

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DISEÑO DE UN MANUAL ILUSTRADO IMPRESO PARA ORIENTAR ACERCA
DEL APROVECHAMIENTO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS DE CONSUMO
DIARIO Y SU BENEFICIO PARA LAS FAMILIAS GUATEMALTECAS.
ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL BUENOS HÁBITOS, EJERCICIO Y NUTRICIÓN
-BEN- GUATEMALA, GUATEMALA 2015.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Karen Alejandra Guzmán Rosales
No. De Carné: 11003337

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2015.

Guatemala 05 de junio de 2014


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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE UN MANUAL ILUSTRADO IMPRESO PARA ORIENTAR ACERCA DEL APROVECHAMIENTO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS DE CONSUMO DIARIO Y SU BENEFICIO PARA LAS FAMILIAS GUATEMALTECAS. ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL BUENOS HÁBITOS, EJERCICIO Y NUTRICIÓN –BEN- GUATEMALA, GUATEMALA 2015. Así mismo solicito que la Licda. Karla López, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Karen Alejandra Guzmán Rosales
11003337


Licda. Karla López
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2014

Señorita
Karen Alejandra Guzmán Rosales
Presente

Estimada Señorita Guzmán:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL ILUSTRADO IMPRESO PARA ORIENTAR ACERCA DEL APROVECHAMIENTO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS DE CONSUMO DIARIO Y SU BENEFICIO PARA LAS FAMILIAS GUATEMALTECAS. ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL BUENOS HÁBITOS, EJERCICIO Y NUTRICIÓN -BEN- GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo, se aprueba al Licda. Karla López, 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 2015

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL ILUSTRADO IMPRESO PARA ORIENTAR ACERCA DEL APROVECHAMIENTO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS DE CONSUMO DIARIO Y SU BENEFICIO PARA LAS FAMILIAS GUATEMALTECAS. ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL BUENOS HÁBITOS, EJERCICIO Y NUTRICIÓN –BEN- GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por la estudiante: Karen Alejandra Guzmán Rosales, con número de carné: 11003337, 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. Karla López
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 13 de febrero de 2015

**Señorita
Karen Alejandra Guzmán Rosales
Presente**

Estimada Señorita Guzmán:

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, 13 de mayo de 2015.

Licenciado Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN MANUAL ILUSTRADO IMPRESO PARA ORIENTAR ACERCA DEL APROVECHAMIENTO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS DE CONSUMO DIARIO Y SU BENEFICIO PARA LAS FAMILIAS GUATEMALTECAS. ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL BUENOS HÁBITOS, EJERCICIO Y NUTRICIÓN-BEN- GUATEMALA, GUATEMALA 2015***, de la estudiante Karen Alejandra Guzmán Rosales, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 15 de mayo de 2015

**Señorita
Karen Alejandra Guzmán Rosales
Presente**

Estimada Señorita Guzmán:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL ILUSTRADO IMPRESO PARA ORIENTAR ACERCA DEL APROVECHAMIENTO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS DE CONSUMO DIARIO Y SU BENEFICIO PARA LAS FAMILIAS GUATEMALTECAS. ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL BUENOS HÁBITOS, EJERCICIO Y NUTRICIÓN –BEN- GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por la estudiante: Karen Alejandra Guzmán Rosales, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

VII. Autoridades de la Universidad.

Rector,

Dr. Eduardo Suger.

Vicerrectora,

Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrector Administrativo,

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Secretario general,

Lic. Jorge Retolaza.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación,

Lic. Leizer Kachler.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación,

M.Sc. Rualdo Anzueto.

VIII. Dedicatoria.

Más que dedicar el presente proyecto, quiero dar las gracias.

A Dios, principalmente, porque he sido bendecida incontables veces.

A mi padre y a mi madre, porque siempre han recalcado la importancia de *terminar lo que se empieza*. Porque incluso si se vuelve complicado, lo importante es seguir siempre adelante.

A mi hermano y a mi hermana, porque siempre me han brindado su apoyo y cariño de diversas maneras.

A mis amigas, amigos, catedráticos, tíos, tías, primos, primas y abuelas, porque a través de distintas oportunidades me han inspirado y ayudado. Gracias por los pequeños detalles.

Una vez escuché que “*ser creativo es como tener un sueño*”. No dejemos de soñar y de convertir nuestros sueños en metas, y nuestras metas en hechos cumplidos. Porque la clave para alcanzar los sueños es ser perseverante. Y ante todo, amar lo que uno hace.

IX. Resumen o sinopsis.

BEN (Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición), Organización no Gubernamental guatemalteca, no cuenta dentro de su material editorial con un manual ilustrado impreso, para orientar acerca del aprovechamiento nutricional de alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas, por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un manual ilustrado impreso para orientar acerca del aprovechamiento de alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por familias guatemaltecas que viven en la Ciudad de Guatemala y pertenecen a un nivel socioeconómico C- y C, y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue la realización de un manual ilustrado impreso para orientar acerca del aprovechamiento de alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas.

Se recomendó la implementación y utilización del manual en los distintos talleres que BEN (Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición) Organización no Gubernamental realiza, ya sea en escuelas, colegios o municipalidades, lugares donde la interacción de las familias guatemaltecas sea constante.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

Índice

	<i>Página</i>
Capítulo I	1
1.1.Introducción	1
Capítulo 2: Problemática	2
2.1. Contexto	2 – 3
2.2. Requerimiento de dice comunicación y diseño	3
2.3. Justificación	3
2.3.1. Magnitud	3
2.3.2. Vulnerabilidad	4
2.3.3. Trascendencia	4
2.3.4. Factibilidad	4
2.3.4.1. Recursos Humanos	4
2.3.4.2. Recursos Organizacionales	4
2.3.4.3. Recursos Económicos	5
2.3.4.4. Recursos Tecnológicos	5
Capítulo III: Objetivos de diseño	6
3.1. Objetivo general	6
3.2. Objetivos específicos	6

Capítulo IV: Marco de referencia	7
4.1. Información general del cliente	7 – 12
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	13
5.1. Perfil geográfico	13
5.2. Perfil demográfico	13
5.3. Perfil psicográfico	14
5.4. Perfil conductual	14 – 15
Capítulo VI: Marco teórico	16
6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	16 – 24
6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	24 – 44
6.3. Ciencias auxiliares, teorías y tendencias	44 – 53
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	54
7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	54 – 58
7.2. Conceptualización	59
7.2.1. Método	59 – 60
7.2.2. Definición del concepto	60 – 61
7.3. Bocetaje	61
7.3.1. Tabla de requisitos	61 – 62

7.3.2. Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación del dibujo técnico	63 – 67
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos	68 – 70
7.3.3.1. Programas utilizados	71
7.3.3.2. Componentes utilizados en el diseño	72 – 74
7.3.3.3. Tipografía seleccionada	75
7.4. Propuesta preliminar	76 – 81
Capítulo VIII: Validación técnica	82
8.1. Población y muestreo	82
8.2. Método e instrumentos	82 – 85
8.3. Resultados e interpretación de resultados	86
8.3.1. Resultados validación técnica, parte objetiva	86 – 89
8.3.2. Resultados validación técnica, parte semiológica	90 – 94
8.3.3. Resultados validación técnica, parte operativa	95 – 98
8.3.4. Observaciones y sugerencias	99
8.4. Cambios en base a los resultados	100 – 111
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	112 – 159
9.1. Fundamentación de la propuesta gráfica final	160
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	161

10.1. Plan de costos de elaboración	161
10.2. Plan de costos de producción	162
10.3. Plan de costos de reproducción	162
10.4. Plan de costos de distribución	163
10.5. Cuadro con resumen general de costos	163
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	164
11.1. Conclusiones	164 – 165
11.2. Recomendaciones	165 – 166
Capítulo XII: Conocimiento general	167
12.2. Demostración de conocimientos	167
Capítulo XIII: Referencias	168
13.1. Bibliografía	168
13.2. Biblioweb	168 – 174
Capítulo XIV: Anexos	175
14.1. Fotografías validación técnica	175 – 179
14.2. Cotizaciones de impresión	180 – 183

Capítulo I:

Introducción

Capítulo I:

1.1.Introducción.

BEN (Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición) es una organización no lucrativa, legalmente inscrita en el Registro de Personas Jurídicas del Ministerio de Gobernación de Guatemala, que se dedica a promover y fomentar la participación social de las personas para ayudar en la construcción de la paz en Guatemala. Principalmente desarrollan programas y talleres que permiten que las personas participen y se relacionen con sus comunidades, además de que se dotan de nuevos conocimientos, lo que fomenta empoderamiento e inclusión social de las personas en la sociedad.

Trabajando desde el año 2010, y tras varios talleres impartidos en distintas comunidades, la organización se encuentra en la necesidad de elaborar un material editorial que recopile los conocimientos más básicos, pero comúnmente ignorados por los guatemaltecos: el aprovechamiento de los alimentos de consumo diario. Esos alimentos, como las frutas y las verduras, que normalmente se desechan a medias, porque no se tiene el conocimiento de que tanto las hojas como las cáscaras contienen también nutrientes. Es por ello, que en BEN surge la inquietud de realizar un manual que explique y ejemplifique medios y formas para aprovechar dichos alimentos.

Tras la recopilación de información y la selección de los alimentos que son más comúnmente desechados, se decidió realizar un manual ilustrado, que fuera de agrado para cualquier miembro de la familia, y que, por medio de una imagen amigable y sencilla, esclareciera las dudas y el desconocimiento sobre esta información, además de fomentar el aprovechamiento de alimentos exponiendo recetas de platillos deliciosos y fáciles de hacer en casa.

Capítulo II:

Problemática

Capítulo II: Problemática.

2.1. Contexto:

BEN (Buenos hábitos, Ejercicio y Nutrición) es una Organización no Gubernamental que promueve y fomenta la participación social y la transformación de los individuos en agentes de cambio. A través de un equipo multidisciplinario la organización crea oportunidades por medio de programas y proyectos que propicien la equidad, la solidaridad, el respeto, la tolerancia, la consecución de la paz y el desarrollo sostenible en diversos escenarios sociales, fomentando la participación y transformación comunitaria, por medio de la creación e implementación de programas y proyectos integrales de carácter social-comunitario, enfocado en el desarrollo de las capacidades individuales y colectivas, con especial atención en el empoderamiento e inclusión social de las personas.

Siendo Guatemala un país que padece de serios problemas sociales, entre ellos, la desnutrición y malnutrición, los materiales editoriales que promueven la educación respecto a la salud nutricional son de gran utilidad para contribuir a la erradicación de dichos problemas.

Para determinar la problemática, se partió del conocimiento de que en ocasiones, las familias guatemaltecas al comer alimentos de consumo diario, suelen tirar sus hojas y cáscaras, sin tener conocimiento de que algunas de éstas poseen un importante valor nutricional, pues tienen vitaminas y minerales que son necesarios para el correcto desarrollo de la salud de los seres humanos. Es así como en BEN surge la inquietud de realizar un manual que promueva e informe sobre la optimización de estos alimentos a través de recetas fáciles de realizar en casa, adecuadas al gusto de las familias guatemaltecas, y que permitan a dichas familias economizar en la alimentación, ya que en lugar de tirar las hojas y cáscaras de algunas frutas y verduras, se estarán

empleando como alimento, lo que podría beneficiar a largo plazo a aquellas familias con menos recursos.

2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño:

BEN no cuenta dentro de su material editorial con un manual ilustrado impreso para orientar acerca del aprovechamiento nutricional de alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas.

2.3. Justificación:

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

2.3.1. Magnitud:



2.3.2. Vulnerabilidad:

En Guatemala no existe conocimiento respecto de los beneficios que poseen algunas hojas y cáscaras de varios tipos de alimentos que generalmente son de consumo diario. Por ejemplo, las personas no suelen consumir las hojas del rábano o la remolacha, ya que desconocen el hecho de que éstas proveen vitaminas y minerales que pueden aprovecharse y ser de beneficio para la salud. Este conocimiento tampoco está expresado en materiales editoriales que avalen dicha información y faciliten el acceso y la comprensión respecto al tema.

2.3.3. Trascendencia:

El manual permitirá facilitar la información en los talleres que BEN imparte, además de que como material editorial será un referente que contribuirá al bienestar de la salud de los guatemaltecos. Por lo tanto, su implementación pondrá de manifiesto las diferentes maneras que existen para consumir tales alimentos, a través de un diseño agradable y fácil de entender para las familias de la región.

2.3.4. Factibilidad:

2.3.4.1. Recursos Humanos:

BEN cuenta con el factor humano adecuado, especialistas en nutrición y alimentación, cuya capacidad, conocimiento, habilidades y experiencias facilitarán el desarrollo del material editorial.

2.3.4.2. Recursos Organizacionales:

Los directivos de BEN autorizan al personal brindar toda la información que la estudiante solicite respecto de la organización, la que es necesaria para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3. Recursos Económicos:

BEN cuentan con los recursos necesarios que posibilitan la realización del proyecto de graduación.

2.3.4.4. Recursos Tecnológicos:

BEN cuenta con el equipo, herramientas, software y contactos necesarios para elaborar, producir y distribuir el resultado del presente proyecto.

Capítulo III:

Objetivos de diseño

Capítulo III: Objetivos de diseño.

3.1. Objetivo general:

Diseñar un manual ilustrado impreso para orientar acerca del aprovechamiento de alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas.

3.2. Objetivos específicos:

1. Investigar a través de referencias bibliográficas, web gráficas y entrevistas, aquellos términos o conceptos que serán de ayuda en la toma de decisiones para el desarrollo del proyecto.
2. Recopilar información con ayuda de profesionales, facilitados por BEN, y especializados en los campos de nutrición y alimentación, para la elección adecuada del contenido que será proyectado en el material editorial solicitado.
3. Ilustrar digitalmente, con un estilo amigable e infantil, los alimentos seleccionados que se mostrarán en el manual nutricional.
4. Ilustrar con personajes originales, siguiendo la línea de diseño y en diferentes perfiles, para su aplicación en la cubierta del manual, como en otras áreas dentro del mismo.
5. Tomar fotografías de hojas de rábano, remolacha, y cáscara de piña para su aplicación en el diseño del manual nutricional.
6. Diseñar infografías utilizando las ilustraciones y fotografías realizadas, explicando la información del valor nutricional y usos que se le pueden dar a cada uno de los alimentos elegidos para formar parte del contenido editorial.

Capítulo IV:

Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia.

4.1. Información general del cliente:

4.1.1. Brief

- **Nombre de la empresa:** Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición –BEN ONG–
- **Dirección:** 8 Calle “A” 33-36, Zona 7, Tikal 2
- **Contacto:** Eunice Balcárcel - Coordinadora General.
- **Correo electrónico:** eu@ben-ong.org
- **Página web:** <http://ben-ong.org/>
- **Logotipo:**



- **Antecedentes de la empresa:**

La organización se formó en el año 2010 para ayudar a la sociedad guatemalteca a la formación de buenos hábitos tanto higiénicos como morales y éticos, así como para promover la práctica de ejercicio y sobre todo inculcar la utilización correcta de los alimentos y practicar adecuada nutrición. Se trabaja por medio de capacitaciones educativas integrales que ayudan en el desarrollo humano del país.

- **Proyectos desarrollados:**

2010

- Expo-Talleres: Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición

Beneficiarios Directos: 5.232

Beneficiarios Indirectos: 20.928

Intervenidos: 11 Escuelas Públicas y 7 Establecimientos Privados.

- Festivales de Arte Urbano.

Beneficiarios Directos: 750 jóvenes

Beneficiarios Indirectos 3,500

Intervenidos: 1 Escuela Pública.

2011

- Expo-Talleres: Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición

Beneficiarios Directos: 8,611

Beneficiarios Indirectos: 34.444

Intervenidos: 18 Escuelas Públicas y 14 Establecimientos Privados.

- Organizaciones Juveniles Comunitarias

Comunidades Intervenidas: Col. Landívar, Col. Niño Dormido; Col. Sakerti, Asent. 10 de Mayo (Col. Amparo); Col. Granizo, Zona 7; Col. Maya, Col. San Jorge, Zona 18; Col. La Brigada, Zona 7, Mixco.

Total de Comunidades Intervenidas: 8

Total de Integrantes Activos: 95

Beneficiarios Directos: 380 Familias

Beneficiarios Indirectos: 20.000

2012

- Expo-Talleres: Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición

Beneficiarios Directos: 11,476

Beneficiarios Indirectos: 45.904

Intervenidos: 20 Escuelas Públicas y 17 Establecimientos Privados.

- Mercados Cantonales: Uso de Productos No Cotidianos y Alimentos Saludables.

Mercados: Central y Colón, Zona 1; La Asunción y La Palmita, Zona 5; La Villa, Zona 10; Col. Justo Rufino Barrios, Zona 21; San José y La Bethania, Zona 7; Roosevelt, Zona 11; La Reformita, Zona 12; Cervantes y El Gallito, Zona 3; La Parroquia y Candelaria, Zona 6; La Florida, Zona 19.

Total de Mercados Visitados: 15

Beneficiarios Directos: 1,500

Beneficiarios Indirectos: 6.000

- Cocinas de Emergencia: Terremoto de San Marcos.

Raciones Servidas: 3,750

Beneficiarios Directos: 5.000

- Campaña de Sensibilización del Lavado de Manos.

Beneficiarios Directos: 253

Beneficiarios Indirectos: 1.012

2013

- Talleres de Capacitación para Voluntarios “La Educación y El Voluntariado”

Congreso Nacional de Voluntariado

Beneficiarios Directos: 110.

- Cooking for Hope

Comunidades Intervenidas: Pastores, Antigua Guatemala, Sacatepéquez.

Total de Comunidades Intervenidas: 1

Beneficiarios Directos: 50

Beneficiarios Indirectos: 200

- **Delimitación geográfica de la actividad de la empresa:** Se realizan operaciones dentro de la República de Guatemala y actualmente se está iniciando en Honduras.
- **Grupo objetivo de la empresa:** Hombres, mujeres y niños de 0 a 99 años y que tengan el deseo de superarse.
- **Principal beneficio al grupo objetivo:** Adquisición de conocimientos.
- **Factores de diferenciación:** Capacitaciones y talleres que fortalecen el desarrollo humano y fomentan autoestima, liderazgo y relaciones humanas.

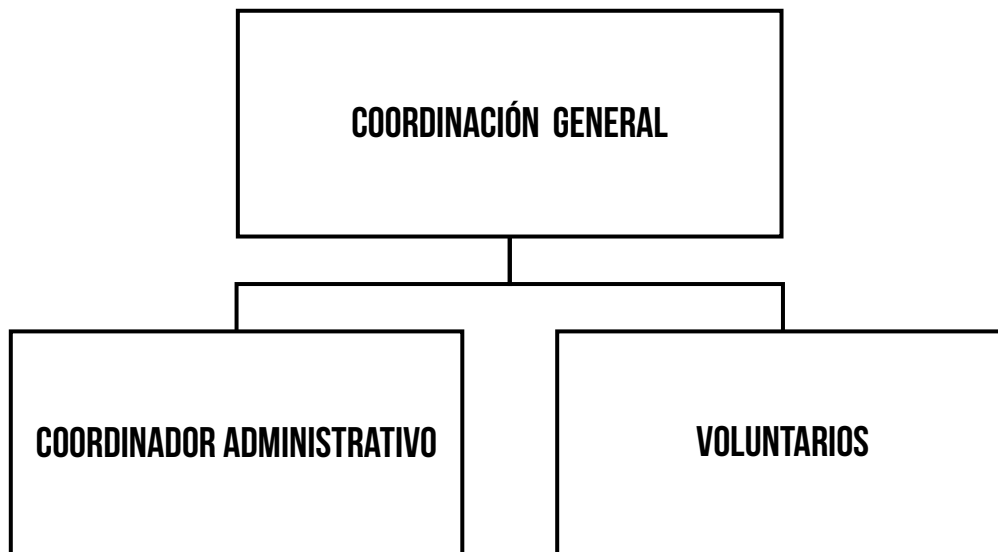
4.1.2. Misión:

Crear oportunidades a través de programas y proyectos que propicien la equidad, la solidaridad, el respeto, la tolerancia, la consecución de la paz y el desarrollo sostenible en diversos escenarios sociales, fomentando la participación y transformación comunitaria.

4.1.3. Visión:

Ser la Organización No Gubernamental pionera en la creación e implementación de programas y proyectos integrales de carácter social-comunitario, enfocado en el desarrollo de las capacidades individuales y colectivas, con especial atención en el empoderamiento e inclusión social de las personas.

4.1.4. Organigrama:



4.1.5. FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> a) Posee flexibilidad para responder a necesidades cambiantes, aportando novedosas soluciones a nuevas circunstancias y problemáticas emergentes. b) Cuenta con un equipo multidisciplinario de personal administrativo y voluntarios comprometidos con aquellos a quienes sirven o por quienes luchan. c) Brinda capacitaciones que ayudan a generar autoestima y sentido de dignidad a los beneficiarios de los programas. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Llevar a cabo proyectos exitosos con recursos limitados y métodos efectivos no convencionales. b) Alianzas con otras organizaciones, empresas comerciales u otras ONG con el objetivo de llevar a cabo algunos proyectos y que permitan a la organización crecer y obtener una opinión favorable frente a los públicos. c) Contribuir en la sociedad civil para generar cambios en el país por medio del desarrollo humano, a través de programas educativos integrales.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> a) Falta de recurso económico: Al ser una organización pequeña no se cuenta siempre con suficiente capital económico para llevar a cabo algunos proyectos. b) Falta de voluntariado: Es una organización cuyo número de voluntarios no pasa de 10 personas, por lo que se necesita más capital humano si se quieren realizar actividades de mayor alcance. c) Centralización de las decisiones, ya que la organización posee un organigrama pequeño. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Se encuentra el riesgo de no continuar con los programas por la falta tanto de recurso económico como humano. b) El entorno guatemalteco respecto al apoyo que se les brinda en el país a los programas de prevención, ya que éste es limitado y menor, en comparación al apoyo que reciben los programas asistencialistas. c) Las condiciones de pobreza, analfabetismo, corrupción y violencia con las que se vive diariamente en Guatemala.

Capítulo V:

Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

Familias guatemaltecas que viven en la Ciudad de Guatemala y pertenecen a un nivel socioeconómico C- y C. Están conformadas por padres, madres y/o abuelos, hijos, hijas, hermanos, hermanas, tíos, tías, etc. Gustan de compartir actividades en familia, como el tiempo de comida diario, actividades en sus comunidades, ver televisión, entre otros. Las madres por lo general son quienes se ocupan de cocinar, aunque algunos padres también lo hacen.

5.1. Perfil geográfico:

5.1.1. Región geográfica: Guatemala, Municipio de Guatemala, Ciudad de Guatemala.

5.1.2. Tamaño del área: El país cuenta con un área total de 108,889 kilómetros cuadrados.

5.1.3. Tamaño de la ciudad: La Ciudad capital de Guatemala cuenta con un tamaño de 692 kilómetros cuadrados.

5.1.4. Densidad poblacional: En la Ciudad de Guatemala hay aproximadamente 4.5 millones de habitantes.

5.1.5. Clima: En la Ciudad de Guatemala el clima es considerado Subtropical (temperatura media anual de 21 °C).

5.2. Perfil demográfico:

5.2.1. Nivel socioeconómico: C- y C

5.2.2. Nivel educativo: Primaria y Media completa, algunos tienen educación Superior y/o Licenciatura.

5.2.3. Género: Femenino y Masculino.

5.2.4. Ciclo de vida: La esperanza de vida promedio para un guatemalteco es de 72 años, con una esperanza de “vida sana” de 62 años. De modo que la esperanza de vida evaluada por género, determina que los hombres tienen una esperanza de vida de 68,22 años y mientras que mujeres viven aproximadamente 75, 28 años.

5.3. Perfil psicográfico:

5.3.1. Hábitos: Estudian y/o trabajan. Algunos desayunan en casa, otros se dirigen al trabajo o la escuela; los niños suelen almorzar en casa, mientras que algunos padres deben hacerlo en el trabajo. Por lo general la cena la comparte la familia completa y los fines de semana se reúnen con abuelos, tíos, primos, amigos, etc.

5.3.2. Hobbies: Jugar deporte en equipos de la comunidad, cocinar, leer periódicos y revistas, libros, ir de compras a mercados, supermercados y de vez en cuando a centros comerciales.

5.3.3. Actividades: Ver televisión, actividades al aire libre como jugar fútbol, reuniones con sus vecinos y amigos, salir a visitar centros comerciales, comer en restaurantes y en las tiendas de su barrio o colonia, ir al cine, reunirse con la familia y amigos.

5.3.4. Costumbres: Los niños van a la escuela, hacen sus tareas, juegan; los jóvenes se reúnen con sus amigos, y algunos trabajan también; en algunas familias padre y madre trabajan, mientras que en otras solo trabaja el padre. La madre, por lo general, prepara la comida diaria y se ocupa del hogar, aunque en ocasiones los padres también se involucran y ayudan en las labores de la casa.

5.4. Perfil Conductual:

5.4.1. Personalidad: Las familias están conformadas por distintos tipos de personas, algunos son extrovertidos, gustan de practicar deporte, las festividades, bailar, etc. Mientras que otros

son introvertidos, prefieren estar en casa, ver televisión, leer periódicos y revistas, realizar sus tareas y obligaciones diarias.

5.4.2. Conducta: Las familias, por lo general, comparten tiempo de calidad en su tiempo libre. Las múltiples actividades diarias mantienen a los padres y madres ocupados en su trabajo o en los quehaceres del hogar, mientras que los niños pasan la mayor parte del tiempo en la escuela, haciendo tarea y jugando por las tardes con sus hermanos y amigos. Por ello, en el tiempo libre de familia, se reúnen para comer, salir de compras, jugar fútbol, etc.

5.4.3. Ocasión y beneficios de compra: Van al mercado por lo general de 1 a 2 veces a la semana. Mientras que visitan el supermercado 1 vez al mes.

5.4.4. Actitud frente al producto: Utilizan el manual como una guía y un refuerzo de la información que BEN les brinda a través de talleres y capacitaciones donde se les explique los beneficios que se adquieren al consumir los alimentos expuestos en el manual. Sienten confianza y deseos de poner en práctica lo aprendido.

Capítulo VI:

Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.1.1. Organización: Es una asociación de personas que se encuentra regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.¹

6.1.2. Gubernamental: Que pertenece o es relativo al gobierno del Estado.²

6.1.3. Organización no Gubernamental: Dícese de una organización que no se encuentra ligada al estado ni a ninguna empresa cuyo fin sea lucrativo. Algunas de estas organizaciones trabajan a base de voluntariado y obtienen los recursos necesarios para su funcionamiento por parte de donaciones y financiamiento de fundaciones o empresas tanto nacionales como internacionales.³

6.1.4. Voluntariado: Es el conjunto de las personas que se ofrecen voluntarias para realizar alguna actividad o alguna cosa determinada.⁴

6.1.5. Hábito: Es el modo o la manera especial de proceder o conducirse respecto a alguna situación, dicha actitud se adquiere mediante la repetición de actos iguales o semejantes, también puede ser originado por tendencias instintivas.⁵

¹ Organización. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=organización>

² Gubernamental. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=gubernamental>

³ Organización no Gubernamental. (s.f.). En Wikipedia. Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de http://es.wikipedia.org/wiki/Organización_no_gubernamental

⁴ Voluntariado. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=voluntariado>

⁵ Hábito. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=hábito>

6.1.6. Ejercicio: Puede definirse como el acto de ejercer, es decir, realizar algo. También puede referirse al conjunto de movimientos corporales que se realizan para mantener o mejorar la forma física del cuerpo.⁶

6.1.7. Nutrición: Se llama así al proceso biológico en el que los organismos asimilan los alimentos y los líquidos necesarios para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales. También es conocida como el estudio de la relación que existe entre los alimentos y la salud, especialmente en la determinación de una dieta.⁷

6.1.8. BEN: Organización no Gubernamental cuyo acrónimo (BEN) significa: Buenos hábitos, Ejercicio y Nutrición.⁸

6.1.9. Beneficio: Se refiere a un bien que se hace o se recibe, generalmente se habla de beneficio para explicar la ganancia que se obtiene de una circunstancia.⁹

6.1.10. Promover: Es la acción de iniciar o impulsar una cosa o un proceso. En dicha acción se actúa siempre procurando el logro de algo.¹⁰

6.1.11. Optimizar: Se refiere a buscar y emplear la mejor manera de realizar una actividad.¹¹

⁶ Ejercicio. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=ejercicio>

⁷ Nutrición. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=nutrición>

⁸ BEN. (s.f.) ¿Quiénes Somos? Recuperado de <http://ben-ong.org/>

⁹ Beneficio. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=beneficio>

¹⁰ Promover. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=promover>

¹¹ Optimizar. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=optimizar>

6.1.12. Manual: Dícese de un libro que contiene un conjunto de pasos a seguir para la realización de algo. Los manuales sirven para aprender la manera correcta de realizar alguna actividad o de llevar a cabo un procedimiento.¹²

6.1.12.1. Tipos de Manuales: Existen diferentes tipos de manuales, entre los que pueden distinguirse los siguientes:¹³

- **Organización:** Tipo de manual que resume el manejo de una empresa en forma general. Indican la estructura, las funciones y roles que se cumplen en cada área.
- **Departamental:** Manual que legisla el modo en que deben ser llevadas a cabo las actividades realizadas por el personal.
- **Política:** Tipo de manual que determina y regula la actuación y dirección de una empresa en particular.
- **Procedimientos:** Manual que determina cada uno de los pasos que deben realizarse para emprender alguna actividad de manera correcta.
- **Técnicas:** Tipo de manual que explica minuciosamente como debe realizarse tareas particulares, explicando las técnicas a emplear.
- **Bienvenida:** Manual cuya función es introducir brevemente la historia de la empresa, desde su origen, hasta la actualidad. Incluye objetivos y la visión de la empresa. Es también común, adjuntar en este tipo de manual un duplicado del reglamento interno para poder acceder a los derechos y obligaciones en el ámbito laboral.

¹² Manual. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=manual>

¹³ Tipos de Manuales. (s.f.). Recuperado de <http://www.tiposde.org/cotidianos/568-tipos-de-manuales/>

- **Puesto:** Tipo de manual que determina específicamente cuales son las características y responsabilidades a las que se acceden en un puesto preciso.
- **Finanzas:** Manual que tiene como finalidad verificar la administración de todos los bienes que pertenecen a la empresa.
- **Sistema:** Tipo de manual que debe ser producido en el momento que se va desarrollando el sistema. Está conformado por otro grupo de manuales.
- **Calidad:** Manual que presenta las políticas de la empresa en cuanto a la calidad del sistema. Los manuales de calidad pueden estar ligados actividades según sectores de la empresa, o bien, representar en su totalidad a la organización

6.1.13. Orientar: Es la acción de informar a alguien de lo que ignora y desea saber, de modo que sepa desenvolverse y mantenerse en un ambiente, asunto o negocio.¹⁴

6.1.14. Taller: Es un lugar donde un conjunto de colaboradores trabaja alguna obra, o donde se instruye o se pone en práctica alguna actividad; generalmente se desempeñan labores de ciencia o arte.¹⁵

6.1.15. Familia: Puede referirse al grupo de personas emparentadas entre sí que viven juntas, o a las personas que a pesar de no vivir juntas, poseen relación en cuanto a los ascendientes, descendientes, colaterales y afines de un linaje.¹⁶

¹⁴ Orientar. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=orientar>

¹⁵ Taller. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=taller>

¹⁶ Familia. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=familia>

6.1.15.1. Clases de Familia:¹⁷ Según sociólogos y antropólogos, se pueden identificar distintos tipos o clases de familias. Entre éstas se encuentran las siguientes:

- **Familias Nucleares:** Son aquellas en las que dos adultos viven con hijos, propios o adoptados, en un hogar.
- **Familias Extensas:** Familias en las que la pareja casada y sus hijos viven en el mismo hogar con otros parientes, ya sean primos, tíos, abuelos, sobrinos, hermanos, etc.
- **Familias Monoparentales:** Familias nucleares integradas por uno de los progenitores y sus hijos. Normalmente se encuentran encabezadas por mujeres, ya que generalmente son estas quienes adquieren la custodia de los hijos en caso de haber existido un divorcio, aunque también existen hogares monoparentales por elección propia, en donde una persona decide tener hijos sin el respaldo de una pareja o cónyuge.
- **Familias Homoparentales:** Son aquellas familias en la que los hijos son criados o gestados por una pareja homosexual. Se vuelven sus progenitores por medio de inseminación artificial o adopción.
- **Familias de Segundas Nupcias:** Se refiere a las familias en las que, al menos uno de los adultos es madrastra o padrastro. Existen ocasiones en que éstos adoptan a sus hijastros, método por el cual, los padres no biológicos reemplazan la ausencia de conexión genética declarando, de manera pública, su vínculo con el niño. En caso de que no se adopte, la madrastra o el padrastro carecen de derechos y obligaciones.

¹⁷ Tipos de Familia. (s.f). Recuperado de <http://www.tiposde.org/ciencias-sociales/5-tipos-de-familia/>

6.1.15.2. Miembros de la familia:

- **Padre:** Masculino. Miembro de la familia que se caracteriza por ser generalmente la cabeza o dirigente de una descendencia, familia o pueblo. Participa en la procreación de los hijos.¹⁸
- **Madre:** Femenino. Miembro de la familia que se caracteriza por haber tenido uno o más hijos, muchas veces también es cabeza o dirigente de su casa.¹⁹
- **Hijo, ja:** Son los descendientes del padre y de la madre.²⁰
- **Hermano, a:** Se refiere a la persona que con respecto a otra tiene el mismo padre y la misma madre, o solamente el mismo padre o la misma madre.²¹
- **Abuelo, la:** Miembro de la familia, que respecto a una persona, es el padre o madre de su padre o de su madre.²²
- **Tío, a:** Respecto de una persona, es el hermano o hermana de su padre o madre. También se les considera tíos al primo o prima de su padre o madre.²³
- **Primo, a:** Miembro de la familia que, respecto de una persona, es hijo o hija de su tío o tía.²⁴

¹⁸ Padre. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=padre>

¹⁹ Madre. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=madre>

²⁰ Hijo, ja. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=hijo>

²¹ Hermano, na. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=hermano>

²² Abuelo, la. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=abuelo>

²³ Tío, a. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=tío>

²⁴ Primo, a. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=primo>

- **Madrastra:** Se llama así a la mujer o esposa del padre respecto de los hijos llevados por este al matrimonio.²⁵
- **Padrastra:** Se llama así al marido o esposo de la madre, respecto de los hijos que ella tuvo antes.²⁶
- **Hijastro:** Es el Hijo o hija de uno solo de los cónyuges, respecto del otro.²⁷

6.1.16. Alimento: Es el conjunto de cosas o sustancias que todo ser vivo come o bebe para subsistir.²⁸

6.1.16.1. Tipos de alimentos:²⁹

Los alimentos pueden clasificarse en:

- **Carbohidratos:** Alimentos que son la mejor fuente de energía para el crecimiento, el mantenimiento y la actividad física y mental, por ejemplo, las papas, los cereales, el banano, etc.
- **Fibra:** Alimentos que combaten el estreñimiento y enfermedades intestinales, entre los alimentos que le contienen se pueden mencionar el tomate, brócoli, manzanas, etc.
- **Grasas:** Alimentos que proporcionan energía y forman bajo la piel una capa del tejido que conserva el calor del cuerpo, por ejemplo, aceites vegetales, aguacate y las carnes.

²⁵ Madrastra. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=madrastra>

²⁶ Padrastra. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=padrastra>

²⁷ Hijastro. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=hijastro>

²⁸ Alimento. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=alimento>

²⁹ Tipos de Alimentos. (s.f.). Recuperado de <http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~29701428/salud/alitipo.htm>

- **Proteínas:** Alimentos que son la materia prima de las células y tejidos, producen hormonas y otras sustancias químicas activas. Entre ellos están los lácteos, carnes magras, huevos, legumbres, etc.
- **Vitaminas:** Regulan los procesos químicos del cuerpo y ayudan a convertir las grasas en energía. Las vitaminas se encuentran fundamentalmente en las frutas, verduras y vegetales, aunque también se encuentran en alimentos de origen animal. Por ejemplo, la zanahoria es rica en vitamina A, los cítricos como la naranja son ricos en vitamina C y el pescado, como el atún, contienen vitamina B1.
- **Minerales:** Ayudan a construir los huesos y controlan el equilibrio líquido y las secreciones glandulares. Por ejemplo, los plátanos y verduras en general aportan potasio al cuerpo humano, así como la carne o el pan son ricos en hierro.

6.1.16.2. Pirámide nutricional:



También llamada Pirámide de la nutrición saludable, es la distribución para el consumo, del tipo o grupo de alimentos que la componen, en proporciones parecidas a la de las capas o escalones. Existen distintas variables gráficas de la misma, pero en todas se destaca que se debe comer más de lo que está en la base (como verduras, frutas, cereales, lácteos, huevos, carnes blancas y agua) y menos de lo que está en la punta (como carnes grasas, embutidos, dulces, helados, bebidas, refrescos y grasas).³⁰

6.1.16.2.1. Alimentos de consumo diario: Alimentos que según se indica en la pirámide nutricional comprenden desde los grupos de carnes, huevos, pescado, legumbres, frutos secos, los grupos de leche y sus derivados, hasta los grupos de cereales, pastas, verduras, vegetales, hortalizas y frutas. Estos alimentos son los más recomendados como el consumo diario en una dieta variable y equilibrada.³¹

6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

6.2.1. Comunicación:³² La comunicación es la cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, cuando intercambia ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes. Es decir, que la comunicación es un proceso mediante el cual el emisor transmite información a través de un código y canal específico para que el mensaje llegue hasta el receptor y este pueda comprenderlo mediante el conocimiento y uso de los signos que tienen en común.

³⁰ Danone España. Pirámide nutricional. (s.f.). Recuperado de <http://www.danone.es/alimentacion-saludable/la-piramide-saludable/piramide-de-los-alimentos/#.VAADxmOBWSo>

³¹ Danone España. Alimentos de consumo diario. (s.f.) Recuperado de <http://www.danone.es/alimentacion-saludable/la-piramide-saludable/piramide-de-los-alimentos/#.VAADxmOBWSo>

³² Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). Comunicación Oral y Escrita (pp. 2-3). Mexico: Editorial Pearson.

La comunicación humana, de acuerdo a su naturaleza social, implica:

- Compartir con otras personas
- Lograr significados comunes
- Ejercer una influencia recíproca
- Vivir en comunión
- Tener una interacción continua

6.2.1.1. Lenguaje: El medio por el que nos comunicamos los seres humanos se llama lenguaje, el cual se puede definir como “un conjunto de signos estructurados que dan a entender una cosa” (Morris, 1985:37). Al igual que la comunicación, el lenguaje tiene una *naturaleza social*, pues los humanos tenemos facultad de hacernos entender por otros medios (sonidos, mímica, dibujos, etcétera, El lenguaje está ligado a la interacción humana.³³

6.2.1.1.1. Funciones del lenguaje:³⁴

- **La función representativa:** Es aquella por la cual el lenguaje llega a transmitir un contenido. Requiere un sistema de signos representativos de sucesos o cosas. Es propia solamente del hombre, que es capaz de simbolizar con ideas su realidad.
- **La función expresiva:** Es la que manifiesta el estado psíquico del hablante. A diferencia de la anterior, esta función también puede encontrarse en las expresiones de ciertos animales; por ejemplo, las aves cuyo canto no es un llamado a las aves

³³ Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). Comunicación Oral y Escrita (pp. 3). Mexico: Editorial Pearson.

³⁴ Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). Comunicación Oral y Escrita (pp. 3-4). Mexico: Editorial Pearson.

vecinas, sino una expresión de su estado afectivo. En la comunicación del hombre dicha función se manifiesta con singular claridad y es notoria, sobre todo, en el lenguaje de los niños.

- **La función apelativa o de llamada:** Por medio de ésta se actúa sobre el oyente para dirigir o atraer su atención. Puede compararse con las señales de tránsito de las grandes ciudades o, por ejemplo, con el ladrido del perro que ahuyenta.

6.2.1.2. Lengua: Es la manera en que un grupo o una sociedad utilizan el lenguaje verbal acorde a su región, forma de vivir y comportarse. Con el lenguaje verbal las ideas se traducen en palabras. La lengua es el habla de las mayorías; es el reflejo del acontecer cotidiano y del decir coloquial de la gente.³⁵

6.2.1.3. Habla: El habla es el uso, el instrumento individual, y la lengua la estructura, el tejido gramatical, el pensamiento organizado de un pueblo o una sociedad.³⁶

6.2.1.4. Proceso de la comunicación: No hay una fórmula que determine que la comunicación ocurre siempre igual entre las personas. Las situaciones sociales que vivimos a diario y los acontecimientos o hechos van cambiando, al igual que el pensamiento y la vida de la gente, por lo que es posible pensar en la comunicación como en un proceso de fases sucesivas en el tiempo, debido a que está siempre en continuo cambio. Para analizar

³⁵ Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). Comunicación Oral y Escrita (pp. 4). Mexico: Editorial Pearson.

³⁶ Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). Comunicación Oral y Escrita (pp. 4-5). Mexico: Editorial Pearson.

cada uno de los componentes, sus interrelaciones y la influencia entre ellos, los estudiosos de la comunicación han representado la dinámica de este proceso en algunos modelos.³⁷

6.2.1.4.1. Modelos de la comunicación:³⁸ Los modelos de comunicación sirven para representar la relación y dinámica entre los componentes del proceso comunicativo. Algunos muestran más que otros; sin embargo, en todos ellos se destacan tres elementos indispensables para que se produzca la comunicación:

1. **Emisor:** el que envía.
2. **Mensaje:** lo que se comunica.
3. **Receptor:** el que recibe.

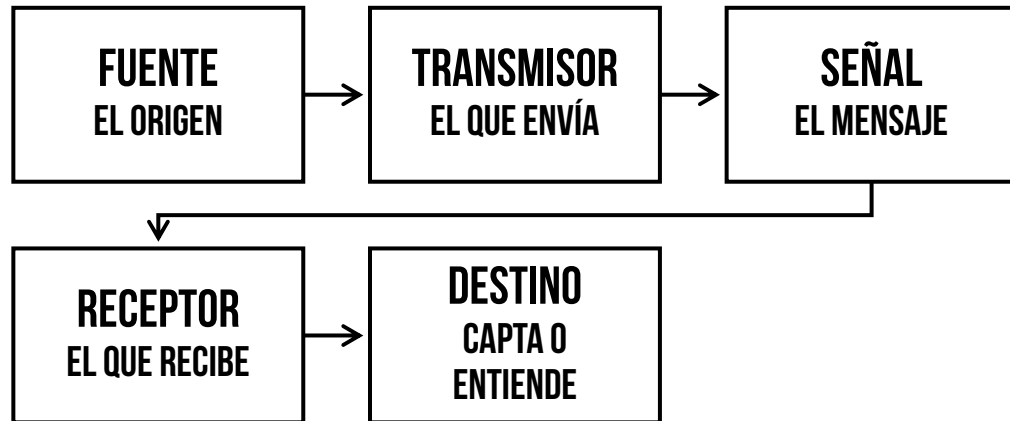
De los modelos básicos, uno de los más utilizados ha sido el desarrollado por el matemático Claude Shannon (1947) y difundido por Warren Weaver (1948) para demostrar la comunicación electrónica (citados por David K. Berlo, 1980:23-24). Este modelo, denominado Shannon-Weaver, incluye los siguientes componentes:

- Fuente
- Transmisor
- Señal
- Receptor
- Destino

³⁷ Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). Comunicación Oral y Escrita (pp. 6). Mexico: Editorial Pearson.

³⁸ Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). Comunicación Oral y Escrita (pp. 6-8). Mexico: Editorial Pearson.

Es así como Schannon y Weaver descubrieron la utilidad del modelo para describir la comunicación humana de la siguiente manera:

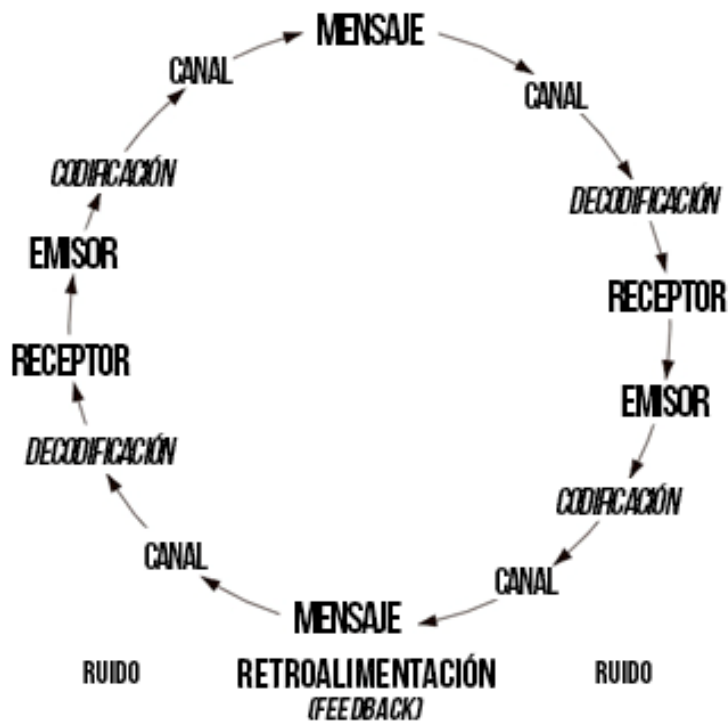


Posteriormente, y a partir de este modelo, estudiosos como Schramm, Westley y McLean, Fearing y Johnson (citados por David K. Berlo, 1980:24), introducen la noción de circularidad con base en la respuesta o retroalimentación (En inglés, *feedback*, es conocido como un mensaje de retorno, es decir, expresa el sentido de respuesta en la transacción del proceso de comunicación.) que implicaba el modelo.

También se añaden tres elementos:

1. **Codificación**, o construcción de ideas del emisor para expresar un mensaje;
2. **Decodificación**, o interpretación del mensaje por parte del que escucha,
3. **Ruido**, que se refiere a los obstáculos que pueden presentarse en el proceso y que impiden su efectividad.

Con el modelo circular se pone énfasis en que toda acción comunicativa y el modo de efectuarla producen un efecto en el receptor, quien llegará a reaccionar de alguna forma provocando, a la vez, una nueva interacción comunicativa.



6.2.1.4.2. Componentes de la comunicación:³⁹ Según habla David K. Berlo en su libro *El proceso de la comunicación* (1980:24-25), estos componentes son los siguientes:

1. La fuente (codificador). Es el origen del mensaje; puede ser cualquier persona, grupo o institución, que genere un mensaje para transmitirlo.

El emisor también codifica (es decir, formula un mensaje siguiendo las reglas de un código). Es la persona que emite o envía el mensaje. Fuente y emisor se consideran un solo elemento cuando la persona que idea y crea el mensaje es la misma que lo transmite.

³⁹ Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). *Comunicación Oral y Escrita* (pp. 8-10). Mexico: Editorial Pearson.

2. El receptor (decodificador). Es la persona o el grupo de personas a quien o a quienes se dirige el mensaje. Es el destinatario o la audiencia objetivo de la comunicación y todo aquel que capte el mensaje. Al igual que el emisor, el receptor cuenta con capacidades para decodificar (es decir, interpretar o traducir la información), el mensaje y responder a la comunicación; entre ellas están:

a) Habilidades comunicativas: implican oír, procesar información, leer, escribir, hablar, etcétera.

b) Conocimientos: sobre el tema, la gente, la situación o sobre sí mismo.

c) Actitudes: para juzgar a la fuente y al emisor, el tema, la situación.

d) Sistema social: grupo al que se pertenece; región o país en donde han vivido emisor y receptor.

3. El mensaje. Es el contenido expresado y transmitido por el emisor al receptor, el cual está integrado por tres elementos:

a) El código: es el sistema estructurado de signos, como son los lenguajes español, inglés, chino, alemán, francés, etcétera, o bien, otros tipos de lenguajes como el de la música.

b) El contenido: son las ideas que constituyen el mensaje; es lo que se comunica.

c) El tratamiento: es la elección de un “estilo” o modo de decir las cosas, con el objetivo de facilitar la comprensión del mensaje, debido a la probabilidad de que, si el lenguaje es inapropiado, el contenido de ideas puede no tener significado para el receptor.

4. El canal. Es el medio o vehículo por el cual se envía y viaja el mensaje. Una carta es un medio escrito que viaja a través de un sistema de correo, fax o de una persona; un libro, el cine, la televisión, el periódico, una revista, la computadora son medios que transmiten mensajes. Los mismos sentidos físicos son canales que transportan información al cerebro. La voz es un medio que usamos para enviar mensajes que viajan por el aire hasta llegar a los oídos del receptor, etcétera. Podemos usar un gran número de canales o tipos de medios, aunque no hay que olvidar que cuanto más directo sea el canal utilizado, y más sentidos se estimulen, mayor impacto producirá el mensaje en el destinatario.

5. La retroalimentación. Es el elemento clave que propicia la interacción o transacción entre el emisor y el receptor, ya que ambas partes se aseguran de que el mensaje fue recibido y compartido. Se da gran cantidad de retroalimentación no verbal cuando las personas se hablan cara a cara, en forma directa e inmediata; llega a haber retroalimentación posterior al acto comunicativo, es decir, en forma mediata y a través de diversos medios, como puede ser algún mensaje por carta, por teléfono, fax, correo electrónico, etcétera. También el mensaje mismo es fuente de retroalimentación, fenómeno que ocurre cuando una persona está escribiendo y, después de leer su texto, corrige errores para mejorar el lenguaje o su comunicación.

6. El ruido. Son barreras u obstáculos que se presentan en cualquier momento del proceso y provocan malos entendidos, confusiones, desinterés; incluso, impiden que el mensaje llegue a su destino. Los ruidos más comunes que alteran la situación comunicativa se clasifican de acuerdo con el elemento del proceso de comunicación al que afecten en forma directa; tenemos varios tipos:

a) Ruido psicológico: Se presenta en el emisor y el receptor. Es un estado anímico mental o emocional producido por la situación que se vive; por ejemplo, tensión, tristeza, angustia, enojo, apatía, etcétera.

b) Ruido fisiológico: Consiste en molestias o incapacidades del organismo humano del emisor y el receptor; por ejemplo, pérdida de la vista, del oído, ronquera, malestares o dolores corporales, hambre, cansancio, falta de respiración y cualquiera otra.

c) Ruido semántico: Se presenta en el mensaje, en su contenido; las palabras empleadas pueden tener un significado confuso, equivocado o desconocido por el receptor.

d) Ruido técnico: Se presenta en el medio o canal que transmite el mensaje; por ejemplo, manchones de tinta en textos impresos, palabras ilegibles o borrosas, falta de sonido en el radio, interferencias en el sonido y la imagen del televisor o la computadora.

e) Ruido ambiental: Son alteraciones naturales del ambiente, como lluvia, truenos, calor, frío, etcétera, y alteraciones artificiales producidas por máquinas y artefactos como aviones, autos, martillos, campanas, teléfonos y muchos más.

7. El contexto. Se refiere al ambiente físico, la situación social y el estado psicológico en que se encuentran emisor y receptor en el momento de la comunicación.

a) Físico: Se refiere al lugar o a las condiciones físicas en que se realiza el proceso de comunicación; por ejemplo, una sala muy elegante, un jardín al aire libre en un día soleado, un museo muy antiguo, una calle muy transitada, un auditorio, etcétera.

b) Social: Tiene que ver con las diferentes áreas o los campos de actividad de una sociedad; por ejemplo, contextos de negocios, laboral, académico, religioso, cultural, político, etcétera. Las normas, los hábitos y los patrones de conducta de los grupos son determinados por el contexto social; el lenguaje y los significados varían conforme a la interpretación que hacen las personas de acuerdo con la situación social y cultural en donde se realice la comunicación.

c) Psicológico: Es el “estado” o “ambiente” emocional que se genera debido al carácter, los comportamientos o las actitudes del emisor y receptor; por ejemplo, en una junta de trabajo puede haber tensión por un fuerte conflicto; en una fiesta de cumpleaños, llega a haber un ambiente muy relajado y alegre, etcétera.

6.2.1.5. Clasificación de la comunicación:⁴⁰ Se puede analizar, y por lo tanto clasificar la comunicación a través del uso de los componentes de la comunicación como variables en cada situación. Por lo tanto:

1. Emisor y receptor: De acuerdo con el número de participantes que intervienen en el proceso comunicativo como emisores y receptores, tenemos los siguientes tipos de comunicación:

a) Intrapersonal: consigo mismo.

b) Interpersonal: entre dos personas.

c) Grupal: en un grupo pequeño (tres o más personas).

d) Pública: una persona o un grupo ante un público.

⁴⁰ Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). Comunicación Oral y Escrita (pp. 10-11). Mexico: Editorial Pearson.

e) Masiva: una persona o un grupo hacia un número indeterminado de personas a través de diversos medios.

2. Medio: Pueden considerarse tantos tipos de comunicación como recursos existan para la transmisión y recepción de los mensajes, pero la clasificación más significativa, de acuerdo con el medio empleado, es:

a) Verbal: oral y escrita.

b) No verbal: visual, auditiva, kinésica y artefactual.

c) Electrónica: los recursos que la tecnología permita para establecer comunicación con otros.

3. Mensaje:

a) Por el contenido (idea, tema o asunto) y el destino al que se envía, la comunicación puede ser:

- **Pública:** tema o asunto que se hace o es factible de hacerse del conocimiento de todos los individuos.
- **Privada:** tema o asunto cuyo contenido es restringido al conocimiento de uno o varios individuos relacionados con el mismo.

b) Por el tratamiento (el modo de decir o nombrar las cosas) del lenguaje usado en la comunicación, ésta es:

- **Culta:** Los lenguajes académico, especializado, técnico.
- **Estándar:** El lenguaje que habla y entiende la mayoría de los individuos que conforman una sociedad o un país.

- **Coloquial:** El lenguaje más personalizado o familiar entre personas cuya interacción es cercana (amigos).
- **Popular:** el lenguaje común, vulgar, propio de todos los hablantes de pueblos, regiones grupos específicos. Puede llegar a ser obsceno.

4. Contexto: De acuerdo con el lugar, la situación social y el ambiente psicológico en el que se produce la comunicación, puede ser:

a) Formal: está sujeta al orden, las normas y los papeles establecidos por el grupo en cierto nivel o estrato de la sociedad.

b) Informal: es espontánea, más natural, de acuerdo con gustos y preferencias individuales.

6.2.2. Diseño: El diseño es la actividad que se realiza cuando se desea planear, concebir y desarrollar una idea original. El diseño está relacionado con la creatividad.⁴¹

6.2.2.1. Creatividad: Es la capacidad o facilidad que posee el ser humano para inventar o crear alguna cosa original. La creatividad también puede aplicarse a la “mejora” de lo que ya existe, traduciéndolo en algo innovador.⁴²

6.2.2.2. Diseño Gráfico: Industria que en conjunto con la publicidad comparten como objetivo el informar al público de los bienes, servicios, acontecimientos o ideas que podrían ser de interés para el público. Sin embargo, el diseño gráfico se diferencia de la publicidad

⁴¹ Samara, T. (2008). Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos (pp. 6-7). España: Editorial Gustavo Gili.

⁴² Samara, T. (2008). Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos (pp. 6-7). España: Editorial Gustavo Gili.

puesto que su propósito es diseñar un mensaje y transformarlo en una experiencia tangible y comunicable.⁴³

6.2.2.3. Diseñador Gráfico: Persona que realiza diseño gráfico como una profesión. El diseñador gráfico es un comunicador, puesto que toma una idea y le da forma visual, de modo que otras personas puedan entender su significado.⁴⁴

6.2.2.4. Diseño Editorial: Es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros.⁴⁵

6.2.2.5. Color: Es la sensación o impresión que producen en la retina, y por tanto en el cerebro, los rayos de luz reflejados y absorbidos por un cuerpo, según la longitud de onda de estos rayos. Estas ondas reflejadas son captadas por el ojo e interpretadas en el cerebro como distintos colores según las longitudes de ondas correspondientes.⁴⁶

6.2.2.6. Tono: En teoría del color es el término que se utiliza para indicar lo que distingue un color de otro.⁴⁷

6.2.2.7. Luminosidad: También llamado valor, es la mayor o menor luminosidad de un color. Por ejemplo, un color con blanco añadido se llama “pastel”; un color con negro añadido se llama “oscuro”.⁴⁸

⁴³ Samara, T. (2008). Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos (pp. 6-7). España: Editorial Gustavo Gili.

⁴⁴ Samara, T. (2008). Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos (pp. 6-7). España: Editorial Gustavo Gili.

⁴⁵ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 136, 136-147) España: Blume Editorial.

⁴⁶ Samara, T. (2008). Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos (pp. 82-113). España: Editorial Gustavo Gili.

⁴⁷ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 27, 26-29). España: Blume Editorial.

⁴⁸ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 27, 26-29). España: Blume Editorial.

6.2.2.8. Saturación: También llamado croma, es el equivalente más o menos a la intensidad del color. Por ejemplo, una línea de alta intensidad es un color vivo, mientras que una de baja intensidad es un color apagado. Dos colores pueden ser de la misma línea pero tener diferente intensidad.⁴⁹

6.2.2.9. Temperatura: Es la sensación que cada color transmite, por ejemplo, los colores parecen más cálidos a medida que disminuye el amarillo y aumenta el rojo. El azul es muy frío. El verde es un poco más cálido porque lleva amarillo.⁵⁰

6.2.2.10. Vibración: Se refiere al momento en que dos colores de yuxtaponen, siendo estos complementarios, como por ejemplo, el color rojo y verde.⁵¹

6.2.2.11. Diagramación: Es la realización del diagrama, o la estructura de las páginas de un libro, revista o periódico.⁵²

6.2.2.12. Retícula: Se define como el conjunto de líneas o elementos dispuestos en forma de red. Las retículas son utilizadas para la diagramación y diseño de un material editorial.⁵³

6.2.2.13. Tipografía: Técnica de imprimir textos o dibujos, a partir de tipos o moldes en relieve que, entintados, se aplican sobre el papel.⁵⁴

6.2.2.13.1. Serif: En español conocidas como serifas, son remates o terminales. Son pequeños adornos ubicados generalmente en los extremos de las líneas de los caracteres

⁴⁹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 27, 26-29). España: Blume Editorial.

⁵⁰ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 27, 26-29). España: Blume Editorial.

⁵¹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 28, 26-29). España: Blume Editorial.

⁵² Samara, T. (2008). Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos (pp. 198-245). España: Editorial Gustavo Gili.

⁵³ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 17, 100). España: Blume Editorial.

⁵⁴ Samara, T. (2008). Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos (pp. 116-129). España: Editorial Gustavo Gili.

tipográficos. Tipografías como Times, Georgia, Garamond y Courier son un ejemplo de este tipo de letra.⁵⁵

6.2.2.13.2. Sans-Serif: Es un tipo de letra “palo seco” o sin remates, el contrario del tipo con serif. Ejemplos de este tipo de letra son Helvética, Arial, y Verdana.⁵⁶

6.2.2.14. RGB: Colores aditivos. Siglas en inglés de la composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios de la luz (rojo, verde y azul), cuya suma produce el color final.⁵⁷

6.2.2.15. CMYK: Cuatricromía. Siglas en inglés de los cuatro colores (cian, magenta, amarillo y negro) que se utilizan en la impresión a todo color.⁵⁸

6.2.2.16. Color Directo: Término que se utiliza para describir cualquier color para imprimir. Es una mezcla especial de colores, y no uno de los cuatro colores de la cuatricromía.⁵⁹

6.2.2.17. Duotono o bicromía: Técnicamente dos medios tonos hechos del mismo original con dos gamas tonales distintas, para que al imprimirse (en distintos tonos del mismo color) se produzca una gama de tonos mayor de la que se crea con un único color.⁶⁰

6.2.2.18. Copyright: Derechos de autor. El derecho del creador de un trabajo original a controlar la utilización de su trabajo. La propiedad de los derechos no significa necesariamente la propiedad del trabajo en si (o viceversa), ni tampoco cubre

⁵⁵ De Buen, J. (2005). Manual de diseño Editorial (pp. 94-95). México: Editorial Santillana.

⁵⁶ De Buen, J. (2005). Manual de diseño Editorial (pp.123-123). México: Editorial Santillana.

⁵⁷ RGB. (s.f). En Wikipedia. Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de <http://es.wikipedia.org/wiki/RGB>

⁵⁸ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 184, 184-186). España: Blume Editorial.

⁵⁹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 184, 184-186). España: Blume Editorial.

⁶⁰ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 184, 184-186). España: Blume Editorial.

necesariamente los derechos de esa obra en el resto del mundo (los derechos se cubren territorio a territorio).⁶¹

6.2.2.19. Edición: Número total de ejemplares de un trabajo impreso y publicado a la vez, ya sea como una primera edición, o tras la realización de algunos cambios (edición revisada, segunda edición, etc.)⁶²

6.2.2.20. Finales del libro: Las páginas finales de un libro, después del cuerpo principal, entre las que está el índice. También se les llama apéndice.⁶³

6.2.2.21. Fuente: Tradicionalmente una serie de letras del mismo diseño, estilo y tamaño. En ordenadores, es un grupo de caracteres del mismo diseño y estilo, que incluyen letras, números y otros símbolos tipográficos.⁶⁴

6.2.2.22. Guías: En algunas aplicaciones, líneas visibles horizontales y verticales que no se imprimen y que ayudan a colocar los elementos con mayor precisión.⁶⁵

6.2.2.23. Hojas de estilo: En algunas aplicaciones, la opción de aplicar una serie de atributos muy utilizados, como formatos tipográficos y de párrafo, a elementos de un documento utilizando comandos especialmente configurados.⁶⁶

6.2.2.24. Identidad corporativa: Elementos de diseño con los que una empresa establece una identidad adecuada, coherente y reconocible a través de material de comunicación, promoción y distribución.⁶⁷

⁶¹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 184, 184-186). España: Blume Editorial.

⁶² Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 184, 184-186). España: Blume Editorial.

⁶³ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁶⁴ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁶⁵ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁶⁶ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁶⁷ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

6.2.2.25. Interlineado: Espacio entre líneas de texto.⁶⁸

6.2.2.26. JPEG: Iniciales de Joint Photographic Experts Group, un programa informático de comprensión de datos.⁶⁹

6.2.2.27. Justificación: Espaciado de palabras y letras para igualar los bordes verticales a la izquierda y derecha.⁷⁰

6.2.2.28. Kerning: Ajustar el espacio (normalmente reduciéndolo) entre dos letras para optimizar su aspecto. **Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas. España: Blume Editorial. (Pag. 185. Se leyó de la 184 - 186)**

6.2.2.29. Letra caligráfica: Tipo de letra que nace de formas de letras dibujadas, no escritas. Suelen ser utilizadas comúnmente en invitaciones de bodas o diplomas.⁷¹

6.2.2.30. Gráfico: Término general que describe cualquier ilustración o diseño.⁷²

6.2.2.31. Logotipo: Logo significa palabra. Son aquellas formaciones de palabras que representan una marca.⁷³

6.2.2.32. Isotipo: Se refiere al símbolo, al ícono que representa a una marca.⁷⁴

⁶⁸ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁶⁹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁷⁰ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁷¹ De Buen, J. (2005). Manual de diseño Editorial (pp. 124, 124-125). México: Editorial Santillana.

⁷² Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁷³ García, M. (26 de Abril del 2011). Hablemos con propiedad: logotipo, isotipo, imagotipo, isologo, imagen corporativa, identidad... Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de <http://www.brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad>

⁷⁴ García, M. (26 de Abril del 2011). Hablemos con propiedad: logotipo, isotipo, imagotipo, isologo, imagen corporativa, identidad... Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de <http://www.brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad>

6.2.2.33. Imagotipo: Es el conjunto de ícono-texto, donde tanto el texto como el símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.⁷⁵

6.2.2.34. Isologo: Se refiere al conjunto donde tanto texto e icono se encuentran fundidos. Ambos elementos son partes indivisibles de un todo y sólo funcionan juntos.⁷⁶

6.2.2.35. Manuscrito: Texto de un autor entregado para su publicación.⁷⁷

6.2.2.36. Mapa de bits: Texto o imagen gráfica compuesto de puntos.⁷⁸

6.2.2.37. Material gráfico: Cualquier material ilustrativo preparado para ser reproducido, como ilustraciones, diagramas y fotografías. Generalmente distinto al texto.⁷⁹

6.2.2.38. Modelo: Prototipo de un futuro libro o publicación con el formato, la encuadernación, y el papel correctos pero con las páginas en blanco. También puede referirse al modelo a escala de un diseño que muestra la posición de titulares, textos, pies de foro, ilustraciones, y otros detalles.⁸⁰

6.2.2.39. Modelo de color: En aplicaciones gráficas, la forma en que los colores se pueden definir o modificar. Los modelos de color más utilizados son RGB (rojo, verde y azul, en sus siglas en inglés), HSB (tinta, saturación y brillo); CMY, CMYK (colores para impresión, cuatricromía) y PANTONE (colores sólidos).⁸¹

⁷⁵ García, M. (26 de Abril del 2011). Hablemos con propiedad: logotipo, isotipo, imagotipo, isologo, imagen corporativa, identidad... Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de <http://www.brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad>

⁷⁶ García, M. (26 de Abril del 2011). Hablemos con propiedad: logotipo, isotipo, imagotipo, isologo, imagen corporativa, identidad... Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de <http://www.brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad>

⁷⁷ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁷⁸ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁷⁹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁸⁰ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

⁸¹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 185, 184-186). España: Blume Editorial.

6.2.2.40. Página legal: Página de propiedad, o página de créditos. La página de un libro donde se hace constar el pie de imprenta, el propietario de los derechos de autor, el número de ISBN, el depósito legal, etc.⁸²

6.2.2.41. Página maestra: En algunas aplicaciones, la página donde se recogen algunas especificaciones de un documento, como el número de columnas de texto, números de páginas, estilo de letras, etc, y que luego se puede aplicar a cualquier otra página del mismo.⁸³

6.2.2.42. Página modelo: Prueba de una página con la que se ejemplifique una propuesta de estilo de diseño, calidad de papel, imprenta, etc.⁸⁴

6.2.2.43. PANTONE: Es la marca estándar universalmente utilizada para comprobar los requisitos de normas, control y calidad del color. Es un sistema en el que cada color lleva una descripción de su composición (en porcentajes) para el uso posterior en imprenta. Se utiliza universalmente para que los colores específicos se puedan reproducir con exactitud en cualquier imprenta.⁸⁵

6.2.2.44. Planilla: Plano esquemático de las páginas de un libro que se utiliza para establecer la distribución de color, la longitud de los capítulos, etc. En inglés se le conoce como *flowchart*.⁸⁶

⁸² Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁸³ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁸⁴ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁸⁵ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁸⁶ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

6.2.2.45. Portada: Página al principio del libro, normalmente a la derecha que lleva el título, nombre del autor, la edición y otras informaciones pertinentes.⁸⁷

6.2.2.46. Portadilla o anteportada: Título de un libro impreso en la página impar o recto, anterior a la portada.⁸⁸

6.2.2.47. Principios del libro: Páginas de un libro que preceden al texto principal, y que generalmente incluyen la portadilla, portada, prefacio e índice de contenidos. También se llaman *preliminares*.⁸⁹

6.2.2.48. Recto: Página a la derecha o impar de un libro.⁹⁰

6.2.2.49. Registro: Colocación correcta de un color respecto a otro o la impresión de una cara de la página con respecto a la otra, durante la impresión.⁹¹

6.2.2.50. Reproducción: Proceso completo de impresión desde la terminación del material gráfico hasta la impresión.⁹²

6.2.2.51. Resolución: Grado de precisión (calidad, definición o calidad) que presenta una imagen generada en un escáner, monitor, impresora o algún otro aparato de reproducción.⁹³

6.2.2.52. Retocar: Alterar o corregir una imagen o material gráfico para realizar modificaciones y corregir imperfecciones.⁹⁴

⁸⁷ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁸⁸ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁸⁹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁹⁰ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁹¹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁹² Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁹³ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁹⁴ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

6.2.2.53. Sangre: La parte de una imagen que se extiende más allá del borde de la página.

Las imágenes que se extienden sobre el bode del papel sin dejar margen se describen como “*a sangre*”.⁹⁵

6.2.2.54. TIFF: Iniciales de Tagged Image File Formant, un formad de archivos estándar y universalmente utilizado para escanear imágenes en mapas de bits de alta resolución.⁹⁶

6.2.2.55. Trama (de fotograbado): Convencionalmente una placa de cristal (trauma óptica) o película que forma una cuadrícula de trazos opacos, y se utiliza para descomponer una imagen de tono continuo en puntos degradados para su impresión.⁹⁷

6.2.2.56. Transparencias, diapositivas: Imagen fotográfica producida en película transparente como un positivo de color.⁹⁸

6.2.2.57. Verso o página par: Página a la izquierda de un libro o más exactamente, la página opuesta a una persona.⁹⁹

6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías, técnicas y tendencias.

6.3.1. Ciencia: Se llama así al conjunto de conocimientos que se obtienen a través de la observación y el razonamiento, se encuentran sistemáticamente estructurados y de éstos se deducen principios y leyes generales.¹⁰⁰

⁹⁵ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁹⁶ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁹⁷ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁹⁸ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

⁹⁹ Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 186, 184-186). España: Blume Editorial.

¹⁰⁰ Ciencia. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=ciencia>

6.3.1.1. Semiótica: El estadounidense Charles Sanders Peirce (1839-1914) definió a la semiótica como el estudio del proceso por el cual algo está por un objeto para cierto intérprete. A este proceso Peirce lo llama *Semiosis*.¹⁰¹

6.3.1.2. Semiología: El suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913) afirmaba que la semiología es la "ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social".

En la actualidad, tanto "semiótica" como "semiología" son nombres sinónimos que aluden a la teoría general de los signos.¹⁰²

6.3.1.3. Lingüística: Esta ciencia es conocida como el estudio teórico del lenguaje que se encarga de evaluar los métodos de investigación y los temas relacionados a las diversas lenguas en una sociedad determinada.¹⁰³

6.3.1.4. Pedagogía: Se llama así a la ciencia que se ocupa de organizar y estudiar la educación y la enseñanza. La pedagogía se encuentra principalmente orientada a los seres humanos jóvenes, desde niños en edad preescolar hasta adolescentes.¹⁰⁴

6.3.1.5. Andragogía: Se llama así al conjunto de técnicas de enseñanza que se encuentran orientadas a educar personas adultas. La andragogía se encuentra fundamentada en algunos principios de vital importancia para facilitar el aprendizaje en el ser humano adulto, siendo éstos: participación, horizontalidad, creatividad y flexibilidad.¹⁰⁵

¹⁰¹ Semiótica. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=semiótica>

¹⁰² Semiología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=semiología>

¹⁰³ Lingüística. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=lingüística>

¹⁰⁴ Pedagogía. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=pedagogía>

¹⁰⁵ Andragogía. (s.f) En Wikipedia. Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de <http://es.wikipedia.org/wiki/Andragogía>

6.3.1.6. Sociología: Es la ciencia que se encarga de tratar la estructura y el funcionamiento de las sociedades humanas.¹⁰⁶

6.3.1.7. Psicología: Ciencia que estudia los procesos mentales en personas y en animales.¹⁰⁷

6.3.1.7.1. Psicología del Consumidor: Estudia el comportamiento del consumidor, lo cual se basa en comprender las razones que impulsan a las personas a adquirir bienes o servicios como una forma de satisfacer deseos y necesidades, utilizando los conocimientos derivados de estrategias de información, comunicación e influencia social. Se trata de un campo interdisciplinario donde convergen la economía y la psicología en torno a las variables que permiten explicar y predecir con mayor exactitud el comportamiento del consumo de los individuos y de los grupos sociales.¹⁰⁸

6.3.1.7.2. Psicología de la Comunicación: Forma parte de un área de la Psicología Social, la cual se dedica a estudiar el comportamiento o conducta del hombre en sus interrelaciones con la sociedad, tanto como ente que comunica datos, ideas, conceptos, entre otros, así como receptor de mensajes. Trata en suma, de conocer y analizar los factores de índole psicológica que intervienen en los diferentes procesos de la actividad de la comunicación.¹⁰⁹

¹⁰⁶ Sociología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=sociología>

¹⁰⁷ Psicología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=psicología>

¹⁰⁸ Psicología del Consumidor. (s.f.). En Wikipedia. Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de http://es.wikipedia.org/wiki/Psicología_del_consumidor

¹⁰⁹ Pérez, J. (2005). Psicología de la comunicación y relaciones interpersonales. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/20928796/2%C2%BA-Psicologia-de-la-Comunicacion-Y-RRII>

6.3.1.7.3. Psicología del Color: Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana, siendo Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832), que en su tratado “Teoría del color”, quien puede ser considerado el precursor de la psicología del color. De acuerdo con la teoría de Goethe, lo que se ve de un objeto no depende solamente de la materia; tampoco de la luz de acuerdo a Newton, sino que involucra también a una tercera condición que es la percepción del ser humanos sobre el objeto. En la actualidad se puede destacar el estudio sobre Psicología del color realizado por Eva Heller, basado en la teoría de los colores de Goethe. Dicho estudio aborda la relación de los colores con los sentimientos humanos y demuestra cómo ambos no se combinan de manera accidental, pues sus asociaciones no son meras cuestiones de gusto, sino experiencias universales que están profundamente enraizadas en el lenguaje y pensamiento de la humanidad.¹¹⁰

6.3.1.8. Antropología: Se llama así al estudio de la realidad humana, donde se tratan los aspectos biológicos y sociales del hombre.¹¹¹

6.3.1.9. Biología: Es conocida como la ciencia de la vida, puesto que estudia y trata a los seres vivos, desde todos los aspectos de su formación u organismo.¹¹²

¹¹⁰ Psicología del Color (s.f.). Recuperado de <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/>

¹¹¹ Antropología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=antropología>

¹¹² Biología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=biología>

6.3.1.10. Estadística: Esta práctica es conocida como el estudio de los datos cuantitativos ya sea de la población, de los recursos naturales e industriales, del tráfico o de cualquier otra manifestación de las sociedades humanas.¹¹³

6.3.2. Arte: Se refiere a la manifestación de la actividad humana por la cual se expresa una visión personal que interpreta lo real o imaginada con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros.¹¹⁴

6.3.2.1. Dibujo: Acción de dibujar. Es la técnica donde se delinea una superficie, y se sombrea imitando la figura de un cuerpo.¹¹⁵

6.3.2.2. Pintura: Es una de las expresiones artísticas más antiguas y una de las siete Bellas Artes. Es la representación gráfica donde se utilizan pigmentos mezclados con otras sustancias aglutinantes orgánicas o sintéticas sobre una hoja, lienzo o superficie.¹¹⁶

6.3.2.3. Ilustración: Se denomina ilustración al dibujo, estampa, grabado o imagen que adorna o documenta el texto de un libro. Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras o mensajes. En la antigüedad se pueden identificar ilustraciones como las pinturas rupestres, los mosaicos religiosos y los manuscritos medievales.¹¹⁷

6.3.2.4. Fotografía: Conocida como el arte de la luz, donde un momento puede ser capturado en un solo instante. La fotografía es definida como el arte de fijar y reproducir

¹¹³ Estadística. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=estadística>

¹¹⁴ Arte. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=arte>

¹¹⁵ Dibujo. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=dibujo>

¹¹⁶ Pintura. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=pintura>

¹¹⁷ Ilustración. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=ilustración>

por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura. En la actualidad, con la fotografía digital, se emplean sensores CCD, CMOS y memorias digitales para capturar y guardar dichas imágenes.¹¹⁸

6.3.3. Teoría: Una teoría es conocida como un conocimiento especulativo considerado con independencia de toda aplicación, es decir, una hipótesis cuyas consecuencias se aplican a toda una ciencia o a parte muy importante de ella.¹¹⁹

6.3.3.1. Teoría del color:¹²⁰ Johann Wolfgang von Goethe publicó un tratado sobre la naturaleza, la función y la psicología de los colores en 1810. Goethe intentó deducir las leyes que rigen la armonía de los colores, atendiendo a sus efectos fisiológicos (es decir, al modo en que los colores nos afectan o como reaccionamos o respondemos a los estímulos de éstos), haciendo hincapié, en general, en el aspecto subjetivo de la visión.

Es así como definió a los colores en base a sus valores emocionales, por ejemplo:

- **Azul:** Es el color de la inteligencia, la sabiduría, la reflexión y la paciencia. Induce al recogimiento, proporciona una sensación de espacio abierto, es el color del cielo y el mar en calma, y así evoca también paz y quietud. Actúa como calmante, sosegando los ánimos e invitando al pensamiento.
- **Rojo:** Está relacionado con el fuego y evoca sensaciones de calor y excitación. Es el color de la sangre y el fuego, el color de Marte, símbolo de la violencia, de la

¹¹⁸ Fotografía. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=fotografía>

¹¹⁹ Teoría. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=teoría>

¹²⁰ Johann Wolfgang von Goethe y la teoría del color (s.f.). Recuperado de <http://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>

pasión sensual; sugiere acción, impulso; es el color del movimiento y la vitalidad. Aumenta la tensión muscular, activa un cierto estado de alerta en el cerebro.

- **Amarillo:** Es el color del Sol. Para Goethe posee una condición alegre, risueña, es el color del optimismo. El amarillo tiene las cualidades del sol, es el color del poder y la arrogancia, pero también de la alegría, el buen humor y la buena voluntad; es un color estimulante.
- **Violeta:** El violeta es el color de la madurez y la experiencia. En un matiz claro expresa profundidad, misticismo, misterio, melancolía, es el color de la intuición y la magia; en su tonalidad púrpura es símbolo de realeza, suntuosidad y dignidad.
- **Naranja:** Mezcla de amarillo y rojo, tiene las cualidades de ambos, aunque en menor grado. Para Goethe es el color de la energía, un color para temperamentos primarios, que gusta a niños, bárbaros y salvajes porque refuerza sus tendencias naturales al entusiasmo, al ardor, a la euforia, etc.
- **Verde:** El verde significa la llegada de la primavera, simboliza la juventud y la esperanza. Por ser el color de la naturaleza, de los prados húmedos, sugiere aire libre y frescor; este color es reconfortante, libera al espíritu y equilibra las sensaciones.

6.3.4. Técnica: Es el conjunto de procedimientos y recursos que son utilizados en el empleo y desarrollo de una ciencia o un arte.¹²¹

¹²¹ Técnica. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=técnica>

6.3.4.1. Técnica de Investigación: La investigación es la acción y efecto de investigar, es decir, realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia.¹²²

Entre las técnicas de investigación que generalmente se emplean, se pueden mencionar:

- **Observación:** Técnica de estudio por excelencia y se utiliza en todas las ramas de la ciencia. Su uso está guiado por alguna teoría y ésta determina los aspectos que se observarán. Consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.¹²³
- **Entrevista:** Técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma.¹²⁴
- **Encuesta:** Técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el

¹²² Huamán, H. G. (2da. ed.). (2005). Manual de técnicas de investigación: conceptos y aplicaciones (pp. 8, 7-8). Perú: IPLADEES S.A.C.

¹²³ Huamán, H. G. (2da. ed.). (2005). Manual de técnicas de investigación: conceptos y aplicaciones (pp. 13, 13-18). Perú: IPLADEES S.A.C.

¹²⁴ Huamán, H. G. (2da. ed.). (2005). Manual de técnicas de investigación: conceptos y aplicaciones (pp. 20, 20-23). Perú: IPLADEES S.A.C.

cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación.¹²⁵

- **Test:** Técnica derivada de la entrevista y la encuesta tiene como objeto lograr información sobre rasgos definidos de la personalidad, la conducta o determinados comportamientos y características individuales o colectivas de la persona (inteligencia, interés, actitudes, aptitudes, rendimiento, memoria, manipulación, etc.). A través de preguntas, actividades, manipulaciones, entre otras, que son observadas y evaluadas por el investigador.¹²⁶
- **Fichaje:** Técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorra mucho tiempo, espacio y dinero.¹²⁷

6.3.5. Tendencia: Se define como la propensión o inclinación en los seres humanos y en las cosas hacia determinados fines. La tendencia es también definida como la idea o corriente, ya sea de pensamiento, religioso, político, artístico o de moda orientado en determinada dirección.¹²⁸

¹²⁵ Huamán, H. G. (2da. ed.). (2005). Manual de técnicas de investigación: conceptos y aplicaciones (pp. 28, 28-36). Perú: IPLADEES S.A.C.

¹²⁶ Huamán, H. G. (2da. ed.). (2005). Manual de técnicas de investigación: conceptos y aplicaciones (pp. 38, 38-42). Perú: IPLADEES S.A.C.

¹²⁷ Huamán, H. G. (2da. ed.). (2005). Manual de técnicas de investigación: conceptos y aplicaciones (pp. 45, 45-50). Perú: IPLADEES S.A.C.

¹²⁸ Tendencia. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=tendencia>

6.3.5.1. Tendencia Kawaii: Tendencia de origen japonés que viene del vocablo japonés “*Kawaii*” que significa lindo, agradable, inocente o encantador. Dicho término originalmente era utilizado para referirse a bebés o animales. Actualmente el término está relacionado con accesorios coloridos, los ojos de los personajes de *anime* o *manga* (caricaturas japonesas) o personajes como la mundialmente famosa *Hello Kitty*. Esta tendencia se aplica desde diseño de ropa, objetos, arte (como ilustraciones o pinturas), grabados, hasta comida o tecnología. Los diseños Kawaii son generalmente con formas redondeadas, con colores pasteles o colores brillantes y rasgos infantiles. Los diseños poseen formas sencillas de modo que sean fácil de identificar para el espectador. El término en sí mismo proporciona un sentimiento de empatía y afinidad. Muchas ilustraciones infantiles actuales pueden considerarse *Kawaii*.¹²⁹

¹²⁹ Cisneros, I. (s.f.) La nueva obsesión asiática: Kawaii. Recuperado de <http://www.seventeenespanol.com/moda/tips/700095/nueva-obsesion-asiatica-kawaii/>

Capítulo VII:

Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

7.1.1. Ciencias:

7.1.1.1. Semiótica y Semiología:

Ambas son definidas como ciencias que estudian los signos en los procesos de comunicación, siendo la comunicación una actividad social. En el desarrollo del proyecto fungen como base de todo, porque tanto el contenido escrito como el visual son signos que se emplean para transmitir mensajes al lector.

7.1.1.2. Lingüística:

La lingüística posee un papel importante, ya que si bien el material es un manual ilustrado, también poseerá contenido escrito, es decir, estará conformado por palabras, y las palabras formarán significados y mensajes cuya finalidad es informar al lector de tópicos en específico así como de procedimientos. La lingüística también se emplea al utilizar adecuadamente el idioma español, así como la ortografía y la gramática.

7.1.1.3. Pedagogía:

Esta ciencia está relacionada debido a que el manual busca tener una función pedagógica al llegar a los niños y adolescentes del hogar, se busca que sirva como apoyo y como herramienta que facilite la educación nutricional.

7.1.1.4. Andragogía:

Al estar el material editorial enfocado en la familia, no sólo se buscará emplear técnicas que faciliten la comprensión en los más jóvenes del hogar, sino también en los adultos.

Tanto el padre como la madre son quienes utilizarán el manual como una guía, la interpretarán y podrán en práctica lo aprendido conforme sus propias resoluciones. Es por ello que es necesario que el contenido expuesto en el manual esté explicado de una manera que facilite al adulto la comprensión y seguimiento de las actividades.

7.1.1.5. Sociología:

El ser humano es un ser social, y la familia es la base de la sociedad. Es por ello que la sociología sirve como guía para la comprensión de las actitudes de las personas ante la información que se expondrá, así como también permite comprender mejor las necesidades de las familias de nuestro país, y cómo el aprendizaje a través del manual puede influir en un mejor desarrollo para las mismas.

7.1.1.6. Psicología:

Los materiales educativos deben realizarse tomando en cuenta el aspecto psicológico de quienes están dirigidos. Puesto que es importante tener una idea de lo que las personas piensan, y pensarán sobre la información que se les quiere transmitir.

7.1.1.6.1. Psicología del consumidor: Permite tener mejor conocimiento del comportamiento de las personas ante los alimentos que normalmente consumen, y con ello, identificar si la información transmitida será beneficiosa para ellos. También se influirá en la idea del consumo de nuevos platillos para que aprovechen los alimentos en lugar de desperdiciar lo que aún puede utilizarse.

7.1.1.6.2. Psicología de la comunicación: Permite tener una mejor idea de cómo comunicar los signos, datos, ideas o conceptos a las personas, de modo que la

recepción y comprensión del mensaje sea adecuado, obteniendo incluso una retroalimentación en la práctica.

7.1.1.6.3. Psicología del color: Al ser un material gráfico, se busca que los colores empleados sean adecuados, ya que éstos influyen en las emociones de las personas. Se busca que personas se sientan atraídas y a gusto por el diseño del mismo. Una correcta elección de los colores, así como la diagramación y organización de los mismos en relación con el contenido y las imágenes, puede ayudar a que el mensaje sea transmitido eficazmente.

7.1.1.7. Antropología:

Se relaciona con el proyecto debido a que el manual está enfocado a la familia y ésta se encuentra conformada por personas humanas. Es importante evaluar la realidad humana y social frente a temas relacionados con la nutrición, que es un tema crítico en Guatemala.

7.1.1.8. Biología:

Al ser la ciencia de la vida, tiene relación importante con la información que se expondrá en el manual, puesto que la importancia de consumir alimentos que brinden los nutrientes necesarios permitirá que las familias de Guatemala tengan una mejor salud. Se explicará cómo aprovechar los alimentos seleccionados y no desperdiciar ni sus hojas ni sus cáscaras. También informará a las personas cómo preparar alimentos que de verdad nutran sus sistemas, obteniendo beneficios en su salud, y con ello en sus vidas.

7.1.1.9. Estadística:

La estadística permite evaluar de una manera cuantitativa los datos y resultados obtenidos en la investigación para la validación del proyecto.

7.1.2. Artes:

7.1.2.1. Dibujo:

Se aplica a través del proceso de bocetaje, ya que antes de realizar un diseño es fundamental realizar una guía previa de lo que se quiere mostrar, siendo el dibujo la mejor manera de expresar visualmente dicha idea, para posteriormente digitalizarla a través de los programas adecuados por medio de una computadora.

7.1.2.2. Pintura:

Si bien la pintura tradicional no se aplica en el material editorial a realizar, si se aplica el concepto de “pintar digitalmente”, es decir, por medio de software especializado, y a través de la ilustración del contenido del mismo.

7.1.2.3. Ilustración:

Al ser un manual ilustrado, la ilustración tiene protagonismo en el contenido del mismo. La ilustración está relacionada con mensajes, de modo que en el proyecto sirve como complemento para explicar de mejor manera el contenido que se explicará en el manual.

7.1.2.4. Fotografía:

La fotografía es también un modo de “ilustrar” mensajes. En el material editorial se emplearán fotografías para dar a conocer al lector la imagen definitiva de los platillos que se expondrán en las recetas, de modo que el lector tenga un acercamiento más real y confiable al resultado final.

7.1.3. Teorías:

7.1.3.1. Teoría del color:

Al igual que la psicología del color, tener conocimiento respecto a la teoría del color es importante para el correcto desarrollo de materiales gráficos, ya que cada color expresa diferentes sensaciones y emociones, por lo que se dice que puede influir en el estado anímico de las personas al leer u observar un material gráfico. Lo importante es utilizar los colores adecuadamente para que ayuden a transmitir eficazmente el mensaje.

7.1.4. Técnica:

7.1.4.1. Técnicas de Investigación:

Se emplearán la observación y la encuesta para la validación del proyecto. Estas técnicas permitirán corroborar si el material editorial cumple con la función con la que fue desarrollado, así como evaluar posibles cambios o mejorar en el contenido del mismo.

7.1.5. Tendencias:

7.1.5.1. Tendencia Kawaii:

La tendencia elegida es primordial en el aspecto visual que se quiere para el material editorial. Si bien, el manual se encuentra dirigido a toda la familia, se estableció que crear un material con una estética amigable que tanto niños como adultos disfrutaran sería ideal, puesto que aunque los padres tienen la decisión final, son los niños quienes suelen influir en la decisión de adquisición de algún producto. El manual busca que el aprendizaje, guiado por el mismo, sea una actividad que pueda realizarse en familia.

7.2. Conceptualización:

7.2.1. Método:

Ideart: Es una técnica de generación de ideas a través de la creación de analogías, utilizando estímulos visuales, habitualmente pinturas e ilustraciones.

(Fuente: www.neuronilla.com)



(Imagen: molang-official.tumblr.com)

La imagen	El manual
Posee trazos firmes y redondeados, los cuales son característicos en ilustraciones infantiles, expresando ternura pero también seguridad, amabilidad y confianza.	Se busca que posea una estética que se destaque por tener un estilo amigable, de modo que atraiga a los niños de las familias, así como a los padres de los mismos.

Posee una gama de colores cálidos y naturales, colores que son ideales para estimular el apetito.	Servirá para informar sobre el aprovechamiento de los alimentos, así que debe estimular el apetito.
Los colores como el rojo y naranja sirven para representar una imagen enérgica y saludable.	Los alimentos presentados en el manual aportan energía y nutrientes como vitaminas y minerales, ideales para la buena salud del cuerpo humano.
Los tonos verdes y amarillos transmiten una imagen fresca y natural.	Los alimentos presentados en el manual son 100% naturales, pues son frutas y verduras.
Los detalles en morado y marrón representan madurez, experiencia, estabilidad y servicio.	Debe poseer una diagramación lógica, que facilite la comprensión y aprendizaje de la información.

7.2.2. Definición del concepto:

- **Conceptos de diseño preliminares:**

- Cocina saludable.
- Nutrición+Cocina.
- Nutricocina.

- **Concepto de diseño final:**

“Nutricocina”

El concepto surge a través de identificar los elementos que se quieren destacar y representar en el diseño, los cuales son la *nutrición* y la *cocina*. Aquí se unifican las palabras “Nutrición” y “Cocina” para conformar “Nutricocina” una abreviación que engloba la importancia de cocinar platillos nutritivos. En este concepto se busca que cada elemento represente los

valores de la nutrición, lo saludable y natural, así como la acción de cocinarlos y aprovecharlos al máximo; todo ello a través de una imagen que sea de agrado para la familia, que transmita energía, amabilidad, que fomente la unidad y la cooperación.

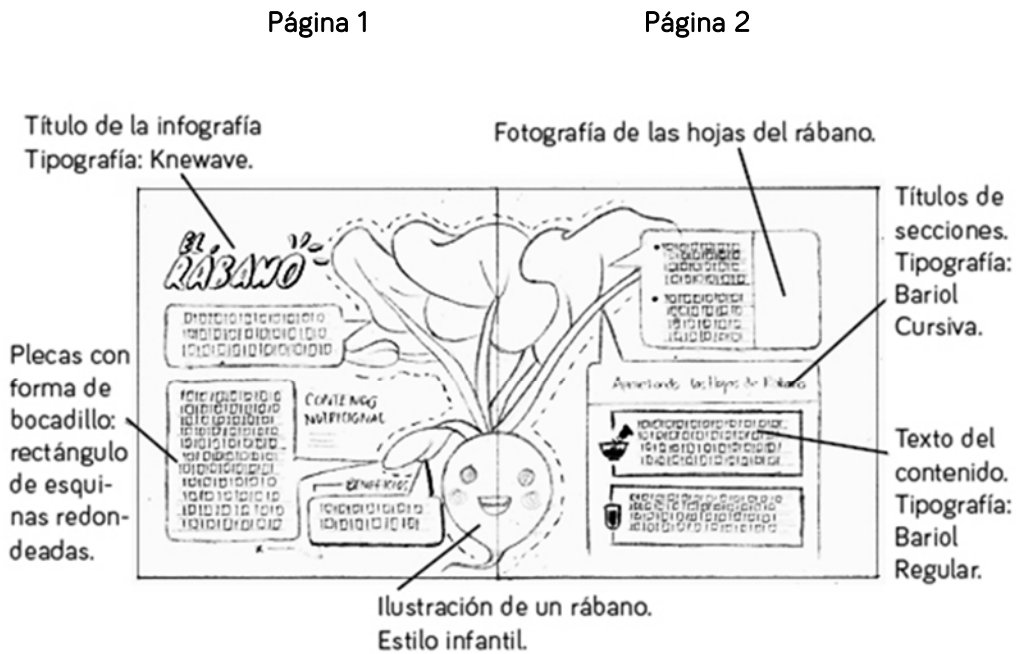
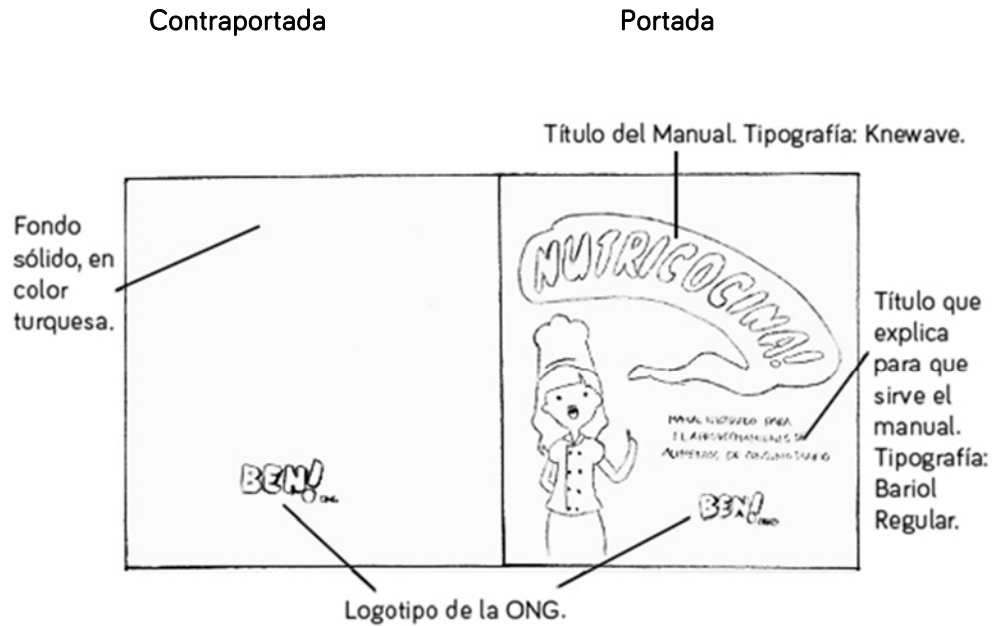
7.3. Bocetaje:

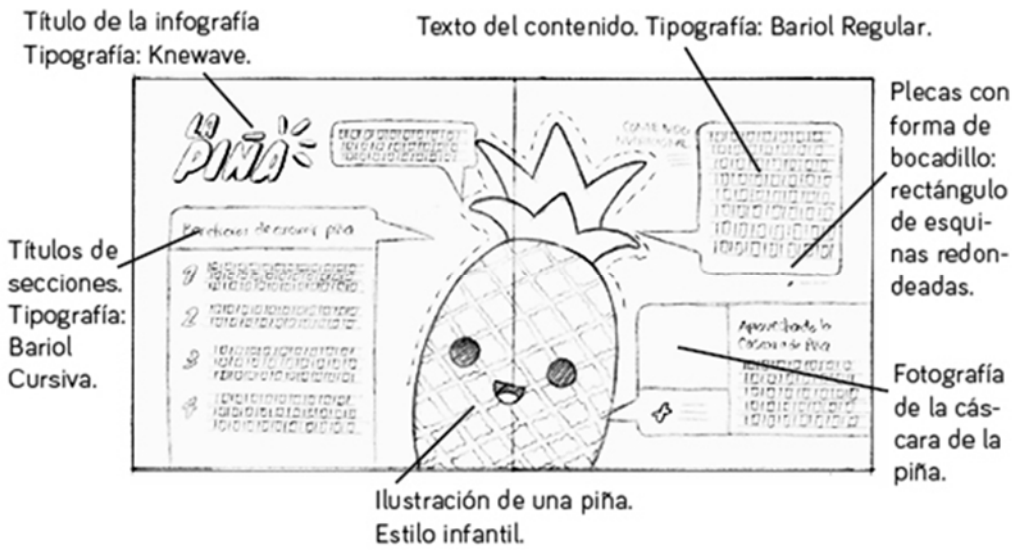
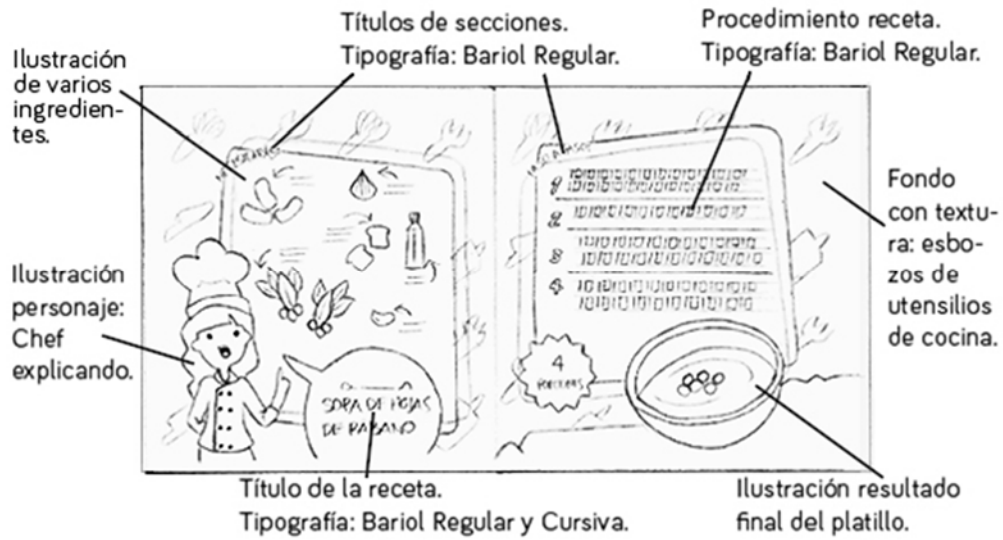
Tabla de requisitos:

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción/Sentimiento
Diagramación	Establecer un orden lógico y tamaños adecuados para cada elemento, de modo que permita la comodidad y fácil comprensión del material para el lector.	<i>Adobe Illustrator:</i> Guías inteligentes que sirven como referencia para la ubicación y aplicación de cada elemento que conforma el diseño.	Estabilidad.
Colores	Crear una imagen agradable a través de la aplicación de colores adecuados al concepto de diseño en cada uno de los elementos que conformen la composición.	<i>Adobe Illustrator:</i> Aplicación en ilustraciones así como en las formas y fondos de la diagramación, y otros elementos que conformen el diseño, como las texturas, tipografías, etc.	Amabilidad, alegría, confianza, entusiasmo, energía, familiaridad.

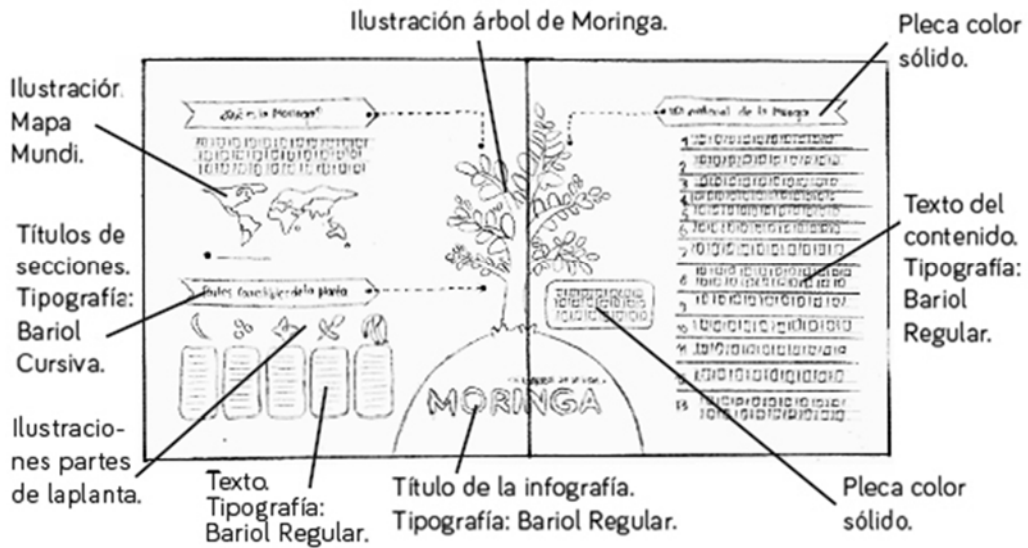
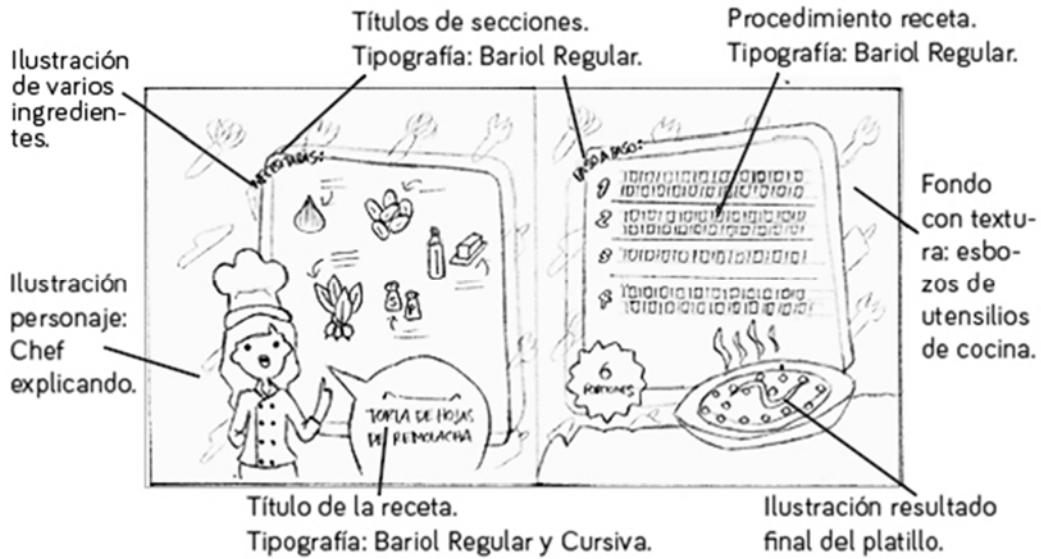
Tipografías	Lograr jerarquías visuales a través de la aplicación de tipografía adecuada entre títulos, subtítulos y contenido del manual.	<i>Adobe Illustrator:</i> 2 a 4 tipos de letra. Utilizar negrillas en títulos, cursivas para destacar palabras o conceptos.	Alegría, estabilidad, amabilidad, confianza.
Ilustraciones de alimentos y utensilios.	Ejemplificar, a través de ilustraciones, los alimentos y utensilios solicitados por el cliente.	<i>Adobe Illustrator:</i> Digitalización de bocetos, definir líneas, aplicación de colores, sombras y texturas.	Interés, curiosidad, conocimiento, empatía.
Ilustración de personaje.	Crear la ilustración de un personaje para emplear tanto en la portada como en otras áreas del manual.	<i>Adobe Illustrator:</i> Digitalización de bocetos, definir líneas, aplicación de colores, sombras y texturas.	Identificarse con el personaje, alegría, unidad, guía, empatía.
Fotografías	Editar las fotografías de BEN, de las hojas de rábano, remolacha, y cáscara de piña, para su aplicación en las infografías.	<i>Adobe Photoshop:</i> Edición de tamaño, luz y/o colores para su correcta aplicación en el diseño del manual.	Seguridad, comprensión, confianza, interés.

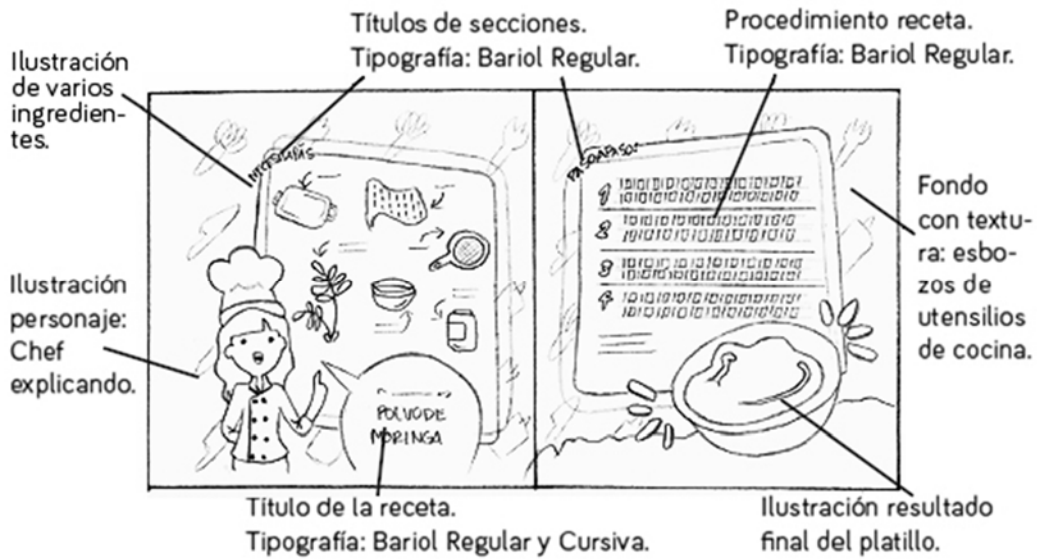
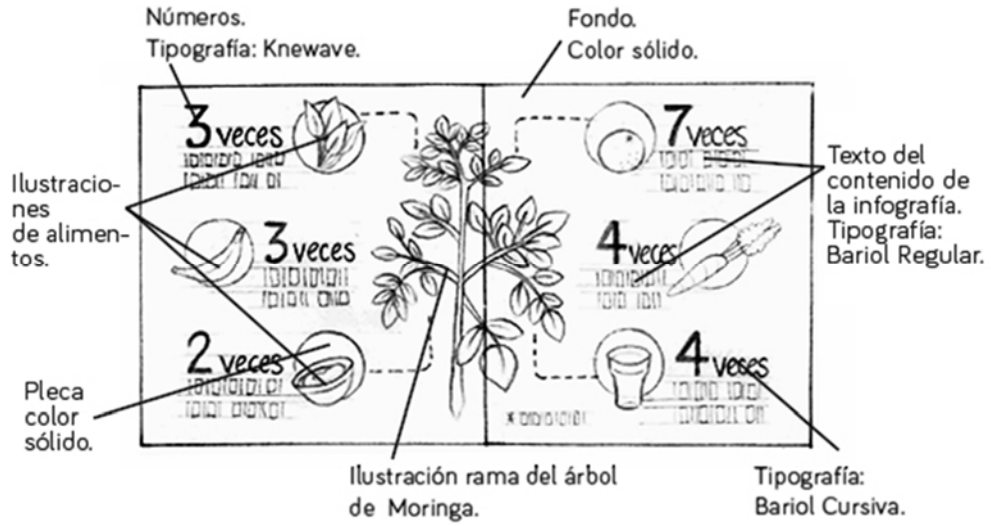
7.3.1. Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación del dibujo técnico.









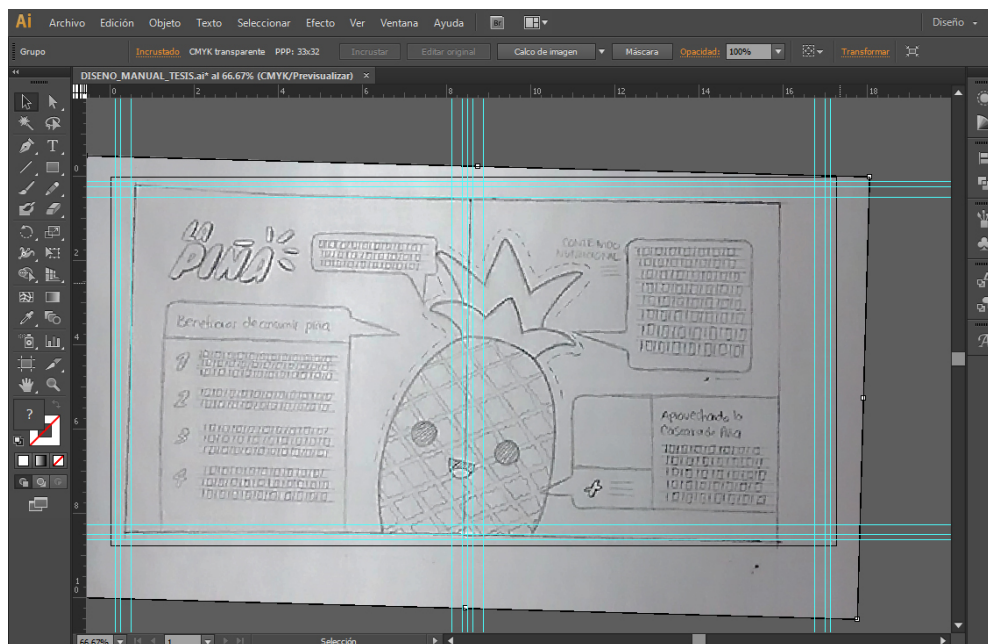


7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos:

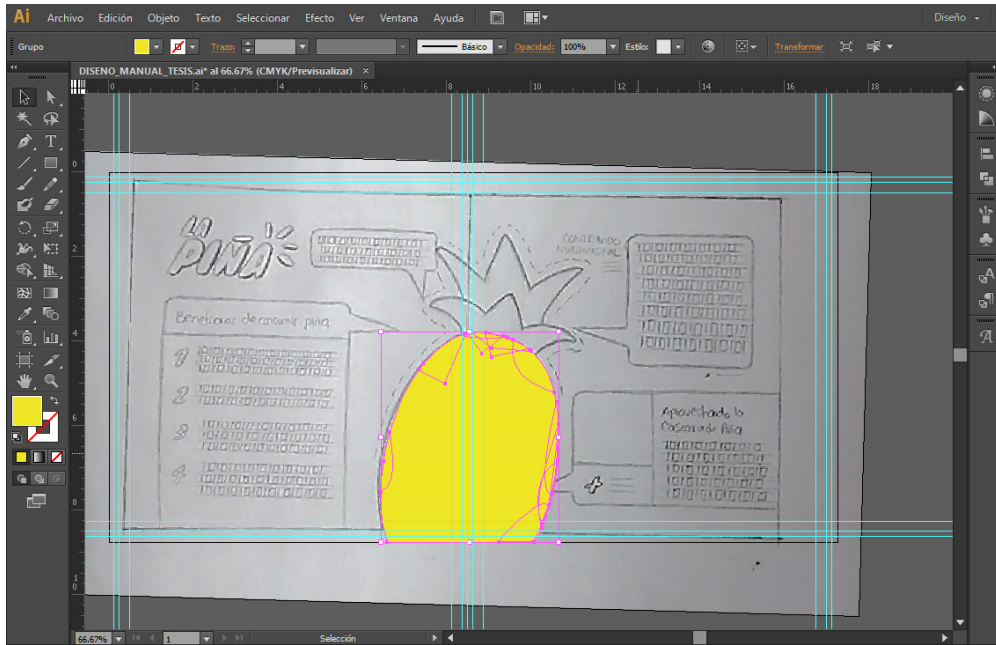
Tamaño de la hoja abierta: 8.5 pulgadas de alto x 17 pulgadas de ancho.

Tamaño de la hoja cerrada: 8.5 pulgadas de alto x 8.5 pulgadas de ancho.

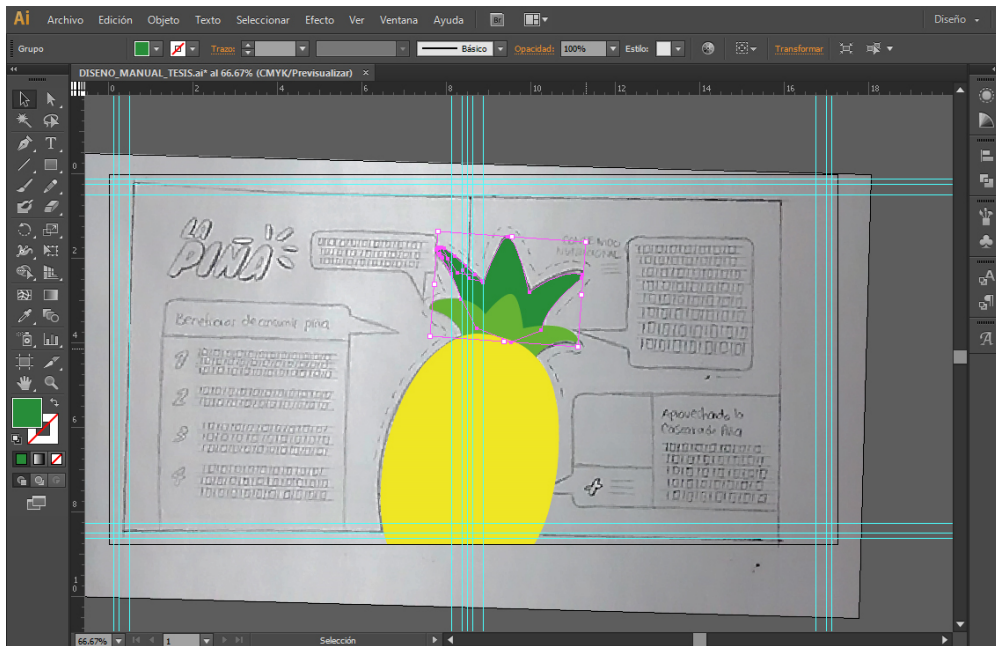
Márgenes de la hoja: 0.5 pulgadas en cada lado de la página.



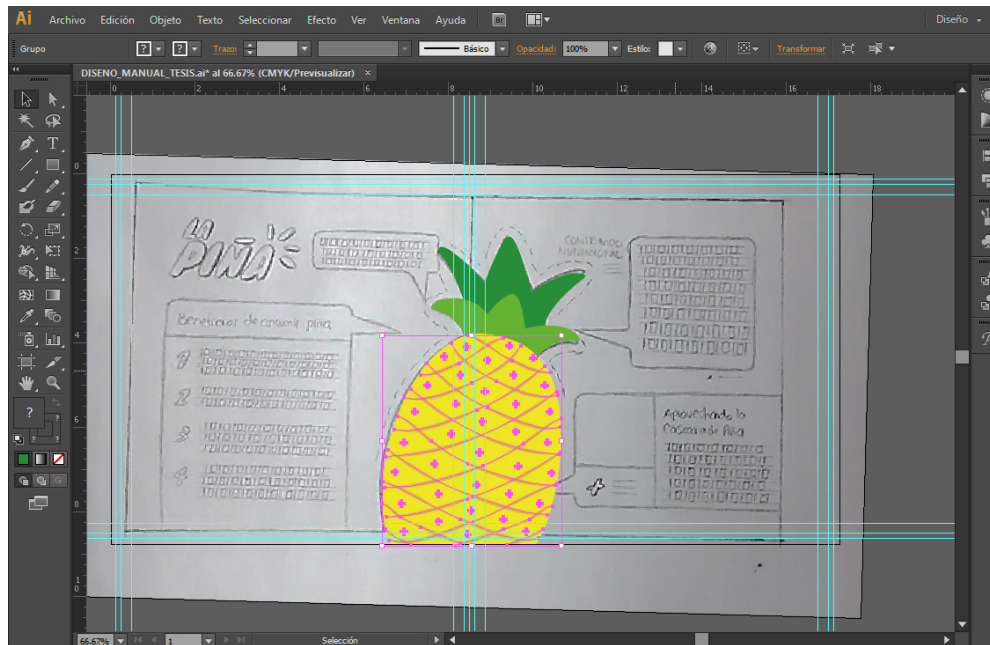
Paso 1: Se importa el boceto realizado a lápiz para utilizarlo como base en el proceso de digitalización del mismo, de modo que los trazos sean fieles al boceto.



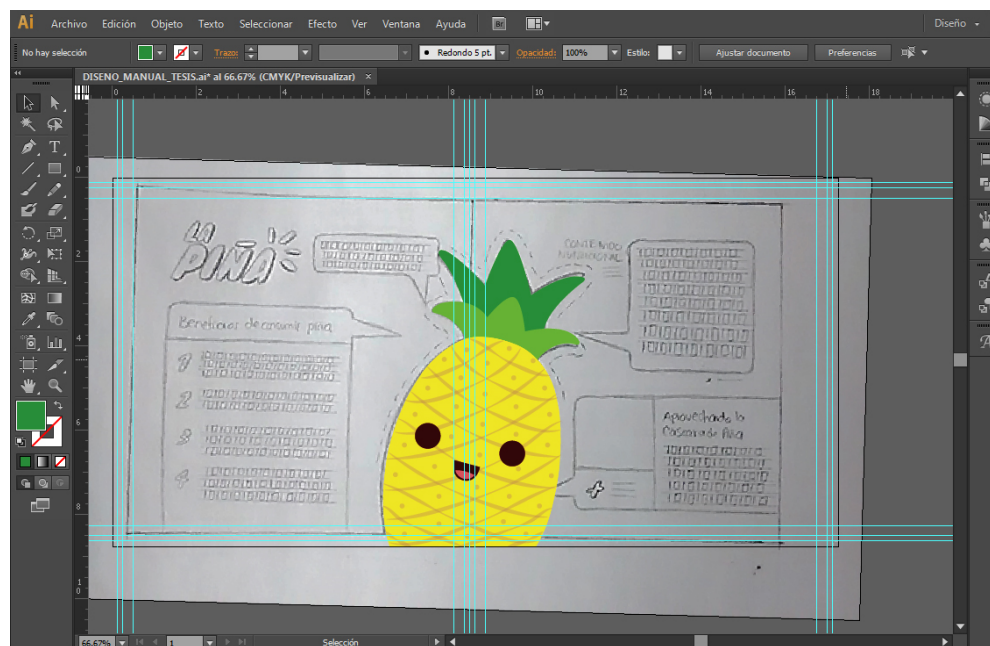
Paso 2: Se traza la forma que forma el cuerpo de la piña, en color amarillo sólido.



Paso 3: Se agregaron las hojas que conforman la corona de hojas de la piña. Se utilizaron dos tonos de verdes para distinguir a las hojas inferiores de las superiores.



Paso 4: Se agregaron las rayas y puntos que representan la textura de la piña



Paso 5: Ilustración de la piña terminada.

Se puede proseguir con los demás elementos de la infografía. El proceso para la digitalización de todos los bocetos que conforman el material editorial es el mismo.

7.3.3.1. Programas utilizados:

- **Adobe Illustrator:**

Se trabajó principalmente en este programa. Al ser un material editorial ilustrado, se pensó que sería excelente si dichas ilustraciones pudieran tener la mejor calidad en resolución, por lo que se decidió hacer vectores en este programa, puesto que si se necesita ampliar el tamaño del formato no habrá problema alguno de falta de resolución. Para realizar las ilustraciones se usó como base los bocetos previamente hechos. Como surgieron cambios en el diseño del manual posterior a la validación, se realizaron nuevos bocetos para digitalizar los nuevos diseños e ilustraciones. También se hizo uso de las líneas y guías inteligentes de Adobe Illustrator para la diagramación del contenido de las infografías.

- **Adobe Photoshop:**

Este programa fue utilizado para realizar la edición de tamaños y colores de las fotografías empleadas en el manual. También se utilizó para realizar los cortes por la mitad de las páginas, de modo que se pudieran compaginar adecuadamente para la impresión.

7.3.3.2. Componentes utilizados en el diseño:



1. Fondos sólidos y con textura, con colores brillantes. En el ejemplo, los fondos también se utilizan para destacar elementos.

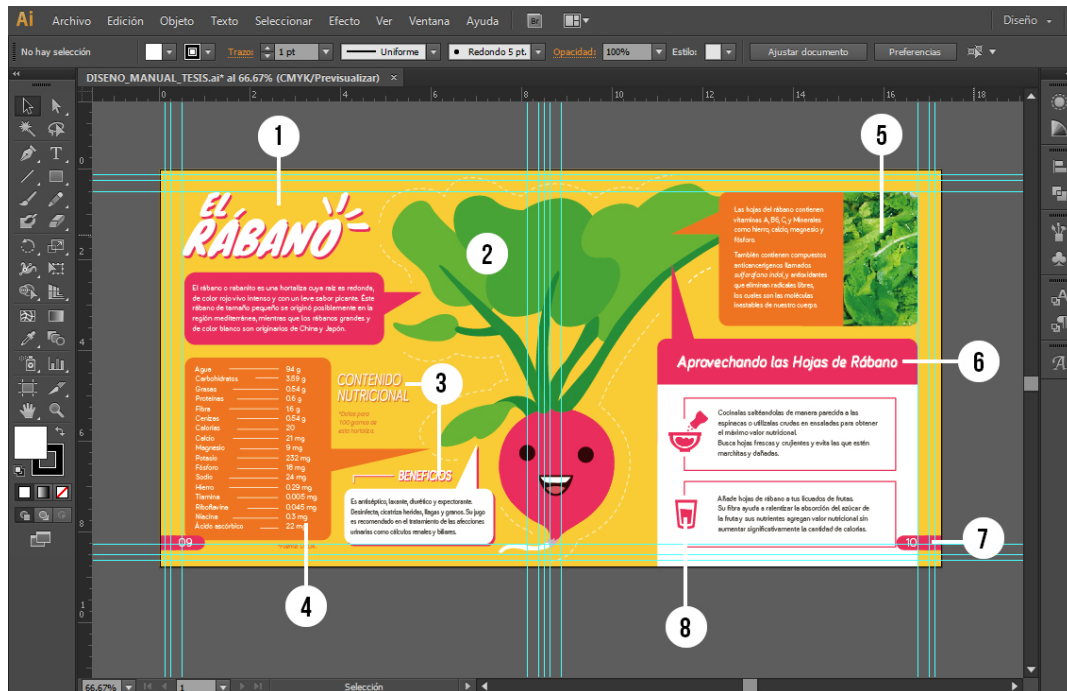
2. Logotipo de la Organización No Gubernamental BEN, quien presenta el manual.

3. Información de contacto de la organización. Se utilizaron íconos planos para destacar ciertos elementos, como símbolos de teléfono y redes sociales. Bariol Regular.

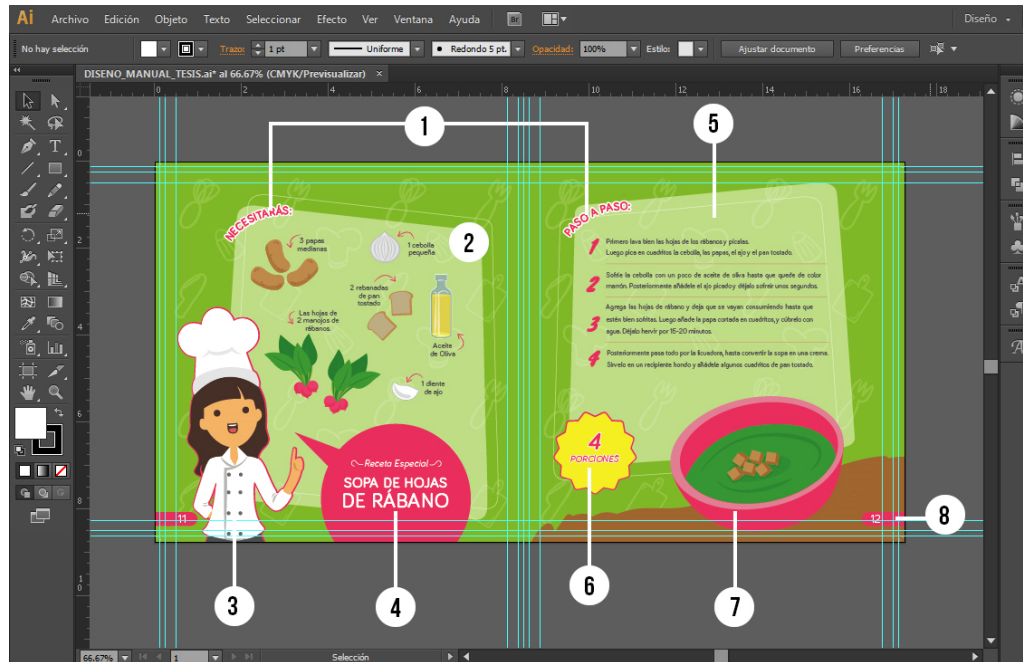
4. Ilustración del personaje para la portada. Es un personaje femenino, se encuentra vestida de chef, con un platillo sobre su mano. Presenta una imagen amigable y en un estilo infantil.

5. Título extendido del manual, aquí se indica que es un manual ilustrado y su funcionalidad. Tipografía: Bariol Regular.

6. Nombre comercial del manual: “Nutricocina”, este elemento sigue la línea de la ilustración, llamando la atención del lector. Tipografía: Knewave.



1. Título de la infografía (del alimento del que se habla). Tipografía: Knewave.
2. Ilustración del alimento del que se habla. En el ejemplo, se muestra la ilustración, centrada, de un rábano con un rostro sonriente, presentando una imagen amigable.
3. Títulos de secciones, como Contenido Nutricional. Tipografía: Bariol Cursiva.
4. Contenido de la infografía dividido por secciones con forma de bocadillo. El bocadillo es un rectángulo de esquinas redondeadas. Tipografía: Bariol Regular.
5. Fotografía que ilustra el aspecto real de las hojas del alimento en cuestión. Es un recorte rectangular pequeño, el cual forma parte de un bocadillo donde se explican sus beneficios.
6. Título de sección. Tipografía Bariol Cursiva.
7. Número de página, destacado a través de una pleca de color sólido.
8. Íconos en diseño plano que sirven para ilustrar o destacar elementos en el contenido del material editorial.



1. Títulos de las secciones: Necesitarás, que habla sobre los ingredientes a utilizar; y Paso a Paso, que habla sobre el procedimiento de la receta.
2. Ilustraciones de cada ingrediente, identificados también a través de una flecha y nombre.
3. Ilustración del personaje, el cual posee una pose con la expone la receta. Dicho personaje es femenino, se encuentra vestida de chef y presenta una imagen amigable.
4. Título de la infografía, en este caso, se encuentra dentro de un bocadillo de color sólido cuya forma es redonda. Tipografía: Bariol Regular y Bariol Cursiva.
5. Procedimiento enumerado de la receta. Se destaca cada paso a través de un número grande en tipografía Knewave, mientras que el contenido utiliza tipografía Bariol Regular.
6. Ilustración de una estampa o sello para destacar el número de porciones que rinde la receta.
7. Ilustración del platillo final, se muestra una imagen aproximada de la estética de dicho alimento.
8. Número de página, destacado a través de una pleca de color sólido.

7.3.3.3. Tipografía seleccionada:



1. Knewave: Esta tipografía fue utilizada en los títulos para algunas infografías, así como en números y signos que aparecían en la misma, ya que por la forma de dicha tipografía, transmitía una imagen fresca y juvenil, además de que pese a ser cursiva y con un estilo caligráfico, es legible.

2. Bariol Regular: Esta tipografía fue utilizada para los textos del contenido que conforman el material editorial. Es una tipografía legible, y que proyecta una imagen amigable y sencilla, siendo perfecta para un texto dirigido a la familia.

3. Bariol Cursiva: Esta de tipografía fue utilizada para la mayor parte de los títulos y subtítulos del material editorial, debido a que es la versión cursiva de la seleccionada para el contenido del manual. Su versión en cursiva le da un toque elegante, pero sin perder su imagen amigable y familiar.

7.4. Propuesta preliminar:

La siguiente es la propuesta preliminar para el manual, previo a validación técnica.

El manual cuenta con 20 páginas, más las cubiertas, haciendo un total de 22 páginas.

Se debe pegar el reverso de las cubiertas con el reverso de la primera y última página. Impreso en Papel Couché 100. El manual va engrapado al centro, para facilitar su producción a la Organización no Gubernamental.

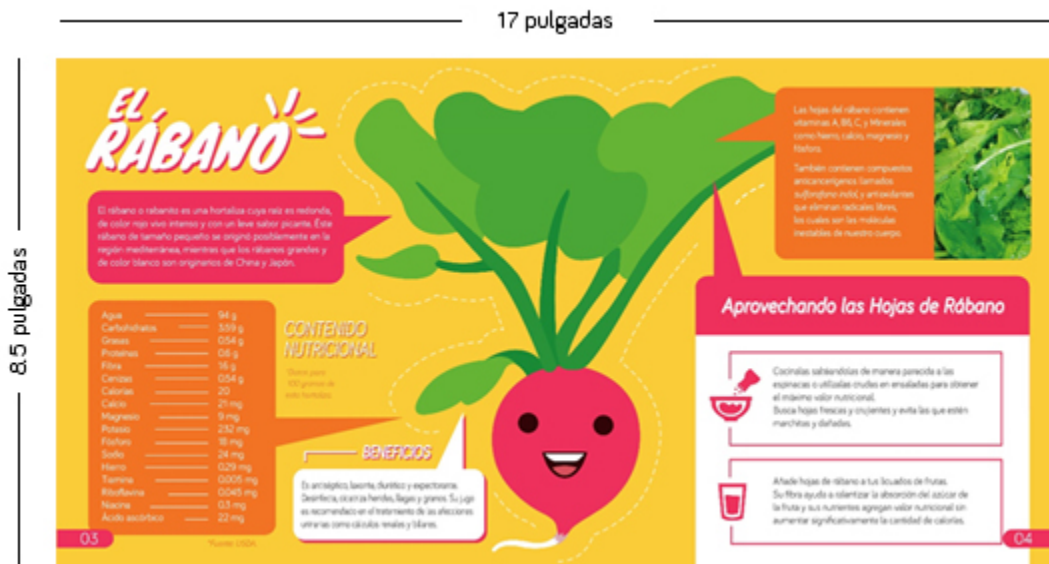
Sus medidas son: Hoja abierta, 8.5 x 17 pulgadas; Hoja cerrada, 8.5 x 8.5 pulgadas.



Cubiertas del manual: Se presenta el título del manual y el logotipo de la ONG.



Página 1: Índice y créditos de diseño y contenido. **Página 2:** Introducción del Manual.



Página 3 y 4: Infografía sobre el rábano, las hojas del rábano y sus beneficios nutricionales.

Además de la ilustración de un rábano, se colocó la fotografía de hojas de rábano para reforzar el mensaje.

8.5 pulgadas



Página 5 y 6: Infografía y receta que explica cómo realizar una sopa de hojas de rábano.

8.5 pulgadas



Página 7 y 8: Infografía sobre la piña, la cáscara de piña, y sus beneficios nutricionales. Además de la ilustración de una piña, se colocó la fotografía de la cáscara de piña para reforzar el mensaje.

8.5 pulgadas

NECESITARÁS

- 1 taza de arroz
- Carnele en rajas
- Las cáscaras de 1 piña
- 2 litros de agua
- Azúcar al gusto

PASO A PASO

- 1 Pila la piña, sepára y lava la cáscara. Asegúrate de que en la cáscara aún quede un poco de piña.
- 2 En una olla coloca el arroz, el agua, las cáscaras de piña y la carnele. Déjalo hervir durante aproximadamente media hora. El arroz debe estar bien cocido y la carnele de la piña blanda.
- 3 Déjalo enfriar el preparado y extra la cáscara de piña. Luego licúa el arroz y el caldo resultante de la cocción.
- 4 Se cuéle y se embota al gusto. Puedes añadirle hielo.

4 PORCIONES

AGUA DE CÁSCARA DE PIÑA Y ARROZ

Página 9 y 10: Infografía y receta que explica cómo realizar agua de cáscara de piña y arroz.

8.5 pulgadas

LA REMOLACHA

También conocida como remolacha de fuerza, es una hortaliza de raíz tuberosa, cuyo color varía desde tonos en rojo hasta en morado oscuro. Es nativa de las zonas montañosas de Europa, África del Norte y Asia desde Turquía hasta la India. Actualmente se consume y se produce en la mayor del mundo.

CONTENIDO NUTRICIONAL

Calorías	43
Agua	8197 g
Carbohidratos	956 g
Grasas	497 g
Proteínas	107 g
Fibra	238 g
Carotenos	108 g
Calcio	81 mg
Fósforo	325 mg
Fibra	40 mg
Sodio	78 mg
Hierro	690 mg
Triptófano	6050 mg
Biotina	6040 mg
Niacina	6034 mg
Ácido ascórbico	479 mg

BENEFICIOS

La remolacha es antipalúdica, digestiva y diurética. También combate y previene la Hepatitis, Gonorrea, Anemia, Anemia, hipertensión y patologías cardíacas.

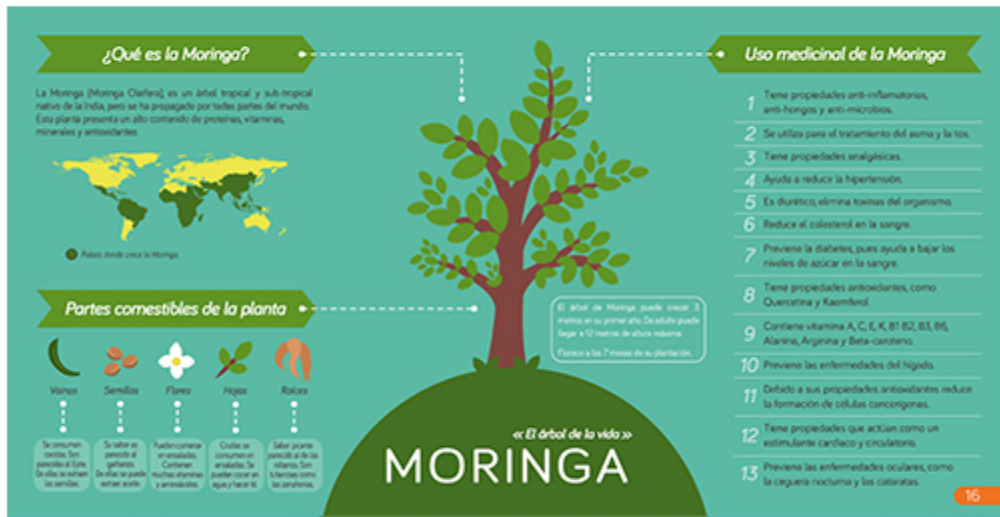
Aprovechando las Hojas de Remolacha

- 1 **FIBRA SOLUBLE E INSOLUBLE**
Las primeras, controlan los niveles de azúcar en la sangre y al mismo tiempo, ayudan a regular la función intestinal.
- 2 **FUENTE DE VITAMINAS A, B6, C Y K**
Ayuda a la salud de la piel, los huesos, los dientes, el sistema inmunológico y la vista. También ayuda a controlar los factores reguladores de la sangre.
- 3 **FUENTE DE SALES MINERALES**
Contiene Magnesio, Hierro, Sodio y calcio.

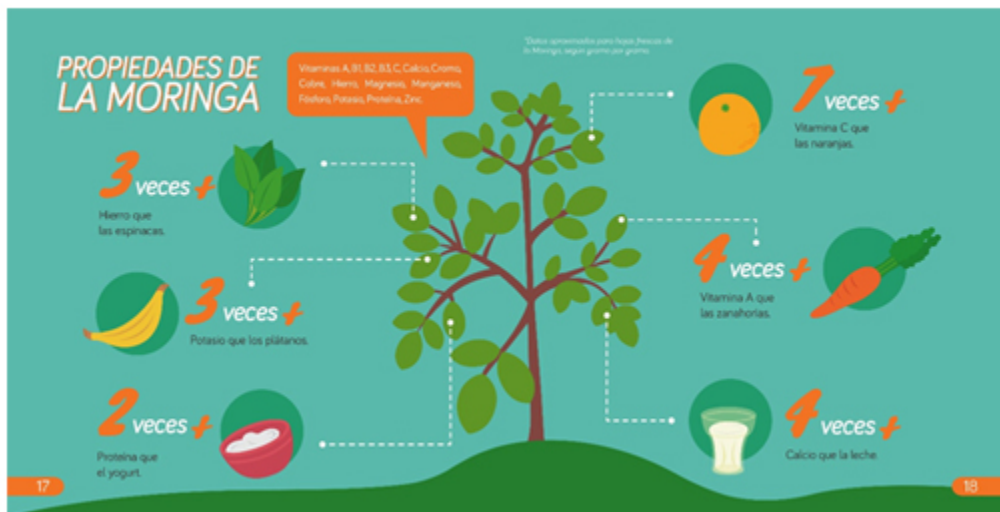
Las hojas de remolacha forman un sabor ligeramente amargo que contrasta con los ingredientes dulces como el aceite de oliva, ajo, cebolla y queso.

Para consumirlas se pueden hacer diferentes platos de platos, como cremas, ensaladas, jugos, pastas y más.

Página 11 y 12: Infografía sobre la remolacha, las hojas de remolacha y sus beneficios nutricionales. Además de la ilustración de una remolacha, se colocó la fotografía de hojas de remolacha para reforzar el mensaje.



Página 15 y 16: Infografía que presenta al árbol de Moringa, información de origen, partes comestibles y uso medicinal.



Página 17 y 18: Infografía que presenta una comparativa de las propiedades de la moringa, así como sus vitaminas y minerales.



Página 19 y 20: Infografía y receta que explica cómo realizar polvo de moringa, extraído de las hojas de esta planta.

Capítulo VIII:

Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica.

8.1. Población y muestreo:

En el proceso de validación técnica del diseño de un manual ilustrado impreso para orientar acerca del aprovechamiento de alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas, se encuestó a un total de 32 sujetos, quienes estuvieron conformados por tres grupos: 5 especialistas en el área de comunicación y diseño, 1 representante y coordinador de la organización cliente (Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición –BEN ONG–), y 26 personas miembros del grupo objetivo.

8.2. Método e instrumento:

El método utilizado en el proceso de validación fue la encuesta, por lo tanto, se elaboró un cuestionario de respuesta múltiple, el cual fue dividido en tres áreas: objetiva, semiológica y operativa. En la parte objetiva se realizaron preguntas relacionadas a los objetivos del proyecto, empleando preguntas dicotómicas, cuyas respuestas podían ser Sí o No. En la parte semiológica se evaluaron las percepciones respecto a los elementos del diseño, como los colores y la diagramación, para lo que se utilizó preguntas dicotómicas (Si o No), y preguntas con respuestas en la escala de Likert, teniendo tres variables: mucho, poco o nada. En la parte operativa, se emplearon también algunas preguntas dicotómicas, como otras en escala de Likert, con el objetivo de evaluar principalmente la funcionalidad de la propuesta. Finalmente se colocó un área de observaciones, para que el encuestado pudiera escribir sus observaciones, comentarios y sugerencias personales respecto a la propuesta del manual.



Validación de proyecto de graduación:

"DISEÑO DE UN MANUAL ILUSTRADO IMPRESO PARA ORIENTAR ACERCA DEL APROVECHAMIENTO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS DE CONSUMO DIARIO Y SU BENEFICIO PARA LAS FAMILIAS GUATEMALTECAS. ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL BUENOS HÁBITOS, EJERCICIO Y NUTRICIÓN –BEN–"

INFORMACIÓN GENERAL:

Llene según sus datos las siguientes casillas. * Es información obligatoria.

Género: *

- Masculino
 Femenino

Nombre: *

Segmento al que pertenece: *

- Grupo objetivo
 Cliente
 Experto

Profesión: _____

ANTECEDENTES:

BEN (Buenos hábitos, Ejercicio y Nutrición) es una Organización no Gubernamental que promueve y fomenta la participación social y la transformación de los individuos en agentes de cambio. A través de un equipo multidisciplinario la organización crea oportunidades por medio de programas y proyectos que propicien la equidad, la solidaridad, el respeto, la tolerancia, la consecución de la paz y el desarrollo sostenible en diversos escenarios sociales, fomentando la participación y transformación comunitaria, por medio de la creación e implementación de programas y proyectos integrales de carácter social-comunitario, enfocado en el desarrollo de las capacidades individuales y colectivas, con especial atención en el empoderamiento e inclusión social de las personas.

Para determinar la problemática, se partió del conocimiento de que en ocasiones, las familias guatemaltecas al comer alimentos de consumo diario, suelen tirar sus hojas y cáscaras, sin tener conocimiento de que algunos de éstas poseen un importante valor nutricional, pues tienen vitaminas y minerales necesarios para el correcto desarrollo de la salud de los seres humanos. Es así como en BEN surge la inquietud de realizar un manual que promueva e informe sobre la optimización de estos alimentos a través de recetas fáciles de realizar en casa, adecuadas al gusto de las familias guatemaltecas, y que permitan a dichas familias economizar en la alimentación.

Modelo de la encuesta – Primera página:

En la primera página de la encuesta se encuentra el área de información general, cuyos datos son necesarios para determinar el género, nombre, profesión y el segmento al que pertenece el encuestado (grupo objetivo, cliente o experto). También se presenta una breve descripción de los antecedentes de la organización con la que se trabaja y la propuesta de diseño realizada.

INSTRUCCIONES VALIDACIÓN:

Con base a la información anterior, observe el diseño propuesto para el manual nutricional ilustrado, y según su criterio responda las siguientes preguntas:

Parte objetiva

1. ¿Considera necesaria la elaboración de un manual que promueva e informe sobre el aprovechamiento de los alimentos de consumo diario (frutas/vegetales) para las familias guatemaltecas?
 Sí No
2. ¿Considera importante investigar sobre tendencias de diseño e ilustración que se adecuen al público al que va dirigido el material editorial?
 Sí No
3. ¿Considera importante la recopilación de información con ayuda de profesionales especializados en los campos de nutrición y alimentación, para la elección adecuada del contenido proyectado en un manual nutricional?
 Sí No
4. ¿Considera importante la elaboración de infografías, donde se explique los beneficios y valores nutricionales de los alimentos seleccionados, para facilitar la comprensión de dicha información para el público objetivo?
 Sí No

Parte semiológica

5. Según su criterio, ¿considera que el diseño del manual presenta una imagen amigable?
 Mucho Poco Nada
6. ¿Considera que los colores utilizados en el manual estimulan el apetito?
 Sí No
7. ¿Considera que los colores utilizados en el manual también representan naturaleza y la frescura de los alimentos?
 Sí No
8. Según su criterio, ¿la tipografía utilizada en el manual es legible?
 Mucho Poco Nada
9. Según su criterio, ¿las ilustraciones realizadas en el manual son visualmente atractivas y facilitan la comprensión del contenido?
 Mucho Poco Nada

Modelo de la encuesta – Segunda página:

En la segunda página se encuentra la parte objetiva y la parte semiológica que conforman el instrumento de validación.

Parte operativa

10. Según su criterio, ¿la diagramación del diseño del manual es adecuada y lógica para la comprensión del contenido?

Mucho

Poco

Nada

11. ¿Considera que el contenido e información dentro de la propuesta del manual son suficientes para la comprensión del lector?

Mucho

Poco

Nada

12. Según su criterio ¿considera que el uso de algunas fotografías refuerza a las ilustraciones realizadas?

Sí

No

13. ¿Considera que el tamaño del manual es adecuado?

Mucho

Poco

Nada

OBSERVACIONES:

☺ ¡Gracias por responder! ☺

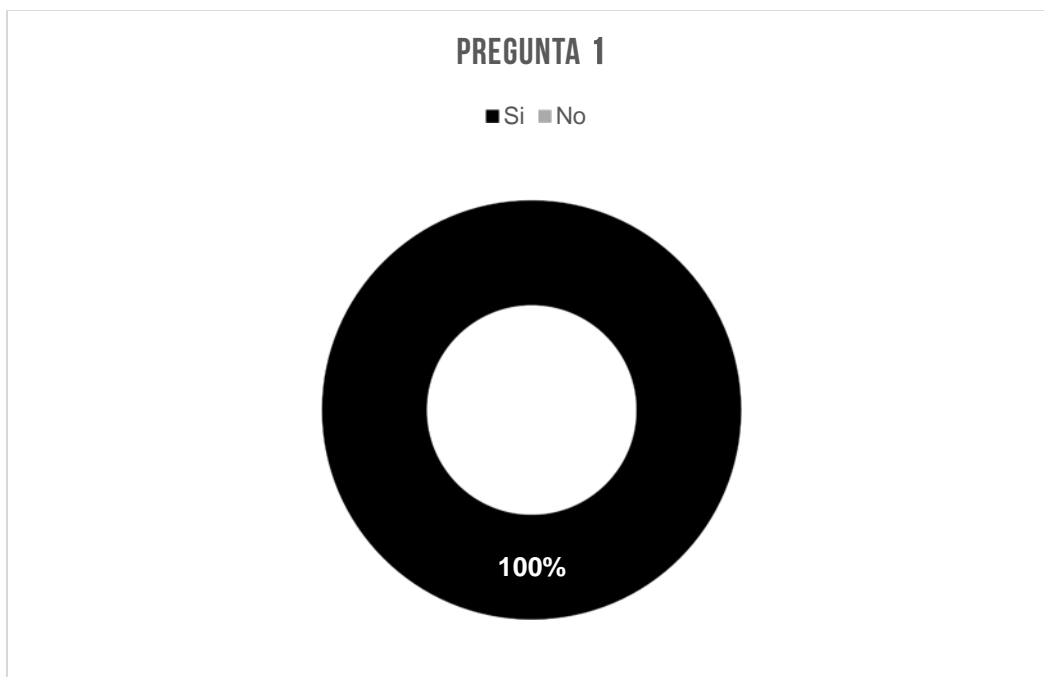
Modelo de la encuesta – Tercera página:

En la tercera página se evalúa la parte operativa de la propuesta del diseño del manual, así como una sección de observaciones y un breve agradecimiento por responder.

8.3. Resultados e interpretación de resultados:

8.3.1. Resultados validación técnica, parte objetiva:

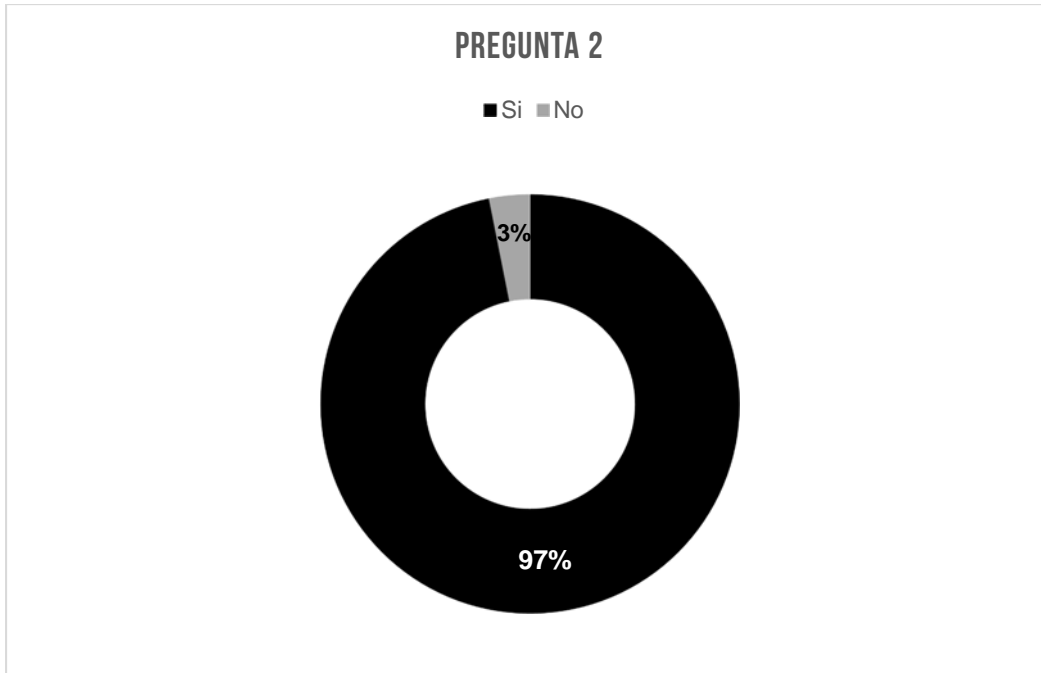
1. ¿Considera necesaria la elaboración de un manual que promueva e informe sobre el aprovechamiento de los alimentos de consumo diario (frutas/vegetales) para las familias guatemaltecas?



Interpretación:

La gráfica indica que el 100% de los encuestados opina que es necesaria la elaboración de un manual que promueva e informe sobre el aprovechamiento de los alimentos de consumo diario (frutas/vegetales) para las familias guatemaltecas, por lo que se puede concluir que el material editorial tendrá trascendencia importante para la sociedad.

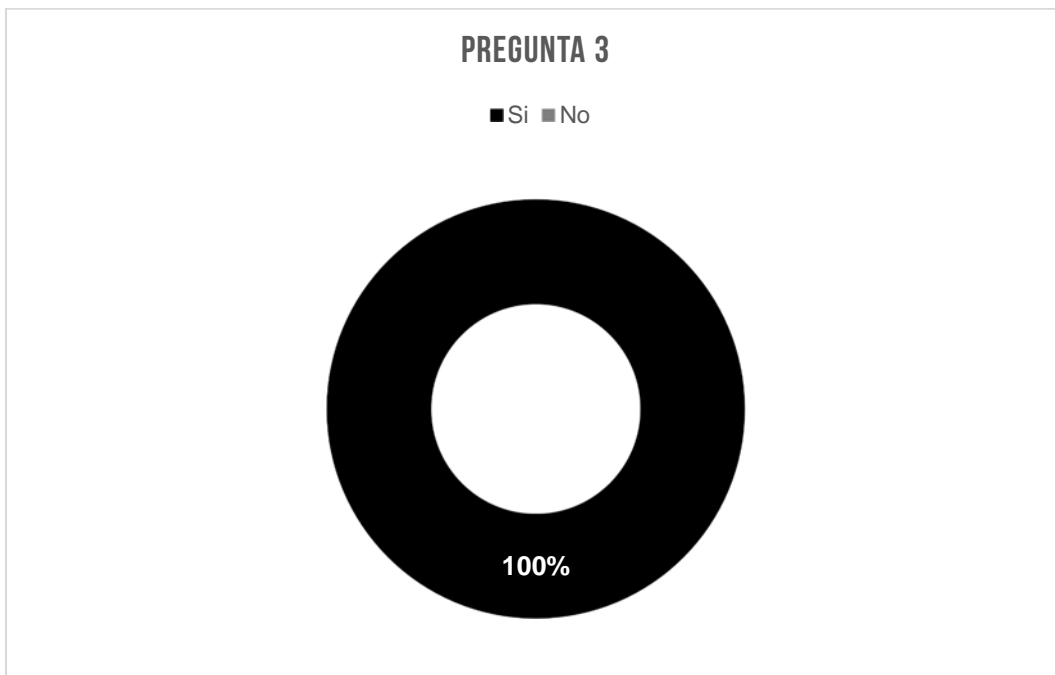
2. ¿Considera importante investigar sobre tendencias de diseño e ilustración que se adecuen al público al que va dirigido el material editorial?



Interpretación:

La gráfica indica que el 97% del grupo encuestado considera importante la investigación previa sobre tendencias de diseño e ilustración que se adecuen al público al que va dirigido el material editorial. El otro 3%, la minoría, no lo considera necesario. Esto representa que sí es importante documentarse para realizar un diseño que se adapte visualmente a las necesidades del grupo objetivo.

3. ¿Considera importante la recopilación de información con ayuda de profesionales especializados en los campos de nutrición y alimentación, para la elección adecuada del contenido proyectado en un manual nutricional?



Interpretación:

La gráfica indica que el 100% del grupo encuestado opina que la recopilación de información del contenido proyectado en el manual nutricional debe realizarse con ayuda de profesionales especializados en los campos de nutrición y alimentación, de modo que la información presentada sea verídica.

4. ¿Considera importante la elaboración de infografías, donde se explique los beneficios y valores nutricionales de los alimentos seleccionados, para facilitar la comprensión de dicha información para el público objetivo?

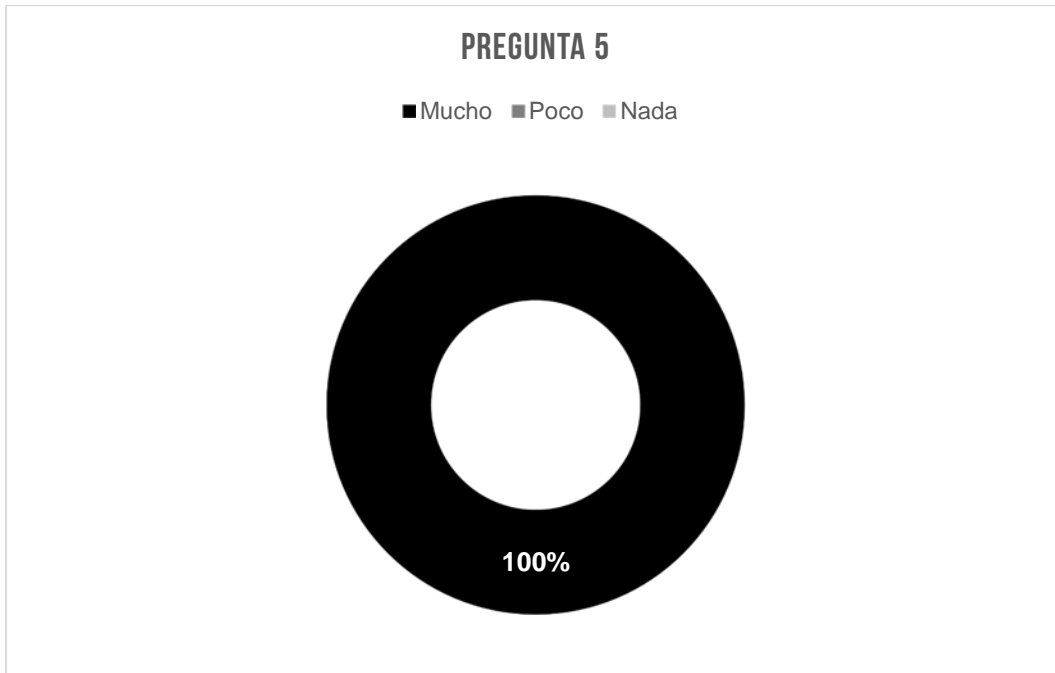


Interpretación:

La gráfica indica que el 100% del grupo encuestado considera importante elaborar infografías que expliquen los beneficios y valores nutricionales de los alimentos seleccionados, facilitando así la comprensión de dicha información al público objetivo.

8.3.2. Resultados validación técnica, parte semiológica:

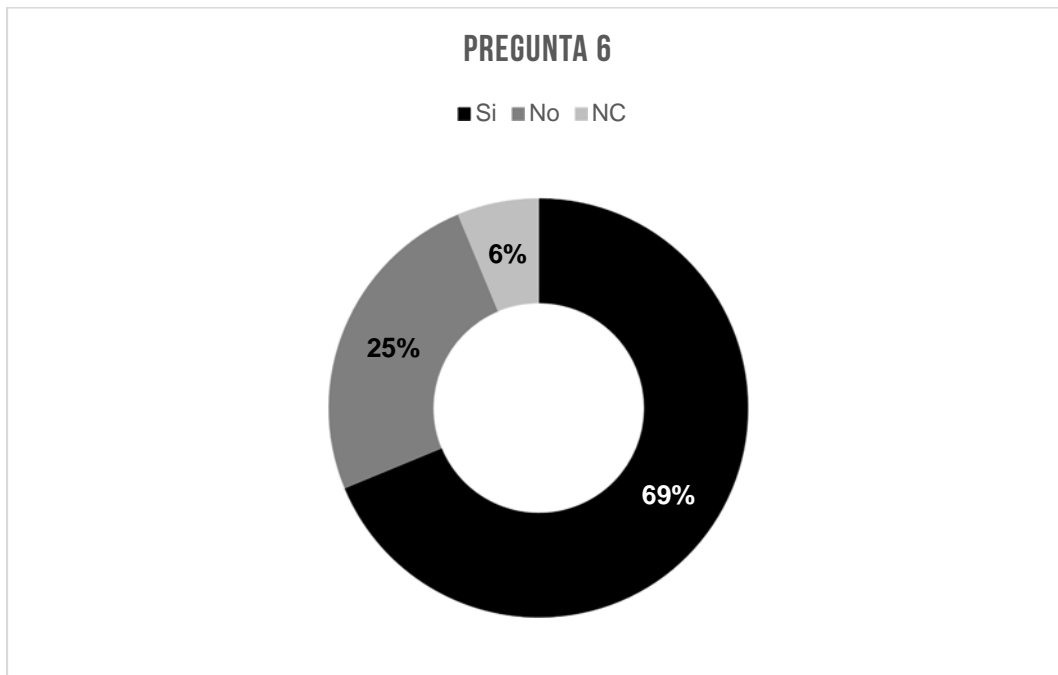
5. Según su criterio, ¿considera que el diseño del manual presenta una imagen amigable?



Interpretación:

La gráfica indica que el 100% del grupo encuestado, tras observar la versión preliminar del manual, consideró que el diseño del mismo presenta una imagen amigable. Esto quiere decir que se sienten cómodos al ver el diseño, y no lo perciben como algo complicado, pese a tratarse de un tema complejo como es la nutrición.

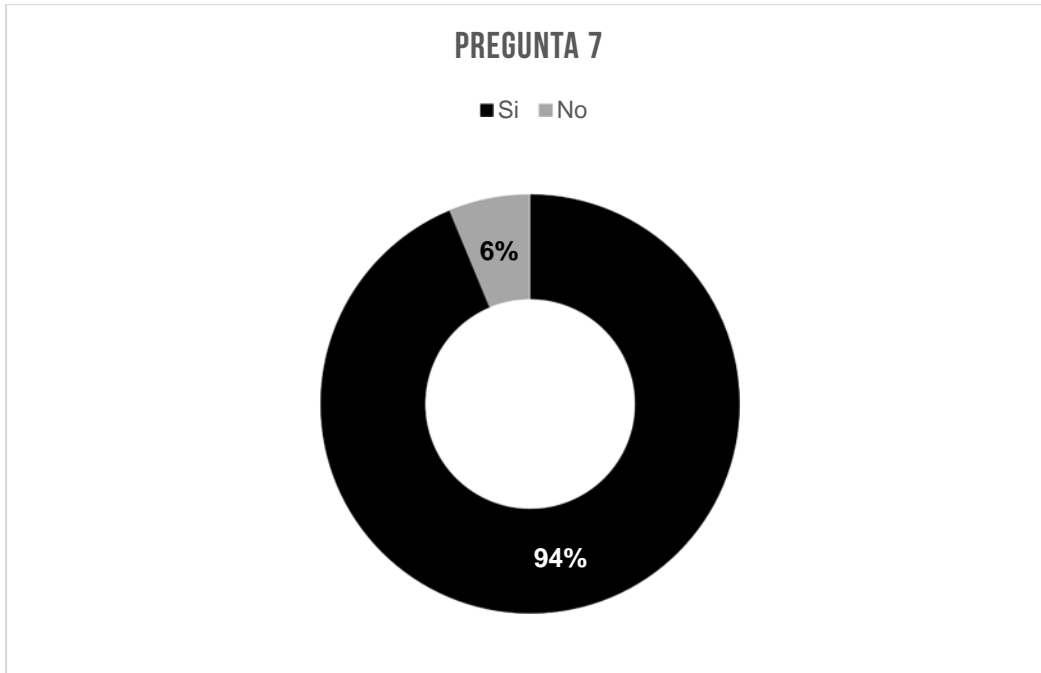
6. ¿Considera que los colores utilizados en el manual estimulan el apetito?



Interpretación:

La gráfica indica que el 69% del grupo encuestado, tras observar la versión preliminar del manual, consideró que los colores utilizados en el diseño estimulan el apetito. Sin embargo, el 25% consideró que dichos colores no lo hacen. El otro 6% prefirió no contestar a dicha interrogante. Esto quiere decir que pese a que la mayoría opina que los colores utilizados sí cumplen con la función de estimular el apetito, sería aceptable reforzar al diseño utilizando más colores cálidos en el manual.

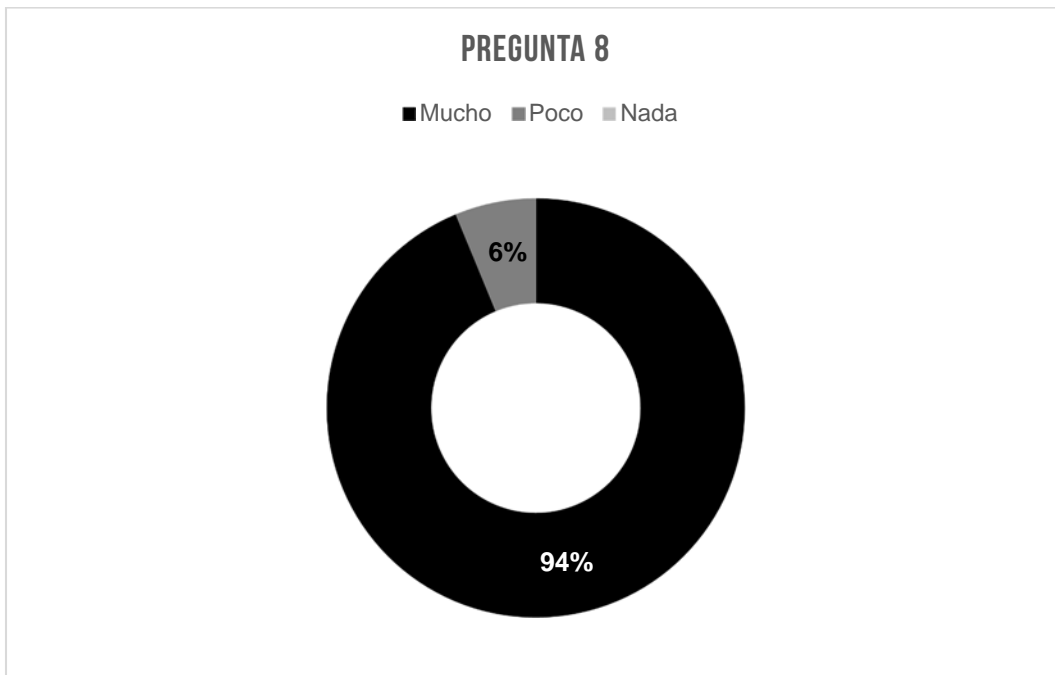
7. ¿Considera que los colores utilizados en el manual también representan a la naturaleza y a la frescura de los alimentos?



Interpretación:

La gráfica indica que el 94% del grupo encuestado, tras observar la versión preliminar del manual, consideró que los colores utilizados en el diseño también hacen referencia a la naturaleza y a la frescura de los alimentos. El otro 6%, la minoría, no lo cree así.

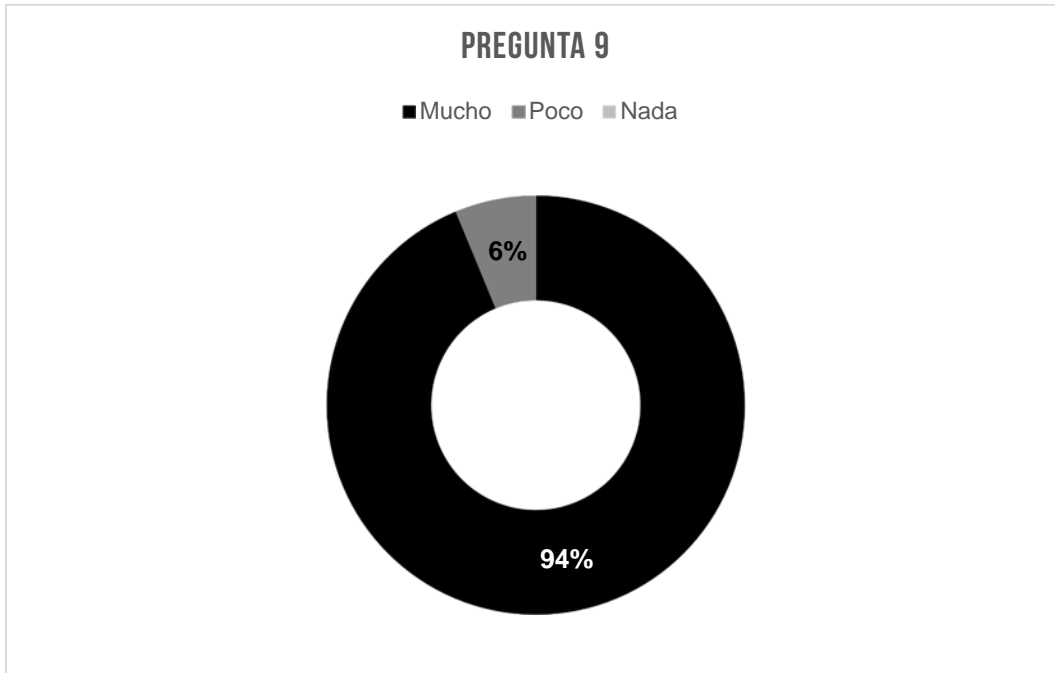
8. Según su criterio, ¿la tipografía utilizada en el manual es legible?



Interpretación:

La gráfica indica que el 94% del grupo encuestado, tras observar la versión preliminar del manual, opina que la tipografía utilizada en el diseño del material editorial es legible. El otro 6% las considera poco legibles. Esto quiere decir, que el tipo de letra usado, tanto en estilo como en tamaño, es adecuado y cómodo para el lector.

9. Según su criterio, ¿las ilustraciones realizadas en el manual son visualmente atractivas y facilitan la comprensión del contenido?

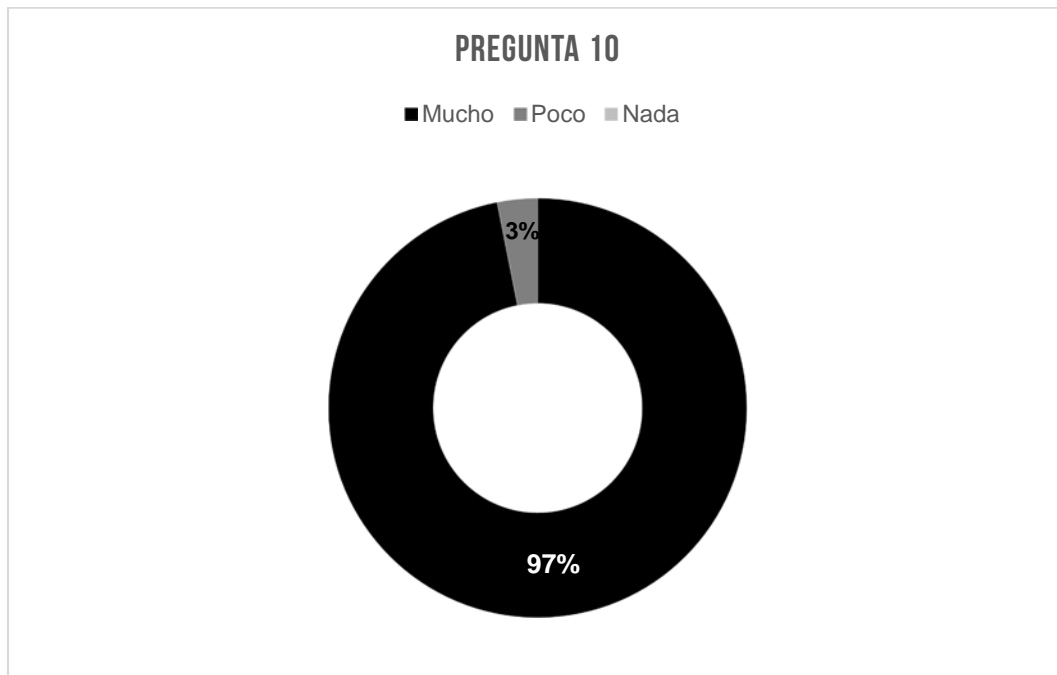


Interpretación:

La gráfica indica que el 94% del grupo encuestado, tras observar la versión preliminar del manual, considera que las ilustraciones realizadas en el mismo son visualmente atractivas y facilitan la comprensión del contenido. El otro 6% las cree poco atractivas. Esto quiere decir que la estética *kawaii* utilizada en el diseño de dichas ilustraciones es adecuada para el público objetivo.

8.3.3. Resultados validación técnica, parte operativa:

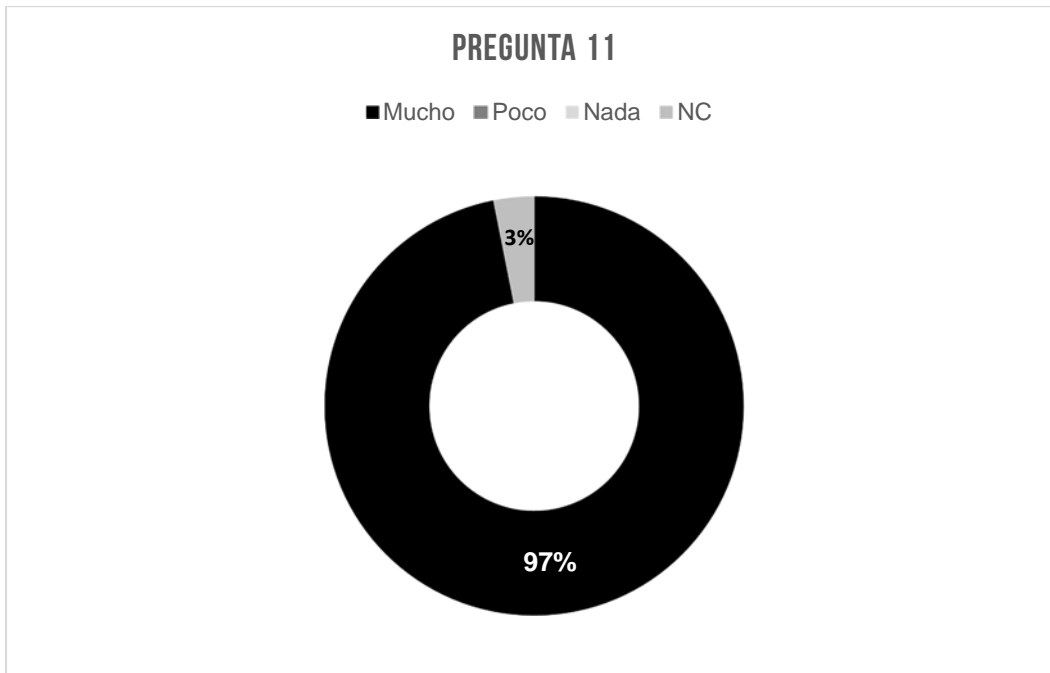
10. Según su criterio, ¿la diagramación del diseño del manual es adecuada y lógica para la compresión del contenido?



Interpretación:

La gráfica indica que el 97% del grupo encuestado, tras observar la versión preliminar del manual, considera que la diagramación utilizada en el diseño del material editorial es adecuada y lógica para la compresión del contenido. El otro 3% la cree poco adecuada. Esto representa que los elementos del diseño están correctamente distribuidos.

11. ¿Considera que el contenido e información dentro de la propuesta del manual son suficientes para la comprensión del lector?



Interpretación:

La gráfica indica que el 97% del grupo encuestado, tras observar la versión preliminar del manual, considera que el contenido e información presente en el mismo es suficiente para la comprensión del lector. El otro 3% prefirió no contestar a la interrogante. Esto representa que la información brindada en el material abarca adecuadamente los puntos presentados y no deja dudas al lector.

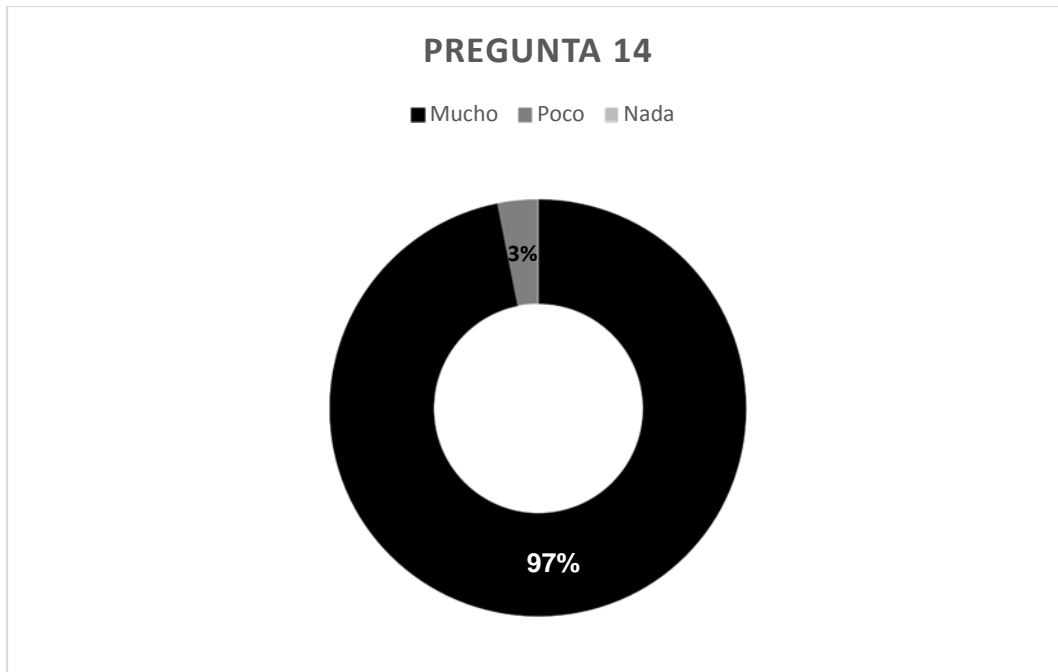
12. Según su criterio ¿considera que el uso de algunas fotografías refuerza a las ilustraciones realizadas?



Interpretación:

La gráfica indica que el 100% del grupo encuestado, tras observar la versión preliminar del manual, opina que la aplicación de algunas fotografías refuerza a las ilustraciones realizadas en el material editorial, y con ello, al contenido del mismo.

13. ¿Considera que el tamaño del manual es adecuado?



Interpretación:

La gráfica indica que el 97% del grupo encuestado, tras observar la versión preliminar del manual, opina que el tamaño del material editorial es adecuado. El otro 3% lo considera poco adecuado. Esto representa que el tamaño del manual es correcto y cómodo para ser manejado por el público objetivo.

8.3.4. Observaciones y sugerencias:

El grupo encuestado también realizó una serie de observaciones y sugerencias propias respecto al diseño y contenido del manual. Es por ello que se recopilan en el siguiente listado:

- Incluir antecedentes, misión y visión de la ONG.
- Incluir contactos con la ONG.
- Incluir presentación formal del manual, para qué sirve.
- Incluir glosario para algunas palabras y abreviaturas.
- Cambiar el concepto "anti cáncer" por "anticancerígena".
- Cambiar el concepto "anti microbio" por "antimicrobiano".
- Cambiar el concepto "anti hongos" por "antimicótico" y poner entre paréntesis "(hongos)".
- Incluir dónde se puede adquirir / comprar la Moringa.
- Incluir licencia de uso del manual.
- Cambiar el fondo color turquesa de la primera infografía de la Moringa por color amarillo.
- Ampliar la ilustración de la portada, aplicarle color naranja. Imagen más alegre.

8.4. Cambios en base a los resultados:

8.4.1. Primer cambio.

8.4.1.1. Antes. Cubiertas (portada y contraportada):



El color turquesa era un poco oscuro.

No llamaba la atención y no se aprovechaba el espacio de atrás.

8.4.1.2. Después. Cubiertas (portada y contraportada):

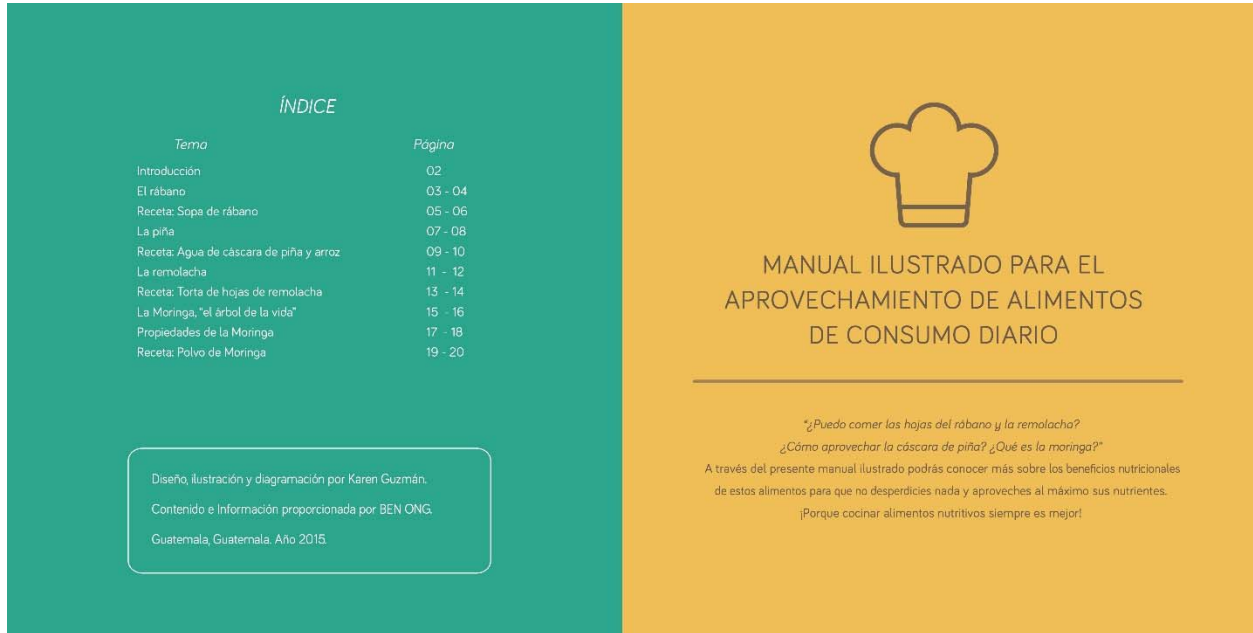


Rediseño total de las cubiertas.

Por detrás se colocó información de contacto de la ONG.

8.4.2. Segundo cambio.

8.4.2.1. Antes. Créditos y portada interior:



Los créditos compartían espacio con el índice.

No existía una portada interior.

8.4.2.2. Después. Créditos y portada interior:



Se utiliza el mismo diseño que en la cubierta pero en escala de grises, a modo de portada interior.

Los créditos tienen su propia página, y se añade una licencia de uso.

8.4.3. Tercer cambio.

8.4.3.1. Antes. Índice y presentación del manual:



El índice compartía espacio con los créditos.

La introducción no aportaba contenido. Colores oscuros.

8.4.3.2. Después. Índice y presentación del manual:



Mismos colores pero en tonos más claros y brillantes.

El índice ocupa una página propia.

Se cambió la introducción por una presentación más formal en contenido.

8.4.4. Cuarto cambio.

8.4.4.1. Antes. Página de consejos para utilizar el manual:

El manual carecía de una página sobre consejo de procedimiento en la cocina.

8.4.4.2. Después. Página de consejos para utilizar el manual:



Se diseñó y escribió una página que expusiera consejos para los padres respecto a la supervisión de sus hijos a la hora de cocinar y utilizar el manual.

8.4.5. Quinto cambio.

8.4.5.1. Antes. Información sobre la organización no gubernamental BEN:

El manual carecía de una página que presentara los antecedentes, misión y visión de la organización no gubernamental BEN (Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición).

8.4.5.2. Después. Información sobre la Organización no Gubernamental BEN:



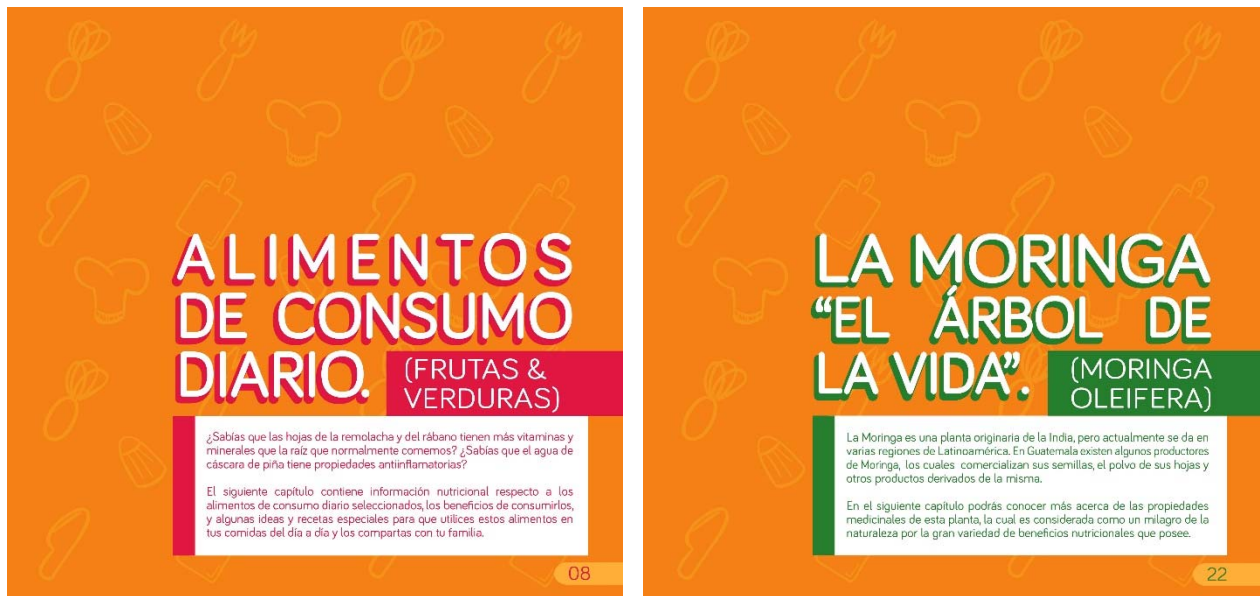
Se diseñó una página donde se presenta de forma clara y concisa la identidad de la organización no gubernamental BEN (Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición).

8.4.6. Sexto cambio.

8.4.6.1. Antes. Páginas de presentación para dividir el contenido:

El manual carecía de páginas que separaran el contenido por secciones.

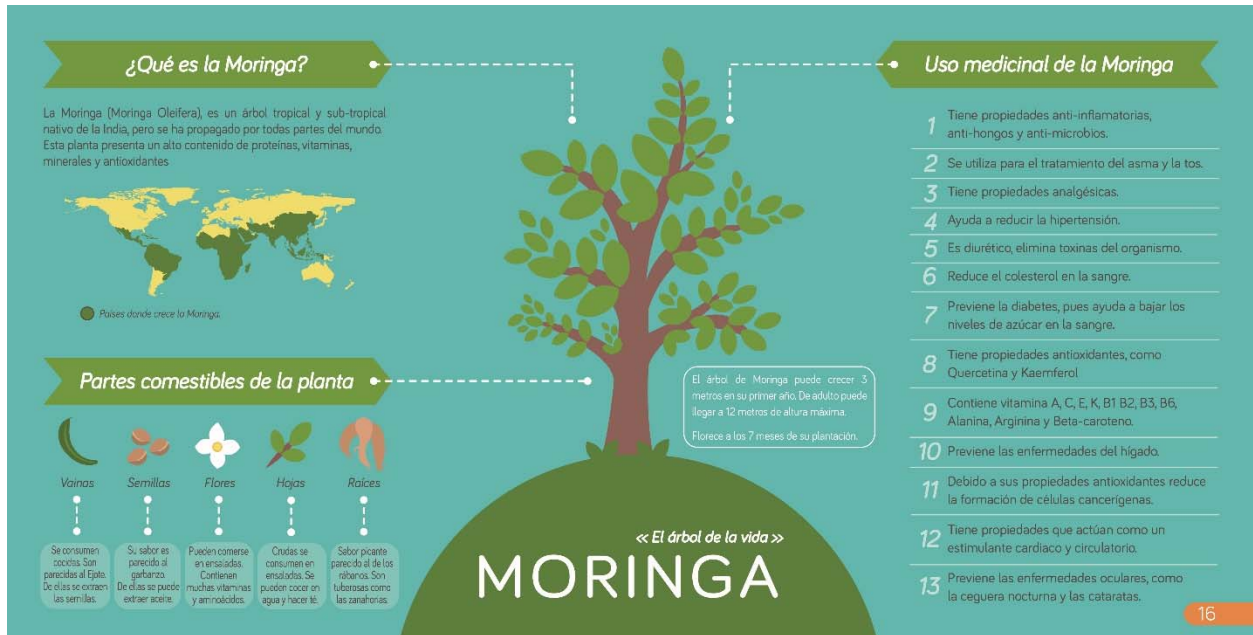
8.4.6.2. Después. Páginas de presentación para dividir el contenido:



Se diseñaron dos portadas que servirían como introducción al contenido posterior en el manual, separando también los alimentos de consumo diario de la Moringa.

8.4.7. Séptimo cambio.

8.4.7.1. Antes. Infografía sobre la Moringa:



El color turquesa era un poco oscuro y no permitía apreciar la ilustración ni facilitaba la lectura.

8.4.7.2. Después. Infografía sobre la Moringa:

¿Qué es la Moringa?

La Moringa (*Moringa Oleifera*), es un árbol tropical y sub-tropical nativo de la India, pero se ha propagado por todas partes del mundo. Esta planta presenta un alto contenido de proteínas, vitaminas, minerales y antioxidantes.

El árbol de Moringa puede crecer 3 metros en su primer año. De adulto puede llegar a 12 metros de altura máxima. Florece a los 7 meses de su plantación.

Países donde crece la Moringa.

Partes comestibles de la planta

- Vainas:** Se consumen cocidas. Son parecidas al garbanzo. De ellas se extraen las semillas.
- Semillas:** Su sabor es parecido al garbanzo. De ellas se puede extraer aceite.
- Flores:** Pueden comerse en ensaladas. Contienen muchas vitaminas y aminoácidos.
- Hojas:** Crudas se consumen en ensaladas. Se pueden cocer en agua y hacer té.
- Raíces:** Sabor picante parecido al de los rabanitos. Son tuberosas como las zanahorias.

Uso medicinal de la Moringa

- 1 Tiene propiedades antiinflamatorias, antimicrobicas (hongos) y antimicrobianas.
- 2 Se utiliza para el tratamiento del asma y la tos.
- 3 Tiene propiedades analgésicas.
- 4 Ayuda a reducir la hipertensión.
- 5 Es diurético, elimina toxinas del organismo.
- 6 Reduce el colesterol en la sangre.
- 7 Previene la diabetes, pues ayuda a bajar los niveles de azúcar en la sangre.
- 8 Tiene propiedades antioxidantes, como Quercetina y Kaempferol.
- 9 Contiene vitamina A, C, E, K, B1 B2, B3, B6, Alanina, Arginina y Beta-caroteno.
- 10 Previene las enfermedades del hígado.
- 11 Debido a sus propiedades antioxidantes reduce la formación de células cancerígenas.
- 12 Tiene propiedades que actúan como un estimulante cardiaco y circulatorio.
- 13 Previene las enfermedades oculares, como la ceguera nocturna y las cataratas.

Puedes encontrar más información sobre la Moringa en Guatemala, productos y derivados, visitando el sitio web: www.moringayderivados.com

« El árbol de la vida »
MORINGA

24

Se cambió el fondo por un color amarillo, el cual permite que la lectura sea más cómoda y armoniosa.

También se añadió información sobre donde adquirir la Moringa en Guatemala.

8.4.8. Octavo cambio.

8.4.8.1. Antes. Glosario.

El manual carecía de un glosario.

8.4.8.2. Después. Glosario.



Se diseñó una página para un glosario que expusiera las palabras y siglas que son menos conocidas, o que generaron duda en la validación.

Capítulo IX:

Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.

Posteriormente al proceso de validación técnica, y a los cambios en el diseño en base a los resultados, observaciones y sugerencias de los encuestados, se presenta la propuesta gráfica final.

Este manual cuenta con 30 páginas, más las cubiertas, haciendo un total de 32 páginas. Sus medidas son: hoja abierta, 8.5 x 17 pulgadas; hoja cerrada, 8.5 x 8.5 pulgadas.

Dicho manual será impreso sobre Papel Couche calibre 100, en tamaño tabloide de 8.5 x 17 pulgadas. Las hojas van dobladas a la mitad y engrapadas al centro, de modo que al cerrar, quede como una revista sencilla, con proporción cuadrada de 8.5 x 8.5 pulgadas.

9.1. Cubiertas del manual:



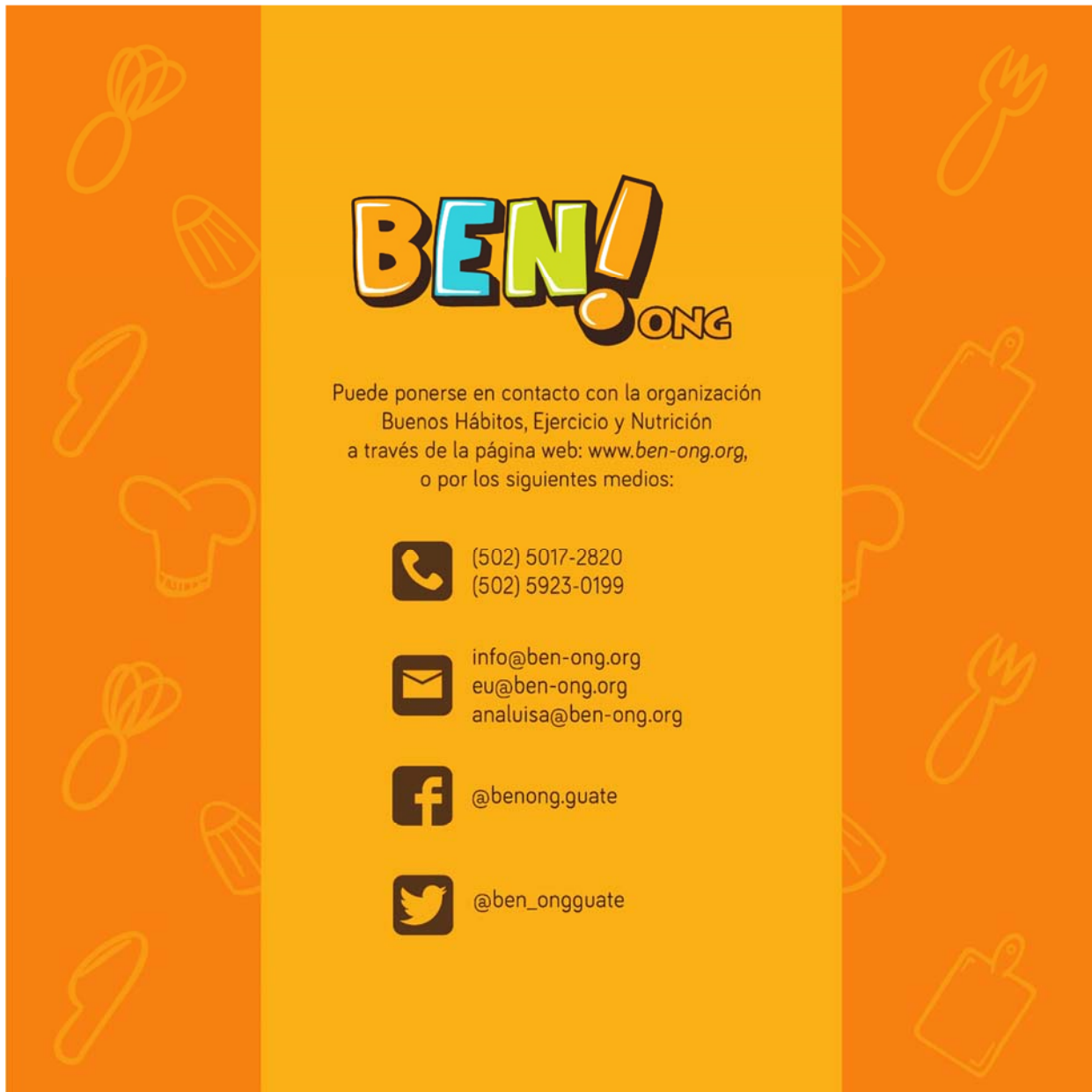
Por delante se presenta el título del manual y un personaje femenino con atuendo de chef.

Por detrás se muestra información de contacto sobre la ONG.

9.1.1. Portada del manual:



9.1.2. Contraportada del manual:



9.2. Página 1 y 2 del manual:



Se presentan los créditos de la producción editorial, y se muestra la portada interior, que es la misma que la de la cubierta, pero en escala de grises, a modo de presentación.

9.2.1. Página 1 del manual:

Diseño, ilustración y diagramación por Karen Guzmán.

Contenido e información proporcionada por BEN ONG.

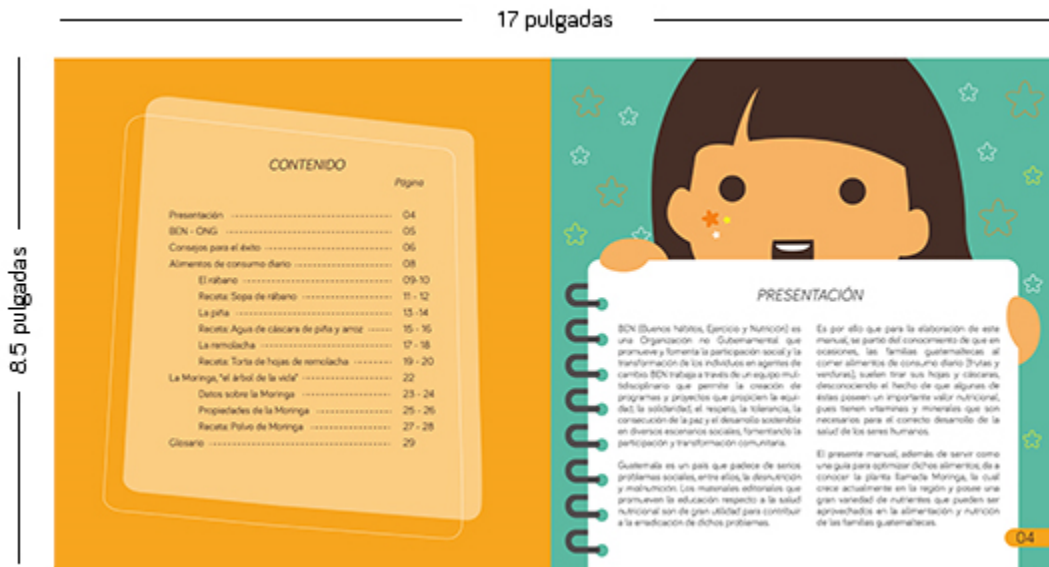
Guatemala, Guatemala. Año 2014.

Se permite la reproducción de este documento, total o parcial, siempre que no se alteren los contenidos ni créditos de autoría, diseño y edición.

9.2.2. Página 2 del manual:



9.3. Página 3 y 4 del manual:

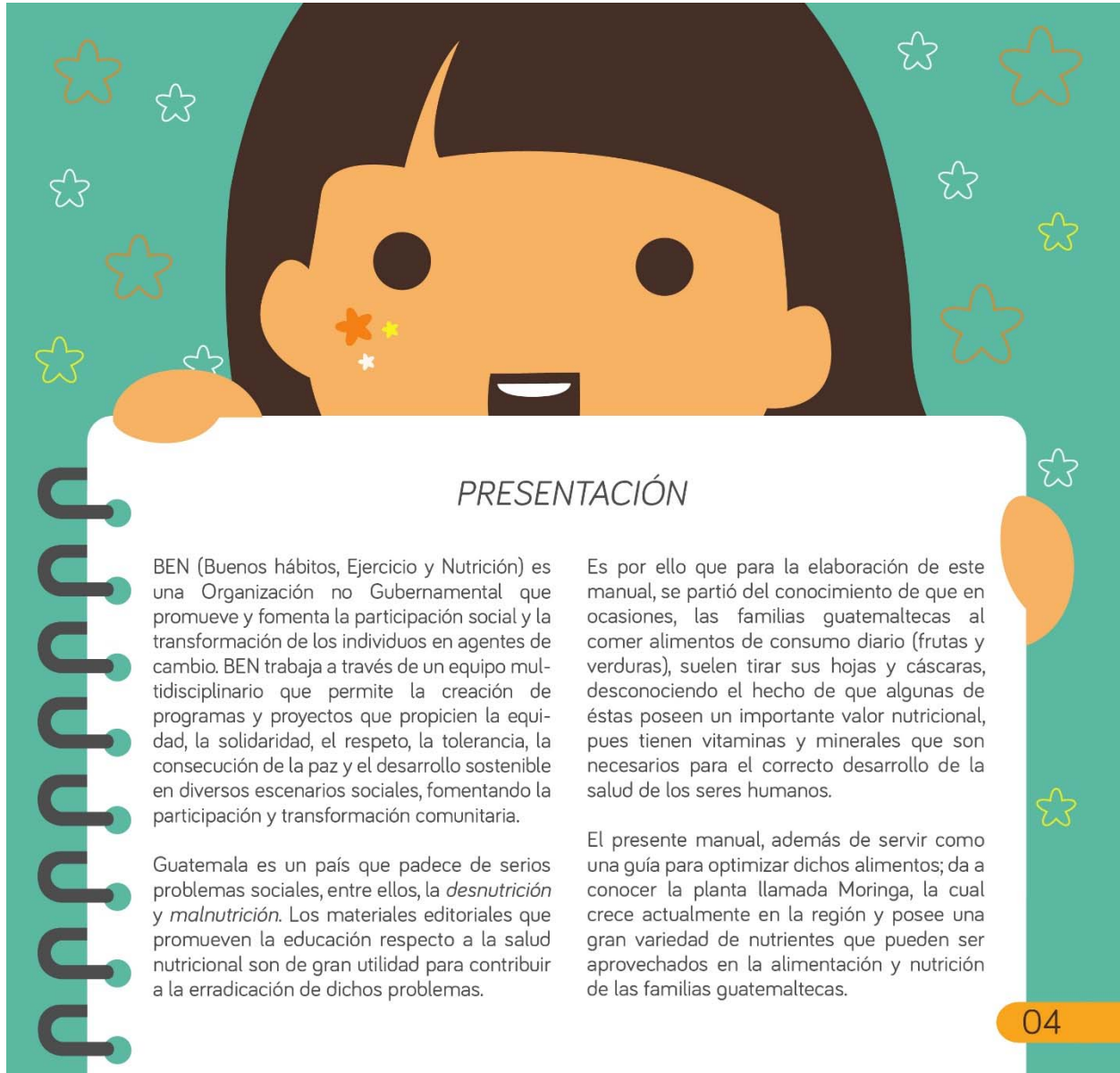


Se muestra el índice y una presentación del contenido del manual, su propósito y la organización que lo presenta.

9.3.1. Página 3 del manual:

<i>CONTENIDO</i>		<i>Página</i>
Presentación		04
BEN - ONG		05
Consejos para el éxito		06
Alimentos de consumo diario		08
El rábano		09-10
Receta: Sopa de rábano		11 - 12
La piña		13 -14
Receta: Agua de cáscara de piña y arroz		15 - 16
La remolacha		17 - 18
Receta: Torta de hojas de remolacha		19 - 20
La Moringa, “el árbol de la vida”		22
Datos sobre la Moringa		23 - 24
Propiedades de la Moringa		25 - 26
Receta: Polvo de Moringa		27 - 28
Glosario		29

9.3.2. Página 4 del manual:



9.4. Página 5 y 6 del manual:



Se presenta una serie de consejos para que los padres supervisen a sus hijos al cocinar o utilizar el manual. También se muestran los antecedentes, visión y misión de la ONG.

9.4.1. Página 5 del manual:



CONSEJOS PARA EL ÉXITO

El presente manual es para todos los miembros de la familia, es por ello que es importante que los niños trabajen bajo la supervisión de un adulto, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- ⇒ Tener todos los ingredientes y utensilios que se van a utilizar.
- ⇒ Lavarse las manos antes de empezar.
- ⇒ Tener cuidado con los instrumentos de cocina. Colocar los mangos de las ollas o sartenes de manera que no choquen contra ellos.
- ⇒ Seguir los pasos con cuidado, en el orden en el que se indica.
- ⇒ Tener cuidado cuando los alimentos hiervan, o cuando el aceite esté caliente.
- ⇒ No tocar o acercarse a la estufa cuando esté caliente.
- ⇒ Tener paciencia mientras se cocina, a veces puede tardar mucho tiempo, es importante aprender a ser paciente.
- ⇒ Revisar que las hornillas de la estufa estén apagadas, al finalizar.
- ⇒ Limpiar todo cuando hayan terminado de cocinar.

05

9.4.2. Página 6 del manual:

BUENOS HÁBITOS, EJERCICIO Y NUTRICIÓN

BEN! ONG

La organización se formó en el año 2010 para ayudar a la sociedad guatemalteca a la formación de buenos hábitos tanto higiénicos como morales y éticos, así como para promover la práctica de ejercicio y sobre todo inculcar la utilización correcta de los alimentos y practicar una buena nutrición. Se trabaja por medio de capacitaciones educativas integrales que ayudan en el desarrollo humano del país.

VISIÓN

Ser la Organización No Gubernamental pionera en la creación e implementación de programas y proyectos integrales de carácter social-comunitario, enfocado en el desarrollo de las capacidades individuales y colectivas, con especial atención en el empoderamiento e inclusión social de las personas.



MISIÓN

Crear oportunidades a través de programas y proyectos que propicien la equidad, la solidaridad, el respeto, la tolerancia, la consecución de la paz y el desarrollo sostenible en diversos escenarios sociales, fomentando la participación y transformación comunitaria.

06

9.5. Página 7 y 8 del manual:

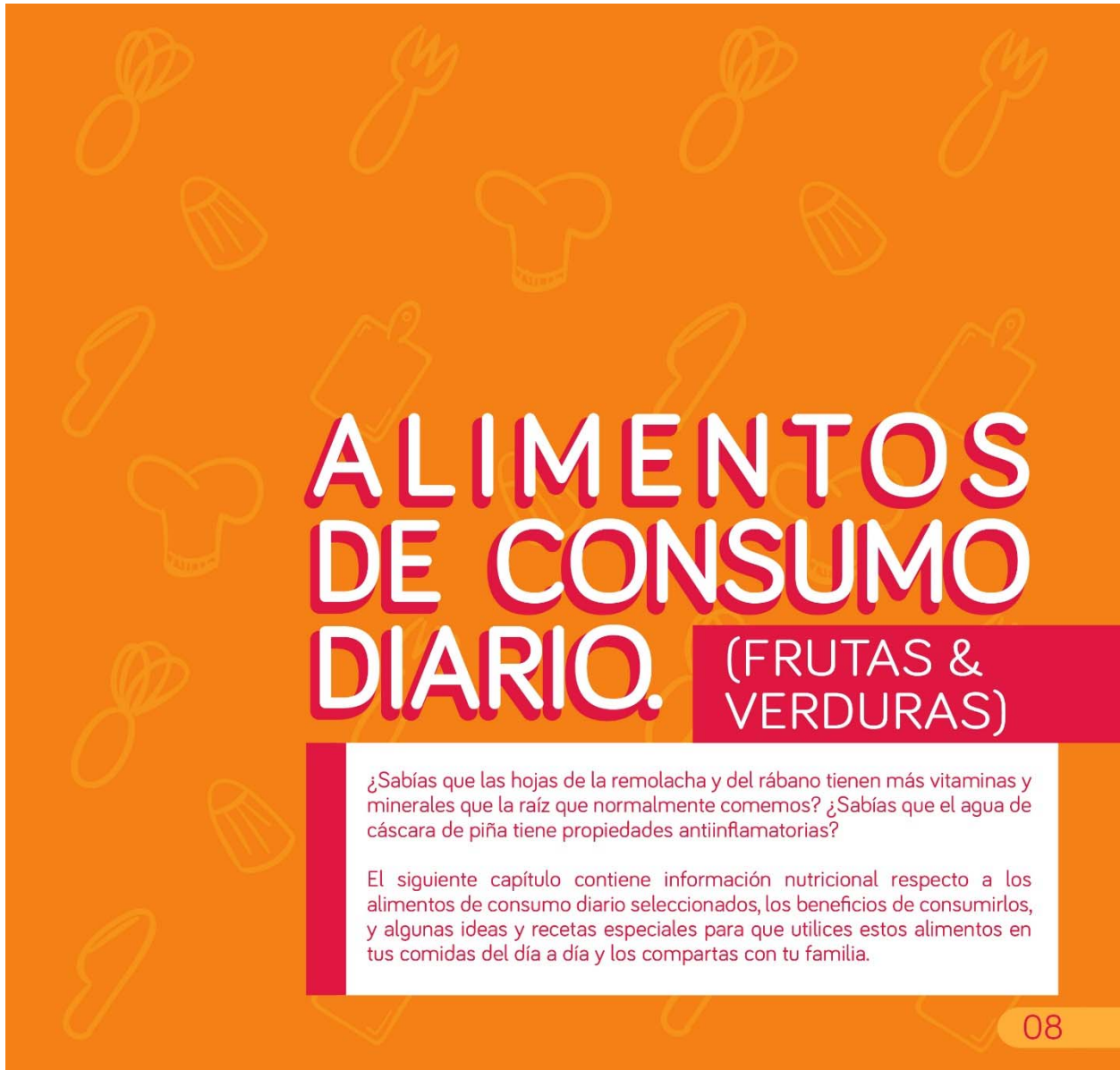


Portada e introducción de la sección del manual que habla sobre los alimentos de consumo diario (frutas y verduras) seleccionados.

9.5.1. Página 7 del manual:



9.5.2. Página 8 del manual:



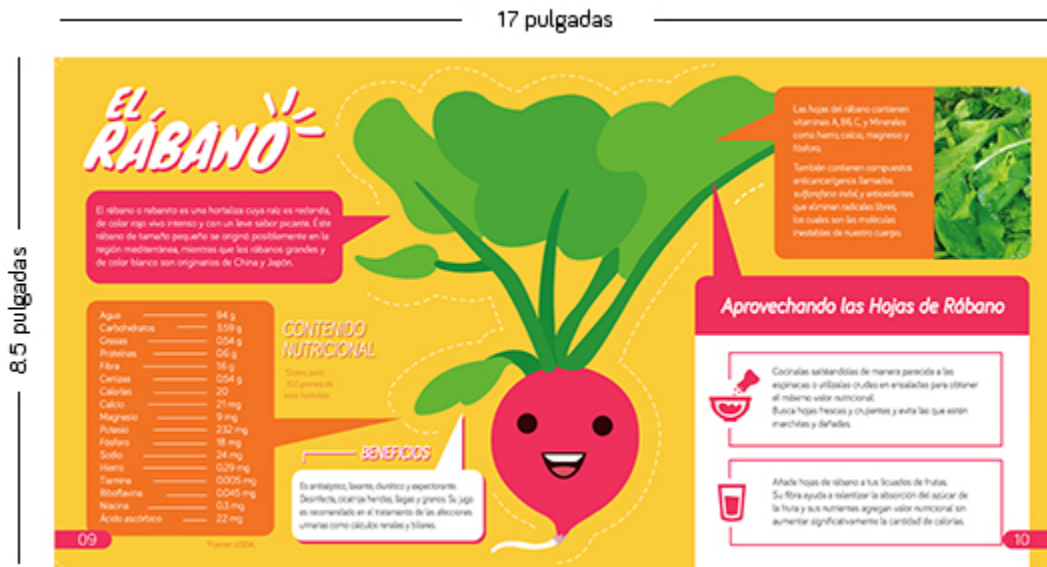
ALIMENTOS DE CONSUMO DIARIO. (FRUTAS & VERDURAS)

¿Sabías que las hojas de la remolacha y del rábano tienen más vitaminas y minerales que la raíz que normalmente comemos? ¿Sabías que el agua de cáscara de piña tiene propiedades antiinflamatorias?

El siguiente capítulo contiene información nutricional respecto a los alimentos de consumo diario seleccionados, los beneficios de consumirlos, y algunas ideas y recetas especiales para que utilices estos alimentos en tus comidas del día a día y los compartas con tu familia.

08

9.6. Página 9 y 10 del manual:



Infografía sobre el rábano, las hojas del rábano, y sus beneficios nutricionales. Además de la ilustración de un rábano, se colocó la fotografía de hojas de rábano para reforzar el mensaje.

9.6.1. Página 9 del manual:

EL RÁBANO

El rábano o rabanito es una hortaliza cuya raíz es redonda, de color rojo vivo intenso y con un leve sabor picante. Éste rábano de tamaño pequeño se originó posiblemente en la región mediterránea, mientras que los rábanos grandes y de color blanco son originarios de China y Japón.

Agua	94 g
Carbohidratos	3.59 g
Grasas	0.54 g
Proteínas	0.6 g
Fibra	1.6 g
Cenizas	0.54 g
Calorías	20
Calcio	21 mg
Magnesio	9 mg
Potasio	232 mg
Fósforo	18 mg
Sodio	24 mg
Hierro	0.29 mg
Tiamina	0.005 mg
Riboflavina	0.045 mg
Niacina	0.3 mg
Ácido ascórbico	22 mg

CONTENIDO NUTRICIONAL

**Datos para 100 gramos de esta hortaliza.*

BENEFICIOS


Es antiséptico, laxante, diurético y expectorante. Desinfecta, cicatriza heridas, llagas y granos. Su jugo es recomendado en el tratamiento de las afecciones urinarias como cálculos renales y biliares.

9.6.2. Página 10 del manual:



Las hojas del rábano contienen vitaminas A, B6, C, y Minerales como hierro, calcio, magnesio y fósforo.

También contienen compuestos anticancerígenos llamados *sulforafano indol*, y antioxidantes que eliminan radicales libres, los cuales son las moléculas inestables de nuestro cuerpo.



Aprovechando las Hojas de Rábano

 Cocínalas saltéandolas de manera parecida a las espinacas o utilízalas crudas en ensaladas para obtener el máximo valor nutricional. Busca hojas frescas y crujientes y evita las que estén marchitas y dañadas.

 Añade hojas de rábano a tus licuados de frutas. Su fibra ayuda a ralentizar la absorción del azúcar de la fruta y sus nutrientes agregan valor nutricional sin aumentar significativamente la cantidad de calorías.

10

9.7. Página 11 y 12 del manual:



Infografía y receta que explica cómo realizar una sopa de hojas de rábano.

9.7.1. Página 11 del manual:

NECESITARÁS:

- 3 papas medianas
- 1 cebolla pequeña
- 2 rebanadas de pan tostado
- Las hojas de 2 manojos de rábanos.
- Aceite de Oliva
- 1 diente de ajo

~Receta Especial~
SOPA DE HOJAS DE RÁBANO

11

9.7.2. Página 12 del manual:



PASO A PASO:

- 1** Primero lava bien las hojas de los rábanos y pícalas. Luego pica en cuadritos la cebolla, las papas, el ajo y el pan tostado.
- 2** Sofríe la cebolla con un poco de aceite de oliva hasta que quede de color marrón. Posteriormente añádele el ajo picado y déjalo sofreír unos segundos.
- 3** Agrega las hojas de rábano y deja que se vayan consumiendo hasta que estén bien sofridas. Luego añade la papa cortada en cuadritos, y cúbrelo con agua. Déjalo hervir por 15-20 minutos.
- 4** Posteriormente pasa todo por la licuadora, hasta convertir la sopa en una crema. Sírvelo en un recipiente hondo y añádele algunos cuadritos de pan tostado.

4
PORCIONES

12

9.8. Página 13 y 14 del manual:



Infografía sobre la piña, la cáscara de piña, y sus beneficios nutricionales. Además de la ilustración de una piña, se colocó la fotografía de la cáscara de piña para reforzar el mensaje.

9.8.1. Página 13 del manual:



LA PIÑA

Nativa de Sudamérica, particularmente de Brasil y Paraguay, aunque ahora su cultivo y consumo se ha extendido a todo el mundo. La Piña también es llamada Ananá o Naná.

Beneficios de consumir piña

- 1 FACILITA LA DIGESTIÓN:**
Es fuente de fibra. Contiene la enzima *bromelina*, la cual es anticoagulante y antiinflamatoria.
- 2 FUENTE DE VITAMINAS A, B3, B12 Y C:**
Ayuda al sistema inmunológico y la vista. Protege los vasos sanguíneos, la piel, órganos, dientes y huesos.
- 3 FUENTE DE SALES MINERALES:**
Contiene yodo, magnesio, manganeso, potasio, calcio, fósforo, hierro y azufre.
- 4 COMBATE Y PREVIENE ENFERMEDADES:**
Ayuda a proteger la tiroides y el sistema nervioso. Combate problemas cardíacos, diabetes, reumatismo, artritis, arteriosclerosis y problemas respiratorios.

13

9.8.2. Página 14 del manual:



CONTENIDO NUTRICIONAL

**Datos para 100 gramos de esta fruta.*

Calorías	50,76 kcal.
Grasa	0,40 g.
Colesterol	0 mg.
Sodio	2,10 mg.
Carbohidratos	10,40 g.
Fibra	1,90 g.
Azúcares	10,40 g.
Proteínas	0,44 g.
Vitamina A	6,13 ug.
Vitamina C	14,99 mg.
Vitamina B12	0 ug.
Calcio	14,50 mg.
Hierro	0,41 mg.
Vitamina B3	0,39 mg.

**Fuente: USDA.*



Aprovechando la Cáscara de Piña

Una manera de aprovechar los beneficios de la cáscara de piña es a través del agua que se obtiene al hervirla, la cual mantiene las propiedades depurativas en la sangre y alivia inflamaciones.

 Vitaminas A, B, C y fibra.

14

9.9. Página 15 y 16 del manual:



Infografía y receta que explica cómo realizar agua de cáscara de piña y arroz.

9.9.1. Página 15 del manual:

NECESITARÁS:

- 1 taza de arroz
- Canela en raja
- Las cáscaras de 1 piña
- 2 litros de agua
- Azúcar al gusto

15

~ Receta Especial ~
AGUA DE CÁSCARA DE PIÑA Y ARROZ

9.9.2. Página 16 del manual:

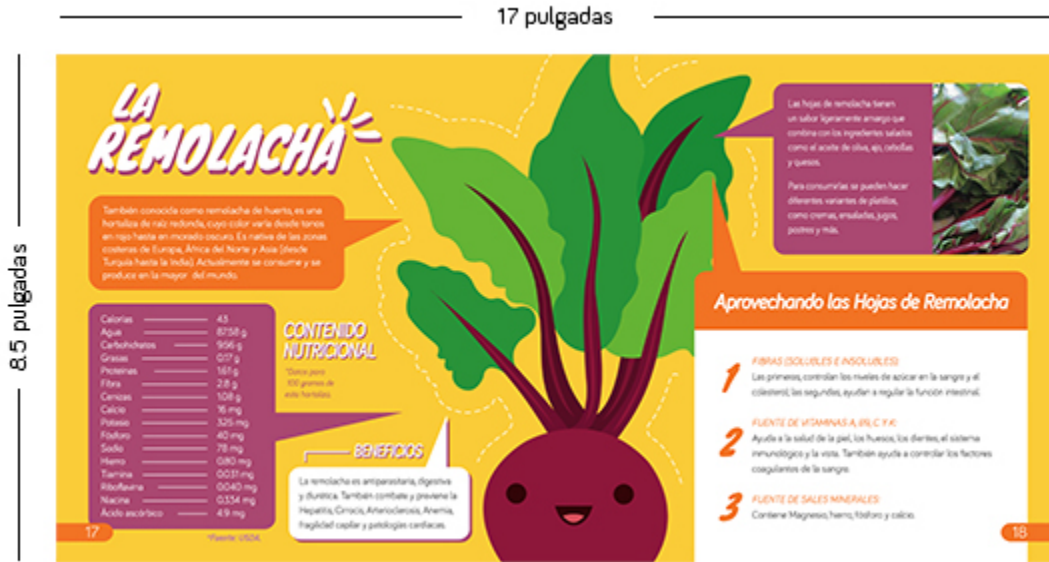
PASO A PASO:

- 1** Pela la piña, separa y lava la cáscara. Asegúrate de que en la cáscara aún quede un poco de piña.
- 2** En una olla coloca el arroz, el agua, las cáscaras de piña y la canela. Deja hervir durante aproximadamente media hora. El arroz debe estar bien cocido y la corteza de la piña blanda.
- 3** Deja enfriar el preparado y retira la cáscara de piña. Luego licúa el arroz y el caldo resultante de la cocción.
- 4** Se cuela y se endulza al gusto. Puedes añadirle hielo.

4
PORCIONES

16

9.10. Página 17 y 18 del manual:



Infografía sobre la remolacha, las hojas de remolacha, y sus beneficios nutricionales. Además de la ilustración de una remolacha, se colocó la fotografía de hojas de remolacha para reforzar el mensaje.

9.10.1. Página 17 del manual:

LA REMOLACHA

También conocida como remolacha de huerto, es una hortaliza de raíz redonda, cuyo color varía desde tonos en rojo hasta en morado oscuro. Es nativa de las zonas costeras de Europa, África del Norte y Asia (desde Turquía hasta la India). Actualmente se consume y se produce en la mayor del mundo.

Calorías	43
Agua	87.58 g
Carbohidratos	9.56 g
Grasas	0.17 g
Proteínas	1.61 g
Fibra	2.8 g
Cenizas	1.08 g
Calcio	16 mg
Potasio	325 mg
Fósforo	40 mg
Sodio	78 mg
Hierro	0.80 mg
Tiamina	0.031 mg
Riboflavina	0.040 mg
Niacina	0.334 mg
Ácido ascórbico	4.9 mg

CONTENIDO NUTRICIONAL

**Datos para 100 gramos de esta hortaliza.*

BENEFICIOS

La remolacha es antiparasitaria, digestiva y diurética. También combate y previene la Hepatitis, Cirrosis, Arterioclerosis, Anemia, fragilidad capilar y patologías cardíacas.

9.10.2. Página 18 del manual:



Las hojas de remolacha tienen un sabor ligeramente amargo que combina con los ingredientes salados como el aceite de oliva, ajo, cebollas y quesos.

Para consumirlas se pueden hacer diferentes variantes de platillos, como cremas, ensaladas, jugos, postres y más.



Aprovechando las Hojas de Remolacha

- 1 FIBRAS (SOLUBLES E INSOLUBLES):**
Las primeras, controlan los niveles de azúcar en la sangre y el colesterol; las segundas, ayudan a regular la función intestinal.
- 2 FUENTE DE VITAMINAS A, B9, C Y K:**
Ayuda a la salud de la piel, los huesos, los dientes, el sistema inmunológico y la vista. También ayuda a controlar los factores coagulantes de la sangre.
- 3 FUENTE DE SALES MINERALES:**
Contiene Magnesio, hierro, fósforo y calcio.

18

9.11. Página 19 y 20 del manual:



Infografía y receta que explica cómo realizar agua de cáscara de piña y arroz.

9.11.1. Página 19 del manual:

NECESITARÁS:

- 1 cebolla pequeña
- 6 huevos
- Las hojas de 1 manojo de remolacha.
- Margarina o Aceite
- Sal y Pimienta

Receta Especial

TORTA DE HOJAS DE REMOLACHA

19

9.11.2. Página 20 del manual:

PASO A PASO:

- 1** Lava y pica las hojas de la remolacha. La cebolla pícala en cuadritos finos.
- 2** En una sartén, pon a sofreír la cebolla junto con las hojas de la remolacha. Elimina el líquido que quedó de esa cocción y deja enfriar unos minutos.
- 3** En un recipiente hondo, bate el huevo y agrégale una pizca de sal y pimienta. Luego agrégale las hojas de remolacha y la cebolla sofritas y mezcla bien.
- 4** Posteriormente, regresa a la sartén la mezcla del huevo, las hojas de remolacha y la cebolla. Deja dorar de un lado, luego dale vuelta y deja dorar del otro lado. Listo, puedes servirlo con salsa de tomate (*ketchup*) encima.

6
PORCIONES

20

9.12. Página 21 y 22 del manual:



Portada e introducción de la sección del manual que menciona el árbol llamado Moringa, su origen, usos médicos, propiedades nutricionales, etc.

9.12.1. Página 21 del manual:



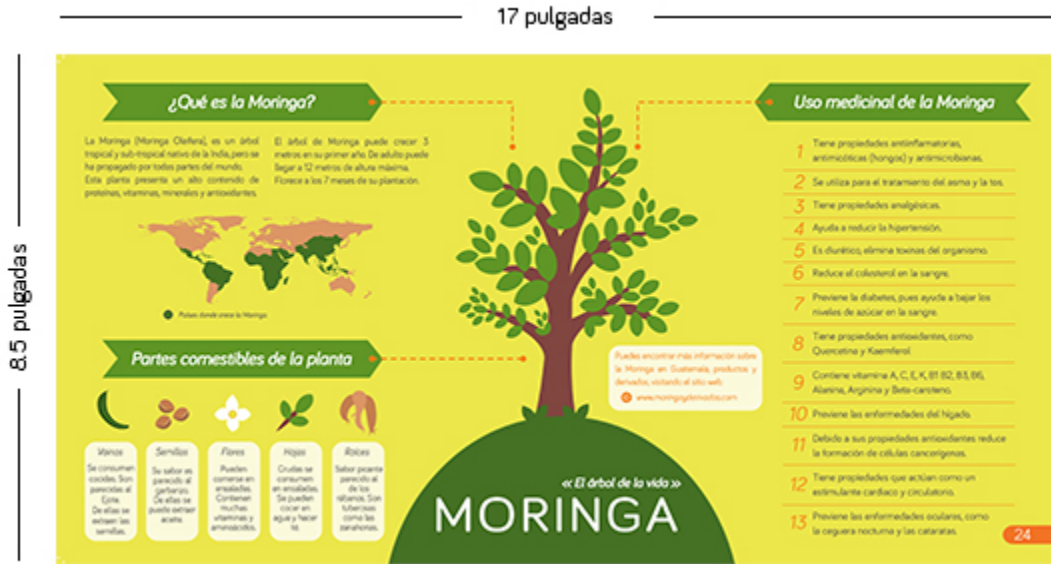
9.12.2. Página 22 del manual:

LA MORINGA “EL ÁRBOL DE LA VIDA”. (MORINGA OLEIFERA)

La Moringa es una planta originaria de la India, pero actualmente se da en varias regiones de Latinoamérica. En Guatemala existen algunos productores de Moringa, los cuales comercializan sus semillas, el polvo de sus hojas y otros productos derivados de la misma.

En el siguiente capítulo podrás conocer más acerca de las propiedades medicinales de esta planta, la cual es considerada como un milagro de la naturaleza por la gran variedad de beneficios nutricionales que posee.

9.13. Página 23 y 24 del manual:



Infografía que presenta al árbol de Moringa, información de origen, partes comestibles y uso medicinal.

9.13.1. Página 23 del manual:

¿Qué es la Moringa?

La Moringa (Moringa Oleifera), es un árbol tropical y sub-tropical nativo de la India, pero se ha propagado por todas partes del mundo. Esta planta presenta un alto contenido de proteínas, vitaminas, minerales y antioxidantes.

El árbol de Moringa puede crecer 3 metros en su primer año. De adulto puede llegar a 12 metros de altura máxima. Florece a los 7 meses de su plantación.



● Países donde crece la Moringa.

Partes comestibles de la planta



Vainas

Se consumen cocidas. Son parecidas al Ejote. De ellas se extraen las semillas.



Semillas

Su sabor es parecido al garbanzo. De ellas se puede extraer aceite.



Flores

Pueden comerse en ensaladas. Contienen muchas vitaminas y aminoácidos.



Hojas

Crudas se consumen en ensaladas. Se pueden cocer en agua y hacer té.



Raíces

Sabor picante parecido al de los rábanos. Son tuberosas como las zanahorias.

MOR

9.13.2. Página 24 del manual:



Uso medicinal de la Moringa

- 1 Tiene propiedades antiinflamatorias, antimicóticas (hongos) y antimicrobianas.
- 2 Se utiliza para el tratamiento del asma y la tos.
- 3 Tiene propiedades analgésicas.
- 4 Ayuda a reducir la hipertensión.
- 5 Es diurético, elimina toxinas del organismo.
- 6 Reduce el colesterol en la sangre.
- 7 Previene la diabetes, pues ayuda a bajar los niveles de azúcar en la sangre.
- 8 Tiene propiedades antioxidantes, como Quercetina y Kaemferol
- 9 Contiene vitamina A, C, E, K, B1 B2, B3, B6, Alanina, Arginina y Beta-caroteno.
- 10 Previene las enfermedades del hígado.
- 11 Debido a sus propiedades antioxidantes reduce la formación de células cancerígenas.
- 12 Tiene propiedades que actúan como un estimulante cardiaco y circulatorio.
- 13 Previene las enfermedades oculares, como la ceguera nocturna y las cataratas.

Puedes encontrar más información sobre la Moringa en Guatemala, productos y derivados, visitando el sitio web:

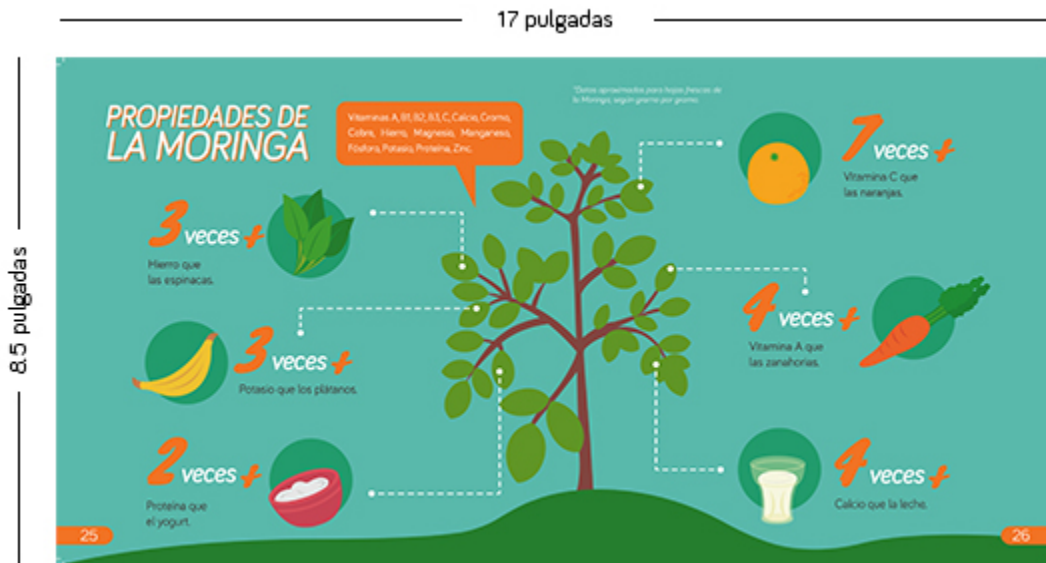
www.moringayderivados.com

« El árbol de la vida »

INGA

24

9.14. Página 25 y 26 del manual:



Infografía que presenta una comparativa de las propiedades de la moringa, así como sus vitaminas y minerales.

9.14.1. Página 25 del manual:

PROPIEDADES DE LA MORINGA

Vitaminas A, B1, B2, B3, C, Calcio, Cromo, Cobre, Hierro, Magnesio, Manganeso, Fósforo, Potasio, Proteína, Zinc.

3 veces +  Hierro que la espinaca.

3 veces +  Potasio que el plátano.

2 veces +  Proteína que el yogurt.



25

9.14.2. Página 26 del manual:

**Datos aproximados para hojas frescas de la Moringa, según gramo por gramo.*

The infographic features a stylized tree on the left with three white dots on its branches. Dashed white lines connect these dots to three circular icons on the right. The top icon is an orange, the middle is a carrot, and the bottom is a glass of milk. Each icon is accompanied by a large orange number and the word 'veces' with a plus sign, followed by a text description of the nutrient.

Food Item	Comparison	Nutrient
Orange	7 veces +	Vitamina C
Carrot	4 veces +	Vitamina A
Milk	4 veces +	Calcio

7 veces +
Vitamina C que la naranja.

4 veces +
Vitamina A que la zanahoria.

4 veces +
Calcio que la leche.

26

9.15. Página 27 y 28 del manual:



Infografía y receta que explica cómo realizar polvo de moringa, extraído de las hojas de esta planta.

9.15.1. Página 27 del manual:



9.15.2. Página 28 del manual:



PASO A PASO:

- 1** Después de cortar una rama del árbol, quítale todas las hojas. Luego coloca varias hojas sobre una mesa o bandeja donde puedan estar extendidas.
- 2** Tapa o cubre con una manta, colocando la bandeja en un lugar seco y fresco. No las expongas al sol, porque pierden las propiedades. Deja secar por 3 días si es verano y hasta 6 días en época de invierno.
- 3** Cuando las hojas ya estén completamente secas, tritúralas con las manos hasta lograr obtener el polvo. Pásalo por un colador y repite.
- 4** Guarda el polvo en un frasco seco, de preferencia de vidrio. Colócalo en un lugar donde no le alcance la luz del sol y esté libre de humedad.

La moringa en polvo puede utilizarse como sazonador en las comidas.

28

9.16. Página 29 y 30 del manual:



Se muestra un glosario con las palabras y siglas que generaron duda durante la validación. Cierre gráfico del manual con el logotipo de la ONG.

9.16.1. Página 29 del manual:

GLOSARIO:

- ➔ *Desnutrición:*
Pérdida de reservas o debilitación de un organismo por recibir poca o mala alimentación.
- ➔ *Malnutrición:*
Nutrición deficiente o desequilibrada debido a una dieta pobre o excesiva.
- ➔ *USDA:*
Siglas para el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (en inglés, United States Department of Agriculture, USDA).
- ➔ *Sofreír:*
Freír un alimento a fuego lento solamente hasta que está ligeramente dorado.
- ➔ *Saltear:*
Freír a fuego vivo un alimento crudo o previamente cocido, de forma que quede dorado por fuera y jugoso por dentro.
- ➔ *Antioxidantes:*
Sustancia que impide la formación de óxidos.
- ➔ *Antimicótico:*
Toda sustancia que tiene la capacidad de evitar el crecimiento o incluso eliminar algunos tipos de hongos.
- ➔ *Antimicrobiano:*
Que impide la formación o el desarrollo de los microbios.
- ➔ *BEN:*
Sigla para Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición. Es una ONG (Organización No Gubernamental) guatemalteca.

9.16.2. Página 30 del manual:



9.17. Fundamentación de la propuesta gráfica final:

En la propuesta se buscó seguir el concepto de diseño, que es “*Nutricocina*”, por lo que en cada aspecto del manual se destacan a los alimentos, por medio de ilustraciones y colores que se relacionen con la comida y la naturaleza, como el naranja, el verde, el azul y el amarillo; ya que los alimentos presentados en el material editorial son de origen vegetal, y por lo tanto, están estrechamente ligados a la naturaleza. También se buscó crear una imagen que fuera agradable para cualquier miembro de la familia, captando la atención de los niños y niñas, y con ello, de los padres y madres, quienes son los que preparan la comida y están a cargo de la alimentación de sus hijos. Al querer recrear una imagen amigable, se utilizó una tendencia de diseño denominada “*Kawaii*”, que en japonés quiere decir “lindo”. Sin embargo, dicha tendencia se utilizó sin hacer del diseño algo estrechamente infantil, sino que se buscó que la imagen proyectara energía, felicidad, amabilidad, confianza y seguridad, que son valores importantes para la familia.

Capítulo X:

Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

Para la realización de los planes de costos, se tomaron en cuenta aspectos como que previamente a la producción del material, se debe realizar un proceso de conceptualización y bocetaje, el cual es indispensable para realizar un diseño, a este proceso se le conoce como elaboración. Posteriormente se inicia con el proceso de producción, donde se digitaliza todo, y se hace una validación para identificar posibles cambios al diseño, y así preparar las artes finales para enviar el material a la imprenta. Finalmente se encuentra el proceso de reproducción y distribución.

A continuación se describen los planes de costos elaborados para el Manual ilustrado impreso para orientar acerca de los alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas.

10.1. Plan de costos de elaboración:

El tiempo invertido en la elaboración del proyecto, involucra aspectos como la elaboración del proceso creativo, visualización, conceptualización de diseño y bocetaje.

Los costos por hora, y el total de días trabajados, se exponen en la siguiente tabla:

Plan de costos de elaboración			
Días trabajados	Horas trabajadas por día	Costo por hora	Total:
10 días	4 horas	Q.100.00	Q.4, 000.00

10.2. Plan de costos de producción:

En la fase de producción se preparan las artes finales para la correcta reproducción del manual en la imprenta. Este proceso conlleva la digitalización de las ilustraciones e infografías, edición de textos y fotografías, validación de la propuesta, y un dummy impreso que permite al cliente observar el material impreso antes de enviarlo a la litografía.

Los costos por hora, y el total de días trabajados, se exponen en la siguiente tabla:

Plan de costos de producción:				
Días trabajados	Horas trabajadas por día	Costo por hora	Dummy impreso	Total
30 días	4 horas	Q.100.00	160.00	Q.12,160.00

10.3. Plan de costos de reproducción:

Para la implementación del Manual ilustrado para orientar acerca de los alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas, cómo mínimo se necesita un tiraje de impresión de 300 ejemplares. Por lo que se cotizó:

300 manuales, impresión litográfica full color tiro y retiro, de tamaño 8.5 x 17 pulgadas abierto, en papel couche. Cada revista consta de 16 páginas, dobladas a la mitad y engrapadas al medio.

Plan de costos de reproducción:		
Cantidad de revistas	Costo unitario	Total
300 unidades.	Q.18.75	5,625.00

10.4. Plan de costos de distribución:

Para la distribución del Manual ilustrado para orientar acerca de los alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas, la organización no gubernamental Ben (Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición) tiene contemplado distribuirlos ellos mismos durante los talleres nutricionales que imparten, por lo tanto, el proceso de distribución no tienen ningún costo.

10.5. Cuadro con resumen general de costos:

Concepto	Cantidad
Plan de costos de elaboración	Q.4, 000.00
Plan de costos de producción	Q.12,160.00
Plan de costos de reproducción	Q.5,625.00
Plan de costos de distribución	Q.0.00
Total costo del proyecto	Q.21,785.00

Capítulo XI:

Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1. Conclusiones:

11.1.1. Conclusión general:

En base al requerimiento de BEN (Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición) Organización no Gubernamental, se diseñó un manual ilustrado impreso para orientar acerca del aprovechamiento de alimentos de consumo diario y su beneficio para las familias guatemaltecas.

11.1.2. Conclusiones específicas:

1. Se investigó tanto por medio de referencias bibliográficas y web gráficas, así como con entrevistas con profesionales en distintas áreas (Comunicación, Diseño Gráfico, Dirección de Proyectos, Educación, etc.), los términos y/o conceptos que fueron de ayuda en la toma de decisiones y el desarrollo del proyecto de graduación.
2. La recopilación de información debe ir más allá de investigaciones bibliográficas o web gráficas, muchas veces la asesoría con profesionales en el área puede esclarecer puntos que se tienen confusos o identificar aquellos que se ignoran. Trabajar con una organización como BEN y su equipo multidisciplinario (Nutricionistas y Chefs), permitió la elección adecuada del contenido proyectado en el material editorial desarrollado.
3. Se realizaron bocetos previos para posteriormente digitalizar las ilustraciones de los alimentos seleccionados para mostrar en el manual. Estas ilustraciones se caracterizaron por poseer formas sencillas, trazos claros, colores planos y poca o ninguna sombra, con el fin de mostrar una imagen amigable y práctica en el diseño.

4. Se ilustraron personajes originales, siguiendo la línea de diseño y la tendencia elegida. Estos personajes muestran un aspecto “*lindo*” pero sin ser empalagoso visualmente. Se buscó principalmente que la imagen pudiera ser del agrado para hombres y mujeres, de distintas edades y miembros de familia, ya que serían utilizados para el diseño de la cubierta del manual, como en otras áreas dentro del mismo.
5. Se tomaron fotografías de hojas de rábano, remolacha, y cáscara de piña, con el enfoque de captar la textura de los mismos, y no la figura completa, puesto que lo importante era crear un acercamiento al lector de la imagen real de estas partes de los alimentos seleccionados y expuestos en el manual.
6. Las infografías son el medio ideal para explicar algo de forma fácil, rápida y agradable. Se diseñaron infografías utilizando las ilustraciones y fotografías realizadas. En cada infografía se explica la información del valor nutricional y usos que se le pueden dar a cada uno de los alimentos elegidos, además de recetas fáciles e interesantes de hacer.

11.2. Recomendaciones:

11.2.1. Recomendación general:

Se recomienda la implementación y utilización del manual en los distintos talleres que BEN (Buenos Hábitos, Ejercicio y Nutrición) Organización no Gubernamental realiza, ya sea en escuelas, colegios o municipalidades, lugares donde la interacción de las familias guatemaltecas sea constante.

11.2.2. Recomendaciones específicas:

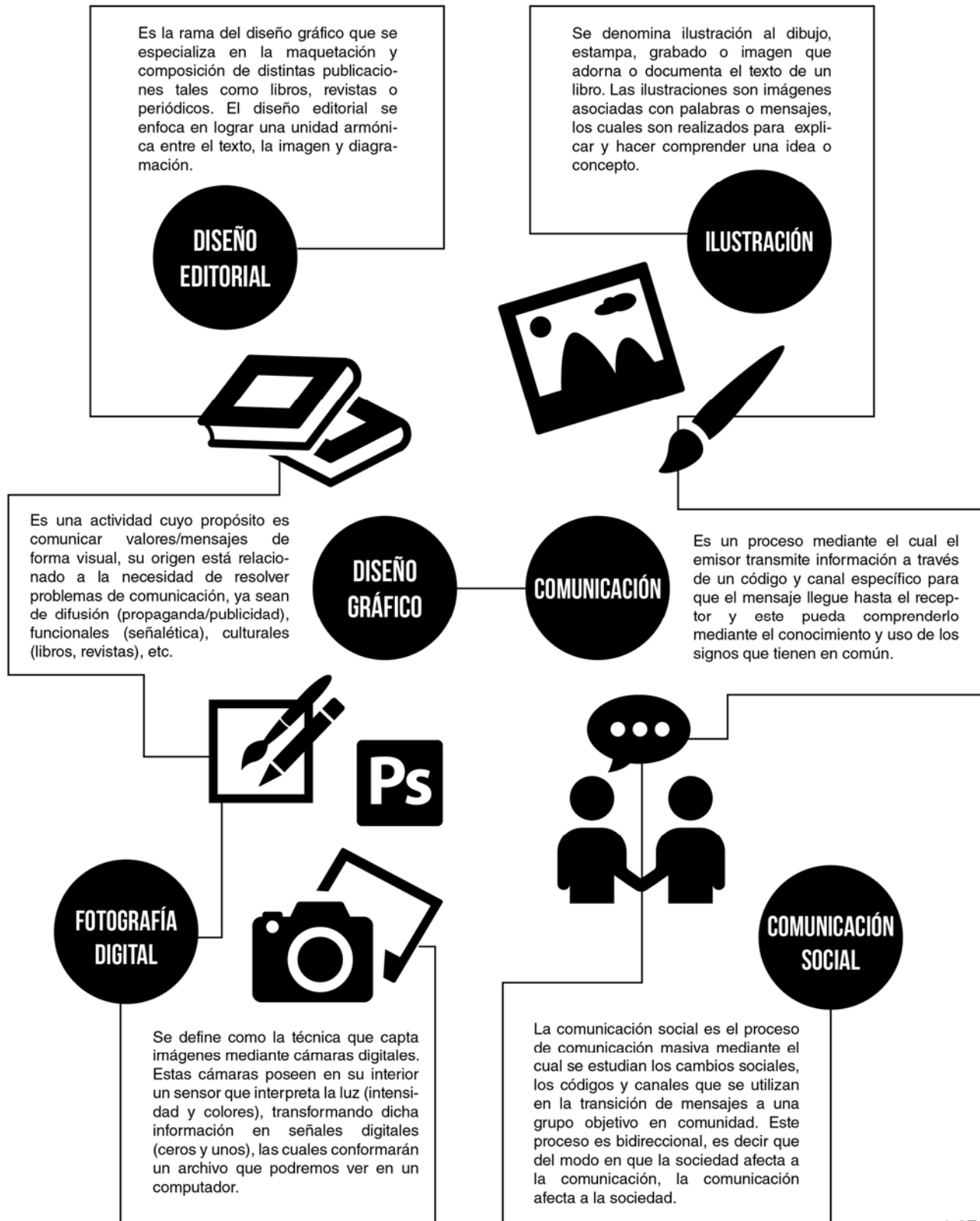
1. Es recomendable realizar una investigación previa a la realización de cualquier proyecto de diseño, puesto que nos permitirá emplear los métodos, estrategias, conceptos y definiciones adecuadas para un desarrollo exitoso.
2. Al realizar un manual ilustrado, es importante que el contenido proyectado no sea muy extenso, por eso, se sugiere realizar resúmenes destacando aquellas definiciones o conceptos más importantes, que pueden ser de interés para el lector y aportarle conocimiento sin saturar demasiado su mente de información.
3. Tanto la creación de personajes, como la ilustración de objetos existentes, conlleva previamente un proceso de bocetaje. Es recomendable realizarlo para obtener resultados favorables y rápidos en la ilustración digital.
4. Si un material editorial tiene como público objetivo a la familia, se sugiere el uso de una estética amigable y alegre, ya que permite que el contenido del manual se perciba como algo accesible y adecuado para cualquier miembro de la misma, incluso si los niños se ven más atraídos por la estética “*linda*”, en general un imagen amable hará sentir cómodo al lector, sin distinción de edad ni género.
5. Pese a que un material editorial sea mayormente ilustrado, se recomienda la implementación de fotografías en “puntos clave” de la diagramación, puesto que éstas reforzarán la información y comprensión para el lector.
6. Se recomienda que al diseñar infografías, se debe pensar en una diagramación que facilite la lectura y comprensión del lector. Tanto la distribución de los elementos, como el uso de los colores y tipografías adecuadas permitirán que cumpla con su función de informar de forma clara y concisa.

Capítulo XII:

Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general.

12.2. Demostración de conocimientos:



Capítulo XIII:

Referencias

Capítulo XIII: Referencias.

13.1. Bibliografía:

Dabner, D. (2005). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas (pp. 17-186) España: Blume Editorial.

De Buen, J. (2005). Manual de diseño Editorial (pp. 94-123). México: Editorial Santillana.

Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M.I., Lemus, F. (1ra. Ed.). (2011). Comunicación Oral y Escrita (pp. 2-11). Mexico: Editorial Pearson.

Huamán, H. G. (2da. ed.). (2005). Manual de técnicas de investigación: conceptos y aplicaciones (pp. 7-50). Perú: IPLADEES S.A.C.

Samara, T. (2008). Los elementos del diseño: manual de estilo para diseñadores gráficos (pp. 6-129). España: Editorial Gustavo Gili.

13.2. Biblioweb:

Abuelo, la. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=abuelo>

Alimento. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=alimento>

Andragogía. (s.f) En Wikipedia. Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de <http://es.wikipedia.org/wiki/Andragogía>

Antropología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=antropología>

Arte. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=arte>

BEN. (s.f.) ¿Quiénes Somos? Recuperado de <http://ben-ong.org/>

Beneficio. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=beneficio>

Biología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=biología>

Ciencia. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=ciencia>

Cisneros, I. (s.f.) La nueva obsesión asiática: Kawaii. Recuperado de <http://www.seventeenenespanol.com/moda/tips/700095/nueva-obsesion-asiatica-kawaii/>

Ejercicio. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=ejercicio>

Danone España. Pirámide nutricional. (s.f.). Recuperado de <http://www.danone.es/alimentacion-saludable/la-piramide-saludable/piramide-de-los-alimentos/#.VAADxmOBWSo>

Danone España. Alimentos de consumo diario. (s.f.) Recuperado de <http://www.danone.es/alimentacion-saludable/la-piramide-saludable/piramide-de-los-alimentos/#.VAADxmOBWSo>

Dibujo. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=dibujo>

Estadística. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=estadística>

Familia. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=familia>

Fotografía. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=fotografía>

García, M. (26 de Abril del 2011). Hablemos con propiedad: logotipo, isotipo, imagotipo, isologo, imagen corporativa, identidad... Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de <http://www.brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad>

Gubernamental. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=gubernamental>

Hábito. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=hábito>

Hermano, na. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=hermano>

Hijastro. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=hijastro>

Hijo, ja. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=hijo>

Ilustración. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=ilustración>

Johann Wolfgang von Goethe y la teoría del color (s.f.). Recuperado de <http://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>

Lingüística. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=lingüística>

Madrastra. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=madrastra>

Madre. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=madre>

Manual. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=manual>

Nutrición. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=nutrición>

Optimizar. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=optimizar>

Organización. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=organización>

Organización no Gubernamental. (s.f.). En Wikipedia. Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de http://es.wikipedia.org/wiki/Organización_no_gubernamental

Orientar. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=orientar>

Padre. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=padre>

Padrastro. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=padrastro>

Pedagogía. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=pedagogía>

Pérez, J. (2005). Psicología de la comunicación y relaciones interpersonales. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/20928796/2%C2%BA-Psicologia-de-la-Comunicacion-Y-RRII>

Pintura. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=pintura>

Primo, a. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=primo>

Promover. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=promover>

Psicología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=psicología>

Psicología del Color (s.f.). Recuperado de <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/>

Psicología del Consumidor. (s.f.). En Wikipedia. Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de http://es.wikipedia.org/wiki/Psicología_del_consumidor

RGB. (s.f.). En Wikipedia. Recuperado el 15 de Octubre del 2014 de <http://es.wikipedia.org/wiki/RGB>

Semiología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=semiología>

Semiótica. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=semiótica>

Sociología. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=sociología>

Taller. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=taller>

Técnica. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=técnica>

Tendencia. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=tendencia>

Teoría. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=teoría>

Tío, a. (s.f.). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=tío>

Tipos de Alimentos. (s.f.). Recuperado de <http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~29701428/salud/alitipo.htm>

Tipos de Familia. (s.f.). Recuperado de <http://www.tiposde.org/ciencias-sociales/5-tipos-de-familia/>

Tipos de Manuales. (s.f). Recuperado de <http://www.tiposde.org/cotidianos/568-tipos-de-manuales/>

Voluntariado. (s.f). En Diccionario de la Lengua Española (22.^a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=voluntariado>

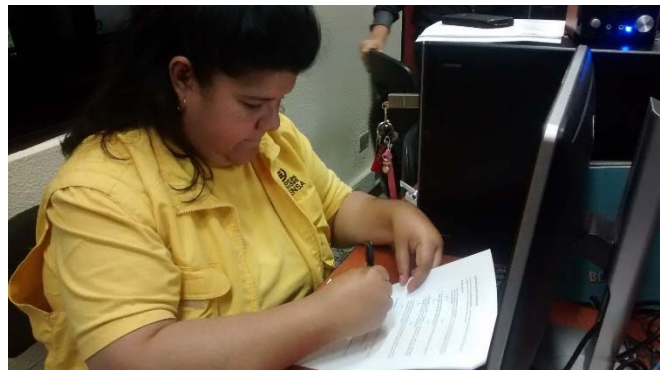
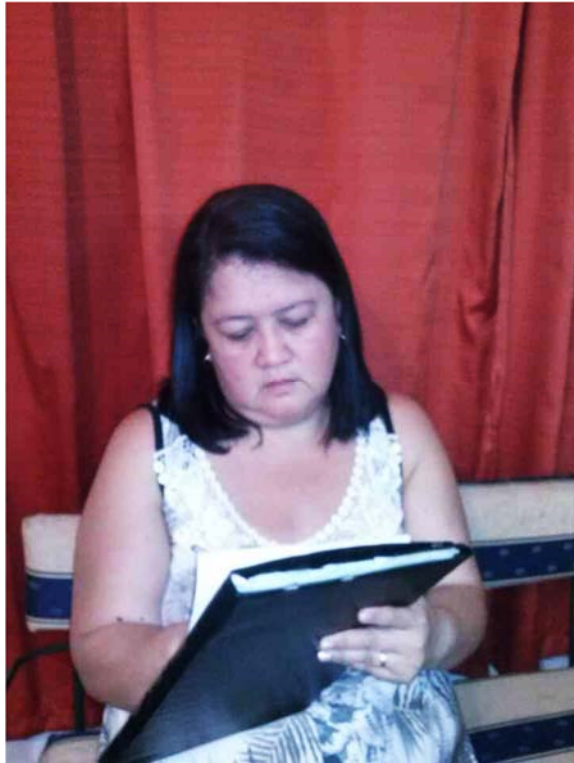
Capítulo XIV:

Anexos

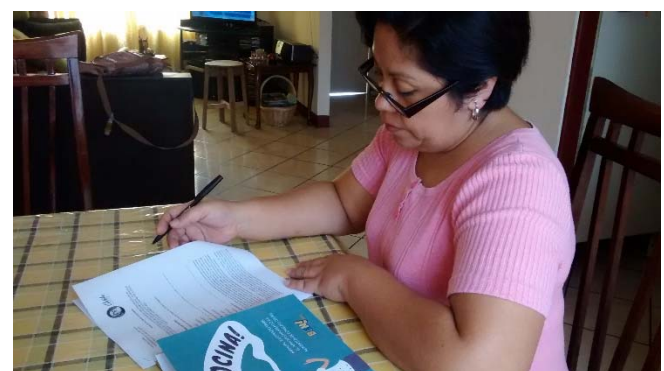
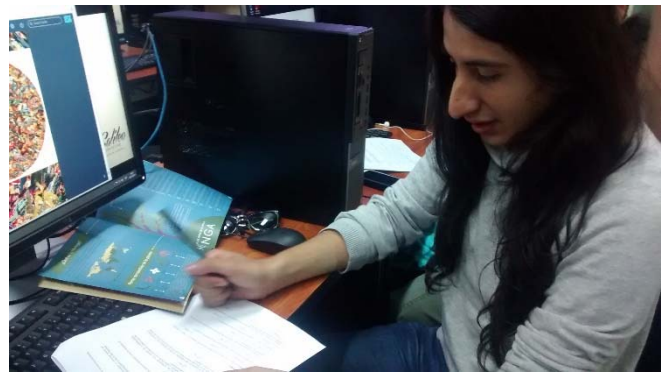
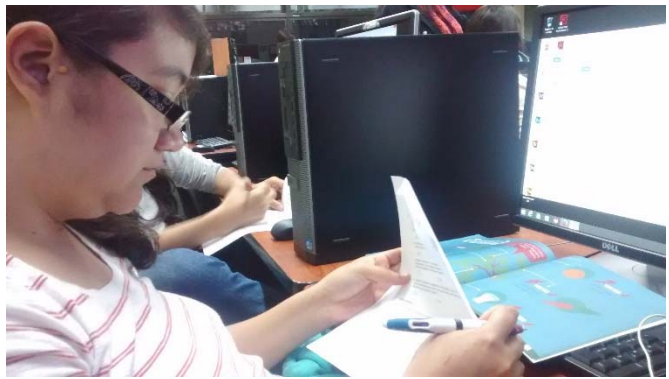
Capítulo XIV: Anexos.

14.1. Fotografías de validación técnica:

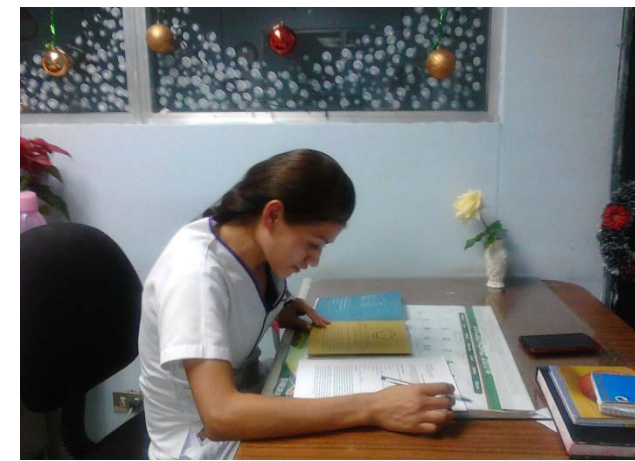
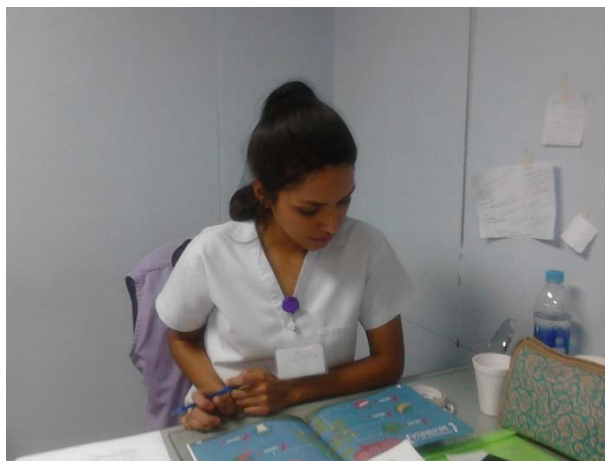
14.1.1. Fotografías de validación técnica: expertos en el área de comunicación y diseño.



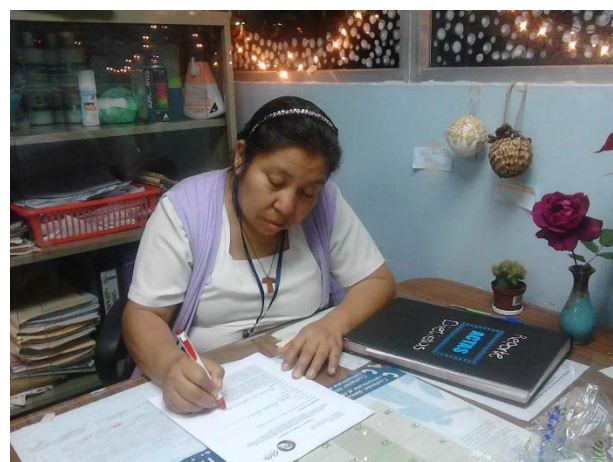
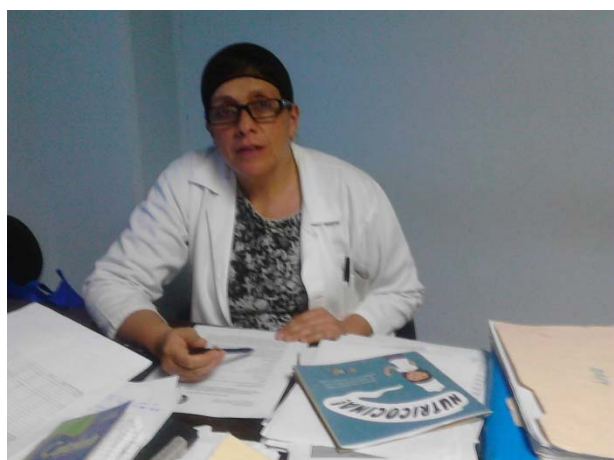
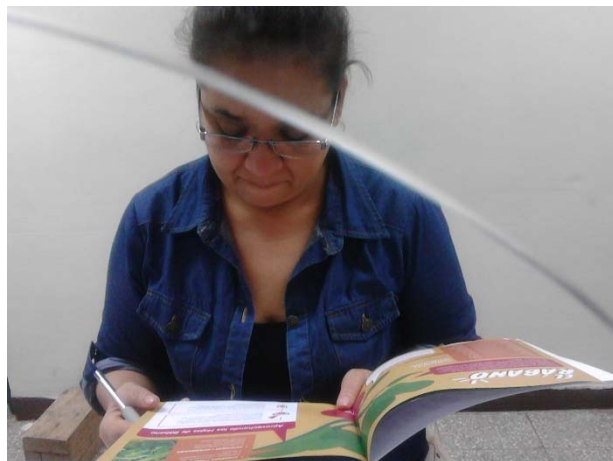
14.1.2. Fotografías de validación técnica: Grupo Objetivo (Miembros de familia).



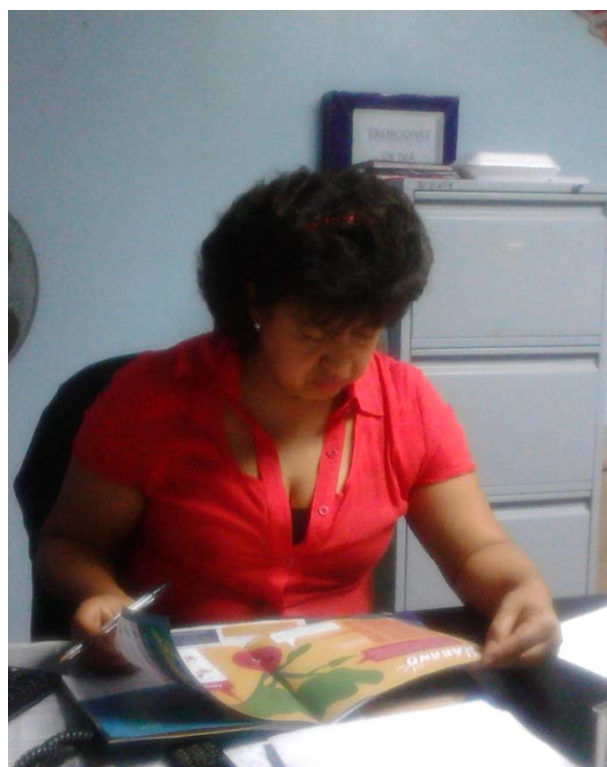
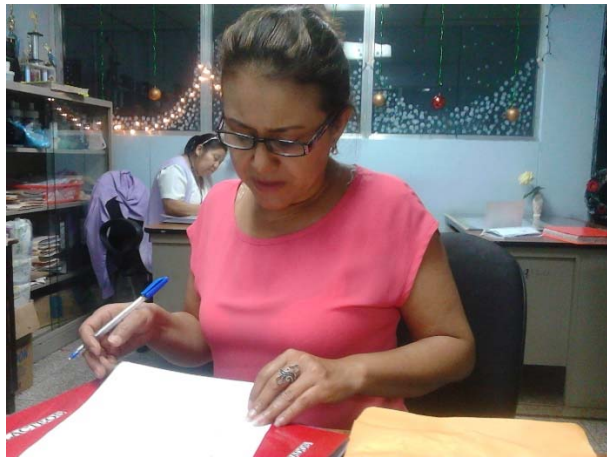
14.1.3. Fotografías de validación técnica: Grupo Objetivo (Miembros de familia).



14.1.4. Fotografías de validación técnica: Grupo Objetivo (Miembros de familia).



14.1.5. Fotografías de validación técnica: Grupo Objetivo (Miembros de familia).



14.2. Cotizaciones de impresión:

14.2.1. Cotización de impresión en Last Minute (impresión de unidad).



Cotización No.	A 1198
Fecha:	11/12/2014
Cotización válida por:	7 días hábiles
Preparada por:	Javier Najarro

Contáctenos, S. A. NIT. 4436888-7

Cliente:	Karen Guzman	Teléfono:	
E-mail:	kguzmanros@gmail.com	Celular:	

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Revista, impresión digital full color tiro y retiro, de tamaño 8.5 x 17" abierto, en papel husky ó couche, cada revista consta de 20 páginas , va doblada y engrapada al medio.		Q160.00
<small>Tiempo de entrega: 1 a 2 días hábiles después de aprobada la cotización. La variación del trabajo puede ser de un 5%, la forma de pago 50% anticipo 50% contra entrega.</small>		TOTAL	Q160.00

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

Firma de Aceptado / Fecha

El cliente acepta los diseños como artes finales, en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.


 **2384 0888 / 4740 6809**
 **@cotizaciones@lastminute.net.gt**
www.lastminute.net.gt

14.2.2. Cotización de impresión en Last Minute (impresión de 300 unidades).



Cotización No.
A 1204

Fecha:
12/12/2014

Cotización válida por:
7 días hábiles

Preparada por:
Javier Najarro

Contáctenos, S. A. NIT. 4436888-7

Cliente: Karen Guzman
E-mail: kguzmanros@gmail.com

Teléfono:
Celular:

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
300	Revistas, impresión litográfica full color tiro y retiro, de tamaño 8.5 x 17" abierto, en papel husky ó couche cada revista consta de 16 páginas , van doblados y engrapadas al medio.	Q18.75	Q5,625.00
<small>Tiempo de entrega:3 a 4 días hábiles después de aprobada la cotización. La variación del trabajo puede ser de un 5%, la forma de pago 50% anticipo 50% contra entrega.</small>		TOTAL	Q5,625.00

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

Firma de Aceptado / Fecha

El cliente acepta los diseños como artes finales, en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.


 **2384 0888 / 4740 6809**
 **@cotizaciones@lastminute.net.gt**
www.lastminute.net.gt

14.2.3. Cotización de impresión en Mayaprin (impresión de 300 unidades).

Cotización No. **66551**
Guatemala, 11 diciembre 2014

Señores
KAREN GUZMAN
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

MANUAL
IMPRESOS A TAMAÑO 8.5" X 17" ABIERTO A FULL COLOR TIRO Y RETIRO EN COUCHE 100
MATTE. CONSTAN DE 8 SIGNATURAS. VAN COMPAGINADOS Y ENGRAPADOS.

300 Q 12,300.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: PDF
Observaciones de Pago: CONTRAENTREGA
Tiempo de Producción: 3 DIAS

Al aceptar esta cotización acepta el margen de 10% + ó -
Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

Julio Sandoval Mendez
Ejecutivo de Ventas



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

14.2.4. Cotización de impresión en Lito Express (impresión de 300 unidades).



COTIZACION No. A 1,612
GUATEMALA 15 de DICIEMBRE del 2,014

NIT: 1729005-8

Señores:
KAREN GUZMAN
KAREN GUZMAN

Presente

Es un gusto para nosotros saludarle y desearle éxitos en sus actividades cotidianas, tenemos el agrado de presentarle la siguiente cotización; como a continuación se detalla:

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
300	REVISTAS TAMAÑO 8.5X17 PULGADAS MEDIDA ABIERTA FULL COLOR TIRO Y RETIRO IMPRESAS EN PAPEL COUCHE 80 16 PAGINAS 8 HOJAS	Q21.67000	Q6,501.00

OBSERVACIONES IMPORTANTES

Forma de Pago: LOCAL

Tiempo de Entrega: 6 días hábiles después de aprobado el diseño y realizado el 50% de anticipo

El cliente acepta una variación de un 5% en cantidades y colores a imprimir

Todos nuestros precios ya incluyen IVA.

Todo trabajo autorizado por el cliente no tiene cambios ni devolución

Para todo trabajo se requiere la firma de autorizado por el cliente

NOTA: Cotización válida por los siguientes 10 días hábiles.

Persona que Autoriza

Firma de Autorizado

En espera de tener una relación comercial exitosa, me suscribo.

**INGRID REYES
VENTAS**

IREYES@LITOEXPRESS.COM.GT
22047602

Km. 15.5 Calzada Roosevelt, Zona 7 de Mixco (Interior Shell Tinco)
Teléfono 22047602 www.litoexpress.com.gt IREYES@LITOEXPRESS.COM.GT