

UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“DISEÑO DE IMAGOTIPO PARA PRESENTAR INSTITUCIONALMENTE A LA
CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR, ZONA 17, CIUDAD DE GUATEMALA,
GUATEMALA, 2014”.**

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

ELABORADO POR:

Mario Juan José Linares García

No. de Carné 20052031

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2014

Guatemala 05 de junio de 2013

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 IMAGOTIPO PARA PRESENTAR INSTITUCIONALMENTE A LA CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR ZONA 17, CIUDAD GUATEMALA, GUATEMALA 2014. Así mismo solicito que la Licda. Lourdes Donis, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Mario Juan José Linares García
20052031



Licda. Lourdes Donis
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

Señor
Mario Juan José Linares García
Presente

Estimado Señor Linares:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE IMAGOTIPO PARA PRESENTAR INSTITUCIONALMENTE A LA CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR ZONA 17, CIUDAD GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Lourdes Donis, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

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 IMAGOTIPO PARA PRESENTAR INSTITUCIONALMENTE A LA CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR ZONA 17, CIUDAD GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Mario Juan José Linares García, con número de carné: 20052031, 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. Lourdes Donis
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de febrero de 2014

Señor
Mario Juan José Linares García
Presente

Estimado Señor Linares:

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, 28 de agosto de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE IMAGOTIPO PARA PRESENTAR INSTITUCIONALMENTE A LA CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR ZONA 17, CIUDAD GUATEMALA, GUATEMALA 2014***, del estudiante Mario Juan José Linares García, 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, 28 de agosto de 2014

Señorita
Mario Juan José Linares García
Presente

Estimado Señor Linares:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE IMAGOTIPO PARA PRESENTAR INSTITUCIONALMENTE A LA CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR ZONA 17, CIUDAD GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Mario Juan José Linares García, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

PROYECTO DE GRADUACIÓN:

“DISEÑO DE IMAGOTIPO PARA PRESENTAR INSTITUCIONALMENTE A LA
CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR, ZONA 17, CIUDAD DE GUATEMALA,
GUATEMALA, 2014”.

MARIO JUAN JOSÉ LINARES GARCÍA

UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO -FACOM-

AUTORIDADES

RECTOR:

Dr. Eduardo Suger Cofiño

VICERRECTORA:

Licda. Mayra de Ramírez

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:

Lic. Jean Paul Suger Castillo

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

Lic. Leizer Kackler

VICEDECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

Lic. Rualdo Anzueto

DEDICATORIA

El presente proyecto de graduación se lo dedico a Jesucristo, mi Dios, a quien agradezco el regalo de la vida, la salud y la sabiduría, ya que sin Él no hubiera sido posible el cumplimiento de ninguna meta en el transcurso de mi vida. Sé que de su mano y cumpliendo sus mandamientos, todo logro obtenido no será solo terrenal, sino que trascenderá por la eternidad, y sobre todo por la salvación, ya que gracias a su sacrificio en la Cruz, soy salvo y libre.

A mis padres, Mario Linares y Silvia García de Linares, personas exitosas y ejemplares, y que gracias a su amor, apoyo, enseñanzas y el ejemplo de temor a Dios, que a través de los años me han inculcado, hoy, soy un hombre de bien, y por ellos sé que la actitud y el esfuerzo, son primordiales para el logro de cualquier meta que me proponga.

A Silvia y Hugo Linares, por el amor, cariño y que me prodigan, eso me alienta a seguir adelante, día a día, no desmayar, y a permanecer juntos como hermanos.

A Wendy de León, porque gracias a su amor, apoyo, palabras de aliento e impulso, hoy en día termino satisfactoriamente una etapa más de mi vida instándola a que de igual manera, alcance a través del esfuerzo y la dedicación las metas que se ha propuesto.

A mis abuelas: María Molina y Florencia García, quienes hoy cosechan el fruto de sus consejos otorgados durante mi niñez.

A mis abuelos: Jaime García y Adalberto Linares, que a pesar de no haberlos conocido, son un modelo a seguir por su rectitud e integridad.

A mi familia en general, por sus oraciones y muestras de cariño, que la unidad y el amor a Dios sigan reinando en nuestras vidas.

A la señora Silvia Divas, por abrirme las puertas de la Casa Hogar Nuevo Despertar, y permitir que aportara mis conocimientos en beneficio de dicha institución.

A mis catedráticos en general, por compartir sus conocimientos a lo largo de mi carrera universitaria, los cuales fueron implantados como semillas y con el pasar del tiempo, dan como resultado el presente logro; en especial a los Licenciados Lourdes Donis, Carlos Franco y Alejandro Moreno, por su apoyo, consejos y paciencia, pero sobre todo por su amistad.

A mis compañeros de clases y de trabajo, por su apoyo incondicional.

A la Universidad Galileo y a la Facultad de Ciencias de la Comunicación FACOM por abrirme sus puertas, brindarme los conocimientos necesarios para ser competitivo, otorgarme las herramientas y conocimientos necesarios, y por medio de éstos, demostrar que en Guatemala, hay profesionales íntegros y exitosos.

“Todo lo puedo en Cristo, que me fortalece.”

Filipenses 4:13

Resumen:

La Casa Hogar Nuevo Despertar, institución dedicada a los cuidados, terapias y otros servicios a personas con capacidades diferentes, carecía de una imagen institucional debido a la falta de un logotipo, y manual de identidad gráfica, que diera los lineamientos y directrices puntuales, para la identificación de material escrito y digital que la institución utiliza.

Por otra parte, La Casa Hogar Nuevo Despertar no contaba con ningún material gráfico publicitario, con el que dieran a conocer sus servicios, solicitud de ayuda para la obtención de recursos que aportaran a la sostenibilidad de la misma.

Para la realización del presente proyecto fue necesaria una investigación, con respecto a las capacidades distintas de los pacientes de La Casa Hogar Nuevo Despertar, por medio de material bibliográfico y material virtual. De la misma manera, se procedió a la recopilación de información en el área de Comunicación, Diseño Gráfico y otras ciencias auxiliares.

Posteriormente se procedió con la realización de bocetaje y digitalización de las diferentes propuestas de diseño, creadas en base a la información recopilada, para luego ser presentadas a la institución, profesionales en el área y al público objetivo para su validación, con el objetivo de realizar mejoras al diseño existente en base a opiniones y criterios obtenidos. Todo el proceso se realizó mediante métodos estadísticos de recopilación de datos y resultados posteriormente aplicados con base a una encuesta realizada a una parte de la población total del público objetivo, tomados como muestra.

Se procedió con la creación de un plan de costos para la producción, reproducción y distribución del material gráfico final, con el fin de finalizar el proceso de un costo accesible a La Casa Hogar Nuevo Despertar, y conservando estándares de calidad. Algunos datos fueron obtenidos por medio de empresas dedicadas a la impresión de material gráfico, asimismo, a profesionales encargados del diseño del mismo.

Se finalizó con la presentación del diseño final reproducido, listo para su distribución al público objetivo, por medio de la administración de la institución.

ÍNDICE

CONTENIDO

AUTORIDADES	iii
DEDICATORIA.....	iv
Resumen:.....	vi
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO II: PROBLEMÁTICA	5
2.1 Contexto:.....	5
2.2 Requerimientos de la Comunicación y Diseño:.....	7
2.3 Justificación:.....	7
2.3.1 Magnitud:.....	7
2.3.2 Trascendencia:	9
2.3.3 Vulnerabilidad:.....	9
2.3.4 Factibilidad:	10
CAPÍTULO III: OBJETIVOS DE DISEÑO	12
3.1 Objetivo General	12
3.2 Objetivos Específicos:.....	12
CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA.....	14
4.1 Información General del Cliente.....	14
4.1.1 Antecedentes de Diseño Gráfico:	15
4.1.2 Competencia:.....	16
4.1.3 Misión:	17
4.1.4 Visión:.....	17
4.1.5 Organigrama Casa Hogar Nuevo Despertar.....	18
4.1.6 FODA Casa Hogar Nuevo Despertar:.....	19
4.1.7 Plan Estratégico:.....	20

4.1.8	Visión Elaborada:.....	21
4.1.9	Misión Elaborada:.....	21
4.1.10	Objetivos Elaborados:.....	21
CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO		23
5.1	Perfil Geográfico:	23
5.2	Perfil Demográfico.....	23
5.3	Perfil Psicográfico:.....	23
5.4	Perfil Conductual:.....	24
CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO		26
6.1	Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:	26
6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación y el Diseño: 37	
6.2.1	Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación:.....	37
6.2.2	Conceptos Fundamentales Relacionados Con Diseño Gráfico:.....	52
6.3	Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:	68
6.3.1	Ciencias Auxiliares:	68
6.3.2	Artes:	73
6.3.3	Teorías:	74
6.3.4	Tendencias:	77
CAPÍTULO VII: VALIDACIÓN TÉCNICA		79
7.1	Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico:.....	79
7.1.1	Aplicación de conceptos de Comunicación:	79
7.1.2	Aplicación de conceptos de Diseño:.....	80
7.1.3	Aplicación de conceptos de Ciencias Auxiliares:.....	80
7.2	Conceptualización:.....	81
7.2.1	Método:	81
7.2.1.1	Técnica de creatividad de Da Vinci:.....	81
7.2.1.2	Identificación o Empatía:	81

7.2.2 Definición del Concepto:	82
7.3 Bocetaje:	82
7.4 Propuesta Preliminar:.....	84
7.4.1 Propuesta de Imagotipo No. 1:	85
7.4.3 Propuesta Trifoliar No. 1	88
7.4.4 Propuesta Trifoliar No. 2:	92
7.4.5 Propuesta Manual Identidad Gráfica	96
CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA	114
8.1 Población y Muestreo.....	116
8.2 Método e Instrumentos.....	116
8.3 Resultados e Interpretación:	117
8.4 Cambios en base a los resultados:	133
CAPÍTULO IX: PROPUESTA GRÁFICA FINAL.....	136
9.1 Manual de Identidad.....	137
9.2 Trifoliar:	155
CAPÍTULO X: PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN	158
Plan de costos de elaboración	158
10.1 Plan de costos de producción	159
10.2 Plan de costos de reproducción	159
10.3 Plan de costos de distribución.....	159
10.4 Cuadro con resumen general de costos.....	160
CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	162
11.1 Conclusiones.....	162
11.2 Recomendaciones.....	163
CAPÍTULO XII: CONOCIMIENTO GENERAL.....	166
12.1 Conocimiento en el área de Diseño Gráfico.....	166
12.2 Conocimiento en el área de Comunicación.....	169
12.3 Conocimiento en el área de Conocimientos Generales	171

CAPÍTULO XIII: REFERENCIAS	173
13.1 Bibliografía	173
13.2 Otras Referencias	179
CAPÍTULO XIV: ANEXOS.....	182
14.1 Cotizaciones.....	182
14.2 Proceso de Validación:.....	185
14.2.1 Validación con expertos:.....	185
14.2.2 Validación con el Cliente	188
14.2.3 Validación con personas conocedoras del área:	189
14.3 Encuesta:	191
14.4 Material impreso firmado y autorizado:	195
14.5 Capturas de pantalla (consulta libros y material en la web)	202

The background is white with a large yellow shape on the left side that curves from the top-left corner towards the bottom-right. Scattered across the white background are several handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. A yellow banner with rounded corners is positioned horizontally in the center of the page, containing the text 'CAPÍTULO I' in white, bold, uppercase letters.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La Casa Hogar Nuevo Despertar, Institución dedica a los cuidados especiales de personas con capacidades diferentes, carece de presupuesto para la creación de una imagen institucional. Desde el año 2004, que dicha institución inició actividades, nunca ha contado con un manual de identidad gráfica, ni documentos debidamente identificados gráficamente con la institución. De la misma manera, carece de material publicitario para dar a conocer los servicios y necesidades de la misma.

Lo antes mencionado fue el punto de partida para elaborar estrategia de comunicación y la realización de diseño de un manual de identidad gráfica, asimismo, un trifoliar para dar a conocer la institución con su público objetivo.

El imagotipo y el manual de identidad gráfica fue validado por 6 profesionales en áreas relacionadas con el proyecto, 25 personas del grupo y 2 personas por parte de la institución.

La estrategia de comunicación se llevará a cabo mediante la reproducción de material gráfico impreso (Trifoliales), para ser entregados a la institución (en forma digital e impresa), para su distribución al público objetivo, por medio de la Administración de La Casa Hogar Nuevo Despertar.

El manual de identidad gráfica establecerá las directrices de la correcta identificación de La Casa Hogar Nuevo Despertar, asimismo, establecerá las normas que regirán la utilización de imagotipo, colores, tipografías en la documentación interna y externa elaborada, servirá de base para la creación de nueva documentación para la institución.

The background features a large, stylized yellow shape on the left side, resembling a thick brushstroke or a drop. Scattered across the white background are numerous handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. Some handprints are simple outlines, while others are filled with color. A horizontal yellow banner with rounded corners and a thin white border is positioned in the center of the page. The text 'CAPÍTULO II' is written in white, bold, uppercase letters on this banner.

CAPÍTULO II

CAPÍTULO II: PROBLEMÁTICA

La Casa Hogar Nuevo Despertar carece de una imagen institucional, tampoco cuenta con imagotipo ni manual de identidad gráfica, que facilite la identificación con su público objetivo. No posee material de imagen que ayude a dar a conocer a dicha institución, debido a que no cuenta con fondos designados para dicho fin.

Se detectó la necesidad de la creación de un imagotipo, manual de identidad gráfica y un trifoliar para La Casa Hogar Nuevo Despertar, que ayuda jóvenes y adultos con capacidades diferentes. Lo anterior con el fin de identificar y presentar la institución, a la vez solicitar ayuda a personas individuales o jurídicas para continuar y mejorar la ayuda y servicios que se presta, y de esta manera seguir sirviendo a su público objetivo.

2.1 Contexto:

La Casa Hogar Nuevo Despertar ha prestado sus servicios desde hace 8 años, con el fin, no solo de ayudar a personas que sufren con trastornos psicológicos, como violencia, fobias, esquizofrenias, epilepsia, bipolaridad, ataques compulsivos o de ansiedad, etc. También a quienes sufren capacidades diferentes o impedimentos físicos, que crean una dependencia de parte del paciente hacia otra persona para realizar sus actividades cotidianas y a personas de la tercera edad. Dentro de los servicios incluye terapias, alimentación, recreación, medicación a los pacientes y ocasionalmente, brinda vestuario, calzado y atención médica cuando se requiere.

A lo largo de 8 años, dicha casa hogar ha estado prestando sus servicios continuamente, gracias a mensualidades muy bajas que son otorgados por familiares o encargados de los internos. Dichas mensualidades cubren con algunas dificultades las necesidades de los servicios básicos de luz, agua potable, teléfono y alimentación de los pacientes, que inclusive muchos de ellos, son atendidos sin obtener a cambio una remuneración económica. Por lo que se han visto en la necesidad de pedir apoyo económico, de servicio o producto a empresas o personas individuales, que en ocasiones han colaborado, pero aún así no han logrado cubrir todas las necesidades que el establecimiento presenta.

El problema radica en que la institución no cuenta con fondos para dar a conocer, por medio de material informativo, las actividades a las que se dedica. Tampoco cuenta con de identificación, que le sirva para solicitar ayuda o apoyo de personas altruistas ya sea jurídicas o individuales. Material publicitario con en el que se identifique y presente ante personas jurídicas o individuales para solicitar ayuda y apoyo para con la institución.

También se detectó la necesidad de la creación de una imagen institucional y manual de identidad gráfica (no cuentan con documentación de uso de oficina ni de identificación con su público objetivo - papel membretado, tarjeta de presentación, etc.)

2.2 Requerimientos de la Comunicación y Diseño:

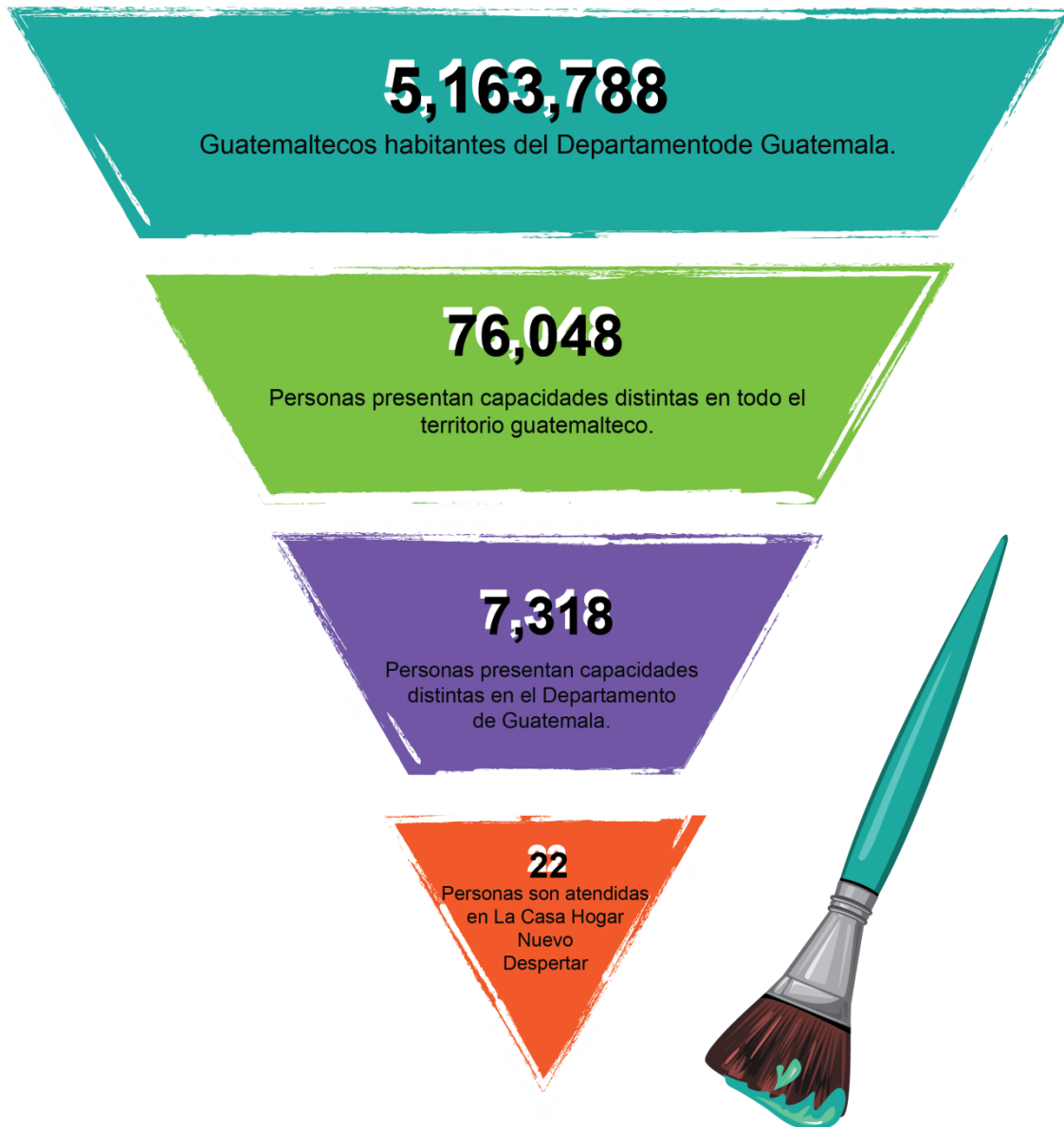
No.	Descripción
1	La Casa Hogar Nuevo Despertar no cuenta con un imagotipo que represente a la imagen de la institución.
2	La institución no cuenta con material institucional que permita dar a conocer a la institución con su público objetivo.
3	La institución no cuenta con material que identifique a su documentación y a sus trabajadores con su público objetivo. (Papel membretado, tarjetas de presentación, carné de presentación).
4	La institución no tiene establecida misión, visión y objetivos.

2.3 Justificación:

Para justificar la intervención y apoyo del Comunicador y Diseñador Gráfico para la resolución del problema presentado, es necesaria la explicación por medio de 4 variables.

2.3.1 Magnitud:

Debido a la problemática antes mencionada, 22 personas están siendo afectadas, debido a que no reciben atención óptima debido a la carencia de insumos y recurso económico, por lo que se decide realizar material publicitario para solicitar ayuda a personas jurídicas o individuales.



**Datos tomados del último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística, con datos del XI Censo de Población y VI de Habitación año 2002.*

2.3.2 Trascendencia:

Con la creación de material gráfico para la identificación y presentación, la institución obtendrá más apoyo por parte de personas. Asimismo, se darán a conocer los servicios a su público objetivo, teniendo como consecuencia, mejor atención a los pacientes y nuevos cupos para la atención de nuevos aspirantes para su pronto tratamiento y atención.

2.3.3 Vulnerabilidad:

Debido a que la mayoría de guatemaltecos no están informados a totalidad sobre los servicios y cuidados que presenta La Casa Hogar Nuevo Despertar, pueden surgir los siguientes puntos vulnerables:

- Poca o nula posibilidad de prestación de servicios a pacientes con capacidades diferentes de la Ciudad de Guatemala, debido a la falta de información con respecto a la institución.
- No obtener ayuda por parte de personas individuales o jurídicas, debido a la falta de material de presentación e información con respecto a la institución.
- El cierre definitivo de la institución y el apoyo a personas con capacidades mentales y físicas diferentes.

2.3.4 Factibilidad:

Para la realización de dicho proyecto se toma en cuenta el uso de los siguientes materiales:

- **Humano:** Apoyo por parte de la Administración, colaboradores de La Casa Hogar Nuevo Despertar y de parte del comunicador y diseñador Mario Juan José Linares García.
- **Económico:** Se buscará apoyo económico de personas responsables o encargados de algunos pacientes a los que la institución presta sus servicios.
- **Tecnológicos:** Se cuenta con equipo de Informática (PC, Scanner, Impresora). Asimismo, Software para el proceso de diseño gráfico digital, (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop). También Software para redacción de texto (Microsoft Word 2007) y explorador de internet (Google Chrome).
- **Materiales:** Se cuenta con material como lápices (Categorías HB y B, Stabilo), crayones (PrismaColor), marcadores (Faber-Castell), compás (Staedler), borrador (Staedler), sacapuntas (Staedler), reglas y escalímetro (Centrum), papel (Bond y Sketch) con el fin de desarrollar un proceso de bocetaje óptimo.

The background features a large, stylized yellow shape on the left side, resembling a thick brushstroke or a drop. Scattered across the white background are numerous handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. A horizontal yellow banner with rounded corners and a thin white border is positioned in the center, containing the text 'CAPÍTULO III' in white, bold, uppercase letters.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III: OBJETIVOS DE DISEÑO

3.1 Objetivo General

Diseñar imago tipo para presentar institucionalmente a la Casa Hogar Nuevo Despertar, zona 17, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

3.2 Objetivos Específicos:

1. Investigar información específica con respecto a la comunicación corporativa y el diseño de identidad gráfica para la creación de dicha imagen.
2. Recopilar Información acerca de las actividades de la Casa Hogar Nuevo Despertar, para la realización del diseño gráfico y la diagramación del manual de identidad gráfica.
3. Diseñar un manual de identidad gráfica para la Casa Hogar Nuevo Despertar, con el fin de establecer las directrices que rigen el diseño y el material gráfico de la institución.
4. Diagramar un trifoliar informativo impreso, para dar a conocer las distintas actividades benéficas que la institución brinda, con el fin de captar ayuda económica.

The background is white with a large yellow shape on the left side that curves from the top to the bottom. Scattered across the white background are several handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. A yellow banner with rounded corners is positioned horizontally across the middle of the page.

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA

4.1 Información General del Cliente

Institución:

Casa Hogar Nuevo Despertar

Propietaria:

Silvia Enamorado

Ubicación:

10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales del Norte, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Teléfonos:

4212-2892 / 5959-0481

Servicios:

Cuidados y atención psiquiátrica para pacientes con problemas de:

- Retraso Mental
- Retardo Mental
- Parálisis Cerebral
- Espástico Flácido
- Epilepsia
- Autismo
- Síndrome de Down
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física para estimulación del Cerebro
- Atención al Adulto Mayor con Problemas Psiquiátricos

La Casa Hogar Nuevo Despertar es una institución que se dedica al cuidado y atención de personas con capacidades diferentes. Asimismo, terapias si el caso así lo requiere, a personas de capacidades diferentes. Entre otras cosas, la institución brinda servicios de alimentación, recreación y medicamentos a los pacientes, y ocasionalmente brinda vestuario, calzado y atención médica cuando la situación lo requiere.

Desde el año 2004, dicha institución ha prestado sus servicios, por los que cobra a los familiares de los pacientes una mensualidad muy baja, la que en ocasiones, logra apenas solventar los múltiples gastos que dicha institución tiene.

La Institución cuenta con trabajadores con conocimientos en el área, que auxilian a la propietaria, dichos trabajadores trabajan con un salario asignado.

4.1.1 Antecedentes de Diseño Gráfico:

- La Institución cuenta con tarjetas de presentación realizadas por la Administración, elaboradas de manera no profesional, con auxilio de imágenes obtenidas por internet (jpg).
- La institución no cuenta con algún material gráfico dentro de su historial, que ayude a darse a conocer ante su público objetivo, esto debido a que no cuenta con fondos designados para la contratación de dichos servicios.

4.1.2 Competencia:

El Casa Hogar Nuevo Despertar es una empresa que busca ayudar a guatemaltecos, con capacidades diferentes (retraso mental, retardo problemas psicológicos, impedimentos físicos y personas de la tercera edad), sin afán de obtener ganancia de los mismos. Por esa razón su competencia es poca, ya que la mayoría recibe ganancias por el servicio que prestan y están establecidas como empresa o establecimiento comercial.

Entre la competencia del Casa Hogar Nuevo Despertar, podríamos encontrar las siguientes instituciones:

▶ **COMUNIDAD TERAPÉUTICA RESIDENCIAL MINISTERIOS CRECER**

Calzada San Juan 10-72 Zona 7

Tel: (502) 24 40 50 26

▶ **CASA DE SALUD MENTAL GETZEMANÍ**

2 Ave. 1-17 Zona 2 Col El Sauce

Tel: (502) 22 38 08 54 / 54 11 30 40

▶ **CENTRO MÉDICO BETHEL**

4 Calle 9-64 Zona 1

Tel: (502) 22 53 46 55

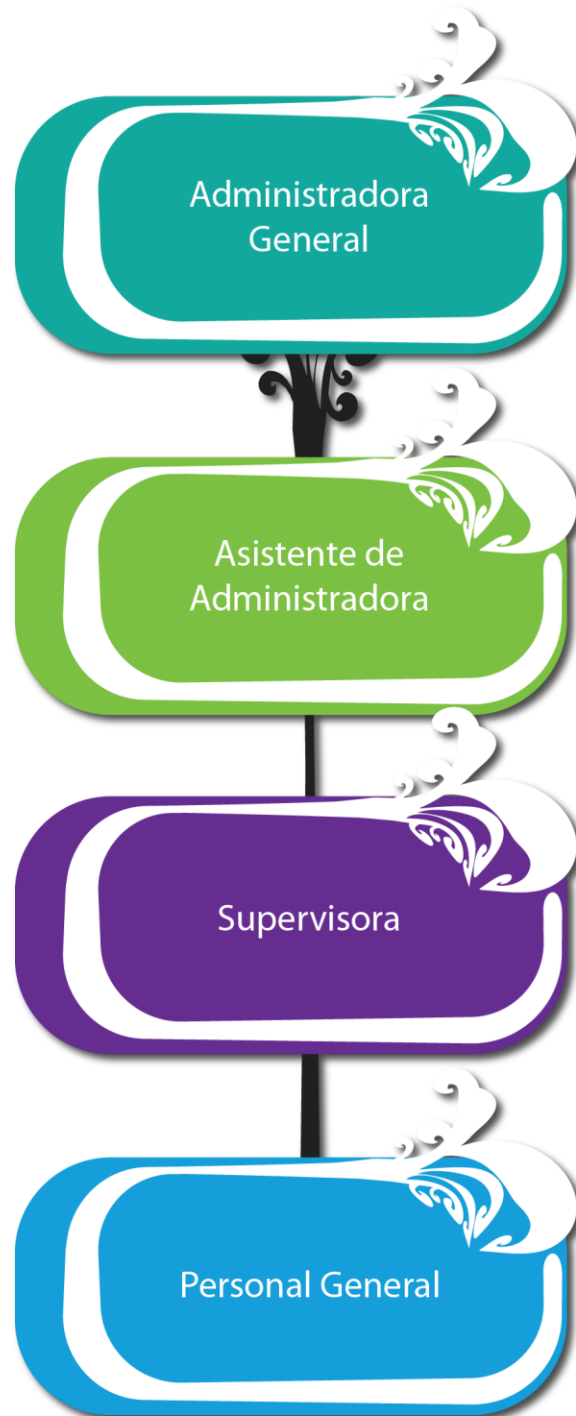
4.1.3 Misión:

La Institución no cuenta con una Misión establecida, por lo tanto dentro del presente se procederá a la creación de la misma.

4.1.4 Visión:

La Institución no cuenta con una Visión establecida, por lo tanto dentro del presente se procederá a la creación de la misma.

4.1.5 Organigrama Casa Hogar Nuevo Despertar



4.1.6 FODA Casa Hogar Nuevo Despertar:

Fortalezas:

- La Institución se ha caracterizado por el buen servicio que ofrece a sus pacientes, con esto se logra fidelidad por parte del cliente.
- El lugar se encuentra localizado en área residencial, lo que proporciona servicio de seguridad para con el paciente.
- Se cuenta con servicio las 24 horas del día, los 365 días del año.
- Se cuenta con transporte propio en caso de emergencias.
- Servicios básicos garantizados (luz, agua y teléfono).

Oportunidades:

- Poseedores de cuotas bajas, a comparación de otros establecimientos.
- Efectividad en el servicio y el buen trato a pacientes, a comparación de otras instituciones con mala reputación por costos bajos en mensualidades.
- Amplio conocimiento y experiencia en sus servicios.
- Amplitud de horario de visitas de familiares.
- Accesibilidad para la realización de actividades a beneficio de los internos (cumpleaños, convivios, etc.)

Debilidades:

- Carencia de equipo de alta tecnología para algún tipo de tratamiento o terapias para los pacientes.
- Carencia de imagen institucional.

- Carencia de material publicitario.
- Cuentan con escasos recursos.
- Dificultad para encontrar un apoyo económico caritativo.
- Número de trabajadores insuficiente por temporadas debido a los escasos recursos.

Amenazas:

- Mayor cantidad de empresas competidoras en los últimos años.
- Aumento en el costo de alimentos e insumos.
- Avances en tecnología para el tratamiento de pacientes con problemas psicomotrices.
- Aumento en el costo de los servicios básicos de luz, agua y teléfono.
- Aumento en el costo de medicamentos para tratamiento de pacientes.
- Aumento del combustible.
- La competencia cuenta con imagen institucional y publicidad.
- Otras instituciones cuentan con tecnología de punta para terapias a sus pacientes.

4.1.7 Plan Estratégico:

Se creará una imagen institucional para La Casa Hogar Nuevo, con el fin de identificar y presentar a dicha institución, y para esto, se realizarán las siguientes acciones:

- ▶ Creación de Misión de la Empresa.
- ▶ Creación de Visión de la Empresa.

- ▶ Establecimiento de Objetivos de la empresa.
- ▶ Creación de Imagen Institucional (Manual de Identidad Gráfica) .
- ▶ Creación de Materia Publicitario (Trifoliar).

4.1.8 Visión Elaborada:

Ser una institución líder en la ciudad de Guatemala, caracterizada por la calidad, el buen servicio y la excelencia, para con nuestros pacientes en el que se sienta cómodo, en un ambiente hogareño y brindar seguridad a la familia de nuestros pacientes, para que contribuya a la rápida recuperación del mismo.

4.1.9 Misión Elaborada:

Prestar servicios de cuidados a personas guatemaltecas con capacidades diferentes, problemas de retraso mental, retardo mental, ayudando a su pronta recuperación física, rigiéndonos por el temor a Dios, a los valores éticos y morales y de esta manera ayudar a nuestro prójimo y a Guatemala en general.

4.1.10 Objetivos Elaborados:

- ▶ Brindar una pronta recuperación física a nuestros pacientes mediante terapias.
- ▶ Brindar un servicio de calidad para la satisfacción del paciente, también así seguridad para su familia.
- ▶ Brindar tratamientos efectivos para el paciente.

The background is white with a large yellow shape on the left side that curves from the top to the bottom. Scattered across the white background are several handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. A yellow banner with rounded corners is positioned horizontally across the middle of the page.

CAPÍTULO V

CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

5.1 Perfil Geográfico:

Región: La región que se tomará para la realización del presente proyecto, será La Ciudad de Guatemala, específicamente en la zona 17, que es donde se ubica La Casa Hogar Nuevo Despertar, y se encuentra su público objetivo.

Población: 7,318 personas en Guatemala padecen de discapacidades mentales Según último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística, con datos del XI Censo de Población y VI de Habitación año 2002.

Extensión y Elevación Territorial: 1,500 mts. Sobre el nivel del mar, 996Km² de extensión territorial, Según Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología. Dato consultado en diciembre de 2012.

5.2 Perfil Demográfico

Género: Femenino y Masculino.

Edad: 18 años en Adelante.

Nivel Educativo: Indefinido

Nivel Socio-Económico: C- a nivel C+

5.3 Perfil Psicográfico:

Personas comerciantes, empresarios o personas con un ingreso económico estable, con capacidad económica para proveer ayuda económica o en especie, para lograr el sostenimiento, bienestar y mejorar la atención de la Casa Hogar Nuevo Despertar.

5.4 Perfil Conductual:

Personas comerciantes, empresarios o personas con ingreso económico estable, que como consecuencia de tener dicho ingreso económico fijo, tengan el deseo y la capacidad de proveer ayuda económica o en especie a Casa Hogar Nuevo Despertar, para el sostenimiento de la institución.

The background features a large yellow banner on the left side that curves towards the bottom right. Scattered across the white background are several handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. The central text is contained within a yellow rounded rectangle with a thin white border.

CAPÍTULO VI

CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Ansiedad:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro Diccionario de la Psicología, España: Herder S.L., define la ansiedad como angustia, desasosiego, carencia de tranquilidad o que está en espera de algo.

También Myers, David G, (2006), en su libro Psicología, Edición 7, Médica Panamericana, define que la ansiedad es parte de la vida cotidiana, y la podemos encontrar en situaciones que probablemente se siente miedo, pero en realidad lo que la mayoría siente es ansiedad, como cuando alguien mira hacia abajo desde una cornisa.

6.1.2 Bipolaridad:

Según Myers, David G, (2006), en su libro Psicología, Edición 7, Médica Panamericana, define la bipolaridad como un trastorno en el que el individuo presenta episodios de depresión en alto grado, y luego recupera su estado de normalidad, esto alternando con momentos en que la persona puede entrar en un estado maníaco que se caracteriza con conductas eufóricas, hiperactivas y optimismo excesivo.

La fase maníaca del trastorno bipolar, por lo general el individuo presenta conductas locas, hiperactivas, eufóricas y se irrita con facilidad si se le contradice; además las horas de dormir se le reducen y muestra pocas inhibiciones sexuales. Su tono de voz es fuerte, superficial y difícil de interrumpir.

Presentan optimismo y autoestima exagerada, la contradicción a sus convicciones o los consejos les resultan molestos, necesitan mucha protección por su poco criterio.

En formas más leves, la energía y pensamiento libre de dicho comportamiento maníaco, puede ayudar a la alimentación de la creatividad. La historia muestra ejemplos de muchos casos de bipolaridad creativa, con Walt Whitman, Ernest Hemingway y la actriz Margot Kidder.

6.1.3 Trastorno de Ansiedad Generalizada:

Según Myers, David G, (2006), en su libro Psicología, Edición 7, Médica Panamericana, define que los síntomas son muy comunes dentro de la sociedad, además de las personas que padecen de este mal, dos tercios son mujeres y se origina debido a que están continuamente tensas, nerviosas o preocupadas por cosas malas que podrían ocurrir, y los síntomas son: Tensión muscular, agitación, insomnio, miedo, comúnmente ceño fruncido, temblor en los párpados e inquietud.

Otra de las características de dicho trastorno es que el individuo, no puede identificar o determinar las causas, por lo tanto, enfrentarla o evitarla.

6.1.4 Trastorno de Angustia:

Según Myers, David G, (2006), en su libro Psicología, Edición 7, Médica Panamericana, realiza una comparación de este trastorno, con un tornado en un día de viento, esto debido a que aparece repentinamente y hace estragos, lo mismo que este mal.

Este trastorno se caracteriza por ataques de ansiedad que llegan a límites realmente altos, tan altos, que se convierte en una crisis de angustia, en la que la persona que la padece, puede llegar a sentir sensaciones de asfixia, temblores, mareos, estado de pánico, incluso muchas veces, los síntomas de este trastorno suelen confundirse con un ataque cardíaco. Muchas veces los individuos que suelen padecer continuamente de este tipo de trastorno, empiezan a mostrar miedo del propio miedo, con motivo de evitar los síntomas de dicho trastorno, y a la vez empiezan a evitar situaciones vividas anteriormente, en las que han sufrido pánicos.

6.1.5 Fobia:

Según Myers, David G, (2006), en su libro Psicología, Edición 7, Médica Panamericana, la fobia es como un temor o miedo a una situación u objeto y el individuo que padece de este trastorno, puede reaccionar de diferentes formas para evitar dicho objeto o situación.

6.1.6 Trastorno Obsesivo-Compulsivo:

Para Myers, David G, (2006), en su libro Psicología, Edición 7, Médica Panamericana, consiste en un trastorno en el que la persona está aquejada por acciones o pensamientos repetitivos.

Myers lo divide en 2 partes:

A. Obsesiones (pensamientos repetitivos): Están relacionadas con la suciedad, (gérmenes o toxinas), asimismo, que algo terrible puede ocurrir (fuego, muerte, enfermedad, etc.) y simetría (orden o exactitud en las actividades).

B. Compulsiones: (conductas repetitivas): Lavarse las manos, bañarse, cepillarse, etc., repetición de rituales dentro y fuera del hogar (revisar puertas y cerraduras, aparatos electrónicos, frenos del vehículo, etc.).

6.1.7 Retraso Mental:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro Diccionario De La Psicología, España: Herder S.L. define como el estado de una persona que no alcanza el desarrollo mental en relación a su edad cronológica. Friederich Dorsch (1981). *Diccionario de Psicología*. Barcelona: Editorial Herder.

También Edgerton, Robert B., (1985), en su libro El desarrollo en el niño. “*vol. 12: retraso mental*”, Edición 2 Ilustrada, Morataya, nos da referencia, indicando que son pocos los niños que en realidad padecen de defectos congénitos graves, y la gran mayoría crece hasta adultos como personas normales. Sin embargo, son grandes los riesgos que amenazan el desarrollo infantil.

También indica que el término “**retraso mental**” es utilizado para designar gran variedad de condiciones físicas o mentales. Las personas que padecen de retraso mental, pueden variar en distintas maneras en cuanto a capacidad intelectual, desde una persona que padece de un retraso profundo, que carece de lenguaje, cuya capacidad mental no puede ser medida a través de test convencionales, ya que está regida a una vida vegetativa, sometida a control médico, hasta una persona levemente retrasada, que aparentemente posee una capacidad intelectual perfectamente normal, hasta que se encuentra con las primeras actividades escolares matemáticas o de lectura. Asimismo, personas con retraso mental, pueden padecer de deficiencia físicas y otras no presentar ninguna, también habrá personas que sean dependientes de ayuda y protección para desarrollarse en el medio durante toda la vida, y otras que logren desarrollar una vida adulta independiente.

Los afectados por retraso mental padecen de una deficiencia en sus capacidades intelectuales, esto impide que sean parte de una sociedad formada por personas plenamente capacitados e independientes.

Según Heber, Rick F., (1961) en su libro Manual sobre terminología y clasificación en el retraso mental (*manual on terminology and classification in mental retardation*). Volumen 65, Pág. 499-500, indica que el retraso mental se refiere a un funcionamiento intelectual general situado significativamente por debajo de la medida y que coincide con el déficit en el comportamiento adaptativo, manifestándose durante el periodo evolutivo.

6.1.8 Meninges:

Según Dorsch, Friederich, en su libro *Diccionario de la Psicología*, año 1981, define meninges como un grupo de membranas que recubren el cerebro y la médula espinal. Friederich Dorsch (1981). *Diccionario de Psicología*. Barcelona: Editorial Herder.

6.1.9 Meningitis:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro *Diccionario de la Psicología*, España: Herder S.L. define la meningitis, como una enfermedad causada por la inflamación de las membranas Meninges, que como consecuencias puede causar retraso mental, impedimentos psicomotrices y del habla, asimismo la muerte. Friederich Dorsch (1981). *Diccionario de Psicología*. Barcelona: Editorial Herder.

6.1.10 Esquizofrenia:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro *Diccionario de la Psicología*, España: Herder S.L. Hace referencia a Bleübler, quien la define como un grupo de enfermedades mentales basadas en trastornos de asociación de ideas y de la afectividad. Los síntomas son trastorno del pensamiento (disgregación, pérdida de la conexión lógica, decadencia mental), ideas delirantes, vivencias de interpretación morbosa (de persecución, de grandeza), perturbaciones del lenguaje (ensalada de palabras, énfasis al hablar), alucinaciones, ilusiones, supuestas voces, amaneramientos, etc.

6.1.11 Trisomía:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro Diccionario de la Psicología, España: Herder S.L. la define como una anomalía en la células de un grupo de tres cromosomas en lugar de dos (lo normal), es decir que existe la presencia de un cromosoma suplementario. Las enfermedades más conocidas por dicho síndromes son, Síndrome de Klinefelter y Mongolismo o Síndrome de Down.

6.1.12 Trisomia 21 (Síndrome de Down):

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro Diccionario de la Psicología, España: Herder S.L. la define como un síndrome ocasionado por la presencia en un cromosoma extra de un grupo que normalmente solo es de dos en la célula.

6.1.13 Epilepsia:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro Diccionario de la Psicología, España: Herder S.L. la define como una enfermedad que produce trastornos en el sistema nervioso central que originan ataques convulsivos asociados a alteraciones de la conciencia, también ocasionando alteraciones en la conducta, inteligencia y otros fenómenos.

A esta enfermedad también se le conoce con los nombres de *morbus sacer*, *morbus divinus*, *morbus herculanus*, *morbus demoniacus*, mal de San Pablo (ya que se supone padeció de ese mal), mal de San Juan (ya que invocaban en contra de esta enfermedad por presuntos demonios o posesiones).

6.1.14 Posesión:

Según Dorsch, Friedrich, en su libro Diccionario de la Psicología, año 1981, es la supuesta sujeción de una persona a un demonio o espíritu. En la antigüedad se suponía que lo eran las personas que padecían de ataques epilépticos. Friederich Dorsch (1981). *Diccionario de Psicología*. Barcelona: Editorial Herder.

6.1.15 Bacilofobia:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro Diccionario de la Psicología, España: Herder S.L. define la bacilofobia como el miedo o temor a los bacilos, virus o bacterias en general.

Según Myers, David G, (2006), en su libro Psicología. Edición 7, Médica Panamericana, define que los individuos con este tipo de características, presentan obsesiones y compulsiones con respecto a la limpieza y la higiene personal y de objetos con los que interactúa.

6.1.16 Parálisis Cerebral:

López Chicharro, José Luis, (2008), en su libro Fisiología clínica del ejercicio, Médica Panamericana hace referencia al Comité Ejecutivo para la Definición de Parálisis Cerebral, (2004), que publica en el 2005:

“La parálisis cerebral describe un grupo de alteraciones del desarrollo del movimiento y de la postura, causadas por alteraciones no progresivas del cerebro durante el desarrollo

fetal o en la infancia, que provocan una limitación de la actividad.

Las alteraciones motoras de la parálisis cerebral se acompañan con frecuencia de alteraciones sensitivas, cognitivas, de la comunicación, de la percepción, y/o del comportamiento, y/o de crisis convulsivas.”

Basados en la anterior definición López Chicharro, José Luis, (2008), en su libro Fisiología clínica del ejercicio, define que la parálisis cerebral es un grupo de alteraciones, procesos o sucesos que interrumpen, dañan o influyen de forma negativa en la maduración del cerebro, que tiene como resultado una deficiencia permanente del cerebro.

Otra característica importante que menciona López Chicharro, José Luis, (2008), en su libro Fisiología clínica del ejercicio, es que el individuo no pierde capacidades o destrezas previamente adquiridas, sino el problema es que el proceso de adquisición de las capacidades no sigue su curso normal, debido a que está alterado. Está alterado el movimiento y la postura del cuerpo. La alteración de la coordinación motora y/o de la regulación del tono muscular provoca patrones anormales con respecto a postura y movimiento.

6.1.17 Contusión del Cerebro:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro Diccionario de la Psicología, España: Herder S.L. la define como la destrucción del tejido cerebral a causa de un traumatismo, ocasionando grave pérdida de conciencia a nivel severo.

6.1.18 Convulsión:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro *Diccionario de la Psicología*, España: Herder S.L. la define como una contracción desordenada e involuntaria de los músculos del cuerpo. Se divide en Convulsiones Tónicas y Convulsiones Clónicas, siendo las primeras continuas, mientras la segunda es rápida y contracciones leves. Puede haber contracciones mixtas, es decir, una mezcla de las dos anteriores.

6.1.19 Paciente:

Según Ander-Egg, Ezequiel, (1995), en su libro *Diccionario del trabajo social*, Buenos Aires: Lumen, lo define como una persona enferma o padeciente, sometido a un tratamiento médico.

6.1.20 Capacidades distintas:

Según Ander-Egg, Ezequiel, (1995), en su libro *Diccionario del trabajo social*, Buenos Aires: Lumen, indica que son habilidades diferentes que una persona posee, comparadas a las de una persona normal, que la mayoría de veces hace referencia a la carencia de potencialidad de una función determinada (habilidades, entendimiento y logros).

6.1.21 Terapia:

Según Ander-Egg, Ezequiel, (1995), en su libro *Diccionario del trabajo social*, Buenos Aires: Lumen, es un tratamiento físico o psicológico realizado a una persona para su recuperación física o mental de manera parcial o total.

6.1.22 Discapacidad:

Según Ander-Egg, Ezequiel, (1995), en su libro Diccionario del trabajo social, Buenos Aires: Lumen, lo define como una limitación derivada de una deficiencia física o psicológica de un individuo para realizar ciertas actividades.

6.1.23 Casa Hogar:

Según Eroles, Carlos, (1995), en su libro Glosario de temas fundamentales en Trabajo Social, Argentina: Espacio Editorial, indica que es una institución encargada de brindar cuidados físicos y/o psicológicos a una persona, asimismo, alimentación, medicina, recreación, higiene, con el fin de que éstos tengan los cuidados específicos que necesiten.

6.1.24 Institución:

Según Eroles, Carlos, (1995), en su libro Glosario de temas fundamentales en Trabajo Social, Argentina: Espacio Editorial, la define como una organización pública o privada, instituida con el fin de prestar un servicio en el ámbito del bienestar social.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación y el

Diseño:

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la Comunicación:

6.2.1.1 Comunicación

Según Filippis, Jorge, (2006) en su libro *Glosario del Diseño*, Nobuko, la define como el acto de transmisión mediante un medio, en donde un emisor transmite a un receptor un mensaje. Descubrir, manifestar, dar a conocer o hacer saber a alguien de algo por medio oral, visual, escrito, etc.

Según Pelayo, Neneka, Cabrera, Adriana, (2001), *Lenguaje y Comunicación: Conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación (Número 2 de Colección Minerva)*, El Nacional, define que la Comunicación es comprender e entender ser comprendidos, hacer partícipe a otra persona de nuestro yo interno, asimismo, la búsqueda, anuencia, cooperación e interés por una misma causa. También influir en la conducta de otras personas, lograr respuestas de afecto, placer, compañía, entre otras respuestas.

El ser humano ha desarrollado a lo largo de los años, muchos sistemas de comunicación, que le han permitido ser operadas en las distintas circunstancias de la vida, ya sea utilizando nuestras facultades naturales o ya sea por medio de la tecnología, que actúa como extensión de las anteriormente mencionadas.

La capacidad del hombre para comunicarse, dio como resultado la elaboración del lenguaje.

También esta capacidad es compartida por el reino animal, pero no de manera tan desarrollada. El hombre ha desarrollado dicha capacidad debido a su naturaleza de vivir en una sociedad, dicha comunicación está basada en signos llamados lenguaje.

6.2.1.1.1 Historia de la Comunicación:

Según Zeledón, María del Pilar, (2004), en su libro Lenguaje y Estudios Sociales en la Educación Infantil. Costa Rica: EUNED indica que la Teoría de la Comunicación hace su aparición en el siglo XX, a raíz del desarrollo que presentan los medios de comunicación en masa. También hacer referencia a Jean Cluter, quien indica que la historia de la comunicación se puede dividir en cuatro etapas. Cada una tiene distintas características por el uso de nuevos medios de comunicación que transforman a la sociedad y estructuran un nuevo tipo de comunicación.

6.2.1.2 Comunicación Interpersonal:

Según Zeledón, María del Pilar, (2004), en su libro Lenguaje y Estudios Sociales en la Educación Infantil. Costa Rica: EUNED indica que es la primera etapa, el hombre es el único medio de comunicación.

6.2.1.3 Comunicación de Élite:

Según Zeledón, María del Pilar, (2004), en su libro *Lenguaje y Estudios Sociales en la Educación Infantil*. Costa Rica: EUNED indica que es la segunda etapa de la comunicación, en ella se incluyen los dibujos y esquemas, ritmo y música, es decir, la escritura fonética. Un ejemplo de dicha comunicación, podemos encontrarla en pergaminos y papiros de escrituras antiguas, inclusive en las llamadas primeras bibliotecas, que encontramos en pinturas rupestres en las cavernas.

6.2.1.4 Comunicación en Masa:

Según Zeledón, María del Pilar, (2004), en su libro *Lenguaje y Estudios Sociales en la Educación Infantil*. Costa Rica: EUNED indica que también es llamada “Mass-Media” o medio colectivos estructuran una sociedad. Dentro de esta clasificación, podemos encontrar a los medios de comunicación e información masiva, como la televisión, la radio, el internet, etc. Esta tercera etapa empieza en la Revolución Industrial, durante el siglo XIX.

6.2.1.5 Comunicación Individual:

Según Zeledón, María del Pilar, (2004), en su libro *Lenguaje y Estudios Sociales en la Educación Infantil*. Costa Rica: EUNED indica que también es llamada Self-Media, y es el tipo de conversación de un emisor, a un receptor, por medio de un mensaje. Este sistema ha sido revolucionado de muchas maneras mediante la tecnología, un claro ejemplo es la comunicación telefónica, celulares, chats, etc.

6.2.1.6 Lenguaje:

Según Zeledón, María del Pilar, (2004), en su libro *Lenguaje y Estudios Sociales en la Educación Infantil*. Costa Rica: EUNED, es un sistema de signos que emplea el hombre para comunicarse entre sí.

6.2.1.7 Lenguaje Articulado:

Según Pelayo, Neneka. Cabrera, Adriana, (2001), *Lenguaje Y Comunicación: Conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación (Número 2 de Colección Minerva)*, El Nacional lo define como, el conjunto de signos que juntos pueden componer una idea, una frase, palabras, conceptos, etc.

6.2.1.8 Signo Lingüístico:

Según Pelayo, Neneka. Cabrera, Adriana, (2001), *Lenguaje y Comunicación: Conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación (Número 2 de Colección Minerva)*, El Nacional, hace referencia que Signo lingüístico, ha sido definido por Ferdinand de Saussure (1967), como un ente de doble cara, formada por un significante y un significado. También se considera signo a una cosa que sustituye un concepto haciéndolo perceptible. Un signo hace referencia a una idea o concepto, pero no guarda ninguna relación necesaria con lo evocado.

Según Checa Godoy, Antonio, (2008), en su libro Historia de la Comunicación: “de la crónica a la disciplina científica comunicación y cultura”, Netbiblo, indica que se inicia haciendo referencia a otra historia, es decir, por medio de la narración de hechos históricos., dando así el protagonismo a otra ciencia, La Historia. En su desarrollo interno va abriendo campos, y entre ellos la Comunicación Social.

Checa Godoy, Antonio, (2008), en su libro Historia de la Comunicación: “de la crónica a la disciplina científica comunicación y cultura”, hacer referencia a Román Portas , Mercedes (2000), obra citada, pp. 125-126, quien subraya oportunamente que:

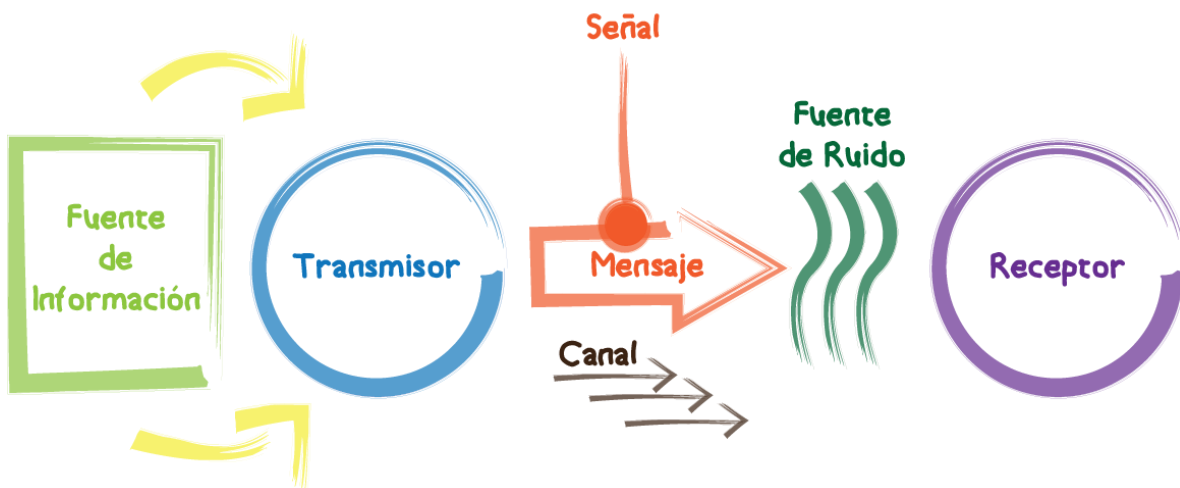
“El nacimiento de la historia de la comunicación está vinculado al desarrollo de la propia historia, sobre todo la de la contemporánea. En la medida en que los diversos aspectos de la comunicación tuvieron protagonismo cada vez más claro, los historiadores de la política, de la literatura o de las ideas, iniciaron las investigaciones en este campo. De alguna manera ese origen fue un buen comienzo. Aseguró la conexión con los problemas de carácter general sin caer en especializaciones carentes de sentido”.

6.2.1.9 Modelo de Comunicación:

Según Pelayo, Nenenka. Cabrera Adriana en su libro Lenguaje y Comunicación, Es un proceso mediante el cual se puede transmitir o trasladar información a un destino específico. Esto es posible mediante una fuente de información, un transmisor emita una señal a través de un canal a un receptor que la convierta en un mensaje decodificable para un destinatario por medio de un código.

6.2.1.10 Modelo de Shannon:

Pelayo, Neneka. Cabrera Adriana, (2001), *Lenguaje y Comunicación: Conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación (Número 2 de Colección Minerva)*, El Nacional, presenta un modelo planteado por Claude Elwood Shannon en 1948, fue hecha desde la ingeniería de la comunicación y fundadora de lo que se conoce como teoría matemática de la comunicación, también conocida como Teoría de la Información. Lo más importante de este modelo es la eficacia de la transmisión de mensajes y la noción de comunicación de la que gran parte fue dada a conocer por Warren Weaver, gracias a este, el modelo fue conocido al modelo de Shannon y Weaver.



6.2.1.11 Los Elementos del modelo:

Pelayo, Neneká. Cabrera, Adriana, (2001), *Lenguaje y Comunicación: Conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación (Número 2 de Colección Minerva)*, El Nacional, los clasifica de la siguiente manera:

6.2.1.11.1 Fuente de Información:

Generadora de datos, escoge de un conjunto de datos, el que se desea transmitir. Esta trabaja con información (la medida de libre elección de un mensaje).

La fuente es también conocida como Emisor de mensaje.

Cuando la fuente elige un dato de un universo de información, cuando elige un acontecimiento de un conjunto de acontecimientos comunicables, lo que escoge es una unidad de información, en términos lingüísticos fonemas, que son unidades mínimas y la combinación de las mismas puede dar origen a enunciados.

6.2.1.11.2 Mensaje:

Dato o conjunto de datos que se desea transmitir. Este surge de combinaciones lógicas. El mensaje se compone de un número determinado de unidades de información seleccionada (fonemas).

6.2.1.11.3 Transmisor:

Es el encargado de transmitir las señales en un código específico, por medio de un canal determinado.

6.2.1.11.4 Señal:

Considerado como un signo o símbolo, de un sistema de codificación, (Luz de un Semáforo).

6.2.1.11.5 Fuente de Ruido:

Es la distorsión o interferencia que impide que el mensaje sea transmitido. Para evitar la distorsión de dicho mensaje, se recurre a la redundancia del código, es decir, a la repetición continua del mismo, esto ayudara a que aumente la probabilidad de que el mensaje sea específicamente recibido.

6.2.1.11.6 Receptor:

Es el que recibe el mensaje, este lo recodifica al código original con el que fue emitido para que sea bien percibido por el destino, convirtiéndolo en un nuevo emisor. (Retroalimentación).

6.2.1.11.7 Tipos de Transmisor y Receptor

Pelayo, Neneka. Cabrera, Adriana, (2001), *Lenguaje y Comunicación: Conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y la comunicación (Número 2 de Colección Minerva)*, El Nacional, los clasifica de la siguiente manera:

a) Intrapersonal:

Son aquellos que mantienen una comunicación consigo mismos.

b) Interpersonal:

Son aquellos que mantienen comunicación entre dos personas.

c) Grupal:

Son aquellos que mantienen comunicación entre tres o más personas.

d) Pública:

Son aquellos que mantienen comunicación, ante un público.

e) Masiva:

Son aquellos que mantienen comunicación, que se genera entre una o varias personas, hacia un número indeterminado de personas a través de diversos medios de información o comunicación.

6.2.1.11.8 Canal:

Es el medio por el que se envía o transita el mensaje del transmisor al receptor y viceversa.

6.2.1.12 Comunicación Verbal:

Según Fonseca Yerena, María del Socorro, (2005), en su libro *Comunicación Oral: fundamentos y practica estratégica*, Pearson Educación. Año 2005, define la comunicación verbal, como la comunicación que tiene como función la transmisión de información mediante lenguaje oral y escrito, que son dos tipos de lenguaje más importantes para la transmisión de información que a la vez, uno de sus complementos es el lenguaje no verbal.

6.2.1.13 Comunicación Oral:

Según Fonseca Yerena, María del Socorro, (2005), en su libro *Comunicación Oral: fundamentos y practica estratégica*, Pearson Educación. Año 2005, define que es aquella comunicación en la que se transmite información por medio del habla, que es una de los medios que desde muy pequeños aprendemos a utilizar, incluso desde mucho antes de la educación escolar formal, aprendemos a utilizarla. Para la utilización de las misma, se necita la utilización del razonamiento verbal y mantener el sentido de la significación, ya que sin estos no se puede mantener una comunicación coherente. El razonamiento también es un aspecto importante en el lenguaje escrito.

6.2.1.14 Comunicación Escrita:

Según Fonseca Yerena, María del Socorro, (2005), en su libro *Comunicación Oral: fundamentos y practica estratégica*, Pearson Educación, la define como el tipo de comunicación que es adquirida, mediante la educación escolar, la cual está sujeta a una estructura sintáctica, a reglas ortográficas, etc. La escritura está basado en un sistema de signos escritos, determinados por el idioma en el cual se está redactando, el cual pueden darnos a entender desde una idea, concepto, combinación de palabras, enunciados; hasta una unidad mínima de pronunciación fonética, como lo es el sonido de una vocal o consonante.

La comunicación oral y escrita, tienen una fuerte unión entre sí, ya que de la forma en que redactamos, refleja la manera en la que nos comunicamos oralmente.

6.2.1.15 Comunicación No Verbal:

Según McGraw-Hill, Guía Comunicación No Verbal, Unidad 4 Recuperado el 21-02-2013 de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448175743.pdf>, la define como la comunicación o sistema de lenguaje complementario a las palabras. Ocupa el 65% de una comunicación cara a cara con otro individuo. Está formada por gestos, manos, posturas, miradas, etc. Asimismo, el tono de voz, la velocidad al hablar y la distancia entre los individuos juegan un papel importante para que esta se desarrolle a la perfección.

El origen de esta comunicación puede ser fisiológico, determinado por nuestro sistema nervioso, o puede ser impuesto por nuestro entorno, por creencias, hábitos sociales, cultura, etc.

Los usos de este lenguaje, pueden tener múltiples fines, como realzar, repetir o ilustrar un mensaje verbal, incluso puede muchas veces puede llegar a contradecir el mensaje verbal, ya que no tendrá relación con el mensaje oral.

6.2.1.15.1 Factores Asociados al Lenguaje No Verbal:

Según McGraw-Hill, Guía Comunicación No Verbal, Unidad 4 Recuperado el 21-02-2013 de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448175743.pdf>, indica que en la comunicación no verbal, además de los gestos, existen factores que influyen dentro de la misma.

a) Paralingüística:

Se dedica a estudiar aspectos semánticos del lenguaje, como los tonos empleados en el habla, ritmo y volumen de voz al hablar, el orden y uso de los silencios y timbres de voz, etc.

b) Quinesia:

Es la que se dedica al estudio del movimiento del cuerpo humano, en una conversación. Movimientos como cruce de piernas, fruncimiento del ceño, entrelazar las manos, etc.

c) Proxémica:

Expresión propuesta por Edward T. Hall para hacer referencia al análisis del espacio personal o al espacio que nos rodea.

6.2.1.16 Propósitos de la Comunicación:

Según Fonseca Yerena, María del Socorro, (2005), en su libro *Comunicación Oral: fundamentos y práctica estratégica*, Pearson Educación, indica que el ser humano se comunica con un propósito específico, y nunca lo hace sin un fin. Entre los propósitos generales de la comunicación podemos encontrar:

6.2.1.16.1 Propósito general de informar:

Esta se realiza mediante la función representativa del lenguaje, ya que por medio de este, se intenta explicar algún suceso o término, describir las relaciones entre conceptos, o simplemente dar a conocer un suceso, por ejemplo, las instrucciones, informes, géneros periodísticos, etc.

6.2.1.16.2 Propósito general educativo:

Es aquel que tiene como fin instruir al receptor de la misma, en el área científica o humanística. Muchas veces este propósito es incluido dentro de la función general informativa, debido al contenido del mismo, por ejemplo, demostraciones científicas, exposiciones, presentación de resultados en base a estudios, etc.

6.2.1.16.3 Propósito general de persuadir:

Utiliza la función apelativa del lenguaje, ya que el individuo al comunicarse, intenta que el receptor del mensaje realice un análisis, conciencia, formar un ideal, un cambio de actitud, reforzar de alguna manera las creencias y valores. También por medio de este se intenta que un público objetivo sea movido, lograr acciones, a favor del transmisor del mensaje. Ejemplo, convencimiento de la gente a la utilización de un producto o servicio.

6.2.1.16.4 Propósito general de entretener:

Función expresiva del lenguaje, cumple con el fin humano, ya que por medio de él se intenta realizar un acercamiento entre individuos, y transmitir ideas, pensamientos, en el cual el receptor se sienta identificado con el transmisor, y de esa manera compartir una idea, sentimiento o pensamiento, con un fin de convivencia, por ejemplo, una charla en un café.

6.2.1.17 Contexto:

Según Filippis, Jorge, (2006) en su libro Glosario del diseño, Nobuko, define que el contexto se auxilia del Cálculo y la Reflexión, que implica ir más allá de lo definido, o búsqueda de nuevo contextos por degradación de definiciones vigentes y ya existentes.

6.2.1.18 Criterio:

Según Filippis, Jorge, (2006) en su libro Glosario del diseño, Nobuko, define el criterio como la capacidad de decidir del individuo mediante el juicio o discernimiento. Norma para conocer la veracidad.

6.2.1.19 Difusión:

Según Filippis, Jorge, (2006) en su libro Glosario del diseño, Nobuko, define como la acción de dar a conocer, propagar, hacer público, comunicar información a cierto público objetivo con el propósito de informar.

6.2.1.20 Comunicación Social:

Según Lazar, Judith, (1995), en su libro La Ciencia De La Comunicación. Volumen 39. Publicaciones Cruz O., S.A., define que es un proceso que se consuma socialmente mediante los elementos que participan dentro de una sociedad. La mayoría de dichos elementos no son físicos.

Se puede definir como la comunicación que tiene como fin primordial la transmisión de mensajes públicos, por medios técnicos de comunicación, con un fin social.

Los medios más utilizados para la propagación del mensaje, son los medios masivos de comunicación, esto con el fin de llegar a un grupo social determinado, con el objetivo de conmover, incitar, apoyar, ayudar, manipular, etc.

También la creación de conciencia, es uno de los fines con los que mas es utilizada la Comunicación Social.

6.2.1.21 Comunicación Corporativa

Según Manucci, Marcelo, (2004) en su libro Comunicación corporativa estratégica, Colombia: SAF Grupo, la define como un modelo de comunicación entre los miembros de la organización. Interacción humana que existe entre las personas dentro de la organización. Dentro de misma es importante trasladar, acentuar y hacer énfasis en la personalidad, imagen e identidad corporativa, ya que es la función primordial de la misma. Mediante esta, se trata de alcanzar los objetivos y las metas establecidas y planificadas de una organización.

6.2.2 Conceptos Fundamentales Relacionados Con Diseño Gráfico:

6.2.1.1 Diseño

Según Wong, Wucius, (1998), en su libro DISEÑO Bi y Tri-dimencional, Edición 3, Gili, S.A., define que es un proceso por medio del cual se presenta una propuesta de creación visual, que a diferencia de la pintura y la escultura (que son realizadas con fines únicamente artísticos, personales visiones y sueños, sentimientos), el diseño llena las necesidades prácticas. Una pieza de diseño tiene que ser ha puesto ante el ojo de la opinión pública y a transmitir un mensaje determinado.

Un producto industrial ha de satisfacer las necesidades de los consumidores. Un buen diseño, en breve, es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea un mensaje o un producto fácil de transmitir al consumidor.

El diseño está formado por 4 grupos de elementos que determinaran nuestras propuestas de diseño. Dichos elementos tienen relación entre sí, y difícilmente pueden ser separados en el proceso de creación del diseño.

Tomar solo algunos singularmente, puede parecer bastante abstracto o no tener sentido, pero juntos determinan, en última instancia, el aspecto características y contenido de un diseño. Dichos elementos son:

- Elementos Conceptuales (punto, línea, planicie, volumen).
- Elementos visuales (forma, tamaño, color, textura).
- Elementos relacionales (dirección, posición, espacio, gravedad).
- Elementos prácticos (representación, significado, la función).

Para la transmisión del mensaje, el diseñador debe buscar la mejor manera posible este de transmitir dicho mensaje, debe darle forma, una buena elaboración, distribución o difusión, y sobre todo tener relación con el medio ambiente social, cultural, religioso, etc. Con el que se esté tratando o con la que el producto o mensaje se relacione.

6.2.1.2 Diseño Gráfico:

Según Wong, Wucius, (1998), en su libro Diseño Bi y Tri-dimencional, Edicion 3, Gili, S.A., define que es la conversión de conceptos e ideas en una forma de orden visual y estructural. También se le conoce como el arte de la realización de libros, revistas, anuncios, folletos, envases, etc.

El término de diseñador gráfico fue dado por el norteamericano William Addison Dwiggins, y fue utilizado formalmente hasta el año de 1922, pero puede encontrarse claramente algunos indicios en algunos alfabetos de civilizaciones antiguas como los fenicios, que idearon su alfabeto para representar de manera grafica el lenguaje hablado en el segundo milenio a.C.

Conforme el lenguaje y los escritos fueron creciendo, de la misma manera aumento la necesidad de organizar estructuralmente el material creado, lo cual dio el surgimiento del diseño. Claro ejemplo es la utilización de cuadrículas para la clasificación de textos en columnas y filas y de esta manera facilitar la comunicación y la organización de las páginas.

Otro evento importante que ayudo a tomar auge al Diseño Gráfico fue la invención de la Imprenta Mecánica en el XV.

La aparición de la Imprenta Mecánica dio disponibilidad de libros y folletos en grandes cantidades, ya que antes de esta, un libro tenía un costo tan elevado como el de una hectárea de tierra.

Durante el Siglo XIX, época de la Revolución Industrial, la aparición de la Litografía, creó un punto de partida para el diseño moderno, ya que en esta época, la cantidad de material impreso aumentó en gran manera, y de igual manera empezaron a decaer los antiguos métodos de producción y diseño de libros.

Según Walton, Roger. Gillies, Keith. Heppell, Lindsey. Laing, John., (1988), en su libro Haga usted mismo su diseño gráfico. Edición 2, AKAL lo define como la aparición de la litografía marco un punto clave, ya que gracias a eso, empezaron a aparecer los distintos tipos de arte en el área de diseño gráfico, explotando y manipulando los distintos tipos de tipografía, fotografía, dibujos, diagramaciones, etc.

Ya existentes, dando un toque personal de los distintos artistas y escritores de las épocas del siglo XIX y XX, y de la misma manera los distintos usos del Diseño Gráfico.

Uno de los usos del Diseño Gráfico fue el uso comercial, realizando diferenciación con otras marcas, productos, instituciones, organizaciones y empresas; y lograr competir y conquistar una parte del mercado, esto gracias a la observación o atención del público objetivo que se logre de acuerdo a la calidad del Diseño Gráfico.

Según Muñoz, José Javier (2004), en su libro nuevo diccionario de publicidad, relaciones públicas y comunicación corporativa, Libros en Red, define el Diseño Gráfico como todo lo que concierne al aspecto visual y elementos gráficos de la Comunicación, impresa, audiovisual, auditiva, textos, dibujos, icnográficos, colorimetría, signos y logos, animación, etc. Constituyo un factor importante de la imagen corporativa.

6.2.1.3 Imagen Corporativa:

Según Sánchez, Joaquín. Peinado, Teresa, (2009), en su libro Imagen Corporativa: *“influencia en la gestión empresarial”*. ESIC, define que es la percepción o imagen que tiene de ella misma, es parecido al sentido que una persona tiene, de su propia identidad. La imagen institucional se basa en el conjunto de creencias, filosofías, misión, visión, objetivos, valores éticos y culturales, tipo de gente que trabaja en ella, personalidad de sus dirigentes, organización de la misma, su tecnología etc. Y por medio de esta proyectar ese conjunto de cualidades y características, para ser identificada y a la vez realizar diferenciación con el resto de instituciones marcas.

Esta Imagen puede ser proyectada tanto dentro de la institución como fuera de la institución, por medio de medio gráficos tangibles o electrónicos, tal es el caso de los logotipos.

La Imagen corporativa es aquella idea que un público objetivo tiene de una institución, esto logrado mediante la acumulación de un conjunto de imágenes, signos o símbolos que un individuo haya percibido.

Joaquín Sánchez y Teresa Peinado también la definen como la representación mental que tiene cada individuo de una marca, producto o empresa, formada por un grupo de atributos que hacen referencia a la campaña de la misma, cada uno de los atributos puede coincidir o diferir con el conjunto de atributos ideal del individuo.

Muchas veces la imagen corporativa puede cambiar o variar, debido a un relanzamiento o debido a un enfoque a otro público objetivo que al que habitualmente tratan, esto muchas veces puede ser un problema para las empresas en sentido de costos.

6.2.1.4 Diseño Grafico Institucional:

Según Ind, Nicholas, (1992), en su libro la imagen corporativa: *“estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces”*, (edición ilustrada), Díaz Santos, lo define como la parte del proceso de comunicación que transmite una identidad, definiendo el tipo de compañía, a que se dedica, distinguiendo a la institución de la competencia, transmitiendo la lógica de la estructura corporativa y comunicando también cualquier cambio que se produzca dentro de la misma.

6.2.1.5 Elementos de Diseño de Imagen Corporativa:

Según Ind, Nicholas, (1992), en su libro la imagen corporativa: *“estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces”*, (edición ilustrada), Díaz Santos, existen 4 elementos importantes dentro de la creación de una imagen corporativa, el cual deben ser integrados de manera clara y funcional para que tenga éxito:

- Nombres.
- Elementos Gráficos.
- Slogans.
- Lenguaje.

6.2.1.6 Logotipo:

Según Ind, Nicholas, (1992), en su libro la imagen corporativa: *“estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces”*, (edición ilustrada), Díaz Santos lo define como la parte más importante en la creación de una imagen corporativa y para los medios de comunicación de la empresa con su mercado objetivo. Consiste en representar mediante el medio grafico, lo que significa la empresa o institución, así mismo comunicar un mensaje coherente no solo a su público objetivo, sino también a sus empleados, proveedores.

El logotipo tiene un significado limitado a muchos factores, como el nivel cultural de su público objetivo, ya que de esto dependerá la interpretación. Otro aspecto importante es que el logotipo siempre deberá guardar relación con un determinado contexto, es decir que tenga relación con lo que se quiere transmitir.

6.2.1.7 Nombre Institucional:

Según Ind, Nicholas, (1992), en su libro la imagen corporativa: *“estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces”*, (edición ilustrada), Díaz Santos lo define como el nombre de la institución, el que puede cambiarse como último recurso. Un cambio de nombre para una empresa implica un gran y complicado proceso, debido a que implicara una inversión de recursos como tiempo, dinero, etc.

6.2.1.8 Sistema Gráfico:

Según Ind, Nicholas, (1992), en su libro la imagen corporativa: *“estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces”*, (edición ilustrada), Díaz Santos lo define como todo aquel material Gráfico que identificara o realizara una identificación con el público objetivo. Debe tomarse en cuenta que debe transmitirse un estilo corporativo coherente y que mantenga la unidad.

6.2.1.9 Slogan:

Puede tomarse muchas veces como una garantía o promesa hacia el público objetivo, según lo indica Ind, Nicholas, (1992), en su libro la imagen corporativa: *“estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces”*, (edición ilustrada), Díaz Santos asimismo como un elemento de motivación para el trabajador o colaborador de la institución o empresa. Hay que tomar en cuenta que el eslogan no siempre podrá aplicarse a cualquier espacio geográfico, es decir a nivel internacional.

6.2.1.10 Lenguaje:

De la calidad, tono y claridad del lenguaje utilizado en las comunicaciones puede afectar de manera positiva o negativa para lo que intenta lograr en su público objetivo. Según Ind, Nicholas, (1992), en su libro *la imagen corporativa: “estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces”*, (edición ilustrada), Díaz Santos.

6.2.1.11 Arte:

Filippis, Jorge, (2006) en su libro *Glosario del diseño, Nobuko*, lo define como actividad mediante la que se puede expresar una visión personal, transmitir un mensaje o idea, que interpreta lo real o lo imaginario con recursos plásticos, visuales, sonoros, lingüísticos, etc. Es importante recalcar que es parte esencial del Diseño grafico, y el diseñador debe disponer de virtud, disposición y habilidad para la realización del mismo.

6.2.1.12 Arquetipo:

Filippis, Jorge, (2006) en su libro *Glosario del diseño, Nobuko*, define como el modelo original o primordial en la realización de un arte, diseño, composición, etc., es decir, aquel modelo que regirá los modelos futuros que pueden surgir.

6.2.1.13 Alineación:

Según Filippis, Jorge, (2006) en su libro *Glosario del diseño, Nobuko*, define como el proceso de ordenar a criterio o basado en normas y reglas una imagen, texto, forma, etc., dentro de una elaboración de un Arte de Diseño Gráfico.

6.2.1.14 Punto:

Según Puente J. Rosa, (2001), Dibujo y Comunicación Gráfica, 4ta. Edición, México: Gili, define como una marca grafica que se plasma debido al posicionamiento de un instrumento gráfico en reposo, en un lapso de tiempo sobre una superficie, que puede tener varias características como forma, tamaño y color. Gracias a la reunión de puntos ya sea en grupo o de forma lineal es que se logra obtener formas, figuras, trazos, tipografías, etc.

6.2.1.15 Composición:

Según Filippis, Jorge, (2006), en su libro Glosario del diseño, Nobuko, define como la parte más importante dentro del el proceso de resolución de un problema visual. En esta etapa es donde el diseñador o comunicador visual plasma claramente el estado de ánimo, sensaciones, sentimientos, mensaje, necesidad, etc. que se quiere transmitir mediante el diseño grafico a realizar.

También Puente J. Rosa, (2001), Dibujo y Comunicación Gráfica, 4ta. Edición, México: Gili, define que consiste en una distribución de puntos de manera ordenada en el espacio, campo gráfico o área de diseño predeterminada.

6.2.1.16 Diagramación o Bocetaje:

Según Filippis, Jorge, (2006) en su libro Glosario del diseño, Nobuko, define la organización de elementos gráficos dentro de un arte o boceto. También se le conoce como la bocetacion de líneas guías y generales de un diseño.

Es la realización de un esquema con una idea central o principal. Es también la organización de la estructura de un diseño.

La finalidad del boceto o diagramación es visualizar el aspecto del diseño definitivo, según Según Walton, Roger. Gillies, Keith. Heppell, Lindsey. Laing, John., (1988), en su libro Haga usted mismo su diseño gráfico. Edición 2, AKAL.

6.2.1.17 Dibujo:

Según Filippis, Jorge, (2006) en su libro Glosario del diseño, Nobuko, Lo define como una técnica mediante la cual se representa gráficamente ideas, sensaciones, formas, mensajes, etc. Proporcionalización que debe incluir en sus partes y mediadas la figura de un objeto que se dibuja o pinta, esto mediante la delineación de una forma, figura, imagen, tipografía, etc. En claro oscuro o colores. Arte de enseñar a dibujar.

6.2.1.18 Detalle:

Según Filippis, Jorge, (2006) en su libro Glosario del diseño, Nobuko, define Mayor precisión o cambios sutiles para el perfeccionamiento de algo, mediante la modificación de cosas minuciosas. También se puede definir como una acentuación de un elemento de menor valor significativo, pero mediante el acabado del detalle puede alcanzar un gran valor.

6.2.1.19 Arte Final:

Según Sastre Castillo, Miguel Ángel, (2009), en su libro Diccionario de dirección de empresas y marketing. Volumen 8, ECOBOOK, define como pieza definitiva de diseño publicitario, que será difundido en los medios, realizado por el creativo o creativos de una empresa.

6.2.1.20 Briefing:

Según Sastre Castillo, Miguel Ángel, (2009), en su libro Diccionario de dirección de empresas y marketing. Volumen 8, ECOBOOK, define como el documento por medio del cual se recauda la información más importante que transmite un cliente al encargado de publicidad, para desarrollar una campaña publicitaria. Se Incluye un perfil del cliente, empresa o institución, así mismo datos básicos como productos o servicios, publico objetivo, objetivos de la campaña, condiciones de la misma y cualquier información fundamental de la misma que contribuya al buen desarrollo de dicha campaña.

6.2.1.21 Competencia:

Según Sastre Castillo, Miguel Ángel, (2009), en su libro Diccionario de dirección de empresas y marketing. Volumen 8, ECOBOOK, define como el grado de rivalidad que existe entre dos empresas o que abarcan un mismo público o mercado objetivo por la venta de un producto o prestación de un servicio al mejor precio posible, o lograr el equilibrio basado en las cualidades del producto, cobertura y costes.

El aspecto económico juega un papel importante, ya que dependiendo de dicho aspecto se tiene la libertad de ofrecer un producto o servicio en el mercado y elegir a quienes compran o adquieren dicho producto, es decir, que para un producto o servicio existe pluralidad de demandantes y ofertantes.

6.2.1.22 Competencia Directa:

Según Sastre Castillo, Miguel Ángel, (2009), en su libro Diccionario de dirección de empresas y marketing. Volumen 8, ECOBOOK, lo define como marcas comerciales que satisfacen específicamente las mismas necesidades en relación a una empresa determinada.

6.2.1.23 Creatividad:

Según Filippis, Jorge, (2006) en su libro Glosario del diseño, Nobuko, la define como originalidad, talento, genialidad e imaginación. Análisis de las condiciones del pensamiento creador como estudios de la personalidad creadora. Conjunto de variables de la personalidad, y capacidades intelectuales independientemente.

En la creatividad deben de tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- Variables de inseguridad y tolerancia a los conflictos.
- Capacidad de pensar en posibilidades de soluciones numerosas y diversas en base a variables como *capacidad de cambio de enfoque, tolerancia a la frustración, energía persistente.*

- Capacidad de evaluación para poder elegir, las correctas y entre estas las mejores. Conviene distinguir entre la creatividad científica y la creatividad artística.

Es el arte de encontrar soluciones que otros no ven mediante la invención de una nueva forma de presentación de solución agradable, entendible y llamativa. Es la facultad de crear algo.

6.2.1.24 Color:

Según Puente J. Rosa, (2001), Dibujo y Comunicación Gráfica, 4ta. Edición, México: Gili, lo define como la descomposición de la luz o espectro blanco, mediante un prisma, agua y otros objetos, creando un efecto óptico, que genera variedad de luces pigmentadas, que hoy en día conocemos como colores. Los colores se dividen en primarios, secundarios, y negro.

a) Colores Primarios

Son colores que no son derivados de otros colores, es decir no se consiguen de la mezcla de dos o más colores. Rojo, Azul y Amarillo.

b) Colores Secundarios

Son aquellos derivados de la mezcla de dos colores primarios. Purpura, Verde y Naranja.

b) Color Negro

Ausencia de color, debido a la ausencia de luz.

6.2.1.25 Retícula:

Según Samara, Timothy, (2004) en su libro Diseñar con y sin retícula. España, Gil la define como una serie de medidas y trazos, que ayuda a la maquetación y otorgar un orden sistematizado, haciendo distinción entre todos los tipos de información incluidos en el diseño. También ayuda a que el diseñador maquete grande cantidades de diseños como revistas, libros manuales.

Una de las características más importantes de la retícula, es que permite que varios diseñadores trabajen en el proyecto sin que las características del diseño sean afectadas, debido a que ya existe un orden y maquetación previamente establecidos.

La retícula es elaborada mediante trazos y medidas, que dictaminan los márgenes de los cuales, el diseño gráfico, no debe sobrepasarse, esto con el fin de mantener la coherencia y el orden.

6.2.1.26 Trifoliar:

Según Sastre Castillo, Miguel Ángel, (2009), en su libro Diccionario de dirección de empresas y marketing. Volumen 8, ECOBOOK, es un folleto de tres dobleces, el cual contiene material informativo o publicitario, así mismo elementos importantes como logotipo, marca, tipografía de la empresa e información en general para contacto con la empresa de parte de su público objetivo. También puede contener material informativo y educativo.

El trifoliar, también recibe el nombre de tríptico. Los propósitos más comunes del trifoliar es persuadir, informar y educar. Regularmente son realizados en hoja tamaño carta (8.5x11 pulg.) y tamaño A4.

6.2.1.27 Multilogo:

Según el blog, Posicionamiento Web, (2012), en su artículo Multilogo, Recuperado de <http://posicionamientowebpro.es/disenopaginasweb/disenograficomultilogo/> , el 07-11-2012, lo define como una Nueva tendencia, con respecto a logotipos que surge en el año 2012. Es la creación de un logotipo, en la cual se pueden mezclar los elementos del mismo, respetando su forma, sin embargo, se pueden realizar distintas combinaciones de color, posición, etc. Esta tendencia fue creada con el fin de crear una mejor unidad o mejor combinación con material gráfico digital o escrito que la empresa maneje.

6.2.1.28 Imagotipo:

Según el blog, Brandemia, (2013), en su artículo Hablemos Con Propiedad, Recuperado de <http://www.brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad/> , el 20-11-2013, lo define como un conjunto de elementos (icónico-textual) gráficos, en el que el texto y el símbolo, se encuentran unidos, pero a la vez se puede utilizar por separado cada uno de estos.

6.2.1.29 Isologo:

Según Figueroa Bermúdez, Romeo Antonio, (1999), en su libro *Cómo hacer publicidad*, España: Pearson, indica es la unión de un isotipo con un logotipo, esto con el fin de auxiliar a un isotipo, para que el mismo sea más fácil de reconocer, y asimismo tener un mejor posicionamiento en la mente del consumidor o público objetivo. Es la unión de una tipografía y un dibujo o símbolo que caracteriza una marca.

6.2.1.30 Isotipo:

Según Figueroa Bermúdez, Romeo Antonio, (1999), en su libro *Cómo hacer publicidad*, España: Pearson, lo define como un símbolo que representativo, dicho elemento gráfico únicamente puede ser representado por un dibujo, sin ningún elemento tipográfico, y este debe cumplir con la función de identificar y representar fácilmente una marca.

6.2.1.31 Manual de Identidad Gráfica:

Según Figueroa Bermúdez, Romeo Antonio, (1999), en su libro *Cómo hacer publicidad*, España: Pearson, es un documento en el cual se diseñan los parámetros y las reglas principales para mantener un orden y continuidad en el diseño que caracteriza a una marca o institución. En base a los lineamientos establecidos en este documento, se puede seguir creando nuevo material gráfico sin perder el estilo o tendencia del diseño que caracteriza a la marca o institución.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1 Ciencias Auxiliares:

6.3.1.1 Psicología:

Según Dorsch, Friedrich, (1981), en su libro Diccionario De La Psicología, España: Herder S.L., la define como la ciencia que estudia los procesos y estados conscientes de la mente, sus consecuencias y efectos. Ciencia de los procesos subjetivos que se asocian siguiendo leyes. Se establecen los siguientes principios:

a) Principio del acontecer:

La psicología está formada por un conjunto de procesos y no de cosas tangibles.

b) Principios de la vida o de lo orgánico:

Son manifestaciones vitales y poseen las características propias de lo vital: estar ligados a una unidad (al individuo), (independencia (formar un todo), expresión individual, desarrollo ontogenético y filogenético, herencia y capacidad de adaptación, estados de salud y enfermedad, manifestaciones de orientación a un objetivo, etc.

c) Principio de subjetividad:

Son procedimientos que únicamente su portador los experimenta directamente; son estados íntimos, vivencias en contraposición a los procesos corporales y a los que tienen lugar en el mundo exterior (únicamente las experiencias interiores).

d) Principio de las conexiones regulares:

Los procesos psíquicos no se presentan aisladamente, sino en conexión con procesos vitales objetivos (corporales).

De estos principios se deducen consecuencias correspondientes a partes esenciales de la psicología, o de sus métodos de observación, como base general: aplicación de procedimientos estadísticos, aplicación de métodos fisiológicos.

6.3.1.2 Psicología de la conducta:

Según Dorsch, Friederich, (1981), en su Diccionario de Psicología, Barcelona: Herder., es la ciencia que estudia la conducta humana y animal.

6.3.1.3 Semiología:

Según Pedroni, Ana María, (2004), en su libro Semiología, Guatemala: USAC, Indica que es una palabra derivada de la Semiótica, que al igual que la semiología, se dedica al estudio del significado de los signos.

Hay mucho debate con respecto a la semiología y a la semiótica, ya que muchos profesionales en el área consideran que el término significa lo mismo.

“Hay Semiótica cuando se intenta explicar cómo se comunica o significa y que es lo que se comunica o significa” (Eco, Umberto.

“La Estructura Ausente, Lumen, Barcelona, 1965).

Según Pedroni, Ana María, (2004), en su libro Semiología, Guatemala: USAC, la semiología es la ciencia o disciplina que estudia los procesos significantes. Se deriva del griego semeion que significa signo y logía, estudio.

“Es una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. Tal ciencia de la cual lingüística sería una rama, debería ser estudiada por la psicología general.” Esta ciencia, nos enseñaría en qué consisten los signos y que leyes los rigen. Puesto que todavía no existe, no podemos decir cómo será; pero tiene derecho de existencia y su lugar está determinado de antemano”
(De Saussure, Ferdinand, Curso de Lingüística General, Editorial Losada, Buenos Aires. 1977. Sexta Edición.)

La semiología es importante en la comunicación, debido a que vivimos en un mundo de signos, y sin ellos no existiría la comunicación, y a la vez sin ella, no existiría una sociedad, y sin ella el hombre no podría vivir.

Existen dos ramas de la semiología las cuales son La Semiología de la Comunicación y la Semiología de la significación. La diferencia entre las dos anteriores contesta a la discrepancia de cuál debe ser los campos sociales de aplicación tanto de la semiología como la lingüística. Se hace referencia al “TRATADO DE SEMIÓTICA GENERAL” Umberto Eco, quien asume a la Semiótica de la Significación como una teoría general de los códigos y a la Semiótica de la Comunicación como una teoría de los signos.

6.3.1.4 Ciencias Sociales:

Según Zeledón, María del Pilar, (2004), en su libro Lenguaje y estudios sociales en la educación infantil. Costa Rica: EUNED, las define como las ciencias que estudian al hombre en general, desde distinto puntos, ayuda a comprender como el ser humano ha evolucionado a través de la historia, las relaciones con otros seres humanos y el medio ambiente, la cultura de pueblos, relación entre grupos sociales, la política, factores económicos y como estos influyen en la sociedad.

6.3.1.5 Sociología:

Según Zeledón, María del Pilar, (2004), en su libro Lenguaje y estudios sociales en la educación infantil. Costa Rica: EUNED, la define como la ciencia que estudia las condiciones de existencia de la sociedad humana y su desenvolvimiento en la misma, entendiéndose la sociedad como un grupo de personas, que viven en asociación, colectividades e instituciones. Su objeto de estudio es la estructura de la sociedad, incluyendo sus grupos sociales, organización, cohesión y las relaciones entre ellos.

6.3.1.6 Estadística:

Según Fernández F., Santiago, Cordero S., José M., Largo C., Alejandro, (2002), en su libro Estadística Descriptiva, 2da. Edición, ESIC, la define como la ciencia que da respuesta a incógnitas de carácter social, ya que su principal estudio, son los fenómenos sociales. La estadística elabora técnicas para recopilación, reducción de datos, así mismo estudia las probabilidades de acierto de cada una de las opciones posibles.

La estadística es una ciencia que ayuda a facilitar la toma de decisiones, esto mediante a la presentación ordenada de datos observados mediante herramientas como tablas, gráficos, etc.; si mismo reduce los datos con menor importancia o relevancia para la resolución del problema y estima la probabilidad de éxito de la toma de decisiones.

a) Población:

Según Fernández F., Santiago, Cordero S., José M., Largo C., Alejandro, (2002), en su libro Estadística Descriptiva, 2da. Edición, ESIC, indican que también llamada Colectivo o Universo, y se refiere a cualquier conjunto de personas, objetos, ideas, acontecimientos que son sometido a observación por parte del investigador, esto debido a las características que poseen, comportamientos y otras cualidades que permiten diferenciarlos. Es la totalidad de elementos a la que pertenecen los elementos estudiados.

b) Elementos de una población:

Según Fernández F., Santiago, Cordero S., José M., Largo C., Alejandro, (2002), en su libro Estadística Descriptiva, 2da. Edición, ESIC, define que son llamados también individuos de una población. Son cada uno de los componentes que forman la población.

c) Muestra:

Según Fernández F., Santiago, Cordero S., José M., Largo C., Alejandro, (2002), en su libro Estadística Descriptiva, 2da. Edición, ESIC, Es la parte de interés y seleccionada por el investigador, en la que los elementos por los que está compuesta, no tienen ninguna característica esencial que los distingan del resto.

d) Encuesta:

Según Fernández F., Santiago, Cordero S., José M., Largo C., Alejandro, (2002), en su libro Estadística Descriptiva, 2da. Edición, ESIC, es la observación de carácter esporádico u ocasional. Es la obtención de datos por medio de consultas o interrogatorio, referentes a una opinión, actitudes, comportamientos con respecto al ser humano en la sociedad.

6.3.2 Artes:

6.3.2.1 Ilustración:

Según Dalley, Terence, (1992), en su libro ilustración y diseño: técnicas y materiales, Volumen 6 de Artes, técnicas y métodos, Ediciones AKAL, su función principal es producir imágenes, con la finalidad de transmitir o dar a conocer alguna información en específico. El arte y la ilustración no pueden separarse, esto debido a que la ilustración está basada en técnicas artísticas tradicionales. En un contexto comercial, la ilustración es considerada como un arte, y de acuerdo con los requerimientos de las sociedades y la economía, así será el contenido y la forma de la ilustración.

En la antigüedad los artistas griegos y romanos, tenían el leve concepto de una ilustración técnica, ciertas ideas con respecto a perspectivas, colores, etc. Sin embargo fue hasta el renacimiento, que se establecieron las primeras técnicas de la perspectiva. Las teorías de Filippo Brunelleschi, ayudaron a revolucionar el arte, y transformo el trabajo de la ilustración técnica.

Ilustradores como Leonardo Da Vinci y Alberto Durero, contribuyeron a perfeccionar las técnicas de ilustración, debido al alto nivel de complejidad y perfección en sus técnicas de ilustración, asimismo, los detalles minuciosos en sus ilustraciones técnicas y arquitectónicas.

6.3.3 Teorías:

6.3.3.1 Teoría del Color:

Según Puente J. Rosa, (2001), Dibujo y Comunicación Gráfica, 4ta. Edición, México: lo define como la descomposición de la luz o espectro blanco, mediante un prisma, agua y otros objetos, creando un efecto óptico, que genera variedad de luces pigmentadas, que hoy en día conocemos como colores. Los colores se dividen en primarios, secundarios, y negro.

c) Colores Primarios

Son colores que no son derivados de otros colores, es decir no se consiguen de la mezcla de dos o más colores. Rojo, Azul y Amarillo.

b) Colores Secundarios

Son aquellos derivados de la mezcla de dos colores primarios. Purpura, Verde y Naranja.

d) Color Negro

Ausencia de color, debido a la ausencia de luz.

Según Sanz, Juan Carlos. Gallego, Rosa, (2001), en su libro Diccionario Akal de Color, Volumen 29, Ediciones AKAL, es el conjunto de reglas esenciales, que son utilizadas para lograr conseguir un efecto deseado, gracias a la combinación de luz y pigmento. Según esta teoría, la luz blanca puede ser producida gracias a la combinación de los colores rojo, verde y azul, mientras que el color negro, puede ser alcanzado por la mezcla de pigmentos cian, magenta y amarillo.

6.3.3.1.1 Modelos de Color:

Sanz, Juan Carlos. Gallego, Rosa, (2001), en su libro Diccionario Akal de Color, Volumen 29, Ediciones AKAL, hace mención a Goethe cuando propuso un círculo de color simétrico, el cual incluye el de Newton y espectros de complemento. El modelo de Newton, con siete ángulos, de color desiguales, no exponía simetría que Goethe considero importante. En dicho modelo, Goethe permitió admitir la importancia del color magenta, que no se encontraba como color espectral en el círculo de Newton.

a) Modelo de color RGB:

Según Sanz, Juan Carlos. Gallego, Rosa, (2001), en su libro Diccionario Akal de Color, Volumen 29, Ediciones AKAL, es la mezcla de los colores luz, Rojo, Verde y Azul (Red, Green y Blue en inglés). Según esta modelo, puede ser creado cualquier color, en base a la mezclas de estos tres colores luz, y cuando ninguno de estos colores está presentes, dan origen al negro o a la ausencia de luz. Este modelo de colores luz, tiene aplicación de los monitores de un ordenador, televisores, proyectores de video y sistemas en donde se utilizan combinación de materiales fosforescentes en color rojo verde y azul.

b) Modelo CMYK o CMYB

Según Sanz, Juan Carlos. Gallego, Rosa, (2001), en su libro Diccionario Akal de Color, Volumen 29, Ediciones AKAL, CMY trabaja mediante la absorción de la luz, los colores que son visibles son la parte de la luz que no es absorbida. Magenta mas amarillo produce rojo, magenta mas cian produce azul, cian mas amarillo produce el verde y la mezcla de cian, magenta y amarillo produce el color negro, esto son las mezclas del CMY que producen un color negro no tan denso, es por eso que fue necesario la creación del **K** (Key) o **B** (Black), que es el canal clave o negro, que complementa el contraste del color negro tenue que es formado por CMY. Este modelo es utilizado en material impreso, ya que en la actualidad, las impresoras utilizan 3 cartuchos CMY y un cartucho negro, además color primario, lo cual produce mejor contraste.

El color RGB que una persona puede ver en una pantalla de computadora, difiere totalmente del modelo CMYK, es decir el RGB esta hecho por la emisión de luz, mientras el CMYK, por la absorción de la misma.

6.3.3.2 Teoría de Marketing:

Según Sastre Castillo, Miguel Ángel, (2009), en su libro Diccionario de dirección de empresas y marketing. Volumen 8, ECOBOOK, la teoría del marketing es aquella que estudia y determina las necesidades de los individuos o de un público objetivo mediante un conjunto de procesos, y gracias a la localización de necesidades, son creados productos para satisfacer dichas necesidades. También es la manera de impulsar un producto o un servicio, mediante técnicas específicas, basadas en las necesidades de un individuo o grupo objetivo.

6.3.4 Tendencias:

6.3.4.1 Tendencia Mano Alzada:

Según Méndez Mosquera, Carlos, (2001), en su libro Ensayos sobre diseño, Ediciones Infinito, es una tendencia de diseño muy sencilla en los detalles, lenta pero conlleva a una atracción muy poderosa. Se origino en el siglo XIX, y es una de las mejores opciones para personas quien les gusta llamar la atención de una manera muy seria. En esta tendencia las fotografías o las ilustraciones juegan un papel muy importante y llegan a tener una gran demanda para públicos objetivos serios.

The background is white with a large yellow shape on the left side that curves from the top to the bottom. Scattered across the white background are several handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. A yellow banner with rounded corners is positioned horizontally across the middle of the page.

CAPÍTULO VII

CAPÍTULO VII: VALIDACIÓN TÉCNICA

7.1 Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico:

7.1.1 Aplicación de conceptos de Comunicación:

La aplicación de conceptos de comunicación, son importantes, debido a que por medio de estos, sabemos el origen de la comunicación, la historia de la misma. Asimismo, los propósitos de la comunicación (informar, educar, entretener y persuadir), conceptos que son vitales, para dar a conocer los servicios que presta “Casa Hogar Nuevo Despertar”. Los tipos de paciente que atienden, de la misma manera darán conocer los distintos padecimientos de los internos.

Parte de la creación de una imagen institucional es entender el proceso de comunicación, esto con el fin de trasladar bien el mensaje al público objetivo, para dar a conocer el lugar, y ser elegido como la mejor opción para el paciente.

Podemos encontrar los propósitos educativos y persuasivos de la comunicación, en la que se dan a conocer las distintas enfermedades que pueden afectar mentalmente a una persona, los posibles cuidados para la misma. Asimismo, persuadir al público objetivo, dando a conocer el establecimiento, como un hogar o refugio para el paciente, con un ambiente familiar, con las mejores atenciones, y hacerlo sentir como en casa.

7.1.2 Aplicación de conceptos de Diseño:

La aplicación del diseño es crucial en la creación de una imagen corporativa, ya que gracias a la mezcla del color, diagramación, tipografía, formas, figuras, y otros elementos gráficos, podemos transmitir una idea, sentimiento, pensamiento, etc. a nuestro público objetivo.

Por medio del concepto de imagen corporativa y las partes que conforman a ésta, (logotipo, elementos gráficos, lenguaje, slogan), se representa a la Casa Hogar Nuevo Despertar, mediante un proceso de unión, combinación, bocetaje, digitalización y de elección de las propuestas más adecuadas y representativas para la institución, en base a su misión, visión y objetivos, la unión lógica de todos los elementos anteriores y transmitir dicho mensaje gráfico de manera eficaz.

7.1.3 Aplicación de conceptos de Ciencias Auxiliares:

La aplicación de Ciencias Auxiliares como la psicología, sociología, mercadeo, nos ayudan a comprender las distintas maneras de pensar y analizar un mensaje por parte de un público objetivo. Asimismo, el comportamiento de la sociedad de acuerdo a distintos contextos en el que se desarrolle, aspectos culturales, demográficos, pictográficos, etc. y las distintas necesidades de los mismos, esto acompañado de las diferentes reacciones de consumo que estos puedan tener gracias a los estímulos, generados gracias a los materiales publicitarios (gráficos, escritos, verbales, etc.) a los que son sometidos con los elaborados para Casa Hogar Nuevo Despertar.

7.2 Conceptualización:

7.2.1 Método:

7.2.1.1 Técnica de creatividad de Da Vinci:

El cariño, el amor, la fraternidad, el apoyo y el calor de hogar, son factores importantes para el buen cuidado de las personas que padecen de discapacidades mentales, por lo que, fue importante, tomar dichos aspectos en la creación de la imagen corporativa de Casa Hogar Nuevo Despertar. Dichos aspectos fueron reunidos, bocetados, creados, analizados y explicados por medio de la técnica de creatividad de Da Vinci, que consiste en plasmar de forma grafica (dibujos), las ideas, a la vez explicando el porqué de dichas formas, su significado dentro del material de diseño, de forma escrita, junto a dichas formas, para generar más ideas coherentes, más representativas y que nos lleven a un adecuado diseño final.

7.2.1.2 Identificación o Empatía:

Dicha técnica tiene como fin, que el creativo, por un momento se desligue del papel de creativo, y colocarse en la posición de una persona, animal o cosa que se encuentre relacionada con el objetivo de creatividad, o con los objetivos que se desean alcanzar en el campo con el que se trabaja.

Para el presente proyecto, durante el desarrollo de la creación del arte grafico, nos ubicamos momentáneamente en la vida de una persona discapacitada mental, en la que los cuidados, la comodidad, el ambiente hogareño y el cariño que pudiéramos recibir por parte del personal de Casa Hogar Nuevo Despertar, podría

influir de manera crucial en nuestra conducta, estado de ánimo, autoestima, recuperación etc. Y esto genere la felicidad, bienestar y satisfacción por parte del paciente y de sus padres o encargados.

7.2.2 Definición del Concepto:

“Casa Hogar Nuevo Despertar: Deja tu huella... Ayúdanos!”, Esta frase hace referencia a la huella que puede dejar en todos los aspectos la ayuda que pueda prestar cualquier persona o institución dispuesta a colaborar con Casa Hogar Nuevo Despertar. Huella en la institución en general, huella en la vida de los pacientes internos en la institución, en los colaboradores de la institución, y en la vida en general, ya que se trata de hacer conciencia que brindar una ayuda de cualquier tipo deja una marca en la vida.

7.3 Bocetaje:

El proceso de bocetaje fue desarrollado manualmente, mediante insumos y herramientas de diseño como papel bond, papel sketch, crayones pastel, lápices de distintas características (de clase HB y B). Asimismo, herramientas de medición como regla listón largo, regla escuadra, escalímetro y compas.

A continuación presentamos la descripción detallada y la razón de la utilización de los elementos gráficos presentados en todo el material gráfico.

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía	<p><i>Dar a conocer el ambiente y la mentalidad infantil, ya que la mayoría de personas con capacidades mentales diferentes, presentan un razonamiento y conducta infantil. Indicamos lo anterior con el fin de que el paciente, se identifique con la institución y se sienta cómodo en la misma.</i></p> <p><i>Tipografía:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>TimKid</i> • <i>DJB BREWHAUS SPECIAL</i> 	<p><i>Illustrator CS5: Utilización de 2 tipos de tipografía, tanto para diferenciar el Imagotipo y Slogan.</i></p>	<p><i>Infancia, Sencillez, Diversión, Comodidad, Manualidad.</i></p>
Color	<p><i>Se utilizaron colores fríos, y derivados de los mismos como azul, verde, amarillo, fucsia, aqua, rosado, con el fin de que el paciente se sienta en un ambiente fresco y vivo, y a la vez, que no tenga una sensación de un estado estático o de encierro, sino que psicológicamente transmita viveza y actividad constante.</i></p> <p><i>También se utilizaron algunos colores cálidos como naranja y amarillo para transmitir un sentimiento de calidez de hogar, o el color rojo en el centro para simbolizar el amor como punto central.</i></p>	<p><i>Photoshop CS5 e Illustrator CS5: Se utilizaron colores fríos y sólidos. Asimismo, algunas combinaciones de colores fríos.</i></p>	<p><i>Bienestar, Frescura, Inocencia, Amor, Seguridad, Viveza, Actividad, Positivismo.</i></p>
Contornos y Líneas	<p><i>Se utilizaron contornos y líneas con efecto de pincel y tiza, con el fin de transmitir un efecto hecho a mano, esto debido a que en la institución, se realizan múltiples trabajos manuales, en dichas actividades participan todos los pacientes, por lo que se decidió hacer el logo y la mayoría de elementos de diseño con dicho acabado, denotando que los pacientes son partícipes en todo, incluso en la imagen institucional.</i></p>	<p><i>Illustrator CS5: La utilización de dichos contornos y líneas ayudan a obtener el efecto de un diseño más sencillo y manual.</i></p>	<p><i>Manualidad</i></p>

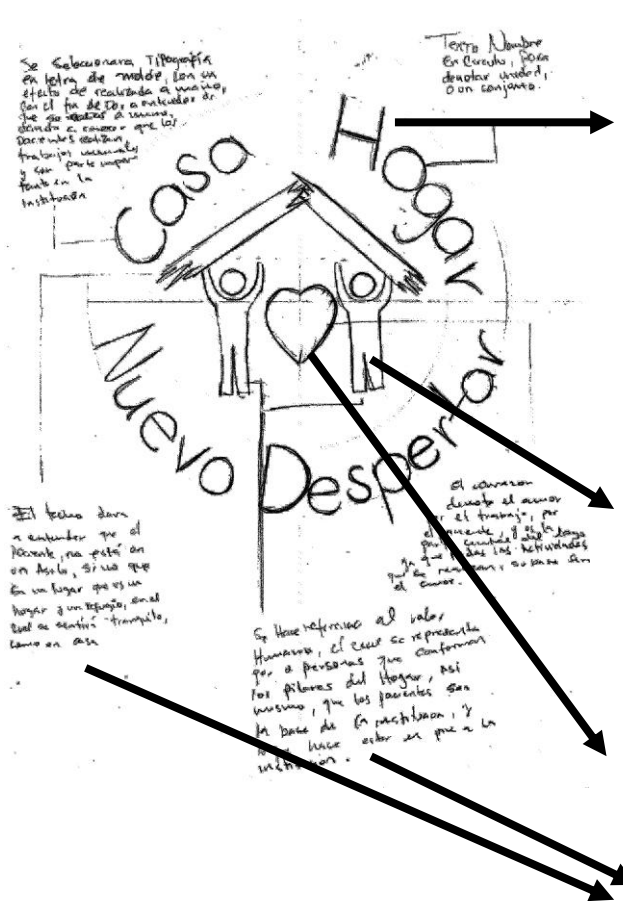
<p>Elementos</p>	<p><i>Se crearon elementos como un corazón, para denotar el amor como parte central de toda actividad dentro de la institución.</i></p> <p><i>También huellas de manos, con el fin de transmitir inclusión de los pacientes como parte de la casa hogar y así mismo denotar una idea de aporte, o también de dejar un rastro dentro de la Casa Hogar.</i></p> <p><i>Se incluyen tres listones celeste y blanco, representando el Pabellón Nacional, inculcando el patriotismo y asimismo, indicando que es una institución guatemalteca.</i></p> <p><i>El Contorno tras la tipografía encierra todo el conjunto de sentimientos que transmiten los elementos anteriores, creando una unidad, y dicha unidad representa la unidad de La Casa Hogar Nuevo Despertar.</i></p>	<p><i>Illustrator CS5: La utilización de dichos contornos, líneas, colores y contornos ayudan a obtener el efecto de un diseño más sencillo y manual.</i></p>	<p><i>Sencillez, Amor, Inclusión</i></p>
-------------------------	--	---	--

7.4 Propuesta Preliminar:

A continuación se presentan las propuestas que se generaron para la creación del trifoliar, manual de identidad gráfica y las piezas de diseño que a él pertenecen. Se observarán las explicaciones a detalle con respecto a la creación de las mismas.

7.4.1 Propuesta de Imagotipo No. 1:

7.4.1.1 Boceto Blanco Y Negro:



Se utilizará un tipo de letra sencilla, con efecto de hecha manualmente, y su forma será circular para encerrar los elementos internos y crear unidad.

El techo es sostenido por dos personas, dichas personas son los pacientes, ya que gracias a ellos, la institución continúa activa.

El corazón en la parte central representa, que la base o la parte más importante de la institución es el amor.

Técnica de creatividad de da Vinci.

7.4.1.2 Color



Se utilizaron colores fríos, para transmitir frescura y a la vez paz.

Se incluyó dentro del corazón, dos listones celeste y blanco, para simular el pabellón nacional, como símbolo de amor pro Guatemala.

Colores vivos para denotar actividad y viveza para las dos columnas humanas, que simbolizan los pacientes.

Técnica de creatividad de Da Vinci.

7.4.1.3 Digitalización:

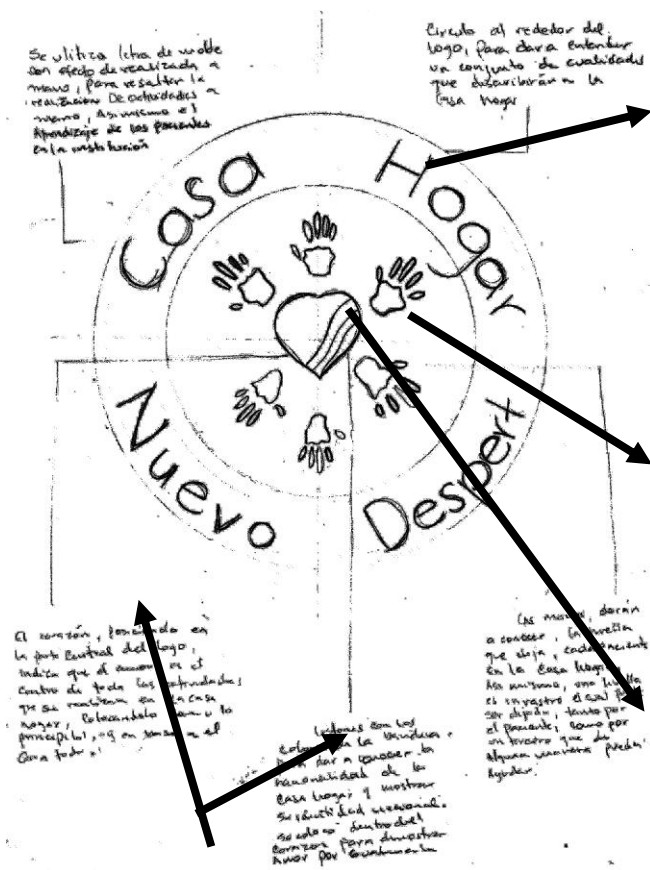


El Imagotipo, podrá ser utilizado para todo tipo de material gráfico (Físico o Virtual), que represente a La Casa Hogar Nuevo Despertar.

Se puede apreciar la predominancia de los colores fríos en el logotipo, y a la vez sólidos.

7.4.2 Propuesta De Imagotipo No. 2

7.4.2.1 Bocetos Blanco y Negro:



Se utilizará un tipo de letra sencilla, con efecto de elaborada manualmente, y su forma será circular con un fondo sólido para encerrar los elementos internos y crear unidad.

Huellas que simbolizan una marca que dejan los pacientes dentro de la institución. Asimismo, la inclusión dentro de la comunidad interna.

El corazón en la parte central representa, que la base o la parte más importante de la institución es el amor.

También se refleja el amor a Guatemala, esto se representa con los listones que serán celeste y blanco.

7.4.2.2 Boceto A Color:



Se utilizará el color naranja como un color fuerte y sólido, dando vida al logo y a todos los elementos internos.

Se utilizan variedad de colores para hacer referencia a la diversidad de pacientes a la que se le prestan servicios.

El amor y amor por Guatemala.

7.4.2.3 Digitalización:

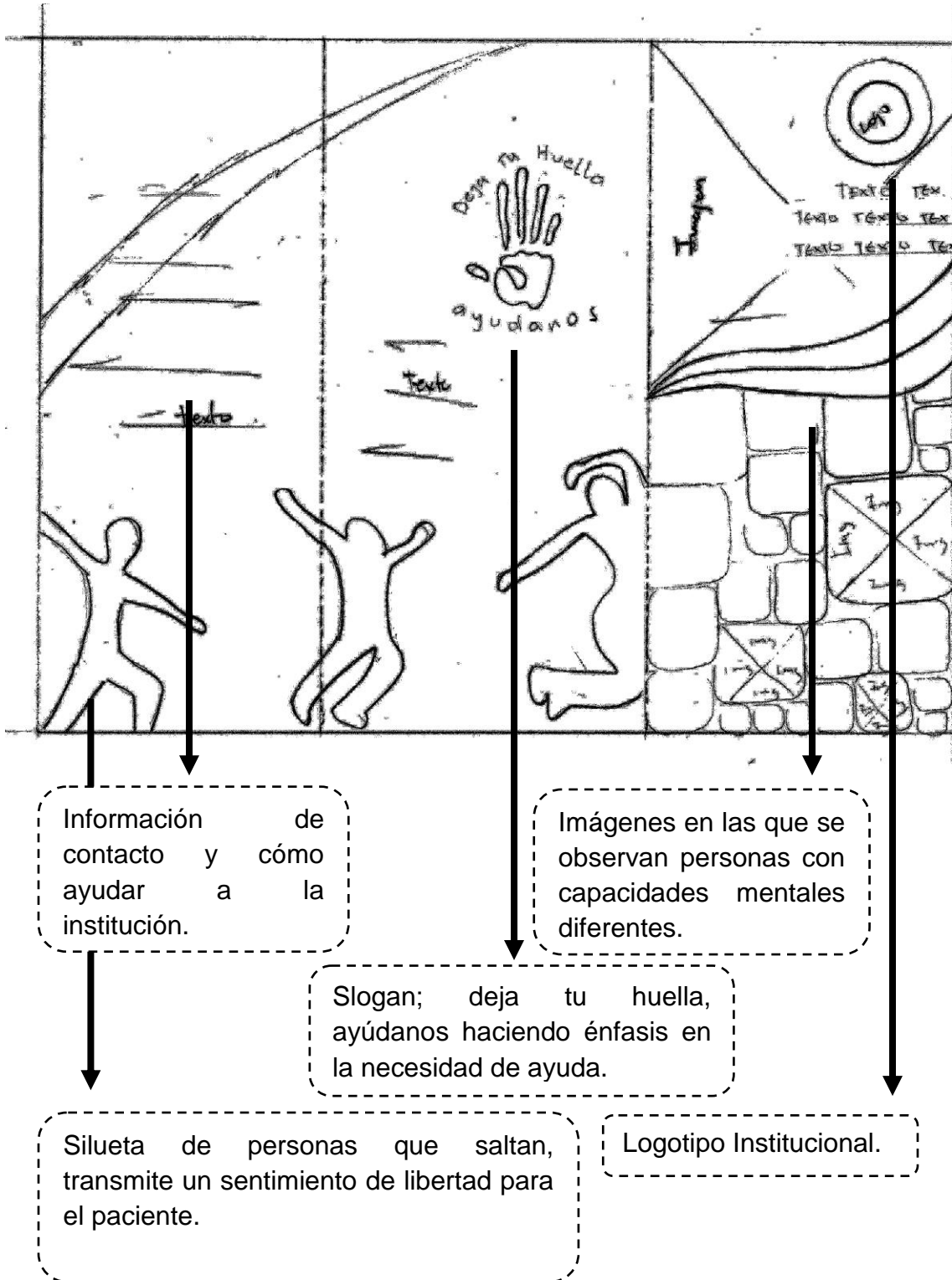


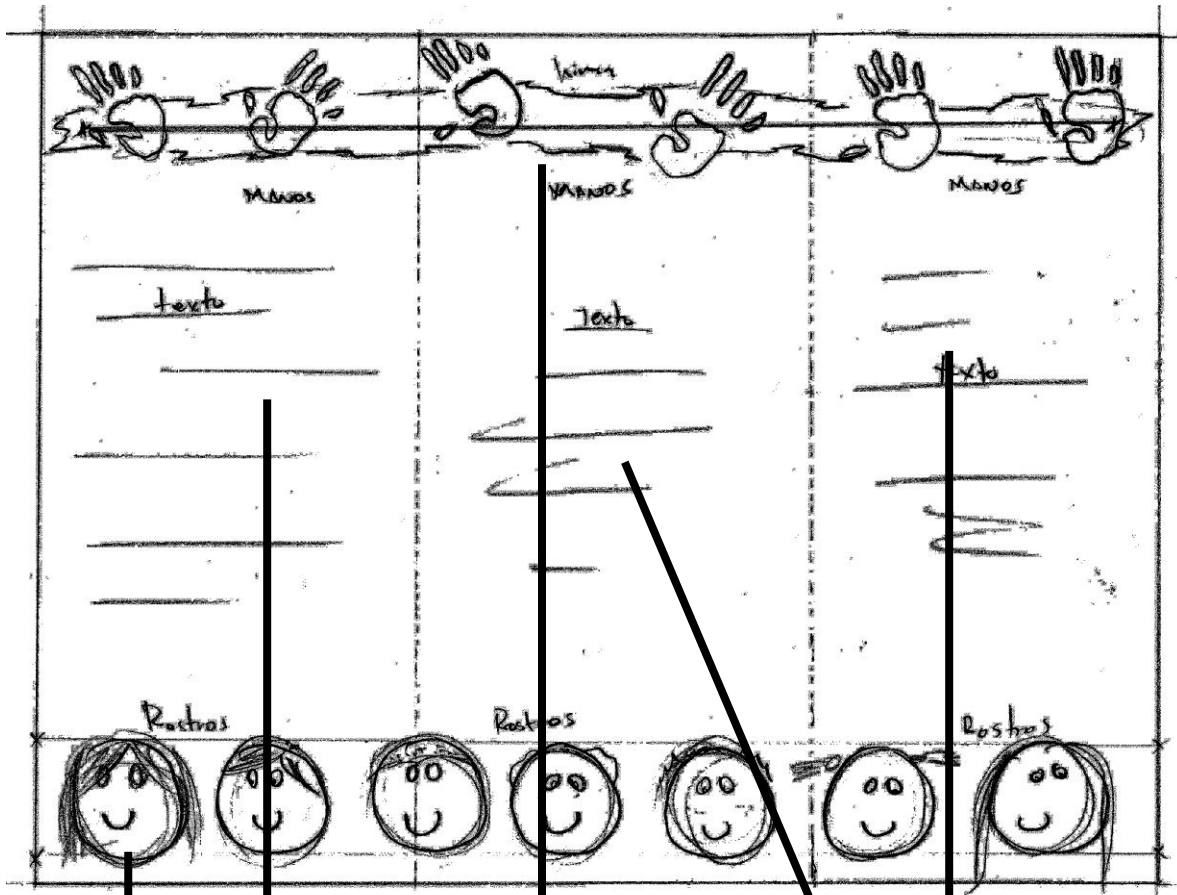
El Imagotipo, podrá ser utilizado para todo tipo de material gráfico (Físico o Virtual), que represente a La Casa Hogar Nuevo Despertar.

Se puede apreciar la predominancia de los colores fríos en el logotipo, y a la vez sólidos.

7.4.3 Propuesta Trifoliar No. 1:

7.4.3.1 Boceto Blanco y Negro:





Distintas caricaturas con rostros de personas, transmitiendo idea de variedad, los que hacen referencia a la diversidad de casos, edades, problemas etc., que atiende la institución.

Misión y Visión de la Casa Hogar Nuevo Despertar.

Rastro de pintura por brocha y las huellas con pintura reflejan que la institución vela porque el paciente se mantenga constantemente activo en actividades en las que exploten su creatividad

Objetivos Generales de la Casa Hogar Nuevo Despertar.

Información General de la Casa Hogar Nuevo Despertar.

7.4.3.2 Digitalización:



Se utilizaron colores vivos en la realización del mismo para transmitir avivamiento.

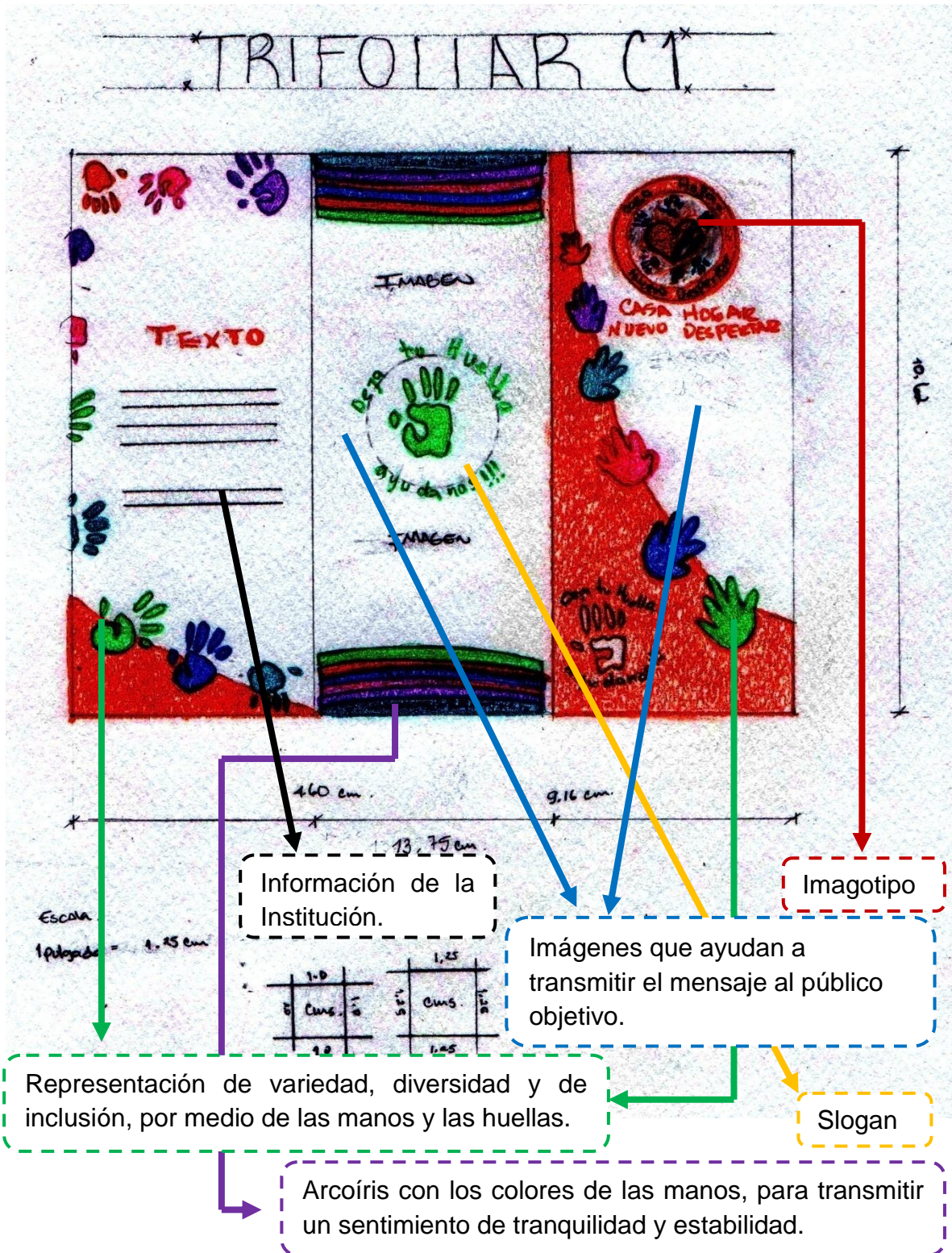
Rompecabezas incompleto, haciendo referencia a la carencia de algo.

Se utilizó diversidad de colores sólidos en ciertas partes para transmitir la idea de la gran diversidad de casos de capacidades mentales diferentes que se atienden.

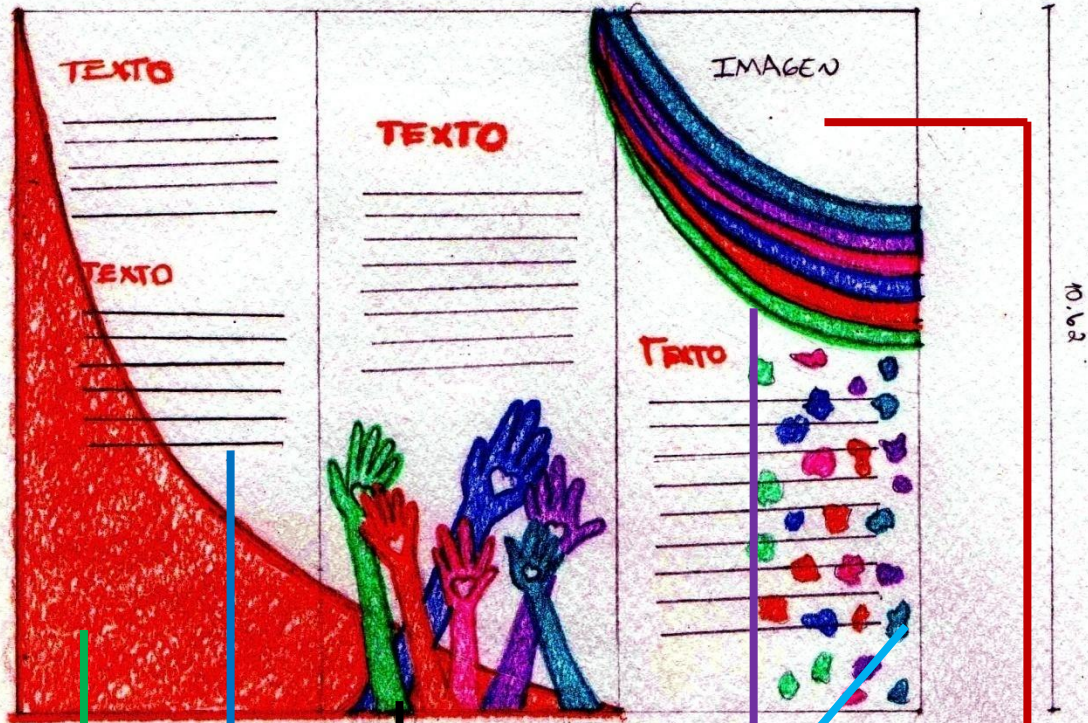


7.4.4 Propuesta Trifoliar No. 2:

7.4.4.1 Boceto Color:



TRIFOLIAR C2



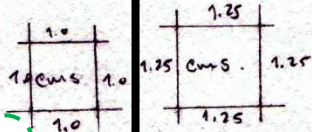
Escala
1 pulg ≈ 1.5 cm.

Manchas de pintura que transmite sentimiento de manualidad.

Imagen que ayuda a transmitir mensaje público.

Se presenta un diseño más serio y formal.

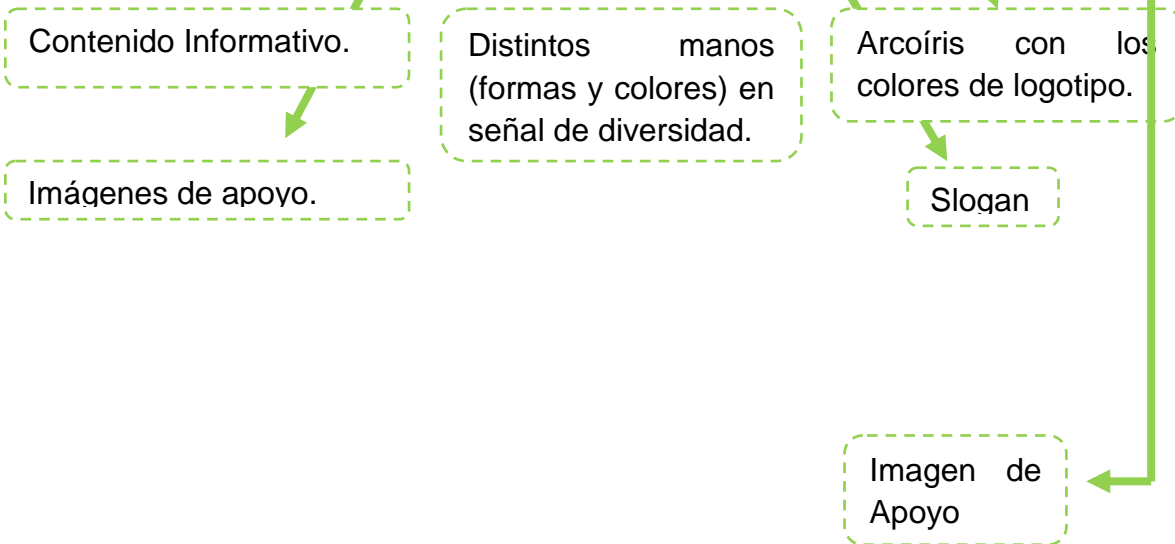
Imágenes que ayudan a transmitir el mensaje al público objetivo.



Las manos con un corazón transmitirán un sentimiento de amor, ternura y cuidados que el paciente recibirá dentro de la

Arcoíris con los colores de las manos, transmitir un sentimiento de tranquilidad y estabilidad.

7.4.4.2 Digitalización:



Misión

Prestar Servicios de cuidados a personas guatemaltecas con capacidades distintas, problemas de retraso mental, retardo mental, ayudando a su pronta recuperación física, rigiéndonos por el temor a Dios, a los valores éticos y morales, y de esta manera ayudar a nuestro prójimo y a Guatemala en General.

Información General

La Casa Hogar Nuevo Despertar, es una institución que busca ayudar a guatemaltecos, discapacidad mental, así mismo personas con capacidades distintas, brindando cuidados y terapias especiales a personas con problemas como:

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Entre otros



Visión

Ser una institución líder en la ciudad de Guatemala, caracterizada por la calidad, el buen servicio y la excelencia para con nuestros pacientes, en el cual se sienta cómodo, en un ambiente hogareño y brindar seguridad a la familia de nuestro pacientes, para que esto contribuya a la rápida recuperación del mismo.



Objetivos

- Brindar una pronta recuperación física a nuestros pacientes mediante terapias.
- Brindar un servicio de calidad para la satisfacción del paciente también así seguridad para su familia.
- Brindar tratamientos efectivos para el paciente.

Contenido Informativo.

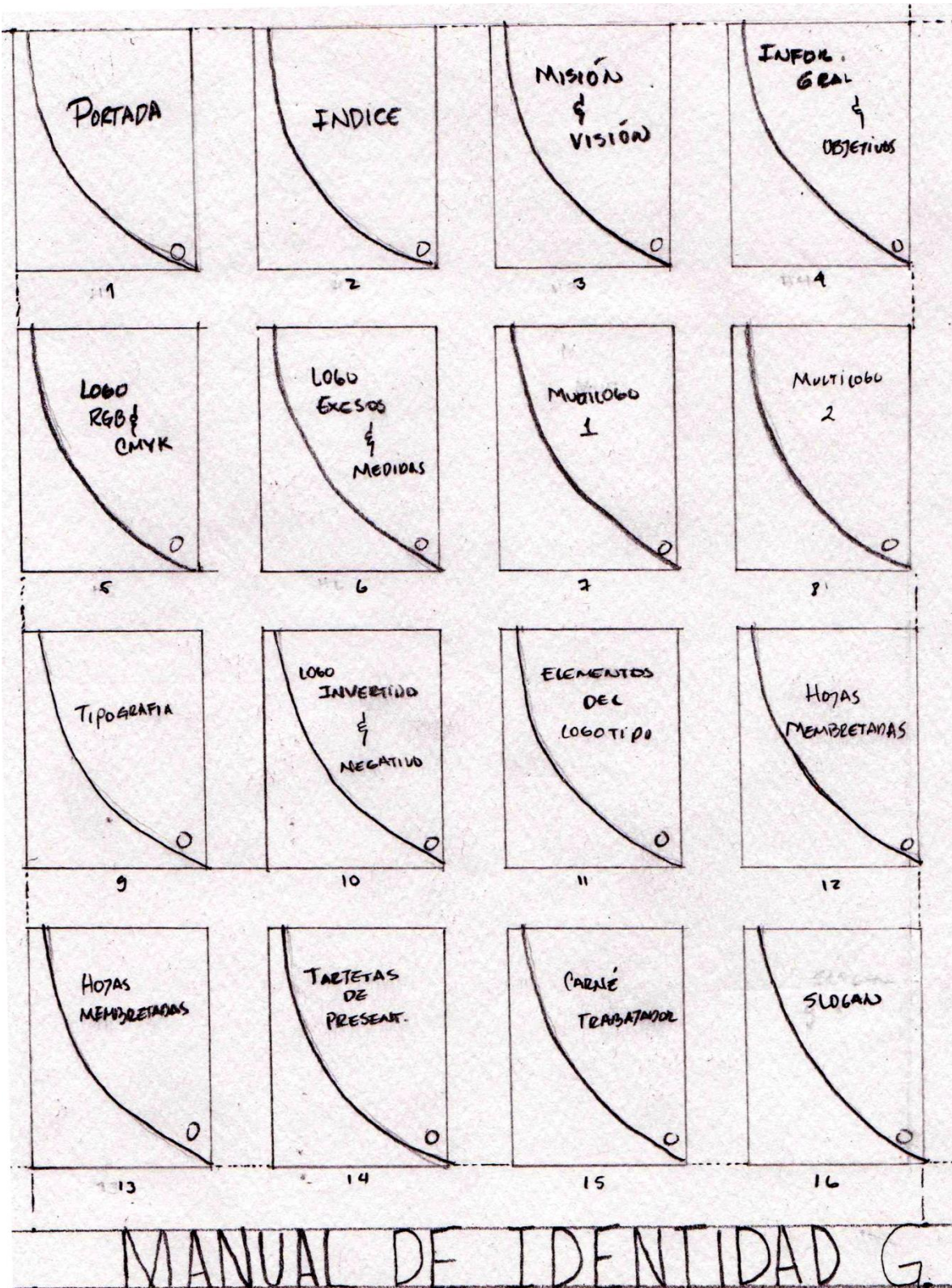
Manchas de Pintura.

Arcoíris con los colores de logotipo.

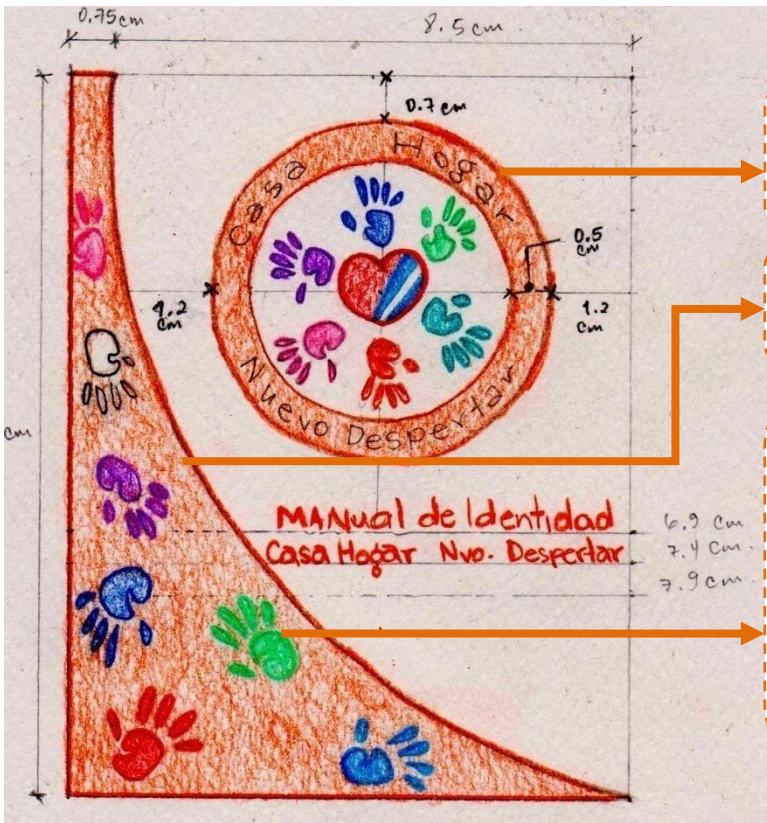
Diseño manos con corazones -énfasis en los cuidados-.

7.4.5 Propuesta Manual Identidad Gráfica:

7.4.5.1 Boceto Blanco y Negro:



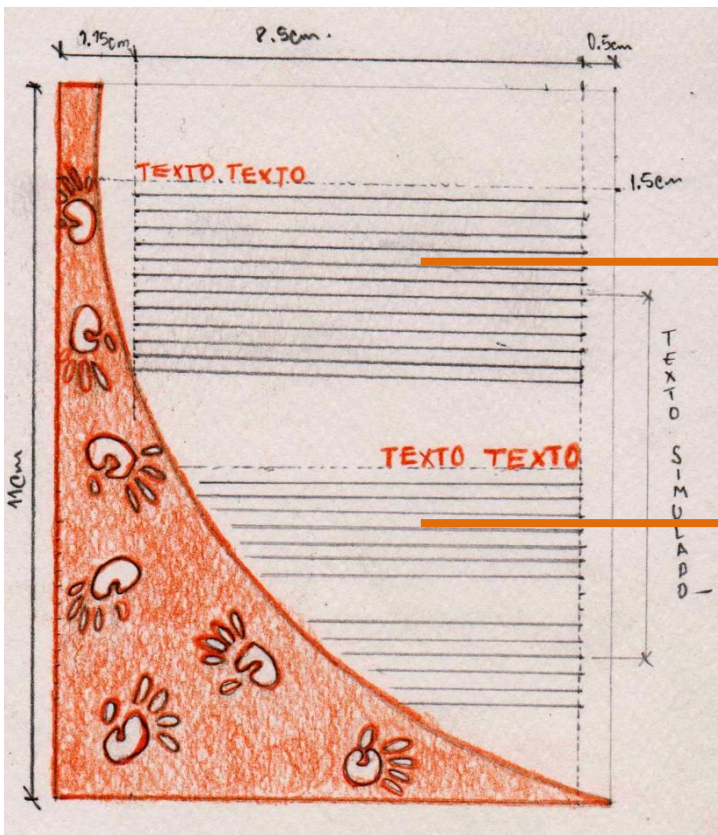
7.4.5.2 Bocetos de muestra para el Manual De Identidad Gráfica (Color):



Presencia del imagotipo en la Portada.

El color naranja será el color institucional.

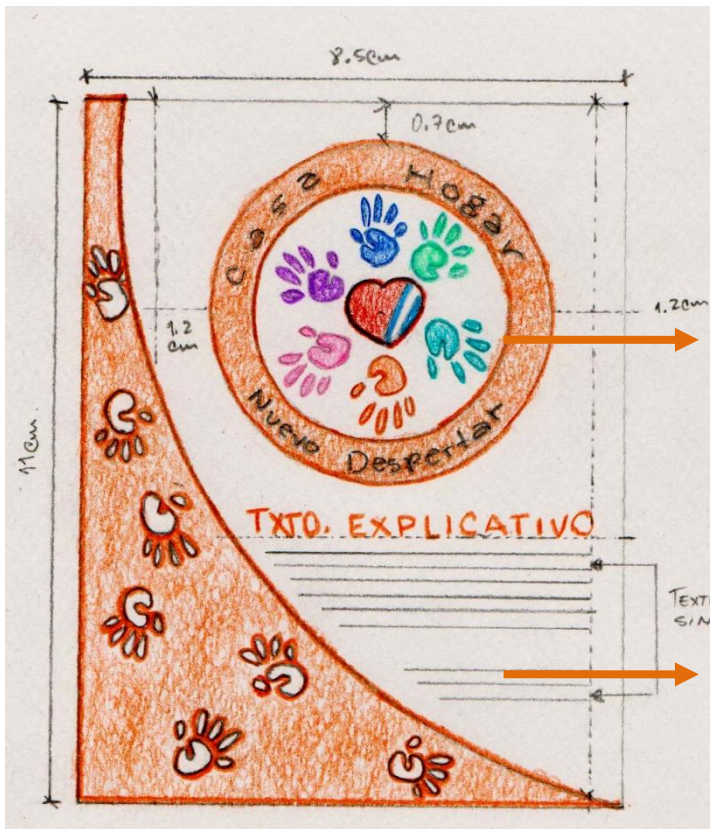
Las manos como elemento del logotipo, también podrán usarse en cualquier material de diseño, aún sea físico o electrónico, incluso en color blanco.



DISEÑO DE PÁGINAS CON CONTENIDO TIPOGRÁFICO

El texto podrá abarcar toda el área blanca dentro del manual, sin tocar el borde con el diseño institucional.

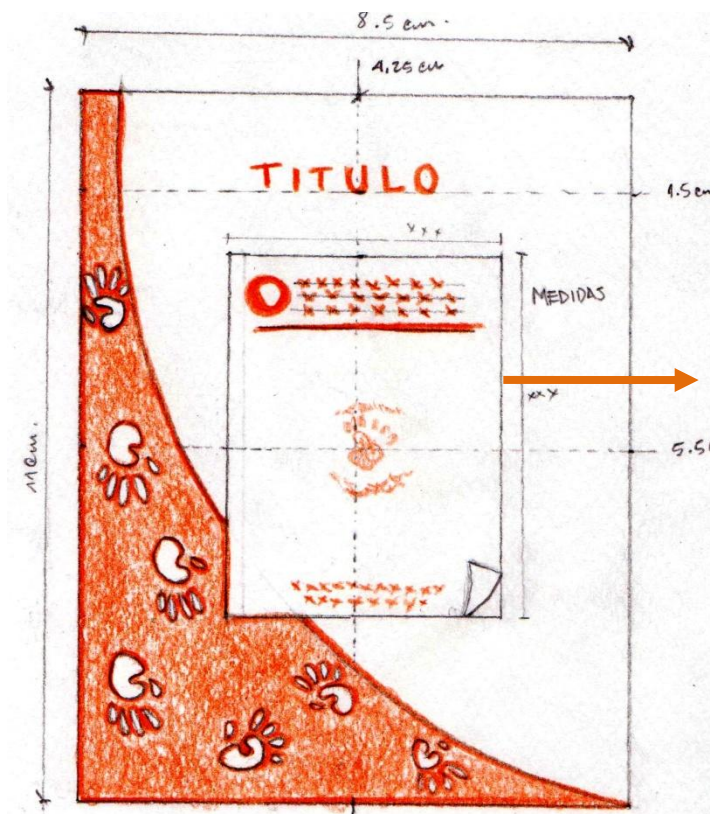
El texto puede tener cualquier alineación, respetando lineamientos Institucionales (color, tipografía, etc.) y el área blanca en el manual con margen de 1 pulg con los bordes laterales.



DISEÑO DE PÁGINAS CON CONTENIDO TIPOGRÁFICO Y ARTE GRÁFICO

Se podrá realizar cualquier elemento de diseño, respetando tipografía, color y todo aspecto institucional, dentro del área blanca.

El texto puede tener cualquier alineación, al respetar lineamientos gráficos institucionales y el área blanca en el manual con margen de 1 pulgada con los bordes laterales.



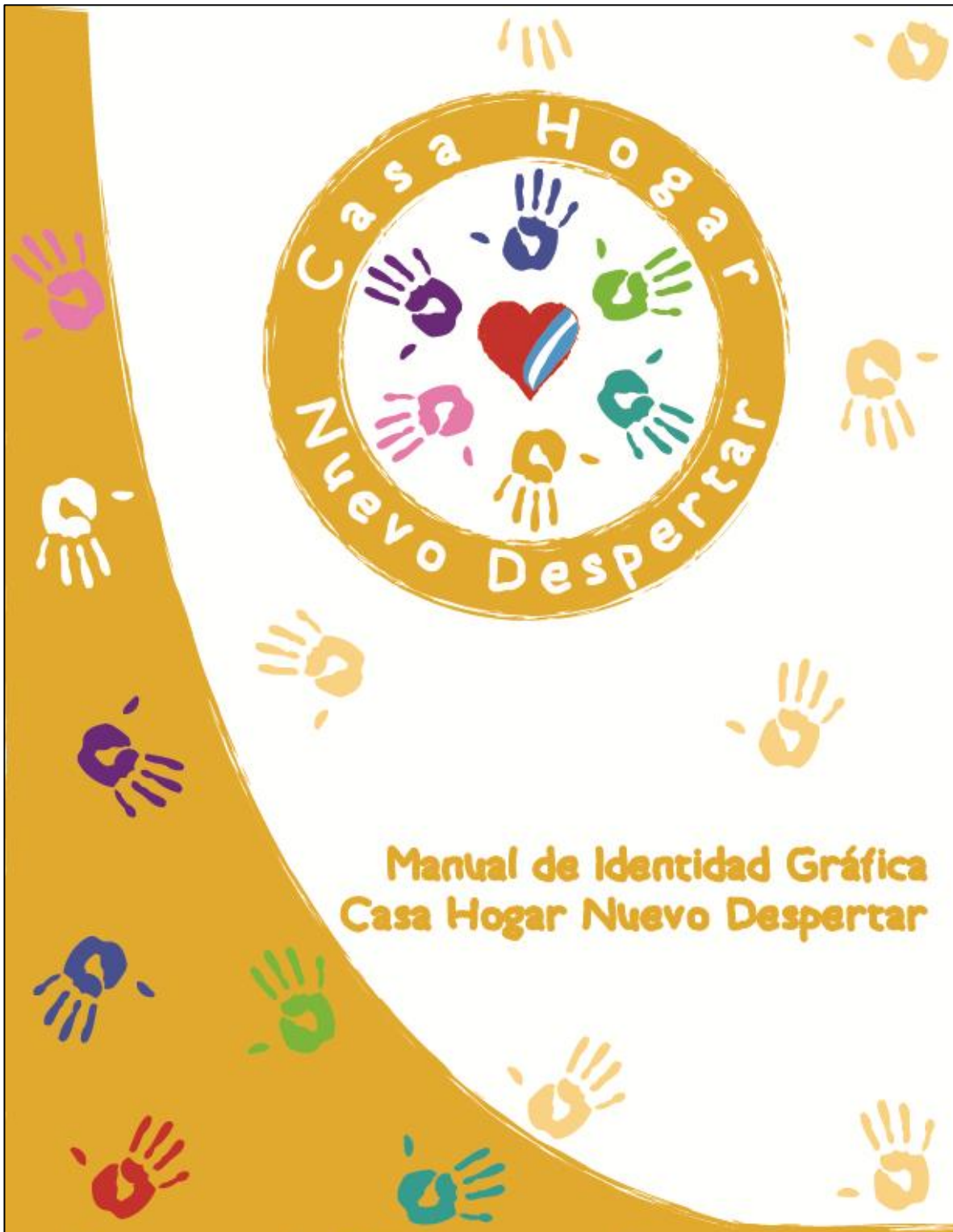
DISEÑO DE PÁGINAS CON PIEZAS DE DISEÑO INSTITUCIONAL

Se podrá realizar cualquier elemento de diseño, al respetar lineamientos gráficos institucionales.

Para el caso de piezas de diseño, se hará una excepción, permitiendo pasar el borde naranja del diseño institucional, con el fin de detallar bien las normas para el diseño de dichas piezas.

7.4.5.3 Digitalización:

DISEÑO DE PORTADA



DISEÑO DE PÁGINAS CON CONTENIDO TIPOGRÁFICO

Misión

Ser una institución líder en la ciudad de Guatemala, caracterizada por la calidad, el buen servicio y la excelencia para con nuestros pacientes, en el cual se sienta cómodo, en un ambiente hogareño y brindar seguridad a la familia de nuestro pacientes, para que esto contribuya a la rápida recuperación del mismo.

Visión

Servir a personas guatemaltecas con discapacidades físicas, problemas de retraso mental, retardo mental, problemas de adicción, personas de avanzada edad, problemas psicológicos, ayudando a su pronta recuperación, rigiéndonos por el temor a Dios, a los valores éticos y morales, y de esta manera ayudar a nuestro prójimo y a Guatemala en General.

DISEÑO DE PÁGINAS CON CONTENIDO TIPOGRÁFICO Y ARTE GRÁFICO

IMAGOTIPO CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR



R
G
B

	R155 - G203 - B60
	R48 - G90 - B169
	R0 - G167 - B157
	R229 - G177 - B35
	R230 - G121 - B176
	R102 - G45 - B145
	R206 - G32 - B39
	R12 - G158 - B217
	R255 - G255 - B255

C
Y
K

	C44.6 - M0 - Y100 - K0
	C89.05 - M71.24 - Y0 - K0
	C80 - M10 - Y45 - K0
	C10.71 - M0 - Y100 - K0
	C4.52 - M65.63 - Y0 - K0
	C75 - M100 - Y0 - K0
	C12.2 - M1000 - Y100 - K3.56
	C44.6 - M0 - Y100 - K0
	C44.6 - M0 - Y100 - K0



DISEÑO DE PÁGINAS CON PIEZAS DE DISEÑO INSTITUCIONAL

HOJAS MEMBRETADAS



CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

DEJA TU HUELLA!
¡SOMOS!

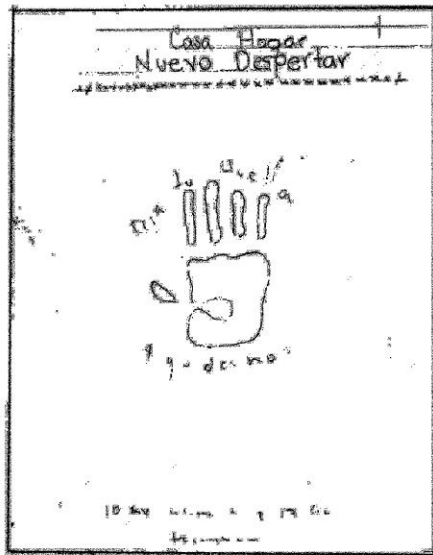
10 Av. 10-80, zona TP Residenciales del Norte
Teléfonos: 4212-2892/5959-0481



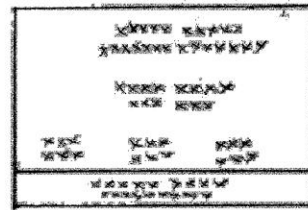
7.4.6 Propuesta piezas de diseño contenidas en el Manual Identidad

Gráfica:

7.4.6.1 Bocetos diseño de documentos institucionales blanco y negro:



Hoja Membretada



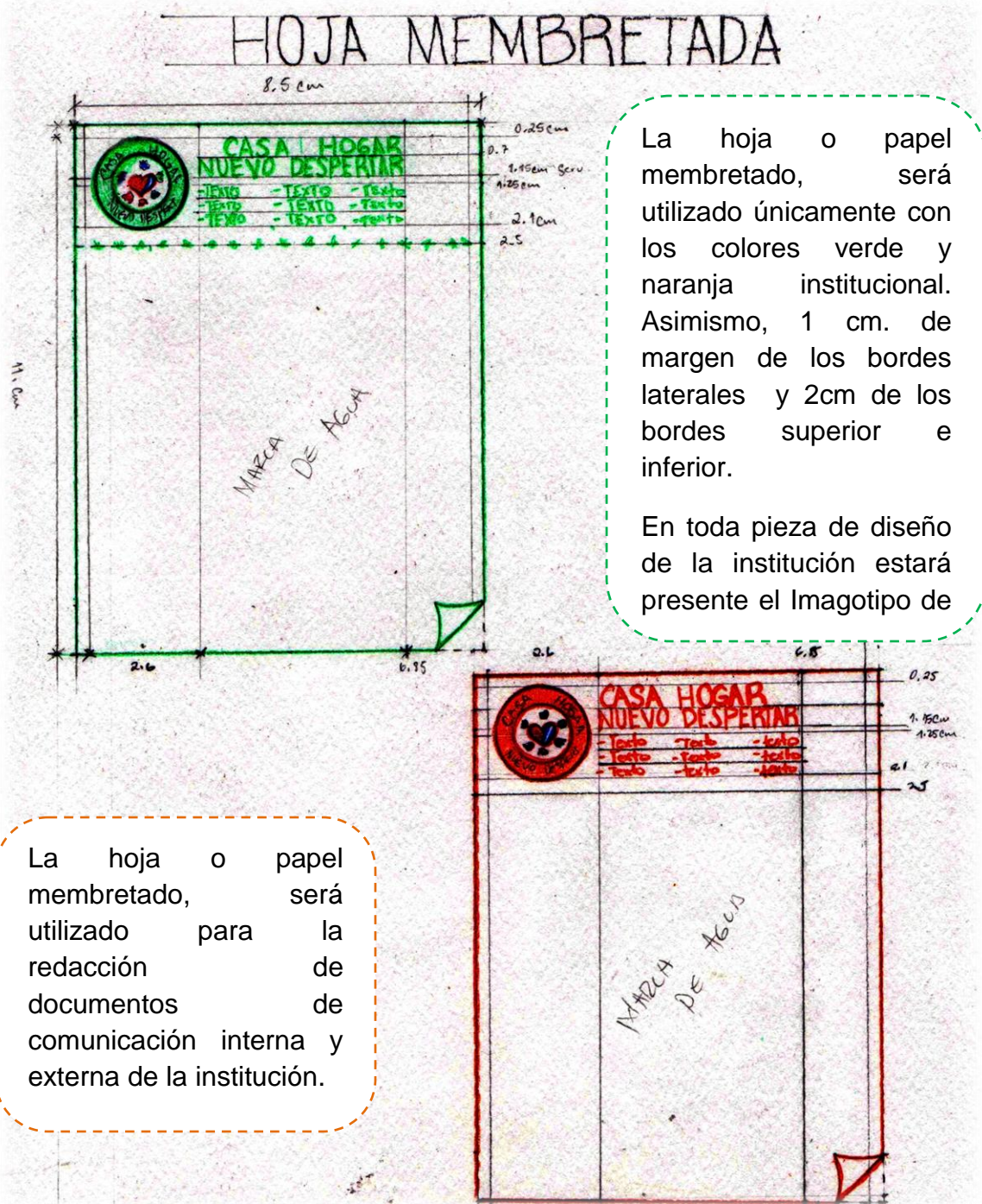
Carta de Presentación



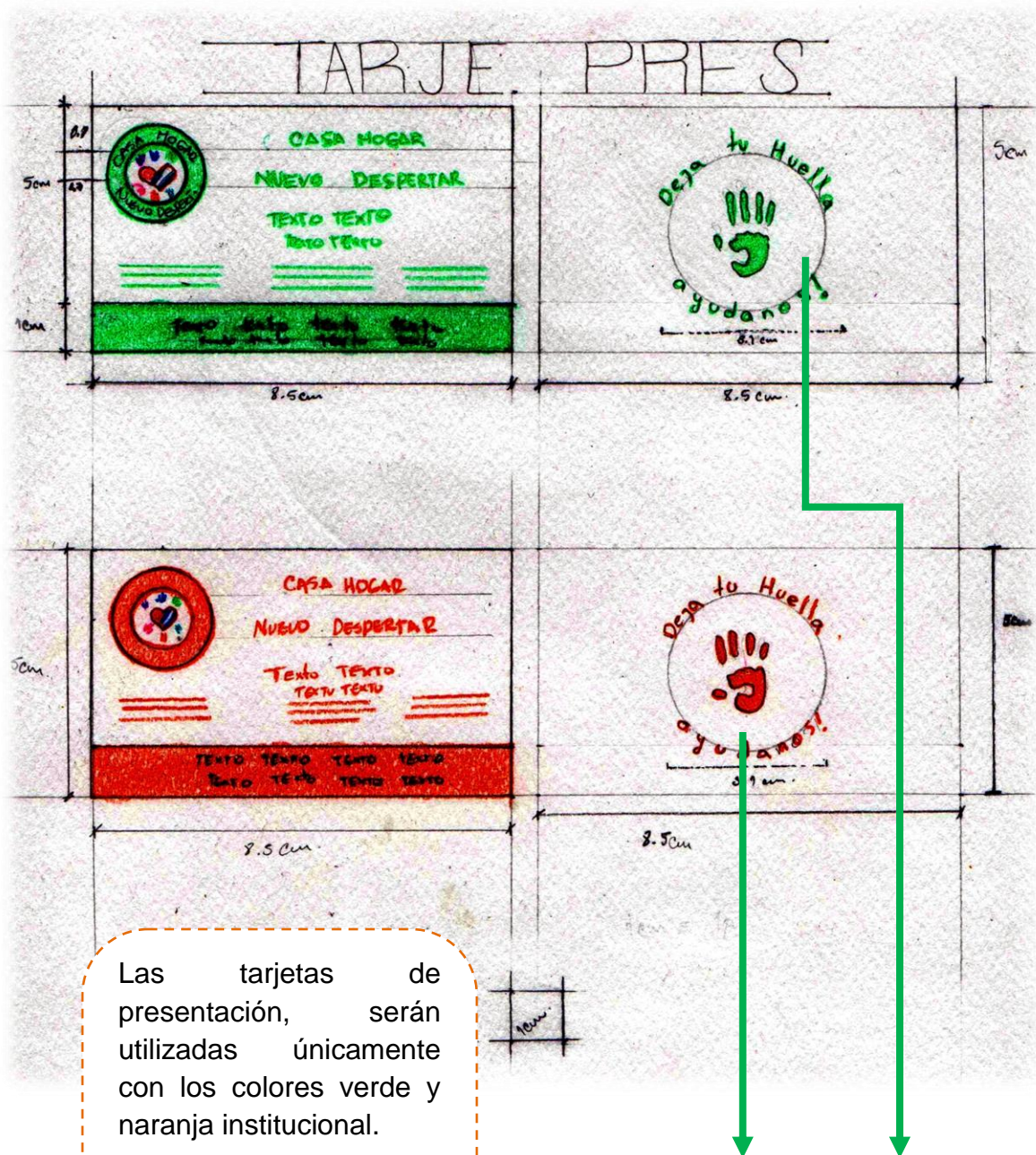
Carné Trabajo

Todas las piezas de diseño, podrán realizarse respetando las normas gráficas institucionales, exceptuando el color, ya que debido a la existencia de las versiones del logotipo, en color naranja y verde institucional.

7.4.6.2 Bocetos a color, Hojas Membretadas:



7.4.6.3 Bocetos a color, Tarjetas De Presentación:

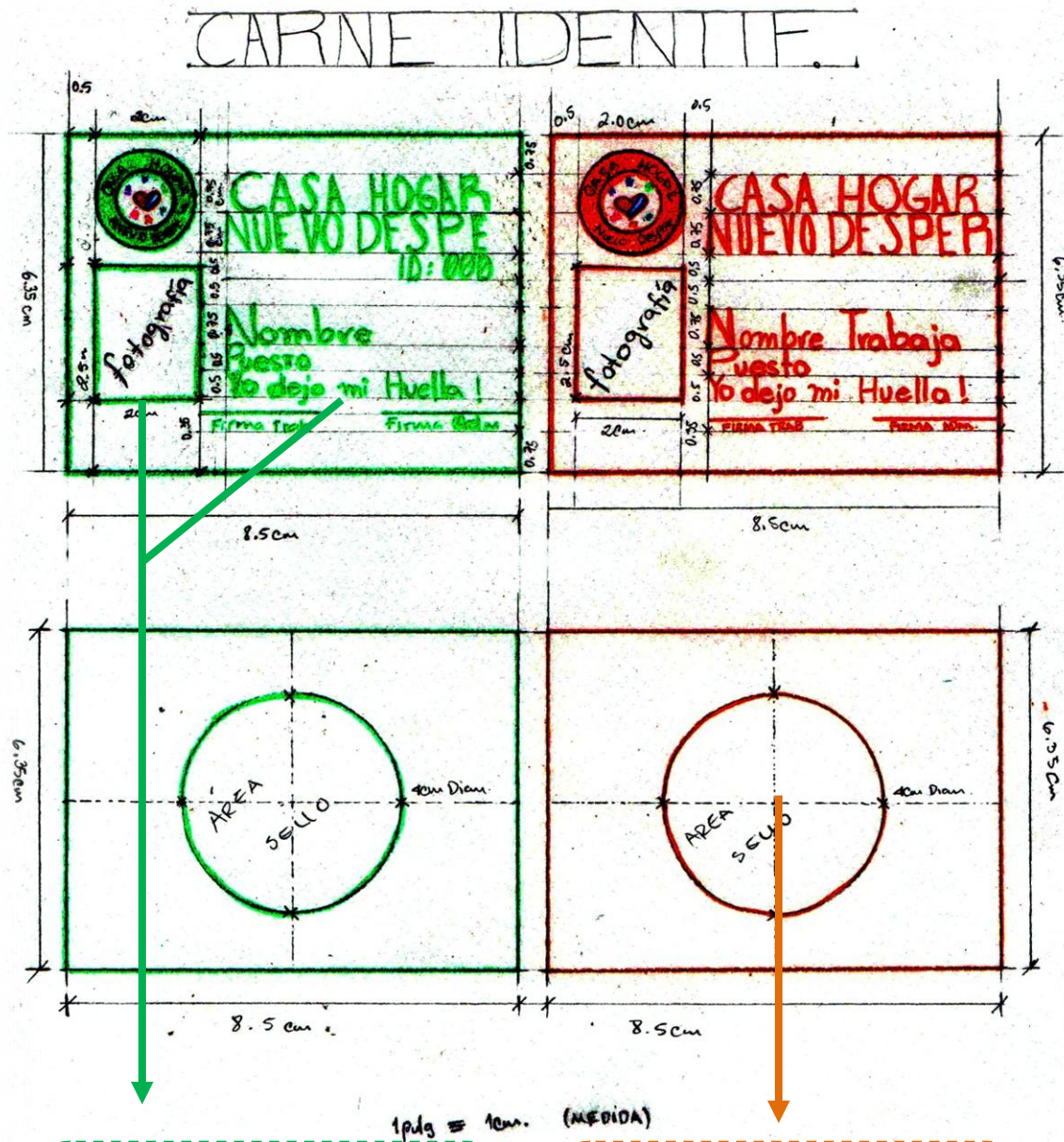


Las tarjetas de presentación, serán utilizadas únicamente con los colores verde y naranja institucional.

Dentro de las mismas se consignará el nombre y puesto del trabajador, los servicios e información de contacto con la institución.

En el dorso únicamente estará presente el slogan, para solicitud de ayuda a cualquier persona individual o jurídica que le puedan brindar.

7.4.6.4 Bocetos a color, Carné de Identificación Institucional:



Se colocará una fotografía del trabajador, los datos del mismo, y un espacio para firmas, tanto del trabajador como de la administradora, esto para validar la originalidad del carné.

En el dorso únicamente estará presente el slogan, para solicitud de ayuda a cualquier persona individual o jurídica que le puedan brindar.

7.4.6.5 Digitalización, Hojas Membretadas:



CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

DEJA TU HUUELLA!

¡SIN DOLOR!

10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales del Norte
Teléfonos: 4212-2892/5959-0481

Digitalización, Hojas Membretadas:



CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física



10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales del Norte

Teléfonos: 4212-2892/5959-0481

7.4.6.6 Digitalización, Tarjetas de Presentación:



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
Cuidados Psiquiátricos y Atención Psiquiátrica

SILVIA ENAMORADO
Administradora


- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Violencia
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

10 Av. 10-80, zona TP Residenciales del Norte
Teléfonos: (212-2892/5959-0481)

Nombre y puesto del trabajador.

Servicios de cuidados.

Ubicación y Contacto.



Deja Tu Huella

BYDQNSI

Slogan.

Modelos:

- Verde Institucional
- Anaranjado Institucional.



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
Cuidados Psiquiátricos y Atención Psiquiátrica

SILVIA ENAMORADO
Administradora

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Violencia
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

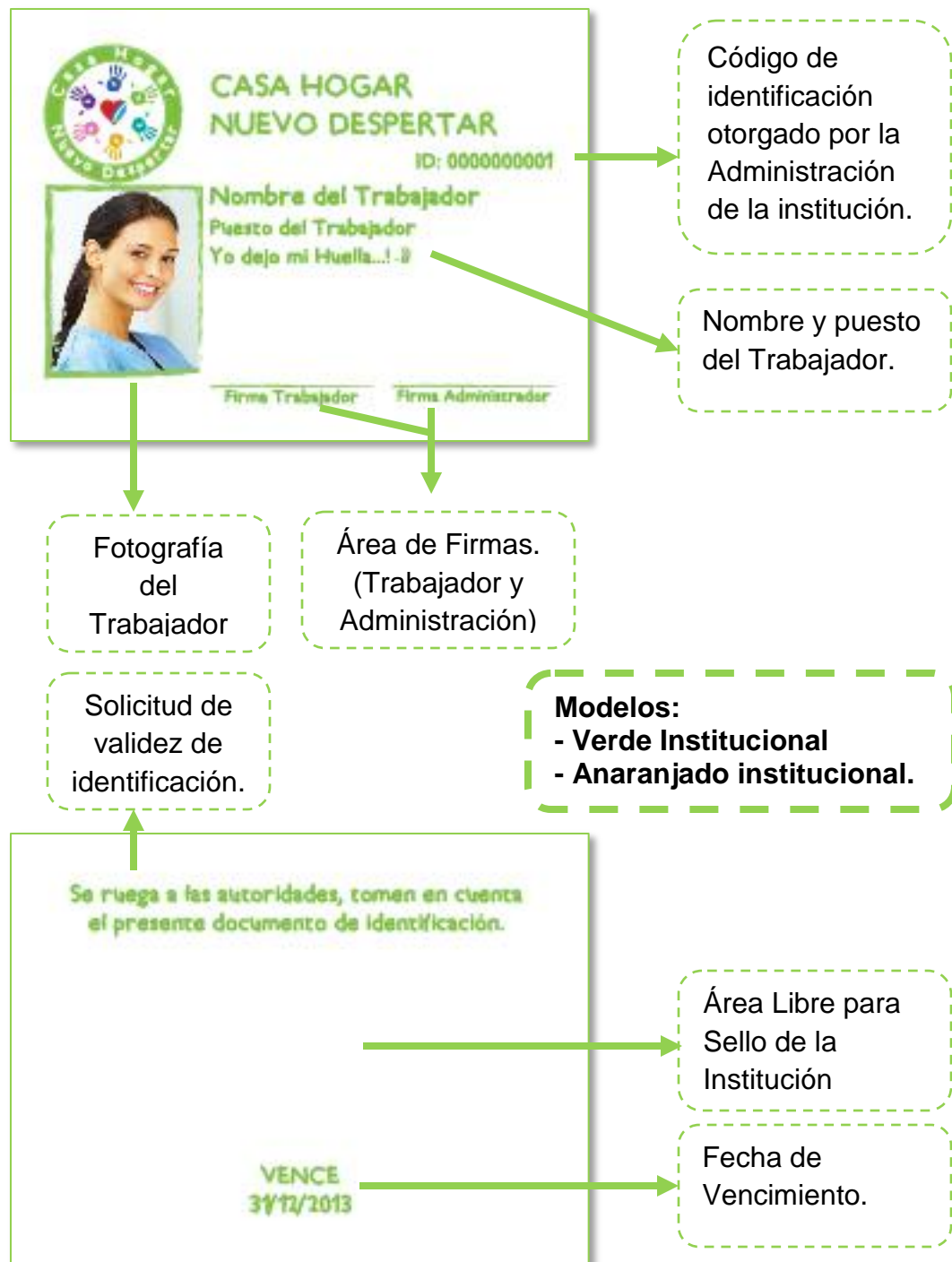
10 Av. 10-80, zona TP Residenciales del Norte
Teléfonos: (212-2892/5959-0481)



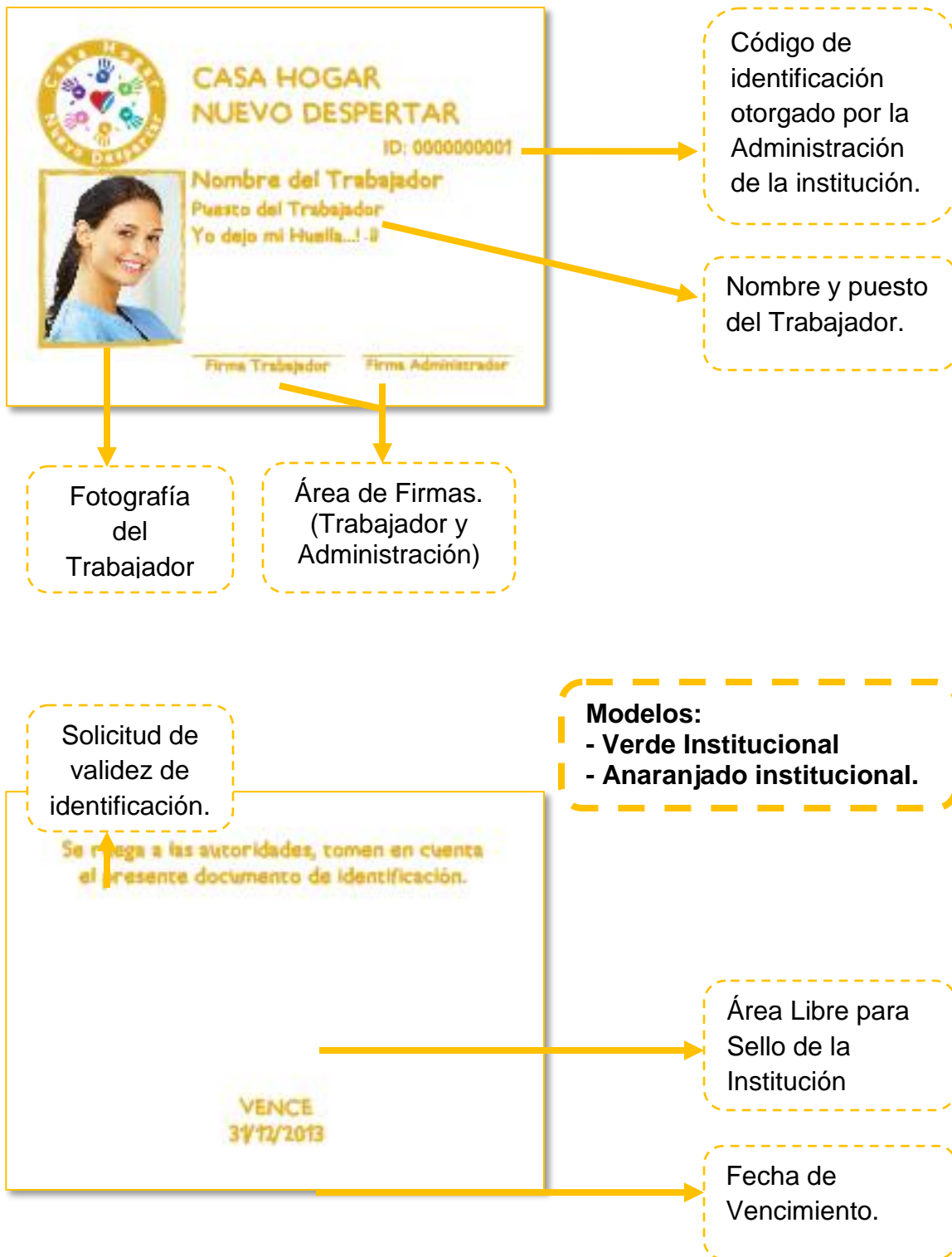
Deja Tu Huella

BYDQNSI

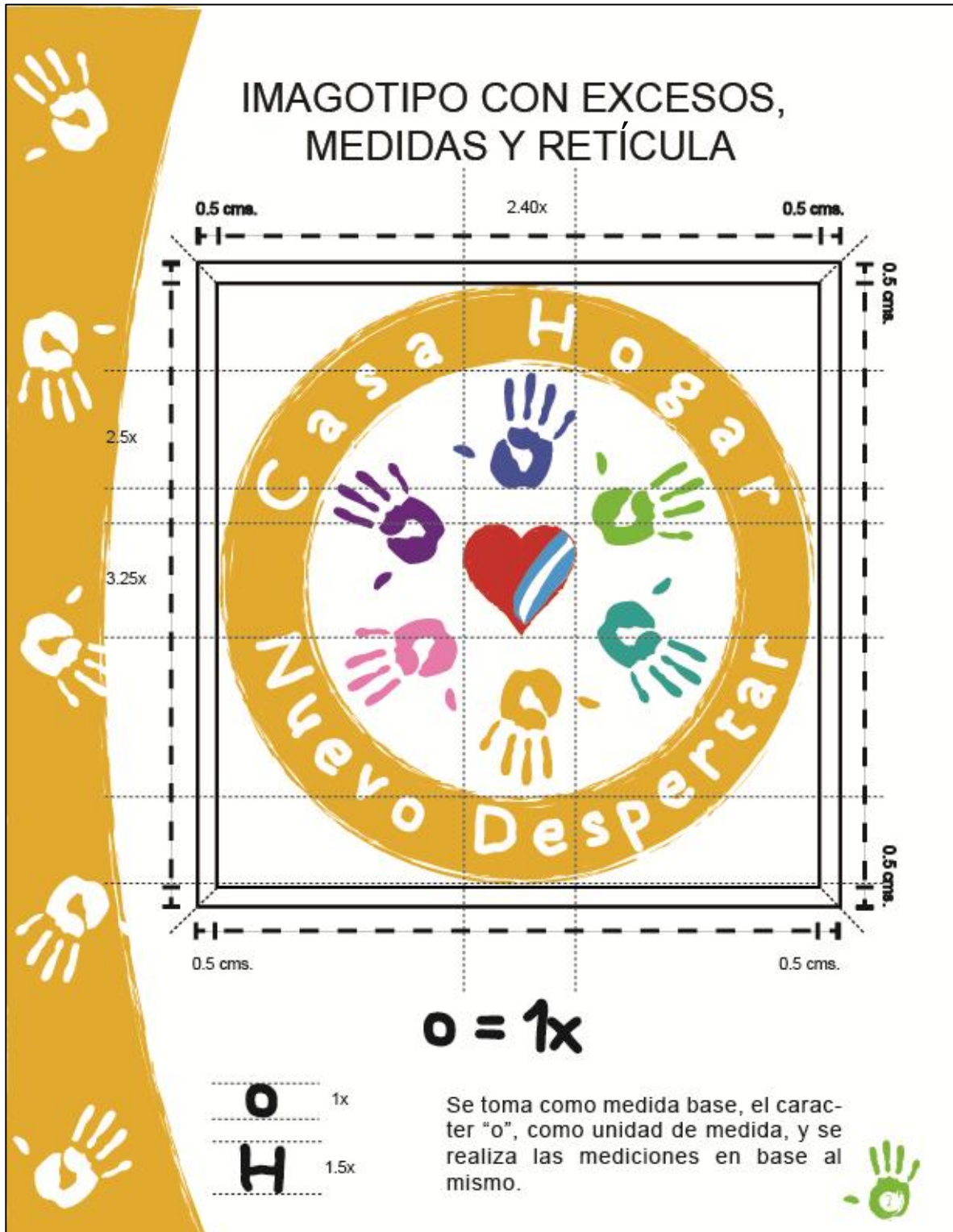
7.4.6.7 Digitalización, Carné de Identificación Institucional:



Digitalización, Carné de Identificación Institucional:



7.4.6.8 Imagotipo, medidas y áreas de excesos:



The background features a large, stylized yellow shape on the left side that tapers towards the bottom right. Scattered across the white background are several handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. A horizontal yellow banner with rounded ends and a thin white border is positioned in the center of the page. The text 'CAPÍTULO VIII' is written in white, bold, uppercase letters within this banner.

CAPÍTULO VIII

CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA

Se realizó por medio de método de investigación estadística, siendo encuestadas 39 personas, entre las que se encuentran 7 catedráticos de la Universidad Galileo, quienes realizaron el proceso de validación del proyecto de tesis; también participaron 11 personas conocedoras del área de Diseño Gráfico y 21 personas entre 22 a 63 años de edad, quienes emitieron su opinión con respecto al material gráfico que se les presentó.

A estas personas se les presentó el manual de identidad gráfica, un trifoliar, y se planteó una encuesta con 16 preguntas, con el fin de determinar la funcionalidad de los mismos; y de acuerdo a dichos resultados se plantearon modificaciones al material gráfico antes mencionado, con el objeto de conseguir los fines planteados, consistentemente en:

- a) Universidad Galileo, Facultad de Ciencias de La Comunicación, creación de imagotipo y manual de identidad gráfica para dar a conocer La Casa Hogar Nuevo Despertar, zona 17, ciudad de Guatemala, Guatemala, 2014, validada en el mes de septiembre de 2013.

- b) El objetivo principal de la investigación es dar a conocer La Casa Hogar Nuevo Despertar, esto gracias a la recopilación de información, respecto al material gráfico, presentado a las personas encuestadas, y por medio del conocimiento y la opinión de los mismos, realizar modificaciones en el

material, con el fin de presentar un material con información y contenido más adecuado, para mejor identificación.

- c) Instrucciones: *“Observe los diseños que serán presentados por el encuestador, según su criterio, conteste las siguientes preguntas de validación, realizando una marca en la casilla que considere sea la más apropiada. No olvide colocar los datos que se piden al principio de la presente encuesta.”*
- d) Parte Objetiva: Se realizaron 4 preguntas de selección múltiple, las que tuvieron como fin, descubrir si el material gráfico cumplía con el objetivo primordial.
- e) Parte Semiológica: Se realizaron 6 preguntas de selección múltiple, las que contienen cuestionamientos, con respecto al aspectos gráficos específicos como tipografía, formas, figuras, colores, imágenes, etc., con el fin de determinar si los elementos gráficos contenidos en las piezas de diseño, cumplen con el fin determinado.
- f) Parte Operativa: Basados en el resultado obtenido con fundamentos en cuestionamientos realizados a expertos, a conocedores del área y personas en general, se determinó que la propuesta es factible en cuanto al orden, coherencia de información y contenido gráfico, como consecuencia es apto para dar a conocer a La Casa Hogar Nuevo Despertar.

8.1 Población y Muestreo:

Se realizó una encuesta compuesta por 16 preguntas, las mismas fueron presentadas a 39 personas, 19 hombres y 20 mujeres, de edades entre 21 y 63 años de edad, las cuales mediante conocimientos en el área, percepción personal y lógica, fueron resueltas.

Los encuestados están divididos de la siguiente manera:

- 7 Profesionales, Expertos en el área.
- 11 Personas con conocimientos en el área de Comunicación y Diseño Gráfico.
- 21 Personas comunes.

8.2 Método e Instrumentos:

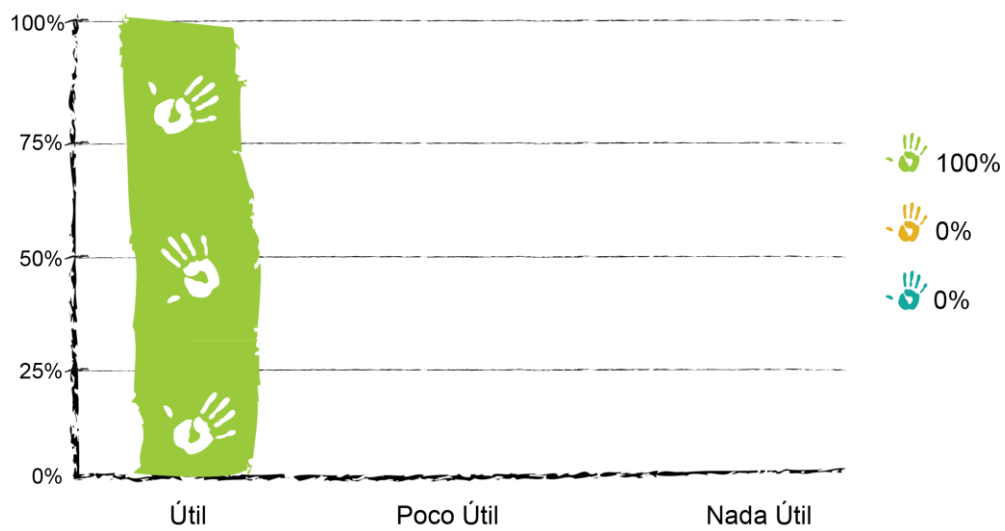
Se encuestó a un solo grupo, conformado por 39 personas, quienes fueron sometidos a una encuesta comprendida de 16 preguntas, que 15 son de opción múltiple y 1 de juicio propio. Dicha encuesta está dividida en 3 partes:

- Parte Objetiva
- Parte Semiológica
- Parte Operativa

Por último, se realizó la agrupación de datos y se sometieron a operaciones mediante ecuaciones estadísticas, con apoyo de hojas electrónicas de cálculo con el objeto de obtener resultados finales, y así realizar las modificaciones necesarias para obtener un resultado de identificación mediante el material gráfico elaborado.

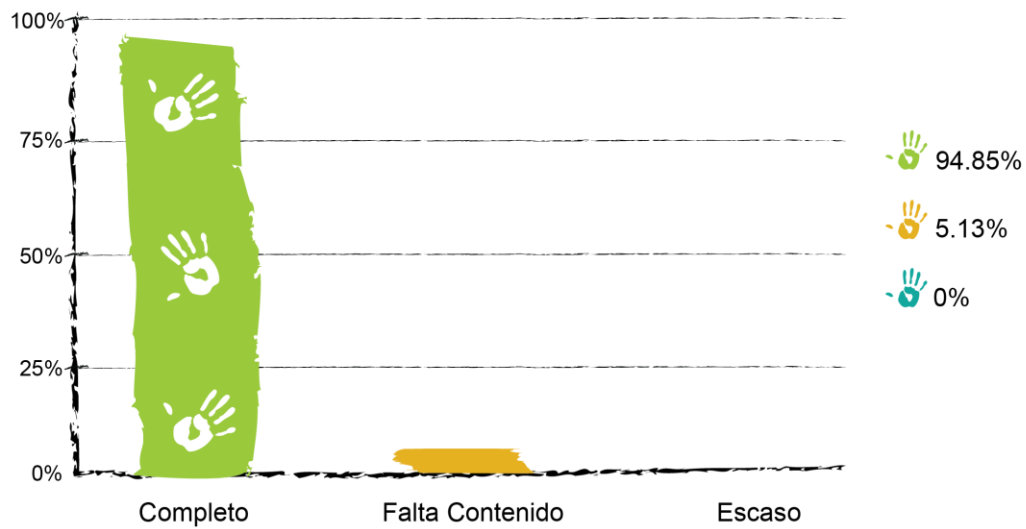
8.3 Resultados e Interpretación:

1. ¿Cómo considera la utilidad de la información presentada en el presente Trifoliar y Manual de Identidad Gráfica?



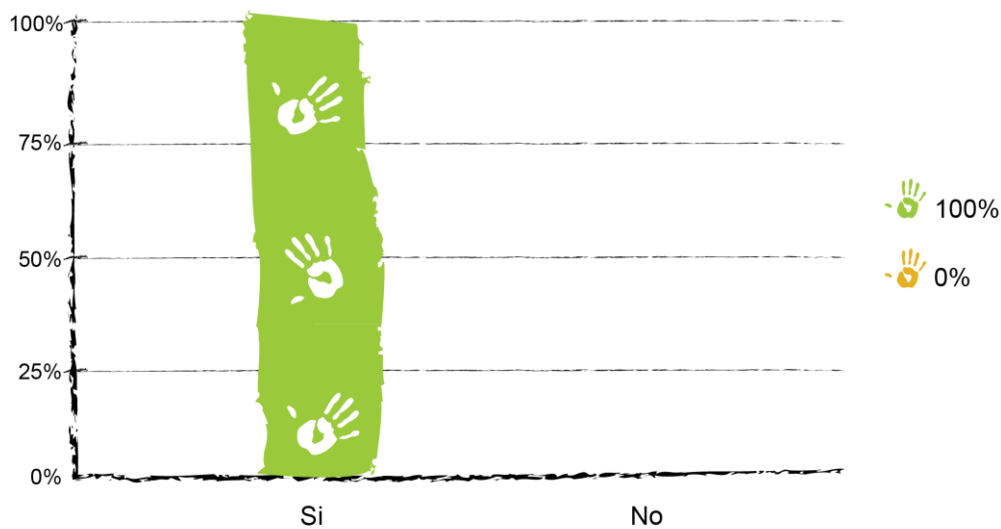
El 100% de los encuestados considera que es útil la información contenida en el Manual de Identidad Gráfica y en el trifoliar.

2. ¿Cómo considera el contenido del Trifoliar y del Manual de Identidad Gráfica?



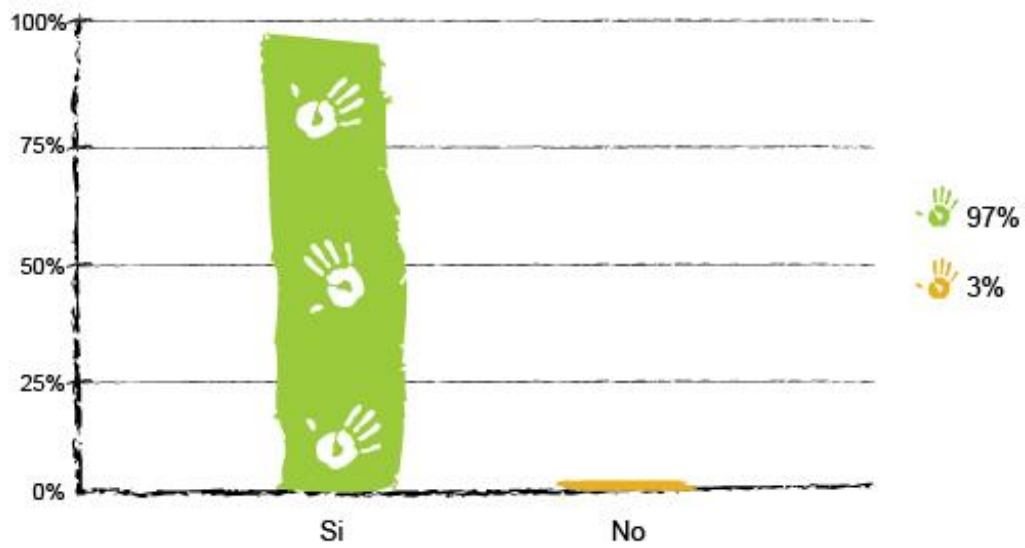
El 94.85% de los encuestados considera que el contenido del Manual de Identidad Gráfica y en el trifoliar es completo, mientras que el 5.13% indica que falta contenido en dicho material.

3. ¿Cree usted que el Manual de Identidad Gráfica, cumple con el fin de normar y dar las directrices para la aplicación del diseño institucional para toda la documentación de La Casa Hogar Nuevo Despertar?



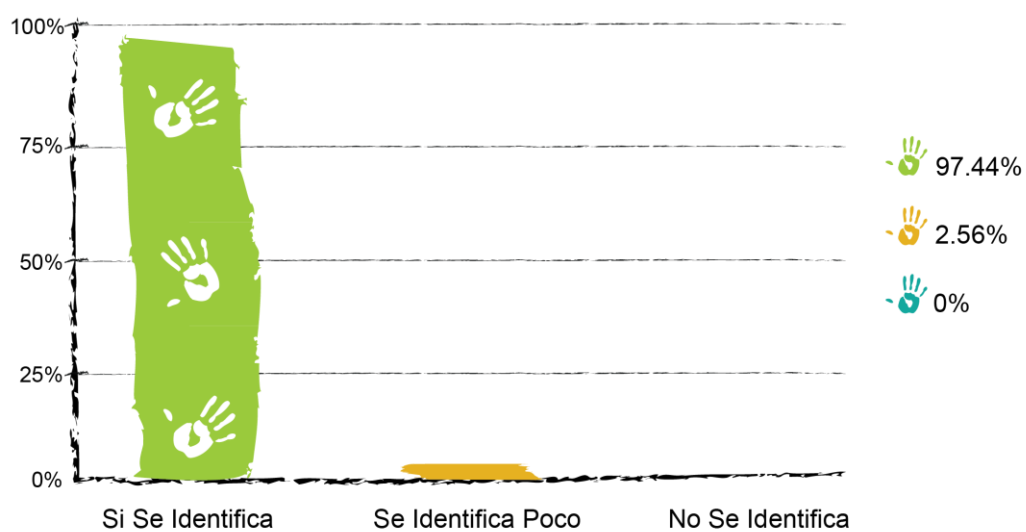
El 100% de los encuestados indicaron que el manual de identidad gráfica da las directrices y normas esenciales para las distintas aplicaciones del material gráfico de la Institución.

4. ¿Cree usted que el Trifoliar, cumple con el fin de dar a conocer a la institución, y a la vez solicitar ayuda?



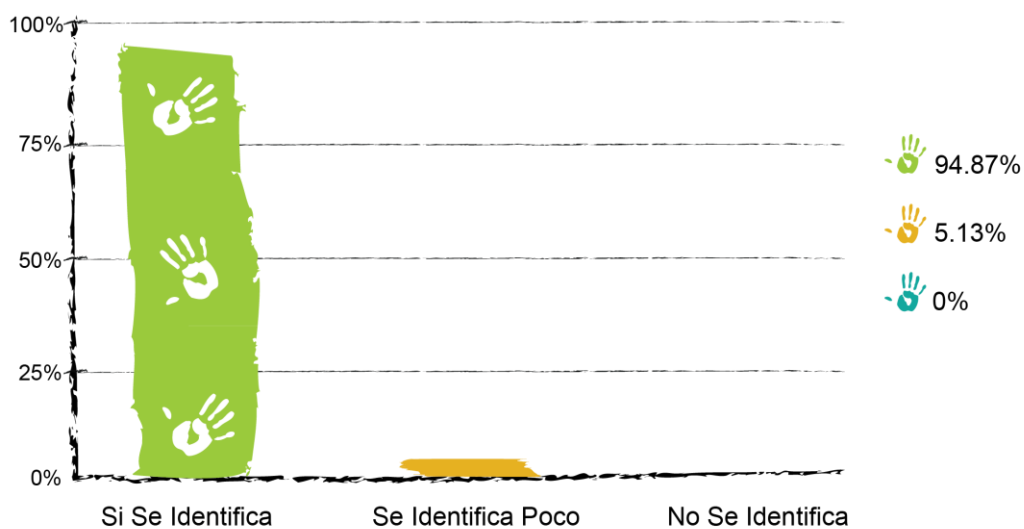
El 97% de encuestados indicó que el trifoliar cumple con el fin de dar a conocer a la institución, mientras que el 3% indicó que no cumple.

5. ¿Cree usted que el diseño y los colores utilizados para la creación del Manual de Identidad Gráfica, mantienen la identificación con el Logotipo creado para La Casa Hogar Nuevo Despertar?



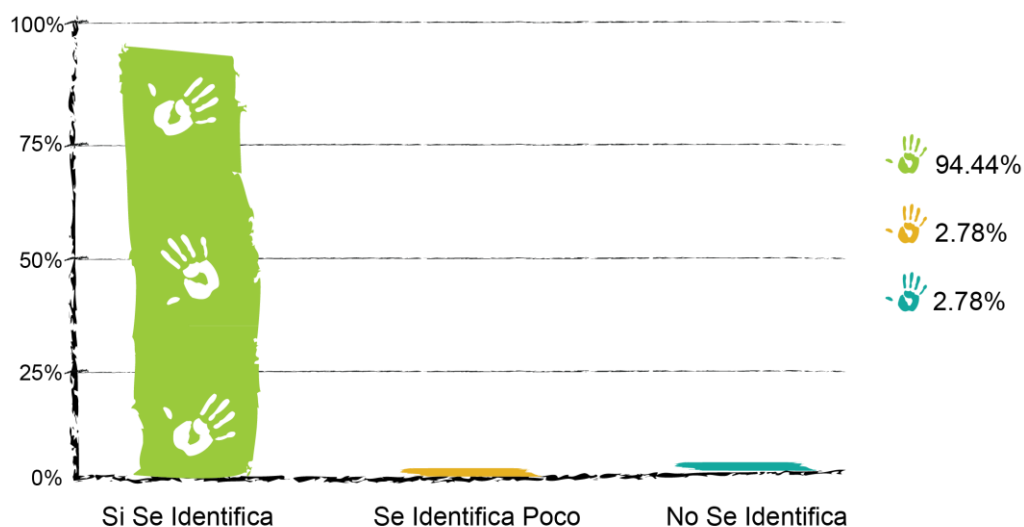
El 97.44%de encuestados indicó que el diseño y los colores mantienen la identificación con el logotipo creado para la institución, mientras que el 2.56% manifestó que no se identifica.

6. ¿Cree usted que el diseño y los colores utilizados para la creación del Trifoliar, mantienen la identificación con el Logotipo creado para La Casa Hogar Nuevo Despertar?



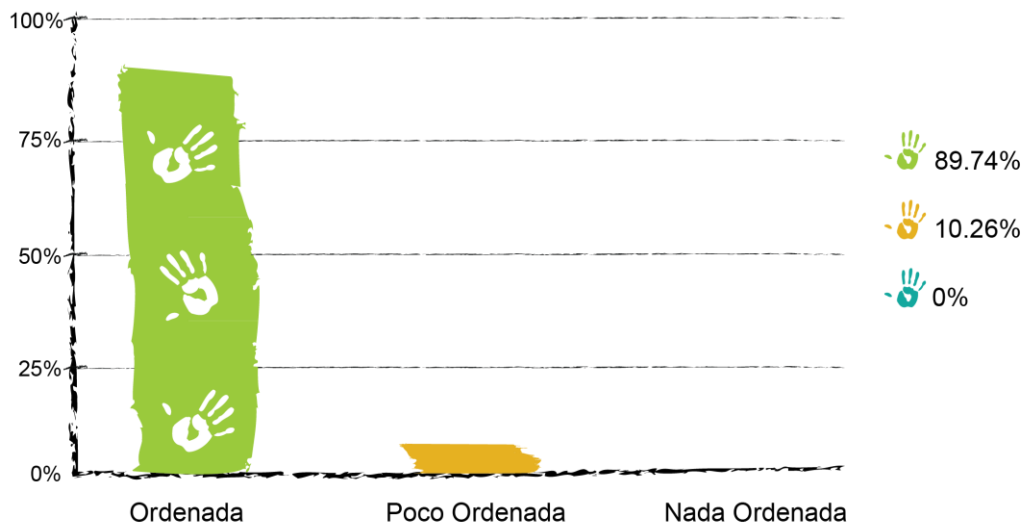
El 94.87% indicó que los colores utilizados para la creación del trifoliar, mantienen la identificación con el logotipo creado para la institución, mientras que el 5.13%, indicó que no cumple.

7. ¿Cree usted que el diseño y los colores utilizados para la creación de la documentación Institucional, mantienen la identificación con el Logotipo creado para La Casa Hogar



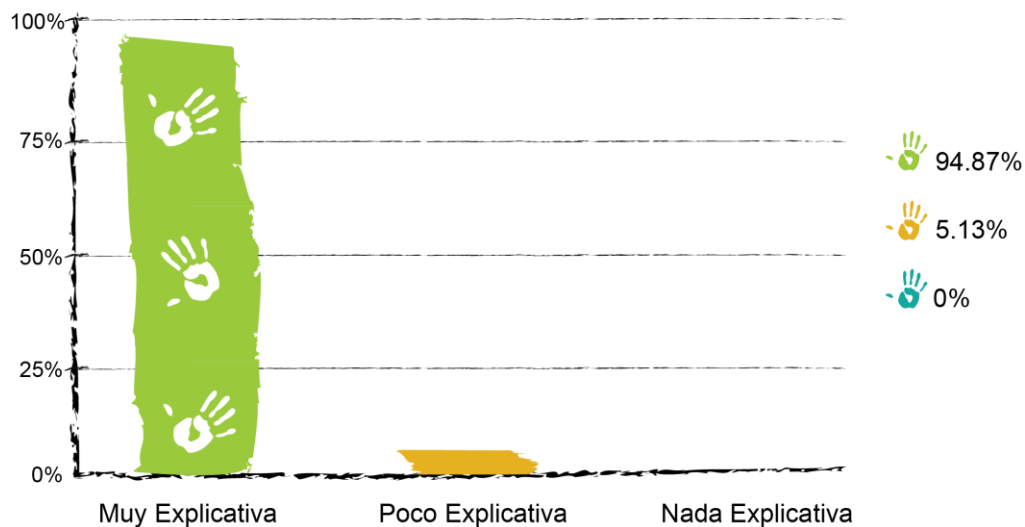
El 94.44% indicó que el diseño y los colores utilizados para la creación de la documentación institucional, mantiene la identificación con el logotipo creado para la institución, mientras que el 2.78% indicó que se identifica poco y el 2.78% indicó que no se identifica.

8. ¿Cómo considera el orden de distribución de los elementos (Tipografía y Gráficos) utilizados dentro del Manual de Identidad Gráfica y Trifoliar?



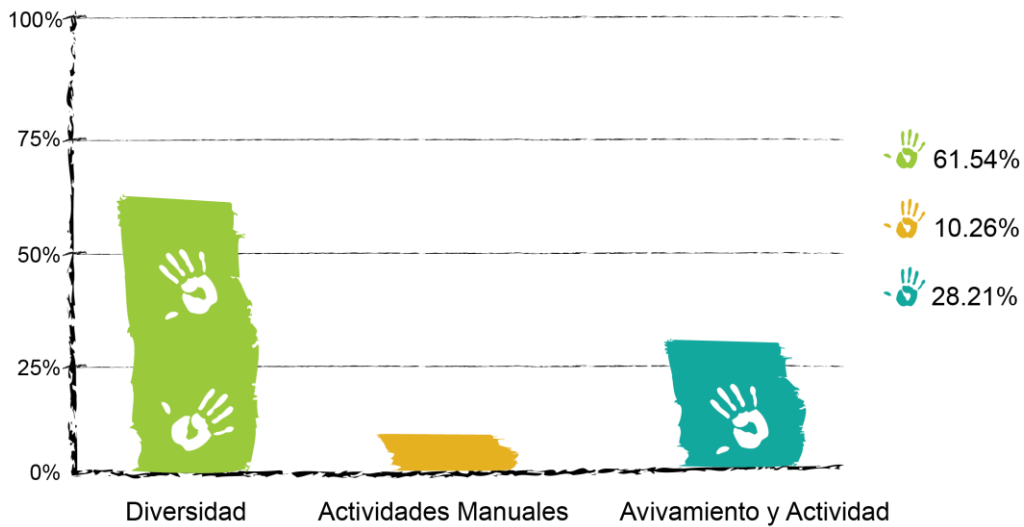
El 89.74% indicó que la distribución de los elementos es ordenada, 10.26% indicó que es poco ordenada.

9. ¿Considera que la Información del Manual de Identidad Gráfica, es lo suficientemente explicativa, con respecto a la normalización, para la utilización correcta de la Imagen Institucional (logotipo, tipografía, colores, etc.), de manera impresa (documentos institucionales impresos) y electrónica?



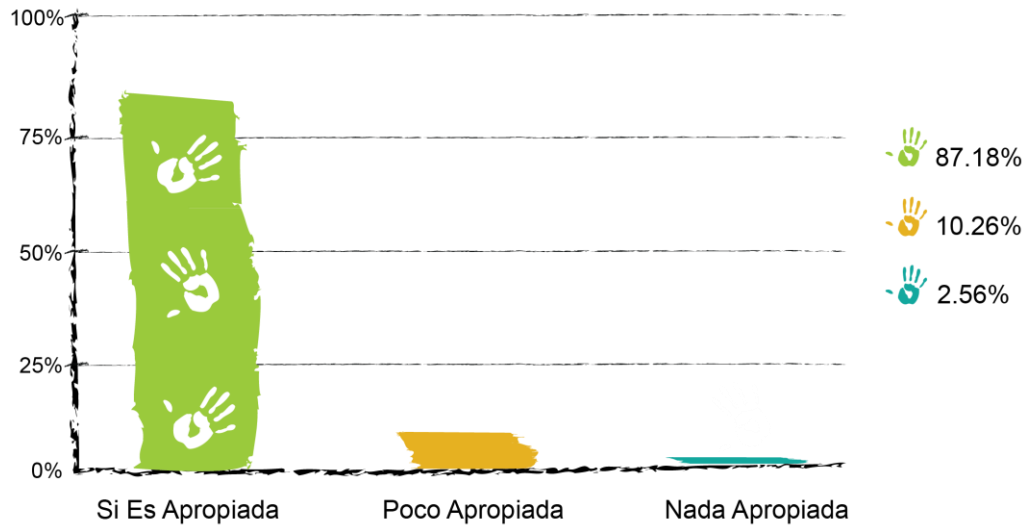
El 94.87% indicó que el manual de identidad gráfica es muy explicativo, y que reúne las directrices esenciales para normar la utilización correcta de la imagen institucional; por otro lado, 5.13% indicó que la información es poco explicativa.

10. A su criterio, ¿Qué representan los colores, de las distintas huellas de manos que se encuentran dentro del logotipo?



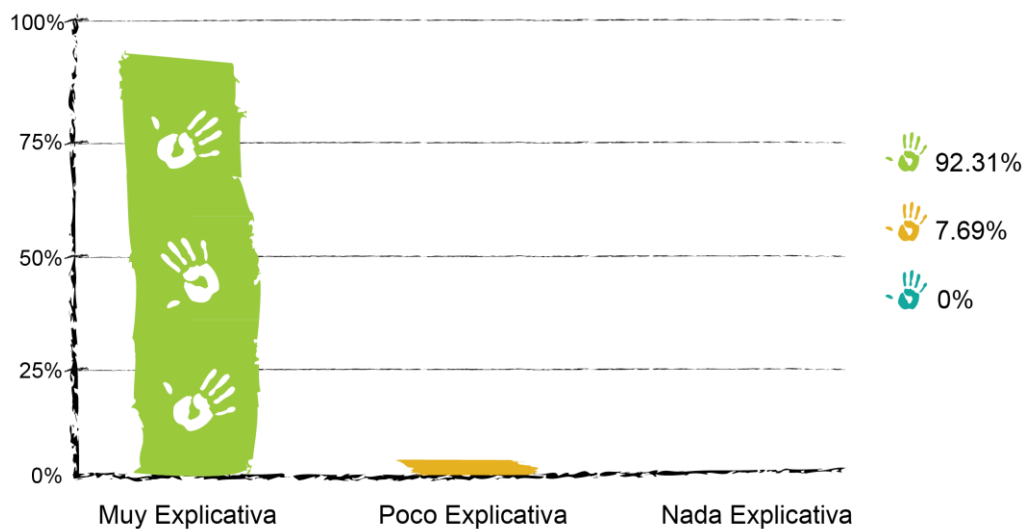
El 61.54% de encuestados indicó que las distintas huellas contenidas en el logotipo representan diversidad, 10.26%, indicó que representan actividades manuales, y 28.21% indicó que representan avivamiento y actividad.

11. ¿Cree usted que la tipografía utilizada es legible, y a la vez apropiada para la imagen institucional de La Casa Hogar Nuevo Despertar?



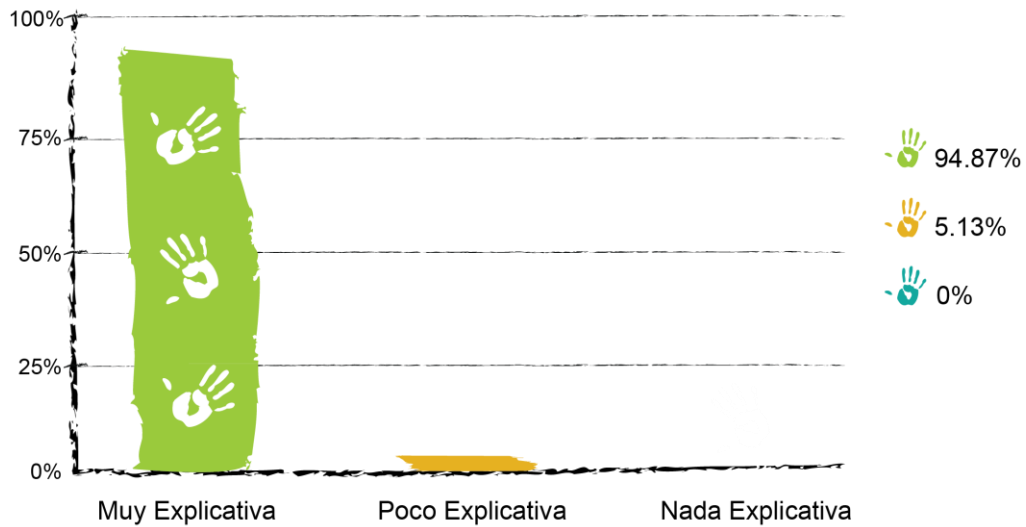
El 87.18% de encuestados indicó que la tipografía es apropiada para la imagen institucional de Casa Hogar Nuevo despertar, 10.26% indicó que es poco apropiada para la imagen institucional, mientras que 2.56%, indicó que no es nada apropiada.

12. ¿Cómo considera usted la explicación mediante los diseños, donde se indica los distintos usos del logotipo en la documentación institucional?



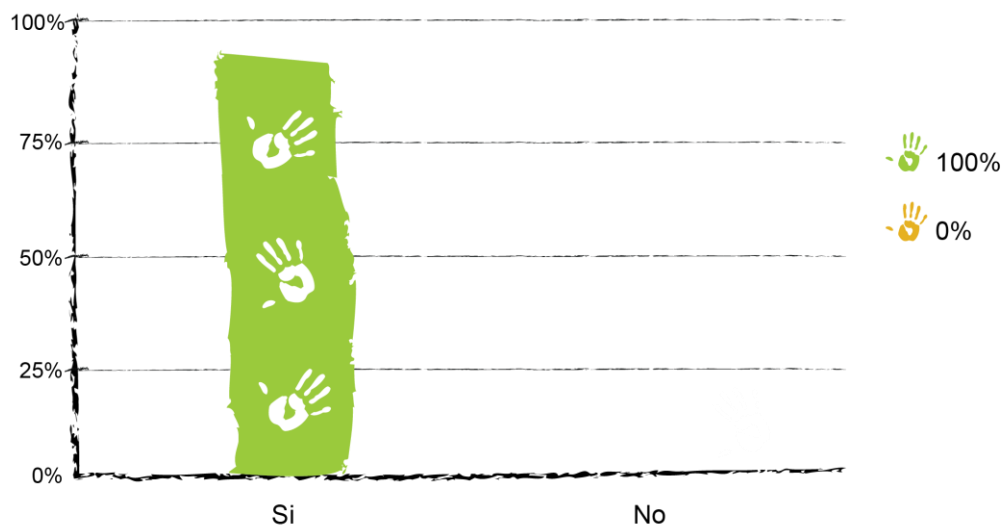
El 92.31% indicó que la explicación mediante diseños de los distintos usos del logotipo es muy explicativa, mientras que el 7.69% indicó que es poco explicativa.

13. ¿Cómo considera usted la explicación mediante los diseños, donde se indica, las distintas combinaciones de colores para la utilización del multilogo?



El 94.87% de encuestados indicó que la explicación mediante diseños de las distintas combinaciones de colores para la utilización del logotipo es muy explicativa, mientras que el 5.13%, indicó que es poco explicativa.

14. ¿Considera usted que la Misión, Visión y Objetivos, presenta y da a conocer ante su público objetivo a La Casa Hogar Nuevo Despertar?



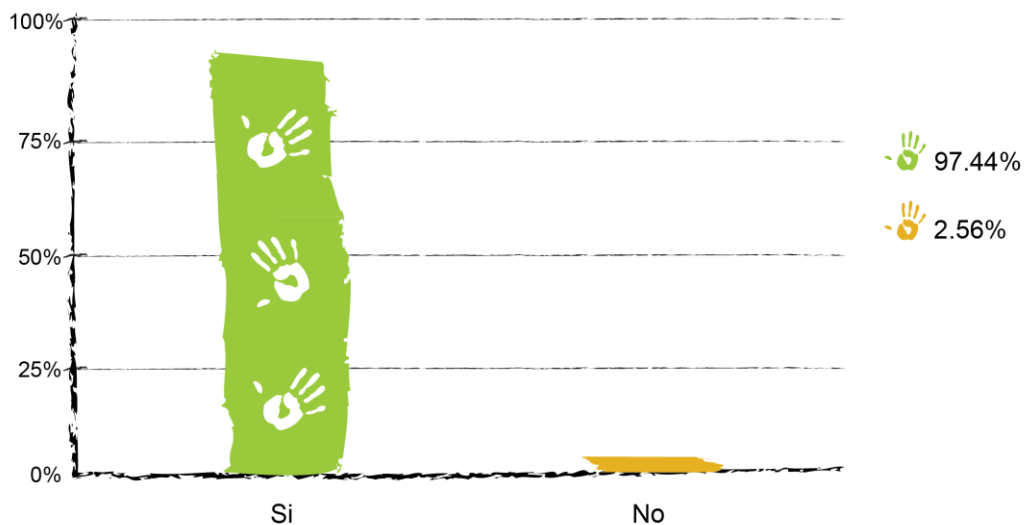
El 100% de encuestados indicó que la Misión, Visión y Objetivos dan a conocer a la institución ante su público objetivo.

15. Si su respuesta anterior fue no, indicar la razón del por cual la Misión, Visión y Objetivos, no cumplen con la función de presentar y dar a conocer a La Casa Hogar Nuevo Despertar.



El 100% de encuestados no realizó observaciones con respecto a la Misión, Visión y Objetivos.

16. ¿Considera usted que el Manual de Identidad Gráfica de La Casa Hogar Nuevo Despertar, reúne las directrices suficientes, para la elaboración en un futuro, de nueva documentación que requiera ser identificada?



El 97.44% indicó que el Manual de identidad gráfica, reúne las directrices suficientes, para la elaboración futura de nuevo material gráfico, mientras que 2.56% indica lo contrario.

8.4 Cambios en base a los resultados:

En base a observaciones realizadas por la administración de la Casa Hogar Nuevo Despertar. Asimismo, en base a opinión de expertos en el área del Diseño Grafico, se realizaron pequeñas modificaciones de forma en el Manual de Identidad Gráfica, mas no modificaciones de fondo.

Entre las modificaciones realizadas se encuentran:

- Cambio del orden de presentación.
- Cambio de la tipografía.
- Se agrego el imagotipo a escala de grises.
- A solicitud de la Administración de la Institución, se creó el manual en 2 versiones de color (verde y anaranjado).
- Se cambió la forma del borde de cada página del Manual de Identidad Gráfica.
- Se agregó el título “Excesos con medidas retícula”, y se cambió en título “Multilogo” por “Versiones de Imagotipo”.

También se realizaron modificaciones de forma en el Trifoliar de Casa Hogar Nuevo Despertar, entre ellas están:

- A solicitud de la Administración de la Institución, se creó el Trifoliar en 2 versiones de color (verde y anaranjado).
- Se cambió una imagen del contenido del trifoliar.
- Se cambió el orden de presentación del contenido del mismo.

Asimismo, se realizaron cambios en la diagramación y colocación de los elementos de diseño en las hojas de papel membretado institucional, con el fin de crear más espacio y con esto lograr mayor aprovechamiento del área para escritos de la carta, entre los cambios están:

- Se redujo el tamaño en la tipografía y logotipo de la institución.
- Se aplicó un 30% más transparencia en la marca de agua central del papel.
- Se modificó el orden del texto del membrete de la hoja.

The background is white with a large, curved yellow shape on the left side. Scattered throughout are various handprints in colors like orange, pink, purple, blue, green, red, and teal. A yellow banner with rounded corners is positioned horizontally across the middle of the page.

CAPÍTULO IX

CAPÍTULO IX: PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Con base en la carencia de un imagotipo en la Casa Hogar Nuevo Despertar, se creó uno, con la función de identificar y dar a conocer a dicha institución. El proyecto se titula:

“DISEÑO DE IMAGOTIPO PARA PRESENTAR INSTITUCIONALMENTE A LA CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR, ZONA 17, CIUDAD DE GUATEMALA, GUATEMALA, 2014”.

Como resultado final de dicho proyecto, se presentan

- Imagotipo
- Manual de identidad gráfica
- Trifoliar

Todo lo anterior se realizó con la información básica de la institución Casa Hogar Nuevo Despertar.

9.1 Manual de Identidad
Grafica:



Manual de Identidad Gráfica
Casa Hogar Nuevo Despertar



Índice

¿Quiénes somos? y objetivos	1
Misión y Visión	2
Imagotipo Casa Hogar Nuevo Despertar	3
Imagotipo con exesos, medidas y reticula	4
Versiones de imagotipo	5
Elementos del imagotipo	6
Imagotipo a un color, invertido y negativo	7
Imagotipo escala de grises e invertido	8
Tipografía	9
Slogan	10
Hojas membretadas	11-12
Tarjetas de presentación	13
Carné de trabajador	14



¿Quiénes somos?

La Casa Hogar Nuevo Despertar, es una institución que busca ayudar a guatemaltecos, discapacidad mental, así mismo personas con capacidades distintas, brindando cuidados y terapias especiales a personas con problemas como:

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Entre otros

Objetivos

- Brindar una pronta recuperación física a nuestros pacientes mediante terapias.
- Brindar un servicio de calidad para la satisfacción del paciente también así seguridad para su familia.
- Brindar tratamientos efectivos para el paciente.



A decorative vertical bar on the left side of the page, colored in a golden-yellow hue. It features a series of white handprints of varying sizes and orientations, arranged vertically. The top handprint is the largest, and they generally decrease in size as they move down the bar.

Misión

Prestar Servicios de cuidados a personas guatemaltecas con capacidades distintas, problemas de retraso mental, retardo mental, ayudando a su pronta recuperación física, rigiéndonos por el temor a Dios, a los valores éticos y morales, de esta manera ayudar a nuestro prójimo y a Guatemala en General.

Visión

Ser una institución líder en la ciudad de Guatemala, caracterizada por la calidad, el buen servicio y la excelencia para con nuestros pacientes, en el cual se sienta cómodo, en un ambiente hogareño y brindar seguridad a la familia de nuestro pacientes, para que esto contribuya a la rápida recuperación del mismo.



IMAGOTIPO CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR



R
G
B

-  R155 - G203 - B60
-  R48 - G90 - B169
-  R0 - G167 - B157
-  R229 - G177 - B35
-  R230 - G121 - B176
-  R102 - G45 - B145
-  R206 - G32 - B39
-  R12 - G158 - B217
-  R255 - G255 - B255

C
M
Y
K

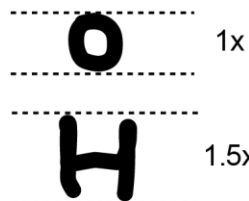
-  C44.6 - M0 - Y100 - K0
-  C89.05 - M71.24 - Y0 - K0
-  C80 - M10 - Y45 - K0
-  C10.71 - M0 - Y100 - K0
-  C4.52 - M65.63 - Y0 - K0
-  C75 - M100 - Y0 - K0
-  C12.2 - M1000 - Y100 - K3.56
-  C44.6 - M0 - Y100 - K0
-  C44.6 - M0 - Y100 - K0



IMAGOTIPO CON EXCESOS, MEDIDAS Y RETÍCULA



$$o = 1x$$



Se toma como medida base, el caracter "o", como unidad de medida, y se relaciona las mediciones en base al mismo.



VERSIONES DE IMAGOTIPO



VERSIONES DE IMAGOTIPO A UN COLOR



ELEMENTOS DEL IMAGOTIPO



Contorno del Logo: Simboliza unidad, conjunto, grupo; en la cual se hace referencia al apoyo y ayuda dentro de la casa hogar, por parte de todos sus integrantes.

Casa Hogar
Nuevo Despertar

Nombre de la Institucion al contorno: Ensimá de la banda que crea un contorno en el logo, refiere una especie de sello, el cual certifica que el paciente tendrá las mejores atenciones, garantizando la felicidad, bienestar y la pronta recuperación del paciente.



Huellas de Manos: Símbolo de apoyo, y también hace referencia a una marca que puede ser dejada en el corazón de los pacientes, por eso la razón de rodear el corazón dentro del logo. Diversidad.



Corazón: Simboliza el amor como parte central o núcleo de todas las actividades que se realizan en la institución, por eso se encuentra ubicado en el centro del logotipo.



Bandera de Guatemala: Hace referencia a la nacionalidad de la institución, la cual es 100% guatemalteca, y la inculcación del patriotismo a los pacientes, y que se sientan parte de la sociedad guatemalteca.



IMAGOTIPO A UN COLOR



Se utilizará el logotipo a un color, en material gráfico a una sola tinta. (Fotocopias, fichas, material impreso, etc.)

El Logotipo invertido debe utilizarse únicamente sobre fondo blanco.

IMAGOTIPO NEGATIVO



Se utilizará el logotipo en negativo, única y exclusivamente en fondo negro y fondos oscuros, material gráfico de fondo oscuro. (Fotografías, imágenes documentos, material impreso, etc.)



IMAGOTIPO ESCALA DE GRISES



Se utilizará el logotipo a escala de grises, en material gráfico a una sola tinta, pero con grados de intensidad lumínica con el fin de diferenciar por medio de tonalidades de negro, a los distintos elementos que conforman el logotipo. (Fotocopias, fichas, material impreso, etc.)

El Logotipo invertido debe utilizarse únicamente sobre fondo blanco.

IMAGOTIPO NEGATIVO



TIPOGRAFÍA

TimKid

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 - áéíóú - äëïöü

Ñ

=

Debido a que no existe la letra Ñ en los caracteres en el estilo de la tipografía TimKid, se vio en la necesidad de crear la letra Ñ.-



SLOGAN

El Slogan , “Deja tu huella! ayúdanos! fue creado con el fin de sintetizar el objetivo para el material gráfico de solicitud de ayuda.

El Slogan irá acompañado de una huella de mano perteneciente al logo, para respetar la línea de diseño que se viene desarrollando.

También se cambió la tipografía a **DBJ Brewhaus Special**, con el fin de **diferenciar el slogan**, y no confundirlo con un logotipo alternativo.

El uso del slogan será libre, para uso de todo tipo de material gráfico impreso o electrónico.



HOJAS MEMBRETADAS



CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física



10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales del Norte
Teléfonos: 4212-2892/5959-0481



HOJAS MEMBRETADAS



CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física



10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales del Norte
Teléfonos: 4212-2892/5959-0481



TARJETAS DE PRESENTACIÓN



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
Cuidados Psiquiátricos y Atención Psiquiátrica

SILVIA ENAMORADO
Administradora

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales del Norte
Teléfonos: 4212-2892/5959-0481



Deja Tu Huella!
¡SÍNDROMES!



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
Cuidados Psiquiátricos y Atención Psiquiátrica

SILVIA ENAMORADO
Administradora

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales del Norte
Teléfonos: 4212-2892/5959-0481



Deja Tu Huella!
¡SÍNDROMES!



CARNÉ DE TRABAJADOR



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**

ID: 0000000001



Nombre del Trabajador
Puesto del Trabajador
Yo dejo mi Huella...! :)

Firma Trabajador

Firma Administrador

Se ruega a las autoridades, tomen en cuenta
el presente documento de identificación.

VENCE
31/12/2013



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**

ID: 0000000001



Nombre del Trabajador
Puesto del Trabajador
Yo dejo mi Huella...! :)

Firma Trabajador

Firma Administrador

Se ruega a las autoridades, tomen en cuenta
el presente documento de identificación.

VENCE
31/12/2013



TARJETAS DE PRESENTACIÓN:



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
Cuidados Psiquiátricos y Atención Psiquiátrica

SILVIA ENAMORADO
Administradora

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Epilepsia
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compuestos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

10 Av. 10-90, zona TP Residenciales del Norte
Teléfonos: 412-2892/5959-0481



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
Cuidados Psiquiátricos y Atención Psiquiátrica

SILVIA ENAMORADO
Administradora

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Epilepsia
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compuestos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

10 Av. 10-90, zona TP Residenciales del Norte
Teléfonos: 412-2892/5959-0481



CARNÉ DE PRESENTACIÓN:



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
ID: 0000000001



Nombre del Trabajador
Puesto del Trabajador
Yo dejo mi Huella...! -B

Firma Trabajador Firma Administrador



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
ID: 0000000001



Nombre del Trabajador
Puesto del Trabajador
Yo dejo mi Huella...! -B

Firma Trabajador Firma Administrador

Se ruega a las autoridades, tomen en cuenta
el presente documento de identificación.

VENCE
31/12/2013

Se ruega a las autoridades, tomen en cuenta
el presente documento de identificación.

VENCE
31/12/2013

Como Ayudar?

Deja Tu Huella En:
10 Av. 10-80, zona 17
Residenciales del Norte.

Llámanos:
Tel. 4212-2892 / 5959-0481

“El alma generosa será prosperada;
y el que saciare, él también será saciado.”

Proverbios 11:25

9.2 Trifoliar:

DEJA TU HUELLA!
¡SACIA Y DÁNOS!



Casa Hogar
Nuevo Despertar

Misión

Prestar Servicios de cuidados a personas guatemaltecas con capacidades distintas, problemas de retraso mental, retardo mental, ayudando a su pronta recuperación física, rigiéndonos por el temor a Dios, a los valores éticos y morales, y de esta manera ayudar a nuestro prójimo y a Guatemala en General

Visión

Ser una institución líder en la ciudad de Guatemala, caracterizada por la calidad, el buen servicio y la excelencia para con nuestros pacientes, en el cual se sienta cómodo, en un ambiente hogareño y brindar seguridad a la familia de nuestros pacientes, para que esto contribuya a la rápida recuperación del mismo.

¿Quiénes Somos?

La Casa Hogar Nuevo Despertar, es una institución que busca ayudar a guatemaltecos, discapacidad mental, así mismo personas con capacidades distintas, brindando cuidados y terapias especiales a personas con problemas como:

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Entre otros



Objetivos

- Brindar una pronta recuperación física a nuestros pacientes mediante terapias.
- Brindar un servicio de calidad para la satisfacción del paciente también así seguridad para su familia.
- Brindar tratamientos efectivos para el paciente.



The background features a large, stylized yellow shape on the left side, resembling a thick brushstroke or a ribbon that curves from the top left towards the bottom right. Scattered across the white background are numerous handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. Some handprints are simple outlines, while others are filled with color. A horizontal yellow banner with rounded corners and a thin white border is positioned in the center of the page. The banner contains the text 'CAPÍTULO X' in a bold, white, sans-serif font.

CAPÍTULO X

CAPÍTULO X: PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Para dar a conocer los servicios que presta la Casa Hogar Nuevo Despertar, es necesario contar con material gráfico que la publicite, razón por la cual se solicitaron varias cotizaciones y se consultó a personas expertas en el área, obteniendo de esa manera distintos materiales a utilizar, y así escoger la propuesta que más se ajuste a sus presupuestos con la finalidad que la Casa Hogar Nuevo Despertar, realice un presupuesto.

Para tal fin se presenta el plan de costos de elaboración, producción y reproducción de material gráfico, a saber:

Plan de costos de elaboración:

PROCEDIMIENTO	TIEMPO	COSTO POR TIEMPO (HORA)	TOTAL DE COSTO
Realización de encuestas y tabulación de datos por medio de procesos estadísticos, con respecto al diseño elaborado.	8 días - 2 horas	Q200.00	Q3,200.00
Definición de conceptos para la creación del Imagotipo.	1 día – 0.5 hora	Q200.00	Q100.00
Diseño de bocetos para la creación del Imagotipo, Trifoliar, Manual de Identidad Gráfica.	6 días - 4 horas	Q200.00	Q4,800.00
Digitalización de propuesta elegida por el cliente.	3 días – 4 horas	Q200.00	Q2,400.00
Modificaciones varias al Manual de Identidad Gráfica, Trifoliar y Material de Diseño en general.	1 día - 2.5 horas	Q200.00	Q500.00
		TOTAL	Q11,000.00

10.1 Plan de costos de producción:

PROCEDIMIENTO	TIEMPO	COSTO POR TIEMPO (HORA)	TOTAL DE COSTO
Elaboración de artes finales para impresión.	1 día – 1 hora	Q200.00	Q200.00
Elaboración de artes finales versión digital.	1 día – 0.5 hora	Q200.00	Q100.00
TOTAL			Q300.00

10.2 Plan de costos de reproducción:

PROCEDIMIENTO	COSTO POR UNIDAD	CANTIDAD IMPRESIONES	TOTAL DE COSTO
Impresión de 500 Trifoliales Papel Coushe (1000 impresiones tiro y retiro)	Q1.32	1,000	Q1,325.00*
Impresión de Manual de Identidad Gráfica de 16 páginas	Q5.50	16	Q88.00**
TOTAL			Q1,413.00

*Precios otorgados por medio de cotización de Imprenta y Servicios Ruiz MJ.

**Precios otorgados por medio de cotización de Imprenta Día y Noche.

10.3 Plan de costos de distribución:

Los Trifoliales, Piezas de Diseño y el Manual de Identidad Gráfica, serán entregados directamente a la administración de Casa Hogar Nuevo Despertar, ya que no requiere la publicación de los mismos en medios de comunicación masivos ni virtuales.

10.4 Cuadro con resumen general de costos:

PROCEDIMIENTO	TOTAL DE COSTO
Plan de Costos de Elaboración	Q11,000.00
Plan de Costos de Producción	Q300.00
Plan de Costos de Reproducción	Q1,413.00
Plan de Costos de Distribución	Q0.00
Total	Q12,713.00

The background is white with a large yellow shape on the left side that tapers towards the bottom. Scattered across the white background are several handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. A yellow banner with rounded corners is positioned horizontally across the middle of the page, containing the text 'CAPÍTULO XI' in white, bold, uppercase letters.

CAPÍTULO XI

CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 Conclusiones:

- La Creación de un Imagotipo y Manual de Identidad Gráfica en La Casa Hogar Nuevo Despertar, permitió la representación gráfica de la institución en una serie de documentos impresos o en material digital, con el fin de crear mejor identificación y presentación con su público objetivo, esto ayudará tener una mejor competitividad en el mercado.
- La investigación a profundidad con respecto a La Casa Hogar Nuevo Despertar, en el proceso de recopilación de datos, es esencial para la creación del imagotipo, trifoliar y manual de identidad gráfica, ya que gracias a esto se obtuvo un diseño balanceado con coherencia e identificación con la Institución.
- Las normas de utilización del imagotipo para La Casa Hogar Nuevo Despertar, ayudan a estandarizar el uso del mismo, logrando mantener una coherencia y unidad en tanto en material impreso, como también en material digital.
- La creación de un trifoliar para La Casa Hogar Nuevo Despertar, ayudará en la presentación de la institución.
- La creación de una misión, visión y objetivos para La Casa Hogar Nuevo Despertar, ayudará en la dirección y establecimiento de metas de institución.

11.2 Recomendaciones:

- Que los personeros de la Casa Hogar Nuevo Despertar, apliquen las normas del manual de identidad gráfica, con el fin de no perder la coherencia, lógica y unidad, en el momento de generar material virtual o reproducir material impreso, para que se vea estético, agradable a la vista con la ayuda de las dimensiones ya establecidas.
- Que se actualice periódicamente el presente manual, con el fin de crear modificaciones de vanguardia para nuevos usos digitales o tecnológicos.
- Que antes de modificar el manual de identidad gráfica, realicen nuevas investigaciones y recopilaciones de datos, con el fin de lograr un diseño coherente y no perder la unidad.
- Realizar otros materiales publicitarios (afiches, presentaciones); con el fin de dar a conocer a la institución de manera más amplia, y así lograr que dicha información sea de más fácil acceso al público objetivo.

The background features a large yellow banner on the left side that curves downwards. Scattered across the white background are numerous handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. The central text is contained within a yellow rounded rectangle with a thin white border.

CAPÍTULO XII



Diseño Gráfico

CAPÍTULO XII: CONOCIMIENTO GENERAL

12.1 Conocimiento en el área de Diseño Gráfico:

Durante el proceso de realización del presente proyecto de tesis, se aplicaron distintos conocimientos, que adquiridos durante los años de estudio de la carrera de Licenciatura de Comunicación y Diseño, perteneciente a la Facultad de Ciencias de la Comunicación –FACOM- de la Universidad Galileo; conocimientos importantes, que contribuyeron a la solución de problemas de imagen en la Casa Hogar Nuevo Despertar.

El proceso de Bocetaje, es crucial en cualquier proceso de creación de la Imagen Corporativa de cualquier institución. En Casa Hogar Nuevo Despertar, este proceso fue desarrollado gracias a conocimientos de **Visualización Gráfica**, que fueron adquiridos durante el primer año de la carrera, en el cual se aprendió distintas formas y técnicas de plasmar ideas de forma gráfica en lápiz y papel o cualquier material que deje un rastro gráfico sobre una superficie física. Los bocetos fueron creados con la guía de los contenidos de asignaturas como **Diseño Editorial y Diseño Publicitario**.

También fueron utilizadas técnicas de creatividad, aprendidas en los cursos de **Creatividad**, las que nos enseñan a ver y analizar las cosas de distintos puntos de vista, y de esta manera, explicar y justificar los elementos y detalles plasmados gráficamente para la creación de la imagen institucional de Casa Hogar Nuevo Despertar.

Luego del proceso de bocetaje, se procedió con la digitalización de los bocetos, aplicaciones de color, detalles y de aspectos gráficos importantes para la culminación del proceso de creación de la imagen corporativa de la institución. Para dicha digitalización, fueron utilizados los conocimientos impartidos en asignaturas de **Software, Taller, Diseño Gráfico Electrónico, Diseño Visual y Composición.**

Luego se culminó con la exportación del material gráfico a formatos digitales que conserven una óptima calidad en la definición de detalles para reproducción del material gráfico. También se realizó un proceso de selección de materiales adecuados para la reproducción del material gráfico, materiales como tipo de papel, tinta, acabados de barnices, que otorgan una excelente presentación, esto acompañado de cotizaciones, entre los que se escogerá la que mejor se adecúe al presupuesto de la institución, dichos conocimientos se aplican del contenido de la asignatura de **Pre-Prensa y Producción.**

En el proceso de creación de la imagen corporativa de Casa Hogar Nuevo Despertar, los aspectos de creación gráfica manual y digital y la unión de todos los procesos de graficación mencionados anteriormente, fueron logrados gracias a los lineamientos otorgados en asignaturas como **Gestión del Diseño y Gestión de Calidad.**

es Anato-

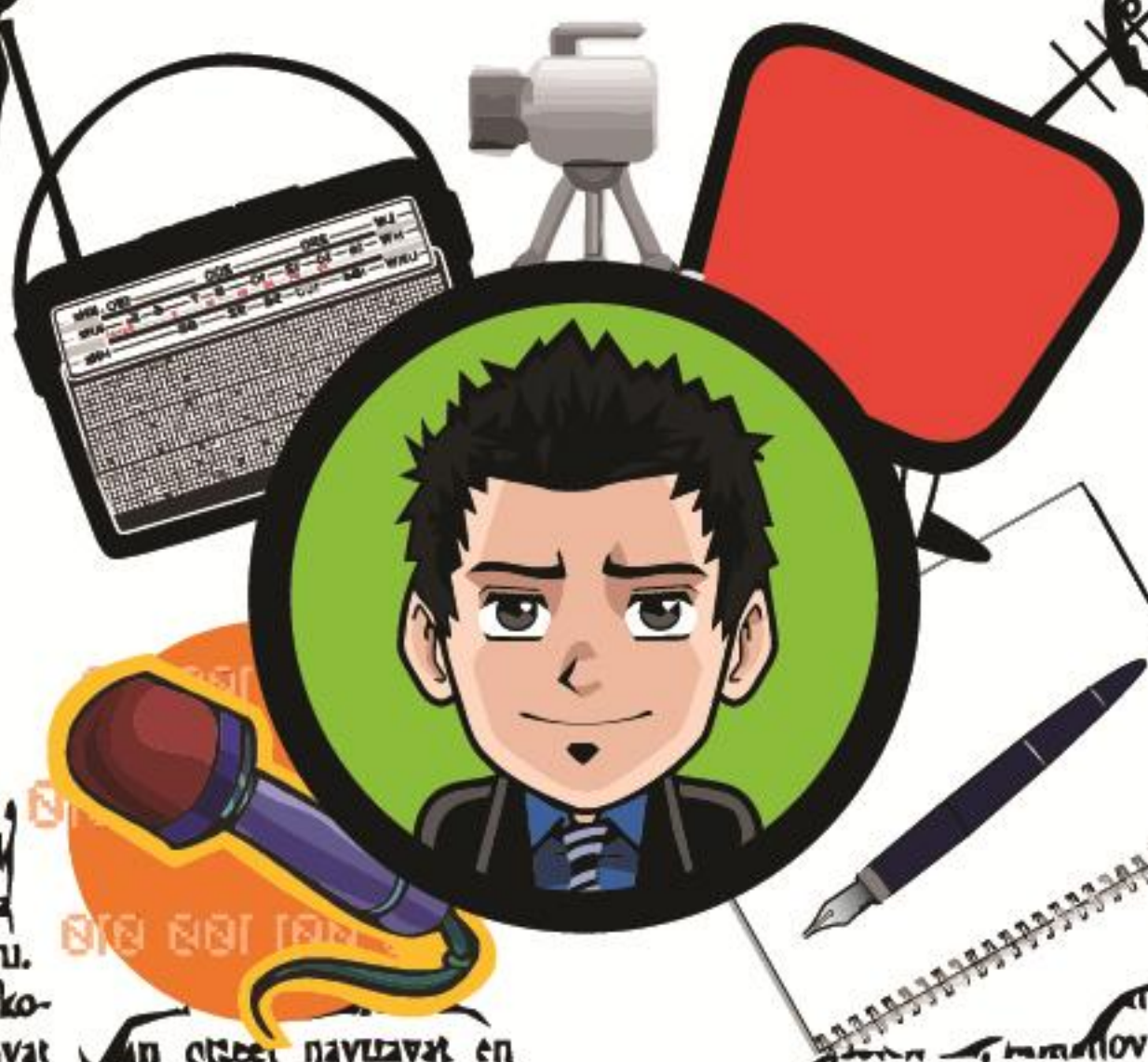
Eurooppalainen humanistinen yliopisto houkuttelee uusia opiskelijoita nettisivuillaan

on siltä
korkea-
a kielellä
vieraitseva
o Venäjä
noma
koppala
a (EH
n maan
jatkaa
a
pisk
op
y tu
ope
kov
aun
htolo

Vu
in
Eu-
valko-
tami
aut-
lko-
v
a
o

roula myös
opettajakunn

6
mattoman e
Neuvostoliit
eurooppala
kaisen
flan vaitte
salaisesta
ia-Saks
vaikaa ei
neuvo
n kumer
ita kehdi
kun ajat
urooppa
yliopisto
Venäjältä
vapautu
alus
muuste
a kirkon m
En ollut
toiveikas, m
uskonut, et
laista vaikeu
non "Olymp



linaan
littoma
sista
asuma
ei tunu.
ssa Valko-
ei olisivat
skelijoiden
kuorasta

in otteet näyttävät en
taan kovenevan, Euroopa
on yhdenlaatu- laaja- hanketta - mielestään koulutus- ja vas -

Comunicación

12.2 Conocimiento en el área de Comunicación:

El **Análisis de Contenido**, se fundamenta en bibliografías específicas, referente a temas relacionados con la discapacidad mental, sus causas, efectos, sintomatologías, nombramientos científicos y posibles tratamientos, con el fin de conocer sobre el tipo de procedimientos de pacientes para fortalecer el marco teórico; asimismo, se utilizó bibliografía con términos puramente del área de Psicología y Psiquiatría; también de **Sociología** para obtener datos del comportamiento de la sociedad hacia este tipo de temas, tal es el caso de la discapacidad mental, entre otros; y así saber qué tipo de información se debe dar a los interesados y plasmarlo en el material gráfico a reproducir.

De esa manera, se trasladará información y mensajes al público objetivo, que tendrá mejor comprensión de temas con respecto a la discapacidad mental y otras discapacidades, cumpliendo con los propósitos generales de la comunicación de informar y educar. Los conocimientos aplicados, fueron adquiridos en asignaturas de **Comunicación, Comunicación Social, Administración de la Comunicación, Comunicación Corporativa y Comunicación Intercultural.**



Conocimientos Generales

12.3 Conocimiento en el área de Conocimientos Generales:

También fue crucial, poner en práctica conocimientos de **Técnicas de Investigación, Investigación de Mercados, Mercadeo, Psicología del Consumidor, Mercadeo Total**, para investigar tanto los orígenes, historia y todos los cambios que a través del tiempo ha sufrido la institución, sino también a la investigación de su público objetivo, tomando en cuenta aspectos como comportamiento del mismo, las tendencias de comportamiento en la contratación de los servicios específicos de personal que se ocupa de los cuidados especiales de personas con discapacidades mentales.

El Proceso de recopilación de datos mediante cuestionarios, recopilación de datos, análisis de resultados y la emisión de los mismos, fue apoyado con conocimientos adquiridos durante el curso de **Estadística**, en la cual fueron explicados métodos casi exactos, para la obtención de resultados reales para la emisión de una teoría para la posible solución de un problema de comportamiento de mercados o tendencias del mismo.

The background features a large, curved yellow shape on the left side, resembling a drop or a stylized letter 'L'. Scattered across the white background are several handprints in various colors: orange, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. A horizontal yellow banner with rounded ends is positioned in the center, containing the chapter title. The banner has a thin white border and a slight shadow effect.

CAPÍTULO XIII

CAPÍTULO XIII: REFERENCIAS

13.1 Bibliografía:

1. **Ander-Egg, Ezequiel.** Diccionario del trabajo social. Buenos Aires: Editorial Lumen Año 1995.
2. **Checa Godoy, Antonio.** HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN: “DE LA CRÓNICA A LA DISCIPLINA CIENTÍFICA COMUNICACIÓN Y CULTURA”. EDITOR NETBIBLO.
<http://books.google.com.gt/books?id=H0Zclrxs4w8C&printsec=frontcover&dq=historia+de+la+comunicacion&hl=es&sa=X&ei=PD0qUbPGOlek8QSt64GQDQ&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false> . AÑO 2008.
3. **Dalley, Terence.** Ilustración y Diseño: técnicas y materiales, Volumen 6 de Artes, técnicas y métodos. España: Ediciones AKAL. Año 1992.
4. **Dorsch, Friedrich.** DICCIONARIO DE LA PSICOLOGÍA. Editorial Herder S.L. España. Año 1981.
5. **Edgerton, Robert B.** EL DESARROLLO EN EL NIÑO. “VOL. 12: RETRASO MENTAL”. Edicion 2 Ilustrada. Ediciones Morata.
http://books.google.com.gt/books?id=ybEP118YlhYC&printsec=frontcover&dq=retardo+mental&hl=es&sa=X&ei=ffyaUJqhGYGo8gTs04GQCg&redir_esc=y#v=onepage&q=retardo%20mental&f=false . Año 1985.

6. **Eroles, Carlos.** Glosario de temas fundamentales en Trabajo Social. Argentina: Espacio Editorial. Año 1995.
7. **Fernández F., Santiago. Cordero S., José M. Largo C., Alejandro.** ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA. 2da. Edición. ESIC
<http://books.google.com.gt/books?id=31d5cGxXUnEC&pg=PA13&dq=estadística+conceptos&hl=es&sa=X&ei=PuvHUYjTI4Xs8QTmviCQAw&ved=0CDoQ6AEwAg#v=onepage&q=estadística&f=false> . Año 2002.
8. **Figuroa Bermúdez, Romeo Antonio.** Cómo hacer publicidad. España: Editorial Pearson. Año 1999.
9. **Filippis, Jorge.** GLOSARIO DEL DISEÑO. Editor Nobuko.
http://books.google.es/books?id=Z5PIW84cuJIC&printsec=frontcover&dq=diccionario+dise%C3%B1o&source=bl&ots=V5KpAqWjHH&sig=DdtRhPr0hAZVprN2-XS_cMV22Ww&hl=es&sa=X&ei=qO83ULG2B8PQqAG634HoAw&ved=0CEAQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false . Año 2006.

10. Fonseca Yerena, María del Socorro. COMUNICACION ORAL:

“FUNDAMENTOS Y PRACTICA ESTRATEGICA”. Editor Pearson Educación.

<http://books.google.com.gt/books?id=Xp2R2xDrT0EC&pg=PA17&dq=tipo+d+comunicacion&hl=es&sa=X&ei=87UuUauqEovU9QT7pIDgAw&ved=0CDoQ6AEwAw#v=onepage&q=tipo%20de%20comunicacion&f=false> .

Año 2005.

11. Heber, Rick F. Manual SOBRE TERMINOLOGÍA Y CLASIFICACIÓN EN EL RETRASO MENTAL (*MANUAL ON TERMINOLOGY AND CLASSIFICATION IN MENTAL RETARDATION*). Volumen 65. Año 1961.

12. Ind, Nicholas. LA IMAGEN CORPORATIVA: *“ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR PROGRAMAS DE IDENTIDAD EFICACES”*, (EDICIÓN ILUSTRADA). Ediciones Díaz Santos. <http://books.google.es/books?id=-MLwmsABLFQC&printsec=frontcover&dq=imagen+corporativa&source=bl&ots=oFtzAG6k80&sig=OQ6l2SgJE3lLyVdRLSBQqRjIAPi&hl=es&sa=X&ei=Gmo1UOuWJeK7ygHSnIDoCQ&ved=0CDsQ6AEwAA#v=onepage&q=imagen%20corporativa&f=false> . Año 1992.

13. Lazar, Judith. LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN. Volumen 39. Editor:
Publicaciones Cruz O., S.A.

http://books.google.com.gt/books/about/La_Ciencia_de_la_Comunicaci%C3%93n.html?id=WNEQIQAyLJEC&redir_esc=y%20.%20A%C3%B1o%201995

5 . Año 1995.

14. López Chicharro, José Luis. FISIOLOGÍA CLÍNICA DEL EJERCICIO.

Ediciones Médica Panamericana.

http://books.google.es/books?id=eSUEpbNRt7gC&dq=paralisis+cerebral&hl=es&source=gbs_navlinks_s . Año 2008.

15. Manucci, Marcelo. Comunicación corporativa estratégica. Colombia:
Editorial SAF Grupo. Año 2004.

16. Méndez Mosquera, Carlos. Ensayos sobre diseño. Argentina: Ediciones
Infinito. Año 2001.

17. Muñoz, José Javier. NUEVO DICCIONARIO DE PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA.

Publicaciones: Libros en Red.

http://books.google.es/books?id=r_EZpPDqX2cC&pg=PA107&lpg=PA107&dq=diccionario+dise%C3%B1o&source=bl&ots=VgBApgdSPv&sig=xUvrxbowiBW6TidzfmEI4xDeThQ&hl=es&sa=X&ei=qO83ULG2B8PQqAG634HoAw&ved=0CDsQ6AEwAg#v=onepage&q=diccionario%20dise%C3%B1o&f=false . Año 2004.

18. Myers, David G. PSICOLOGÍA. Edición 7. Editorial Médica Panamericana.

http://books.google.es/books?id=I_OkN3KLPsAC&dq=ansiedad+psicologia&hl=es&source=gbs_navlinks_s . Año 2006.

19. Pelayo, Neneka. Cabrera, Adriana. LENGUAJE Y COMUNICACIÓN: *CONCEPTOS BÁSICOS, ASPECTOS TEÓRICOS GENERALES, CARACTERÍSTICAS, ESTRUCTURA, NATURALEZA Y FUNCIONES DEL LENGUAJE Y LA COMUNICACIÓN (Número 2 de Colección Minerva).*

Editorial: El Nacional.

http://books.google.com.gt/books?id=5rqRZJjSZQsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=signo&f=false .

Año 2001.

20. Pedroni, Ana María. SEMIOLOGÍA. Guatemala. Editorial USAC. Año 2004.

21. Puente J., Rosa. Dibujo y Comunicación Gráfica. 4ta. Edición. México. Editorial Gili. Año 2001.

22. Sánchez, Joaquín. Pintado, Teresa. IMAGEN CORPORATIVA: “INFLUENCIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL”. Editorial ESIC.
http://books.google.es/books?id=O2hVVxHY9ecC&printsec=frontcover&dq=imagen+corporativa&source=bl&ots=K5B_8OGHbC&sig=zm_c4jYj5MbyWTGKOra0KaPCoZc&hl=es&sa=X&ei=t5U2UMzICqSa0QHG84DYDQ&ved=0CEkQ6AEwBA . Año 2009.

23. Sanz, Juan Carlos y Gallego, Rosa. Diccionario AKAL de Color, Volumen 29. España: Ediciones AKAL. Año 2001.

24. Sastre Castillo, Miguel Ángel. DICCIONARIO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING. Volumen 8. Editorial ECOBOOK.
http://books.google.es/books?id=MQBedTg_CrIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false . Año. 2009

25. Timothy, Samara. DISEÑAR CON Y SIN RETÍCULA. España. Editorial Gili, Año 2004.

26. Walton, Roger. Gillies, Keith. Heppell, Lindsey. Laing, John. HAGA USTED MISMO SU DISEÑO GRÁFICO. Edición 2. Ediciones AKAL.
http://books.google.es/books?id=XMTEE-bzj1gC&pg=PA9&lpg=PA9&dq=conceptos+de+dise%C3%B1o+grafico&source=bl&ots=KjJwhRUkr-&sig=eKcc_aX2Khieo6DiM3Ze_mkAPCo&hl=es&sa=X&ei=Ce03UlefMsfrQHG_oAw&ved=0CFYQ6wEwBQ#v=onepage&q&f=false . Año 1988.

27. Wong, Wucius. DISEÑO BI Y TRI-DIMENCIONAL. Edicion 3. Editorial Gili, S.A. Pág. 41. Año 1998.

28. Zeledón, María del Pilar. LENGUAJE Y ESTUDIOS SOCIALES EN LA EDUCACIÓN INFANTIL. Editorial EUNED. Costa Rica.
http://books.google.com.gt/books?id=V5DpTJVJ5fYC&dq=historia+de+la+comunicacion&hl=es&source=gbs_navlinks_s. Año 2004.

13.2 Otras Referencias:

- <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448175743.pdf> (Documento PDF de descarga, distribuido electrónicamente por Editorial Mcgraw-Hill).
- <http://posicionamientowebpro.es/disenio-paginas-web/disenio-grafico-multilogo/> (Diseño Gráfico, Multilogo. Blog Posicionamiento Web).

- <http://www.brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad/>, (Hablemos con Propiedad, Imagotipo. Blog Brandemia).

The background features a large yellow banner on the left side that curves towards the bottom right. Scattered across the white background are several handprints in various colors: yellow, pink, white, purple, blue, green, red, and teal. The handprints are stylized and appear to be made of paint or ink. The banner has a slight gradient and a thin white border.

CAPÍTULO XIV

CAPÍTULO XIV: ANEXOS

14.1 Cotizaciones:



IMPRESA Y SERVICIOS RUIZ MJ

Calz. Roosevelt 14-82, zona 7, C.C. Galerías Primma,
1er. Nivel, Kiosco 32. Guatemala.
Teléfono: 2474-2120

Guatemala, 19 de Junio de 2013

Señores
Casa Hogar NUEVO DESPERTAR
Por este medio les hago llegar la cotización solicitada.

Cantidad	Descripción	Material	Total
1,000	Trifoliales tamaño carta, impresos de ambos lados	Papel Coushe	
		Sin Barniz UV	Q. 1,325.00
		Con Barniz UV	Q. 1,645.00
Tiempo de Entrega 15 días hábiles	Esta cotización no incluye diseño	Se solicita un anticipo del 50% sobre el valor de su solicitud	

Respecto a sus impresiones Full Color de un manual, nos es imposible cotizarle debido a que en ese tipo de impresión solo elaboramos por millar y necesitaríamos ver la diagramación de la misma para poderle cotizar.

Gracias por contactarnos, esperando poder servirles, me suscribo de ustedes.

Atentamente:

ALEJANDRA MEJÍA BATZÁN

Imprenta y Servicios Ruiz MJ

2474-2120 / 2261-6668



24 horas
lunes a domingo

plano plot, S.A.
Correo: impresion@planoplot.com
Boulevard Liberación 4-29 z.9 plaza "ASADIS"
Guatemala, C.A.
Teléfono: 2360_5260



COTIZACION No.

MMC - 056

LUGAR Y FECHA:	18/06/2013
EMPRESA:	CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR
ATENCION:	SILVIA ENAMORADO
DIRECCION:	
TELEFONO:	

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNITARIO (Q.)	TOTAL (Q.)
IMPRESIÓN COUCHE TIRO Y RETIRO	1000	Q20.00	Q20,000.00
MANUAL DE IDENTIDAD GRAFICA TIRO Y RETIRO	8	Q16.00	Q128.00
			Q20,128.00

TIEMPO DE ENTREGA:	FORMA DE PAGO:	50% anticipo y 50% contra entrega cheque a nombre de Plano Plot, S.A.
--------------------	----------------	---

CONDICIONES DE CONTRATACIÓN	AUTORIZADO	PLANO PLOT
1- Si una orden fuera suspendida por el cliente, se cobrara el trabajo realizado hasta el momento. 2- Plano Plot GARANTIZA el servicio, la calidad, y los 3- Plano Plot NO se respnzabiliza por trabajos u originales olvidados por el cliente por mas de 15 días. 4- Plano Plot NO se respnzabiliza por errores o defector en los artes, negativos, CD's, diskettes, ZIP, u otro elemento proporcionado por el cliente. 5- Las cotizaciones tienen una validez de 30 días.	_____ FIRMA _____ NOMBRE Y PUESTO  SELLO	ATENTAMENTE  FIRMA



Guatemala 18 de junio de 2013

A: Casa Hogar Nuevo Despertar

A continuación detallo la cotización que amablemente solicitara.

Cantidad	Descripción	Precio Unidad	Precio Total
1000	impresiones de 500 trifoliales	Q5.50	Q5,500.00
500	papel Couche	Q2.00	Q1,000.00
16	impresiones manual de identidad grafica	Q5.50	Q88.00
			Q6,588.00

Agradecemos su confianza y ponemos a su orden nuestros servicios las 24 horas.
Atentamente,

Copias Día y Noche, S.A

Avenida las Americas 0-50 Zona 14 Centro Comercial Plaza Bell.
Telefonos: 2366 8615, 2366 8616 y Telefax: 23668617
Correo Electronico: copiasprofesionales@gmail.com

14.2 Proceso de Validación:

14.2.1 Validación con expertos:

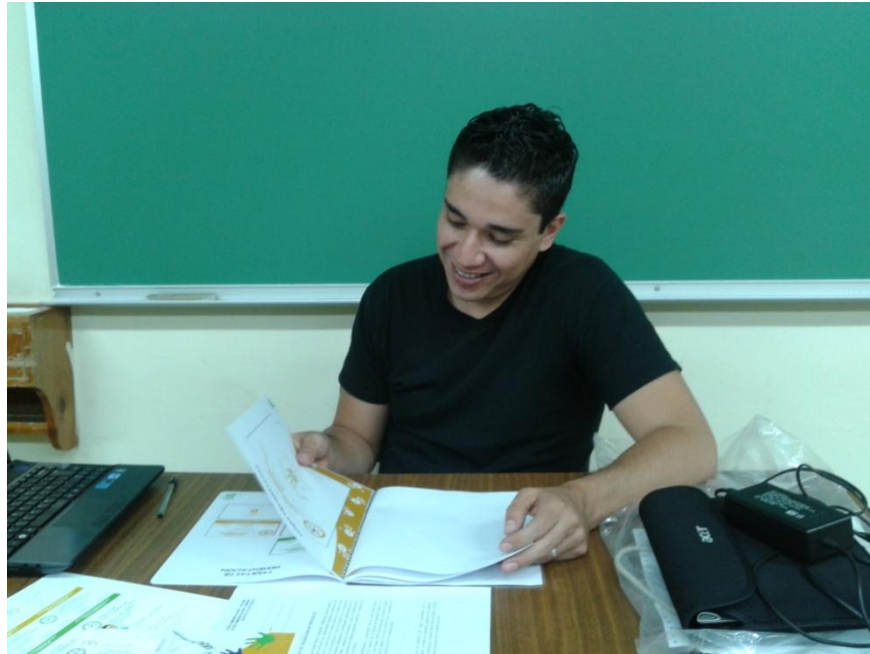


Licda. Lisa Quan



Lic. Carlos Franco

Validación con expertos:

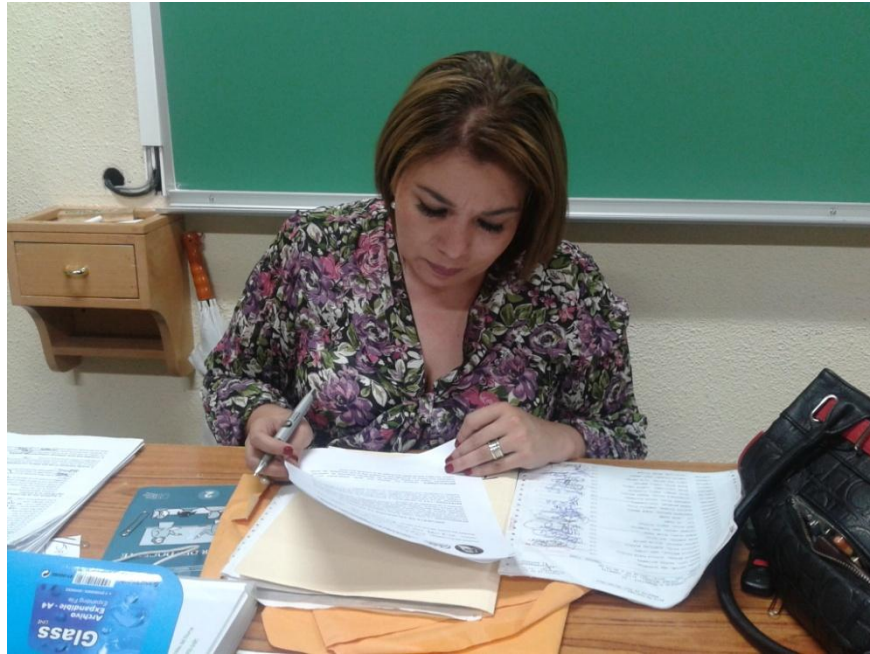


Lic. Alejandro Moreno



Licda. Lissette Pérez

Validación con expertos:



Licda. Elsie Sierra



Lic. Marlon Borrayo



Lic. Rolando Barahona

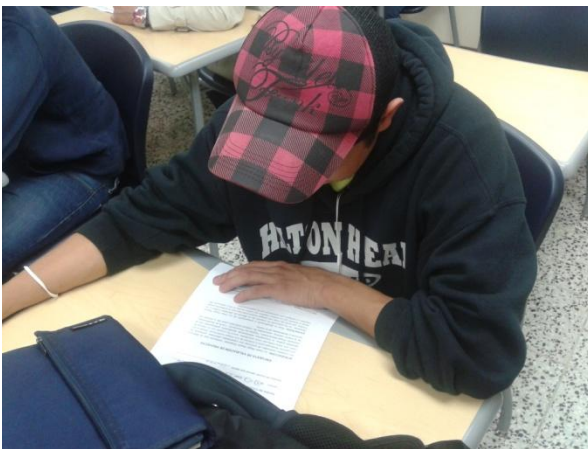
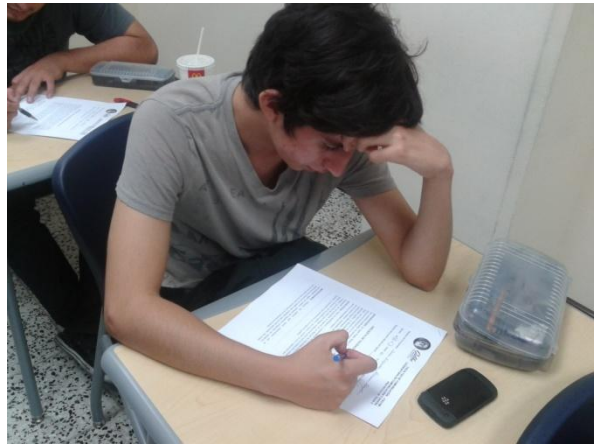
14.2.2 Validación con el Cliente



Silvia Divas

Administración Casa Hogar Nuevo Despertar

14.2.3 Validación con personas conocedoras del área:



Validación con personas conocedoras del área:



14.3 Encuesta:



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE COMUNICACIÓN - FACOM -
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE TESIS II

Nombre del Encuestado: _____

Género: M F Edad: _____ Profesión: _____

Nombre del puesto laboral que ejerce: _____

ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PROYECTO

INTRODUCCIÓN: La Casa Hogar Nuevo Despertar, Institución que se dedica a los cuidados especiales de personas con capacidades diferentes, careciente de presupuesto designado para la creación de una imagen institucional. Desde el año 2004, que dicha institución inició actividades, nunca ha contado con un manual de identidad gráfica, ni documentos debidamente identificados gráficamente con la institución (Papel Membretado, Tarjetas de Presentación, Carné de Identificación), de la misma manera, carecientes de material publicitario para dar a conocer los servicios y necesidades de la misma.

ESTRATEGIA: Para la identificación y presentación de La Casa Hogar Nuevo Despertar, se ha propuesto la creación de un Manual de Identidad Gráfica y un Trifoliar, con el fin de crear una Imagen Institucional para que la institución pueda darse a conocer con su público objetivo, así mismo normar el uso y aplicación del logotipo, y mantener una coherencia con su material gráfico.

INSTRUCCIONES: Observe los diseños que serán presentados por el encuestador, según su criterio, conteste las siguientes preguntas de validación, realizando una marca en la casilla que considere sea la más apropiada. No olvide colocar los datos que se piden al principio de la presente encuesta.



A. PARTE OBJETIVA

1. ¿Cómo considera la utilidad de la información presentada en el presente Trifoliar y Manual de Identidad Gráfica?

Útil Poco Útil Nada Útil

2. ¿Cómo considera el contenido del Trifoliar y del Manual de Identidad Gráfica?

Completo Falta Contenido Escaso

3. ¿Cree usted que el Manual de Identidad Gráfica, cumple con el fin de normar y dar las directrices para la aplicación del diseño institucional para toda la documentación de La Casa Hogar Nuevo Despertar?

Si No

4. ¿Cree usted que el Trifoliar, cumple con el fin de dar a conocer a la institución, y a la vez solicitar ayuda?

Si No

B. PARTE SEMIOLÓGICA

5. ¿Cree usted que el diseño y los colores utilizados para la creación del Manual de Identidad Gráfica, mantienen la identificación con el Logotipo creado para La Casa Hogar Nuevo Despertar?

Si se identifica Se identifica poco No se Identifica

6. ¿Cree usted que el diseño y los colores utilizados para la creación del Trifoliar, mantienen la identificación con el Logotipo creado para La Casa Hogar Nuevo Despertar?

Si se identifica Se identifica poco No se Identifica



7. ¿Cree usted que el diseño y los colores utilizados para la creación de la documentación Institucional, mantienen la identificación con el Logotipo creado para La Casa Hogar Nuevo Despertar?

- Si se identifica Se identifica poco No se Identifica

8. ¿Cómo considera el orden de distribución de los elementos (tipografía gráficos) utilizados dentro del Manual de Identidad Gráfica y Trifoliar?

- Ordenada Poco ordenada Nada Ordenada

9. ¿Considera que la Información del Manual de Identidad Gráfica, es lo suficientemente explicativa, con respecto a la normalización, para la utilización correcta de la Imagen Institucional (logotipo, tipografía, colores, etc.), de manera impresa (documentos institucionales impresos) y electrónica?

- Muy Explicativa Poco Explicativa Nada Explicativa

10. A su criterio, ¿Qué representan los colores, de las distintas huellas de manos que se encuentran dentro del logotipo?

- Diversidad Actividades Manuales Avivamiento y Actividad

11. ¿Cree usted que la tipografía utilizada es legible, y a la vez apropiada para la imagen institucional de La Casa Hogar Nuevo Despertar?

- Si es apropiada Poco apropiada Nada Apropiada

C. PARTE OPERATIVA:

12. ¿Cómo considera usted la explicación mediante los diseños, donde se indica los distintos usos del logotipo en la documentación institucional?

- Muy Explicativa Poco Explicativa Nada Explicativa



13. ¿Cómo considera usted la explicación mediante los diseños, donde se indica, las distintas combinaciones de colores para la utilización del multilogo?

Muy Explicativa

Poco Explicativa

Nada Explicativa

14. ¿Considera usted que la Misión, Visión y Objetivos, presenta y da a conocer ante su público objetivo a La Casa Hogar Nuevo Despertar?

Si

No

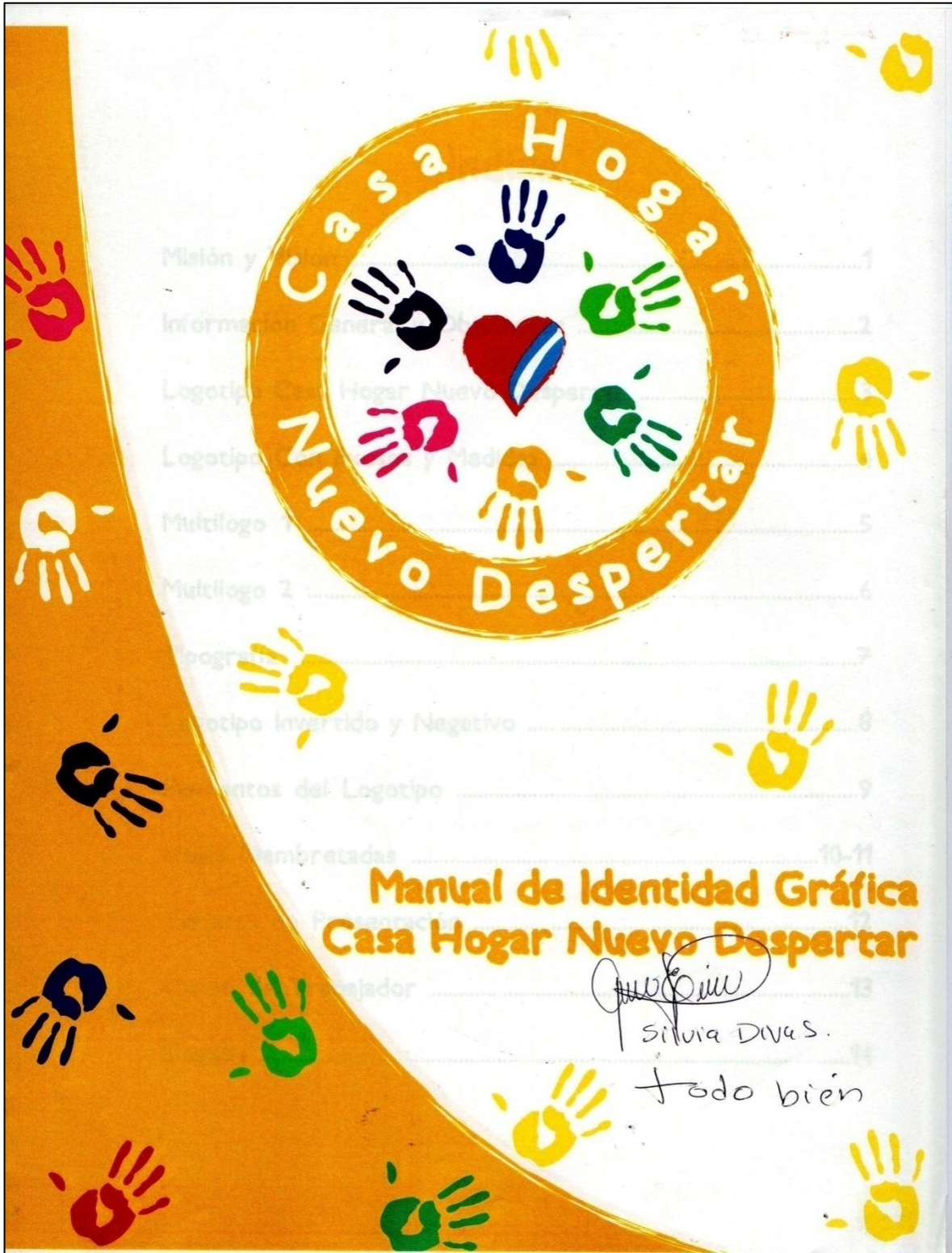
15. Si su respuesta anterior fue no, indicar la razón del por cual la Misión, Visión y Objetivos, no cumplen con la función de presentar y dar a conocer a La Casa Hogar Nuevo Despertar.

16. ¿Considera usted que el Manual de Identidad Gráfica de La Casa Hogar Nuevo Despertar, reúne las directrices suficientes, para la elaboración en un futuro, de nueva documentación que requiera ser identificada?

Si

No

14.4 Material impreso firmado y autorizado:



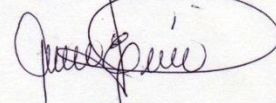


Misión

Prestar Servicios de cuidados a personas guatemaltecas con capacidades distintas, problemas de retraso mental, retardo mental, ayudando a su pronta recuperación física, rigiéndonos por el temor a Dios, a los valores éticos y morales, y de esta manera ayudar a nuestro prójimo y a Guatemala en General.

Visión

Ser una institución líder en la ciudad de Guatemala, caracterizada por la calidad, el buen servicio y la excelencia para con nuestros pacientes, en el cual se sienta cómodo, en un ambiente hogareño y brindar seguridad a la familia de nuestro pacientes, para que esto contribuya a la rápida recuperación del mismo.



Silvia Dives



Como Ayudar?

Deja Tu Huella En:
 10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales
 del Norte.

Llamanos:
 Tel. 4212-2892 / 5959-0481

"El alma generosa será prosperada;
 y el que saciare, él también será
 saciado."
 Proverbios 11:25

**Casa Hogar
 Nuevo Despertar**


Silvia Flores



CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física




Silvia Pires.

10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales del Norte


Teléfonos: 4212-2892/5959-0481



CASA HOGAR NUEVO DESPERTAR

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física




Silvia Paves

10 Av. 10-80, zona 17 Residenciales del Norte

Teléfonos: 4212-2892/5959-0481

Frente



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
ID: 000000001



Nombre del Trabajador
Puesto del Trabajador
Yo dejo mi Huella...! ☺

Firma Trabajador Firma Administrador

Dorso

Se ruega a las autoridades, tomen en cuenta el presente documento de identificación.

VENCE
31/12/2013

Hoja de Cambios

Observaciones

Todo Bien

Firma:



Frente



**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
ID: 000000001



Nombre del Trabajador
Puesto del Trabajador
Yo dejo mi Huella...! ☺

Firma Trabajador Firma Administrador

Dorso

Se ruega a las autoridades, tomen en cuenta el presente documento de identificación.

VENCE
31/12/2013

Observaciones

Todo Bien

Firma:



Hoja de Cambios

Dorso



Frente

**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
Cuidados Psiquiátricos y Atención Psiquiátrica

SILVIA ENAMORADO
Administradora

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

10 Av. 10-80, zona T7 Residenciales del Norte
Teléfonos: 4372-2892/5959-0481

Observaciones

Todo Bien

Firma:

Dorso



Frente

**CASA HOGAR
NUEVO DESPERTAR**
Cuidados Psiquiátricos y Atención Psiquiátrica

SILVIA ENAMORADO
Administradora

- Retraso Mental
- Esquizofrenia
- Síndrome de Down
- Bipolaridad
- Parálisis Cerebral
- Síndromes Compulsivos
- Autismo
- Terapia Ocupacional
- Terapia Física

10 Av. 10-80, zona T7 Residenciales del Norte
Teléfonos: 4372-2892/5959-0481

Observaciones

Todo Bien

Firma:

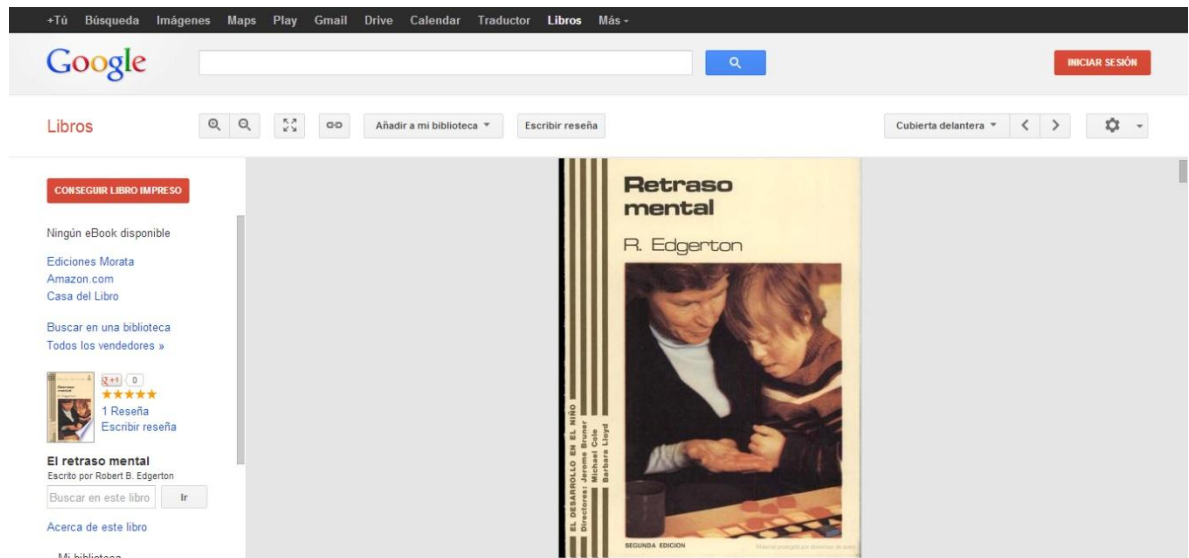
14.5 Capturas de pantalla (consulta libros y material en la web)

- Checa Godoy, Antonio. HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN: “DE LA CRÓNICA A LA DISCIPLINA CIENTÍFICA COMUNICACIÓN Y CULTURA”.

Consultado el 28-02-2013.



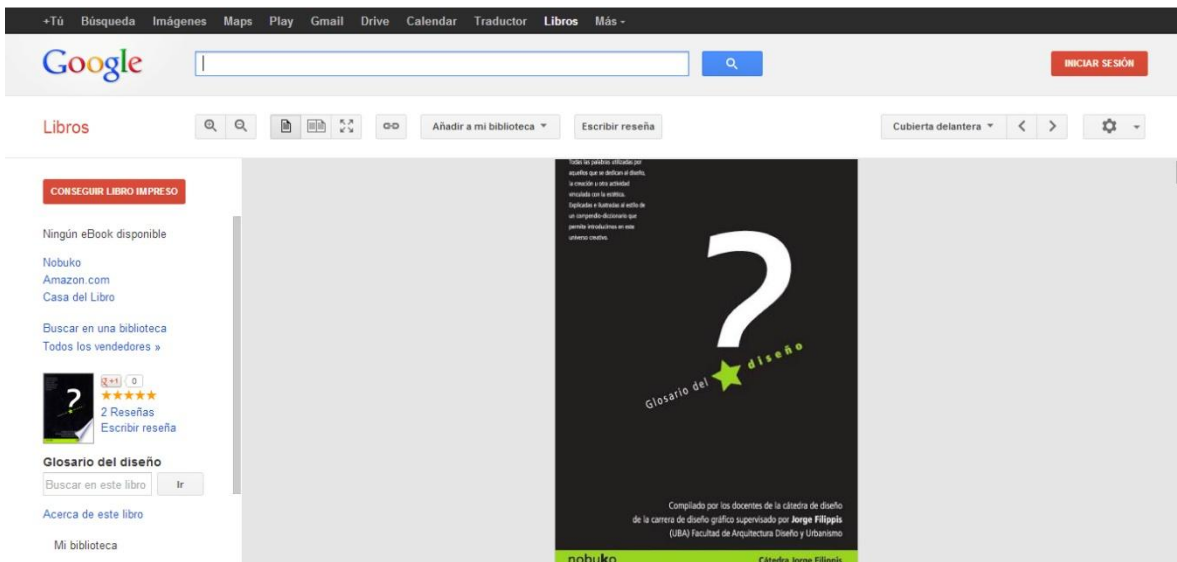
- Edgerton, Robert B. EL DESARROLLO EN EL NIÑO. “VOL. 12: RETRASO MENTAL”. Consultado el 07-11-2012.



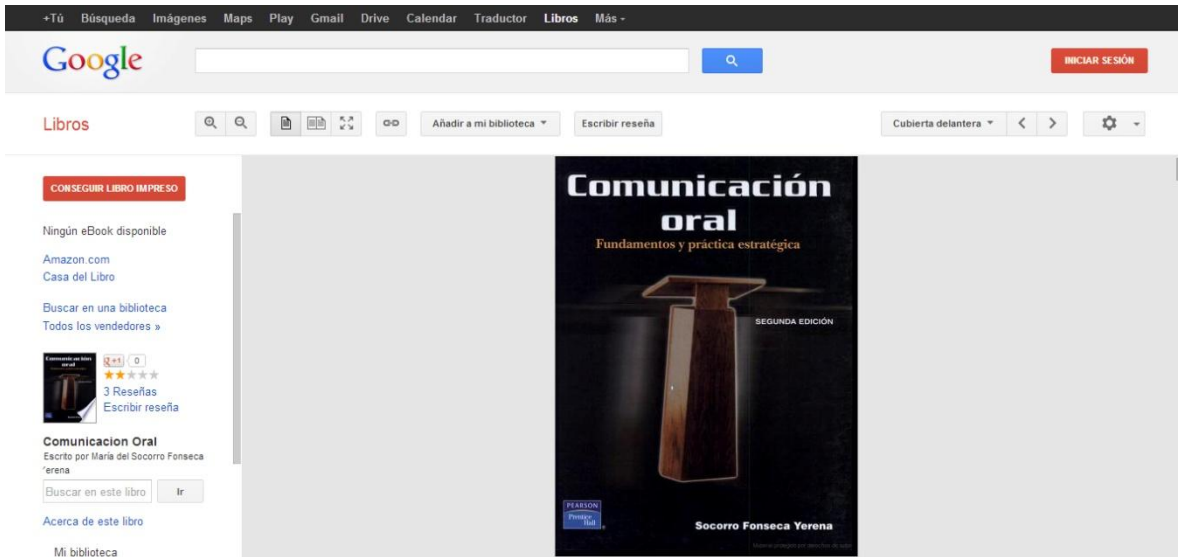
- Fernández F., Santiago. Cordero S., José M. Largo C., Alejandro. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA. Consultado el 07-11-2012.



- Filippis, Jorge. GLOSARIO DEL DISEÑO. Consultado el 24-08-2012



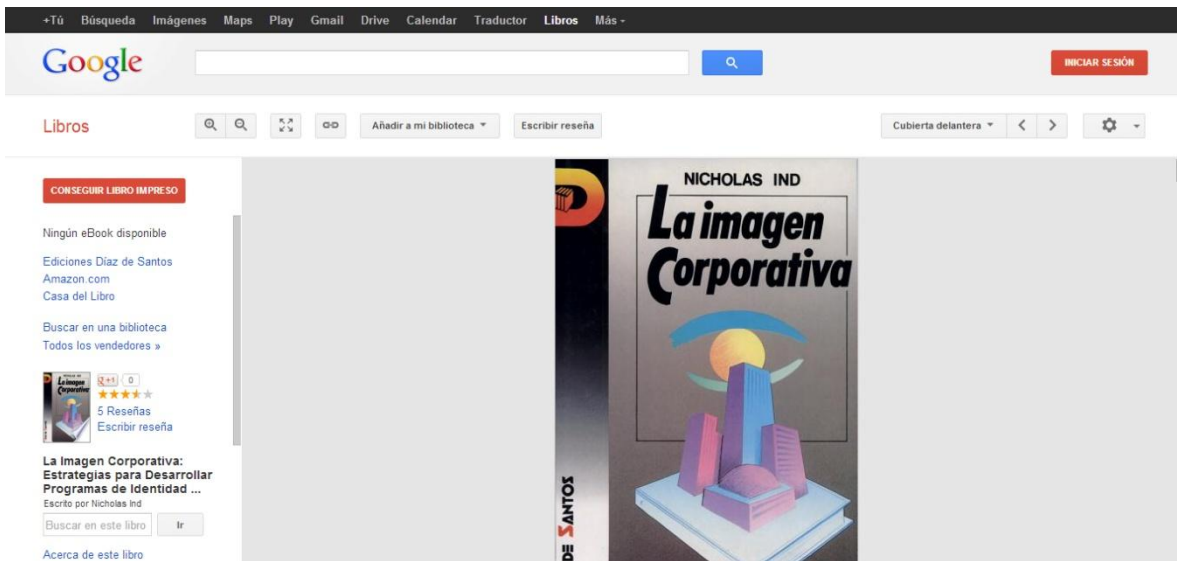
- Fonseca Yerena, María del Socorro. COMUNICACION ORAL: *“FUNDAMENTOS Y PRACTICA ESTRATEGICA”*. Consultado el 28-02-2013.



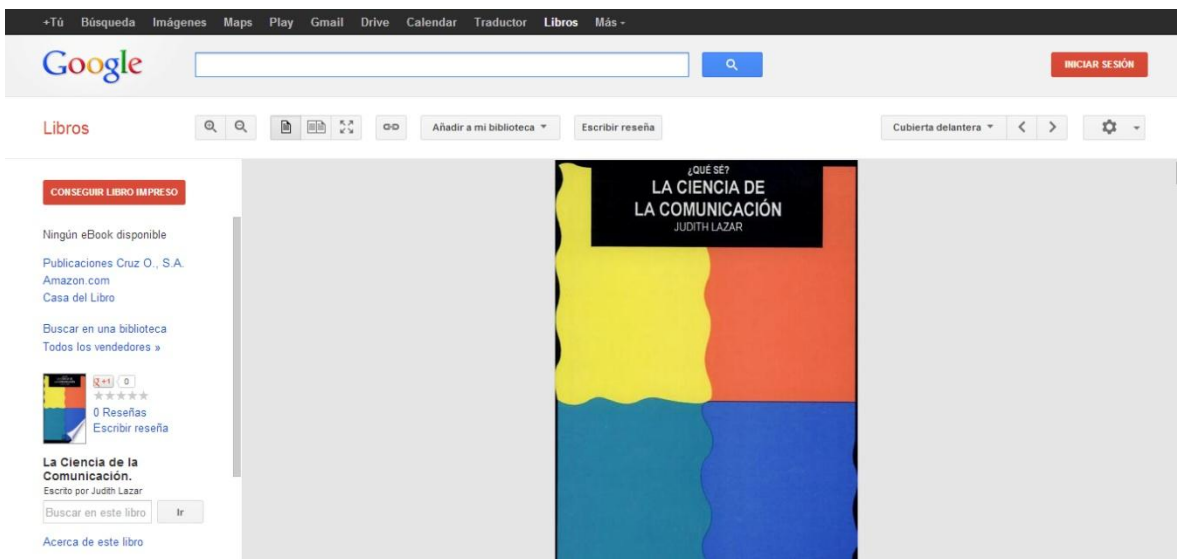
- Frascara, Jorge. DISEÑO GRÁFICO PARA LA GENTE: *“COMUNICACIÓN DE MASA Y CAMBIO SOCIAL, BIBLIOTECA DE DISEÑO”*. Consultado el 19-08-2012.



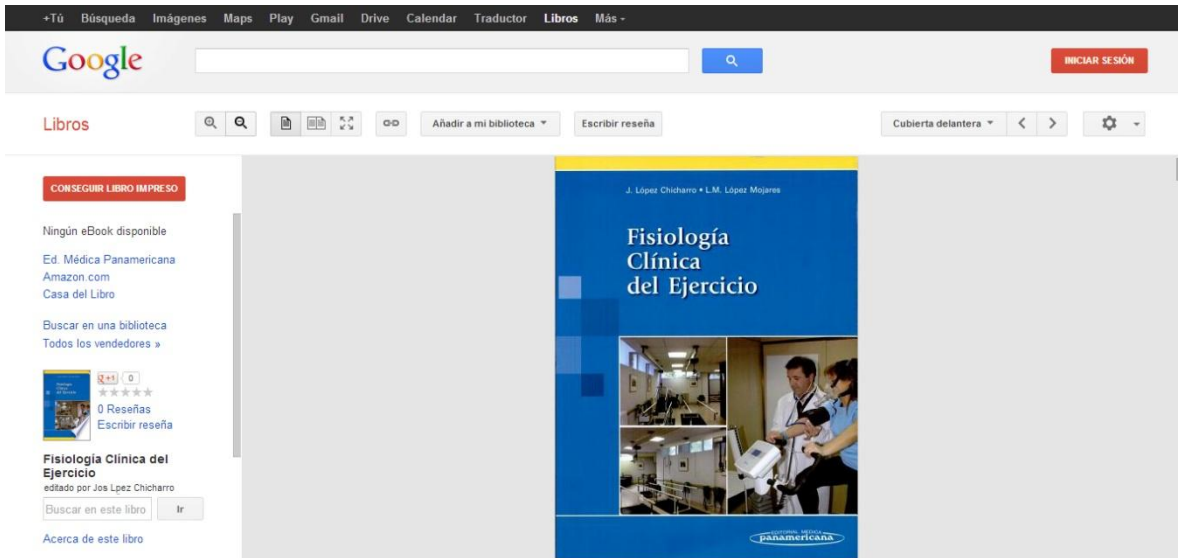
- Ind, Nicholas. LA IMAGEN CORPORATIVA: “ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR PROGRAMAS DE IDENTIDAD EFICACES”, (EDICIÓN ILUSTRADA). Consultada el 22-08-2013.



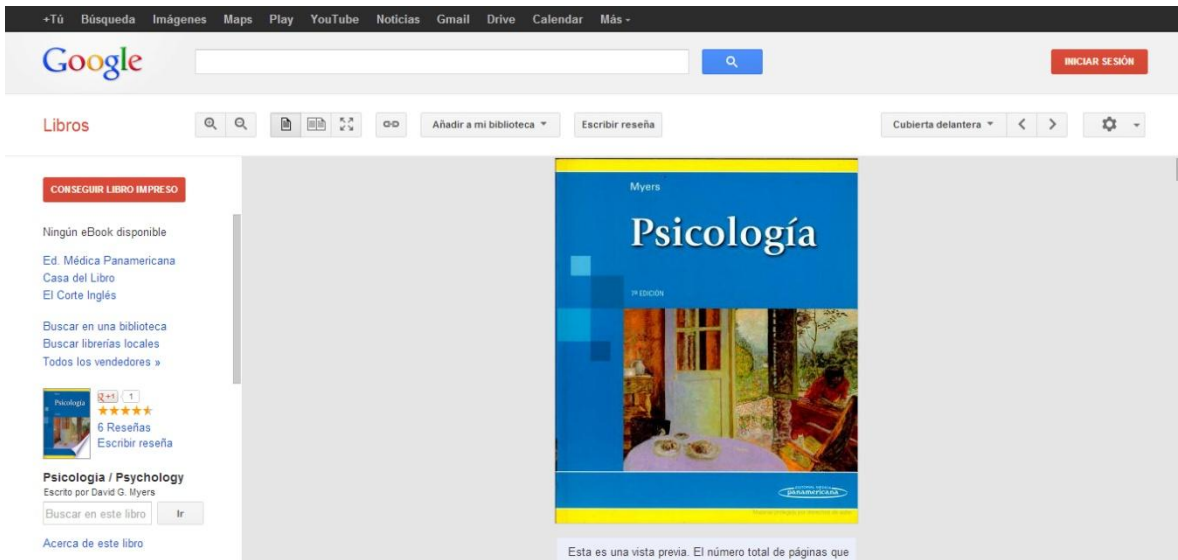
- Lazar, Judith. LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN. Consultado el 05-11-2012.



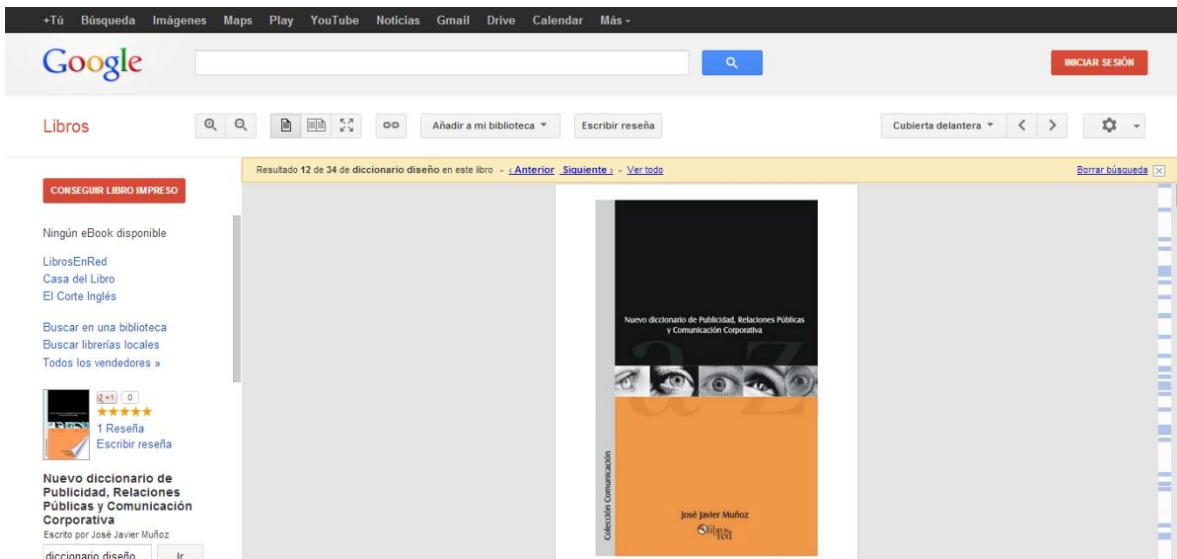
- López Chicharro, José Luis. FISIOLÓGÍA CLÍNICA DEL EJERCICIO. Consultado el 08-11-2012.



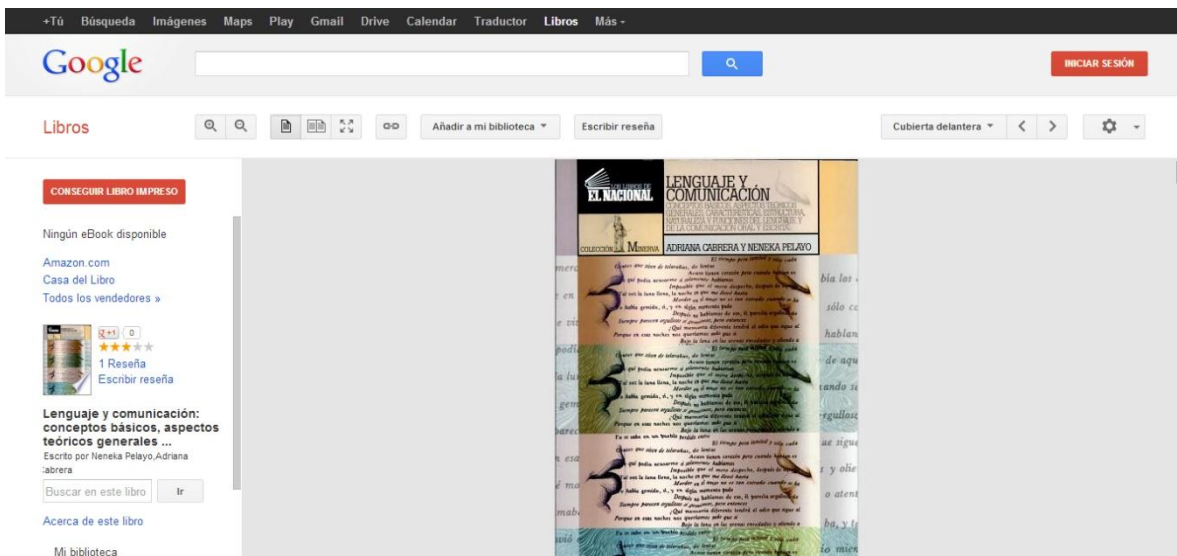
- Myers, David G. PSICOLOGÍA. Consultado el 08-11-2012.



- Muñoz, José Javier. **NUEVO DICCIONARIO DE PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA.** Consultado el 24-08-2012.



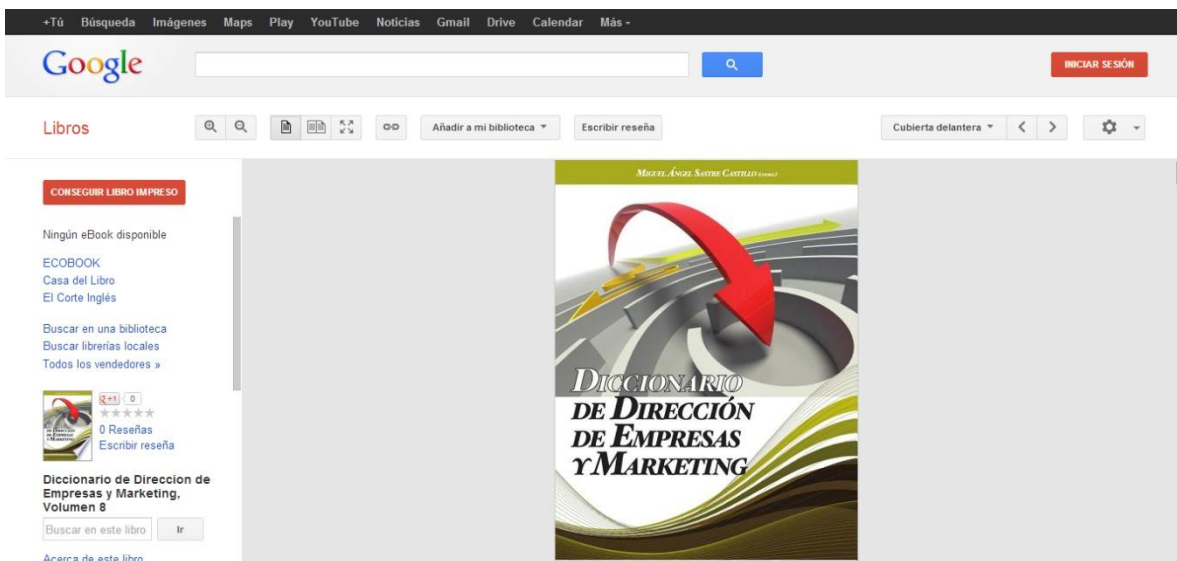
- Pelayo, Neneka. Cabrera, Adriana. **LENGUAJE Y COMUNICACIÓN: CONCEPTOS BÁSICOS, ASPECTOS TEÓRICOS GENERALES, CARACTERÍSTICAS, ESTRUCTURA, NATURALEZA Y FUNCIONES DEL LENGUAJE Y LA COMUNICACIÓN (Número 2 de Colección Minerva).** Consultado el 28-02-2013.



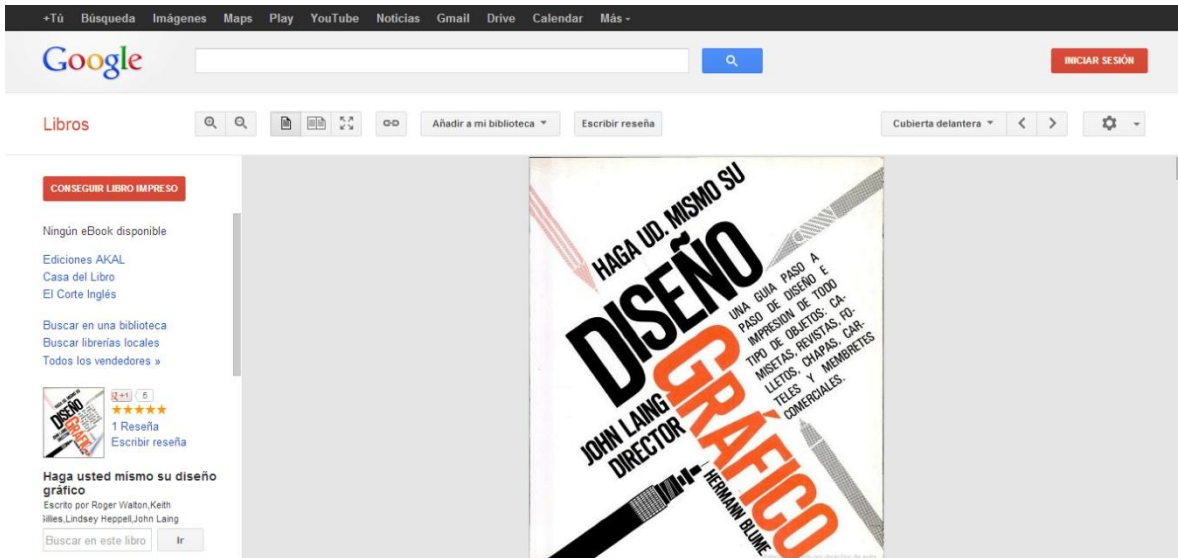
- Sanchez, Joaquín. Peinado, Teresa. IMAGEN CORPORATIVA: “INFLUENCIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL”. Consultado el 23-08-2012.



- Sastre Castillo, Miguel Ángel. DICCIONARIO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING. Consultado el 24-08-2012.



- Walton, Roger. Gillies, Keith. Heppell, Lindsey. Laing, John. **HAGA USTED MISMO SU DISEÑO GRÁFICO**. Consultado el 24-08-2012.



- Zeledón, María del Pilar. **LENGUAJE Y ESTUDIOS SOCIALES EN LA EDUCACIÓN INFANTIL**. Consultado el 28-02-2013.




- McGraw-Hill *Unidad 4, La Comunicación No Verbal* (Documento PDF de descarga gratuita, distribuido electrónicamente por Editorial). Consultado el 21-02-2013.

www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448175743.pdf

Página Solo Techno | partidos | Nueva pestaña | Música | LFO - (Sex U Up) Th... | Nribu se acerca a Ju... | retraso mental biblío | Grab That File! - Do... | McGraw-Hill Intera... | Comunicación verb...

Unidad 4

La comunicación no verbal



En esta unidad aprenderemos a:

- Conocer la comunicación no verbal como otra forma de comunicación.
- Diferenciar entre los conceptos de léxica, paralingüística y prosódica.
- Valorar la importancia que tienen aspectos como los tonos, la rapidez al hablar, los miedos, etc. en el proceso comunicacional.
- Analizar las funciones que tiene la comunicación no verbal.

Y estudiaremos:

- El concepto de la comunicación no verbal.
- Los factores que se asocian a la comunicación no verbal.
- La paralingüística, la léxica y la prosódica.
- El significado de la imagen personal.
- Las funciones de la comunicación no verbal.