe el calendario impreso, y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "x" en los espacios seleccionados.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera que es necesario diseñar un calendario anual impreso para obsequiar a los voluntarios que apoyan a la Casa hogar Ciudad de la Felicidad?

SI

NO

2. ¿Considera necesario investigar términos, conceptos, teorías y tendencia de diseño relacionados con los calendarios anuales a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño de un calendario que será entregado al grupo objetivo?

SI

NO

3. ¿Considera importante el recopilar información a través de visitas al hogar para seleccionar los escenarios que se utilizaran en la sesión de fotos, las cuales aparecerán en el calendario anual?

SI NO

4. ¿Considera fotografiar a los niños, niñas y adolescentes que se encuentran en calidad de abrigo y protección en la Casa Hogar para que sean integrados al diseño del calendario?

SI NO

Parte Semiológica:

5. ¿Según su criterio los colores utilizados en el calendario son?

Llamativos Poco Llamativos Nada Llamativos

6. ¿Según su criterio la tipografía (*Amarillo*) utilizada en el calendario es?

Legible Poco legible Nada legible

7. ¿Considera que el diseño ergonómico del calendario es?

Muy agradable Poco agradable Nada agradable

8. ¿Considera que las fotografías utilizadas en el calendario son?

Amigable Poco amigable Nada amigable

9. ¿Considera que el tamaño de la tipografía de los números utilizados son?

Adecuados Poco adecuados Nada adecuados

10. ¿La tendencia de colores llamativos que fue usada en el diseño, se puede percibir de manera?

Rápida Poco rápida Nada rápida

11. ¿Cree que la frase conceptual “acompañándote día a día” es?

Amigable Poco amigable Nada amigable

Parte Operativa:

12. ¿Según su criterio las medidas (10 x 18) del calendario son?

Adecuadas Poco adecuadas Nada adecuadas

13. ¿Considera que el calendario en orientación vertical es?

Adecuadas Poco adecuadas Nada adecuadas