



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

DISEÑO DE UN FOLLETO INTERCULTURAL PARA COMUNICAR ACERCA DE LA CULTURA GUATEMALTECA Y TEMAS DE SEGURIDAD A GRUPOS ESTADOUNIDENSES QUE LLEGAN AL PAÍS A PROVEER AYUDA SOCIAL. ORGANIZACIÓN MISERICORDIA EN ACCIÓN. SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ, SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2015

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Orlando Adonías Blas Pérez

Numero de carné: 11003367

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2015

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

DISEÑO DE UN FOLLETO INTERCULTURAL PARA COMUNICAR ACERCA DE LA CULTURA GUATEMALTECA Y TEMAS DE SEGURIDAD A GRUPOS ESTADOUNIDENSES QUE LLEGAN AL PAÍS A PROVEER AYUDA SOCIAL. ORGANIZACIÓN MISERICORDIA EN ACCIÓN. SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ, SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2015

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Orlando Adonías Blas Pérez

Numero de carné: 11003367

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2015

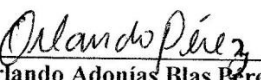
Guatemala 05 de junio de 2014

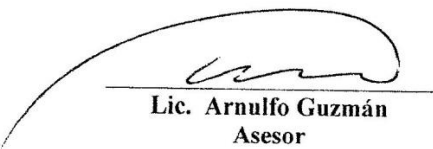
Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE UN FOLLETO INTERCULTURAL PARA COMUNICAR
ACERCA DE LA CULTURA GUATEMALTECA Y TEMAS DE SEGURIDAD A
GRUPOS ESTADOUNIDENSES QUE LLEGAN AL PAÍS A PROVEER AYUDA
SOCIAL. ORGANIZACIÓN MISERICORDIA EN ACCIÓN. SAN LUCAS
SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2015.** Así mismo solicito que el Lic. Arnulfo
Guzmán, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Orlando Adonías Blas Pérez
11003367


Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2014

Señor
Orlando Adonías Blas Pérez
Presente

Estimado Señor Blas:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN FOLLETO INTERCULTURAL PARA COMUNICAR ACERCA DE LA CULTURA GUATEMALTECA Y TEMAS DE SEGURIDAD A GRUPOS ESTADOUNIDENSES QUE LLEGAN AL PAÍS A PROVEER AYUDA SOCIAL. ORGANIZACIÓN MISERICORDIA EN ACCIÓN. SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2015.** Así mismo, se aprueba al Lic. Arnulfo Guzmán, 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 FOLLETO INTERCULTURAL PARA COMUNICAR ACERCA DE LA CULTURA GUATEMALTECA Y TEMAS DE SEGURIDAD A GRUPOS ESTADOUNIDENSES QUE LLEGAN AL PAÍS A PROVEER AYUDA SOCIAL. ORGANIZACIÓN MISERICORDIA EN ACCIÓN. SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2015.** Presentado por el estudiante: Orlando Adonías Blas Pérez, con número de carné: 11003367, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de marzo de 2015

Señor
Orlando Adonías Blas Pérez
Presente

Estimado Señor Blas:

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, 14 de mayo de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

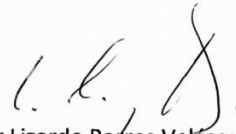
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN FOLLETO INTERCULTURAL PARA COMUNICAR ACERCA DE LA CULTURA GUATEMALTECA Y TEMAS DE SEGURIDAD A GRUPOS ESTADOUNIDENSES QUE LLEGAN AL PAÍS A PROVEER AYUDA SOCIAL. ORGANIZACIÓN MISERICORDIA EN ACCIÓN. SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ, SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2015***, del estudiante Orlando Adonías Blas Pérez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 06 de mayo de 2015

Señor
Orlando Adonías Blas Pérez
Presente

Estimado Señor Blas:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN FOLLETO INTERCULTURAL PARA COMUNICAR ACERCA DE LA CULTURA GUATEMALTECA Y TEMAS DE SEGURIDAD A GRUPOS ESTADOUNIDENSES QUE LLEGAN AL PAÍS A PROVEER AYUDA SOCIAL. ORGANIZACIÓN MISERICORDIA EN ACCIÓN. SAN LUCAS SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2015.** Presentado por el estudiante: Orlando Adonías Blas Pérez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD GALILEO

Rector

Doctor Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Doctora Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Secretario General

Licenciado Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciado Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciado Rualdo Anzueto M.s.C.

Dedicatoria

Los caminos más difíciles por donde se transita en la vida, tienen el potencial de hacernos sentir como si estuviéramos solos, pero la realidad es totalmente opuesta. Aunque pensemos que avanzamos solos, hay muchas personas que nos apoyan y animan a seguir adelante cada día.

Principalmente mi agradecimiento lo hago a Dios, creador y sustentador de mi vida, quien me ha acompañado desde antes nacer y ha prometido nunca abandonarme. Siendo siempre mi compañero fiel en momentos de éxito como de derrota y quien me ha tendido la mano para esforzarme y continuar hasta terminar este proyecto. “Gracias, Dios”.

Agradezco enormemente a mi esposa Jenni y a mi hija Sasha, quienes me han apoyado incondicionalmente, siendo mi inspiración y mi fuerza para continuar y no detenerme por nada. Las amo demasiado, mis amores, ¡juntos hasta la eternidad!

También agradezco a mis papás: Daniel y Rebeca Blas, quienes me criaron y se esforzaron porque algún día pudiera avanzar en la vida. Mil gracias por sus oraciones y ejemplo, los amo.

A mis suegros Tim y Susie Arnold, quienes desde el principio me apoyaron incondicionalmente y sin ningún interés, para que pudiera iniciar y terminar la carrera. Son los mejores suegros que alguien pudiera tener.

No quisiera olvidarme de mis hermanos y demás familiares cercanos a quienes aprecio mucho.

Finalmente agradezco a mis catedráticos universitarios, quienes me enseñaron sus destrezas y conocimientos en comunicación y diseño; así también a mis compañeros, quienes compartieron conmigo durante cuatro años.

Resumen

Misericordia en Acción no cuenta con un manual intercultural que le permita proveer a grupos provenientes de Estados Unidos, información de seguridad y cultura guatemalteca.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar de un folleto intercultural para comunicar acerca de la cultura guatemalteca y temas de seguridad a grupos estadounidenses que llegan al país a proveer ayuda social. Organización misericordia en acción.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por personas entre 20 a 50 años, hombre y mujeres de nacionalidad estadounidense con un nivel socioeconómico medio B y C+ y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue el diseño de un folleto intercultural para comunicar acerca de la cultura guatemalteca y temas de seguridad a grupos estadounidenses que llegan al país a proveer ayuda social. Organización misericordia en acción y se recomendó continuar creando proyectos de comunicación para los grupos de ayuda para que conozcan más de la cultura guatemalteca.

Hoja de autoría

Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este proyecto.

ÍNDICE

- i. Carta de solicitud de tema
- ii. Carta de aprobación de tema y asesor
- iii. Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto
- iv. Carta de información de examen privado
- v. Carta de corrector de estilo
- vi. Carta de publicación del proyecto
- vii. Autoridades de la Universidad
- viii. Dedicatoria
- ix. Resumen
- x. Hoja de autoría
- xi. Índice

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Introducción.....	1
II. PROBLEMÁTICA.....	3
2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	4
2.3 Justificación.....	4
2.3.1 Magnitud.....	5
2.3.2 Vulnerabilidad.....	6
2.3.3 Trascendencia.....	6
2.3.4 Factibilidad.....	6
III. OBJETIVOS DE DISEÑO.....	8

3.1. Objetivo general.....	8
3.2. Objetivos específicos.....	8
3.2.1. Investigar toda la información relacionada a la comunicación intercultural y el diseño editorial para el desarrollo del proyecto.	8
3.2.2. Recopilar información acerca de las medidas de seguridad que la Organización Misericordia en Acción crea oportuna para los estadounidenses que vienen al país a prestar ayuda social.	8
3.2.3. Diagramar de forma ordenada y estética el folleto intercultural para que el grupo objetivo se sienta identificado con el mismo.....	8
IV. MARCO DE REFERENCIA	9
4.1. Información general del cliente.....	9
4.1.2. Oportunidad identificada.....	10
4.1.3. Misión.....	10
4.1.4. Visión.....	10
4.1.5. Delimitación geográfica	10
4.1.6. Grupo objetivo	10
4.1.7. Principal beneficio al grupo objetivo	11
4.1.8. Objetivo de comunicación	11
4.1.9. Estrategia de comunicación	11
4.1.10. Reto del diseño y trascendencia	11
4.1.11. Material a realizar	11
4.1.12. Datos del logotipo.....	12
4.1.13. Presupuesto	12
4.1.14. Organigrama	13
4.1.15. FODA	13
V. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO.....	16
5.1 Perfil geográfico	16
5.2 Perfil demográfico.....	17
5.3 Perfil psicográfico.....	21
5.4 Perfil conductual.....	21
VI. MARCO TEÓRICO	22
6.1 Conceptos relacionados al cliente	22
6.1.1 Organización	22

6.1.2 Ayuda social	22
6.1.3 Grupo	22
6.1.4 Grupos de ayuda	22
6.1.5 Estadounidense.....	23
6.1.6 Folleto intercultural	23
6.1.7 Bilingüe.....	23
6.1.8 Escuela	23
6.1.9 Aldea el Zapote Escuintla	23
6.1.10 San Lucas Sacatepéquez	23
6.1.11 Texto	24
6.1.12 Partes de un folleto.....	24
6.1.13 Seguridad	24
6.1.14 Cultura.....	25
6.1.15 Consejos –tips-	25
6.1.16 Glifos mayas	25
6.2 Conceptos fundamentales relacionados a la comunicación y el diseño.....	25
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados a la comunicación.....	26
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	30
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	32
6.3.1 Ciencias	32
6.3.2 Artes	36
6.3.3 Teorías.....	37
6.3.4 Tendencias	39
VI. PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR.....	40
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	40
7.1.1 Aplicación de la comunicación en la creación del folleto intercultural bilingüe	40
7.1.2 Aplicación del diseño en la creación del folleto intercultural bilingüe.....	40
7.1.3 Aplicación de la diagramación en la creación del folleto intercultural bilingüe.....	41
7.1.4 Aplicación de la semiología del discurso en la creación del folleto intercultural bilingüe	41
7.1.5 Aplicación de la semiología de la imagen en la creación del folleto intercultural bilingüe.....	41
7.1.6 Aplicación de la sociología en la creación del folleto intercultural bilingüe.....	42
7.1.7 Aplicación de antropología en la creación del folleto intercultural bilingüe.....	42

7.1.8 Aplicación de la Psicología de la comunicación en la creación del folleto intercultural bilingüe	42
7.1.9 Aplicación de Andragogía en la creación del folleto intercultural bilingüe	42
7.1.10 Aplicación de tipografía en la creación del folleto intercultural bilingüe	43
7.1.11 Aplicación de la teoría del color en la creación del folleto intercultural bilingüe	43
7.1.12 Aplicación de la teoría de la Gestalt en la creación del folleto intercultural bilingüe	43
7.1.13 Aplicación de la semiótica en la creación del folleto intercultural bilingüe	43
7.1.14 Aplicación del minimalismo en la creación del folleto intercultural bilingüe	44
7.2 Conceptualización	44
7.2.1 Método	44
7.2.2 Definición del concepto	45
7.3 Bocetaje	47
7.3.1 Bocetaje a dibujo natural	48
7.3.2 Bocetaje técnico	51
7.3.3 Digitalización	55
7.4 Propuesta preliminar	63
VIII. VALIDACIÓN TÉCNICA	74
8.1 Población y muestreo	74
8.2 Método e instrumento	76
8.2.1 Método científico mediante encuestas	76
8.3 Resultados e interpretación de resultados	82
8.4 Cambios en base a los resultados	92
8.4.1 Antes	92
8.4.2 Después	92
8.4.3 Justificación	93
IX. PROPUESTA GRÁFICA FINAL	97
VIII. PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN	109
10.1 Plan de costos de elaboración	109
10.2 Plan de costos de producción	110
10.3 Plan de costos de reproducción	110
10.4 Plan de Costos de Distribución	111
10.5 Cuadro con resumen general de costos	111

XI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	112
11.1 Conclusiones	112
11.2 Recomendaciones	113
XII. CONOCIMIENTO GENERAL.....	115
12.2 Demostración de conocimientos	115
XIII. REFERENCIAS.....	117
XIII. REFERENCIAS.....	122
Anexo A	122
Anexo B	124
Anexo C	127
Anexo D.....	130
Anexo E	131

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción

La organización Misericordia en Acción es una organización no lucrativa que desde 2001 se dedica a prestar ayuda social en el área de Escuintla. Particularmente en la Aldea Guadalupe El Zapote, que pertenece como aldea a la cabecera departamental de Escuintla. Sus oficinas centrales se ubican en la 3 avenida 2-04 de San Lucas Sacatepéquez.

El acceso a la población es difícil, ya que para llegar a ella se debe atravesar 4 ríos y los vehículos deben tener doble tracción. Esta población que se inició como una finca de corte de caña de azúcar carece de muchos servicios básicos y de esta manera la organización Misericordia en Acción decidió fundar una escuela donde se provee educación y alimentación gratuita a más de 200 niños desde primero primaria hasta tercero básico.

Luego de conocer la problemática de la población y de entender cómo es que grupos de ayuda provenientes en su mayoría de Estados Unidos enfrentan un choque cultural fuerte, se encontró la enorme necesidad de ofrecerles un material impreso en su idioma para de alguna manera dar a conocer la cultura y consejos de seguridad para utilizarlos en su estadía en el país.

El material impreso necesario para dar a conocer cultura y seguridad a estos grupos es un folleto de 20 páginas, que es una herramienta física con la cual pueden obtener información que va desde números telefónicos importantes hasta comportamiento en las poblaciones que visitan; y dicho material es concebido en el proyecto:

“Diseño de un folleto intercultural para comunicar acerca de la cultura guatemalteca y temas de seguridad a grupos estadounidenses que llegan al país a proveer ayuda social. Organización misericordia en acción”.

En este proyecto se investigarán todos los conceptos necesarios relacionados con la comunicación y el diseño, para emplearlos correctamente y científicamente en la creación del folleto para que el grupo objetivo se identifique y sea persuadido por el mismo.

Asimismo, se utilizarán las ciencias, teorías y tendencias, las que respaldarán la investigación como la concepción y desarrollo del proyecto. Entre ellas se puede mencionar a la Sociología, la Andragogía, la Psicología, la Sociología, la Semiología de la imagen y del discurso, teoría de la comunicación, tendencia minimalista, y otras ciencias y teorías.

Así es como el objetivo general para el proyecto es:

“Diseñar de un folleto intercultural para comunicar acerca de la cultura guatemalteca y temas de seguridad a grupos estadounidenses que llegan al país a proveer ayuda social. Organización misericordia en acción.”

El método de investigación está basado en el enfoque cuantitativo, que es utilizado para obtener resultados fiables provenientes de la investigación a través de la encuesta; realizado en este caso a 5 expertos de diseño gráfico y/o comunicación, 1 cliente y 44 personas del grupo objetivo. Este último con edades entre 20 a 50 años, de nacionalidad estadounidense.

Con todo lo anterior, utilizado de manera crítica y basada en el método científico, se diseñó un folleto intercultural para la organización Misericordia en Acción, que permite comunicar acerca de cultura guatemalteca y temas de seguridad, a grupos norteamericanos que llegan al país a proveer ayuda social.

CAPITULO II

PROBLEMÁTICA

II. PROBLEMÁTICA

La organización Misericordia en Acción, no cuenta con un folleto intercultural para comunicar acerca de la cultura guatemalteca y temas de seguridad, a grupos estadounidenses que llegan al país a proveer ayuda social.

2.1 Contexto.

La organización Misericordia en Acción tiene como razón de ser la ayuda social, con escuelas de ayuda denominadas Fuente de Esperanza, que proveen a los estudiantes educación gratuita con alimentación. Además, se dedica a la construcción de casas construidas en tiempo récord para familias de escasos recursos. Y también a la construcción de estufas mejoradas, que son ampliamente conocidas por sus beneficios en ahorro de leña y control del humo, lo que da como resultado la ausencia de enfermedades respiratorias provocadas por inhalar humo.

Así es como grupos provenientes del extranjero llegan a Escuintla a proveer ayuda, pero no cuentan con un material intercultural que les permita conocer de primera mano cómo comportarse en las diversas situaciones y choques culturales.

En muchos casos, las personas se acercan a los extranjeros para pedir dinero o algún artículo personal, y estos no saben cómo comportarse ante tales situaciones.

Además, las fotografías tomadas por los extranjeros pueden llegar a ser un insulto para los pobladores, quienes sufren extrema pobreza por la falta de oportunidades de empleo. Esto se convierte en un puente roto y hace sentir a los pobladores como un trofeo obtenido a través de una ayuda social.

Por otro lado, el desconocimiento de la situación real del país en cuanto a seguridad debe ser expuesto para proveer información veraz, para no cometer errores que terminen en un asalto o pérdida de algún objeto valioso.

La creación del folleto intercultural permitirá a la organización Misericordia en Acción, a preparar a los grupos para las situaciones cotidianas por las que pasarán durante los días que estén trabajando en el país.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.

La organización Misericordia en Acción no cuenta con un folleto intercultural para comunicar acerca de la cultura guatemalteca y temas de seguridad a grupos estadounidenses que llegan al país a proveer ayuda social.

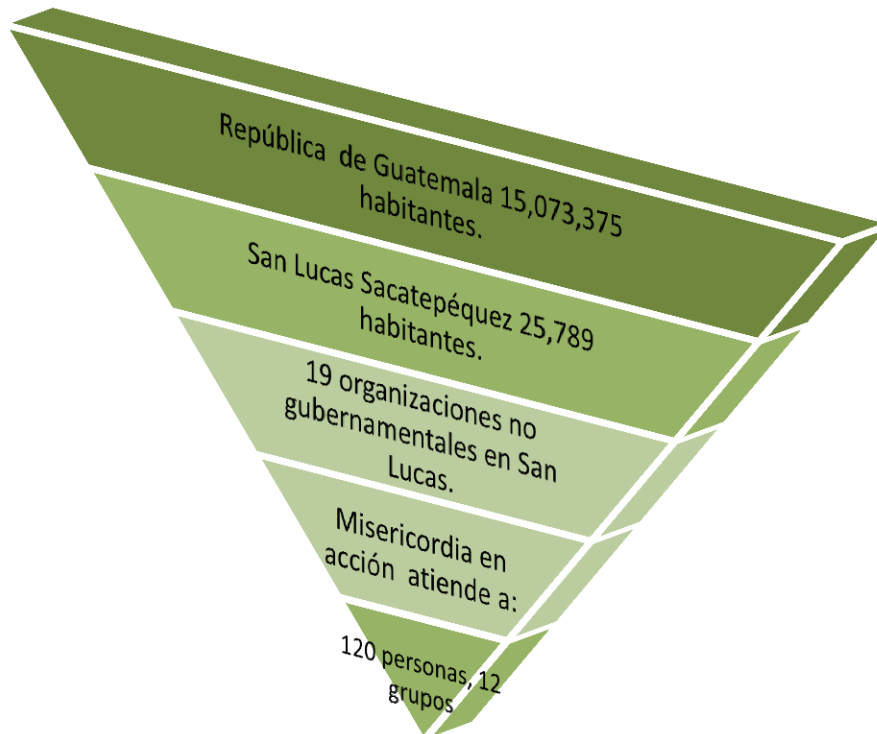
2.3 Justificación

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

2.3.1 Magnitud.

Según el INE, al 30 de Junio de 2012, según las proyecciones de población, el número de habitantes de ambos sexos para la república fue de 15,073,375. Además, la población creció 2.44% entre 2011 y 2012, una cifra normal para América Latina.¹

Además, el departamento de Sacatepéquez según las proyecciones de población, el número de habitantes del departamento fue de 323,283, representando el 2.1% de la población total. La población creció 2.1% entre 2011 y 2012, porcentaje superior a la tasa de crecimiento nacional, que fue de 2.3%.²



¹ <http://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/02/26/5eTCcFIHErnaNVeUmm3iabXHakgXtw0C.pdf>

² <http://205.234.136.4/~inegobgt/sistema/uploads/2013/12/09/W9ZZf6KDsr4XSzT3uH64HwsZKbt7Q3OZ.pdf>

2.3.2 Vulnerabilidad

Ante la falta de un material bilingüe e intercultural que provea información, los grupos de ayuda estadounidenses se enfrentan a dilemas y choques culturales. De no cambiar la situación, los grupos seguirán desconociendo la cultura de los lugares donde trabajan en sus viajes de ayuda.

2.3.3 Trascendencia

Con la creación del folleto intercultural se logrará disminuir el problema del desconocimiento de la cultura guatemalteca por parte de los grupos de ayuda norteamericanos. El folleto alcanzará a 12 grupos cada año, con un total de 120 personas.

2.3.4 Factibilidad

2.3.4.1 Recursos Humanos

La organización Misericordia en Acción cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo, funcionamiento de los demás recursos, lo que da la posibilidad de desarrollar las funciones que desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

El director de la organización Misericordia en Acción autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la organización para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos

La organización Misericordia en Acción cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilitan la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

La organización Misericordia en Acción cuenta con el equipo y las herramientas indispensables que permitan al comunicador-diseñador elaborar el material requerido.

La organización Misericordia en Acción puede reproducir el material en la localidad de San Lucas Sacatepéquez, ya que existen imprentas que pueden ser contratadas para reproducir el material.

La organización Misericordia en Acción cuenta con lo necesario para distribuir el resultado del proyecto de graduación.

Además, se utilizará una computadora Toshiba Satellite, que se encuentra en la oficina de Misericordia en Acción, así como una cámara Canon T2i con lente 18-55.

CAPITULO III

OBJETIVOS DE DISEÑO

III. OBJETIVOS DE DISEÑO

3.1. Objetivo general

Diseñar de un folleto intercultural para comunicar acerca de la cultura guatemalteca y temas de seguridad a grupos estadounidenses que llegan al país a proveer ayuda social. Organización misericordia en acción.

3.2. Objetivos específicos

3.2.1. Investigar toda la información relacionada a la comunicación intercultural y el diseño editorial para el desarrollo del proyecto.

3.2.2. Recopilar información acerca de las medidas de seguridad que la Organización Misericordia en Acción crea oportuna para los estadounidenses que vienen al país a prestar ayuda social.

3.2.3. Diagramar de forma ordenada y estética el folleto intercultural para que el grupo objetivo se sienta identificado con el mismo.

CAPITULO IV

MARCO DE REFERENCIA

IV. MARCO DE REFERENCIA

4.1. Información general del cliente.

Nombre: Organización Misericordia en Acción.

Dirección: 3ra. Avenida 2-04, zona 1 de San Lucas Sacatepéquez.

Contacto: teléfonos de oficina: 7830-1298 y 4067-6975

E-mail: iglesiagalileaacm@yahoo.com

Web: iglesiagalileaacm.wix.com/español

Blog: iglesiagalileablog.wordpress.com

Iglesia Galilea, que es parte de la denominación evangélica Alianza Cristiana y Misionera, se ubica en la 3ra. Avenida 2-04, zona 1 de San Lucas Sacatepéquez.

Su organización de ayuda social se denomina: Misericordia en Acción, que se dedica desde 2001 a proveer educación a niños de escasos recursos en el área de Escuintla y Sacatepéquez.

En Escuintla cuenta con una escuela en cada municipio que ofrece educación desde primero primaria hasta tercero básico. En Sacatepéquez, de primero a sexto primaria. En ambas la educación es totalmente gratuita, además de alimentación. En ambas escuelas se atiende a más de 250 niños.

Además de las escuelas denominadas Fuente de Esperanza, se dedica a la construcción de casas hechas de lámina, construidas en un día y con materiales nuevos. Pero también, construye estufas mejoradas, que ahorran grandes cantidades de leña y reducen notablemente las enfermedades respiratorias. También se dedica a la ayuda a viudas y otras personas que necesitan ayuda económica y espiritual.

4.1.2. Oportunidad identificada

Al concluir la reunión con los directores de la organización Misericordia en Acción, se vio la necesidad de crear un folleto intercultural que informe a los grupos norteamericanos que vienen a realizar ayuda social al país.

4.1.3. Misión

Llevar un mensaje de esperanza al necesitado a través de la ayuda social y la educación, para cambiar el futuro de los niños alcanzados.

4.1.4. Visión

Ser una institución de ayuda social que alcance a más personas necesitadas, para cambiar sus vidas física y espiritualmente.

4.1.5. Delimitación geográfica

1. Aldea Guadalupe El Zapote, Escuintla, Escuintla.
2. Aldea El Membrillal, Magdalena Milpas Altas, Sacatepéquez.

4.1.6. Grupo objetivo

Hombres y mujeres con un rango de edad entre 20 a 50 años, que viven principalmente en los Estados Unidos de América. Nivel medio B y C+.

4.1.7. Principal beneficio al grupo objetivo

Conocer de primera mano la cultura guatemalteca y consejos de seguridad que les ayudará en su corta estancia en el país.

4.1.8. Objetivo de comunicación

Transmitir información a través del folleto intercultural escrito en inglés y español, para que grupos norteamericanos conozcan más acerca del país y la cultura de sus habitantes, principalmente de las áreas donde darán ayuda social.

4.1.9. Estrategia de comunicación

Crear un folleto intercultural bilingüe, que sea ampliamente legible. Que informe adecuadamente sobre cultura y seguridad a los grupos provenientes de Estados Unidos, que llegan al país para proveer ayuda social.

4.1.10. Reto del diseño y trascendencia

Con la entrega del folleto intercultural bilingüe, se espera dar a conocer seguridad y cultura guatemalteca de las áreas donde estos grupos trabajarán.

4.1.11. Material a realizar

Folleto intercultural bilingüe, para su distribución en reuniones informativas pre-trabajo con grupos norteamericanos que llegan al país a prestar ayuda social.

4.1.12. Datos del logotipo

Colores: El logotipo está compuesto por los colores verde, anaranjado, amarillo, celeste y café.

Solamente se permite su variación en escala de grises.

Tipografía: Gotham Bold y Light.

Forma: Cuadrada.

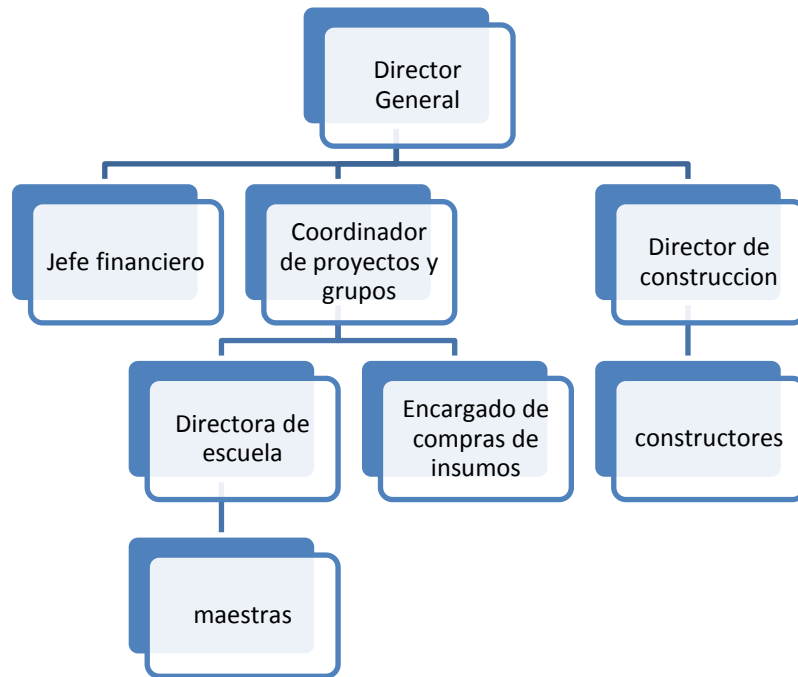
Logotipo:



4.1.13. Presupuesto

Q.8, 000.00

4.1.14. Organigrama



4.1.15. FODA

Fortalezas

- Instalaciones apropiadas para enseñar a los niños
- Empleados capacitados y dispuestos a trabajar en equipo
- Vehículos en excelente estado
- Fondos necesarios para un óptimo funcionamiento
- Instalaciones apropiadas para oficinas administrativas
- Personal bilingüe en todos los niveles de la organización
- Planes de trabajo bien establecidos, con metas claras y realistas

Oportunidades

- Llegar a más personas para proveerles ayuda social
- Darse a conocer como una organización sin fines de lucro
- Conseguir más patrocinadores, para proveer mejor educación, alimentación y salud a los niños que están en el programa
- Crecer para extender la ayuda humanitaria
- Dar a conocer por medio de la internet más del trabajo que se realiza
- Ayudar a niños en otras áreas del país
- Subir el nivel de educación en las escuelas de la organización

Debilidades

- Poco personal de trabajo
- Se cuenta con muy pocos traductores para grupos grandes
- Se deben alquilar vehículos tipo camionetilla para transportar grupos grandes
- Las escuelas tienen construcciones terminadas en 85%
- No existe hasta el momento ningún material impreso para darse a conocer
- La página de Facebook tiene muy pocas actualizaciones
- El equipo de trabajo es muy reducido

Amenazas

- Por falta de comunicación se pueden perder patrocinadores

- Los patrocinadores se pueden desanimar por no ser atendidos adecuadamente durante su estancia en el país
- No informar correctamente al patrocinador de avances y éxitos
- Malas condiciones del camino que lleva a la escuela a causa del volcán de fuego
- Asaltos en la ruta
- No cumplir con los programas establecidos
- Deserción escolar causada por el interés de los padres para que sus hijos trabajen

CAPITULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

V. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

El folleto intercultural será dirigido a personas estadounidenses con un perfil socioeconómico de clase media alta (ver tabla 1), que tienen edades aproximadas de 20 a 45 años, de género masculino y femenino. Con un estilo de vida holgado, con intereses en: información, salud, tecnología, viajes, entre otros.

El departamento de Sacatepéquez cuenta con un clima primaveral, exceptuando los meses de diciembre y enero. La temporada invernal inicia en mayo y finaliza en octubre. Entre tanto, el verano ocupa el resto del año.

En cuanto al departamento de Escuintla su clima es cálido durante todo el año. La temporada lluviosa inicia desde abril hasta noviembre, aunque de manera intermitente.

Los grupos de ayuda provenientes de los Estados Unidos, quienes son el grupo objetivo que se encuentran en su estancia en el país, en San Lucas Sacatepéquez y en la aldea Guadalupe El Zapote, en Escuintla.

En el departamento de Sacatepéquez se encuentran ubicadas las oficinas y hospedaje para los grupos, mientras que en Escuintla están los lugares donde se presta la ayuda social.

5.1 Perfil geográfico

Según el INE, al 30 de Junio de 2012, según las proyecciones de población, el número de habitantes ambos sexos para la república fue de 15,073,375. Además, la población creció 2.44% entre 2011 y 2012, una cifra normal para América Latina.³

³ <http://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/02/26/5eTCcFIHERnaNVeUmm3iabXHaKgXtw0C.pdf>

Según las proyecciones de población, el número de habitantes del departamento fue de 716,204, representando el 4.8% de la población total.⁴

La aldea Guadalupe el Zapote, es parte del municipio de Escuintla, que también es cabecera del departamento del mismo nombre. La comunidad está ubicada a 8 kilómetros de la ruta nacional 14 (RN14). Para llegar a la población se debe pasar por 4 ríos, el más grande de todos El Achiguate que fluye desde el Volcán de Fuego.

El clima que predomina en la mayor parte del municipio es cálido, registrándose temperaturas entre 21 grados la mínima y 34 grados centígrados la máxima. Las lluvias de mayo a octubre, generan un promedio de 2982 mm. En la región noroeste del municipio se registran varios microclimas, de frío a templado por las condiciones topográficas.⁵

Es necesario destacar que el grupo objetivo es de origen estadounidense, pero será en Guatemala, específicamente en el departamento de Escuintla, donde se encontrarán trabajando.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo al que se dirigirá el material intercultural son hombres y mujeres de 20 a 45 años de edad con nivel socioeconómico de la clase media alta (ver tabla 1). Tienen un nivel de educación superior a nivel licenciatura y a menudo con estudio de postgrado. Tienen puestos de trabajo desempeñándose como profesionales y directivos superiores de sucursales de compañías reconocidas o en dinámico crecimiento. Sus ingresos superan en algunas ocasiones los 90.000 dólares anuales.

⁴ Caracterización departamental Escuintla 2012, INE. Página 13

⁵ Plan de desarrollo Escuintla, Escuintla. SEGEPLAN 2010. Página 52.

Viven en casas propias y algunas veces con financiamiento. Normalmente sus casas tienen hasta 6 habitaciones, dos baños completos, estudio, garaje para dos o más autos, cocina, comedor, dos salas. Sus viviendas se localizan normalmente en los suburbios de alguna ciudad o en algún poblado pequeño y en crecimiento.

En cuanto a salud, cuentan con seguros y periódicamente realizan exámenes para comprobar su salud y prevenir enfermedades. También cuentan con seguro de vehículo, casa, entre otros.

Sus estudios los han realizado en universidades privadas en la segunda mitad de su carrera y algunos durante toda la carrera. Estas universidades son renombradas y algunas veces en ellas han obtenido sus postgrados.

En su vivienda cuentan con todos los servicios básicos como: electricidad, drenajes, agua potable, internet y teléfono. Además, cuentan con: refrigeradora, licuadora, cafetera, estufa con horno, microondas, congelador, equipo de cómputo, entre otros.

ESCALERA DE CLASES SOCIALES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA



CLASE SOCIAL	EDUCACION	OCUPACION	INGRESOS	PORCENTAJE POBLACIONAL
CAPITALISTA	UNIVERSIDAD DE PRESTIGIO	INVENTORES Y HEREDEROS, UNOS EJECUTIVOS	\$500,000+	19%
MEDIA ALTA	COLEGIO O UNIVERSIDAD, A MENUDO CON ESTUDIOS DE POSTGRADO	PROFESIONALES Y DIRECTIVOS SUPERIORES	\$90,000+	14%
MEDIA BAJA	POR LO MENOS LA SECUNDARIA, TAL VEZ ALGUNA EDUCACION SUPERIOR O APRENDIZAJE	SEMPROFESIONAL Y DIRECTIVOS INFERIORES, ARTESANOS, CAPATACES	CERCA DE \$40,000	30%
CLASE TRABAJADORA	ESCUELA SECUNDARIA	OBROSEROS, EMPLEADOS DE OFICINA, VENTAS AL POR MENOR, ARTESANOS DE BAJA REMUNERACION	CERCA DE \$30,000	30%
TRABAJADORES POBRES	ALGUNOS ESCUELA SECUNDARIA	OBROSEROS, TRABAJADORES DE SERVICIOS, PERSONAL DE VENTAS MAL PAGADO	CERCA DE \$18,000	22%
CLASE BAJA	ALGUNOS ESCUELA SECUNDARIA	DESEMPLEADOS Y TIEMPO MEDIO, EN EL BIENESTAR SOCIAL	CERCA DE \$10,000	3%

Fuente: Basado en Gilbert, Dennis y José A. Kahl. La estructura de clase americana: Una nueva síntesis. Cuarta Ed. Homewood, Ill. Dorsey Press, 1993
 Las estimaciones de ingresos siguen Duff, Cristina. "Perfilando los mayores: Gatos gordos o víctimas hambrientas?" Wall Street Journal, 28 de septiembre de 1995a: B1, B8.
<http://6h6ancientrome.weebly.com/social-classes.html>

Tabla 1

The U.S. Social Class Ladder

Social Class	Education	Occupation	Income	Percentage of Population
Capitalist	Prestige university	Investors and heirs, a few executives	\$500,000+	1%
Upper Middle	College or university, often with postgraduate study	Professionals and upper managers	\$90,000+	14%
Lower Middle	At least high school; perhaps some college or apprenticeship	Semiprofessionals and lower managers, craftspeople, foremen	About \$40,000	30%
Working Class	High school	Factory workers, clerical workers, retail sales, low-paid craftspeople	About \$30,000	30%
Working Poor	Some high school	Laborers, service workers, low-paid salespeople	About \$18,000	22%
Underclass	Some high school	Unemployed and part-time, on welfare	About \$10,000	3%

Source: Based on Gilbert, Dennis, and Joseph A. Kahl. *The American Class Structure: A New Synthesis*. 4th ed. Homewood, Ill.: Dorsey Press, 1993. Income estimates follow Duff, Christina. "Profiling the Aged: Fat Cats or Hungry Victims?" *Wall Street Journal*, September 28, 1995a: B1, B8.

Tabla 2

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

Tabla 3

5.3 Perfil psicográfico.

- Estilo de vida: Familiar y social.
- Hábitos: Trabajar, estudiar, negociar, leer.
- Hobbies: Deportes, lectura, compras, arte, viajes al interior y exterior de Estados Unidos.
- Actividades: Negocios, estudios, interesados en la ayuda social y comunitaria, religiosos.
- Comportamiento psicológico: Muy interesados en ayudar a los necesitados, con gran hábito en la lectura y en la adquisición de conocimiento nuevo.
- Costumbres: Asistir a actividades sociales y religiosas, cine y artes, actividades benéficas y de salud.

5.4 Perfil conductual.

- Actitud ante el producto: positiva y de gran interés.
- Personalidad: Serio con deseos de conocer acerca de cultura y seguridad. Sincero, interesado, optimista, con deseos de aprender.
- Conducta: Activo, sociable, comunicativo, agradecido.
- Ocasión y beneficios de compra:
- Comportamiento ante el producto: Feliz de tener en sus manos un material informativo y necesario.

CAPITULO VI

MARCO TEÓRICO

VI. MARCO TEÓRICO

6.1 Conceptos relacionados al cliente

6.1.1 Organización

Según Wikipedia, es una estructura social que ha sido creada para alcanzar metas por medio de la gestión humana, y ha sido compuesta para cumplir con funciones especializadas y planeadas.

6.1.2 Ayuda social

El sitio de internet definicionaabc.com, explica que la ayuda social se caracteriza por dar un soporte o auxilio a la parte necesitada de una sociedad, ayudándoles en los ámbitos educativos, sanitarios, financieros, psicológicos, entre otros. Esta ayuda pretende en la mayoría de los casos, solucionar problemas no permanentes; en otros casos busca solucionar problemas de fondo como la educación.

6.1.3 Grupo

Según el sitio de internet wordreference.com, un grupo consta de dos o más individuos, que tienen objetivos específicos y metas comunes.

6.1.4 Grupos de ayuda

Wikipedia indica que los grupos de ayuda son aquellos que con una meta y objetivos específicos buscan ayudar a un segmento necesitado de la sociedad, prestándole asistencia.

6.1.5 Estadounidense

El diccionario de la Real Academia Española, dice que estadounidense es una persona que es ciudadana de los Estados Unidos de América.

6.1.6 Folleto intercultural

Definición ABC, indica que es un material diagramado y estético, impreso o digital que tiene como finalidad proporcionar información acerca de una cultura poco conocida para el lector.

6.1.7 Bilingüe

Wikipedia dice que bilingüe es una persona que habla dos idiomas. Para este caso, se referirá al idioma inglés y al español.

6.1.8 Escuela

Según definición ABC, escuela se refiere a un establecimiento o lugar a donde las personas asisten para aprender. Puede referirse al edificio, enseñanza, aprendizaje, metodología del maestro, o a los docentes.

6.1.9 Aldea el Zapote Escuintla

Según Wikipedia, es una de las cuatro aldeas que tiene el municipio de Escuintla, del departamento de Escuintla al sur de Guatemala en Centro América.

6.1.10 San Lucas Sacatepéquez

Según Wikipedia, es un municipio con 25,198 habitantes según el censo del INE, y está ubicado en el departamento de Sacatepéquez en Guatemala Centro América.

6.1.11 Texto

Según wordreference.com, la palabra texto describe a un grupo de enunciados en por lo menos un párrafo, que permiten dar un mensaje ordenado y coherente de manera escrita. Es una estructura que se compone por signos y una escritura determinada que da espacio a una unidad con sentido.

6.1.12 Partes de un folleto

Según slideshare.net, trata acerca de la división o partes tituladas de un material impreso o digital que se utilizan para ordenar el contenido.

6.1.12.1 Secciones y contenidos comúnmente utilizados en un folleto

- **Portada:** Es la presentación del material, la primer cosa que se ve.
- **Índice:** Define el contenido del material con referencia al número de página.
- **Saludo:** Normalmente contiene una bienvenida y un abstrac del contenido.
- **Secciones:** Son los segmentos o contenidos nombrados por títulos.
- **Fotografías:** Son las imágenes digitales que acompañan a los segmentos.
- **Mapas:** Describen un lugar y acompañan una noticia relevante.

6.1.13 Seguridad

Definición ABC, indica que es el estado ideal donde las condiciones que podrían provocar daño físico, psicológico o material son controladas para guardar la salud y el bienestar físico y mental de los individuos.

6.1.14 Cultura

Según Wikipedia, abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura.

6.1.15 Consejos -tips-

Según wordreference.com, proviene del término en inglés “consejo” proveniente del verbo “aconsejar”. Se puede definir entonces como consejos o sugerencias para advertir o enseñar sobre algo.

6.1.16 Glifos mayas

Wikipedia indica que la escritura maya se compone de un complejo conjunto de glifos que laboriosamente se pintaban en cerámica, muros, o códices; se tallaban en madera o piedra (en los que destacan los trabajos en las estelas e interiores de ciertas pirámides); o se moldeaban en estuco.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados a la comunicación y el diseño

En la realización de este proyecto se investigarán conceptos reales y necesarios acerca de comunicación; todo con el fin de crear un material que logre persuadir, comunicar y ayudar al grupo objetivo a obtener información necesaria e importante.

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados a la comunicación

La comunicación es un proceso en el que a través de palabras, gestos, escritura, señas, y posturas corporales, se envía un mensaje. Donde participa generalmente un emisor y un receptor y se hace a través de un canal. Todo con el propósito de transmitir y compartir un mensaje específico.

6.2.1.1 Definición de comunicación

Según Carlos Interiano (1997), la comunicación es un fenómeno de interacción social. Esto es un hecho indiscutible. Toda sociedad necesita, para su desarrollo, establecer relaciones entre los hombres, y estos con sus instituciones. Y para ello, es incuestionable que debe hacerlo utilizando la comunicación, en cualesquiera de sus manifestaciones.

Según María del Socorro Fonseca (2000), comunicación es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes.

Etimológicamente la palabra comunicación proviene del latín "comunis" que significa "común". Así que comunicar, significa transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos "en común" con otro. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido. Y un código es un conjunto de símbolos y signos, los cuales deben ser compartidos por los protagonistas del proceso.

La comunicación es entendida por la mayoría de personas como el proceso por el cual se entabla una plática. Misma que utiliza palabras, al mismo tiempo que se acompaña de gestos y alguna postura corporal.

6.2.1.2 Esquema de comunicación

Según Wikipedia, los elementos del sistema de comunicación se definen así:

Código: Sistema de signos o elementos que se combinan para dar a conocer algo. El código lingüístico debe ser conocido por el emisor y el receptor para que se sepa y conozca el mensaje que se está transmitiendo.

Emisor: Es el sujeto de la comunicación.

- Encargado de emitir el mensaje.
- Pone las reglas de juego.
- Es el único sujeto activo.
- No siempre es una persona.

Mensaje: Conjunto de ideas, órdenes y sentimientos

Canal: Vehículo, medio o instrumento a través del cual se transmite el mensaje.

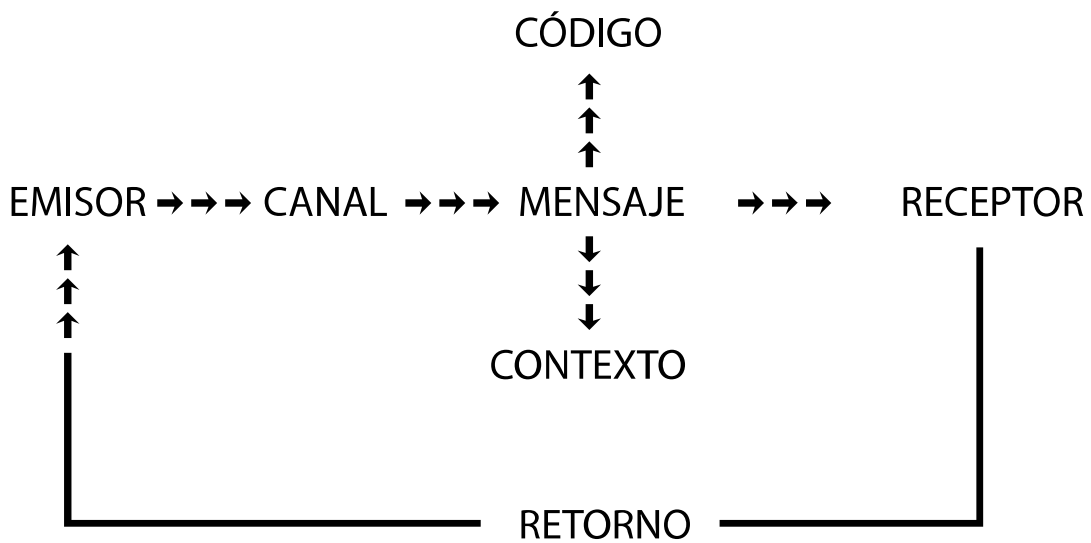
Receptor:

- Encargado de recibir y decodificar e interpretar el mensaje.
- Debe conocer el código que el emisor está utilizando.

- No necesariamente es una persona.

Retroalimentación: Proceso de respuesta otorgada por el receptor. Si no existe no es comunicación.

A continuación se presenta un esquema básico de comunicación:



6.2.1.3 Funciones de comunicación

Según Román Jacobson (1975), las funciones del lenguaje son:

Referencial: Se reconoce cuando se da una información objetiva acerca de un hecho o un estado

Emotiva: Centrada en el emisor del mensaje. Se distingue cuando se manifiesta su realidad subjetiva (sentimientos, emociones, opiniones).

Apelativa: Se centra en el receptor, apela directamente a él, dando órdenes, solicitando, preguntando o intentando persuadir para que actúen de determinada forma. En síntesis, tratando de dirigir su conducta.

Fática: Se refiere al canal, se identifica cuando la comunicación se centra en establecer, cerrar o verificar la calidad del contacto entre los interlocutores.

Metalingüística: La asignatura del lenguaje es una situación comunicativa.

Poética: Le interesa la forma en que se estructura el mensaje

Jacobson continúa con las funciones de carácter social

Informativa: Relatar de forma objetiva sobre lo que acontece en su país de origen y en el mundo

Entretención: Relatar de forma objetiva sobre lo que acontece en su país de origen y en el mundo

Educativa: Ser canal para la recepción, aumento de conocimientos y valores. Junto a los padres, la escuela y la iglesia, los medios sirven para aprender.

6.2.1.4 Tipos de comunicación

a). Comunicación literaria

b) Comunicación visual

c) Comunicación editorial

d) Comunicación intercultural

La comunicación intercultural estudia y define, cómo personas de diferentes culturas se comunican como emisores y receptores. Es aquella que resulta a causa de la interacción entre personas de idioma y cultura distinta.

Según Miquel Rodrigo Alsina (1999), para que la comunicación intercultural sea eficaz se necesitan cinco elementos importantes:

1. Debe haber motivación para conocer la otra cultura.
2. Se debe tomar conciencia de la cultura propia y de sus procesos comunicacionales.
3. Se debe prestar atención a la comunicación no verbal de la otra cultura.
4. Los malentendidos forman parte de los encuentros interculturales.
5. Debe existir un esfuerzo para entender el sentido y la intención de las palabras de las personas de la otra cultura para buscar su significado original.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Definición de diseño

Según Roger Walton (1985), el diseño es un proceso destinado a seleccionar y organizar un conjunto de elementos para crear y producir objetivos visuales, estéticos y legibles.

6.2.2.2 Definición de diseño gráfico

Según Roger Walton (1985), se llama diseño gráfico a la transformación de ideas y conceptos en una forma de orden estructural y visual.

Adrián Shaughnessy (2006), nos refiere la definición de Jessica Helfand que dice: El diseño gráfico es un lenguaje visual que aúna armonía y equilibrio, luz y color, proporción y tensión, forma y contenido. Pero también es un lenguaje idiomático, un lenguaje de señales y retruécanos⁶ y símbolos y alusiones de referencias culturales y deducciones de percepción que retan al intelecto y a la vista.

⁶ Retruécano es una figura que consiste en cambiar el orden de los términos de una frase para construir otra que contraste con la anterior: la expresión "Debes comer para vivir, y no vivir para comer", es un retruécano.

6.2.2.3 Elementos del diseño gráfico

a) Diagramación

b) Fotografía

c) Ilustración

d) El color

e) Tipografía

6.2.2.4 Tipos de diseño

a) Diseño web

b) Diseño audiovisual

c) Diseño editorial

Según David Zanon (2007), el diseño editorial es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio texto, imágenes y, en algunos casos, multimedia; tanto en soportes tradicionales como electrónicos. Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios.

6.2.2.5 Adobe® InDesign®

Según Adobe.com, Adobe InDesign actualmente es un programa que forma parte de Adobe CC (Creative Cloud), que es una aplicación profesional que va dirigida a diseñadores gráficos y a maquetadores profesionales. Su principal uso es para composiciones digitales de material destinado a la impresión, así como para uso electrónico.

6.2.2.6 Textos editoriales

Según David Zanon (2007), un editorial es un género periodístico-expositivo, que consiste en un texto no firmado o probablemente si es firmado que explica, valora y juzga un hecho noticioso de especial importancia. Se trata de una opinión colectiva, de un juicio institucional formulado en concordancia con la línea ideológica también conocida como línea del medio. En otras palabras, es una opinión o comentario que hace el editor sobre la noticia, y escrita según las experiencias del editorialista.

6.2.2.7 Diagramación

Rafael López (2011), indica que la diagramación, también llamada maquetación, es el proceso y el resultado de distribuir los contenidos que integran cada una de las páginas de un periódico: textos, imágenes y publicidad.

6.2.2.8 Ilustración

Según Wikipedia, las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras. Esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje, como las pinturas rupestres, y los mosaicos religiosos.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias

6.3.1.1 Semiología

Ana María Pedroni (2004), define a la semiología como la encargada de estudiar científicamente, todos los procesos de significación que hacen posible la comunicación en general y la

comunicación humana en particular, los diferentes textos en donde el proceso adquiere una concreción perceptible y los medios para producirlos, es decir los signos, los códigos y los discursos.

Por su parte Ferdinand de Saussure (1949), indica lo siguiente: “La lengua es un sistema de signos que expresan ideas, y por eso comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares, etc., etc. Solo que es el más importante de todos esos sistemas. Se puede, pues, concebir una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social.

a) Semiología del discurso

Según Wikipedia, la semiología del discurso analiza los fenómenos, objetos y sistemas de la significación, de los lenguajes y de los discursos y los procesos a ellos asociados (producción e interpretación). Toda producción e interpretación del sentido constituye una práctica significativa, un proceso de semiosis que se vehiculiza mediante signos y se materializa en textos.

b) Semiología de la imagen

Según definición ABC, la semiología de la imagen es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen.

6.3.1.2 Sociología

Según Eugenio María de Hostos (1982), sociología es la ciencia primaria, abstracta, intuitivo-inductivo-deductiva, que estudia las leyes naturales en que se funda el orden de la realidad social. La sociología se divide en: Sociología propiamente tal o Socionomía, Sociografía, Sociorganología y Sociopatía.

6.3.1.3 Antropología

Santiago Genoves (1990), nos refiere la definición de Kroeber (1948): “La ciencia que se ocupa de los grupos humanos y de su comportamiento y producciones”; o bien sea que adoptemos la de Herskovits (1949): “El estudio del hombre y sus realizaciones”.

6.3.1.4 Psicología

a) Psicología de la comunicación

Según Sergio Ricupero (2007), tiene como objeto de estudio los procesos psicológicos que se encuentran en la comunicación. Se conocen distintos niveles del proceso comunicativo: intrapersonal, interpersonal, grupal, intergrupar, mediático y sociocultural.

En los procesos comunicativos siempre se encuentran los procesos psicológicos, ya que los individuos para comunicarse piensan, premeditan, hacen llegar un mensaje y responden.

b) Psicología del consumidor

Según Ricupero (2007), analiza a los individuos y su comportamiento como potenciales consumidores de bienes y servicios, en un ambiente potencialmente dominado por la publicidad y el mercado. En este caso se intenta conocer “por qué y cómo” los consumidores se decantan por diferentes productos o servicios, basados en sus condiciones económicas, sociales y culturales; y como llegan a ser influenciados.

c) Psicología del color

Según Ricupero (2007), son las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia... La psicología de los colores fue ampliamente estudiada por Goethe, que examinó el efecto del color sobre los individuos.

6.3.1.5 Pedagogía

Eugenio María de Hostos (1991), ofrece una acertada definición de pedagogía, la cual la describe así: “Pedagogía es la ciencia que interpreta aquella entre las leyes naturales de la sociedad en que se fundan la salud y el orden intelectual, sensitivo y volitivo, del hombre, especie o individuo. Es la ciencia de la educación, no la ciencia de la enseñanza”.

6.3.1.6 Andragogía

Según la definición de Manuel Alfonso Garzón Castrillón (2005), Andragogía es un término derivado de las palabras griegas anerer: adulto y agons: conducto de la enseñanza, indicando con ello el término que designa el estudio y aplicación de la educación de los adultos, los cuales son autónomos y tienen experiencias y conocimientos adquiridos, necesidades de constatación, capacidades críticas y analíticas.

6.3.1.7 Cibernética

Según Carlos Interiano (1997), la cibernética es una ciencia relativamente nueva. Nace con las teorías de Norbert Wiener (1948), entorno a que todos los seres vivos son considerados sistemas autoregulables.

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Artes tipográficas

Según el sitio web fotonostira, las artes tipográficas son el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.

Tipo es igual al modelo o diseño de una letra determinada.

Fuente tipográfica es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.

Familia tipográfica. En tipografía, significa un conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones, tales, como por ejemplo, en el grosor y anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.

Partes de un carácter



No existe una nomenclatura específica y que haya sido aceptada de manera definitiva, para designar las partes de una letra.

6.3.2.2 fotografía

Según definición ABC, el término fotografía procede del griego y quiere decir “diseñar o escribir con luz”. Llamamos fotografía al proceso de capturar imágenes mediante algún dispositivo tecnológico sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura. El sistema original de fotografía que se mantuvo hasta hace algunos años actuaba con películas sensibles con el propósito de almacenar la imagen capturada para luego imprimirla. Más recientemente, se utilizan sistemas digitales con sensores y memorias para tomar fotos de una forma más sencilla, rápida y con mejores resultados.

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del color

Según el sitio eHow en español, generalmente, cuando dos o más colores se mezclan uno con el otro, se forma un color intermedio que es la combinación de los colores mezclados en su formación. En este sentido, un estudio cuidadoso de los procesos de combinación de colores y proporciones se desarrolló a finales del siglo 17, que se conoce comúnmente como la teoría del color en la actualidad. Esta teoría se trata sobre la estandarización de las diferentes técnicas de mezcla de color dentro de los dominios de la estética visual y la armonía, las frecuencias de colores, las identidades y la constitución del color.

6.3.3.2 Teoría de la comunicación

Según Manuel Martín Serrano (1982), La Teoría de la Comunicación estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información. La Teoría de la Comunicación es una reflexión científica muy nueva, pero, en cambio, su objeto de estudio —LA COMUNICACIÓN— es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la

información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años.

6.3.3.4 Teoría de la Gestalt

Según la definición de José Manuel Noguera Vivo (2005), La idea fundamental de esta escuela psicológica radica en la convicción de que resulta inútil intentar comprender los fenómenos de la mente por medio del análisis por separado de los elementos que la constituyen.

Joel Latner (2007), indica: "...no podemos entendernos a nosotros mismos en la simple suma de nuestros conocimientos sobre el corazón, el cerebro, el sistema nervioso, los miembros, el sistema circulatorio. No somos solo una acumulación de funciones. La expresión de esto en lenguaje ordinario, es: el todo es mayor que la suma de sus partes. "Mayor" significa de una calidad diferente; también se refiere a la totalidad del objeto o suceso.

6.3.3.5 Semiótica

Peirce define así a la semiótica: "la lógica en su sentido general es, creo haberlo demostrado, solamente otra palabra que designa a la semiótica, una doctrina quasi necesaria o formal de los signos. Al describir a la doctrina como "quasi necesaria" o formal, tengo en cuenta que observamos los caracteres de tales signos como podemos, y a partir de dichas observaciones, por un proceso que no me niego a llamar Abstracción, somos inducidos a juicios inminentemente necesarios, relativos a lo que deben ser los caracteres de los signos utilizados por la inteligencia científica.

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Minimalismo

Según la revista *Diseño Gráfico Publicitario* de Accerto (2014), minimalismo es un estilo artístico que ha sido recibido dentro del mundo del diseño gráfico con especial interés. Está basado en la escasez de recursos a la hora de transmitir un mensaje. Las imágenes son limpias, los trazos abiertos y la comunicación muy simple.

David Batchelor (2001), relata “hay un problema con el Arte Minimal: que nunca existió. Al menos, para la mayoría de los artistas que normalmente se agrupan bajo esa etiqueta, era considerado, en el mejor de los casos, un término sin sentido y en el peor frustrantemente erróneo. Sin embargo, entre 1963 y 1965, un número de artistas establecidos en Nueva York comienzan de forma independiente, a exhibir obras tridimensionales, las cuales para varios críticos, tenían en común lo suficiente como para ser discutidas, exhibidas y, por otra parte, hechas públicas, como algo parecido a un movimiento. Se acuñaron varios nombres para esta nueva obra — como “Arte ABC-”, Arte Reiterativo y Literalismo, pero fue “Arte Minimal” o “Minimalismo” la etiqueta que se adhirió.

Según Wikipedia, el término minimalismo también se utiliza para describir una tendencia en el diseño y la arquitectura, donde la estructura se reduce a sus elementos necesarios. El diseño minimalista ha sido muy influenciado por el diseño tradicional japonés y la arquitectura.

En su ámbito más general, se refiere a cualquier cosa que haya sido reducida a lo esencial, despojada de elementos sobrantes. Es una traducción transliteral del inglés *minimalist*, que significa *minimista*, o sea, que utiliza lo mínimo (*Minimal* en inglés). Es la tendencia a reducir a lo esencial.

CAPITULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

VI. PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

A continuación se indicarán los conceptos resultantes de la información obtenida en el marco teórico, los cuales indicarán cómo se pueden aplicar para la creación del folleto intercultural bilingüe para Misericordia en Acción.

7.1.1 Aplicación de la comunicación en la creación del folleto intercultural bilingüe

Sin comunicación es imposible hacer llegar un mensaje. Por esta razón es importante diseñar una comunicación clara y entendible para el receptor.

En el caso del folleto intercultural bilingüe, se debe presentar una comunicación directa y persuasiva, que logre informar de manera coherente al lector. Proveyéndole información acerca de Guatemala, sus costumbres, estereotipos, y consejos básicos de seguridad.

Además, la comunicación debe ser informativa para que el lector obtenga rápida y concisamente la información necesaria para afrontar su estadía en el país. Proveyéndole de herramientas veraces que le ayuden a solucionar situaciones cotidianas esperadas e inesperadas.

7.1.2 Aplicación del diseño en la creación del folleto intercultural bilingüe

Todo lo que nuestros ojos observan tiene diseño y estética. Por lo tanto, es necesario que juntamente con una comunicación clara y directa, el diseño otorgue estética, jerarquía, equilibrio, accesibilidad y armonía al folleto intercultural bilingüe. Esto, hará que el lector se sienta entusiasmado y deseoso de iniciar la lectura y la exploración del documento.

El diseño que se utilizará es conocido como diseño editorial, que por sus características provee una diagramación limpia y ordenada.

El diseño gráfico ayudará al documento a ser atractivo, numerado, con colores atractivos y con un estilo minimalista.

7.1.3 Aplicación de la diagramación en la creación del folleto intercultural bilingüe

La diagramación servirá para distribuir los contenidos que integrarán el folleto y le darán jerarquía a las tipografías y a los textos. También proporcionará un estilo limpio y vistoso al documento, para que sea legible y anime al lector a explorarlo.

La diagramación o maquetación será utilizada para crear primeramente una parrilla de líneas guías que servirán de base para la distribución de los elementos, para que coherentemente cada uno esté en el lugar correcto.

7.1.4 Aplicación de la semiología del discurso en la creación del folleto intercultural bilingüe

La semiología del discurso se utilizará para proyectar mensajes adecuados que sean entendibles por el grupo objetivo y que les provean información fácil de descifrar. Con esa poderosa herramienta se logrará transmitir textos y frases con significados directos y concisos.

7.1.5 Aplicación de la semiología de la imagen en la creación del folleto intercultural bilingüe

La semiología de la imagen ayudará a presentar los signos adecuadamente para que el grupo objetivo entienda el mensaje que se presentará.

7.1.6 Aplicación de la sociología en la creación del folleto intercultural bilingüe

Entender a las sociedades y su manera de pensar y actuar es sumamente importante, por esa razón se utilizará a la sociología como una fuerte base en el conocimiento de las conductas y costumbres del grupo objetivo.

Con la sociología se podrá presentar a Guatemala como un país con la cultura Maya y se entenderá al visitante como una cultura que está ansiosa por conocer el país.

7.1.7 Aplicación de antropología en la creación del folleto intercultural bilingüe

La antropología estudia al hombre y sus producciones, por esa razón se utilizarán para entender como cada individuo se conduce y busca realizarse y así ofrecerle una solución a sus inquietudes respecto a una cultura nueva.

7.1.8 Aplicación de la Psicología de la comunicación en la creación del folleto intercultural bilingüe

Se utilizará la Psicología de la comunicación para entender al grupo objetivo en el nivel comunicativo grupal y sociocultural. De esa manera se entenderá cómo los grupos conformados por varios individuos se conducen en situaciones cotidianas, y cómo se introducen en culturas desconocidas.

7.1.9 Aplicación de Andragogía en la creación del folleto intercultural bilingüe

Sabiendo que el adulto tiene conocimientos adquiridos y en muchos casos es autodidacta, se usará la Andragogía para proveer al grupo objetivo elementos de interés y de cultura guatemalteca para informarlos y persuadirlos, con propuestas interesantes y llamativas.

7.1.10 Aplicación de tipografía en la creación del folleto intercultural bilingüe

Se utilizará la tipografía para dar jerarquía al diseño del folleto y apoyado en los colores para proveer al lector un texto fácil de entender y estético. De esa manera se lograra captar la atención y hará fácil la lectura.

Con tipografía legible y correcta se logran resultados positivos. Además, se utilizarán tamaños adecuados al grupo objetivo, que es un grupo de personas adultas en su mayoría.

7.1.11 Aplicación de la teoría del color en la creación del folleto intercultural bilingüe

Se utilizará la teoría del color para ofrecer mezclas de colores que representen a Guatemala y su cultura y así proyectar un diseño fresco y atrayente.

7.1.12 Aplicación de la teoría de la Gestalt en la creación del folleto intercultural bilingüe

La teoría de la Gestalt indica que no podemos entender los fenómenos de la mente examinándolos separadamente, sino que debe ser como un todo. Así que se utilizara la teoría para que el grupo objetivo analice el folleto como un todo, como un solo elemento estético, funcional, adaptativo y de gran valor informativo.

7.1.13 Aplicación de la semiótica en la creación del folleto intercultural bilingüe

Peirce llama a la semiótica como “una doctrina quasi necesaria” y que a partir del análisis del signo realizamos juicios inminentemente necesarios. Así que se utilizará a la semiótica, planteando elementos gráficos, para que el lector pueda realizar juicios sobre la información que perciba y haga un análisis de la información que recibe.

7.1.14 Aplicación del minimalismo en la creación del folleto intercultural bilingüe

El minimalismo es una tendencia que minimiza los elementos. Se utilizará el minimalismo para crear un diseño claro, donde el color blanco resalte y permita que los elementos coloridos sean vistosos. También ayudará a sintetizar la información que se presentará al grupo objetivo.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

7.2.1.1 Método relaciones forzadas

El método que se seleccionó para utilizarlo en el proyecto es relaciones forzadas, ya que es conocido por ayudar a conectar lo conocido con lo desconocido. Esto resulta útil, ya que el cerebro está acostumbrado a no buscar opciones, pero las relaciones forzadas hacen que el cerebro busque soluciones lógicas e ilógicas.

7.2.1.2 Creador

Según el sitio web neuronilla.com, el método fue desarrollado por Charles S. Whiting en 1958.

7.2.1.3 Uso del método

Su utilidad nace de un principio: *combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación*. De ahí pueden surgir ideas originales. Es muy útil para generar ideas que complementan al Brainstorming, cuando ya parece que el proceso se estanca.

7.2.1.4 Función del método

1- Tenemos un objetivo

2- Se recuerdan los principios de la generación de ideas

3- Selección de un objeto o imagen

4- Compartir cada miembro sus ideas.

5- Tomar nota de todas las ideas, incluso las más tontas.

7.2.2 Definición del concepto método relaciones forzadas

1- Tenemos un objetivo: Crear un folleto intercultural.

2- Se recuerdan los principios de la generación de ideas

- Toda crítica está prohibida
- Toda idea es bienvenida
- Tantas ideas como sea posible
- El desarrollo y asociación de las ideas es deseable

3- Selección de un objeto o imagen

! Muy importante! Ha de ser tomada totalmente al azar. El objeto será la palabra elegida.

La palabra elegida es: **“Justicia”**

Se pregunta: ¿Mirando esto, qué podría obtener para solucionar el problema?

Idea.- Se anotan las características del objeto.

Igualdad, bondad, necesaria, eficaz, añorada, simple, pura, feliz, esperada, fuerte base de la sociedad, ciega, corrompida, empañada por los malvados y corruptos, sobornada, abusada, una salida, el fin, sincera, difícil de aceptar, cara, mal utilizada.

Se debe hacer hincapié en forzar las conexiones.

El folleto debe reflejar bondad y simpleza.

Se debe proyectar igualdad entre culturas.

Se debe presentar a Guatemala como una nación feliz y añorada por el extranjero.

El folleto debe dar una salida a las dudas del visitante.

El folleto debe mostrar la realidad guatemalteca que a veces es difícil de aceptar.

4- Compartir cada miembro sus ideas.

5- Tomar nota de todas las ideas, incluso las más tontas.

- ✓ El folleto debe reflejar bondad y simpleza.
- ✓ Se debe proyectar igualdad entre culturas.
- ✓ Se debe presentar a Guatemala como una nación feliz y añorada por el extranjero.

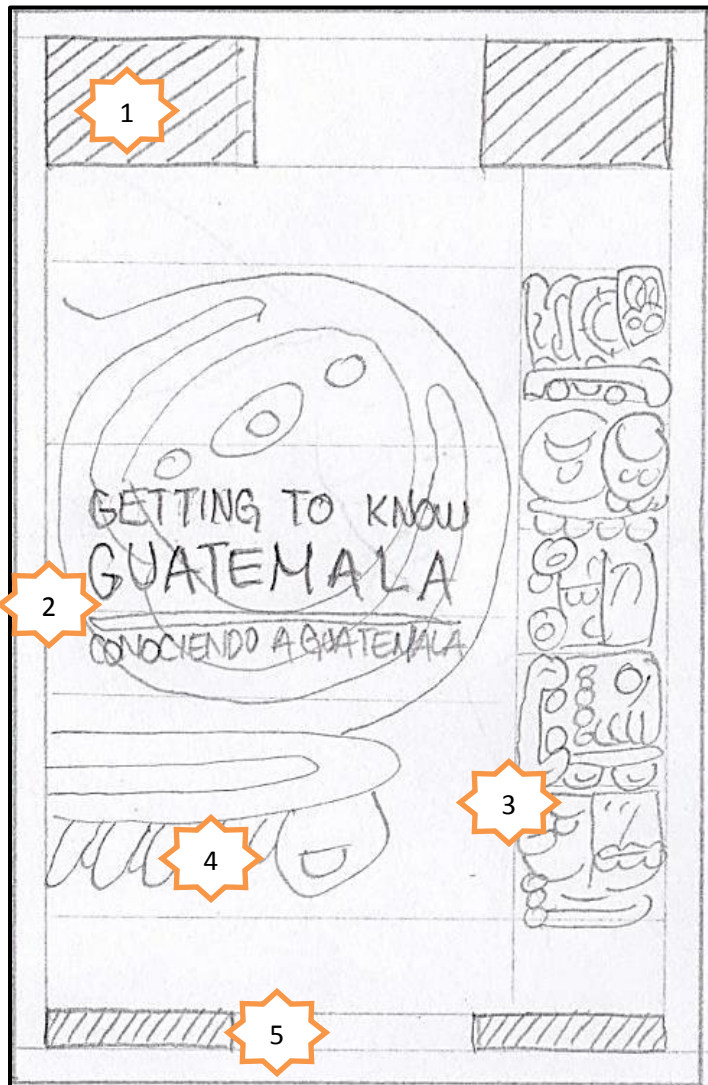
De las ideas resultantes de la aplicación del método de relaciones forzadas, la frase conceptual a utilizarse es: **“Bondad y simpleza”**

7.3 Bocetaje

Tabla de requisitos

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía	Jerarquizar titular, subtítular y cuerpos de texto.	Ilustrador: 2 tipos de tipografía. Bold en títulos. Indesign: cuerpos de texto con tipografía.	Interés
Ilustración	Lograr que el folleto muestre diseños mayas	Ilustrador: vectorizar los glifos mayas utilizando una tableta wacom.	Interés
Color	Jerarquizar elementos tipográficos y plecas.	Ilustrador: plecas azules simulando la bandera guatemalteca.	Armonía
Diagramación	Ordenar los elementos del folleto para que todo esté en el lugar correcto.	Indesign: Crear una parrilla con líneas guías.	Orden y seriedad
Estilo	Utilizando el minimalismo se crearán objetos simples y fáciles de percibir.	Ilustrador: Crear elementos sencillos y ordenados.	Simpleza

7.3.1 Bocetaje a dibujo natural Propuesta para portada



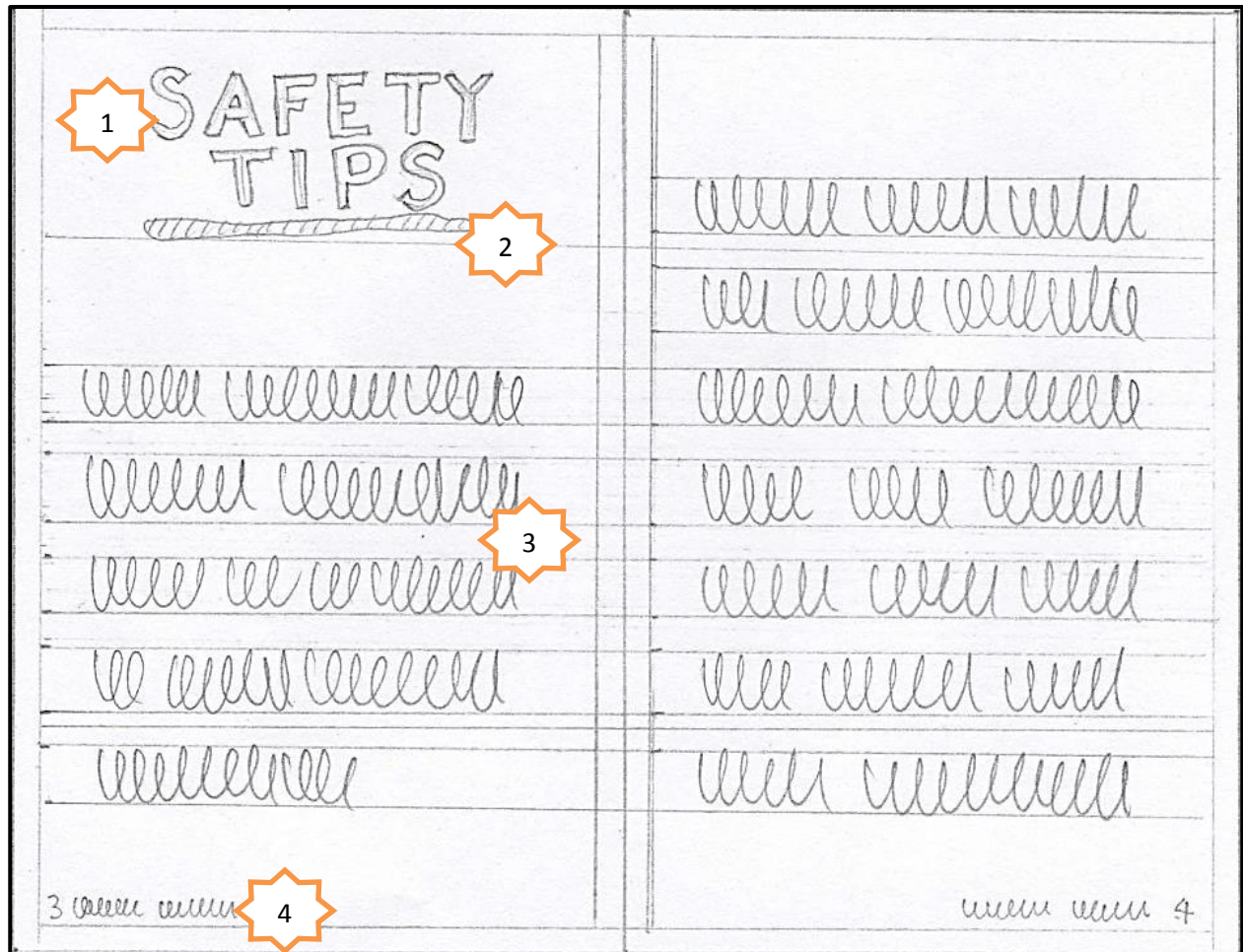
Proporción: carta media, 5.5 x 8.5 pulgadas.

Interpretación:

1. Dos rectángulos para dar la forma de la bandera de Guatemala.
2. Titular del folleto intercultural.
3. Glifos mayas que proyectan la cultura Guatemalteca.
4. Glifo maya en marca de agua para dar equilibrio al diseño.
5. Dos rectángulos pequeños para dar la impresión de continuidad.

Propuesta para páginas internas

Proporción: carta, 11 x 8.5 pulgadas

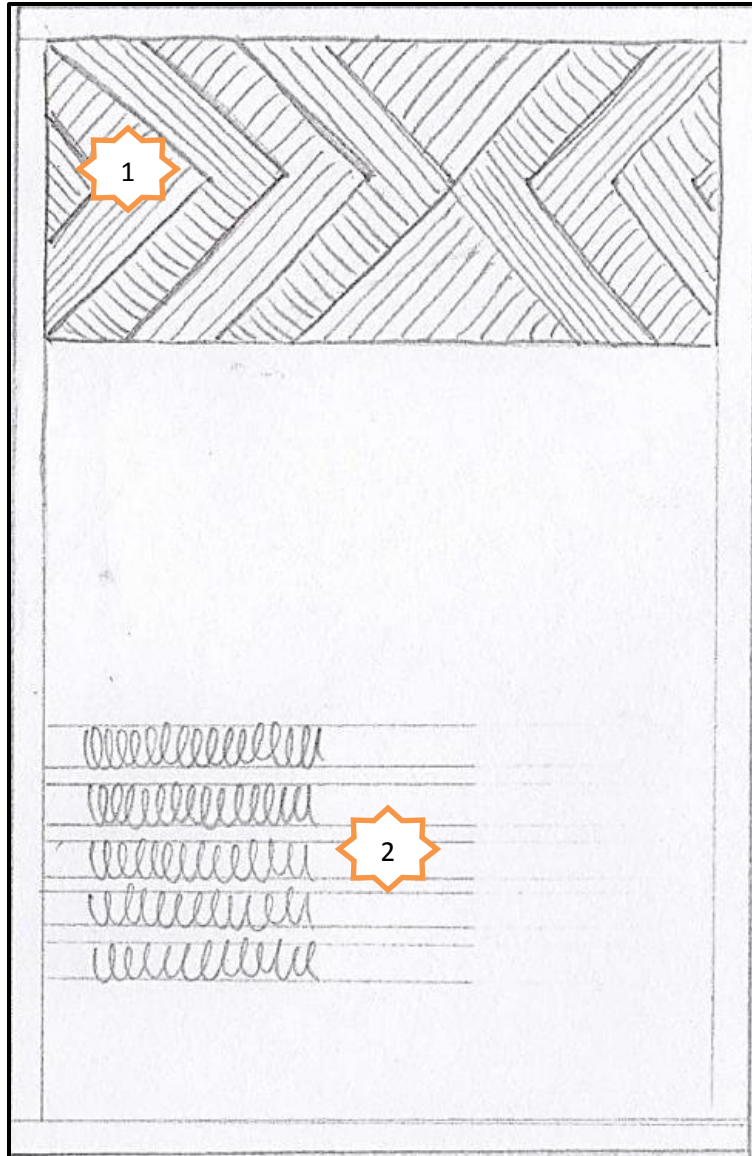


Interpretación:

1. Titular: Identificará cada sección.
2. Línea al pie del titular: Resaltará el titular.
3. Texto: Contendrá toda la información del folleto intercultural.
4. Pie de página: Contendrá el número de página y el nombre del folleto en inglés y español.

Propuesta para contraportada

Proporción: carta media, 5.5 x 8.5 pulgadas.

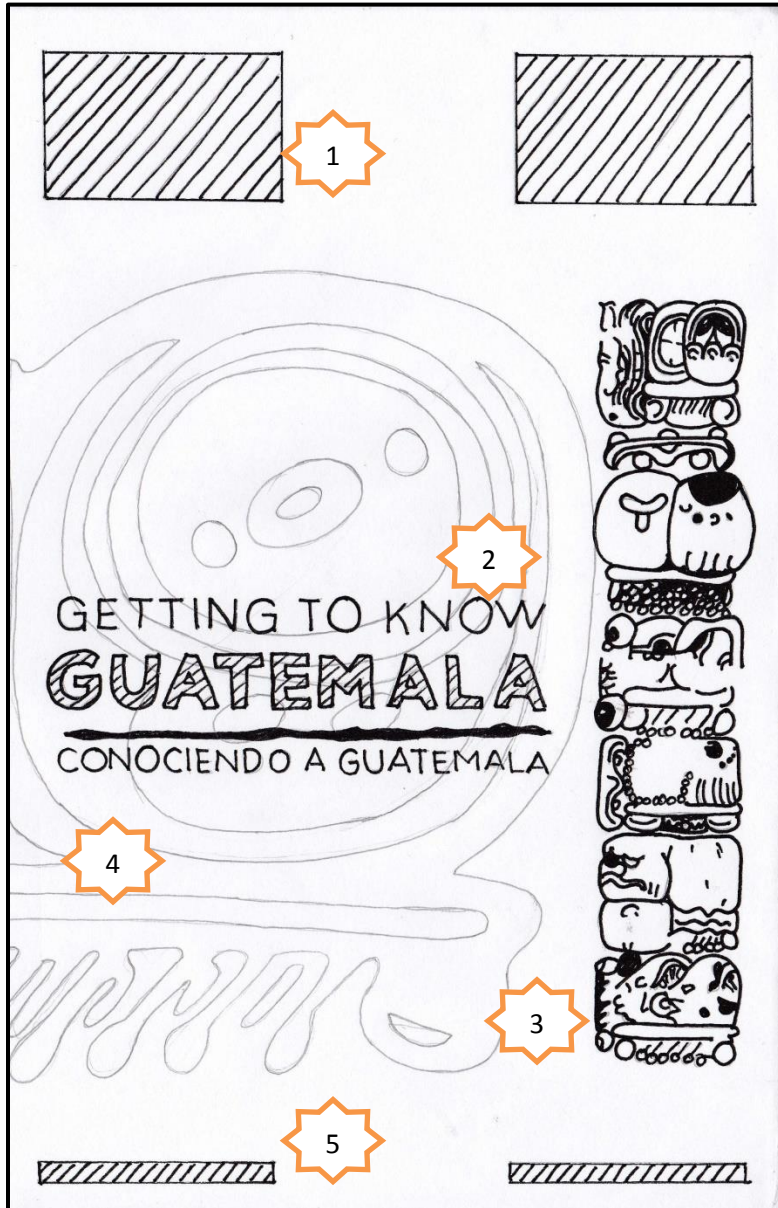


Interpretación:

1. Diseño de tela típica: Dará un toque guatemalteco a la parte de atrás del folleto.
2. Créditos: Identificará al diseñador, la empresa y la universidad.

7.3.2 Bocetaje técnico Boceto formal para portada

Proporciones: carta media, 5.5 x 8.5 pulgadas.



Interpretación:

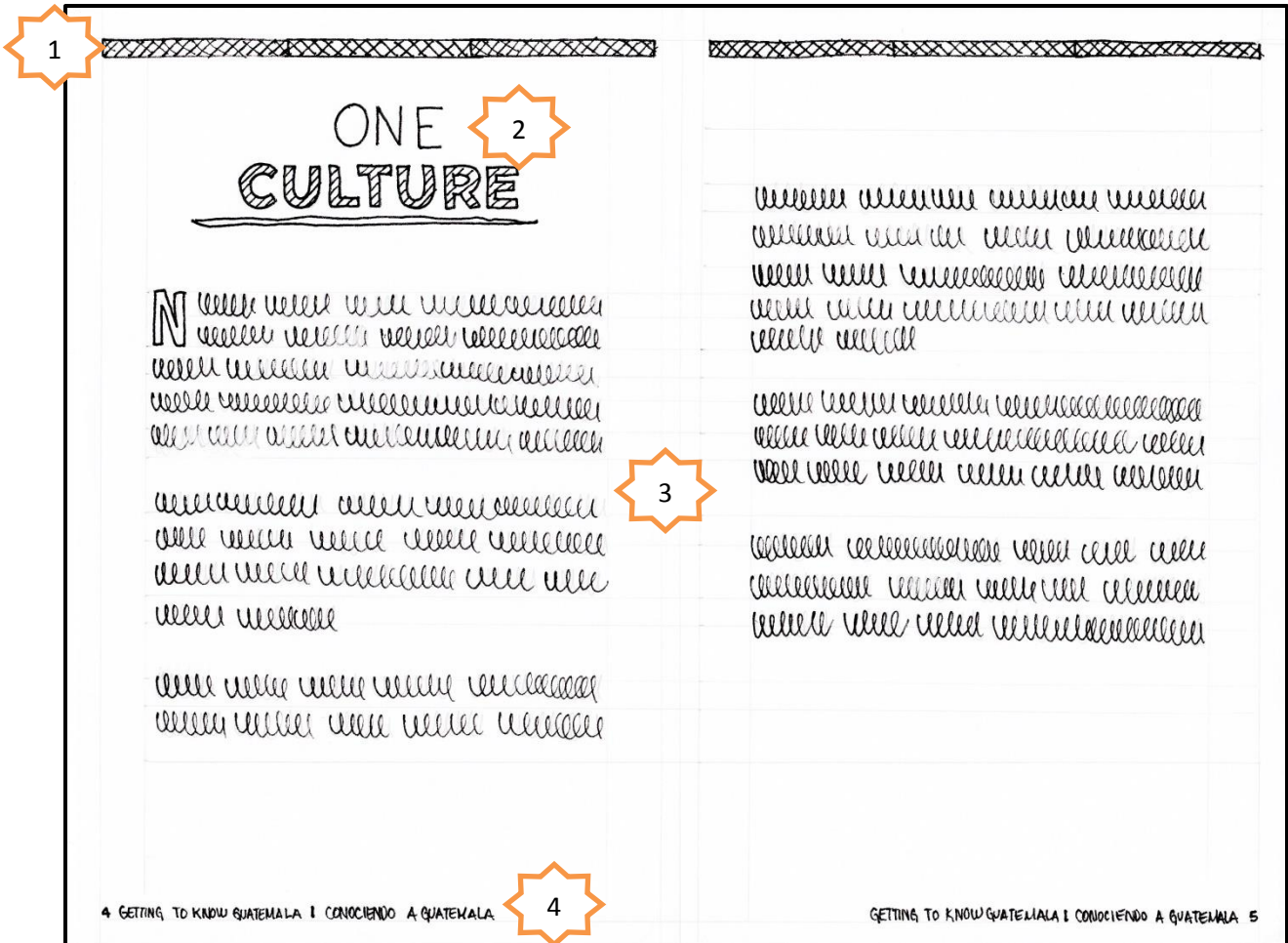
1. Rectángulos formando una bandera de Guatemala: Proyectarán los colores patrios y darán estabilidad al diseño.
2. Titular: Estará escrito en inglés y español, separado por una línea divisoria.
3. Glifos mayas: Darán al diseño presencia y motivarán a la lectura.
4. Glifo maya grande: Será en marca de agua, dando equilibrio jerárquico al diseño.
5. Rectángulos pequeños: en color azul para dar estabilidad al diseño en la parte inferior.

Se escogió este diseño porque permite proyectar la múltiple cultura de Guatemala. Además, transmite al grupo objetivo un sentimiento de interés hacia el

país y su cultura.

Boceto formal para páginas internas

Proporciones: carta, 11 x 8.5 pulgadas.



Interpretación:

1. Rectángulos con diseños de telas típicas de Guatemala: Darán colorido y harán llamativo el diseño minimalista, que será dominado por el color blanco.
2. Titular con línea al pie: Identificará cada sección y la línea al pie le dará simpleza y tranquilidad al lector.

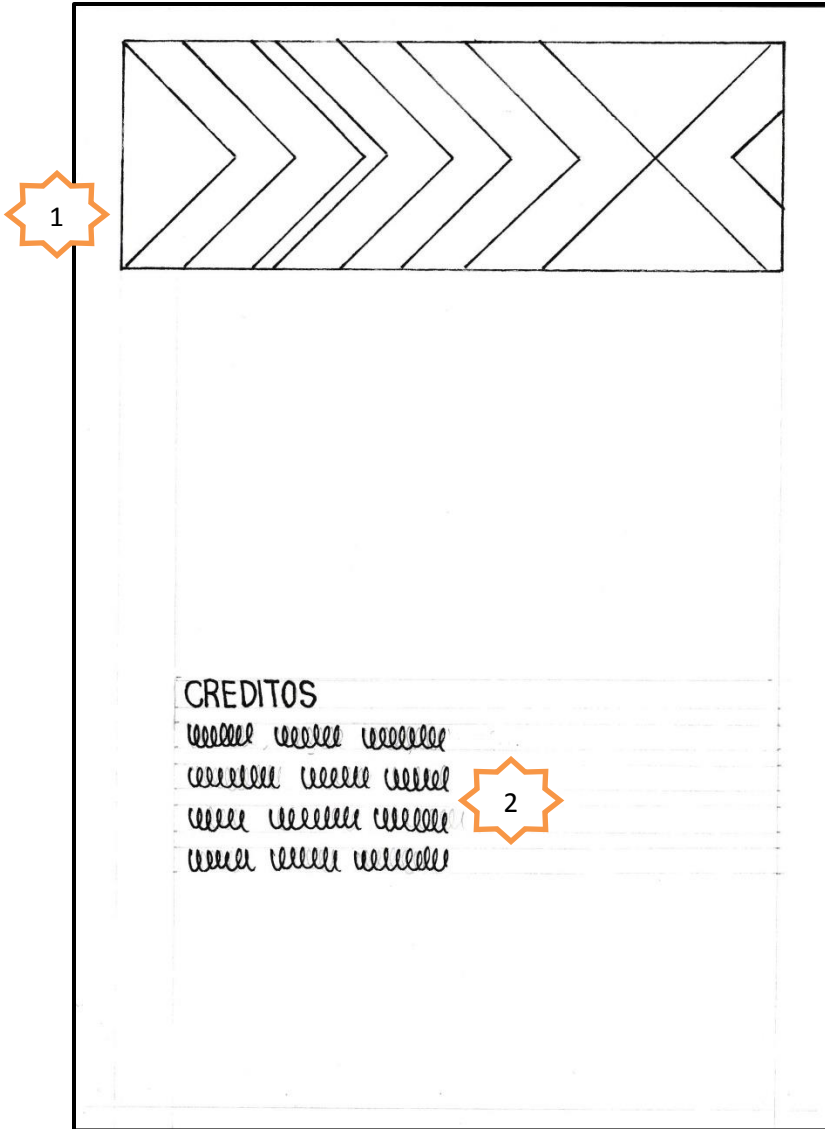
3. Cuerpos de texto: Proveerán información y tendrán un espaciado adecuado para que el grupo objetivo lo lea sin problema.

4. Numeración y pie de página: Identifican el folio y recordarán el nombre del folleto intercultural.

Se escogió este diseño porque con el predominio del color blanco, la lectura se facilita, los títulos sobresalen y es fácil ubicar la numeración. Esto facilita al grupo objetivo su lectura y su entusiasmo por leer el folleto.

Boceto formal para contraportada

Proporción: carta media, 5.5 x 8.5 pulgadas.



Interpretación:

1. Rectángulo con tela típica: Dará peso visual a la contraportada y llamara la atención al grupo objetivo.
2. Créditos: Proveerán información para el lector.

Se escogió este diseño porque continúa con la tendencia minimalista y por su simpleza es agradable a la vista. El grupo objetivo se sentirá entusiasmado para leerlo.

7.3.3 Digitalización

Al terminar con el proceso de Bocetaje, se inicia con la digitalización de los elementos. Este proceso será respaldado por capturas de pantalla donde se mostrarán algunos pasos y avances.

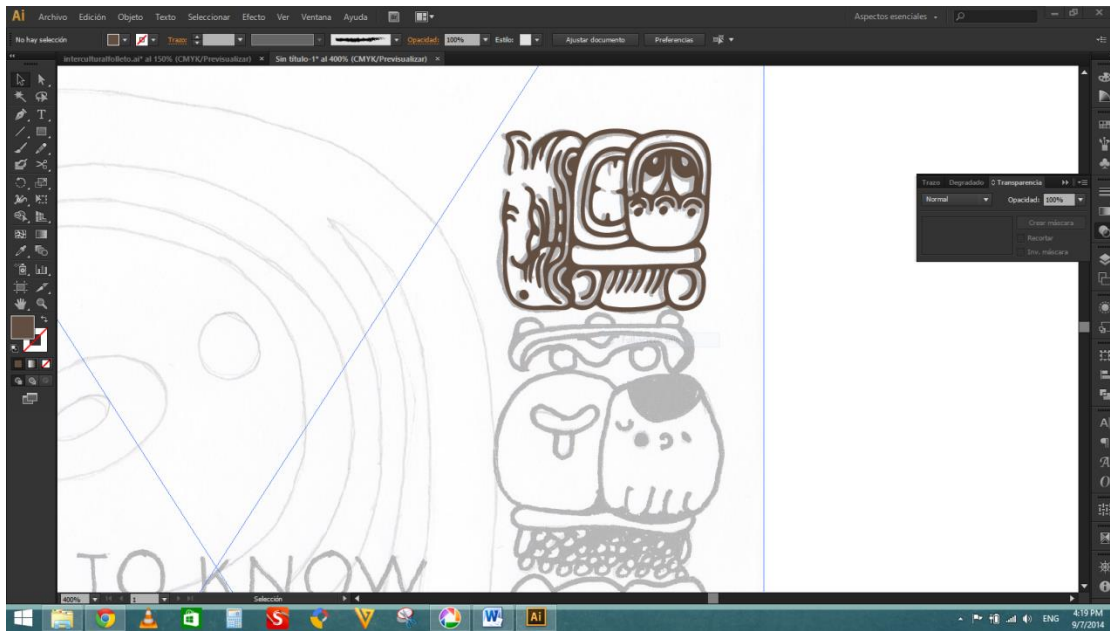
Digitalización de portada

1. Se efectuaron pruebas de tipografías y colores.

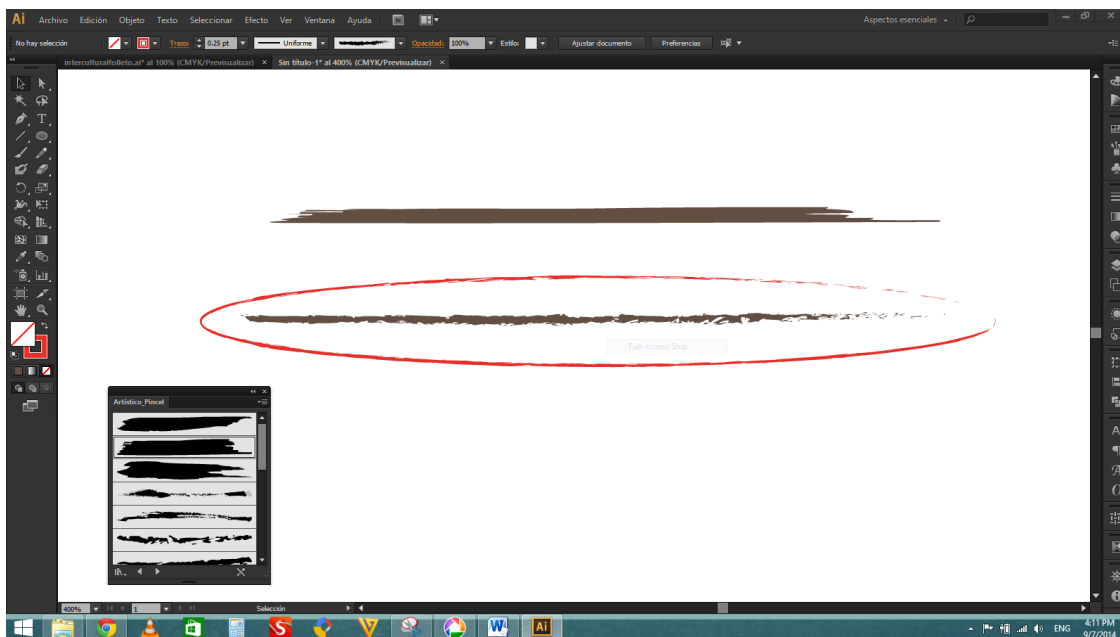
Se escogió la tipografía Gotham y un azul cian 100%, así como un color café tierra.



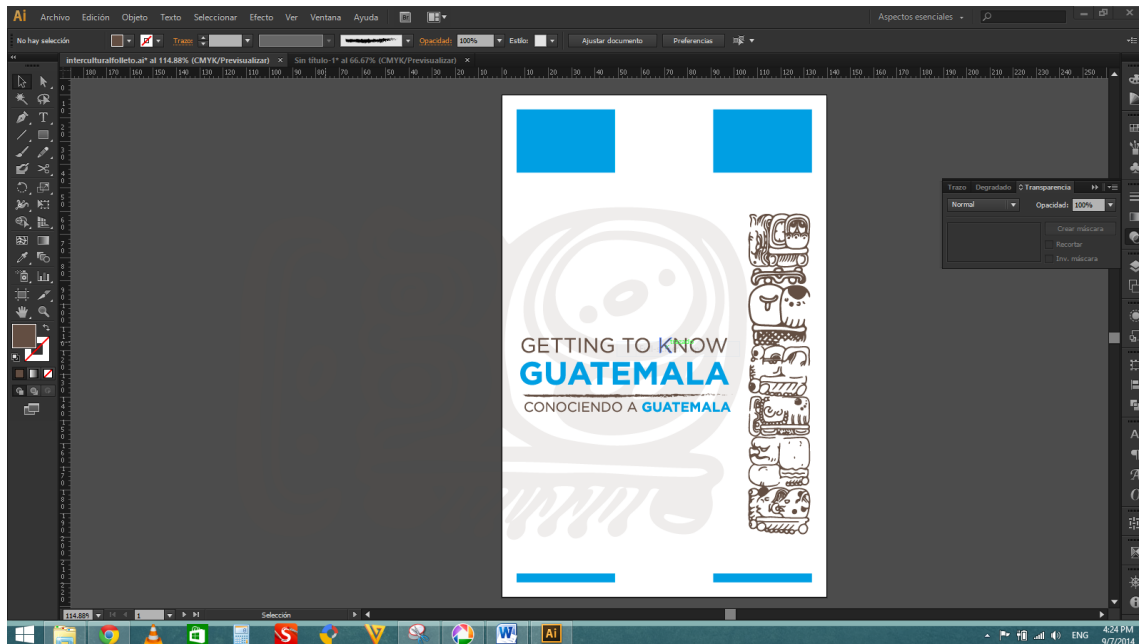
2. Se procedió a digitalizar los glifos mayas con la ayuda de una tablet wacom.



2. Se escogió la línea que se utilizará bajo el titular. Esta línea es también del color café tierra.



3. Se crearon los rectángulos azules y se incorporaron los demás elementos de la portada.



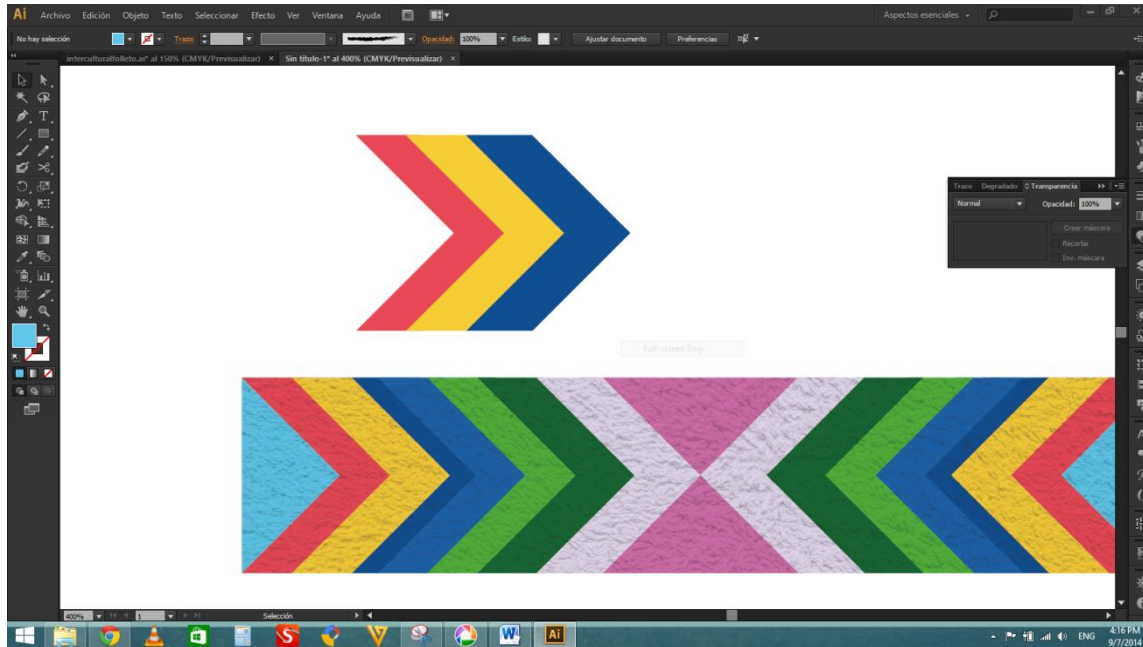
En la digitalización de la portada se utilizó Adobe Illustrator® y los colores cian 100%, así como el café tierra. Los rectángulos azules ubicados en la parte superior forman la bandera nacional de Guatemala.

Los glifos fueron digitalizados con una tableta Wacom® y significan: noche – día, aire - lluvia, cielo – tierra, nube – lluvia, comida – lluvia, sol – luna, hombre – mujer, y estrella – luna. El glifo grande como marca de agua es estrella – luna.

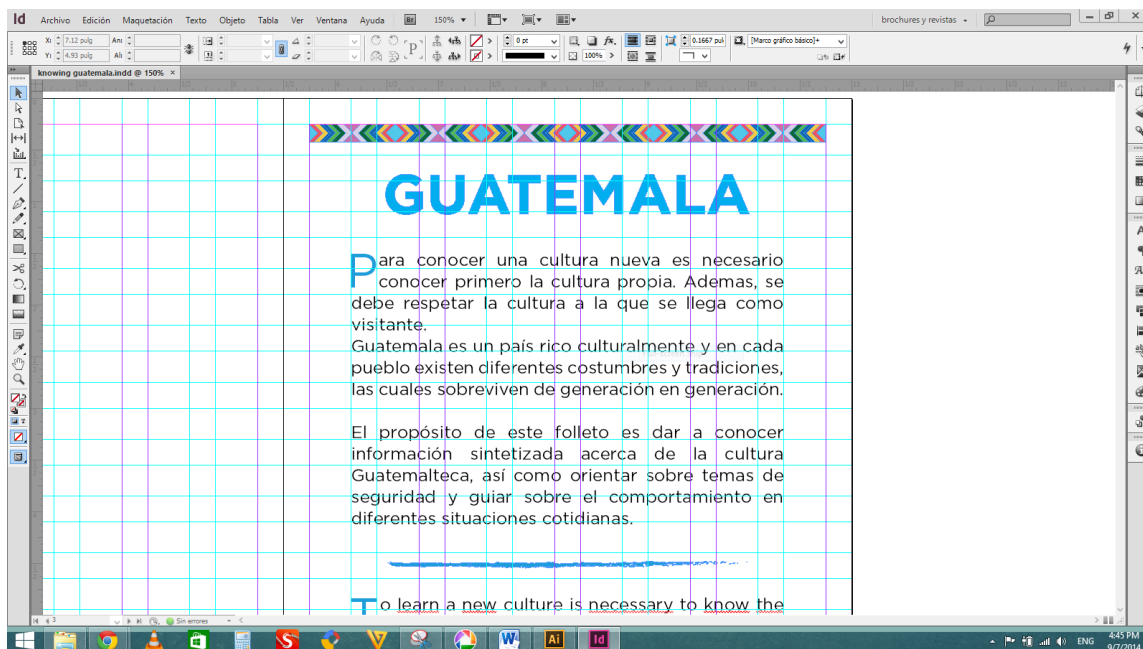
La tipografía que se utilizó fue Gotham book y Gotham Bold.

Digitalización de páginas internas

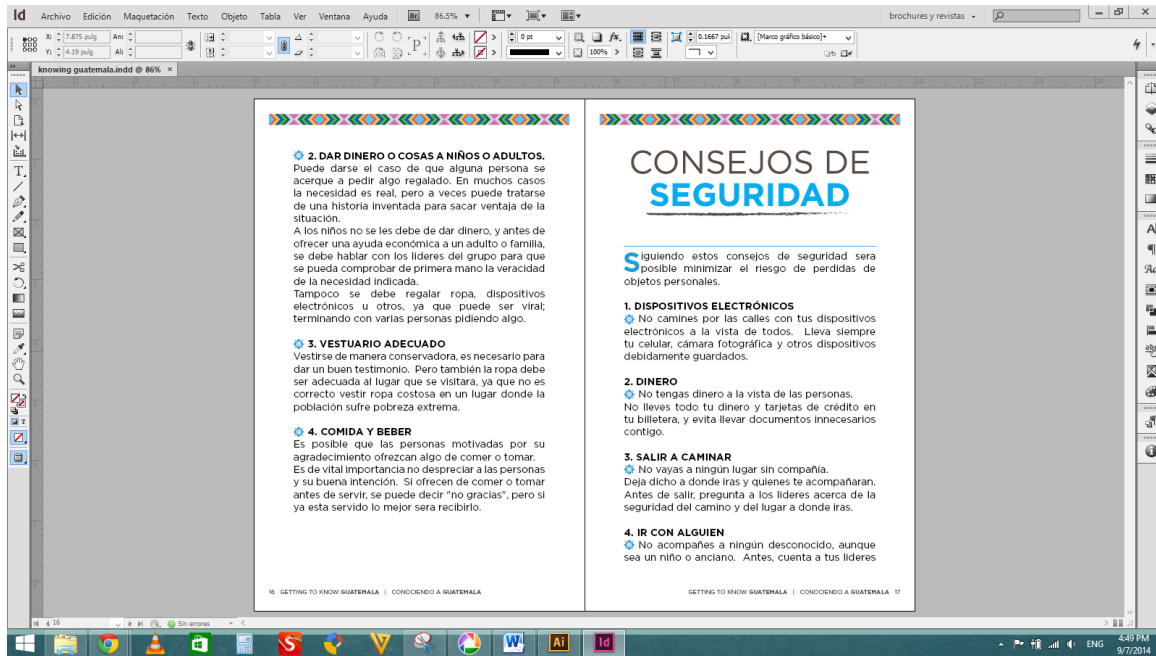
1. Se digitalizo la tela típica, que será utilizada en la parte superior de las páginas y en la parte superior de la contraportada.



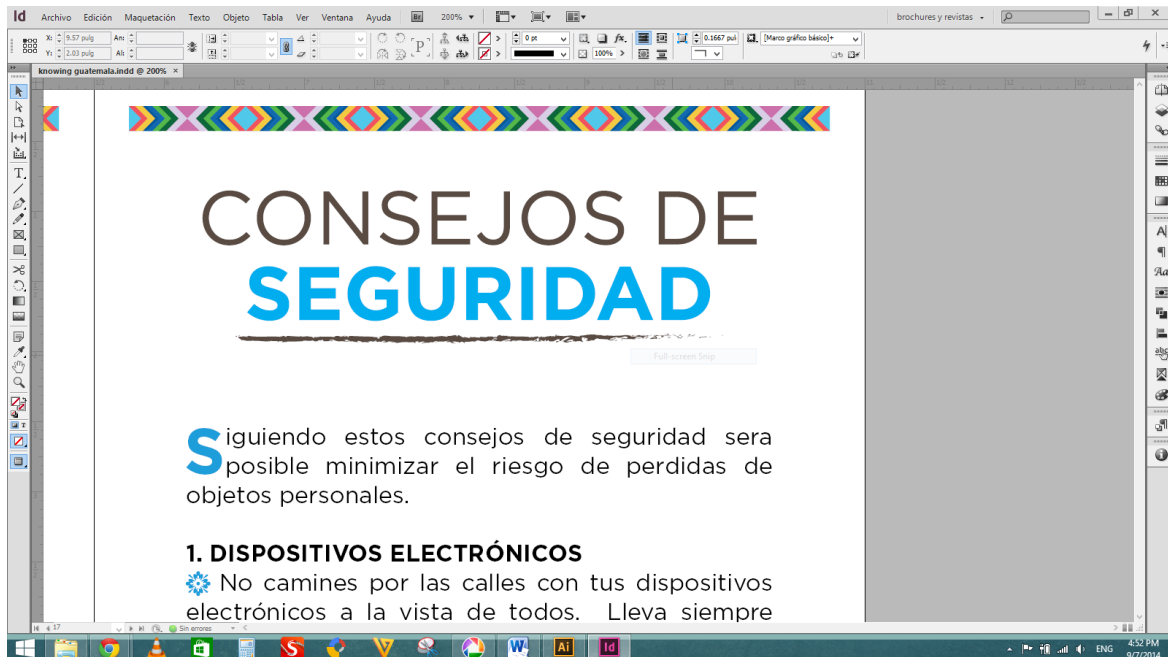
2. Con la ayuda de las líneas guías se maquetaron las páginas



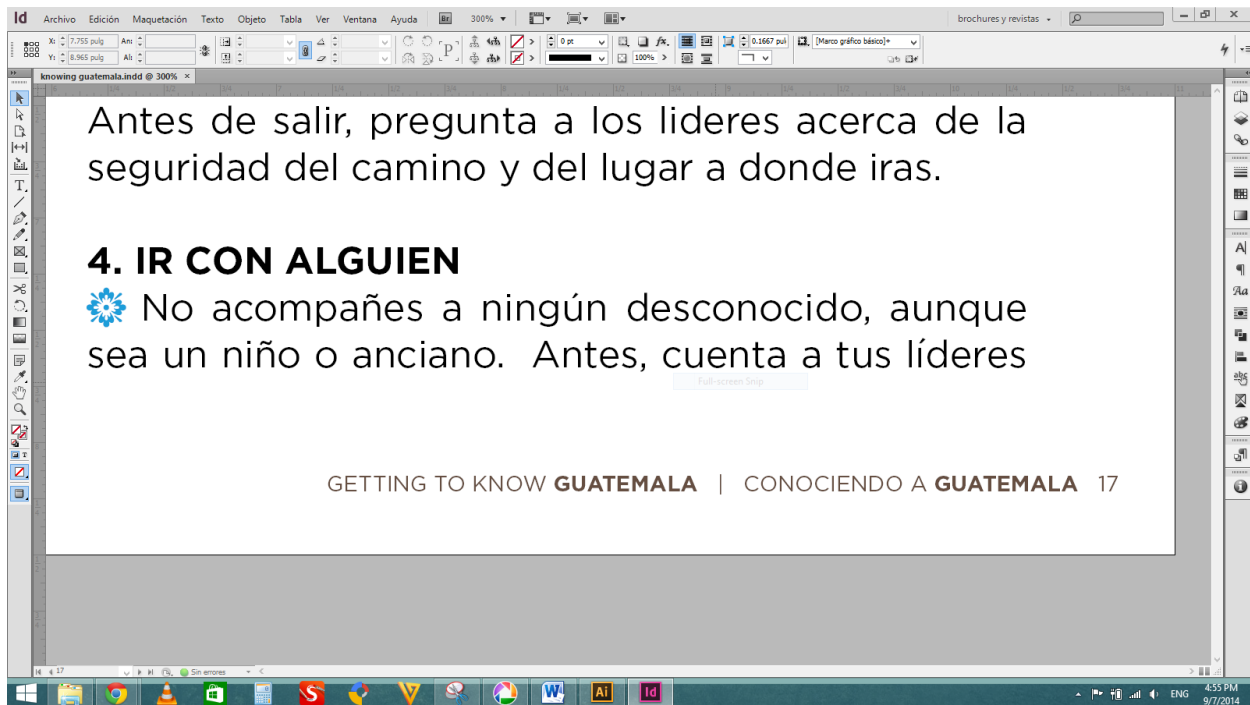
3. Se maquetaron las páginas interiores en Adobe Indesign®.



Vista total.



Vista del titular y los titulares de párrafo.



Vista del pie de página y número de folio.

Se digitalizó en Adobe Illustrator® la tela típica, que se utilizó en las páginas internas y en la contraportada. Se empleó una textura de tela para dar realismo al diseño. Luego se colocó una máscara de capa para recortar.

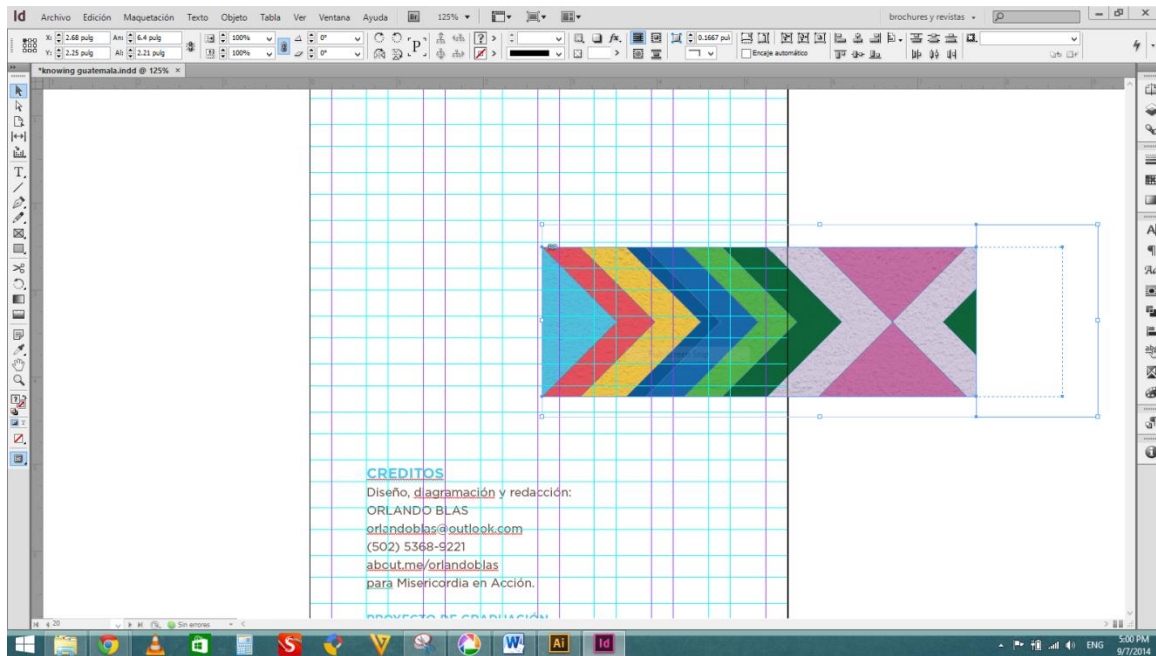
La digitalización de las páginas internas se realizó con Adobe InDesign® y primeramente se crearon líneas guías y una parrilla construida para colocar todos los elementos en un lugar adecuado.

La numeración y diagramación se hizo con la ayuda de la opción de las páginas maestras.

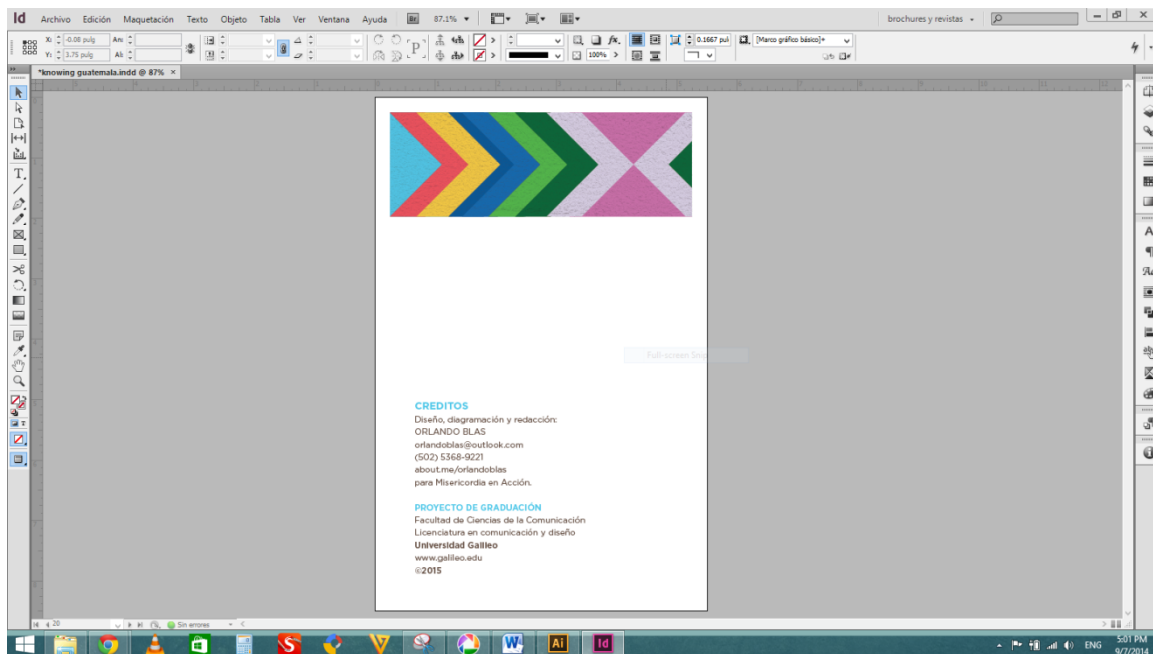
Se siguió usando la tipografía Gotham y los colores azul cian 100% y el café tierra. Además se utilizaron caracteres tipográficos ornamentales de color azul para adornar el inicio de algunos párrafos.

Digitalización de contraportada

1. Se colocó en Indesign la tela típica digitalizada en Illustrator. Además se redactaron los créditos.



2. Se ordenaron los elementos en Indesign.



Se ubicó la tela típica digitalizada en la parte superior de la contraportada, y se colocaron los créditos e información.

Se continuó con los colores azul y café tierra, como en todo el documento. La tipografía también siguió siendo la misma.

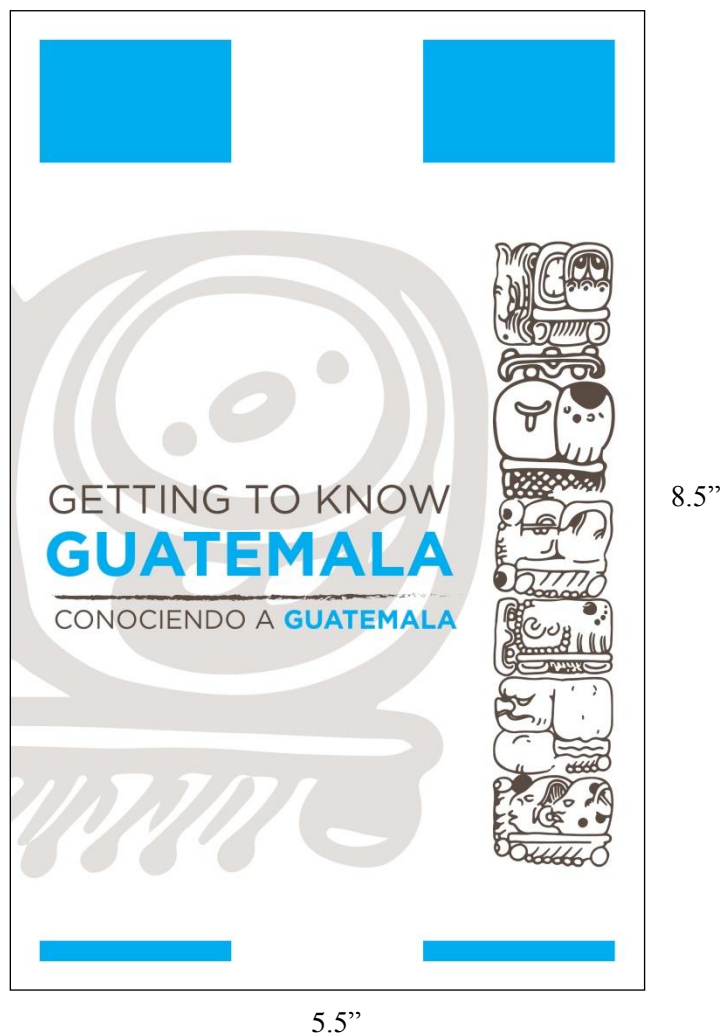
La tendencia minimalista continuó y el fondo con color blanco predominó, aunque la tela típica tiene gran jerarquía en el diseño.

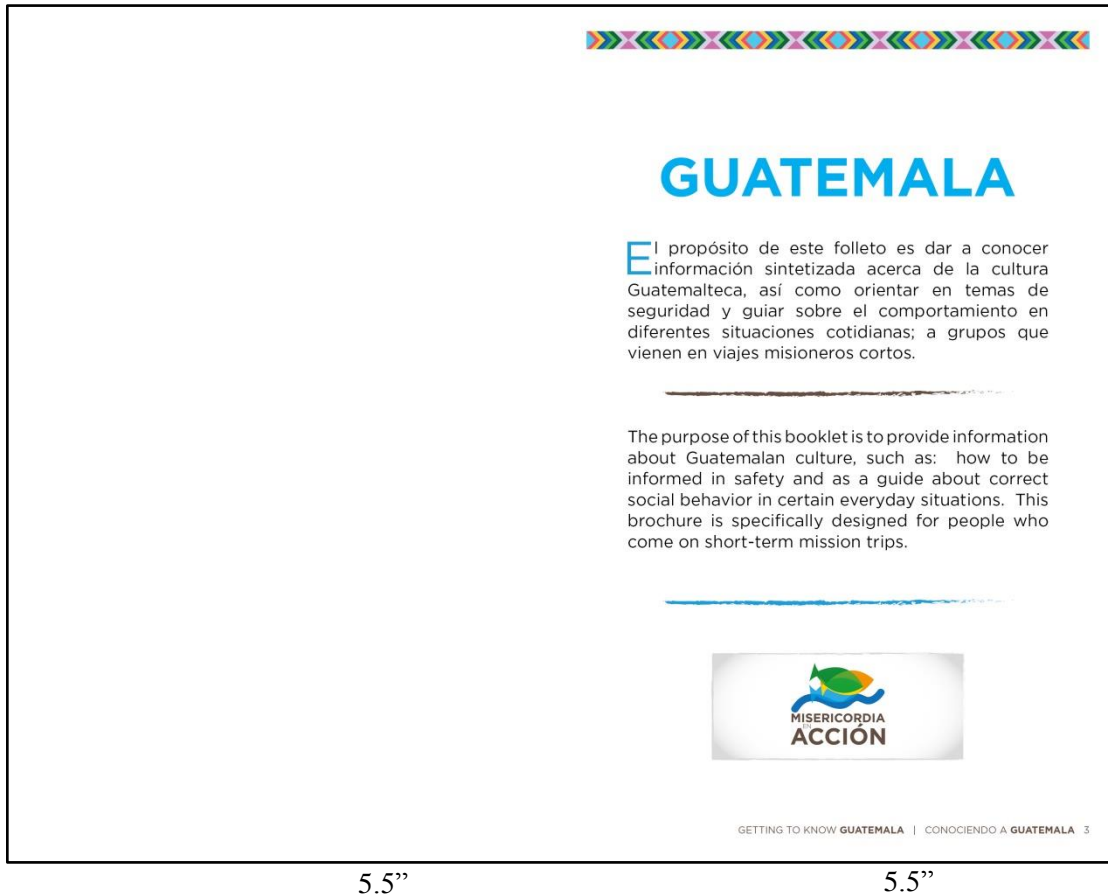
7.4 Propuesta preliminar

En las siguientes imágenes se mostrará la propuesta gráfica preliminar, que comprende el folleto desde la portada hasta la contraportada, con un total de 20 páginas. El tamaño de cada página es media carta vertical, 5.5” x 8.5”.

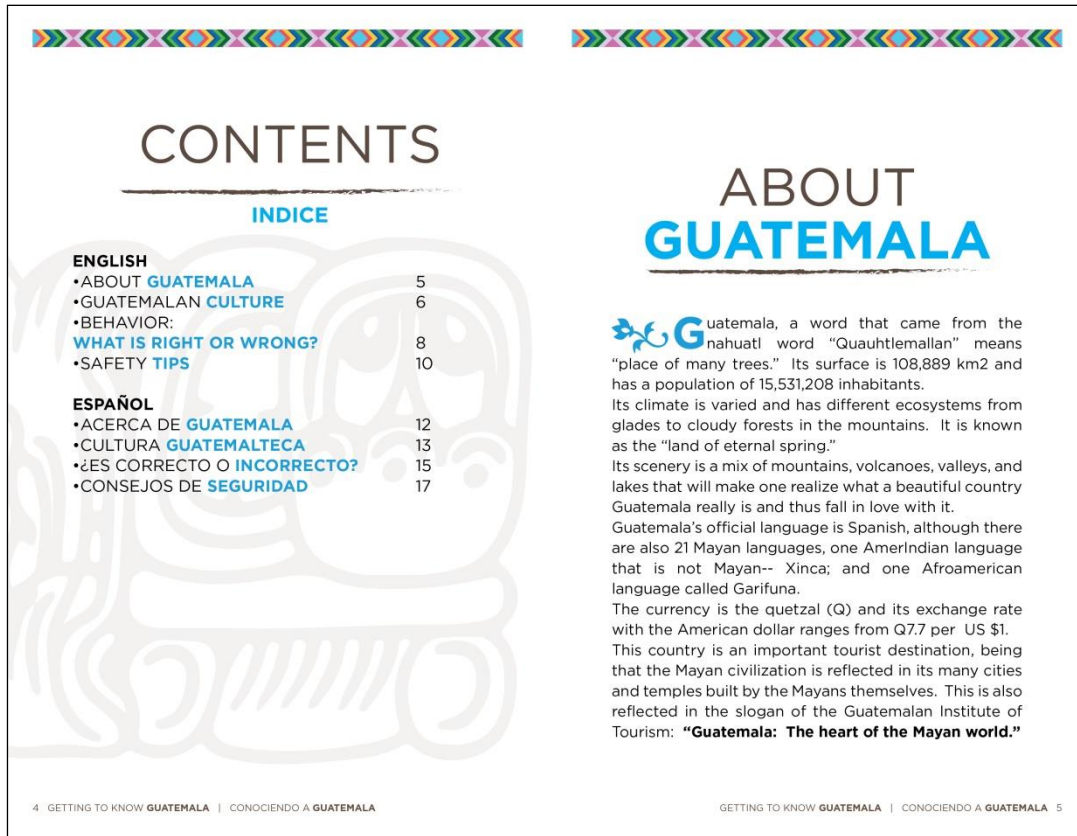
Se utilizó en el folleto la misma línea gráfica para que todas las páginas en su diagramación tuvieran equilibrio visual y fueran congruentes a la idea del diseño establecido en el proceso de Bocetaje.

Portada: 5.5” x 8.5” media carta vertical, con título en inglés y español. Además, glifos mayas a la derecha y rectángulos celestes arriba y abajo. Marca de agua de un glifo maya al fondo.





Página 2 en blanco y página 3, con el propósito del folleto en español e inglés y el nombre de Guatemala, además del numero folio al pie de página y el nombre del folleto. Letra capitular celeste. En la parte superior la vectorización que representa tela típica guatemalteca.



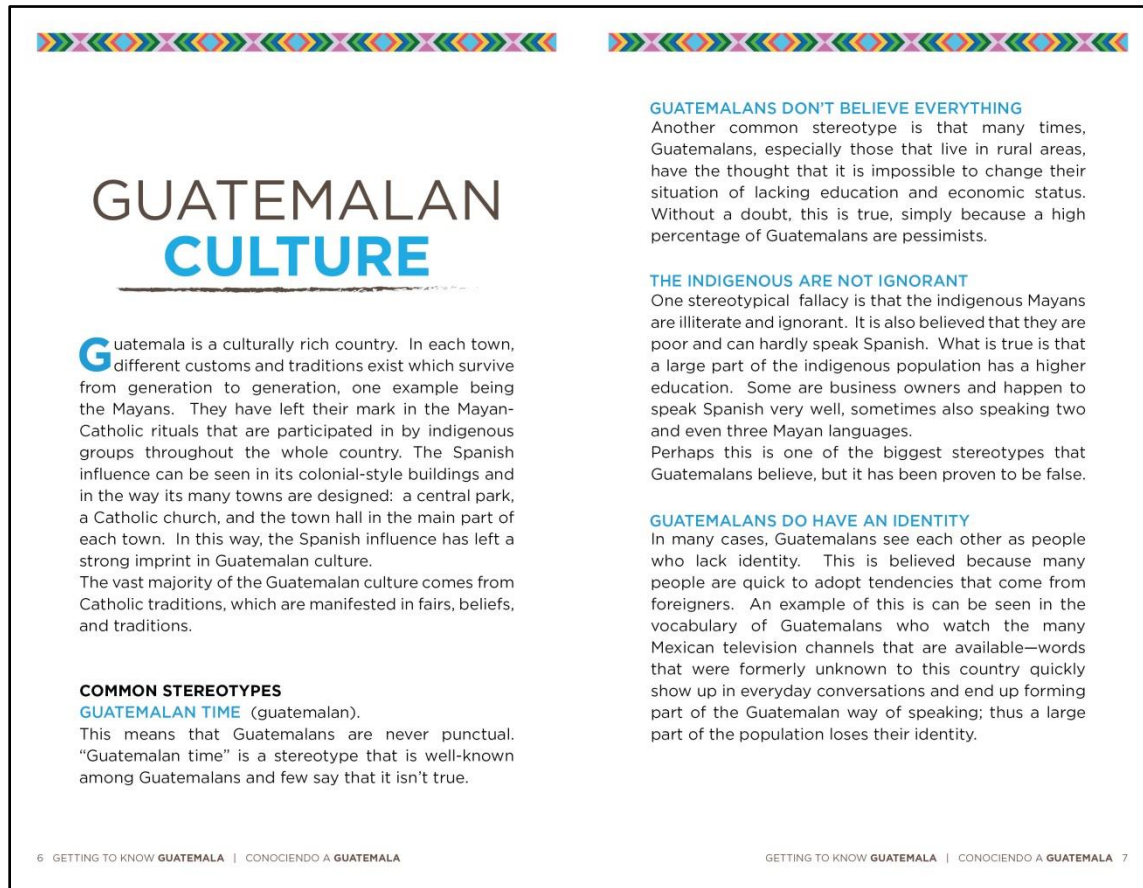
5.5”

5.5”

8.5”

En la página 4 se muestra el índice en inglés y español. Como en todo el documento al pie de página, el número de folio y el nombre del folleto; en la parte superior, la vectorización que representa tela típica.

En la página 5 About Guatemala, además del número folio al pie de página y el nombre del folleto, letra capitular celeste. En la parte superior, la vectorización que representa tela típica guatemalteca.




5.5”

5.5”

8.5”

Página 6 Guatemalan Culture. Letra capitular celeste. Como en todo el documento al pie de página el número de folio y el nombre del folleto, en la parte superior la vectorización que representa tela típica.

En la página 7 continúa el mismo titular, además del número folio al pie de página y el nombre del folleto. En la parte superior la vectorización que representa tela típica guatemalteca.



BEHAVIOR: WHAT IS RIGHT OR WRONG?

Most of the time, we do things in our own culture that are common, but in other cultures, those same habits and customs can cause clashes or even make people feel insulted. In order to avoid cultural conflicts while in Guatemala, below is a list of suggestions on how to react in everyday situations.

1. TAKING PICTURES OF PEOPLE
In Latin America, there is a stereotype that suggests that tourists always have their camera in hand, ready to capture an image of what is going on around them. Taking pictures is not a bad thing to Guatemalans, but there are situations in which people can feel uncomfortable, due to their low economic status or poor condition of health. In this way, being photographed can make them feel as though they are some sort of “souvenir” to those who have helped to improve their living conditions. For this reason, it’s a necessary evil to ask people first if you may take pictures of them.

2. GIVING MONEY OR THINGS TO PEOPLE
There are times when someone may ask you to give them something. In many cases, the need is real, but sometimes, the “need” is nothing more than an invented story to be able to take advantage of the situation. Before offering money to anyone, you should talk with the leaders of your group in order to find out if the need is real. You should also avoid giving clothes, electronics, or other things, simply because it can be contagious – causing others to ask you for something as well.

3. APPROPRIATE DRESS
In order to give a good testimony, it is vital to dress modestly, and according to the places you will be visiting. For example, it is not a good idea to wear expensive clothing in an area where extreme poverty is the norm.

4. FOOD AND DRINK
It is quite possible that people motivated by thankfulness offer you something to eat or drink. It is of great importance to not look down on these people and their motives. If you are offered something to eat or drink that you don’t want, simply say “No thank you” but if it is something that has already been served, it is better to receive it.

8 GETTING TO KNOW GUATEMALA | CONOCIENDO A GUATEMALA

GETTING TO KNOW GUATEMALA | CONOCIENDO A GUATEMALA 9

5.5”

5.5”

8.5”

Página 8 Behavior: what is right or wrong?. Letra capitular celeste. Como en todo el documento al pie de página, el número de folio y el nombre del folleto; en la parte superior, la vectorización que representa tela típica.

En la página 9 continúa el mismo titular, además del número folio al pie de página y el nombre del folleto. En la parte superior, la vectorización que representa tela típica guatemalteca.

SAFETY TIPS

Following these safety tips will help you to minimize the risk of losing your personal belongings.

1. ELECTRONICS
Don't walk down the street with electronics in plain sight. Always carry your cell phone, camera, and other objects hidden.

2. MONEY
Don't have your money where others can see it. Carry only the necessary amount of money and avoid carrying unnecessary documents, such as your passport. Instead, carry a copy of the passport, and leave the passport in the place you are staying.

3. GOING OUT WALKING
Don't go anywhere alone. Let someone know where you will be going and who will be going with you. Before leaving, ask your leaders about the safety of the path you plan to take and of your destination.

4. ACCOMPANYING UNKNOWN PEOPLE
Don't go anywhere with someone who is a stranger, even if it's a child or someone elderly. Instead, tell your leaders about the situation so as to decide what to do.

5. LENDING THINGS
Don't lend your cell phone, camera, money, clothes, shoes, tools, etc. because it is possible that they will not be returned to you. If you are on a construction or other type of team that is offering some kind of help, know who is in your group, and don't lend things to people outside of your group.

6. EMERGENCY PHONE NUMBERS
Have the following phone numbers on hand:

- PNC police **112 ó 120**
- Volunteer firefighters **122**
- Municipal firefighters: **123**
- Provia (Highway patrol): **1520**
- Immigration: **2360-8544**
- Conred (disaster relief): **119 or 2385-4184**
- INGUAT Tourism Institute: **1500 or 2421-2800**
- Galilee Church office: **7830-1298 or 4067-5975**
- Pastor Merari Rodríguez: **5552-2828**
- Pastor Tono Rodríguez: **4067-5151**

10 GETTING TO KNOW GUATEMALA | CONOCIENDO A GUATEMALA

GETTING TO KNOW GUATEMALA | CONOCIENDO A GUATEMALA 11

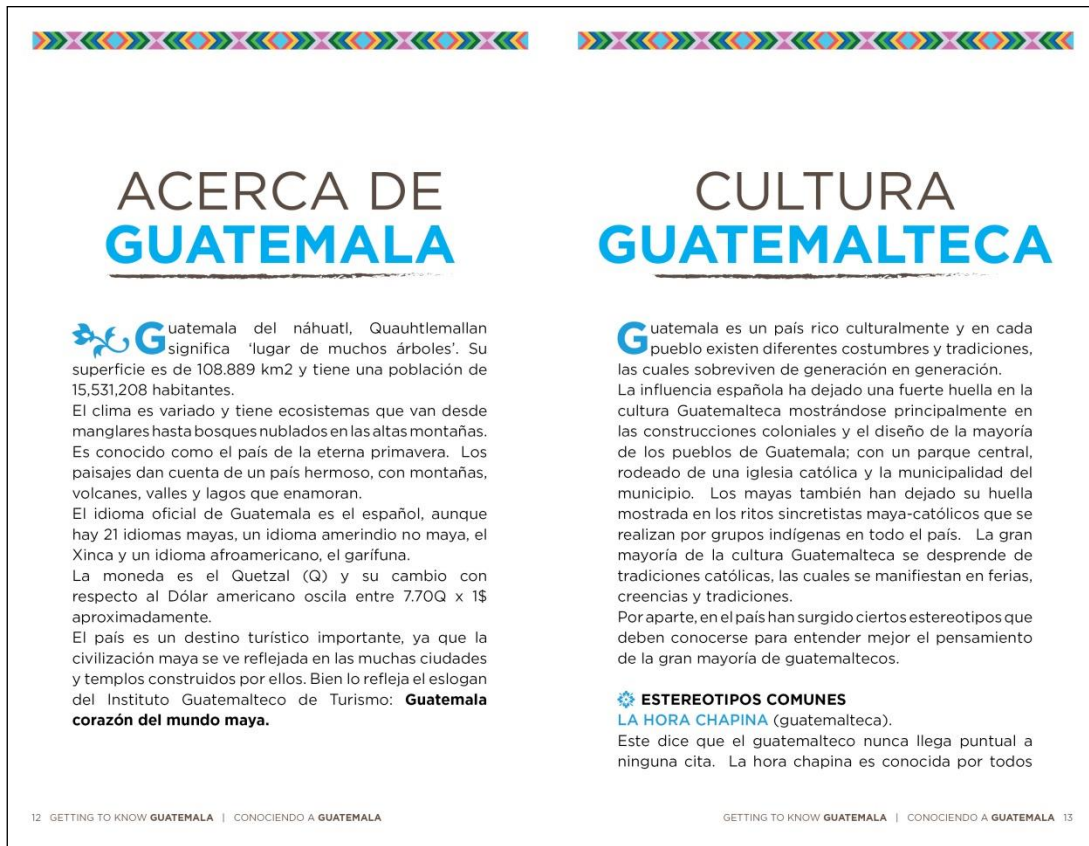
5.5"

5.5"

8.5"

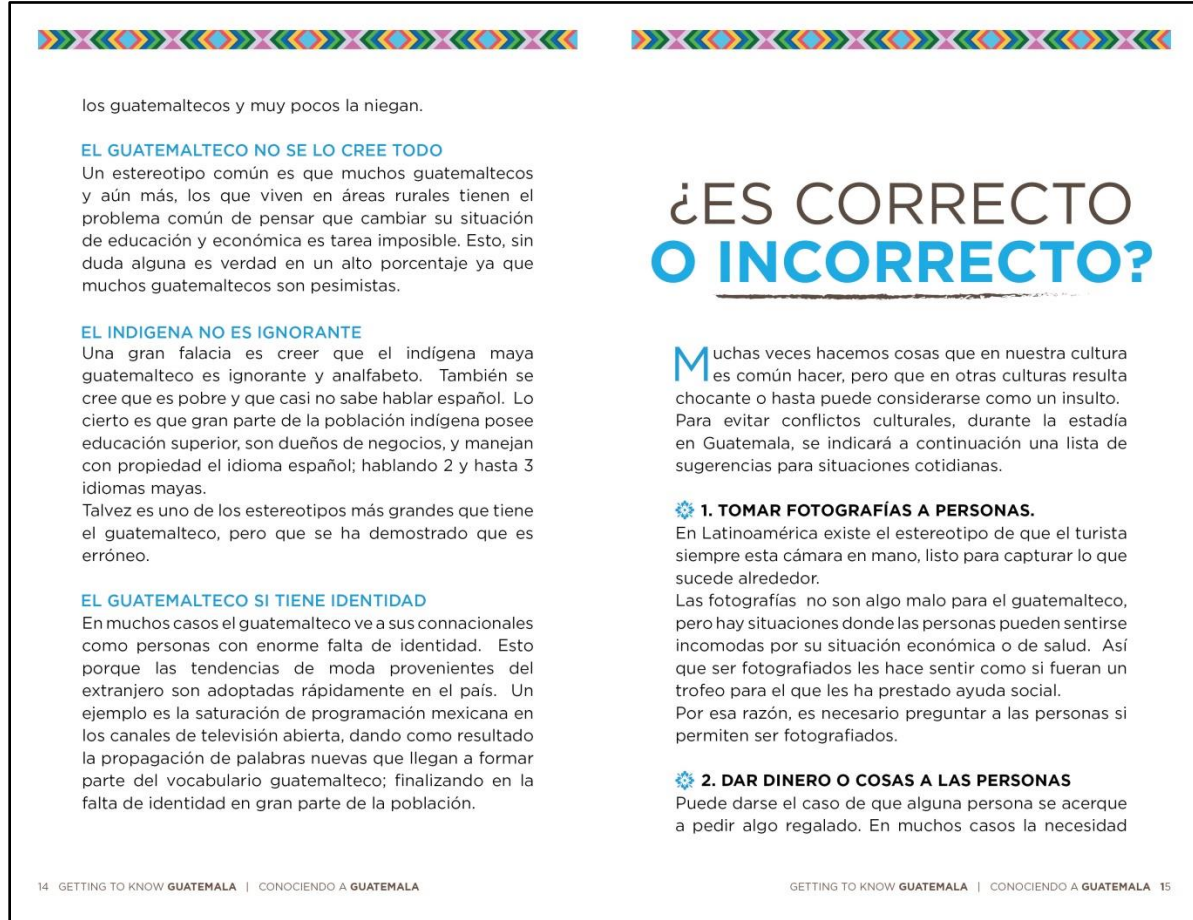
Página 10 Safety tips. Letra capitular celeste. Como en todo el documento al pie de página el número de folio y el nombre del folleto; en la parte superior, la vectorización que representa tela típica.

En la página 11 continúa el mismo titular, además del número folio al pie de página y el nombre del folleto. En la parte superior, la vectorización que representa tela típica guatemalteca.



Página 12 Acerca de Guatemala. Letra capitular celeste y una flor vectorizada. Como en todo el documento al pie de página, el número de folio y el nombre del folleto; en la parte superior, la vectorización que representa tela típica.

En la página 13 Cultura Guatemalteca y letra capitular celeste. Además del número folio, al pie de página y el nombre del folleto. En la parte superior, la vectorización que representa tela típica guatemalteca.



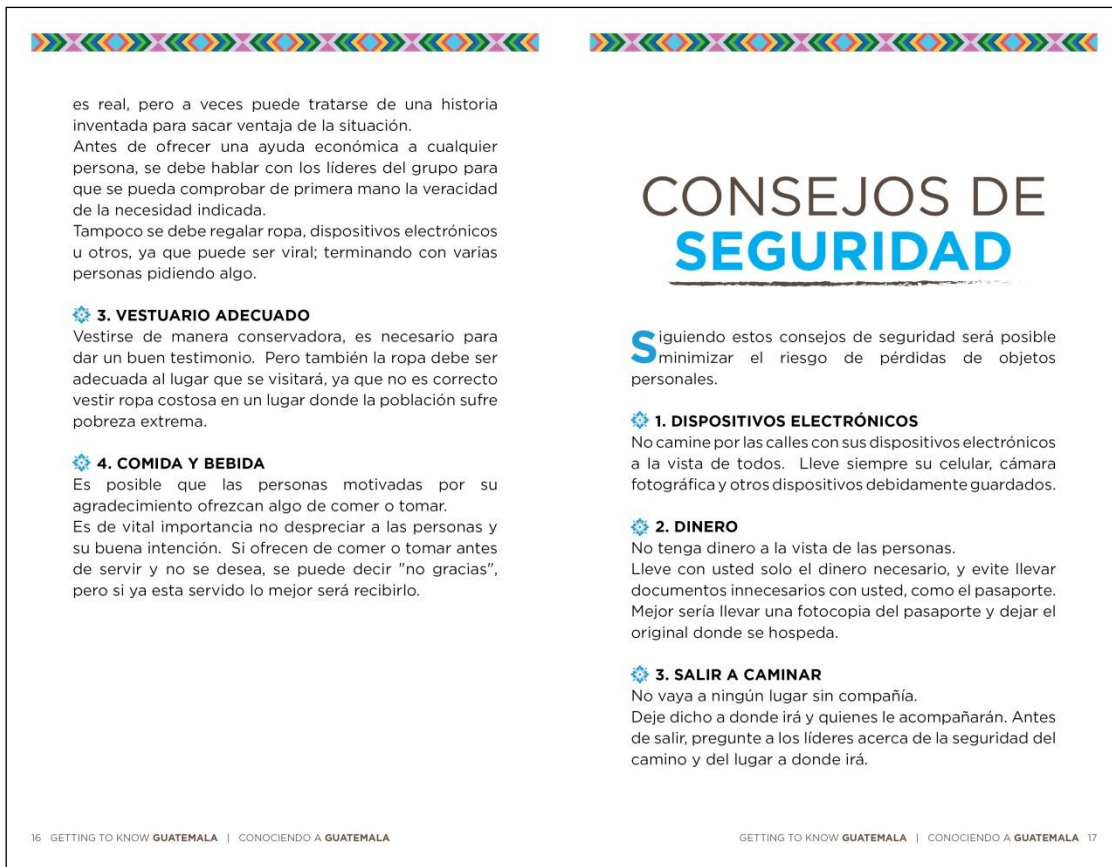
5.5”

5.5”

8.5”

Página 14 continuación de cultura guatemalteca. Como en todo el documento, al pie de página el número de folio y el nombre del folleto; en la parte superior, la vectorización que representa tela típica.

En la página 15 ¿Es correcto o incorrecto? y letra capitular celeste. Además del número folio al pie de página y el nombre del folleto. En la parte superior, la vectorización que representa tela típica guatemalteca.




5.5"

5.5"

8.5"

Página 16 continuación de ¿Es correcto o incorrecto?. Como en todo el documento al pie de página el número de folio y el nombre del folleto, en la parte superior la vectorización que representa tela típica.

En la página 17 Consejos de seguridad y letra capitular celeste. Además del número folio, al pie de página y el nombre del folleto. En la parte superior, la vectorización que representa tela típica guatemalteca.



4. IR CON UN DESCONOCIDO
No acompañe a ningún desconocido, aunque sea un niño o anciano. Antes, cuente a sus líderes la situación para disponer que hacer.

5. PRESTAR ALGO
No preste a desconocidos su teléfono, cámara fotográfica, dinero, ropa, zapatos, herramientas u otros objetos; porque es posible que no lo devuelvan. Si está en un equipo de construcción o ayuda, sabrá quienes están en el equipo; a nadie aparte de ellos preste nada.

6. TELÉFONOS DE EMERGENCIA
Tenga a mano estos teléfonos de emergencia

Policía PNC **112 ó 120**
Bomberos Voluntarios **122**
Bomberos Municipales **123**
PROVIAL (policía de caminos) **1520**
Dirección General de Migración **2360-8544**
CONRED (reducción de desastres) **119 ó 2385-4184**
INGUAT Instituto de turismo **1500 ó 2421-2800**
Iglesia Galilea oficina **7830-1298 ó 4067-5975**
Pastor Merari Rodríguez **5552-2828**
Pastor Tono Rodríguez **4067-5151**

18 GETTING TO KNOW GUATEMALA | CONOCIENDO A GUATEMALA

8.5”

5.5”

5.5”

Página 18, continuación de Consejos de seguridad. Como en todo el documento, al pie de página, el número de folio y el nombre del folleto; en la parte superior, la vectorización que representa tela típica.

En la página 19, en blanco.



8.5”

5.5”

Página 20 Contraportada. Con vectorización que representa tela típica en la parte superior.

Créditos y proyecto de graduación especificado.

CAPITULO VIII

VALIDACIÓN TÉCNICA

VIII. VALIDACIÓN TÉCNICA

8.1 Población y muestreo

El proyecto de graduación será validado por 3 grupos, el primero de ellos es el grupo objetivo que está conformado por hombres y mujeres, con rango de edad entre 20 a 50 años, que viven principalmente en los Estados Unidos de América. Nivel medio B y C+.

El segundo grupo es Misericordia en Acción, quien provee educación gratuita a más de 250 niños en el área rural, así como ayuda de construcción de estufas mejoradas y casas de lámina a familias necesitadas o viudas.

El tercer grupo está conformado por 5 expertos en el área de la comunicación y el diseño gráfico, siendo los siguientes profesionales:

a) Lic. Carlos Franco.- El licenciado Franco trabajó durante muchos años en Prensa Libre, además tiene amplia trayectoria como catedrático universitario. Es experto en el diseño editorial y diseño publicitario; su amplio conocimiento de litografía, flexografía, imprenta y diagramación le colocan como un referente en el tema.

b) Lic. Monroy.- El licenciado Monroy es experto en el uso de software Adobe y se ha desempeñado por muchos años como catedrático universitario. Su habilidad en el diseño gráfico le otorga un alto nivel de confianza en la consulta de temas de diseño editorial.

c) Lic. Marlon Borraro.- El licenciado Borraro tiene 24 años de experiencia en el diseño gráfico y es pionero en la utilización de software como Adobe Photoshop® en Guatemala. Su amplia experiencia le hace ser uno de los máximos exponentes del diseño en el país.

d) Licda. Carla López.- La licenciada López es experta en el diseño gráfico, diseño editorial y diseño publicitario.

e) **Lic. Fernando Orellana.-** Su amplia experiencia en la docencia universitaria y su vasto conocimiento en la redacción, ortografía y técnicas de investigación proveen una validación confiable para documentos como el folleto que se diseña como proyecto de graduación.

La cantidad de personas que serán encuestadas será de 44 personas correspondientes al grupo objetivo, 1 cliente y 5 expertos.

Según el cálculo realizado con 10% de margen de error y 90% de confiabilidad, tomando en cuenta que la cantidad del grupo objetivo es 120 personas divididas en 12 por año; la cantidad de personas entrevistadas del grupo objetivo será de 44 personas.

Calculadora de Muestras

Margen de error:

Nivel de confianza:

Tamaño de Poblacion:

Margen: 10%
Nivel de confianza: 90%
Poblacion: 120

Tamaño de muestra: 44

Ecuación Estadística para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra
Z= Nivel de confianza deseado
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la población

8.2 Método e instrumento

8.2.1 Método científico mediante encuestas

El método que se utilizó para realizar las encuestas es conocido como la Escala de Likert, según McDaniel Carl (2005). Las escalas de Likert son escalas de medición en las que el encuestado o entrevistados expresa su nivel de acuerdo o desacuerdo al mostrar una actitud favorable o desfavorable hacia el ítem consultado.

La herramienta utilizada fue la encuesta, que estaba dividida en 3 secciones con un total de 14 preguntas; en tres segmentos:

- Parte objetiva: Las preguntas de esta sección corresponden al objetivo general y objetivos específicos del proyecto de graduación, abarcando 5 preguntas.
- Parte semiológica: Las preguntas corresponden a todos los elementos visuales que ayudan a transmitir el mensaje al grupo objetivo, sea tipografía, iconos, formas, diagramación, entre otros; abarcando 5 preguntas.
- Parte operativa: Las preguntas corresponden a la funcionalidad y practicidad del diseño y a la calidad del papel, tamaño, peso, entre otros.

Para la recolección de datos estadísticos se utilizó la encuesta física y la encuesta digital. La primera para obtener los datos de los 5 expertos y el cliente, la segunda para recolectar las impresiones del grupo objetivo.

La encuesta física se realizó con el cliente y los 5 expertos, llevando a cabo una entrevista donde los encuestados pudieron exteriorizar sus inquietudes, preguntas y consideraciones sobre el folleto que fue presentado físicamente.

Con el grupo objetivo la encuesta fue digital, enviándola a través de correo electrónico y adjunto un link donde se podía acceder a un pdf online, para visualizar el folleto.

La encuesta está hospedada en google drive con su aplicación formularios. Esta novedosa aplicación es útil para realizar encuestas a grupos objetivos que están dentro y fuera del país y es una buena herramienta de investigación de mercados.

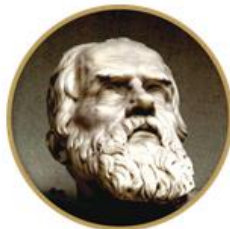
A continuación se presenta la encuesta que se utilizó para obtener datos estadísticos del cliente, expertos y grupo objetivo.

PROYECTO DE GRADUACIÓN / GRADUATION PROJECT

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

FACULTY OF SCIENCE OF COMMUNICATION (FACOM)
BACHELOR IN COMMUNICATION AND GRAPHIC DESIGN
GRADUATION PROJECT

*Obligatorio



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Nombre / Name *

Primer nombre y luego apellido / First and last name

Genero / Gender *

Elija una opción por favor / Choose one please

- masculino / male
 femenino / female

Año de nacimiento / Year of birth

Indique solamente el año de nacimiento (ejemplo 1990) / Indicate year of birth only (example 1990)

Elija una opcion / Choose one *

Grupo objetivo: A quien va dirigido el proyecto. Experto: Profesional de diseño gráfico. Cliente: Quien requiere del proyecto. / Objective Group: To whom the project is directed. Expert: Graphic design professional. Client: The one who needs the project.

- Grupo objetivo / Objective group
- Experto / Expert
- Cliente / Client

Años de experiencia / Years of experience

Solamente si es experto / Only if you are an expert

Encuesta de validación del proyecto / Survey of evaluation of the project

CREACION DE UN FOLLETO INTERCULTURAL PARA MISERICORDIA EN ACCION, QUE PERMITA COMUNICAR ACERCA DE LA CULTURA GUATEMALTECA Y TEMAS DE SEGURIDAD, A GRUPOS ESTADOUNIDENSES QUE LLEGAN AL PAIS A PROVEER AYUDA SOCIAL. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.

ANTECEDENTES / BACKGROUND

Misericordia en Acción, tiene escuelas de ayuda a niños de escasos recursos en áreas rurales de Guatemala. Durante el año muchos grupos de ayuda provenientes de Estados Unidos llegan a prestar ayuda social. Su ayuda consiste en la construir escuelas, estufas mejoradas, y casas de lamina para viudas o familias en extrema pobreza.

Sin embargo, Misericordia en Acción no cuenta con un material impreso que provea información de cultura y seguridad a los miembros de los grupos.

Mercy in Action has schools that help needy children from rural areas in Guatemala. Each year, many groups from the United States come to give material aid to those who need it. This aid consists of building schools, wood-burning stoves, and inexpensive homes for widows and families in extreme poverty.

However, Mercy in Action doesn't have any material in print that provides information for the members of the groups about the culture and safety.

INFORMACIÓN / INFORMATION

Con base a la información anterior, responda de acuerdo a su capacidad profesional a las siguientes interrogantes. Se agradece su tiempo y disposición para responder.

With the previous information as a base, respond according to your professional capacity to the following questions. Your time and willingness are appreciated.

Parte objetiva / Objective section

1. Cree que diseñar un folleto intercultural bilingüe (inglés y español) dará a conocer a los grupos información cultural y de seguridad guatemalteca? / Do you think that by designing an intercultural, bilingual (English and Spanish) booklet that it will help give information about Guatemalan culture and safety to the groups? *

- Sí / yes
 No / no

2. Considera necesario investigar información relacionada con el diseño editorial para diseñar el folleto intercultural bilingüe? / Do you consider it necessary to research information related to editorial design in order to design a intercultural bilingual booklet? *

- Sí / yes
 No / no

3. Cree usted necesario dar a conocer cultura y seguridad guatemalteca a grupos que desconocen la realidad del país? / Do you think it's necessary to give information about Guatemalan culture and safety tips to groups that don't understand the reality of the country? *

- Sí / yes
 No / no

4. Considera importante investigar toda la información acerca de Misericordia en Acción para la creación del folleto intercultural? / Do you consider it important to research all the information about Mercy in Action in order to create an intercultural booklet? *

- Sí / yes
 No / no

5. Cree que un folleto que provee información de la cultura de Guatemala es importante para un turista? / Do you think that this booklet that provides information about Guatemalan culture is important for tourists? *

- Sí / yes
 No / no

Parte semiologica / Semiological section

6. Considera que la diagramación del folleto intercultural es: / Do you consider that the layout of the intercultural booklet is: *

- Ordenada / Orderly
- poco ordenada / not very orderly
- desordenada / disorderly

7. Considera que los colores utilizados en el folleto se identifican con Guatemala? / Do you consider that the colors used in the booklet identify themselves with Guatemala? *

- Mucho / Very much
- Poco / Not very much
- Nada / None

8. Que sensación le dan los colores utilizados en el folleto? / What feeling do the colors used in the booklet give you? *

- Agrado / Pleasing
- Poco agrado / Not very pleasing
- Desagrado / Unpleasing

9. Considera que la tipografía utilizada en el folleto intercultural es: / Do you consider that the fonts used in the intercultural booklet are: *

- Legible / Legible
- Poco legible / Not very legible
- Nada legible / Not at all legible

10. Considera que los elementos visuales del folleto intercultural representan a Guatemala? / Do you consider that the visual elements in the intercultural booklet represent Guatemala? *

- Mucho / Very much
- Poco / Not very much
- Nada / Not at all

Parte operativa / Operational section

11. A su criterio el índice del folleto es: / By your criteria, the content of the booklet is: *

- Adecuado / Appropriate
- Poco adecuado / Not very appropriate
- Inadecuado / Inappropriate

12. Los títulos de sección con tipografía grande son adecuados para la lectura fácil? / Are the titles in the sections with large type large enough to read easily? *

- Adecuados / Appropriate
- Poco adecuados / Not very appropriate
- Inadecuados / Inappropriate

13. Considera usted que el texcote es adecuado para la impresión de la portada del folleto? / Do you consider that the texcote (thick paper) is adequate for the printing of the cover of the booklet? *

- Adecuado / Adequate
- Poco adecuado / Not very adequate
- Inadecuado / Inadequate

14. Considera usted que el papel bond es adecuado para la impresión de las paginas interiores del folleto? / Do you consider that regular computer/copy paper is adequate for the printing of the inner pages of the booklet? *

- Adecuado / Adequate
- Poco adecuado / Not very adequate
- Inadecuado / Inadequate

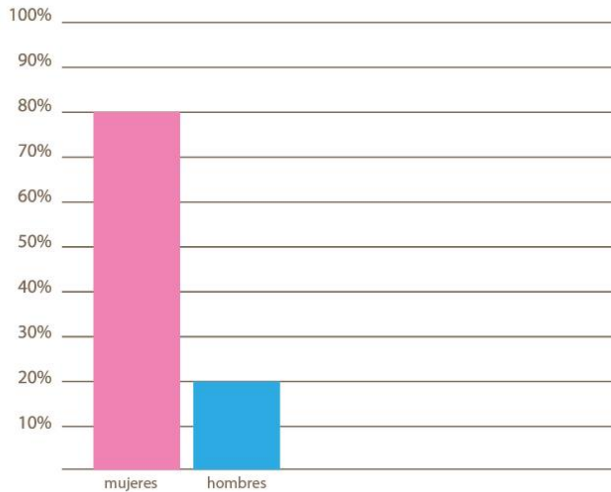
Observaciones/Observations

8.3 Resultados e interpretación de resultados

En las siguientes páginas se describirán los resultados de las encuestas realizadas:

Parte objetiva

Género

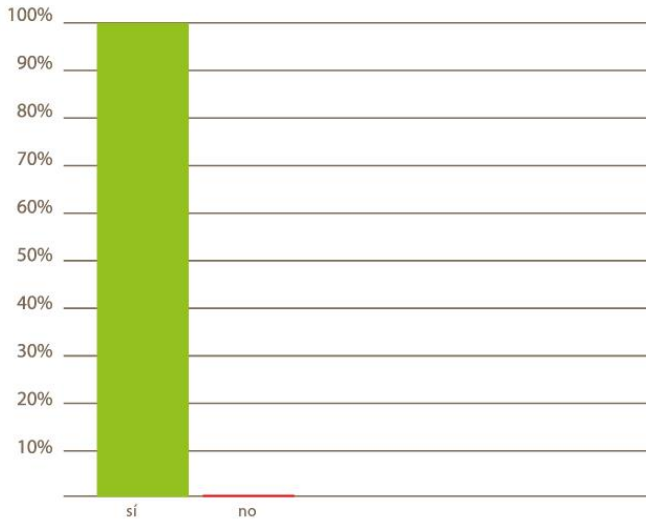


Interpretación

De acuerdo a la investigación a través de encuestas, el 80% es de género femenino y 20% de género masculino.

Pregunta No. 1

¿Cree que diseñar un folleto intercultural bilingüe (inglés y español) dará a conocer a los grupos información cultural y de seguridad guatemalteca?

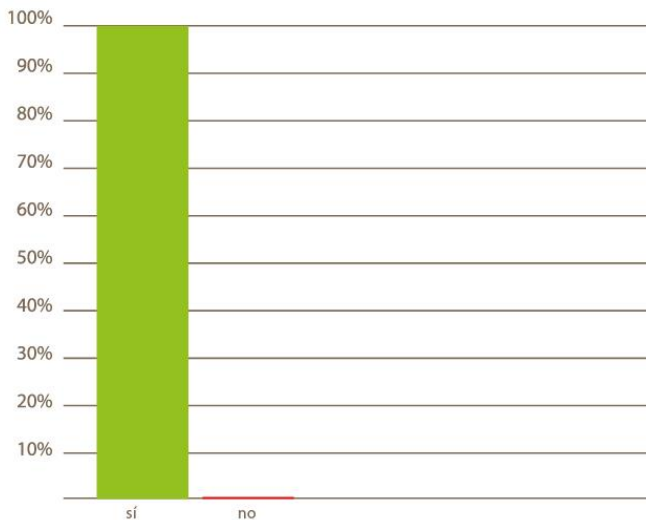


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 100% de los encuestados concuerda que diseñar un folleto intercultural bilingüe dará a conocer información cultural y de seguridad guatemalteca.

Pregunta No. 2

¿Considera necesario investigar información relacionada con el diseño editorial para diseñar el folleto intercultural bilingüe?

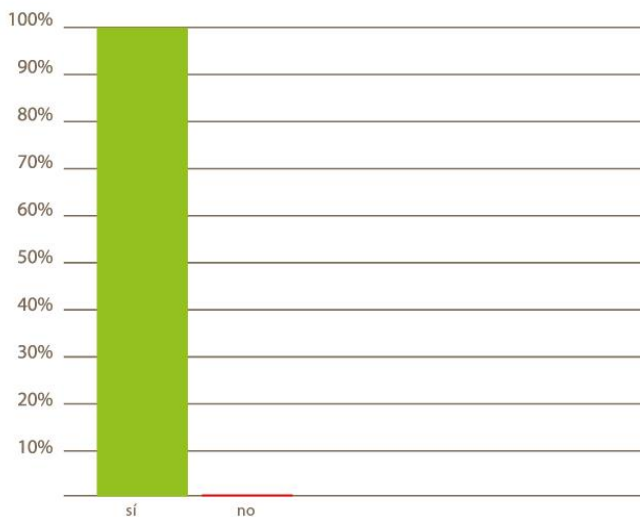


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 100% de los encuestados concuerda que es necesario investigar información relacionada con el diseño editorial para diseñar el folleto intercultural bilingüe.

Pregunta No. 3

¿Cree usted necesario dar a conocer cultura y seguridad guatemalteca a grupos que desconocen la realidad del país?

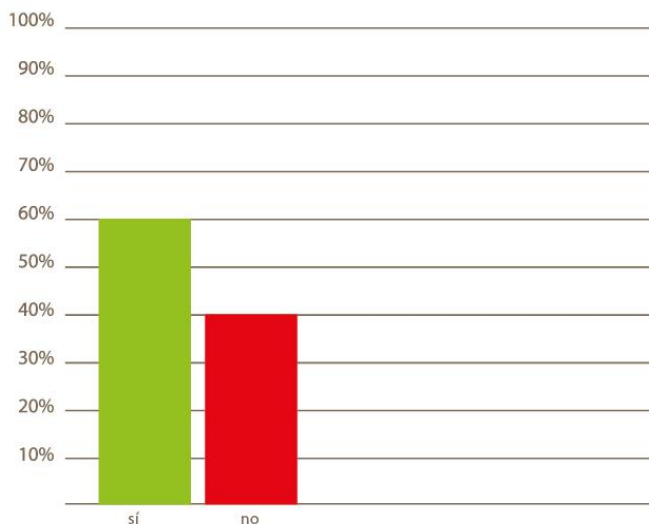


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 100% de los encuestados concuerda que es necesario dar a conocer cultura y seguridad guatemalteca a grupos que desconocen la realidad del país.

Pregunta No. 4

¿Considera importante investigar toda la información acerca de Misericordia en Acción para la creación del folleto intercultural?

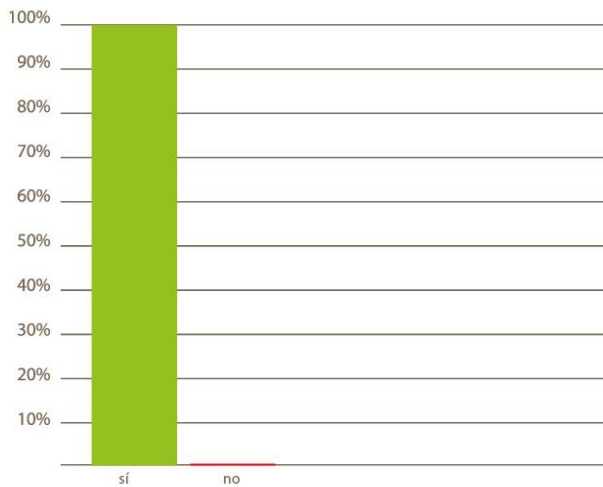


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 60% de los encuestados concuerda que es importante investigar toda la información acerca de Misericordia en Acción para la creación del folleto intercultural, y el 40% lo ve innecesario.

Pregunta No. 5

¿Cree que un folleto que provee información de la cultura de Guatemala es importante para un turista?



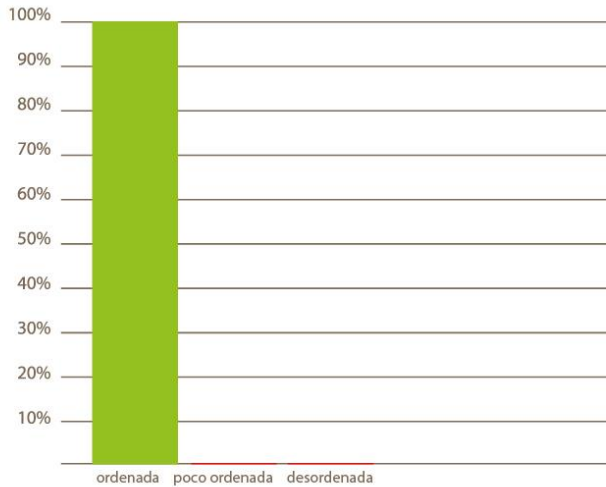
Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 100% de los encuestados cree que un folleto que provee información de la cultura de Guatemala es importante para el turista.

Parte Semiológica

Pregunta No. 6

Considera que la diagramación del folleto intercultural es:

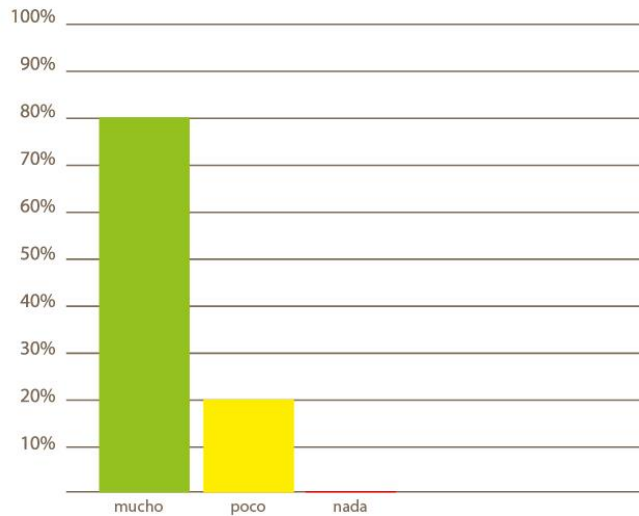


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 100% de los encuestados considera que la diagramación del folleto intercultural es ordenada. Obteniendo 0% en las casillas poco ordenada y desordenada.

Pregunta No. 7

¿Considera que los colores utilizados en el folleto se identifican con Guatemala?



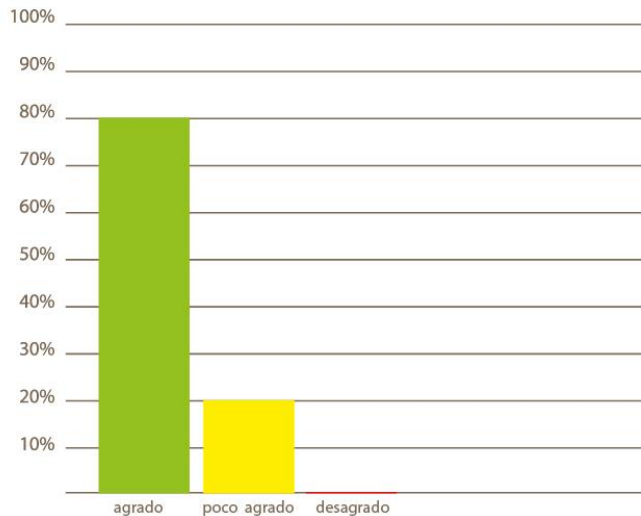
Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 80% de los encuestados considera que los colores utilizados en el folleto se identifican mucho con Guatemala, mientras que el 20% considera que se identifican poco, y el 0% que no se

identifican nada con Guatemala.

Pregunta No. 8

¿Qué sensación le dan los colores utilizados en el folleto?

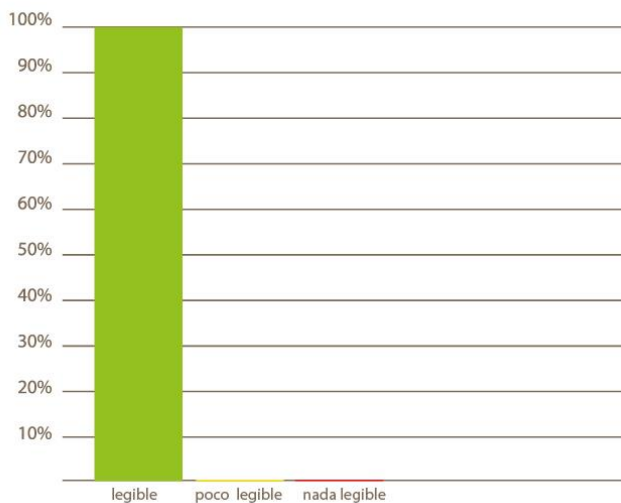


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 80% de los encuestados considera que los colores utilizados en el folleto les produce sensación de agrado, el 20% poco agrado y 0% desagrado.

Pregunta No. 9

Considera que la tipografía utilizada en el folleto intercultural es:

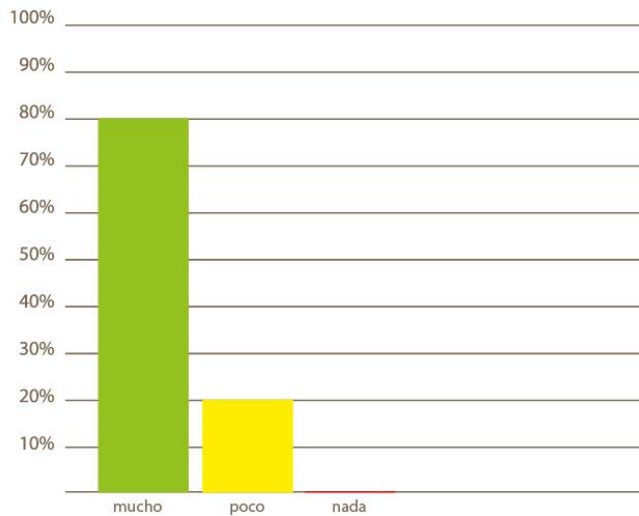


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 100% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en el folleto intercultural es legible, 0% poco legible y 0% nada legible.

Pregunta No. 10

¿Considera que los elementos visuales del folleto intercultural representan a Guatemala?



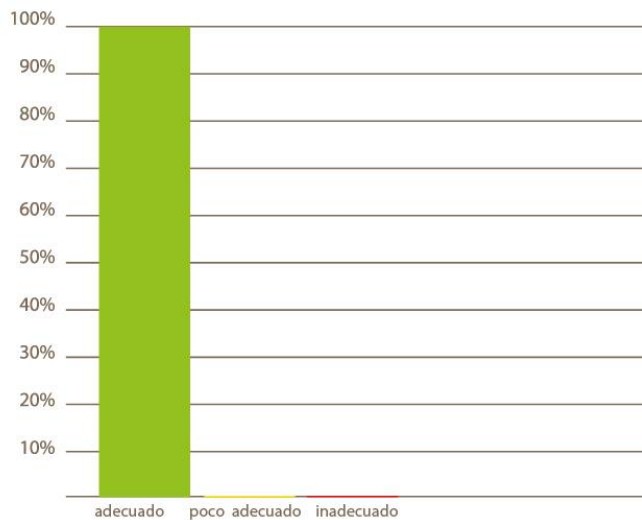
Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 80% de los encuestados considera los elementos visuales del folleto intercultural representan mucho a Guatemala, el 20% poco y 0% nada.

Parte Operativa

Pregunta No. 11

A su criterio el índice del folleto es:

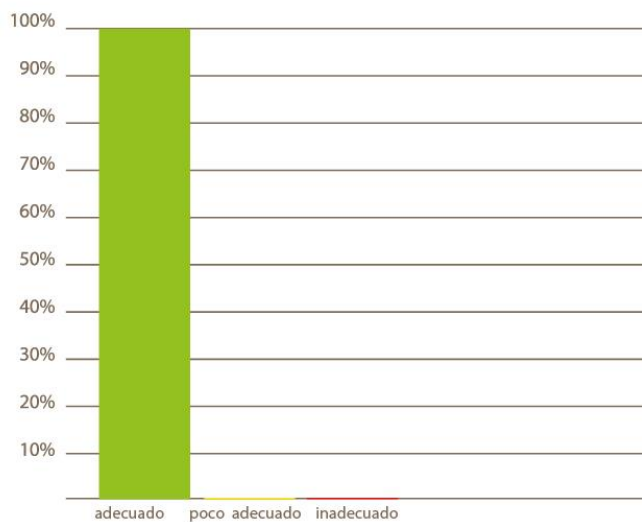


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 100% de los encuestados considera que el índice del folleto es adecuado, el 0% poco adecuado y 0% inadecuado.

Pregunta No. 12

¿Los títulos de sección con tipografía grande son adecuados para la lectura fácil?

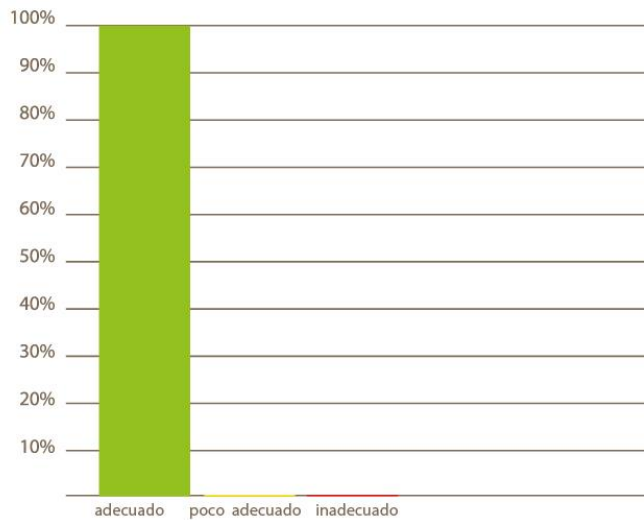


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 100% de los encuestados considera los títulos de sección con tipografía grande son adecuados para la lectura fácil, el 0% los considera poco adecuados y 0% inadecuados.

Pregunta No. 13

¿Considera usted que el texcote es adecuado para la impresión de la portada del folleto?

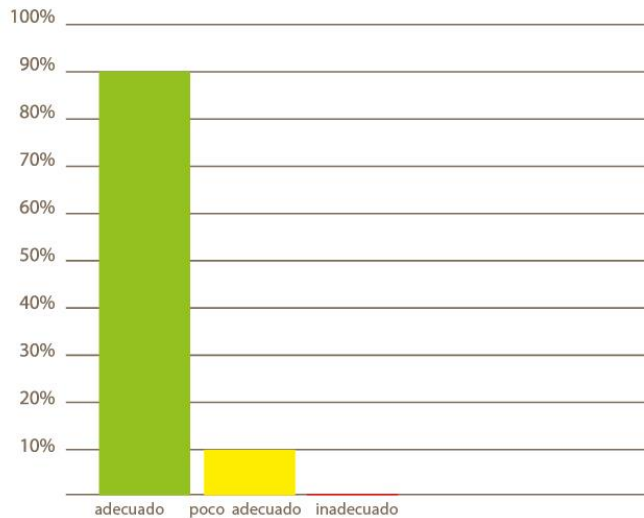


Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 100% de los encuestados considera que el texcote es adecuado para la impresión de la portada del folleto, el 0% lo considera poco adecuado y 0% inadecuado.

Pregunta No. 14

¿Considera usted que el papel bond es adecuado para la impresión de las páginas interiores del folleto?



Interpretación

De acuerdo con las respuestas el 90% de los encuestados considera que el papel bond es adecuado para la impresión de las páginas interiores del folleto, el 10% lo considera poco adecuado y 0% inadecuado.

8.4 Cambios en base a los resultados

A continuación se presentarán los cambios realizados en base a los resultados de la investigación del grupo objetivo, cliente y expertos.

8.4.1 Antes

Propuestas anteriores

- Se tenía en portada glifos mayas al lado derecho y un glifo grande como marca de agua. En la parte superior, rectángulos azules que representan a la bandera de Guatemala y en la parte inferior rectángulos de menos proporciones a los superiores, representando también la bandera Guatemalteca.
- En las páginas interiores se tenía sobre los títulos de sección, la franja geométrica que representa una tela típica, títulos y párrafos, con número de folio y nombre del folleto al pie de página.
- En la contraportada, se colocó la franja geométrica que representa una tela típica en proporción grande y los créditos e información de Universidad Galileo.

8.4.2 Después

- En la portada se quitaron los rectángulos inferiores que representaban la bandera de Guatemala y se colocó la franja geométrica que representa tela típica.
- En las páginas interiores se colocaron sobre los títulos de sección glifos mayas con su respectivo significado y se cambió sobre los títulos la franja geométrica que representa

tela típica, colocándola solamente a 2 colores. Además, se quitó el logotipo de Misericordia en Acción de la página 3, colocándolo en la contraportada.

- En la contraportada se colocó el logotipo de Misericordia en acción que estaba en la página 3 y todo lo demás continuo en su lugar.

8.4.3 Justificación

En portada

- Se quitaron los rectángulos inferiores que representan la bandera de Guatemala y se colocó la franja geométrica que representa tela típica, porque según expertos ese cambio representa más a Guatemala, ya que constituye peso y apoyo visual, además de estética al diseño.

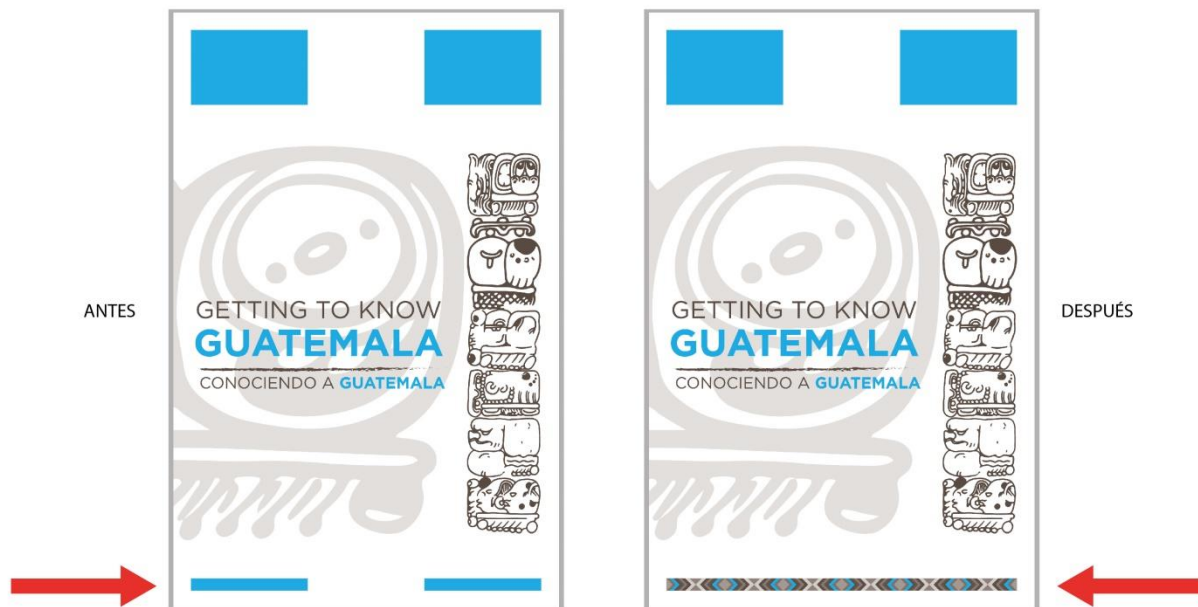
En páginas interiores

- Se colocaron glifos mayas con su respectivo significado porque dan estética al diseño y hacen interesante la lectura para el grupo objetivo.
- Se hizo un cambio de color en la franja geométrica que representa tela típica, cambiándola a 2 colores; porque esto hace más barata la impresión del folleto, ya que se cambia de full color (4 colores) a 2 colores. Esta franja se quitó de sobre los títulos de sección y se colocaron en su lugar los glifos mayas.
- Se quitó el logotipo de Misericordia en Acción de la página 3, colocándolo en contraportada, ya que como la impresión interior del folleto cambio de full color a solamente 2 colores, era necesario quitar el logotipo de las páginas interiores y colocarlo full color en la contraportada, la cual será juntamente con la portada a full color.

En contraportada

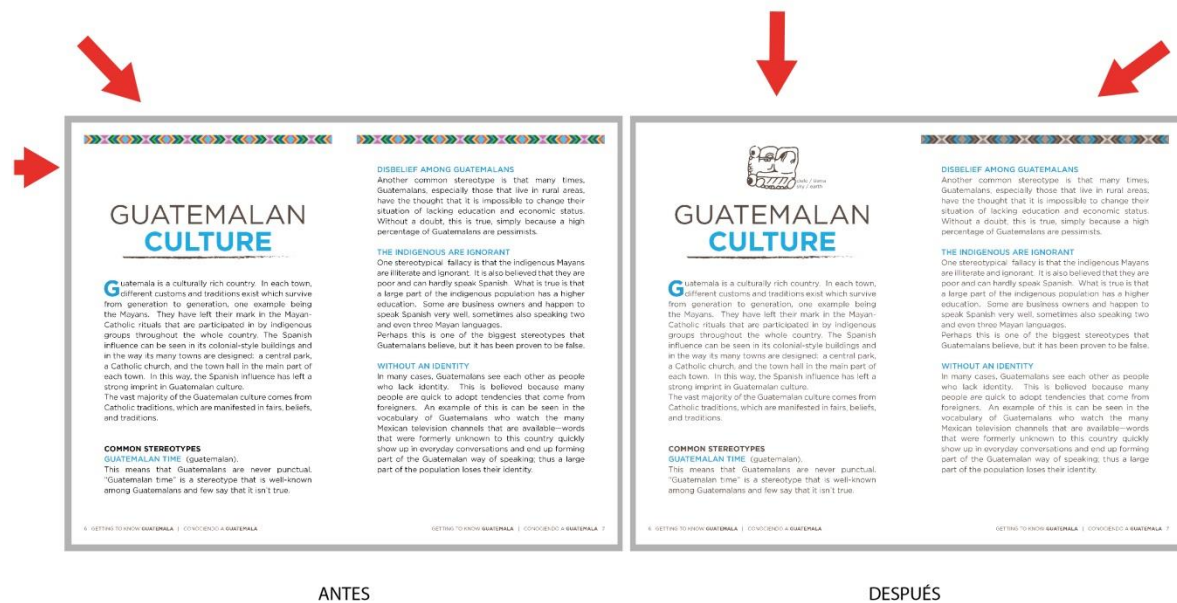
- Se colocó en logotipo que estaba en la página 3 colocándolo en la parte superior bajo la franja geométrica que representa tela típica, porque es necesario que el logotipo sea a full color y en las páginas interiores se manejan solamente 2 colores. De esta manera el logotipo es fácilmente identificado por el grupo objetivo, ya que es conocido que la contraportada es segunda en importancia, solo atrás de la portada.

Muestra de cambios en portada



En portada se cambió únicamente los rectángulos azules inferiores y se colocó en su lugar la franja geométrica que representa tela típica.

Muestra de cambios en páginas interiores



En la propuesta preliminar, sobre los títulos solamente estaba la franja que representa tela típica. Esa franja se quitó y se colocaron glifos mayas con su significado. Además, se cambió esa franja a 2 colores, para ahorrar costos de reproducción, ya que una impresión a 2 tintas es más económica que una full color (4 tintas). Cabe destacar que la franja se quitó únicamente de las páginas donde hay títulos de sección, mas no así de las otras páginas.

Muestra de cambios en contraportada



El logotipo de Misericordia en Acción se quitó de la página 3 del folleto para convertir la impresión de las páginas interiores a 2 colores. Se llevó el logotipo a la contraportada que será full color junto a la portada. Además, al logotipo de Misericordia en Acción se le retiró el rectángulo que tiene de fondo, ya que no es parte del logotipo.

CAPITULO IX

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

IX. PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Tomando como base las sugerencias de los expertos y de la investigación realizada tanto al cliente como al grupo objetivo, se realizaron cambios para mejorar el diseño del folleto y hacerlo más efectivo tanto en el área de la comunicación como del diseño.

Portada

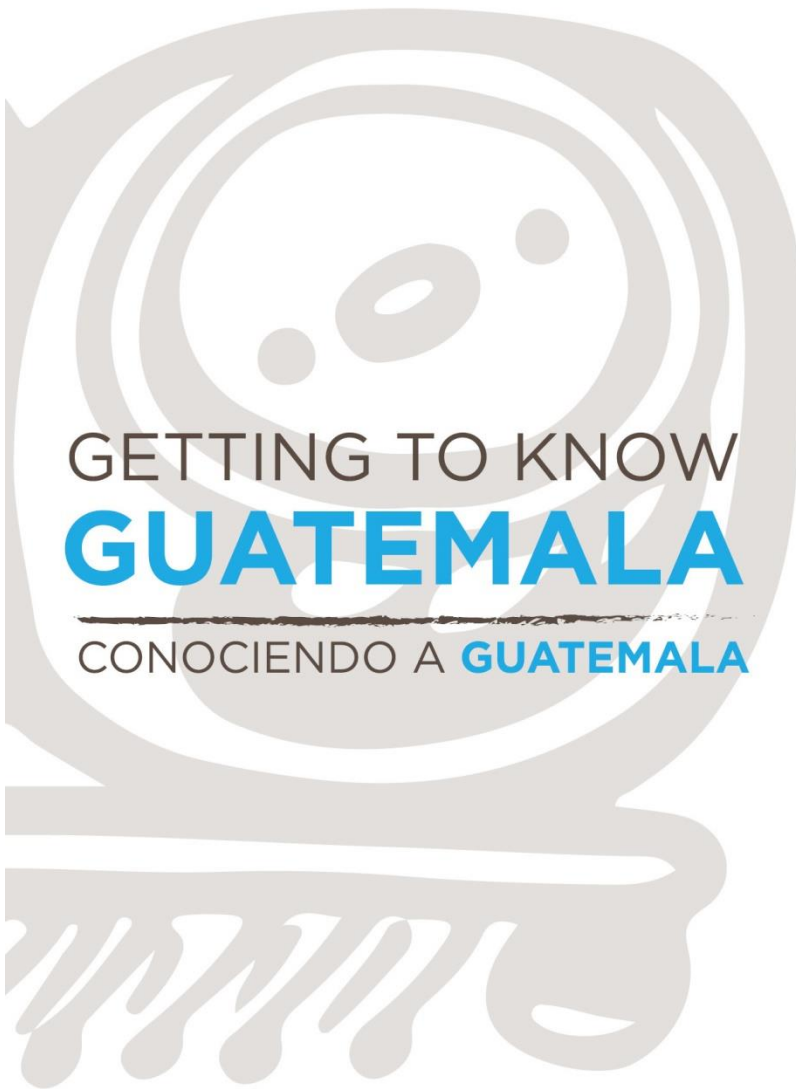
A continuación se presenta la portada.

- Tamaño del folleto: Media carta 5.5” X 8.5” cerrado⁷
- Color: CMYK
- Papel: Texcote 12
- Orientación: Vertical

Por favor vea la portada en la página siguiente.

⁷ Cerrado significa que cuando el folleto está abierto para ser leído, será de tamaño carta o sea 11” X 8.5”. Por esa razón cerrado es media carta.

5.5"



GETTING TO KNOW
GUATEMALA
CONOCIENDO A **GUATEMALA**



8.5"

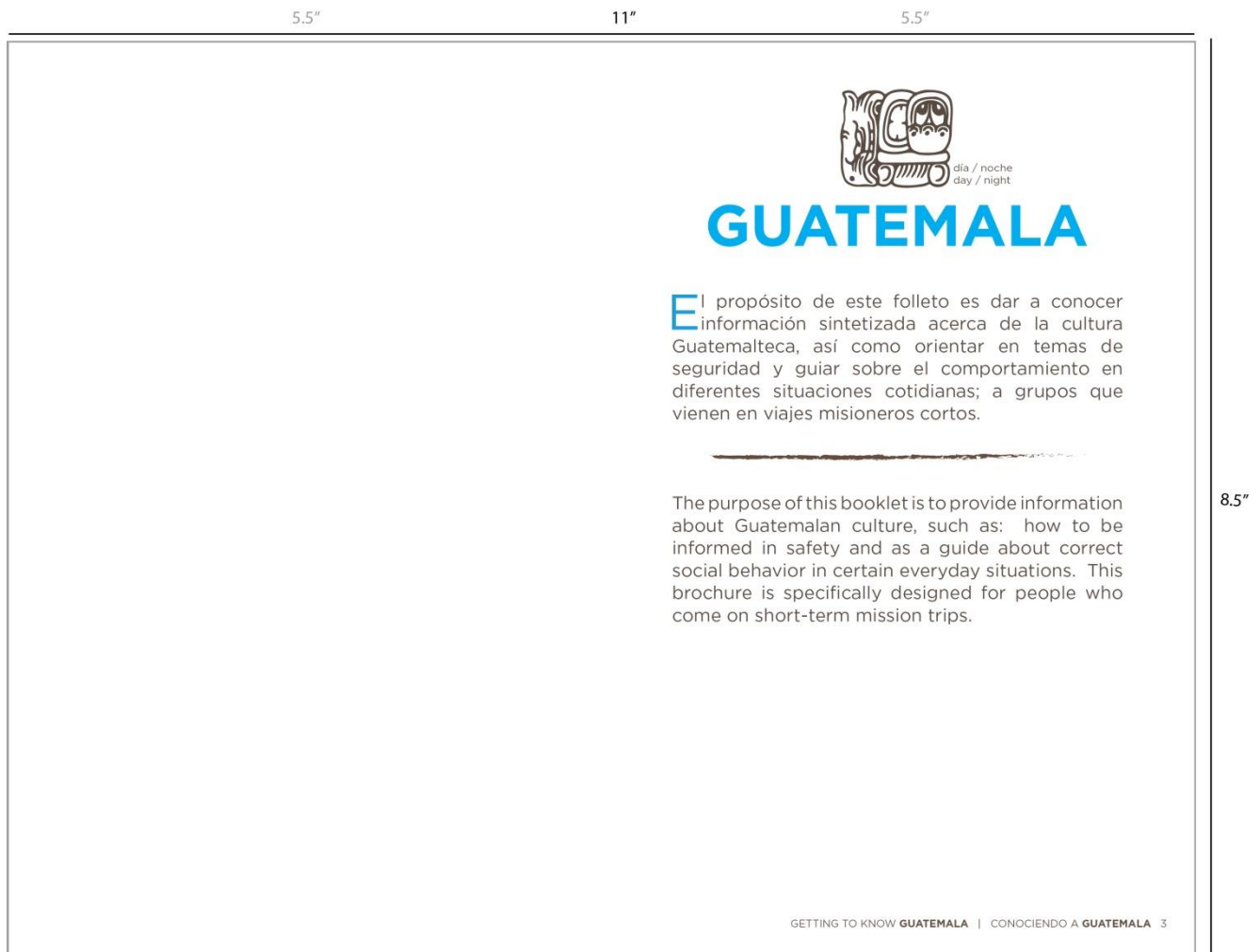


Páginas interiores

A continuación se presentan las páginas interiores desde la 2 hasta la 19.

- Tamaño del folleto: Media carta 5.5” X 8.5” cerrado
- Color: CMYK
- Papel: Bond 90 gramos
- Orientación: Vertical

Páginas 2 y 3. 5.5” x 8.5” cerrado.



5.5"

11"

5.5"

CONTENTS

INDICE

ENGLISH

- ABOUT **GUATEMALA** 5
- GUATEMALAN **CULTURE** 6
- BEHAVIOR:
- WHAT IS RIGHT OR WRONG?** 8
- SAFETY **TIPS** 10

ESPAÑOL

- ACERCA DE **GUATEMALA** 12
- CULTURA **GUATEMALTECA** 13
- ¿ES CORRECTO O **INCORRECTO?** 15
- CONSEJOS DE **SEGURIDAD** 17



ABOUT GUATEMALA

Guatemala, a word that came from the nahuatl word "Quauhtlemallan" means "place of many trees." Its surface is 108,889 km² and has a population of 15,531,208 inhabitants. Its climate is varied and has different ecosystems from glades to cloudy forests in the mountains. It is known as the "land of eternal spring." Its scenery is a mix of mountains, volcanoes, valleys, and lakes that will make one realize what a beautiful country Guatemala really is and thus fall in love with it. Guatemala's official language is Spanish, although there are also 21 Mayan-- Xinca; and one Afroamerican language called Garifuna. The currency is the quetzal (Q) and its exchange rate with the American dollar ranges from Q7.7 per US \$1. This country is an important tourist destination, being that the Mayan civilization is reflected in its many cities and temples built by the Mayans themselves. This is also reflected in the slogan of the Guatemalan Institute of Tourism: **"Guatemala: The heart of the Mayan world."**

8.5"

5.5"

11"

5.5"



GUATEMALAN CULTURE

Guatemala is a culturally rich country. In each town, different customs and traditions exist which survive from generation to generation, one example being the Mayans. They have left their mark in the Mayan-Catholic rituals that are participated in by indigenous groups throughout the whole country. The Spanish influence can be seen in its colonial-style buildings and in the way its many towns are designed: a central park, a Catholic church, and the town hall in the main part of each town. In this way, the Spanish influence has left a strong imprint in Guatemalan culture.

The vast majority of the Guatemalan culture comes from Catholic traditions, which are manifested in fairs, beliefs, and traditions.

COMMON STEREOTYPES

GUATEMALAN TIME (guatemalan).

This means that Guatemalans are never punctual. "Guatemalan time" is a stereotype that is well-known among Guatemalans and few say that it isn't true.



GUATEMALANS DON'T BELIEVE EVERYTHING

Another common stereotype is that many times, Guatemalans, especially those that live in rural areas, have the thought that it is impossible to change their situation of lacking education and economic status. Without a doubt, this is true, simply because a high percentage of Guatemalans are pessimists.

THE INDIGENOUS ARE NOT IGNORANT

One stereotypical fallacy is that the indigenous Mayans are illiterate and ignorant. It is also believed that they are poor and can hardly speak Spanish. What is true is that a large part of the indigenous population has a higher education. Some are business owners and happen to speak Spanish very well, sometimes also speaking two and even three Mayan languages.

Perhaps this is one of the biggest stereotypes that Guatemalans believe, but it has been proven to be false.

GUATEMALANS DO HAVE AN IDENTITY

In many cases, Guatemalans see each other as people who lack identity. This is believed because many people are quick to adopt tendencies that come from foreigners. An example of this is can be seen in the vocabulary of Guatemalans who watch the many Mexican television channels that are available—words that were formerly unknown to this country quickly show up in everyday conversations and end up forming part of the Guatemalan way of speaking; however, this is not a big enough reason for a country to lose its identity.

8.5"

5.5"

11"

5.5"



BEHAVIOR: WHAT IS RIGHT OR WRONG?

Most of the time, we do things in our own culture that are common, but in other cultures, those same habits and customs can cause clashes or even make people feel insulted.

In order to avoid cultural conflicts while in Guatemala, below is a list of suggestions on how to react in everyday situations.

1. TAKING PICTURES OF PEOPLE

In Latin America, there is a stereotype that suggests that tourists always have their camera in hand, ready to capture an image of what is going on around them. Taking pictures is not a bad thing to Guatemalans, but there are situations in which people can feel uncomfortable, due to their low economic status or poor condition of health. In this way, being photographed can make them feel as though they are some sort of "souvenir" to those who have helped to improve their living conditions. For this reason, it's a necessary evil to ask people first if you may take pictures of them.

2. GIVING MONEY OR THINGS TO PEOPLE

There are times when someone may ask you to give them something. In many cases, the need is real, but sometimes, the "need" is nothing more than an invented story to be able to take advantage of the situation. Before offering money to anyone, you should talk with the leaders of your group in order to find out if the need is real.

You should also avoid giving clothes, electronics, or other things, simply because it can be contagious — causing others to ask you for something as well.

3. APPROPRIATE DRESS

In order to give a good testimony, it is vital to dress modestly, and according to the places you will be visiting. For example, it is not a good idea to wear expensive clothing in an area where extreme poverty is the norm.

4. FOOD AND DRINK

It is quite possible that people motivated by thankfulness offer you something to eat or drink. It is of great importance to not look down on these people and their motives. If you are offered something to eat or drink that you don't want, simply say "No thank you" but if it is something that has already been served, it is better to receive it.

8.5"

5.5"

11"

5.5"



SAFETY TIPS

Following these safety tips will help you to minimize the risk of losing your personal belongings.

1. ELECTRONICS

Don't walk down the street with electronics in plain sight. Always carry your cell phone, camera, and other objects hidden.

2. MONEY

Don't have your money where others can see it. Carry only the necessary amount of money and avoid carrying unnecessary documents, such as your passport. Instead, carry a copy of the passport, and leave the passport in the place you are staying.

3. GOING OUT WALKING

Don't go anywhere alone. Let someone know where you will be going and who will be going with you. Before leaving, ask your leaders about the safety of the path you plan to take and of your destination.

4. ACCOMPANYING UNKNOWN PEOPLE

Don't go anywhere with someone who is a stranger, even if it's a child or someone elderly. Instead, tell your leaders about the situation so as to decide what to do.

5. LENDING THINGS

Don't lend your cell phone, camera, money, clothes, shoes, tools, etc. because it is possible that they will not be returned to you. If you are on a construction or other type of team that is offering some kind of help, know who is in your group, and don't lend things to people outside of your group.

6. EMERGENCY PHONE NUMBERS

Have the following phone numbers on hand:

PNC police **112 6 120**

Volunteer firefighters **122**

Municipal firefighters: **123**

Provincial (Highway patrol): **1520**

Immigration: **2360-8544**

Conred (disaster relief): **119 or 2385-4184**

INGUAT Tourism Institute: **1500 or 2421-2800**

Galilee Church office: **7830-1298 or 4067-5975**

Pastor Merari Rodríguez: **5552-2828**

Pastor Tono Rodríguez: **4067-5151**

8.5"

5.5"

11"

5.5"



ACERCA DE GUATEMALA

Guatemala del náhuatl, Quauhtlemallan significa 'lugar de muchos árboles'. Su superficie es de 108.889 km² y tiene una población de 15,531,208 habitantes.

El clima es variado y tiene ecosistemas que van desde manglares hasta bosques nublados en las altas montañas. Es conocido como el país de la eterna primavera. Los paisajes dan cuenta de un país hermoso, con montañas, volcanes, valles y lagos que enamoran.

El idioma oficial de Guatemala es el español, aunque hay 21 idiomas mayas, un idioma amerindio no maya, el Xinca y un idioma afroamericano, el garífuna.

La moneda es el Quetzal (Q) y su cambio con respecto al Dólar americano oscila entre 7.70Q x 1\$ aproximadamente.

El país es un destino turístico importante, ya que la civilización maya se ve reflejada en las muchas ciudades y templos construidos por ellos. Bien lo refleja el eslogan del Instituto Guatemalteco de Turismo: **Guatemala corazón del mundo maya.**



CULTURA GUATEMALTECA

Guatemala es un país rico culturalmente y en cada pueblo existen diferentes costumbres y tradiciones, las cuales sobreviven de generación en generación.

La influencia española ha dejado una fuerte huella en la cultura Guatemalteca mostrándose principalmente en las construcciones coloniales y el diseño de la mayoría de los pueblos de Guatemala; con un parque central, rodeado de una iglesia católica y la municipalidad del municipio. Los mayas también han dejado su huella mostrada en los ritos sincretistas maya-católicos que se realizan por grupos indígenas en todo el país. La gran mayoría de la cultura Guatemalteca se desprende de tradiciones católicas, las cuales se manifiestan en ferias, creencias y tradiciones.

Por aparte, en el país han surgido ciertos estereotipos que deben conocerse para entender mejor el pensamiento de la gran mayoría de guatemaltecos.

ESTEREOTIPOS COMUNES

LA HORA CHAPINA (guatemalteca).

Este dice que el guatemalteco nunca llega puntual a ninguna cita. La hora chapina es conocida por todos

8.5"

5.5"

11"

5.5"



los guatemaltecos y muy pocos la niegan.

EL GUATEMALTECO NO SE LO CREE TODO

Un estereotipo común es que muchos guatemaltecos y aún más, los que viven en áreas rurales tienen el problema común de pensar que cambiar su situación de educación y económica es tarea imposible. Esto, sin duda alguna es verdad en un alto porcentaje ya que muchos guatemaltecos son pesimistas.

EL INDÍGENA NO ES IGNORANTE

Una gran falacia es creer que el indígena maya guatemalteco es ignorante y analfabeta. También se cree que es pobre y que casi no sabe hablar español. Lo cierto es que gran parte de la población indígena posee educación superior, son dueños de negocios, y manejan con propiedad el idioma español; hablando 2 y hasta 3 idiomas mayas.

Talvez es uno de los estereotipos más grandes que tiene el guatemalteco, pero que se ha demostrado que es erróneo.

EL GUATEMALTECO SI TIENE IDENTIDAD

En muchos casos el guatemalteco ve a sus connacionales como personas con enorme falta de identidad. Esto porque las tendencias de moda provenientes del extranjero son adoptadas rápidamente en el país. Un ejemplo es la saturación de programación mexicana en los canales de televisión abierta, dando como resultado la propagación de palabras nuevas que llegan a formar parte del vocabulario guatemalteco; pero eso no es una razón de peso para borrar la identidad de una nación.



¿ES CORRECTO O INCORRECTO?

Muchas veces hacemos cosas que en nuestra cultura es común hacer, pero que en otras culturas resulta chocante o hasta puede considerarse como un insulto. Para evitar conflictos culturales, durante la estadía en Guatemala, se indicará a continuación una lista de sugerencias para situaciones cotidianas.

1. TOMAR FOTOGRAFÍAS A PERSONAS.

En Latinoamérica existe el estereotipo de que el turista siempre esta cámara en mano, listo para capturar lo que sucede alrededor.

Las fotografías no son algo malo para el guatemalteco, pero hay situaciones donde las personas pueden sentirse incómodas por su situación económica o de salud. Así que ser fotografiados les hace sentir como si fueran un trofeo para el que les ha prestado ayuda social. Por esa razón, es necesario preguntar a las personas si permiten ser fotografiados.

2. DAR DINERO O COSAS A LAS PERSONAS

Puede darse el caso de que alguna persona se acerque a pedir algo regalado. En muchos casos la necesidad

8.5"

5.5"

11"

5.5"



es real, pero a veces puede tratarse de una historia inventada para sacar ventaja de la situación. Antes de ofrecer una ayuda económica a cualquier persona, se debe hablar con los líderes del grupo para que se pueda comprobar de primera mano la veracidad de la necesidad indicada. Tampoco se debe regalar ropa, dispositivos electrónicos u otros, ya que puede ser viral; terminando con varias personas pidiendo algo.

3. VESTUARIO ADECUADO

Vestirse de manera conservadora, es necesario para dar un buen testimonio. Pero también la ropa debe ser adecuada al lugar que se visitará, ya que no es correcto vestir ropa costosa en un lugar donde la población sufre pobreza extrema.

4. COMIDA Y BEBIDA

Es posible que las personas motivadas por su agradecimiento ofrezcan algo de comer o tomar. Es de vital importancia no despreciar a las personas y su buena intención. Si ofrecen de comer o tomar antes de servir y no se desea, se puede decir "no gracias", pero si ya está servido lo mejor será recibirlo.



CONSEJOS DE SEGURIDAD

Siguendo estos consejos de seguridad será posible minimizar el riesgo de pérdidas de objetos personales.

1. DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS

No camine por las calles con sus dispositivos electrónicos a la vista de todos. Lleve siempre su celular, cámara fotográfica y otros dispositivos debidamente guardados.

2. DINERO

No tenga dinero a la vista de las personas. Lleve con usted solo el dinero necesario, y evite llevar documentos innecesarios con usted, como el pasaporte. Mejor sería llevar una fotocopia del pasaporte y dejar el original donde se hospeda.

3. SALIR A CAMINAR

No vaya a ningún lugar sin compañía. Deje dicho a donde irá y quienes le acompañarán. Antes de salir, pregunte a los líderes acerca de la seguridad del camino y del lugar a donde irá.

8.5"

Páginas 18 y 19. 5.5” x 8.5” cerrado.

5.5”

11”

5.5”



4. IR CON UN DESCONOCIDO

No acompañe a ningún desconocido, aunque sea un niño o anciano. Antes, cuente a sus líderes la situación para disponer que hacer.

5. PRESTAR ALGO

No preste a desconocidos su teléfono, cámara fotográfica, dinero, ropa, zapatos, herramientas u otros objetos; porque es posible que no lo devuelvan. Si está en un equipo de construcción o ayuda, sabrá quienes están en el equipo; a nadie aparte de ellos preste nada.

6. TELÉFONOS DE EMERGENCIA

Tenga a mano estos teléfonos de emergencia

Policía PNC **112 ó 120**

Bomberos Voluntarios **122**

Bomberos Municipales **123**

PROVIAL (policía de caminos) **1520**

Dirección General de Migración **2360-8544**

CONRED (reducción de desastres) **119 ó 2385-4184**

INGUAT Instituto de turismo **1500 ó 2421-2800**

Iglesia Galilea oficina **7830-1298 ó 4067-5975**

Pastor Merari Rodríguez **5552-2828**

Pastor Tono Rodríguez **4067-5151**

8.5”

5.5"



8.5"

CRÉDITOS

Diseño y diagramación:
ORLANDO BLAS
E-mail: orlandoblas@outlook.com
Teléfono: (502) 5368-9221
Web: about.me/orlandoblas
Traducción: Jennifer Leah Arnold
Misericordia en Acción
E-mail: iglesiasgalileaacm@yahoo.com
Teléfonos: (502) 4067-5975 - (502) 7830-1298

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Universidad Galileo
www.galileo.edu
©2015

CAPITULO X

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

VIII. PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El proyecto debe cumplir con su función, así como darse a conocer al grupo objetivo, por lo tanto se presenta a continuación:

10.1 Plan de costos de elaboración

El proyecto se elaboró en un periodo de:

- 8 semanas trabajadas.
- 40 días trabajados.
- 120 horas trabajadas.
- 3 horas diarias.

Descripción	Costo unitario	Total
Proceso creativo y elaboración de propuesta grafica	Q. 25. ⁰⁰ por hora trabajada	Q. 3,000. ⁰⁰

El total estimado para la elaboración del proyecto es de Q. 3,000.00. Esto incluye el proceso creativo y la elaboración de la propuesta gráfica.

10.2 Plan de costos de producción

Artes finales, producción de audio y video, prototipos virtuales.

Descripción	Total
Artes finales: 20% adicional a incluirse en el costo de elaboración del proyecto	Q. 600.00
Versión digital del proyecto: 10% adicional a incluirse en el costo de elaboración del proyecto.	Q. 300.00
Total de costos de producción	Q. 900.00

10.3 Plan de costos de reproducción

Para la reproducción del proyecto se realizó una cotización de 3 proveedores, que ofrecieron las siguientes cotizaciones: (Ver anexo)

Proveedor	1000 folletos de 16 páginas a 2 colores, tiro y retiro, en papel bond 90 gramos. 1000 portadas Texcote 12 a full color, solo tiro barniz UV.
Imprenta POTOMAC	Q. 6,650 (precio unitario Q. 6.65)
YOYO Graphics	Q. 7.200 (precio unitario Q. 7.20)
DG Impresos de Guatemala	Q. 6.900 (precio unitario Q. 6.90)

10.4 Plan de Costos de Distribución

Los folletos serán repartidos así:

En la reunión de información para los grupos de ayuda, serán proporcionados los folletos de manera gratuita por los encargados de grupo. Por esa razón, los costos de distribución no tendrán inclusión dentro de los costos de este proyecto.

10.5 Cuadro con resumen general de costos

Al finalizar debe realizar un cuadro resumen donde sea fácil identificar los costos parciales y el monto total.

	Total
Plan de costos de elaboración	Q. 3,000.00
Plan de costos de producción	Q. 900.00
Plan de costos de reproducción	DG Impresos de Guatemala Q. 6,900.00
Plan de costos de distribución	Q. 00.00
TOTALES	Q. 10,800.00

CAPITULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

XI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 Conclusiones

Se creó un folleto intercultural para Misericordia en Acción, que permita comunicar acerca de cultura guatemalteca y temas de seguridad, a grupos extranjeros de habla inglesa que llegan al país a proveer ayuda social.

Se investigó toda la información relacionada a la comunicación intercultural y el diseño editorial para el desarrollo de este proyecto.

Se recopiló información acerca de la tarea que desarrolla Misericordia en Acción en cuanto a la ayuda social, para utilizarlo en la definición del material intercultural.

Se diagramó y diseñó de forma ordenada y estética el folleto intercultural, para que el grupo objetivo se sienta identificado con el mismo.

Se cotizaron costos de impresión del folleto intercultural para su reproducción final.

11.2 Recomendaciones

Seguir creando proyectos de comunicación para los grupos de ayuda para que conozcan más de la cultura guatemalteca.

Promover el folleto intercultural de manera digital, para que los grupos estadounidenses que suministrarán ayuda social en el país tengan una versión digital previa a la versión física.

Proveer a los colaboradores internos y a los grupos de ayuda material impreso que cumpla con los requerimientos del diseño editorial, para tener calidad en el diseño.

Continuar proporcionando materiales que provean información acerca de Guatemala para que los grupos de ayuda entiendan mejor la realidad del país.

Dar a conocer a través de material impreso, digital y redes sociales acerca del trabajo social que realiza Misericordia en Acción, para que la institución se dé a conocer.

Seguir creando material impreso y digital bien diagramado, para que el grupo objetivo tenga información acerca de Misericordia en Acción.

Continuar diagramando folletos con la misma línea gráfica, que contenga información similar a la del folleto intercultural.

CAPITULO XII

CONOCIMIENTO GENERAL

XII. CONOCIMIENTO GENERAL

A continuación se presentan los cursos universitarios que han ayudado en la creación del proyecto de graduación.

12.2 Demostración de conocimientos

The infographic is presented on a tablet screen with a crumpled paper background. It features several colored hexagonal sections containing text about the author's learning experiences.

CULTURAL

REDACCIÓN

Un problema enorme del guatemalteco es la redacción, porque por la falta de lectura se le imposibilita comunicar sus ideas.

Con la ayuda de los cursos de redacción he logrado obtener con facilidad comunicar ideas, crear bosquejos de temas de tesis e investigar y conocer las ideas centrales de libros.

HISTORIA

El conocer acerca de la historia me ha provisto de fuertes herramientas al momento de utilizarlas para comunicar ideas, ya que ofrecen una fuerte base al contexto nacional e internacional.

El comunicador y diseñador debe estar informado para poder informar y comunicar a través del diseño.

HISTORIA DEL ARTE

La historia del arte me ayuda a entender como a través del tiempo, el arte y su fuerte influencia ha ofrecido en diferentes épocas soluciones lógicas y a veces controversiales en ámbitos políticos y sociales.

HISTORIA GUATEMALTECA

Sin el conocimiento del propio país es imposible analizar el pensamiento guatemalteco.

Al conocer la historia de Guatemala es asequible entender como funciona y funciona el país en sus diferentes circunstancias históricas.

Acerca de la formación cultural

Los cursos de Universidad Galileo están pensados profundamente para que generen en el estudiante una cultura bien formada, enseñando historia, arte, redacción, ortografía y gramática, cultura guatemalteca y amor por el país. Creando mejores ciudadanos que con alta educación ayuden a cambiar el país.

COMUNICACIÓN

EL MENSAJE

Un mensaje mal preparado solamente será mal decodificado por el receptor, por esta causa, se utilizó el esquema de comunicación para entender correctamente como comunicar un mensaje sin distractores y directo.

INTERCULTURAL

Para conocer una cultura nueva es necesario conocer la cultura propia, ya que solamente de esa manera se verán las diferencias y se respetará a la nueva cultura. Con el conocimiento de la comunicación intercultural se trabajó el proyecto de graduación y los hallazgos de la cultura propia y la ajena son significativos y útiles para comunicar las ideas y el mensaje.

SOCIAL

Con la comunicación social bien utilizada se puede entender al grupo objetivo y se comprenden las maneras en las que las sociedades se comunican y perciben los mensajes que provienen de entidades y medios de comunicación. Se utilizó en el proyecto de graduación para persuadir al grupo objetivo correctamente.

PERSUASIVA

Se utilizó la comunicación persuasiva para entender al grupo objetivo y proveerle información que le persuada a conocer en este caso, la cultura guatemalteca y consejos de seguridad que le ayudaran en su estadía en el país. Siendo la comunicación persuasiva una herramienta poderosa al momento de comunicar, se utilizó en el mensaje y los elementos de diseño.



Acerca de la comunicación

En Universidad Galileo los cursos de comunicación ayudan al estudiante a conocer de manera profunda la comunicación intercultural, social, audiovisual, persuasiva, corporativa, entre otras. Además, los géneros periodísticos refuerzan aun mas el conocimiento del egresado.

DISEÑO

DISEÑO

El diseño es un proceso destinado a seleccionar y organizar un conjunto de elementos para crear y producir objetivos visuales, estéticos y legibles. Si el diseño hubiera resultado imposible realizar este proyecto.

DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es la gran base de este proyecto ya que el folleto se vale de la maquetación y Diagramación de todos los elementos de diseño. Sin el diseño no existiría ningún proyecto porque es la base sólida que ayuda a la concepción y plasmación de la idea y el boceto.

EL BOCETAJE

Sin duda alguna el bocetaje es una de las más poderosas herramientas al momento de concebir un diseño y de prepararse para comunicar una idea. De este depende la elaboración de lo que será el proyecto y consta de pasos importantes para su confirmación.

VISUALIZACIÓN

La visualización gráfica fue de suma importancia para el proyecto, ya que ayuda al estudiante a conocer los debidos proceso de bocetaje y la utilización del método. Sin la visualización resulta imposible concebir un diseño que contenga jerarquía y una Diagramación lógica de los elementos.

SEMIOLÓGÍA

La semiología ha sido una herramienta enorme para conocer y entender la comunicación y en todo proceso de diseño para comunicar un mensaje claro.



Medios tecnológicos

En el proyecto fueron utilizados como un recurso para la consumación del diseño gráfico. La vectorización de los glifos mayas y los títulos fueron hechos en Illustrator y Photoshop. La maquetación del folleto fue hecha en InDesign; dando como resultado una agrupación adecuada del software. Vale la pena destacar que el diseño gráfico actual se vale mucho de la utilización de software.

CAPITULO XIII

REFERENCIAS

XIII. REFERENCIAS

A

Alsina, Rodrigo. (1999). *La Comunicación intercultural*. España: Anthropos Editorial.

B

Batchelor, David. (2001). *Movimientos en el arte moderno*. España: Ediciones Encuentro.

C

Carl McDaniel, R. G. (2005). *Investigación de Mercados* (6ta. Edición). (S.A. Thomson Editores, Ed.)

Castrillón, Manuel Alfonso. (2005). *Modelo intraemprendedor para la innovación*. Colombia: Centro editorial Rosarista.

D

De Fonseca Yerena, María del Socorro. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación.

De Hostos, Eugenio. (1982). *Moral social; sociología*. Venezuela: Biblioteca Ayacucho.

De Saussure, Ferdinand. (1945). *Curso de lingüística general*. Argentina: Editorial Losada.

G

Genoves, Santiago. (1990). *RA, una balsa de papyrus a través del atlántico*. México: Universidad Autónoma de México.

H

Hostos, Eugenio. ,López, Julio Cesar. ,Calderin, Vivian. (1991). *Ciencia de la pedagogía: nociones e historia*. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico.

I

Interiano, Carlos. (1997). *Semiología y comunicación*. Guatemala: Estudiantil Fénix.

J

Jacobson, Roman. (1975). *Ensayos de lingüística general, lingüística y poética*. España: Editorial Seix Barral, S.A.

L

Latner, Joel. (2007). *Fundamentos de la Gestalt*. Chile: Editorial Cuatro Vientos.

López, Rafael. ,López, Begoña. ,Bernabeu, Natalia. (2011). *La diagramación de un periódico*. España: IFIIE Mediascopio.

N

Noguera, Jose Manuel. (2005). *Informar emociones: el lenguaje periodístico en la cobertura de catástrofes*. España: LibrosEnRed.

P

Pedroni, Ana María. (2004). *Semiología*. Guatemala: Editorial USAC.

Peirce, Charles. (1940). *Philosophical writings*. Estados Unidos de América: Dover Publications.

Ricupero, Sergio. (2007). *Diseño gráfico en el aula*. Argentina: Nobuko.

S

Serrano, Manuel Martín. (1982). Teoría de la comunicación: *Epistemología y análisis de la referencia*. España: A. Corazón, Editor.

Shaughnessy, Adrián. (2006). *Como ser diseñador gráfico sin perder el alma*. España: Index Book.

W

Walton, Roger. (1985). *Haga usted mismo su diseño gráfico*. España: Hermann Blume Central.

Z

Zanón, David. (2007). *Introducción al diseño editorial*. España: Editorial Visión Net.

Bibliografía Web

Varios temas consultados. (s.f) En Wikipedia. Recuperado durante julio, agosto y septiembre de 2014 de <http://es.wikipedia.com>

Varios temas consultados. (s.f.) En fotonostra.com. Recuperado durante julio, agosto y septiembre de 2014 de <http://www.fotonostra.com/grafico/partescaracter.htm>

Varios temas consultados. (s.f.) En ehowespanol.com. Recuperado durante julio, agosto y septiembre de 2014 de <http://www.ehowenespanol.com>

Varios temas consultados. (s.f) En Definicion.de. Recuperado durante julio, agosto y septiembre de 2014 de <http://definicion.de>

Varios temas consultados. (s.f.) en Diccionario de la lengua Española. Recuperado de <http://www.rae.es>

Relaciones forzadas. (s.f) En Neuronilla. Recuperado durante julio, agosto y septiembre de 2014 de <http://neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/83-relaciones-forzadas-palabra-al-azar>

Varios temas consultados. En definición ABC. Recuperado durante julio, agosto y septiembre de 2014 de <http://www.definicionabc.com/>

Varios temas consultados. En wordreference.com. Recuperado durante julio, agosto y septiembre de 2014 de <http://www.wordreference.com/>

CAPITULO XIV

REFERENCIAS

XIII. REFERENCIAS

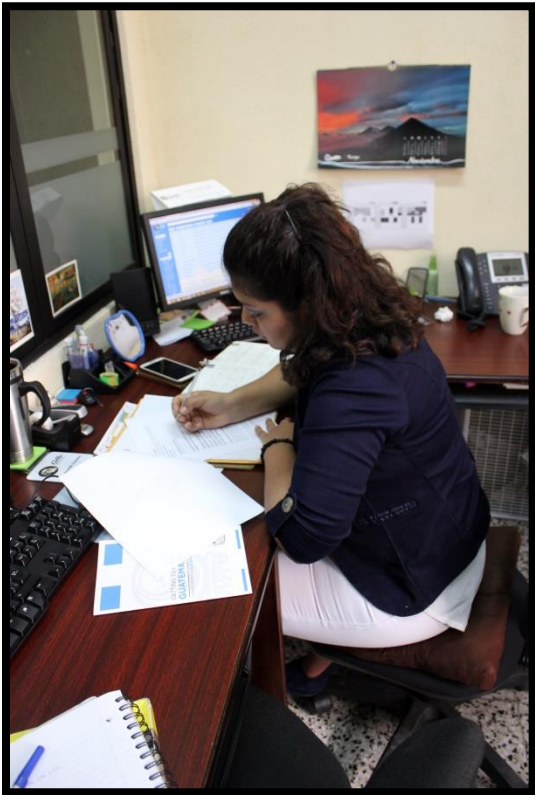
Instrumentos

Anexo A

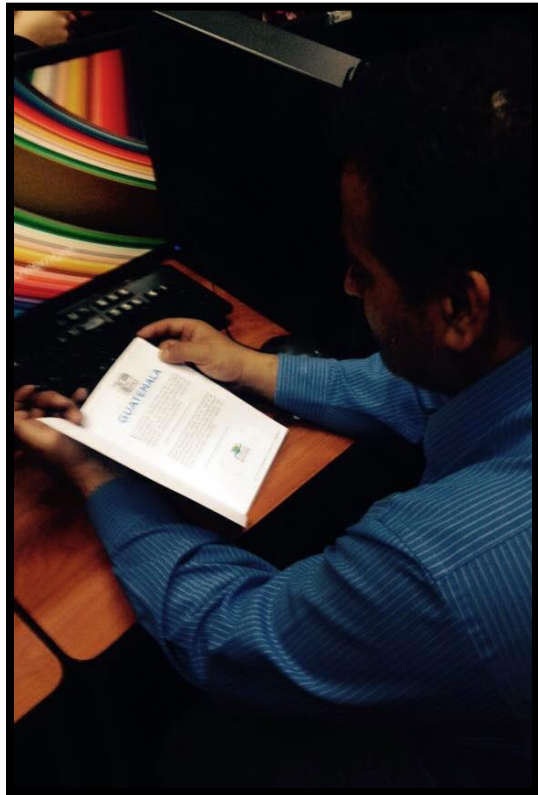
Validación



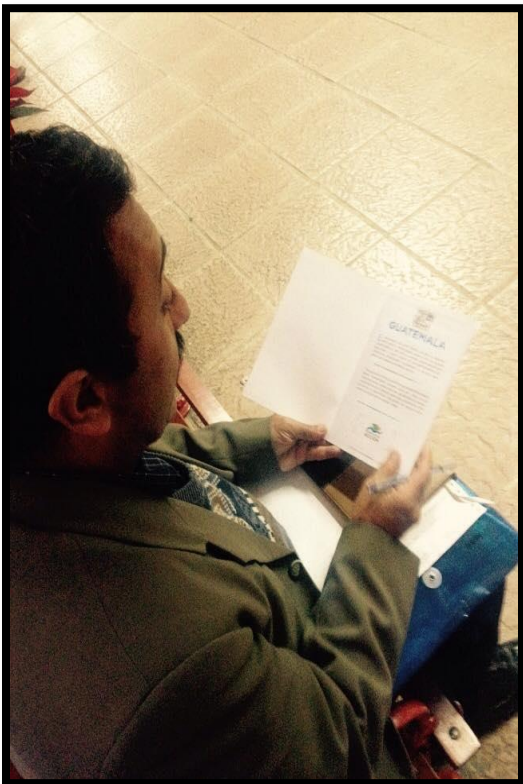
Validación con el Licenciado Carlos Franco



Validación con la Licenciada Carla López.



Validación con el Licenciado José Monroy.



Lic. Marlon Borryo



Validación con el Licenciado Fernando Orellana

Anexo B
Brief del cliente



BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	Orlando Adrián Blas Pérez	
No. de Carné:	11003367	Celular: 5368-9211
Email:	orlandoblas@outlook.com	
Proyecto:	Creación de folletos interculturales Bilingue.	

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	Misericordia en acción	
Dirección:	3 ^{ra} 2 ^a Avenidas 2-04 Zona San Lucas Sac.	
Email:	191512521122acm@yahoo.com	Tel: 7810-1298
Contacto:	Mervin Rodríguez	Celular: 5552-2828
Antecedentes:	Misericordia en Acción presta ayuda social a niños en áreas rurales de Elcunfía y construye estas mejoras.	
Oportunidad identificada:	Crear material impreso para los grupos que visitan el país.	

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: llevar un mensaje de esperanza a necesitados a través de la ayuda social y la educación, para cambiar el futuro de los niños ^{del país}

Visión: ser una institución de ayuda social que alcance a más personas necesitadas, para cambiar sus vidas física y espiritualmente.

Delimitación geográfica: Escuintla

Grupo objetivo: grupo de ayuda estadounidenses.

Principal beneficio al grupo objetivo: conocer la cultura del país.

Competencia: Father's House

Posicionamiento: _____

Factores de diferenciación: Educación gratuita

Objetivo de mercadeo: _____

Objetivo de comunicación: Proveer seguridad al turista

Mensajes claves a comunicar: seguridad, cultura

Estrategia de comunicación: folleto, material impreso

Reto del diseño y trascendencia: Crear diseño de calidad y posicionante en el G.O.

BRIEF

Materiales a realizar: Folleto impreso

Presupuesto: inicial Q. 5,000.00

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: azul, verde, amarillo y café

Tipografía: Gotham

Forma: Cuadrada abajo en la tipografía y con peces y olas arriba

LOGOTIPO

Fecha: San Lucas Sac. Junio de 2014.

Anexo C
Cotizaciones



Guatemala 30 de Octubre de 2014

Estimados Señores
Misericordia en Acción

A continuación se adjuntan los costos de materiales cotizados en imprenta Potomac San Lucas Sac.

1000 portadas full color, solo tiro, en textcote base 12 con Barniz UV; mas
1000 folletos (16 paginas) a 2 colores, tiro y retiro, en papel bond 90 gramos sin Barniz UV a un
costo total de Q. 6,650.00 con un precio unitario de Q. 6.65 por folleto terminado.

Nos despedimos
Gracias

Att. Nelson Lima
Tel. 301-960-79
imprentapotomac@yahoo.com

6 Calle Poniente Lote 4 Local B a una Cuadra Centro
Comercial el Sauce. San Lucas Sac.
imprentapotomac@yahoo.com
Tel.: 301-960-79 / 7830-3556



Respetables señores
Misericordia en Acción

Por este medio respondemos a su cotización y le enviamos los precios, esperando podamos trabajar para usted.

1000 Folletos tamaño media carta cerrado, con las portadas full color en texcote 12 con barniz UV y las paginas interiores 16 en total en papel bond a 2 colores; unido todo con grapas normales.

El precio total es de Q. 7,200.00 con un precio unitario de Q. 7.20 por cada folleto.

Los precios anteriores tienen un mes de validez.
Para impresiones después del tiempo de validez de esta cotización, sera necesario cotizar nuevamente.

Atentamente
Luis Orellana
Agente de ventas
luisorellanaventas@gmail.com

yoyo_ventas@gmail.com
7831-4072
yoyographics.com

Muy apreciable
Misericordia en Acción

Le saludo deseándole éxitos en todas las actividades que realiza diariamente.
A continuación le detallo los precios relacionados a su cotización.

- a) 1000 portadas full color, media carta cerrado (portada y contraportada) en texcote 12 con barniz UV.
- b) 1000 folletos 2 colores, media carta cerrado (16 paginas) en papel bond 90 gramos.

Total: Q. 6,900.00

Me despido esperando poder trabajar para usted con la calidad que nos caracteriza.

Respetuosamente
Javier López Rosales
ventas

javilopez@gmail.com
Celular: 5698-0092
dg.blogspot.com

Anexo D

Encuesta online

The screenshot shows a Google Sheets spreadsheet with the following data:

Marca temporal	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Marca temporal	Nombre / Name	Genero / Gender	Año de nacimiento / Year	Elija una opcion / Choose	Años de experiencia / Ye	1. Cree que diseñar un fo	2. Considera necesi
2	29/10/2014 18:42:50	Karen Leier	femenino / female	1960	Grupo objetivo / Objective group		Si / yes	Si / yes
3	29/10/2014 18:43:05	Esther Rodriguez	femenino / female	1986	Grupo objetivo / Objective group		Si / yes	Si / yes
4	29/10/2014 19:08:20	Sara Sevits	femenino / female	1980	Grupo objetivo / Objective group		Si / yes	Si / yes
5	29/10/2014 19:10:42	Annette Rivas	femenino / female	1976	Grupo objetivo / Objective group		Si / yes	Si / yes
6								
7	29/10/2014 19:23:21	Barbara Freed	femenino / female	1960	Cliente / Client	7 years	Si / yes	Si / yes
8	29/10/2014 20:09:01	Erin Brady	femenino / female	1984	Cliente / Client		Si / yes	Si / yes
9	31/10/2014 7:37:08	Tim Arnold	masculino / male	1948	Grupo objetivo / Objective group		Si / yes	Si / yes
10	31/10/2014 14:42:45	rossana baldizon	femenino / female	1986	Grupo objetivo / Objective		3 Si / yes	Si / yes
11	31/10/2014 14:49:18	Daliling Alvarez	femenino / female	1993	Grupo objetivo / Objective group		Si / yes	Si / yes

Anexo E
Tablas

ESCALERA DE CLASES SOCIALES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA



CLASE SOCIAL	EDUCACION	OCUPACION	INGRESOS	PORCENTAJE POBLACIONAL
CAPITALISTA	UNIVERSIDAD DE PRESTIGIO	INVENTORES Y HEREDEROS, UNOS EJECUTIVOS	\$500,000+	19%
MEDIA ALTA	COLEGIO O UNIVERSIDAD, A MENUDO CON ESTUDIOS DE POSTGRADO	PROFESIONALES Y DIRECTIVOS SUPERIORES	\$90,000+	14%
MEDIA BAJA	POR LO MENOS LA SECUNDARIA, TAL VEZ ALGUNA EDUCACIÓN SUPERIOR O APRENDIZAJE	SEMI PROFESIONAL Y DIRECTIVOS INFERIORES, ARTESANOS, CAPATACES	CERCA DE \$40,000	30%
CLASE TRABAJADORA	ESCUELA SECUNDARIA	OBREROS, EMPLEADOS DE OFICINA, VENTAS AL POR MENOR, ARTESANOS DE BAJA REMUNERACIÓN	CERCA DE \$30,000	30%
TRABAJADORES POBRES	ALGUNOS ESCUELA SECUNDARIA	OBREROS, TRABAJADORES DE SERVICIOS, PERSONAL DE VENTAS MAL PAGADO	CERCA DE \$18,000	22%
CLASE BAJA	ALGUNOS ESCUELA SECUNDARIA	DESEMPLEADOS Y TIEMPO MEDIO, EN EL BIENESTAR SOCIAL	CERCA DE \$10,000	3%

Fuente: Basado en Gilbert, Dennis y José A. Kahl. La estructura de clase americana: Una nueva síntesis. Cuarta Ed. Homewood, Ill. Dorsey Press, 1993
 Las estimaciones de ingresos siguen Duff, Cristina. "Perfilando los mayores: Gatos gordos o víctimas hambrientas?" Wall Street Journal, 28 de septiembre de 1995a: B1, B8.
<http://6h6ancientrome.weebly.com/social-classes.html>

Tabla 1, traducida al español tomando como referencia la tabla 2

The U.S. Social Class Ladder

Social Class	Education	Occupation	Income	Percentage of Population
Capitalist	Prestige university	Investors and heirs, a few executives	\$500,000+	1%
Upper Middle	College or university, often with postgraduate study	Professionals and upper managers	\$90,000+	14%
Lower Middle	At least high school; perhaps some college or apprenticeship	Semiprofessionals and lower managers, craftspeople, foremen	About \$40,000	30%
Working Class	High school	Factory workers, clerical workers, retail sales, low-paid craftspeople	About \$30,000	30%
Working Poor	Some high school	Laborers, service workers, low-paid salespeople	About \$18,000	22%
Underclass	Some high school	Unemployed and part-time, on welfare	About \$10,000	3%

Source: Based on Gilbert, Dennis, and Joseph A. Kahl. *The American Class Structure: A New Synthesis*. 4th ed. Homewood, Ill.: Dorsey Press, 1993. Income estimates follow Duff, Christina. "Profiling the Aged: Fat Cats or Hungry Victims?" *Wall Street Journal*, September 28, 1995a: B1, B8.

or Hungry Victims?," Wall Street Journal, September 28, 1995a: B1, B8.
 Homewood, Ill.: Dorsey Press, 1993. Income estimates follow Duff, Christina. "Profiling the Aged: Fat Cats
 Source: Based on Gilbert, Dennis, and Joseph A. Kahl. *The American Class Structure: A New Synthesis*, 4th ed.

Social Class	Education	Occupation	Income	Percentage of Population
Capitalist	Prestige university	Investors and heirs, a few executives	\$500,000+	1%
Upper Middle	College or university, often with postgraduate study	Professionals and upper managers	\$90,000+	14%
Lower Middle	At least high school; perhaps some college or apprenticeship	Semiprofessionals and lower managers, craftspeople, foremen	About \$40,000	30%
Working Class	High school	Factory workers, clerical workers, retail sales, low-paid craftspeople	About \$30,000	30%
Working Poor	Some high school	Laborers, service workers, low-paid salespeople	About \$18,000	22%
Underclass	Some high school	Unemployed and part-time, on welfare	About \$10,000	3%

Tabla 2, niveles socioeconómicos de Estados Unidos de América.

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

Tabla 3, niveles socioeconómicos de Guatemala