

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

Diseño de reporte anual impreso para presentar a la opinión pública las actividades realizadas durante el año 2014 por

La Secretaría de Obras Sociales de la

Esposa del Presidente

-SOSEP- Guatemala,

Guatemala 2015

PROYECTO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA C.A.

ELABORADO POR:

MARCOS ESTEBAN PORTA MARTÍNEZ

11002629

PARA OPRTA EL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

NUEVA GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, 2015

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD GALILEO

RECTOR

Dr. Eduardo Suger Cofiño

VICERRECTORA

Dra. Mayra de Ramírez

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Lic. Jean Paul Suger Castillo

SECRETARIO GENERAL

Lic. Jorge Retolaza

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lic. Leizer Kachler

VICEDECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lic. Rualdo Anzueto


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 REPORTE ANUAL IMPRESO PARA PRESENTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2014 POR LA SECRETARÍA DE OBRAS SOCIALES DE LA ESPOSA DEL PRESIDENTE -SOSEP- GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo solicito que el Lic. Rualdo Anzueto, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Marcos Esteban Porta Martínez
11002629



Lic. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2014

**Señor
Marcos Esteban Porta Martínez
Presente**

Estimado Señor Porta:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE REPORTE ANUAL IMPRESO PARA PRESENTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2014 POR LA SECRETARÍA DE OBRAS SOCIALES DE LA ESPOSA DEL PRESIDENTE –SOSEP- GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo, se aprueba al Lic. Rualdo Anzueto, 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

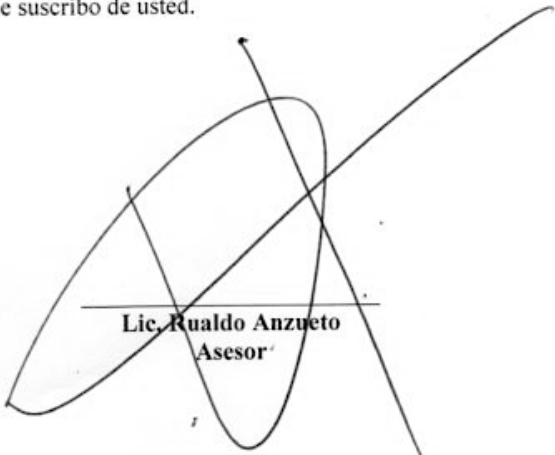
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE REPORTE ANUAL IMPRESO PARA PRESENTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2014 POR LA SECRETARÍA DE OBRAS SOCIALES DE LA ESPOSA DEL PRESIDENTE -SOSEP- GUATEMALA, GUATEMALA 2015**. Presentado por el estudiante: Marcos Esteban Porta Martínez, con número de carné: 11002629, 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. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 24 de abril de 2015

Señor
Marcos Esteban Porta Martínez
Presente

Estimado Señor Porta:

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, 2 de julio de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE REPORTE ANUAL IMPRESO PARA PRESENTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2014 POR LA SECRETARÍA DE OBRAS SOCIALES DE LA ESPOSA DEL PRESIDENTE-SOSEP- GUATEMALA, GUATEMALA, 2015***, del estudiante Marcos Esteban Porta Martínez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizaído Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 03 de julio de 2015

Señor
Marcos Esteban Porta Martínez
Presente

Estimado Señor Porta:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE REPORTE ANUAL IMPRESO PARA PRESENTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2014 POR LA SECRETARÍA DE OBRAS SOCIALES DE LA ESPOSA DEL PRESIDENTE –SOSEP- GUATEMALA, GUATEMALA 2015**. Presentado por el estudiante: Marcos Esteban Porta Martínez, 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



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 03 de julio de 2015

Señor
Marcos Esteban Porta Martínez
Presente

Estimado Señor Porta:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE REPORTE ANUAL IMPRESO PARA PRESENTAR A LA OPINIÓN PÚBLICA LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL AÑO 2014 POR LA SECRETARÍA DE OBRAS SOCIALES DE LA ESPOSA DEL PRESIDENTE –SOSEP- GUATEMALA, GUATEMALA 2015**. Presentado por el estudiante: Marcos Esteban Porta Martínez, 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

RESUMEN

La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente no cuenta con un reporte anual impreso para presentar a la opinión pública las actividades realizadas durante el año.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un reporte anual impreso para presentar a la opinión pública las actividades realizadas en el año 2014 por Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por personas de un nivel socio-económico Medio – Bajo C2, que poseen un nivel de educación primaria, básica y superior. Comprenden hombres y mujeres entre los 20 a 35 años de edad entre otros y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue un reporte anual impreso para presentar a la opinión pública las actividades realizadas en el año 2014 por Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-, necesario para que los guatemaltecos, como receptores, obtengan un mensaje decodificado y sin ruido acerca de la ardua labor de la Primera Dama de la Nación.

ÍNDICE

Capítulo I: Introducción.....	1
Capítulo II: Problemática.....	3
2.1 Contexto.....	
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	
2.3 Justificación.....	
2.3.1 Magnitud.....	
2.3.2 Vulnerabilidad.....	
2.3.3 Trascendencia.....	
2.3.4 Factibilidad.....	
Capítulo III: Objetivos de Diseño.....	6
3.1 Objetivo General.....	
3.2 Objetivos Específicos.....	
Capítulo IV: Marco de Referencia.....	7
4.1 Información General del Cliente.....	
Capítulo V: Definición Grupo Objetivo.....	10
5.1 Perfil Geográfico.....	
5.2 Perfil Demográfico.....	
5.3 Perfil Psicográfico.....	
5.4 Perfil Conductual.....	
Capítulo VI: Marco Teórico.....	12
6.1 Conceptos Fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	
6.2 Conceptos Fundamentales relacionados con la Comunicación y el Diseño.....	
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	35
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	
7.2 Conceptualización.....	
7.2.1 Método de Conceptualización.....	
7.2.2 Implementación del método.....	
7.2.3 Concepto.....	
7.3 Bocetaje.....	
7.3.1. Bocetos a base de dibujo natural.....	
7.3.2. Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico.....	
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.....	

Capítulo VIII: Validación Técnica.....	35
8.1 Población y Muestreo.....	
8.1.1 Perfil de Encuestados – Cliente.....	
8.1.2 Perfil de Encuestados – Expertos.....	
8.1.3 Perfil de Encuestados – Grupo Objetivo.....	
8.2 Método e instrumentos.....	
Encuesta de Validación Física.....	
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	
8.3.1 Gráficas Validación Objetiva.....	
8.3.2 Gráficas Validación Semiológica.....	
8.3.3 Gráficas Validación Operativa.....	
8.4 Cambios en base a los resultados.....	
8.4.1 Antes y Después.....	
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final.....	81
Capítulo X: Producción reproducción y distribución.....	94
10.1 Plan de costos de elaboración.....	
10.2 Plan de Costos de Producción.....	
10.3 Plan de Costos de Reproducción.....	
10.4 Plan de Costos de Distribución.....	
10.5 Cuadro con resumen General de Costos.....	
Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones.....	98
11.1 Conclusiones.....	
11.2 Recomendaciones.....	
Capítulo XII: Conocimiento General.....	100
Capítulo XIII: Referencias.....	101
Capítulo XIV: Anexos.....	103

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Desde el año 2012 la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente ha trabajado bajo el mandato Rosa Leal de Pérez, Primera Dama de la Nación. Esta secretaría tiene como fin implementar programas sociales para beneficiar a los guatemaltecos con distintos proyectos de apoyo. Estos programas son poco conocidos por los guatemaltecos, ya que no se contaba con una estrategia de comunicación que ayudara a difundir el mensaje.

El propósito de este proyecto es diseñar un reporte anual impreso para presentar a la opinión pública las actividades realizadas en el año 2014 por Secretaría de Obras Sociales de Esposa del Presidente –SOSEP-, al utilizar las herramientas de comunicación y diseño gráfico adquiridas, gracias a la recopilación de información en distintos materiales. Se utilizó como grupo objetivo a personas líderes de opinión en nuestro país, quienes a su vez difundirán el mensaje a la población.

Para elaboración de este proyecto se implementaron objetivos específicos para velar por el cumplimiento del mismo, así como técnicas de investigación de mercado con el fin de obtener la validación que sustente el contenido del trabajo.

CAPÍTULO II

PROBLEMÁTICA

CAPITULO II: PROBLEMÁTICA

Es necesario recopilar las actividades que la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente realiza para presentar a la opinión pública un reporte del trabajo del año 2014.

2.1. Contexto:

Desde el año 2012 la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente ha trabajado bajo el mandato de la señora Rosa Leal de Pérez.

Esta secretaría tiene como fin implementar programas sociales para beneficiar a los guatemaltecos.

Durante los últimos dos años, el trabajo realizado exitosamente por la secretaría, no se ha expuesto públicamente en una recopilación de labores anual. Por lo tanto, se acordó realizar un proyecto editorial en donde se muestren las actividades realizadas por la Primera Dama con el fin de que la sociedad conozca y apoye la labor que dicha institución hace.

2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño:

La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente no cuenta con un reporte anual impreso para presentar a la opinión pública las actividades realizadas durante el año 2014.

2.3. Justificación:

Para sustentar las razones por las que se consideró importante realizar un reporte anual de actividades de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

2.3.1. Magnitud:



2.3.2. Vulnerabilidad:

La opinión pública vive a la expectativa del trabajo, bueno o malo, del gobierno y cada una de sus ramas de apoyo, como lo son los ministerios y secretarías.

La desinformación se logra al no contar con el material necesario para presentar el trabajo realizado por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente, a líderes de opinión y medios de comunicación.

2.3.3. Trascendencia:

Al contar con un reporte anual de actividades, la opinión pública podrá difundir la información, al lograr que la labor en los programas sociales que la SOSEP realiza, sean reconocidos y valorizados.

Al mismo tiempo lograría causar un impacto positivo en la sociedad guatemalteca, de modo que las personas apoyen de alguna manera los programas sociales realizados por esta secretaría.

2.3.4. Factibilidad:

El proyecto de realizar un reporte anual de actividades de la Primera Dama sí es factible, ya que cuenta con el apoyo de la Secretaria de Obras Sociales de la Esposa del Presidente, que posee recursos como:

- **2.3.4.1. Recursos Humanos:** La secretaría 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:** Las autoridades de la SOSEP autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria para llevar a cabo este proyecto.

- **2.3.4.3. Recursos Económicos:** La secretaría cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilita la realización de este proyecto.
- **2.3.4.4. Recursos Tecnológicos:** La SOSEP cuenta con el equipo, herramientas y material indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación.

CAPÍTULO III

OBJETIVOS

CAPÍTULO III: OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un reporte anual impreso para presentar a la opinión pública las actividades realizadas en el año 2014 por Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3.2.1. Investigar acerca del diseño editorial impreso para sustentar el desarrollo del reporte anual de actividades de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente – SOSEP-.

3.2.2. Recopilar información acerca de las diferentes actividades realizadas durante el año 2014, por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente para incluirlas en el contenido del reporte anual.

3.2.3. Diagramar el contenido de la información para facilitar la lectura y la comprensión del reporte anual de actividades realizadas por La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-.

CAPÍTULO IV
MARCO DE REFERENCIA

CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA

4.1. Información general del cliente:

4.1.1. Ubicación: 6ta. Avenida 4-65 Zona 1, puerta No. 1 Casa Presidencial Guatemala, C.A.

4.1.2. Teléfonos: 23276000 y 23203838

La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente, fue creada con el objetivo primordial de impulsar e implementar programas de carácter social que beneficien a los niños, niñas y a las familias en general.

En atención a las necesidades prioritarias de la población, principalmente de los grupos vulnerables como lo son niños y niñas menores de 5 años, las mujeres del área rural y los adultos mayores.

4.1.3. Visión

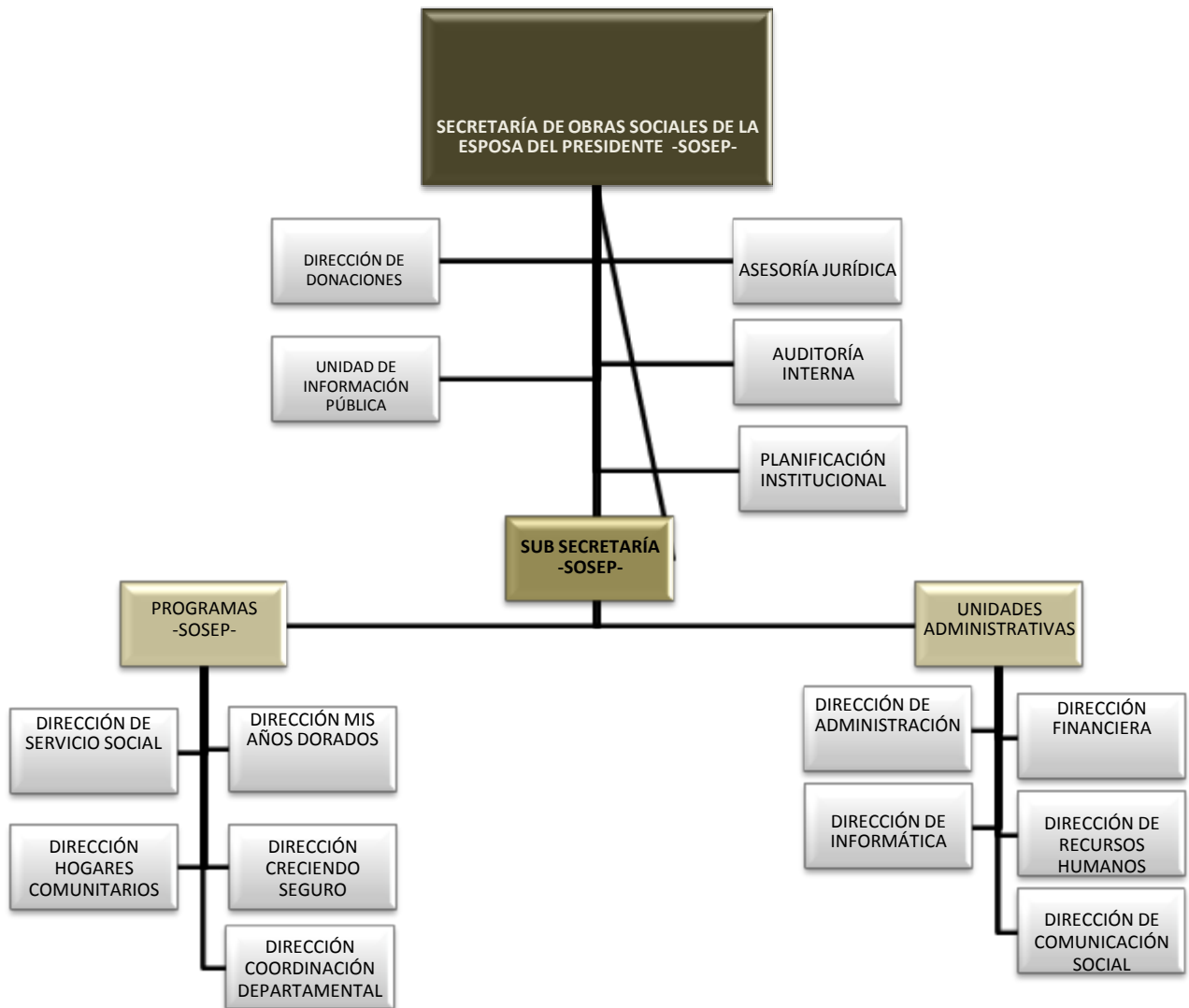
Edificar organización comunitaria y la oportunidad de contar con mejores herramientas que permitan a la población más vulnerable ser autosuficiente y capaz de mejorar su calidad de vida; integrando las acciones oportunas de los programas como articuladores del esfuerzo social del gobierno, sector productivo, la sociedad civil y la cooperación nacional e internacional en el fortalecimiento del capital social de Guatemala.

4.1.4. Misión

Promover y apoyar acciones en educación, salud y desarrollo comunitario que incidan positivamente en los grupos vulnerables del país para lograr una nueva generación de guatemaltecas y guatemaltecos sanos, con oportunidades de desarrollo y mejora de la calidad de vida a través de la participación de la mujer y su entorno familiar.

F	O
<ul style="list-style-type: none">-Cuenta con el apoyo directo de la Presidencia de la República.-Se cuenta con presupuesto para este y otros proyectos.-Existe un equipo de personas encargadas de la documentación de actividades.	<ul style="list-style-type: none">-Reconocimiento de labores a nivel nacional e internacional.-Cobertura de los medios de comunicación.-Imagen fuerte y positiva de la secretaría y sus funciones después de la publicación del proyecto.
D	A
<ul style="list-style-type: none">-No existe una línea de comunicación directa con los medios.-Los mensajes enviados carecen de decodificador.-La opinión pública desconoce la labor y tareas de la Secretaría.	<ul style="list-style-type: none">-La opinión pública.-Entidades opositoras.-Distribución inadecuada del material impreso.

4.1.5. Organigrama:



CAPÍTULO V
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Para este trabajo se describe al grupo objetivo como la opinión pública, específicamente líderes de opinión encargados de informar a la población guatemalteca a través de medios de comunicación impresos.

5.1. Perfil Geográfico:

Guatemala se encuentra en la región de Centroamérica y limita al norte con México, al oeste con Belice y al sur con Honduras y El Salvador, bordeando el Golfo de Honduras.

El país posee una superficie de 108.889 km². El relieve se caracteriza por ser montañoso y con mesetas de caliza. El país es montañoso a excepción del área de la costa sur y las tierras del norte en el departamento de Petén. Su capital es la Ciudad de Guatemala, llamada oficialmente Nueva Guatemala de la Asunción.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), Guatemala cuenta con 14,713,763 habitantes, con una densidad poblacional de 147 habitantes por km².

5.2. Perfil Demográfico:

-Edad: Adultos de 25 a 55 años

-Género: Hombres y mujeres

-Ocupación: Periodistas y comunicadores

-Nacionalidad: Guatemalteca o residentes guatemaltecos

-Religión: Cristianos Católicos, Cristianos Evangélicos, Judío, Mormón, Testigos de Jehová, Ateos.

-Ingreso: Q8,000 – Q12,000 mensual

-Nivel Socioeconómico: Media – Bajo C2

-Raza: Hispana

5.3. Perfil Psicográfico:

Son personas apasionadas por la comunicación. Creativos, innovadores y con capacidades para comunicar, transmitir y persuadir.

-Estilo de vida: Apasionados e intrépidos.

-Hábitos: Trabajo diario, informar y estar informados, leer y redactar.

-Hobbies: Coleccionar libros, fotografía, pintura.

-Actividades: Estar pendientes del acontecer nacional e internacional a través de los medios de comunicación, asistir a eventos sociales, foros y conferencias.

-Comportamientos Psicológicos: inteligentes, valiente, carismáticos, persuasivos.

5.4. Perfil Conductual:

-Ocasión de compra: Anual, ya que el reporte se presenta al finalizar cada año de gobierno.

-Beneficios buscados: Informarse e informar al público, formar una opinión.

-Tasa de uso: Dos o varias lecturas para análisis.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.1.1. Presidente:

El origen etimológico del término presidente se encuentra en el latín, pues es fruto de la suma del prefijo prae-, que significa “delante”, y del verbo sedere, que es sinónimo de “estar sentado”. Es decir, presidente literalmente podría traducirse como “estar sentado al frente”. Presidente es aquel que preside y que, por lo tanto, tiene el lugar de mayor autoridad dentro de una organización. Se trata de la cabeza de un gobierno o sociedad comercial, quien toma las decisiones más importantes.

6.1.2. Gobierno:

El concepto principal de gobierno es la autoridad gobernante de una unidad política, que tiene por objeto tanto dirigir, controlar y administrar las instituciones del Estado, como regular una sociedad política y ejercer autoridad. El tamaño del gobierno variará de acuerdo con el tamaño del Estado, y puede ser local, regional y nacional.

El gobierno es el más alto nivel de dirección y de administración ejecutiva, generalmente reconocido como el liderazgo de un Estado o de una nación, y el gobierno está compuesto por los directores ejecutivos del Estado, como el presidente o el primer ministro, y por los ministros.

La creación de un sistema de auto-protección social que sea autofinanciable, seguro a largo plazo, sin corrupción y de muy buena calidad para y con todas las

6.1.1. <http://definicion.de/presidente/>

6.1.2. <http://www.significados.com/gobierno/>

personas que viven en el Estado, es la misión y el objetivo del gobierno de una nación. Existen diferentes áreas importantes en la sociedad que el gobierno debe asegurar, como la salud, el trabajo, la educación, el sustento y la vivienda.

El gobierno se encarga de recaudar un dinero obligatorio (impuestos) a todos los miembros del Estado, que sirve para crear, desarrollar y mantener empresas de servicios públicos y construir infraestructuras.

Existen dos formas de gobierno, república o monarquía, y dentro de uno de estos, el sistema de gobierno puede ser el Parlamentarismo, el Presidencialismo, el Constitucionalismo o el Absolutismo. La forma de gobierno es la manera de cómo se reparte la institución del poder en la sociedad y cómo es la relación entre gobernantes y gobernados. Existen muchos tipos de gobierno, tales como el anarquismo, que es cuando existe la ausencia o la falta de gobierno; la democracia, que es cuando gobierna el pueblo; la dictadura, que es cuando un dictador gobierna con poder absoluto; la monarquía, que es cuando un monarca o un rey gobierna; la oligarquía, que es cuando unos pocos gobiernan; la tiranía, que es cuando un tirano, amo y señor, gobierna con poder absoluto; la aristocracia, que es cuando muchos gobiernan pero con exclusión de algunos grupos; y otros.

El sistema de gobierno no debe confundirse con la forma de gobierno, porque la forma de gobierno es el modo como se relacionan los poderes, y el sistema de gobierno es la forma en que se divide y se ejerce el poder político en el ámbito de un Estado.

Para que un gobierno pueda subsistir, deben desarrollarse algunos poderes o funciones: el poder ejecutivo, coordina y aprueba las leyes, el poder legislativo, crea las leyes, y el poder judicial, se encarga que las leyes se cumplan.

El presidente dirige las asambleas, reuniones o sesiones de trabajo. Como funcionario público, el presidente suele ser electo por la población para cumplir sus funciones durante un periodo determinado y ostenta el poder ejecutivo de un Estado nacional.

6.1.3. Secretaría:

Rama derivada de un organismo, institución o empresa que se ocupa de las tareas administrativas relacionadas con la entidad. Esta dependencia tiene como fin brindar apoyo a una sociedad. Una secretaría gubernamental se encarga de elaborar programas y estrategias para democratizar a las personas mediante el diálogo, el consenso y orden.

6.1.4. Obras sociales:

Programas comunitarios cuyo fin es atender a través de proyectos a las necesidades primarias de una sociedad principalmente de los grupos vulnerables.

6.1.5. Esposa del presidente:

Según la Constitución de la República de Guatemala, uno de los requisitos para fungir como presidente, es estar unido en matrimonio legal. La Primera Dama,

6.1.4. <http://www.sosep.gob.gt/>

6.1.5. Constitución Política de la República de Guatemala

como se le conoce también, adquiere responsabilidades ante la sociedad al momento en que su esposo toma posesión como presidente de la república.

6.1.6. Reporte:

Un reporte es un documento o informe estructurado que contiene datos relevantes acerca de un hecho o suceso reciente. Los reportes generalmente agrupan los datos de acuerdo a un interés específico.

6.1.7. Anual:

Evento que ocurre, se hace o se repite cada 365 días.

6.1.8. Presentar:

Exponer a la vista algo para que pueda ser examinado con detenimiento. Normalmente una presentación se hace ante un público establecido previamente como grupo objetivo.

6.1.9. Opinión Pública:

Es un fenómeno de interacción entre individuos y grupos. El concepto de opinión pública tiene dos acepciones:

- Como conjunto de las opiniones de los miembros de una sociedad sobre un asunto en particular, es la suma o resultante de todas las opiniones individuales. También puede ser definida como la valoración predominante en determinado grupo social sobre un acontecimiento o problema.

6.1.6. <http://guillermoperdomo.blogspot.com/2011/06/guia-para-la-elaboracion-del-informe.html>

6.1.8. <http://definicion.de/presentacion/>

6.1.9. <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=403>

- Como la opinión de sectores sociales calificados, atentos e informados, con cierto peso en las decisiones públicas, o cierto control e influencia sobre la dirigencia política. En este caso es, como suele decirse, la opinión "que se publica".

En la formación de la opinión pública influye mucho la cultura de la sociedad y sus diversas subculturas, que proveen los valores que sustentan las reacciones ante los hechos. También tiene mucho que ver cómo es informada la opinión pública desde los medios de comunicación social.

6.1.10. Actividades:

Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para cumplir las metas de un programa o subprograma de operación de un proyecto. Se trata de ejecutar ciertos procesos mediante la utilización de los recursos humanos, materiales, técnicos, y financieros. Una actividad siempre está ligada a una necesidad.

6.1.11. Desarrollo:

El desarrollo humano es el proceso por el que una sociedad mejora las condiciones de vida de sus ciudadanos a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y complementarias, y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos de todos ellos. También se considera como la cantidad de opciones que tiene un ser humano en su propio medio, para ser o hacer lo que él desea ser o hacer. El Desarrollo Humano podría

6.1.10. <http://www.definicion.org/actividad>

6.1.11. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

definirse también como una forma de medir la calidad de vida del ser humano en el medio en que se desenvuelve.

En sentido genérico el desarrollo humano es la adquisición de parte de los individuos, comunidades e instituciones, de la capacidad de participar efectivamente en la construcción de una civilización mundial que es próspera tanto en un sentido material como espiritualmente; también es muy importante decir que el desarrollo humano, es parte integral para que el uno como individuo logre un conocimiento más profundo de sí mismo, es decir, no tanto de forma externa, sino ya más íntima con uno mismo.

El ser humano se encuentra en un constante cambio, no sólo en lo referido a los avances tecnológicos de lo que estamos al tanto, sino también en todo lo que se refiere al desarrollo de individuo en sí mismo como persona. Es por ello que el concepto de desarrollo humano se ha ido alejando progresivamente de la esfera de la economía para incorporar otros aspectos igualmente relevantes para la vida, como la cultura, que también fue redefiniendo su papel frente al desarrollo.

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) define hoy al desarrollo humano como "el proceso de expansión de las capacidades de las personas que amplían sus opciones y oportunidades". Tal definición asocia el desarrollo directamente con el progreso de la vida y el bienestar humano, con el fortalecimiento de capacidades relacionadas con todas las cosas que una persona puede ser y hacer en su vida en forma plena y en todos los terrenos, con la libertad

de poder vivir como nos gustaría hacerlo y con la posibilidad de que todos los individuos sean sujetos y beneficiarios del desarrollo.

El desarrollo humano, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, integra aspectos del desarrollo relativos al desarrollo social, el desarrollo económico (incluyendo el desarrollo local y rural), así como el desarrollo sostenible.

6.2. Conceptos fundamentales relacionados con comunicación y diseño.

6.2.1. Ciencias de la Comunicación:

Comunicación se refiere a la acción y resultado de comunicarse. Cuando los seres humanos nos comunicamos entre sí estamos compartiendo información, llevando a que las situaciones propias sean comunes con el otro y con las que se tenga. Por tanto, la comunicación es una actividad absolutamente humana y parte de la relación de las personas en cualquier ámbito y momento de la vida.

La comunicación es la que nos permite conocer lo que nos rodea y además compartirlo con nuestro entorno, pero al ser un hecho concreto y a nuestra disposición la comunicación nos facilita la obtención de información para conocer, expresarnos y relacionarnos con el resto de las personas.

El proceso de la comunicación implica la emisión de señales como sonidos, gestos o señas con la única intención de dar a conocer un mensaje. Para que el mensaje llegue al destinatario, es necesario que este cuente con las habilidades de decodificar e interpretar el mensaje en cuestión.

En tanto, en este proceso casi siempre se producirá un feedback o retroalimentación, una idea y una respuesta, porque una vez el emisor emite su mensaje el proceso se revierte y el receptor al momento de responderse convertirá en el emisor, siendo el emisor original el receptor del proceso de comunicación.

Los elementos que componen el proceso de la comunicación anteriormente mencionado son los siguientes: código, canal, emisor y receptor.

La principal dificultad que puede presentarse dentro del proceso comunicativo es lo que se conoce como ruido, una perturbación que complica el normal desarrollo del mensaje. Algunos ruidos comunes a la hora de comunicarse resultan ser: distorsión en el sonido, empleo de ortografía defectuosa o la disfonía del emisor.

La comunicación en los seres humanos resulta ser una acción propia de la actividad psíquica, procediendo de la misma del pensamiento, el lenguaje y las capacidades psicosociales de relación. La comunicación, ya sea verbal o no, le permitirá a los individuos influir en las decisiones de los demás y también ser influido por las que tenga el resto.

Mediante este proceso se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como “el intercambio de sentimientos, opiniones o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales”.

Todas las formas de comunicación requieren dos interlocutores y un mensaje. En el proceso comunicativo, la información es incluida por uno de los interlocutores en un paquete y canaliza hacia el otro interlocutor a través del medio. Una vez recibido uno de los interlocutores decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

6.2.2. Diseño Gráfico:

Actividad creativa y técnica que consiste en transmitir ideas visualmente. Desde tiempos prehistóricos, el ser humano ha buscado formas de expresar visualmente ideas y conceptos, de almacenar conocimientos de forma gráfica y de ordenar y aclarar la información. A lo largo de la historia, diversas personas han satisfecho estas necesidades. En 1922 el destacado diseñador de libros William Addison Dwiggins acuñó la expresión “diseño gráfico” para describir sus actividades como individuo que aporta orden estructural y forma visual a las comunicaciones impresas, esta profesión incipiente recibió un nombre adecuado. Sin embargo, el diseñador gráfico contemporáneo es heredero de unos antepasados distinguidos. Los escribas sumerios que inventaron la escritura, los artesanos egipcios que combinaban palabras e imágenes en los manuscritos sobre papiro, los xilógrafos chinos, los iluminadores medievales y los impresores y cajistas del siglo

XV que diseñaron los primeros libros impresos europeos forman parte del rico patrimonio y de la historia del diseño gráfico.

El concepto del arte por el arte, de un objeto hermoso que existe exclusivamente por su valor estético, no apareció hasta el siglo XIX. Antes de la revolución industrial, la belleza de las formas y las imágenes que creaba el hombre estaba vinculada a su función en la sociedad humana. Las características estéticas de la cerámica griega, los jeroglíficos egipcios y los manuscritos medievales estaban totalmente integradas con su utilidad y el arte y la vida formaban un todo cohesionado. Todo el estruendo de la revolución industrial puso al mundo cabeza abajo en un proceso de agitación y avance tecnológico que sigue acelerándose cada vez con mayor rapidez.

6.2.3 Diseño Editorial:

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

El diseño editorial visto desde el punto de vista del diseñador gráfico, tiene como propósito el observar la publicación como un proyecto de imagen y diseño. Primero se debe observar el tipo de producto que se va a publicar (periódico, folleto, revista, etc.) y tomándose como punto de referencia, se define el contenido y el tipo de lector al que se va a llegar.

6.2.3. Fernández del Castillo, Gerardo Kloss. (2001) ENTRE EL DISEÑO Y LA EDICIÓN.

El estilo hace referencia a la forma y reglas de las que el diseño va a atenerse. Tipografía, tipo de papel, retícula, tipo de fotografías, logotipo, nombre, acomodo de texto, etc.

El estilo determina los límites de la creatividad, ya que se puede usar todos los elementos de diseño, fotografía y funcionalidad, mientras no se pierda la concepción de mensaje limitada por el estilo.

De manera muy general se puede comentar que los elementos del diseño editorial entran dentro de una de estas etapas: creación, edición, diseño y producción. La creación observa el contenido de nuestra publicación.

En la etapa de diseño se determinan los espacios desde el tamaño y proporción de la hoja hasta el acomodo visual de los elementos (retícula, mancha tipográfica, espacios blancos, etc.). Retomando muchas de las reglas de composición del diseño gráfico tradicional (punto, línea, forma, contraste, etc.) se llega a una solución estética y funcional.

La etapa de producción, observa el resultado final. Los criterios anteriores son en sí planeación para estructurar el mensaje. El trabajo real se hace en esta etapa que consta en plasmar todos los conceptos dentro del estilo de la publicación y construir el producto final.

6.2.4. Diagramación:

La diagramación, también llamada maquetación, se encarga de organizar el espacio en medios de comunicación impresos y digitales. La forma de los objetos y cosas, comunican ideas por ellos mismos, llaman la atención del receptor dependiendo de la forma elegida. Es un elemento esencial para un buen diseño. Forma es cualquier elemento que utilicemos para dar o determinar la forma.

6.2.4.1. Disposición de las formas

Hay tres maneras de que la forma realce su disposición. Primero, la forma ayuda a sostener interés del lector. Las formas se pueden utilizar para romper hacia arriba una página que contenga mucho texto. En segundo lugar, la forma se utiliza para organizar y para separarse. Una parte del texto se puede poner en una forma con un fondo colorido y agregará variedad a la página. Podemos utilizar la forma para conducir el ojo del lector con el diseño. Según las disposiciones, el ojo busca un lugar para comenzar y seguir con el diseño al extremo. La forma puede ayudarle a aguardar la atención de éste.

6.2.4.2. Peso

Kandinsky propuso dividir al plano básico en cuatro partes iguales, es decir, atravesarlo por un eje vertical y otro horizontal, cuya intersección marque exactamente el centro de la obra. La primera relación que podemos establecer es la que divide al arriba del abajo. La zona superior es la que menos peso visual tolera, y la inferior, la que mayor peso visual tolera. Con “peso visual” se hace referencia al

efecto óptico que produce una figura grande y maciza, o un color intenso. Se trata de zonas que intuitivamente percibimos como “cargadas”.

La segunda relación que se establece es la relación izquierda-derecha, que, como la anterior, también conduce de una zona menos densa, a otra más densa. La conclusión es, entonces, que la zona más “pesada” de la obra se corresponde con el sector inferior derecho, y la zona más “liviana”, con el sector superior izquierdo.

6.2.4.3. Factor de tensión de ritmo

La tensión dota de fuerza y dinamismo al diseño y atrae la atención del espectador. Reflejar tensión no es una tarea fácil, pero hay diferentes caminos para conseguirlo:

- **Método sugestivo**, consiste en dirigir la mirada a un punto concreto, por medio de otros elementos.
- **Método rítmico**, consiste en aprovechar la tendencia que tiene el ser humano en completar secuencias de elementos.
- **Método mecánico**, consiste en dirigir la atención del receptor de una forma obligada.

6.2.4.4. Balance

Dentro de las técnicas visuales, una de las más importantes es el balance. Su importancia se basa en el funcionamiento de la percepción humana y en la intensa necesidad de equilibrio, que se manifiesta tanto en el diseño como en la reacción

ante una declaración visual. En el balance existe un centro de gravedad a medio camino entre dos pesos.

6.2.4.5. Proporción

Con las formas redondeadas, la proporción y la simetría suelen combinarse, ya que las formas perfectamente circulares también son simétricas. Por lo que las formas circulares parecen ser menos potentes que las formas oblongas, pero crean impresiones de armonía que resuenan con suavidad y perfección. Evidentemente el tamaño de un elemento en relación con el resto de los elementos que coloquemos en el espacio gráfico también tendrá diferentes significados. Las formas grandes, altas o anchas, suelen ser percibidas como potentes o fuertes, mientras que las formas pequeñas, cortas o finas, nos parecen delicadas y débiles.

6.2.4.6. Ritmo

El factor de ritmo se produce cuando encontramos una repetición secuencial de un conjunto de elementos. Con esta técnica se puede producir dinamismo y armonía en nuestra composición. Es capaz de transmitir movimiento dentro del área de diseño, gracias a la aproximación de elementos semejantes.

6.2.4.7. Armonía

La armonía es un equilibrio adecuado de elementos diversos en una totalidad que es perceptible visualmente. De manera que los elementos se perciben como una composición agradable a la vista. El balance de los elementos produce una sensación de bienestar y los puntos de tensión y contraste son olvidados.

6.2.4.8. Simetría

Es el equilibrio axial. Es una formulación visual totalmente resuelta en la que cada unidad situada a un lado de la línea central corresponde exactamente otra en el otro lado. Es perfectamente lógico y sencillo de diseñar, pero puede resultar estático e incluso aburrido. Los griegos consideraban que la asimetría era un mal equilibrio, pero equilibrio, de hecho, puede conseguirse también variando elementos y posiciones, de manera que se equilibren los pesos. El equilibrio visual de ese tipo de diseños es complicado, porque requiere el ajuste de muchas fuerzas, pero resulta interesante y rico en su variedad.

6.2.5. Tipografía:

Se entiende por fuente tipográfica al estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes. Mientras que familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios. La tipografía se puede dividir en amplias categorías: Serif, Sans Serif, Manuscritas, de Exhibición y Símbolos.

6.2.5.1. Serif

Las fuentes serif o de adorno tienen su origen en el pasado, cuando las letras se cincelaban en bloques de piedra, pero resultaba difícil asegurar que los bordes de las letras fueran rectos, por lo que el tallador desarrolló una técnica que consistía en destacar las líneas cruzadas para el acabado de casi todas las letras,

por lo que las letras presentaban en sus extremos unos remates muy característicos, conocidos con el nombre de serif.



Esta tipografía proporciona el efecto de tranquilidad, autoridad, dignidad y firmeza; contiene un pequeño embellecimiento (pequeños patines, pies o terminaciones) en los extremos de un carácter llamado enlace, lo que permite al ojo seguir la línea fácilmente, sobretodo en bloques de texto amplios, modifica el significado del texto y añade connotaciones específicas a lo expresado.

6.2.5.2. Sans Serif

Del francés Sans “sin” Serif, serifa o patines. Las fuentes Sans Serif están simplemente sin patines o pies, es decir, no tienen remates en sus extremos. Las fuentes Sans serif, etruscas o de palo seco, hacen su aparición en Inglaterra durante el siglo XIX. Entre sus trazos gruesos y delgados no existe contraste, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes, ajustados en sus empalmes. Representan la forma natural de una letra que ha sido realizada por alguien que escribe con otra herramienta que no sea un lápiz o un pincel.



Este tipo de fuente crea el efecto de modernidad, sobriedad, alegría y seguridad, es más neutra y aunque son muy populares, dificultan la lectura de textos largos, por lo que se usan sólo en casos de textos muy cortos.

6.2.5.3. Manuscritas o Script

Las fuentes manuscritas o script parecen cursivas o de caligrafía. En el diseño de una presentación digital, estas fuentes se reservan para acentuar el título principal, o la firma del autor, pues los trazos más finos pueden desaparecer, comprometiendo la legibilidad.



La tipografía manuscrita se subdivide en: Brush, caligráfica, canciller, casual, formal, semi-formal, gráfico y monolínea.

6.2.5.4. Fuentes de Exhibición

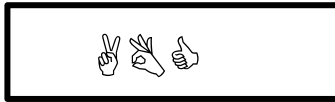
Las fuentes de Exhibición son las que tienen mayor atracción de todas las categorías. La forma del carácter puede sugerir una época o período de tiempo, otras otorgan mayor personalidad.



Podemos enlistar las siguientes subcategorías para la tipografía decorativa: Antigua, art Nouveau y art Deco, de exhibición, Grune, de fantasía, de píxel, de arte pop, de estencil, y la más reciente para mass media.

6.2.5.5. De Símbolos e Imágenes o Dingbats & Dingfonts

Las fuentes de símbolos e imágenes incluyen caracteres y formas no encontrados en alfabetos tradicionales, incluyen diseños que contienen juegos de caracteres de matemáticas, fonéticos, y otros usos especializados.



Fuentes integradas por símbolos, muestras, logotipos, ornamentos, imágenes y otros caracteres no -alfabéticos. Estas fuentes se utilizan para enfatizar, para viñetas y decoraciones.

6.2.6. Color:

El color es el modo natural de percibir la realidad. El Color es la impresión producida al incidir en la retina los rayos luminosos difundidos o reflejados por los cuerpos. Algunos colores toman nombre de los objetos o sustancias que los representan naturalmente. Orientado al espectro solar o espectral puro, cada uno de los siete colores en que se descompone la luz blanca del sol: rojo, naranja, amarillo, verde, azul turquesa y violeta. Del color se desprende una división que serian los primarios, tomándolos como base colores naturales, amarillo, rojo y azul y los secundarios que serian los que surgen como mezcla de estos que son el naranja, el verde y el violeta. Los primarios o puros son cada uno de los de una terna de colores fundamentales.

6.2.6.1. Colores Fundamentales: Se los llama así a los de la terna de colores que, convenientemente mezclados, permiten formar cualquier color. Generalmente se acostumbra utilizar como fundamental el rojo, el verde y el azul o el violeta. El color es luz, Newton fue quien primeramente concibió la teoría ondulatoria o propagación de rayos lumínicos, que mas tarde fue ampliada por Laplace y otros físicos. Los que se designa como luz blanca es la impresión creada por el conjunto

de radiaciones que son visibles por nuestro ojo; la luz blanca cuando es descompuesta produce el fenómeno de arco iris, estos son los que llamamos colores, el conjunto de estos, o franja continua de longitudes de onda creada por la luz al descomponerse, constituye el espectro. Utilizamos la palabra color para designar dos conceptos totalmente diferentes. Solo deberíamos hablar de colores cuando designemos las percepciones del ojo. La percepción del color cambia cuando se modifica la fuente luminosa porque en principio, el color no es más que una percepción en el órgano visual del observador. Los sentidos permiten al hombre captar los fenómenos del mundo que lo rodea. Los ojos son capaces de memorizar las diferencias de colores, pero casi nunca percibimos un color como es en realidad visualmente, tal como es físicamente.

6.2.7. Semiología:

Fue definida y estudiada por Saussure en Ginebra, en 1908, como "La ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social", haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística.

Semiología viene de las palabras griegas *semeion* (signo) y *logos* (estudio). Por lo tanto, la semiología es el estudio de los signos.

La semiología es considerada una ciencia joven que comienza a tener importancia dentro del análisis teórico de los medios de comunicación social propios del siglo XX.

La semiótica se define como la ciencia que estudia las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana. Oficialmente no hay diferencia entre ambos conceptos, aunque el uso vincule más semiología a la tradición europea y semiótica a la tradición anglo-americana. Sin embargo, el uso de "semiótica" tiende a generalizarse.

El signo es algo muy complejo y abarca fenómenos sumamente heterogéneos que, por otro lado, tienen algo en común: ser portadores de una información o de un valor significativo. El signo se encuentra compuesto por un significado, la imagen mental (que varía según la cultura) y un significante, que no siempre es lingüístico. Puede incluir una imagen.

6.2.8. Psicología del Consumidor:

Es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor, ya que este se rige por medio de procesos mentales preestablecidos, a través de tres aspectos que son:

- a) Los grupos de referencia primarios: la familia, de la cual, el individuo aprende en primera instancia las pautas de comportamiento y los amigos más íntimos.

- b) Los grupos secundarios: amistades y los centros escolares, es decir, el contacto con grupos diferentes que amplían o limitan el desarrollo, conocimiento y expectativas del individuo en un grupo social.

c) Los grupos terciarios: medios de comunicación y líderes de opinión que marcan de alguna manera las pautas y expectativas sociales a seguir, dentro de un contexto cronológico o temporal. Los factores que influyen en las decisiones del consumidor se dividen en los siguientes grupos:

6.2.8.1. Cultural: Lugar al cual pertenece el individuo, su forma de pensar dentro de un grupo social específico, tradiciones, cultura y nivel socioeconómico.

6.2.8.2. Status: Este factor es uno de los más influyentes dentro de la psicología de los consumidores, ya que mediante los medios de comunicación se deja una imagen mental de lo que el individuo debe buscar como modelo de vida a seguir.

6.2.8.3. Afectivo: Ataca los procesos mentales del individuo para que este prevea posibles problemas que se le podrían presentar tanto con sus seres queridos, como en sus expectativas.

6.2.8.4. Necesidad: Se basa en mostrar lo necesario que es el consumo de un producto para la vida cotidiana. Dentro de él existe una variante que es: el producto de necesidad creado, en el cual se busca formar la exigencia de un producto; aunque en realidad éste no sea de primera necesidad.

6.2.8.5. Masificación: Se posiciona en la mente del consumidor, haciéndole notar que el producto que se oferta es adquirido o usado por todos o por una masa de gente.

6.2.8.6. Innovación o tecnológico: En éste se busca hacer alarde de la tecnología para el mejoramiento en la calidad de vida o servicio, provocando que el consumidor busque tomar la decisión de adquirir la comodidad, la eficiencia y la simplificación del trabajo.

6.2.8.7. Pertenencia: ataca el ego personal del consumidor potencial, haciéndole notar que para lograr una posición afectiva, un status o lograr la pertenencia de un grupo específico, debe obtener el producto o servicio ofertado para ser reconocido o aceptado.

6.2.9. Sociología:

En concreto, sus antecedentes se encuentran en el latín y más exactamente en la unión de las palabras socius, que vendría a traducirse como “socio o individuo”, y logía que tiene varias acepciones entre ellas “estudio”. Por tanto, partiendo de ello podríamos hacer una traducción literal de que Sociología es el estudio del socio o individuo.

La sociología es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales (conjunto de individuos que conviven agrupados en diversos tipos de asociaciones).

Esta ciencia analiza las formas internas de organización, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en el marco de la estructura social.

6.2.10. Deontología:

Hace referencia a la rama de la ética cuyo objeto de estudio son los fundamentos del deber y las normas morales. Se refiere a un conjunto ordenado de deberes y obligaciones morales que tienen los profesionales de una determinada materia. La deontología es conocida también bajo el nombre de "teoría del deber" y, al lado de la axiología, es una de las dos ramas principales de la ética normativa.

Trata, pues, del espacio de la libertad del hombre sólo sujeto a la responsabilidad que le impone su conciencia. Asimismo, Bentham considera que la base de la deontología se debe sustentar en los principios filosóficos de la libertad y el utilitarismo, lo cual significa que los actos buenos o malos de los hombres sólo se explican en función de la felicidad o bienestar que puedan proporcionar asuntos estos muy humanistas. Para Bentham la deontología se entiende a partir de sus fines.

Los primeros códigos deontológicos se aplicaron después de la segunda guerra mundial luego de ver las atrocidades que los profesionales de la salud aplicaban con las personas justificándose en el ejercicio de la investigación, pero que tampoco tenían ningún tipo de regulación ni control, es así como durante la guerra fría se comienza a estudiar y aplicar la deontología en Europa.

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

CAPÍTULO VII: PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1. Aplicación de las Ciencias de la Comunicación en el reporte.

Las ciencias de la comunicación son las raíces desde donde surge la necesidad de elaborar este reporte anual, ya que existe un mensaje emitido por la SOSEP a la población guatemalteca, específicamente a la opinión pública, pero no existe un medio adecuado para que los receptores reciban la información.

7.1.2. Aplicación del Diseño Gráfico en el reporte.

Es necesario transmitir las ideas y códigos visualmente para ordenar y aclarar la información que contiene el mensaje. Es por ello que el diseño gráfico será utilizado en este proyecto, ya que permitirá cumplir el objetivo de comunicar y transmitir la información al grupo objetivo.

7.1.3. Aplicación del Diseño Editorial en el reporte.

El diseño editorial aportará al reporte una imagen gráfica limpia, ordenada, balanceada, rítmica, armoniosa y proporcionada al reporte; proporcionando al lector una legibilidad fácil y visualmente agradable.

7.1.4. Aplicación la Tipografía en el reporte.

El uso de la tipografía adecuada brindará al proyecto la estética e imagen adecuada conforme a los lineamientos gráficos corporativos que la –SOSEP- maneja en elementos visuales.

7.1.5. Aplicación del Color en el reporte.

El color será el impacto que afecte en la percepción y la reacción de la conducta humana. Es una valiosa herramienta para la concesión de los fines del diseñador gráfico. Por lo tanto, su conocimiento y su aplicación servirán para causar un efecto agradable a las personas que estén en contacto con el reporte.

7.1.6. Aplicación de la Semiología en el reporte.

Esta disciplina es muy importante para el desarrollo del proyecto pues es necesario estudiar y aplicar bien el significado de los símbolos, ya que estos están siempre presentes en todo proceso de comunicación y diseño.

7.1.7. Aplicación de la Psicología del Consumidor en el reporte.

Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la reacción de la conducta humana. Es una valiosa herramienta para la concesión de los fines del diseñador gráfico. Por lo tanto, su conocimiento y su aplicación servirán para causar un impacto agradable a las personas que estén en contacto con el reporte.

7.1.8. Aplicación de la Sociología en el reporte.

Es la ciencia que estudia los fenómenos colectivos producidos por la actividad social de los seres humanos dentro del contexto histórico y cultural en el que estamos sumergidos.

7.2. Conceptualización

7.2.1 Método de Conceptualización

Listado de Atributos: Es una técnica creada por R.P. Crawford, ideal para la generación de nuevos productos. También puede ser usada en la mejora de servicios o utilidades de productos ya existentes.

Para que esta técnica dé resultados, primero se debe realizar un listado de las características o de los atributos del producto o servicio que se quiere mejorar para, posteriormente, explorar nuevas vías que permitan cambiar la función o mejorar cada uno de esos atributos.

Ejemplo:

Una empresa desea identificar algunas ideas para mejorar el servicio al cliente.

El primer paso es hacer una lista de atributos actuales del modelo que se está evaluando.

- Personal capacitado
- Equipo adecuado para el empleado
- Mobiliario adecuado para el cliente
- Mejora continua

Como **segundo paso**, cada uno de los atributos se analiza y se plantean preguntas sobre la forma en que se podrían mejorar.

- ¿Se podría especializar a los empleados en servicio al cliente?
- ¿Podría tener el empleado un mejor equipo para la atención al cliente?
- ¿Podríamos mejorar la comodidad del cliente en nuestras instalaciones?
- ¿Podríamos estar en constante actualización para asegurar la calidad de la empresa y los servicios ofrecidos a nuestros clientes?

El **tercer paso** consiste en seleccionar las mejores ideas de las respuestas a los cuestionamientos, de manera que se pueda generar un concepto que responda a la necesidad establecida.

7.2.2. Definición del Concepto

Se generó una lista de atributos sobre el trabajo que La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP- ha realizado en el último año gubernamental.

Al cuestionar los atributos se generan soluciones más inmediatas a la problemática inicial de recopilar las actividades que la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente realiza, para presentar a la opinión pública un reporte del trabajo realizado durante el año.

Proceso de conceptualización por medio del listado de atributos:

- Trabajo para el beneficio de las personas necesitadas del país.
- Genera conciencia social.
- La organización está dirigida por la Primera Dama de la Nación.
- Apoyo de entidades internacionales.

Después de generar el listado de atributos de la organización, se cuestionan cada uno:

- ¿Conoce la opinión pública el trabajo realizado por la organización para ayudar a las personas necesitadas del país?
- ¿La conciencia podría convertirse en acciones concretas de las demás personas a través de material informativo?

- ¿Los guatemaltecos conocen las funciones y labor de la Primera Dama de la Nación?
- ¿Podrían aprovecharse los nexos con entidades internacionales para divulgar a la opinión pública el trabajo realizado por la organización?

El concepto final de este proyecto establece la importancia que tiene la opinión pública para el desarrollo y beneficio de las actividades que realiza la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-. La implementación de estrategias de comunicación por medio de materiales informativos impresos para presentar a la opinión pública la labor realizada a lo largo del año de gobierno actual, tendrá como respuesta la generación de opiniones positivas, tanto de los medios de comunicación como de los guatemaltecos como tal; generando así el feedback que se pretende lograr.

“Estrategia de comunicación para presentar a la opinión pública el trabajo realizado.”

. 7.3. Bocetaje.

Los diseños se realizaron a lápiz en hojas blancas que después fueron digitalizados con el fin de presentar una propuesta visual que responda a las necesidades del grupo objetivo. Se tomaron en cuenta los siguientes elementos que componen el diseño del reporte:

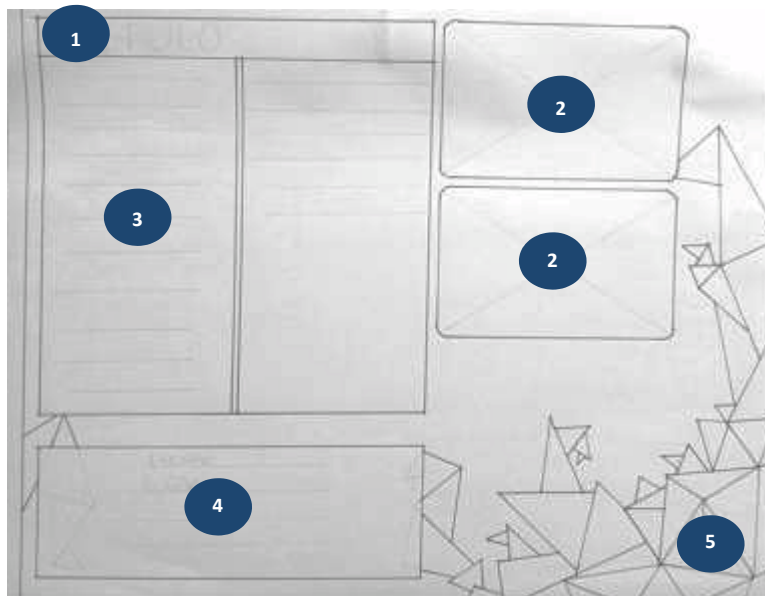
- - Tamaño del formato
- - Ilustraciones
- - Diseño de portada y hojas de interior

- - Diagramación
- - Tipografía
- - Color

A continuación se presentan las propuestas preliminares de diseño de: bocetaje, el tamaño del formato y el diseño de las diferentes áreas de la guía.

7.3.1. Bocetos a Base de Dibujo Natural

- Primera propuesta a mano alzada de página interna derecha. Se decidió utilizar un formato tamaño carta el orientación horizontal.

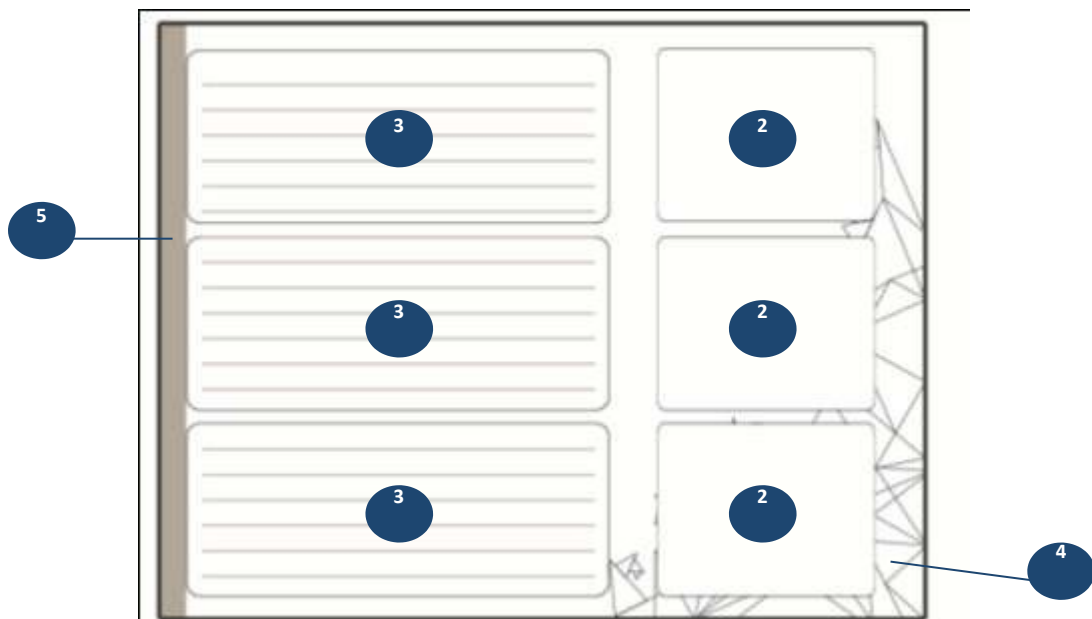


1. Título
2. Fotografías
3. Texto a dos columnas
4. Cuadro de texto
5. Ilustraciones geométricas

Propuesta de portada:

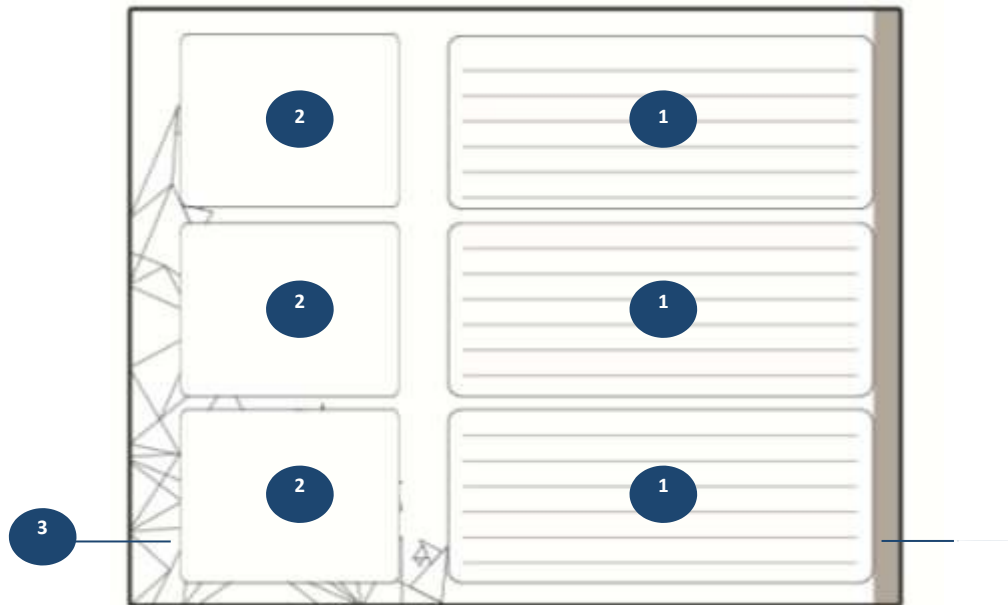


Propuesta de página interna izquierda:

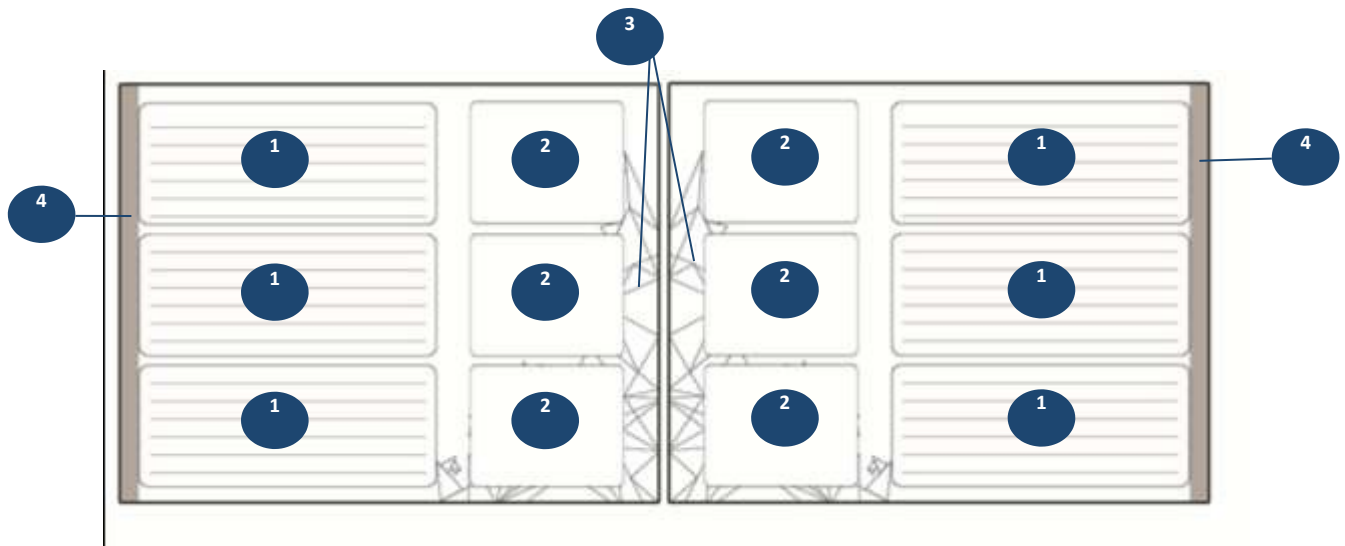


1. Título
2. Fotografías
3. Cuadro de texto
4. Ilustraciones geométricas
5. Barra de color

Propuesta de página interna derecha:

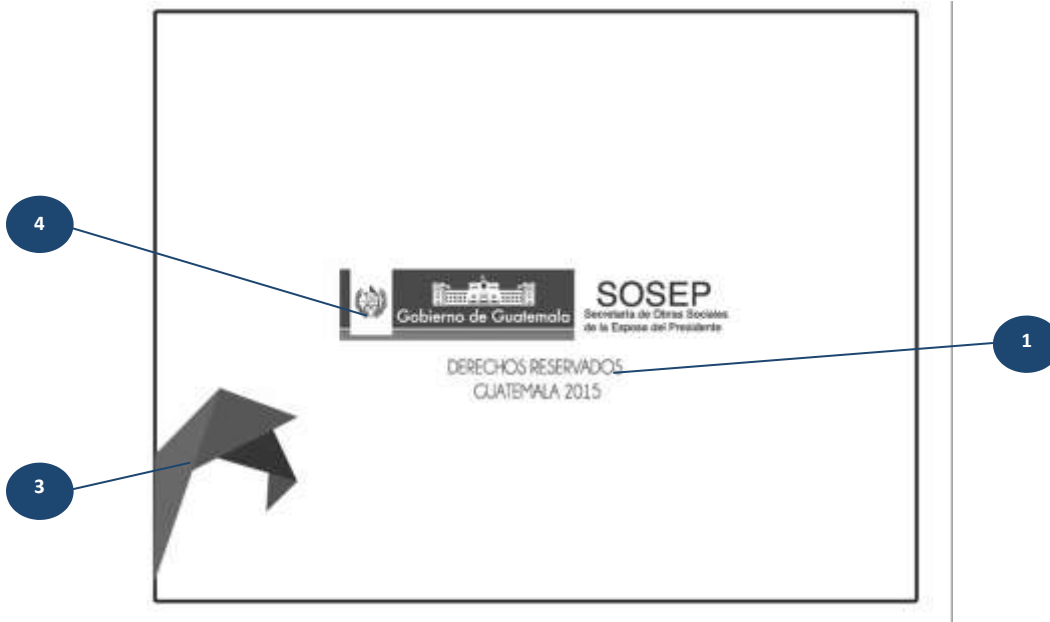


Propuesta visualización de páginas internas izquierda y derecha:



- 1. Cuadro de texto
- 2. Fotografías
- 3. Ilustraciones geométricas
- 4. Barra de color

Propuesta de contraportada:



Propuesta visualización de páginas internas izquierda y derecha:



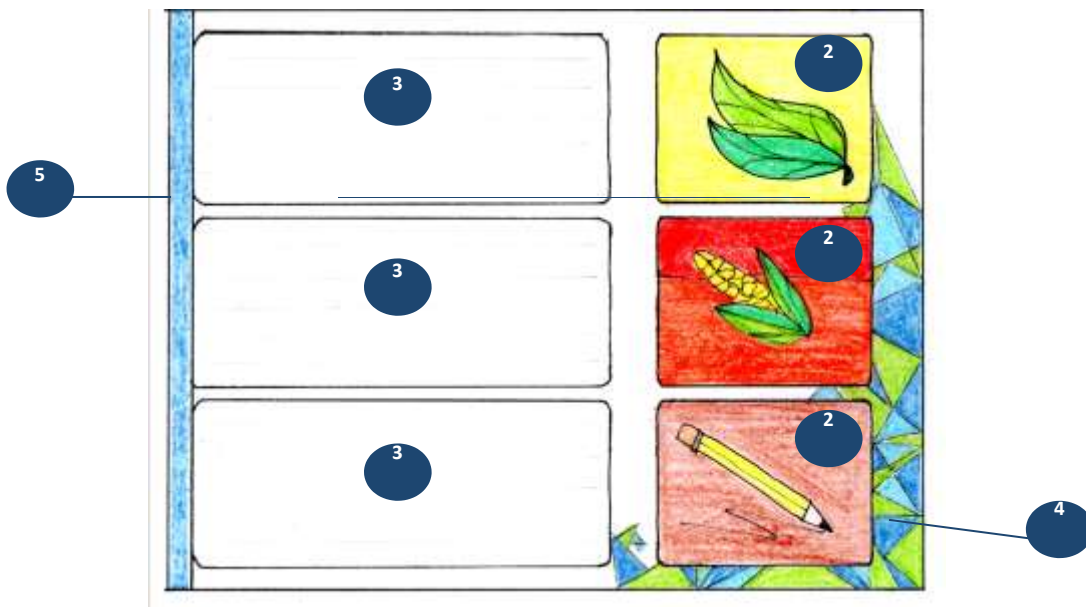
- 1. Cuadro de texto
- 2. Fotografías
- 3. Ilustraciones geométricas
- 4. Logotipo

7.3.2. Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico:

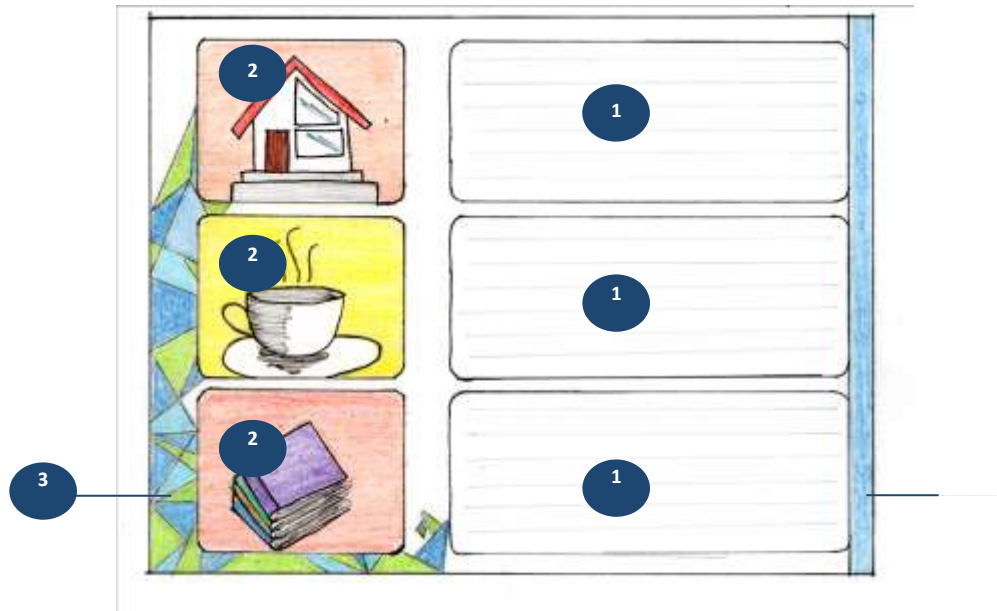
- Propuesta de portada:



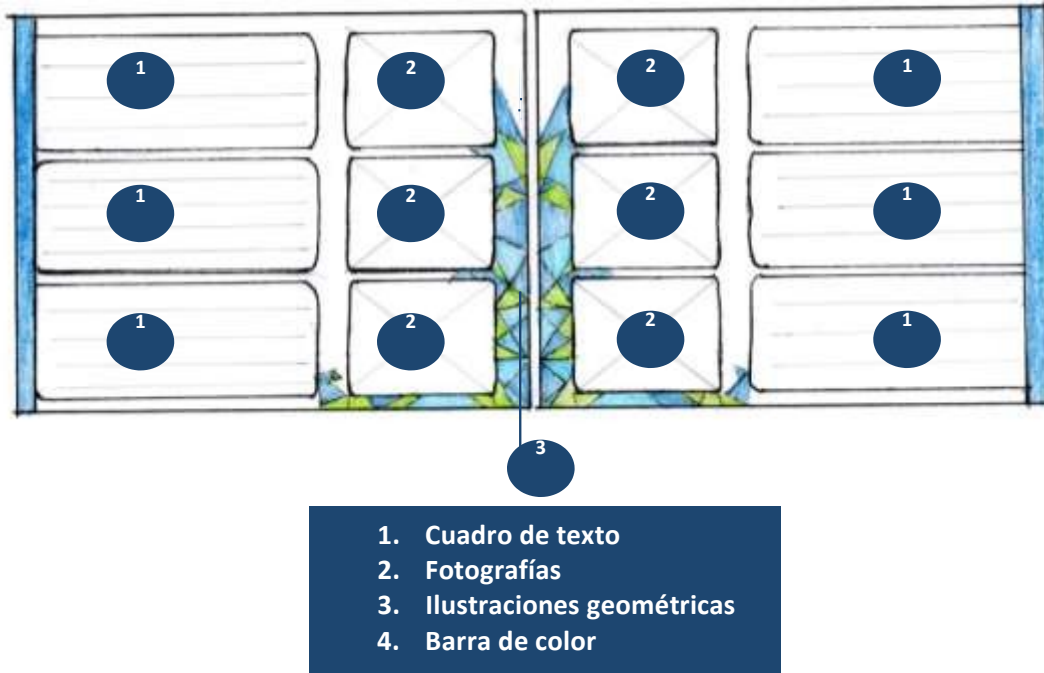
- Propuesta de página interna izquierda:



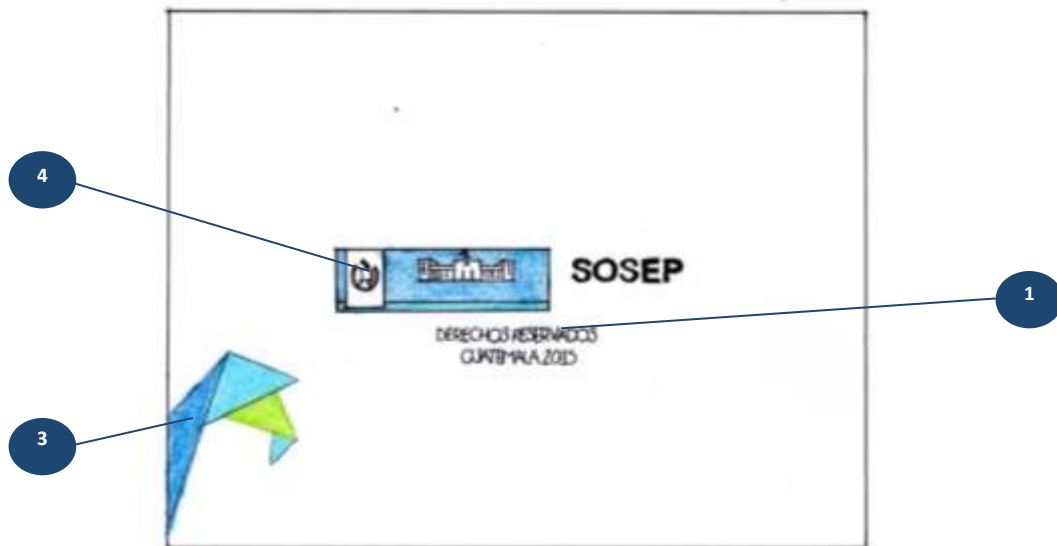
Propuesta de página interna derecha:



Propuesta visualización de páginas internas izquierda y derecha:



Propuesta de contraportada:



Propuesta visualización de páginas externas portada y contraportada:



1. Cuadro de texto
2. Fotografías
3. Ilustraciones geométricas
4. Logotipo

7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

- Portada



Formato Tamaño Carta en orientación horizontal (8.5x11 pulgadas)

1. Título en tipografía -Champagne & Limousines / bold-
2. Título en tipografía -Champagne & Limousines -
3. Logotipo -SOSEP-
4. Fotografía (NO OFICIAL) full color de la Esposa del Presidente
5. Ilustraciones geométricas en colores complementarios a los establecidos en el logo.

R: 47	R: 42	R: 29	R: 9	R: 13	R:70
G:150	G:54	G:99	G:123	G:189	G:88
B:210	B:141	B:115	B:169	B:211	B:112
C:74	C:100	C:91	C:87	C:70	C:78
M: 28	M: 96	M:63	M: 44	M: 1	M: 62
Y :1	Y :4	Y :15	Y :16	Y :17	Y :38
K :0	K :2	K :1	K :1	K :0	K :19



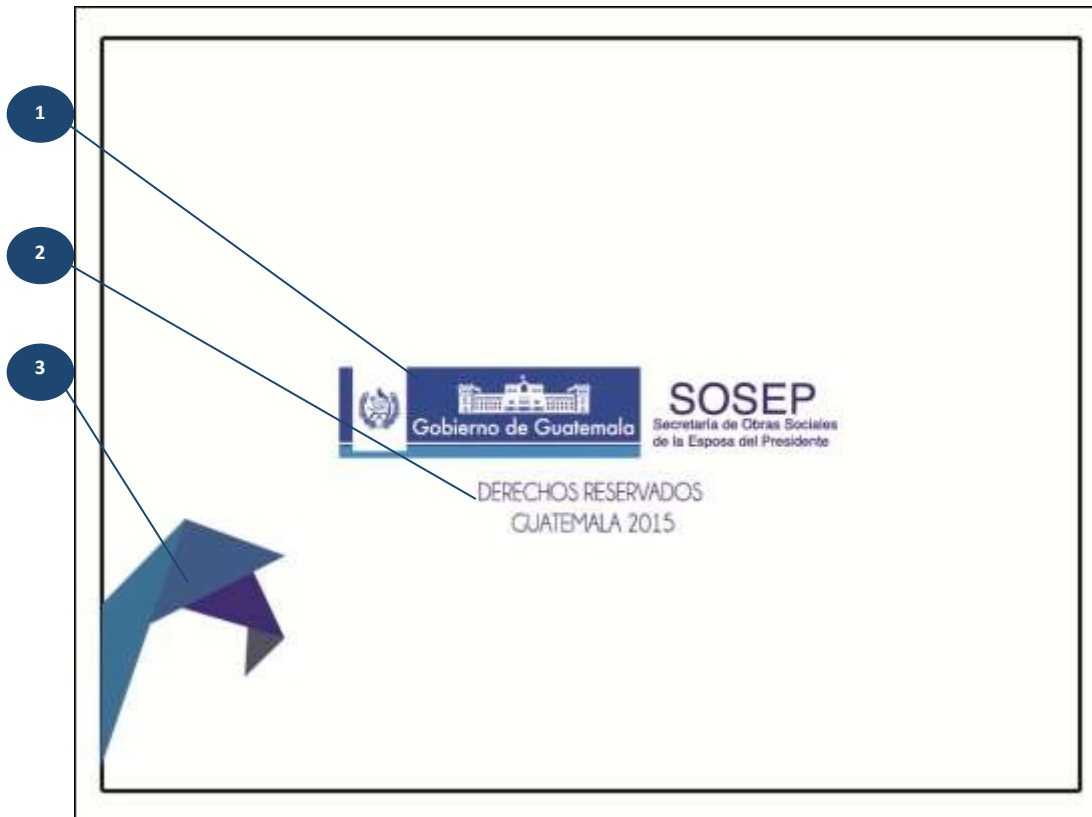
Formato Tamaño Carta en orientación horizontal (8.5x11 pulgadas)

1. Título en tipografía -Times New Roman-
2. Cuadro de texto en tipografía -Champagne & Limousines -
3. Fotografías full color describiendo el texto
4. Cuadro de color para fondo de texto
5. Ilustraciones geométricas
6. Barra de color



- Formato Tamaño Carta en orientación horizontal (8.5x11 pulgadas)**
1. Título en tipografía -Times New Roman-
 2. Cuadro de texto en tipografía -Champagne & Limousines -
 3. Fotografías full color describiendo el texto
 4. Cuadro de color para fondo de texto
 5. Ilustraciones geométricas
 6. Barra de color

· Contraportada



Formato Tamaño Carta en orientación horizontal (8.5x11 pulgadas)

1. Logotipo -SOSEP-
2. Cuadro de texto en tipografía -Champagne & Limousines -
3. Ilustraciones geométricas

CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación Técnica

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a 05 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo, a 05 expertos en el área de comunicación y diseño, y el cliente.

8.1. Población y Muestreo

El proceso de validación consta de tres grupos distintos de actores que jueguen a favor de cumplir el objetivo final del proyecto. Para poder generar resultados válidos de varias áreas de interés es necesario establecer el proceso de validación con encuestas a los tres grupos por igual.

8.1.1. Perfil de Encuestados – Cliente

8.1.1.1. Nombre: Idelma Ninneth Aragón Orellana

Empresa: Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-

Puesto: Comunicación Social

8.1.1.2. Nombre: Byron E. Mejin

Empresa: Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-

Puesto: Comunicación Social

8.1.1.3. Nombre: Rómulo Ozaeta

Empresa: Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-

Puesto: Comunicación Social

8.1.2. Perfil de Encuestados – Expertos en Diseño, Publicidad y Mercadotecnia.

El grupo establecido para validar la propuesta preliminar como expertos son especialistas en el área de diseño, publicidad y mercadotecnia. Un total de 05 expertos participaron en el proceso.

8.1.2.1. Nombre: Mario Arturo Ruiz

Profesión: Licenciado en Mercadotecnia

Empresa: Grupo 361

Puesto: BTL CIO

8.1.2.2. Nombre: Daniela Yasmin Morataya

Profesión: Licenciada en Mercadotecnia

Empresa: Rótulos Creativos Promocionales

Puesto: Key Account Manager, lanzamiento y creación de campañas publicitarias.

8.1.2.3. Nombre: Stefania Fumagalli

Profesión: Licenciada en Administración de Empresas

Empresa: JC Ingenieros

Puesto: Key Account Manager, mercadeo, y publicidad digital e impresa.

8.1.2.4. Nombre: Carlo Coudere Profesión: MBA Empresa:

Grupo Gertek

Puesto: Diseño Industrial, mercadeo, y publicidad digital e impresa.

8.1.2.5. Nombre: Janine Orellana

Profesión: Diseño gráfico y de interiores

Empresa: Freelance

8.1.3. Perfil de Encuestados – Grupo Objetivo

El grupo objetivo del reporte anual impreso, son las personas del ámbito de la comunicación cuya opinión puede ser considerada líder ante la sociedad guatemalteca con el fin de que el público conozca y forje una razón propia para y por el trabajo realizado por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-. Un total de 05 personas participaron en el proceso.

8.1.3.1. Nombre: Beatriz del Cid

Profesión: Licenciada Ciencias de la Comunicación

Empresa: RCN Radio Cadena Nacional

Puesto: Producción, dirección y locución de radio

8.1.3.2. Nombre: Hector Linares

Profesión: Licenciada Ciencias de la Comunicación

Empresa: RCG Rhema Communication Group

Puesto: Producción, dirección y locución de radio

8.1.3.3. Nombre: Yeni Barillas

Profesión: Licenciada Comunicación y Diseño

Empresa: Stereo Vision 104.1 FM

Puesto: Producción, dirección y locución de radio

8.1.3.4. Nombre: Laysa Palomo

Profesión: Licenciada Ciencias de la Comunicación

Empresa: Brújula GT

Puesto: Producción, dirección y conducción de radio y t.v.

8.1.3.5. Nombre: Ana Martínez

Profesión: Licenciada en Negocios Internaciones e Imagen Pública

Empresa: Compassion International

Puesto: RRPP , Comunicación Interna, Productora y Conductora del programa de televisión: Paso a Paso con Compassion.

8.2. Método e instrumentos

Existen distintos tipos de encuestas:

- Encuestas exhaustivas y parciales: Se denomina exhaustiva cuando abarca a todas las unidades estadísticas que componen el colectivo, universo, población o conjunto estudiado. Cuando una encuesta no es exhaustiva, se denomina parcial.

- Encuestas directas e indirectas: Una encuesta es directa cuando la unidad estadística se observa a través de la investigación propuesta registrándose en el cuestionario. Será indirecta cuando los datos obtenidos no corresponden al objetivo principal de la encuesta pretendiendo averiguar algo distinto o bien son deducidos los resultados de anteriores investigaciones estadísticas.


- Encuestas sobre hechos y encuestas de opinión: Hay un tipo de encuestas cuya misión es averiguar lo que es el público en general piensa acerca de una determinada materia o lo que considera debe hacerse en una circunstancia concreta. Estas encuestas se denominan de opinión y tuvieron su origen en los Estados Unidos. Se realizan con un procedimiento de muestreo y son aplicadas a una parte de la población, ya que una de sus ventajas es la enorme rapidez con que se obtienen los resultados.

Este proceso de validación se realizó por medio de una encuesta directa con los métodos de múltiples opciones, única respuesta, método dicotómico y jerarquización. De esta manera se podrá establecer de manera objetiva la percepción de los distintos encuestados sobre la expresión gráfica, aspectos semiológicos y funcionales de la propuesta preliminar.

El proceso de contacto con los tres distintos grupos de validación fue de manera personal al concertar citas con ellos para realizarse la encuesta.

8.2.1. Encuesta de Validación Física:

Página 1:

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN FACOM LICENCIATURA DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO PROYECTO DE GRADUACIÓN					
INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN ENCUESTA					
NOMBRE _____					
Realizada por:					
Experto	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>
OBJETIVO					
El objetivo de este proyecto es diseñar un reporte anual impreso para presentar a la opinión pública las actividades realizadas en el año 2014 por Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP–					
INSTRUCCIONES:					
A continuación se le presentará una serie de preguntas relacionadas con el modelo de revista digital que le fue presentado. Marque con una X la respuesta de su preferencia. GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.					
PARTE OBJETIVA:					
1. Considera necesario Investigar acerca del diseño editorial impreso para sustentar el desarrollo del reporte anual de actividades de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente – SOSEP–.					
SI	<input type="checkbox"/>				
NO	<input type="checkbox"/>				
2. Considera necesario recopilar información acerca de las diferentes actividades realizadas durante el año 2014, por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente para incluirlas en el contenido del reporte anual.					
SI	<input type="checkbox"/>				
NO	<input type="checkbox"/>				

3. Cree necesario diagramar el contenido de la información para facilitar la lectura y la comprensión del reporte anual de actividades realizadas por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP–.

SI

NO

PARTE SEMIOLOGICA

1. Cree que el diseño de la revista es:

MUY APROPIADO

POCO APROPIADO

NADA APROPIADO

2. Cree que los colores usados en la revista son:

MUY AGRADABLES

POCO GRADABLES

NADA AGRADABLES

3. Cree que el tamaño de las fotografías usadas en la revista son:

MUY ADECUADAS

POCO ADECUADAS

NADA ADECUADAS

4. Cree que las ilustraciones usadas en la revista son:

MUY APROPIADOS

POCO APROPIADOS

NADA APROPIADOS

5. Cree que la diagramación de la revista es:

MUY ORDENADA

POCO ORDENADA

NADA ORDENADA

6. Considera que la tipografía de la revista es:

MUY LEGIBLE

POCO LEGIBLE

NADA LEGIBLE

7. Cree usted que el presentar este reporte de forma impresa es:

MUY IDEAL

POCO IDEAL

NADA IDEAL

8. Considera que los temas tratados en la revista son:

MUY INTERESANTES

POCO INTERESANTES

NADA INTERESANTES

9. Cree que la forma en que se presenta la información es:

MUY ADECUADA

POCO ADECUADA

NADA ADECUADA

PARTE OPERATIVA

1. Cree que el material es:

MUY FUNCIONAL

POCO FUNCIONAL

NADA FUNCIONAL

2. Considera que la revista es visualmente es:

MUY ATRACTIVA

POCO ATRACTIVA

NADA ATRACTIVA

3. Cree que el tamaño de la revista es:

MUY APROPIADO

POCO APROPIADO

NADA APROPIADO

5. Considera que la orientación de las páginas es:

MUY LEGIBLE Y COMPENSIBLE

POCO LEGIBLE Y COMPENSIBLE

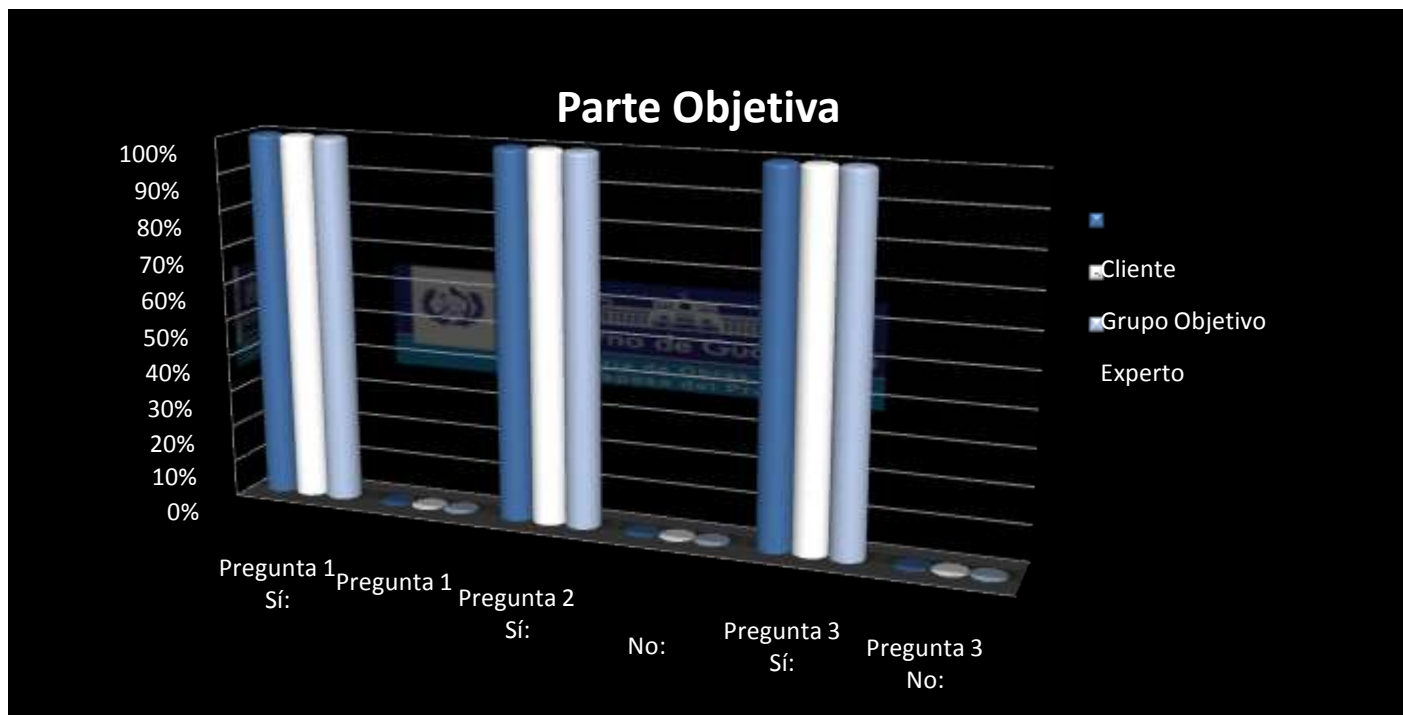
NADA LEGIBLE Y COMPENSIBLE

OBSERVACIONES

8.3. Resultados e Interpretación de Resultados

A continuación se presentarán las gráficas de los resultados obtenidos de la guía, a través de la tabulación, codificación e interpretación para aportar información que determine la efectividad del proyecto.

8.3.1. Parte semiológica:



1. Considera necesario Investigar acerca del diseño editorial impreso para sustentar el desarrollo del reporte anual de actividades de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-.

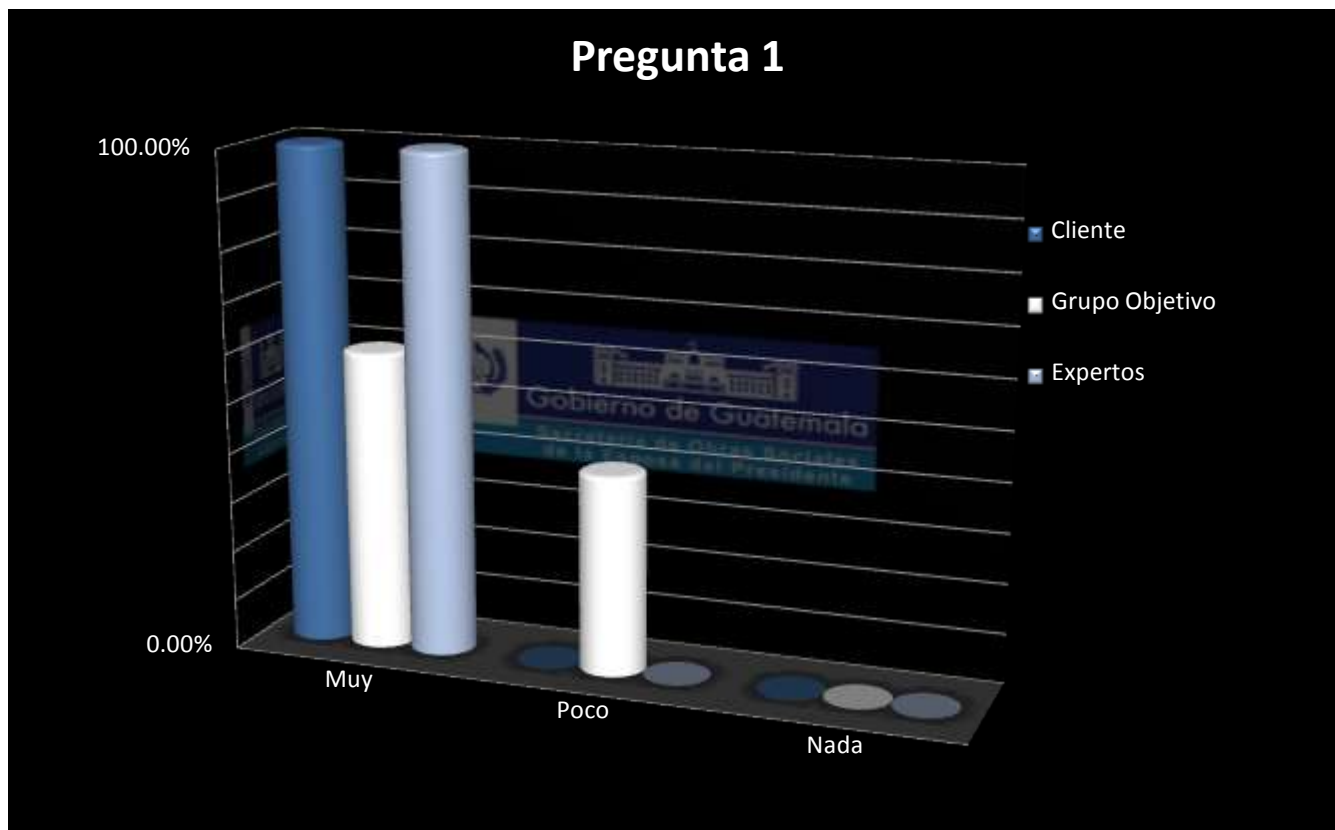
2. Considera necesario recopilar información acerca de las diferentes actividades realizadas durante el año 2014, por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente para incluirlas en el contenido del reporte anual.

3. Cree necesario diagramar el contenido de la información para facilitar la lectura y la comprensión del reporte anual de actividades realizadas por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-.

El 100% de los tres grupos entrevistados afirmó cada una de las preguntas de la parte objetiva.

8.3.2. Parte semiológica:

1. Cree que el diseño de la revista es:

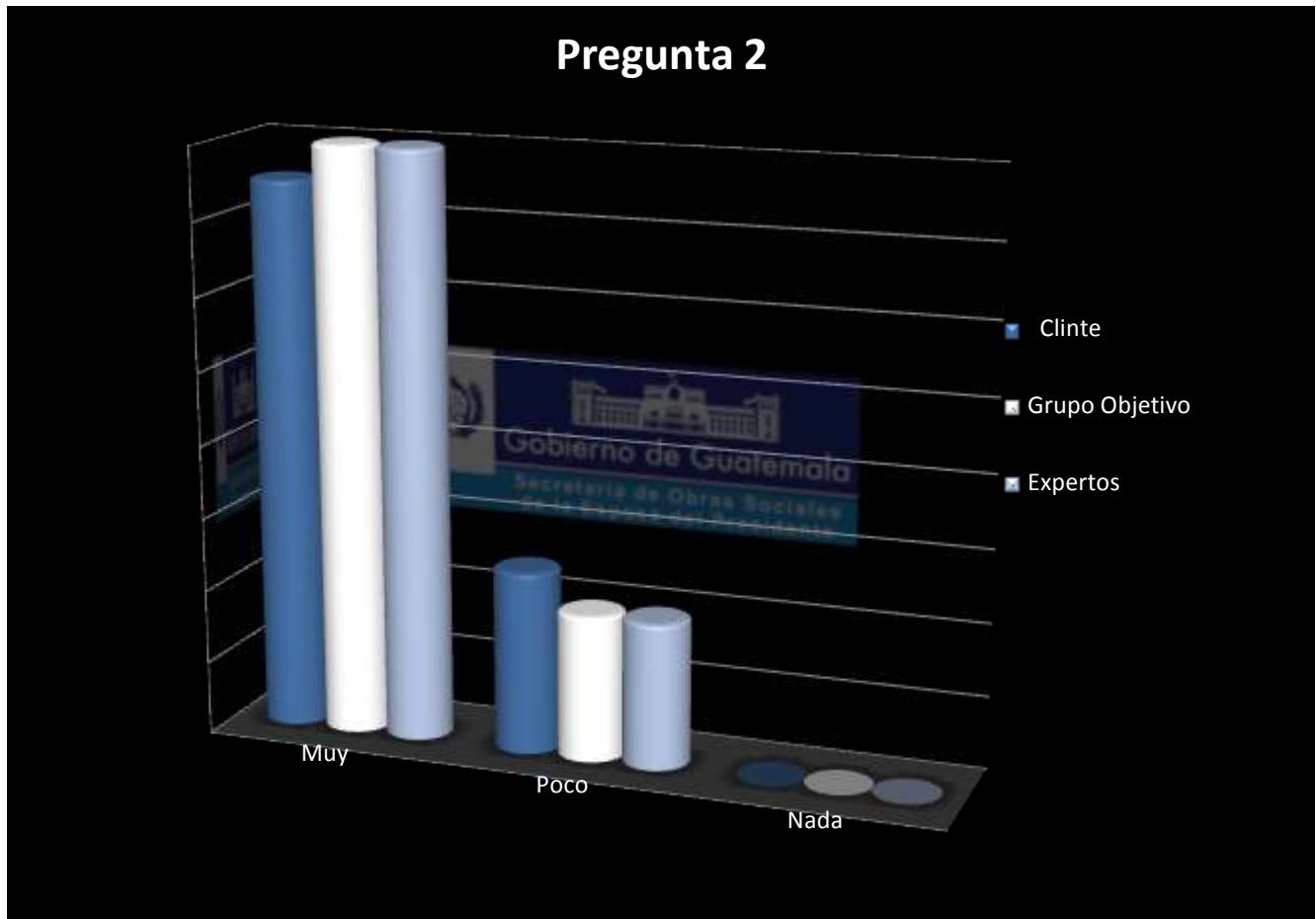


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados cree que el diseño de la revista es **muy apropiado**.

-El **60%** del **GRUPO OBJETIVO** cree que el diseño era **muy apropiado** mientras que el **40%** dijo que es poco apropiado.

- El **100%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados cree que el diseño de la revista es **muy apropiado**.

2. Cree que los colores usados en la revista son:

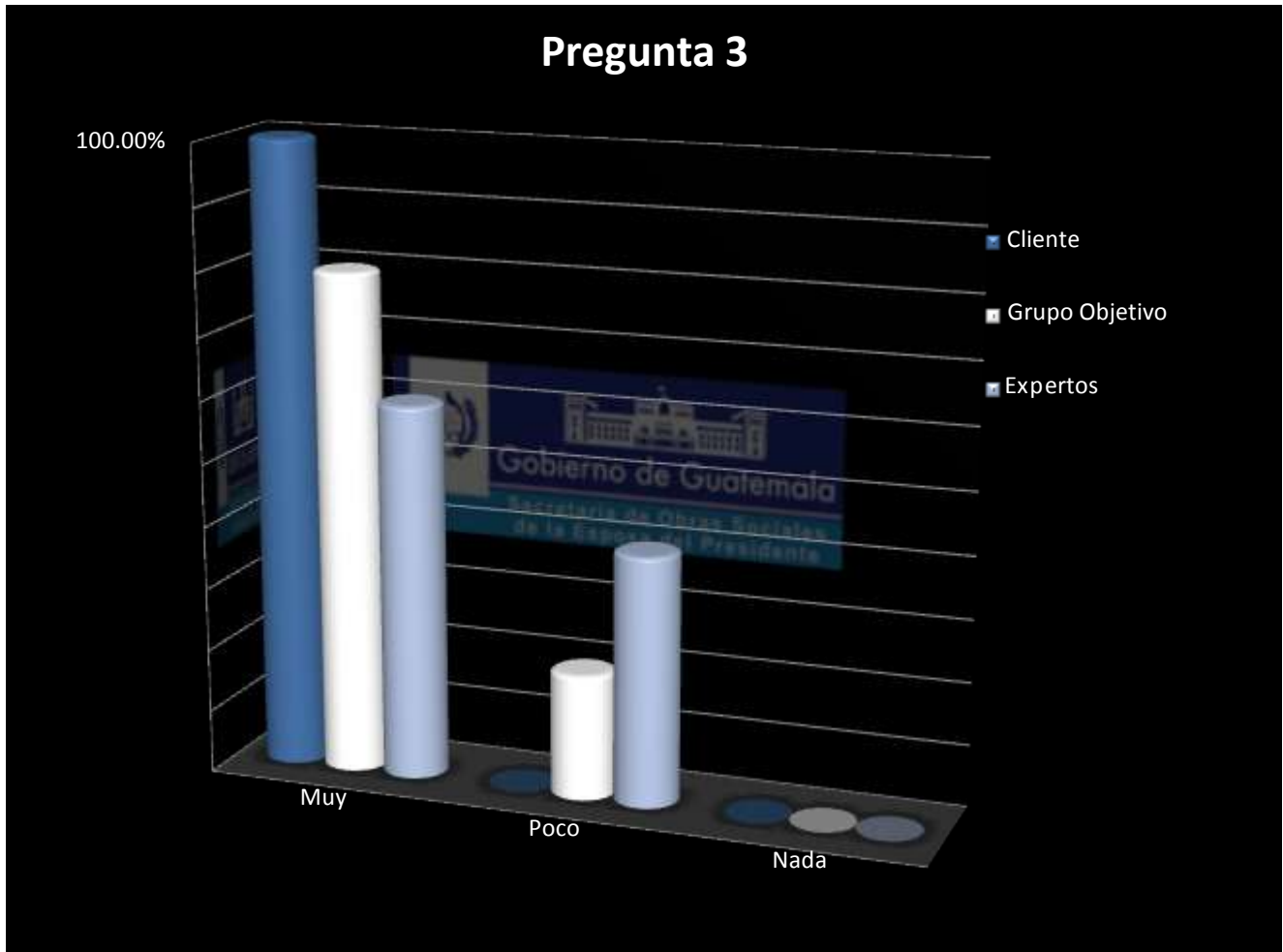


-El **75%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados cree que los colores usados en la revista son **muy agradables**, mientras que un **25%** dijo que son **poco agradables**.

-El **80%** del **GRUPO OBJETIVO** cree que los colores utilizados son **muy agradables**, mientras que el **20%** dijo que son **poco agradables**.

- El **80%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados cree que los colores de la revista son **muy apropiados**, mientras que el **20%** dijo que son **poco agradables**.

3. Cree que el tamaño de las fotografías usadas en la revista son:

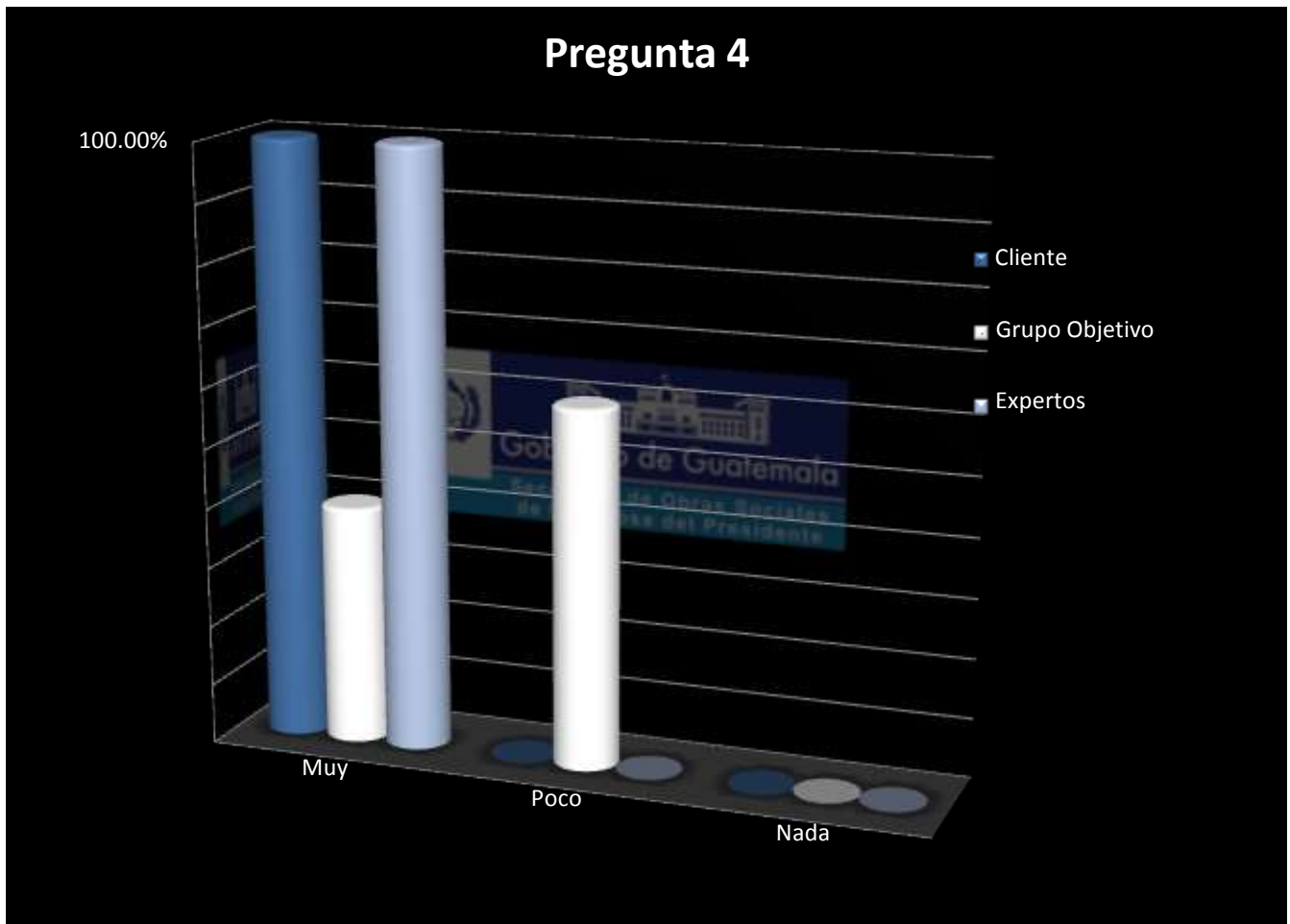


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados cree que el tamaño de las fotografías usadas en la revista son **muy adecuadas**.

-El **80%** del **GRUPO OBJETIVO** cree que el tamaño de las fotografías usadas en la revista son **muy adecuadas**, mientras que el **20%** dijo que son **poco adecuadas**.

- El **60%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados cree que el tamaño de las fotografías usadas en la revista son **muy adecuadas**, mientras que el **40%** dijo que son **poco adecuadas**.

4. Cree que las ilustraciones usadas en la revista son:

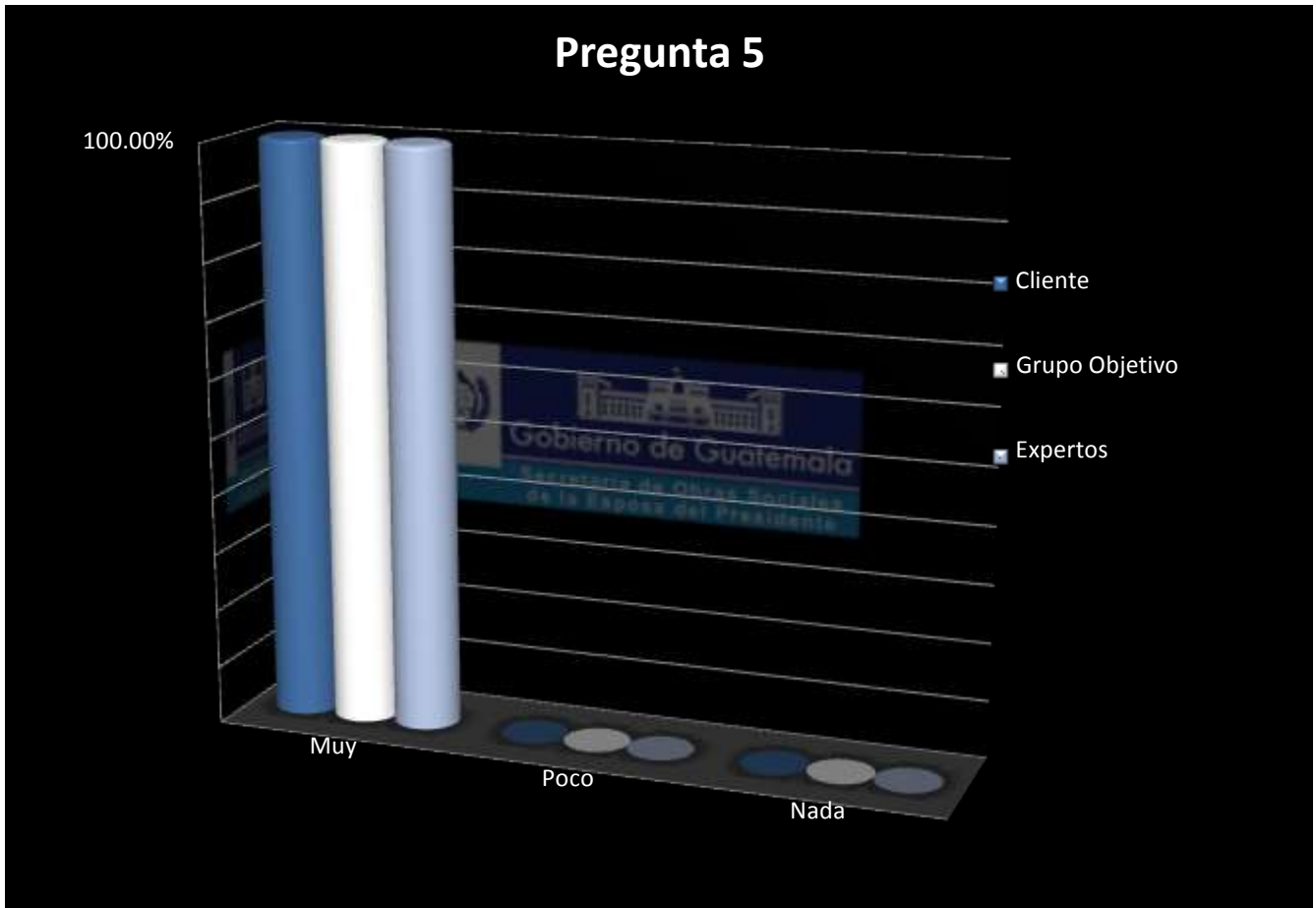


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados cree que las ilustraciones usadas en la revista son **muy apropiadas**.

-El **40%** del **GRUPO OBJETIVO** cree que las ilustraciones usadas en la revista son **muy apropiados**, mientras que el **60%** dijo que son **poco apropiadas**.

- El **100%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados cree que las ilustraciones usadas en la revista son **muy apropiadas**.

5. Cree que la diagramación de la revista es:

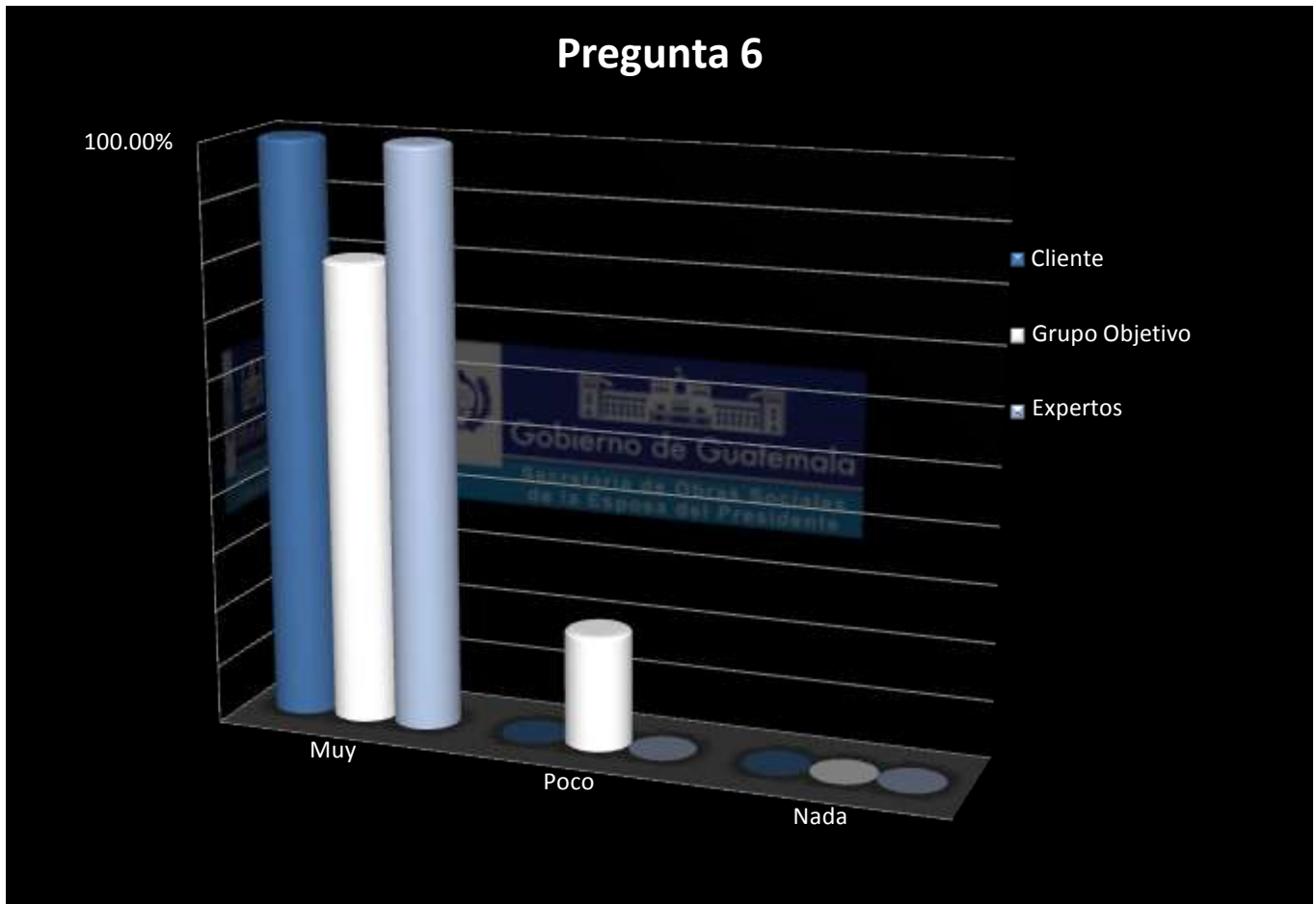


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados cree que la diagramación de la revista es **muy ordenada**.

-El **100%** del **GRUPO OBJETIVO** cree que la diagramación de la revista es **muy ordenada**.

- El **100%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados cree que la diagramación de la revista es **muy ordenada**.

6. Considera que la tipografía de la revista es:

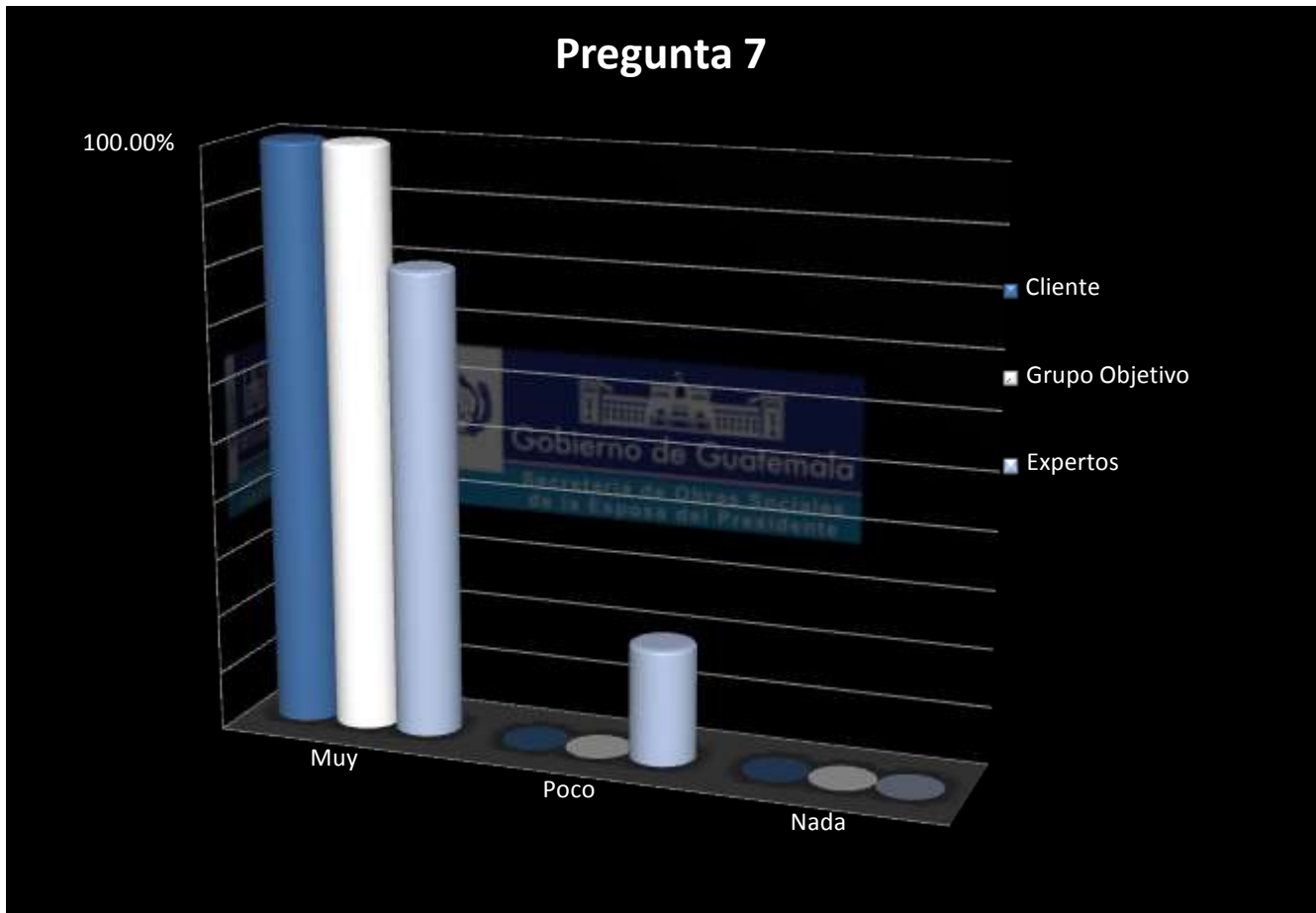


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados considera que la tipografía de la revista es **muy legible**.

-El **80%** del **GRUPO OBJETIVO** considera que la tipografía de la revista es **muy ordenada**, mientras que el **40%** dijo que es **poco legible**.

- El **100%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados considera que la tipografía de la revista es **muy legible**.

7. Cree usted que el presentar este reporte de forma impresa es:

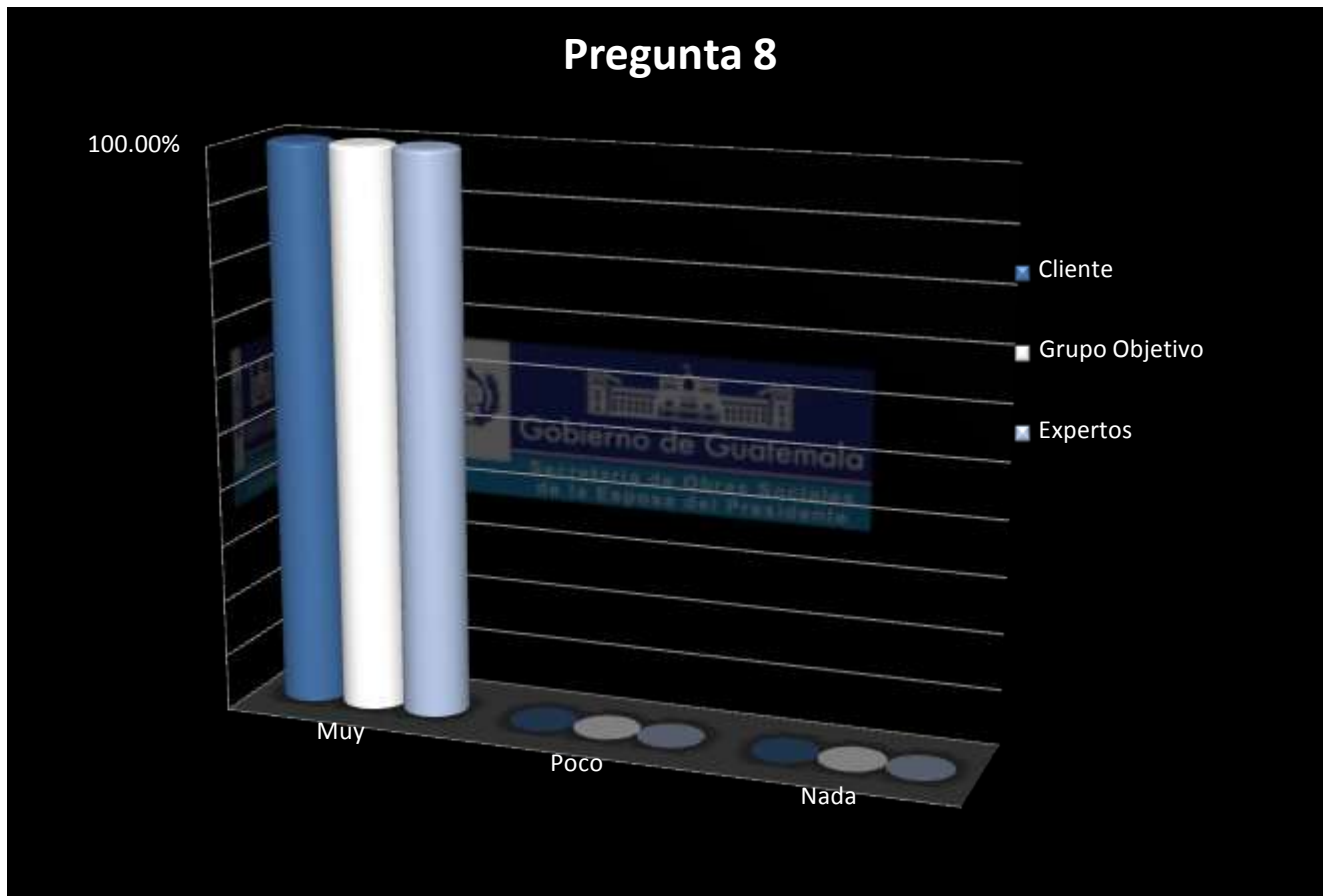


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados cree que el presentar este reporte de forma impresa es **muy ideal**.

-El **100%** del **GRUPO OBJETIVO** cree que presentar este reporte de forma impresa es **muy ideal**.

- El **80%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados cree que presentar este reporte de forma impresa es **muy ideal**, mientras que el **20%** cree que es **poco ideal**.

8. Considera que los temas tratados en la revista son:

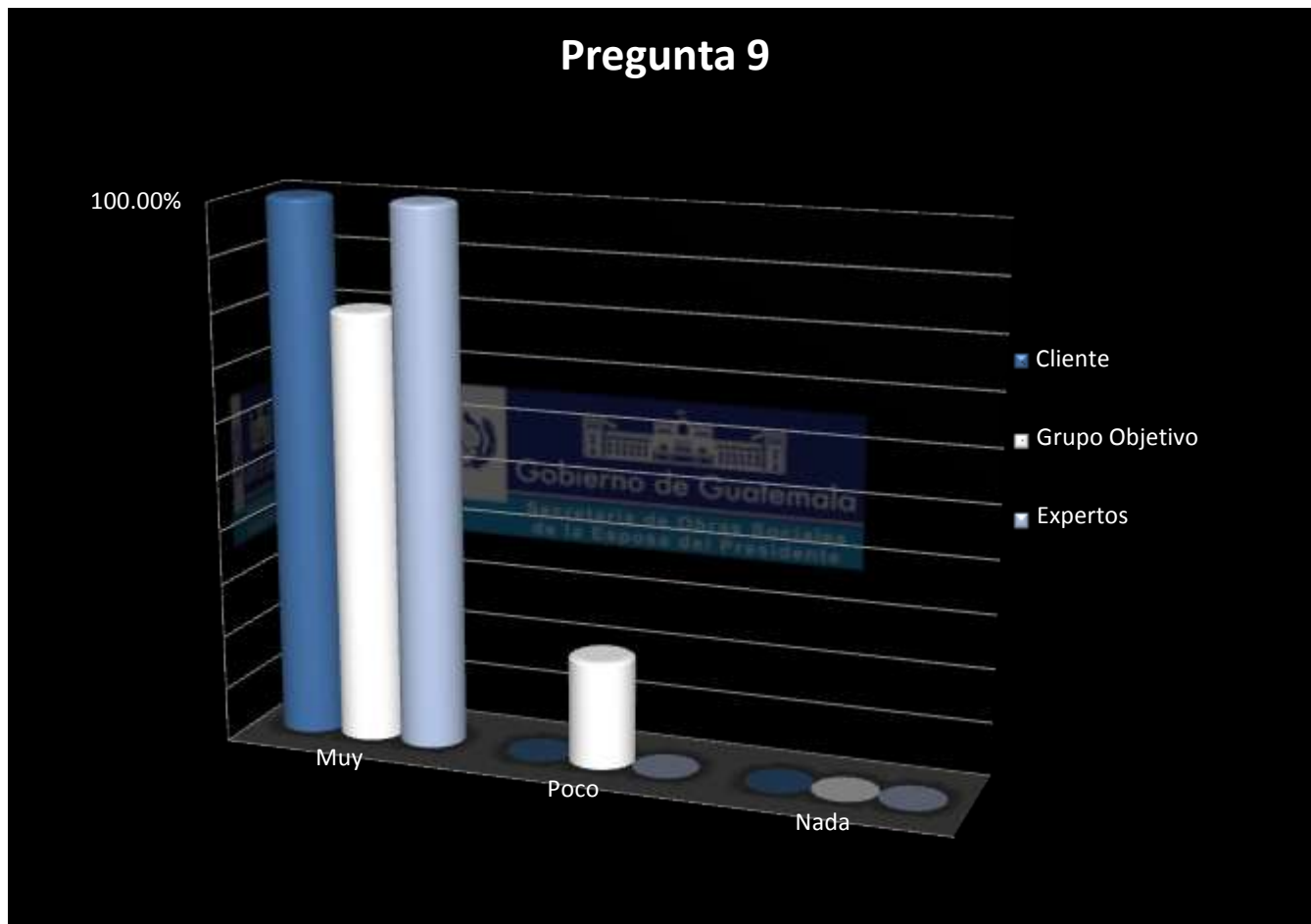


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados considera que los temas tratados en la revista son **muy interesantes**.

-El **100%** del **GRUPO OBJETIVO** considera que los temas tratados en la revista son **muy interesantes**.

- El **100%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados considera que los temas tratados en la revista son **muy interesantes**.

9. Cree que la forma en que se presenta la información es:



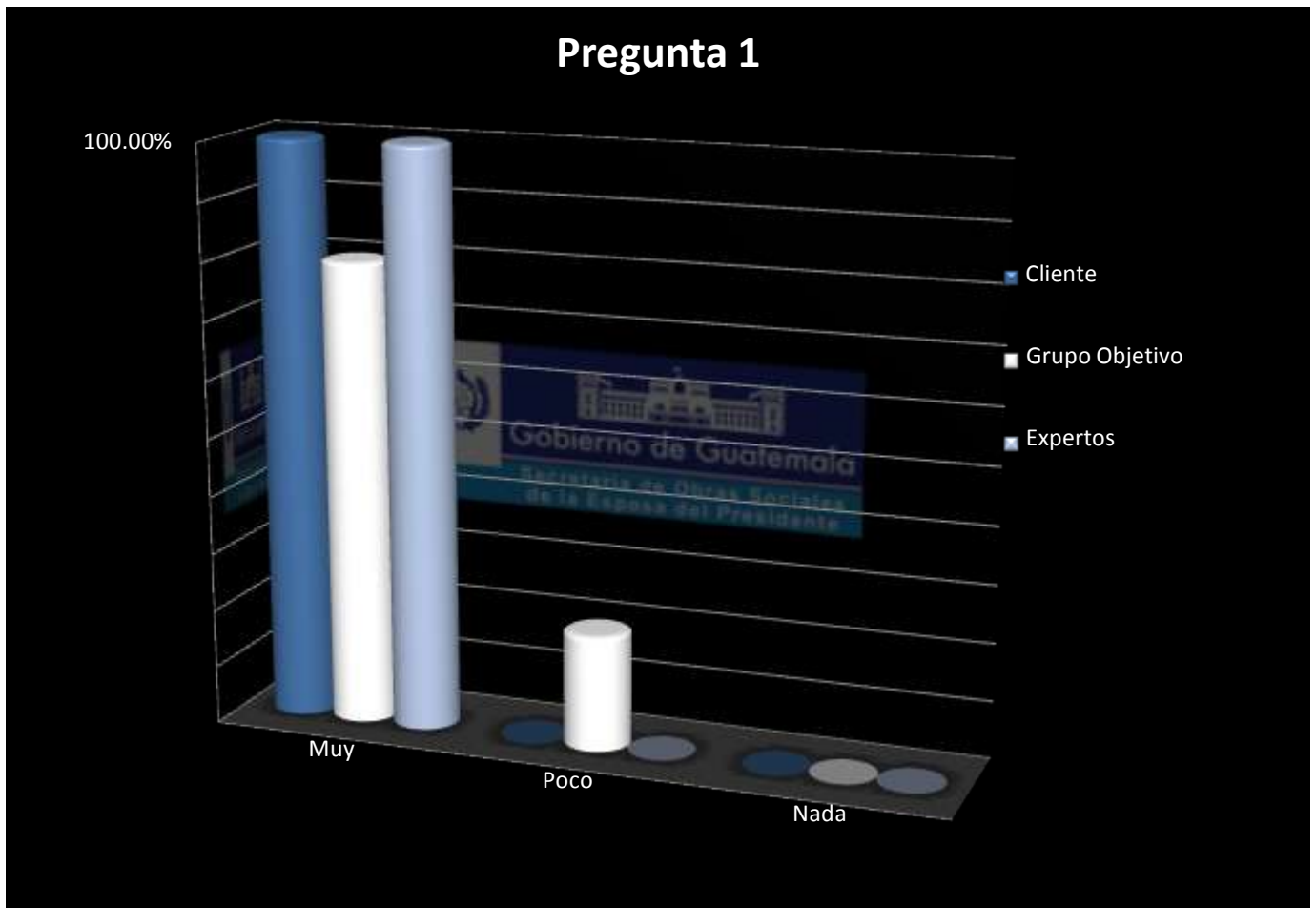
-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados cree que la forma en que se presenta la información es **muy adecuada**.

-El **80%** del **GRUPO OBJETIVO** cree que la forma en que se presenta la información es **muy adecuada**, mientras que el **20%** cree que es **poco adecuada**.

- El **100%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados cree que la forma en que se presenta la información es **muy adecuada**.

8.3.3. PARTE OPERATIVA

1. Cree que el material es:

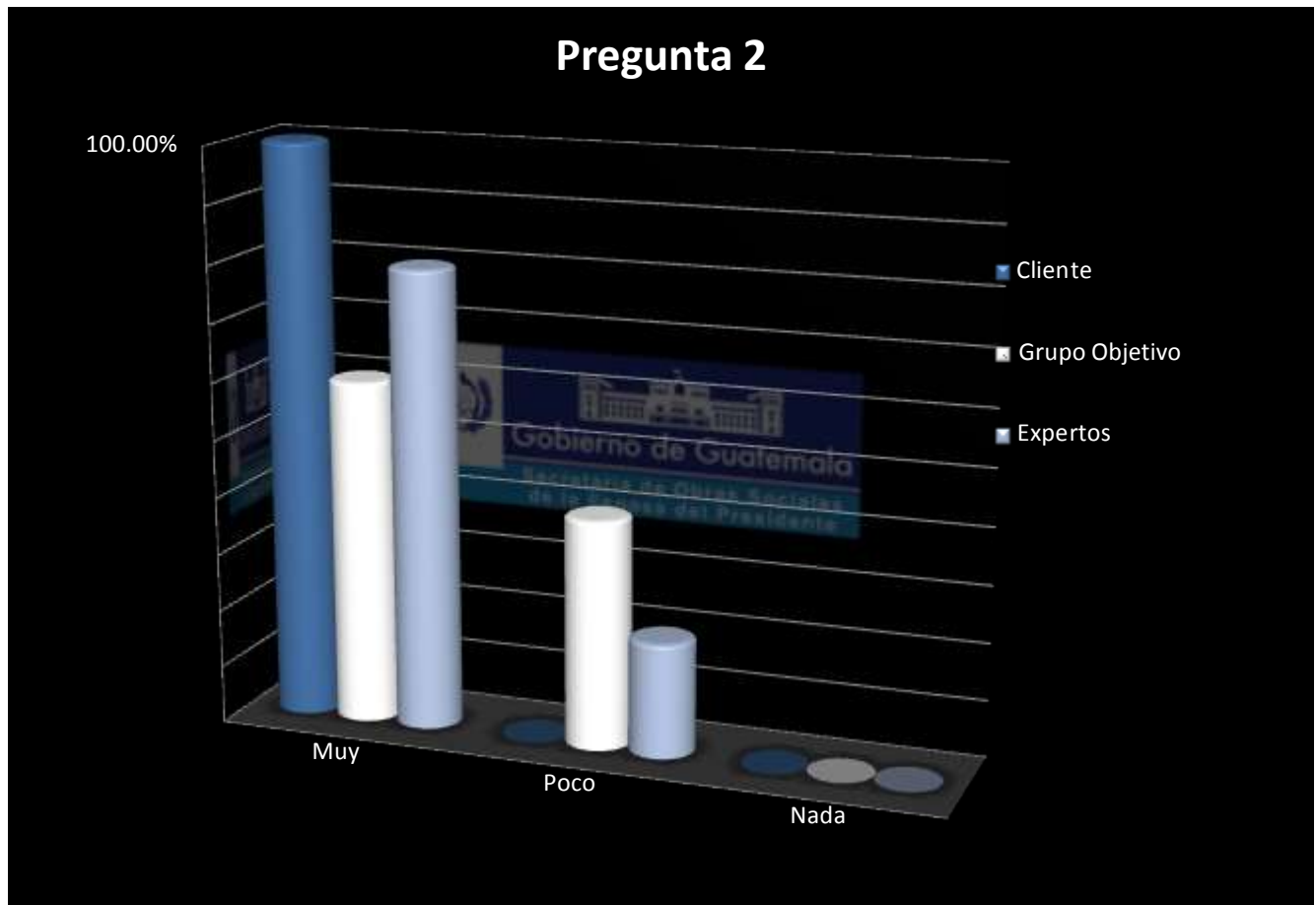


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados cree que el material es **muy funcional**.

-El **80%** del **GRUPO OBJETIVO** cree que el material es **muy funcional**, mientras que el **20%** cree que es **poco funcional**.

- El **100%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados cree que el material es **muy funcional**.

2. Considera que la revista es visualmente:

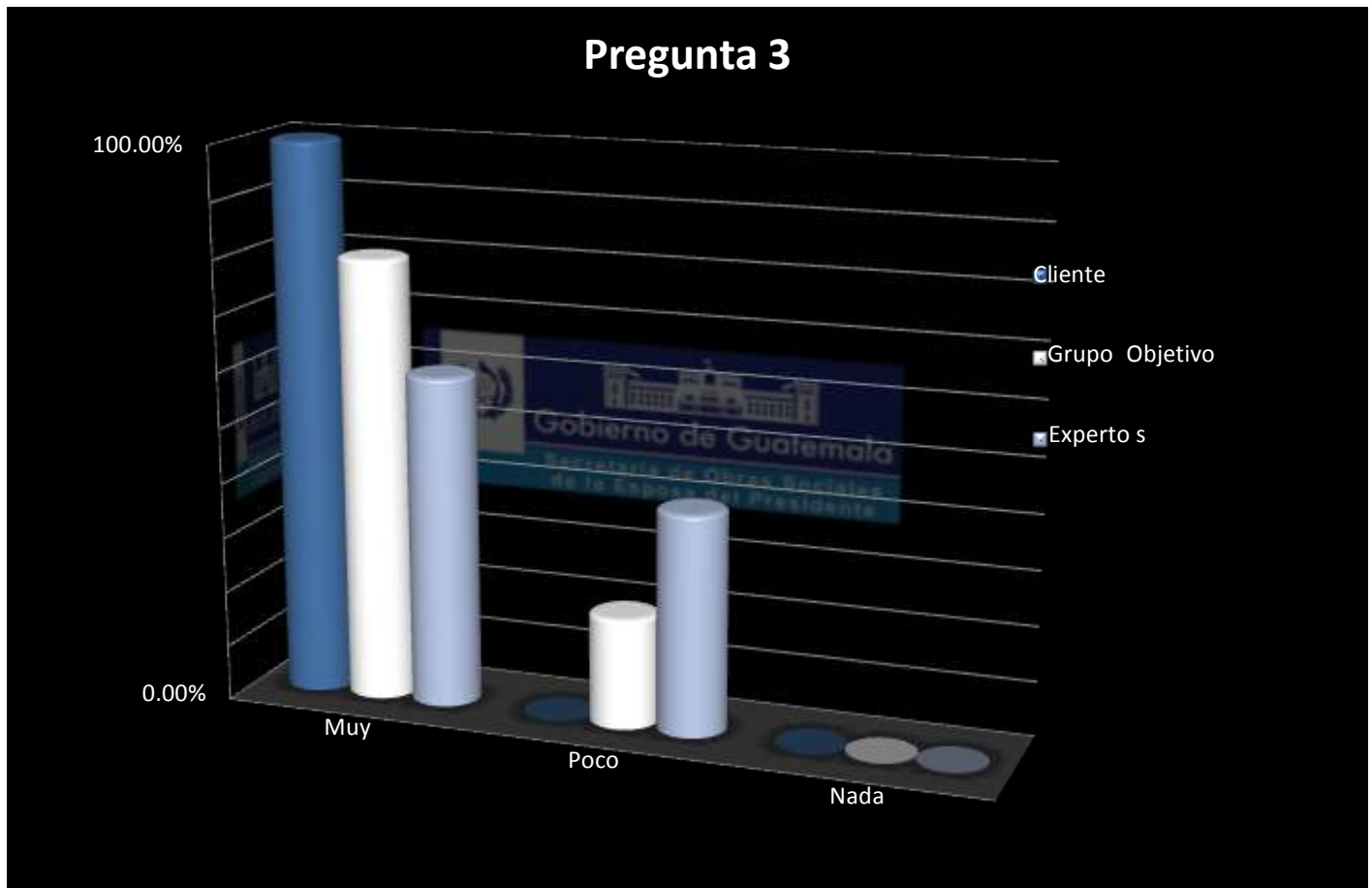


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados considera que la revista es visualmente **muy atractiva**.

-El **60%** del **GRUPO OBJETIVO** Considera que la revista es visualmente **muy atractiva**, mientras que el **40%** considera que es **poco atractiva**.

- El **80%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados considera que la revista es visualmente **muy atractiva**, mientras que el **20%** considera que la revista es visualmente **poco atractiva**.

3. Cree que el tamaño de la revista es:

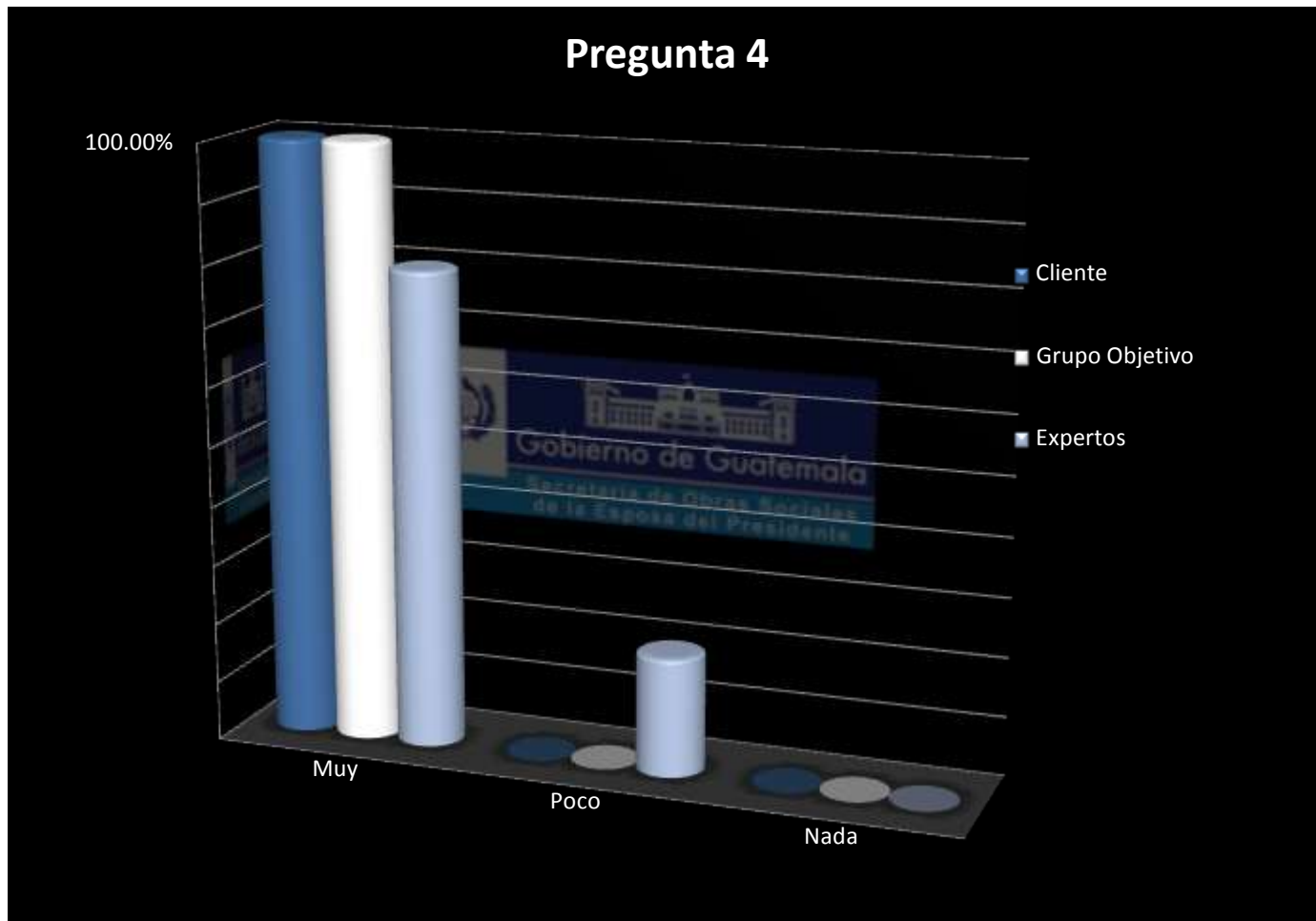


-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados cree que el tamaño de la revista es **muy apropiado**.

-El **80%** del **GRUPO OBJETIVO** cree que el tamaño de la revista es **muy apropiado**, mientras que el **20%** cree que es **poco apropiado**.

- El **60%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados cree que el tamaño de la revista es **muy apropiado**, mientras que el **40%** considera que la revista es visualmente **poco apropiado**.

4. Considera que la orientación de las páginas es:



-El **100%** del grupo de **CLIENTES** entrevistados considera que la orientación de las páginas es **muy legible y comprensible**.

-El **100%** del **GRUPO OBJETIVO** considera que la orientación de las páginas es **muy legible y comprensible**.

- El **80%** del grupo de **EXPERTOS** entrevistados considera que la orientación de las páginas es **muy legible y comprensible**, mientras que el **20%** considera que la revista es visualmente **poco legible y comprensible**

8.4. Cambios en base a resultados

Las recomendaciones surgieron gracias a los comentarios y sugerencias emitidas por el grupo objetivo, expertos y el cliente.

8.4.1. Antes

PORTADA:



8.4.2. Después

PORTADA:



PÁGINA INTERNA IZQUIERDA ANTES:

TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non urna tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor inauris. Sed ultramcorper eros vel urna tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilisis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentum ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.



TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non urna tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor inauris. Sed ultramcorper eros vel urna tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilisis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentum ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.



TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non urna tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor inauris. Sed ultramcorper eros vel urna tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilisis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentum ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.



PÁGINA INTERNA DESPUÉS:

TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non urna tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor inauris. Sed ultramcorper eros vel urna tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilisis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentum ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.



TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non urna tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor inauris. Sed ultramcorper eros vel urna tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilisis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentum ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.



TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non urna tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor inauris. Sed ultramcorper eros vel urna tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilisis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentum ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.



PÁGINA INTERNA DERECHA ANTES:



The image shows three news article templates arranged vertically. Each template consists of a placeholder image on the left and a text block on the right. The top image shows a group of people at a press conference with a name tag that reads 'ROSAL LEAL DE PEREZ'. The middle image shows a woman in an orange jacket talking to a man. The bottom image shows a group of people in formal attire standing on a stage. The text blocks are identical and contain placeholder text.

TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non una tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor mauris. Sed ultramcorper eros vel una tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentus ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.

TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non una tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor mauris. Sed ultramcorper eros vel una tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentus ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.

TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non una tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor mauris. Sed ultramcorper eros vel una tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentus ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.

PÁGINA INTERNA DERECHA DESPUÉS:



The image shows three news article templates arranged vertically. Each template consists of a placeholder image on the left and a text block on the right. The top image shows a group of people at a press conference with a name tag that reads 'ROSAL LEAL DE PEREZ'. The middle image shows a woman in an orange jacket talking to a man. The bottom image shows a group of people in formal attire standing on a stage. The text blocks are identical and contain placeholder text.

TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non una tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor mauris. Sed ultramcorper eros vel una tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentus ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.

TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non una tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor mauris. Sed ultramcorper eros vel una tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentus ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.

TÍTULO DE LA NOTICIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam non una tristique, hendrerit ante sollicitudin, aliquam enim. Sed massa libero, sodales vitae tortor nec, ornare auctor mauris. Sed ultramcorper eros vel una tristique tempor. Sed tempus, nibh quis suscipit suscipit, dolor risus dapibus velit, ac facilis leo elit eu nunc. Nullam gravida fermentus ultramcorper. Aenean non bibendum enim. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vehicula sit amet quam sed volutpat. Quisque a nibh sem. Suspendisse ipsum ligula, placerat a mi a, blandit egestas tellus.

CONTRAPORTADA ANTES:



CONTRAPORTADA DESPUÉS:



8.4.3. Justificación

Debido a que el 60% del Grupo Objetivo, según la validación técnica, cree que las ilustraciones utilizadas en el material son poco adecuadas, se decidió aplicar los gráficos que utiliza como identidad corporativa el periodo de mandato presidencial del Gral. Otto Pérez Molina. Esta modificación se realizó tanto por los resultados de la validación, como por solicitud del cliente.

Se eligió y colocó en la portada la fotografía oficial de la Primera Dama de la Nación, la señora Rosa Leal de Pérez.

El resultado es una imagen más clara, limpia y que unifica ambas áreas de trabajo. Al mismo tiempo, este cambio logrará que, visualmente, el grupo objetivo identifique y asocie el producto con la –SOSEP–.

CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

PORTADA:



PÁGINA 2:



PÁGINA 3:



PÁGINA 4:

PRIMERA DAMA Y ESPOSAS DE MINISTROS REALIZAN ACTIVIDAD BENÉFICA

La Primera Dama de la Nación organizó junto a las esposas de los ministros de Estado, un desayuno benéfico con el objetivo de recaudar fondos para la compra de sillas de ruedas, las cuales serán otorgadas a personas con problemas de discapacidad mediante el programa Servicio Social de la SOSEP.

MARZO 06-2014 No. 137



PRIMERA DAMA INAUGURA UNIDADES DE INTENSIVO EN EL HOSPITAL NACIONAL DE AMATITLÁN

La Primera Dama de la Nación, ayudó a miles de guatemaltecos con la entrega de una donación de mobiliario y equipo brindado por Heineman Foundation realizó para las unidades del intensivo de adultos, pediátrico y neonatal del Hospital Nacional de Amatlán, gestionada por la SOSEP para el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

MARZO 12-2014 No. 143



REINA SOFÍA VISITA PROYECTOS DE COOPERACIÓN

La Reina Sofía de España, en tan solo días de su llegada a Guatemala, mostró su solidaridad para seguir apoyando los programas que se están llevando a cabo en términos de cooperación y desarrollo en el país a favor de la niñez y las mujeres, además de afirmar su colaboración en las obras sociales que impulsa la Primera Dama de la Nación.

MARZO 19-2014 No. 148



PÁGINA 5:



GUATEMALA RECONOCE EL APOYO DE LA COOPERACIÓN ESPAÑOLA

En un acto solemne en el Palacio Nacional de la Cultura, el presidente Otto Pérez Molina, impulsó la Orden Nacional del Patrimonio Cultural de Guatemala a Jesús García Aldaz, secretario de Estado de la cooperación Integral para el Desarrollo, en presencia de Su Majestad Reina Sofía de España, la Primera Dama Rosa Leal de Pérez, y varios ministros, funcionarios y diplomáticos.

MARZO 20-2014 No.149



LA REINA SOFÍA LLEVA ENTRAÑABLES RECUERDOS DE GUATEMALA

La Reina Sofía culminó su visita a Guatemala este viernes, donde comprobó los resultados de la cooperación que brinda su país en beneficio de los más necesitados. La primera Dama de la Nación junto a personal de la SOSEP, despidieron a Su Majestad, quien calificó su estadía como "entrañables recuerdos llenos de emoción que renuevan el clima de amistad entre ambos países".

MARZO 21- 2014 No.150



PROGRAMA MIS AÑOS DORADOS CONTABILIZA 40 CENTROS PARA EL ADULTO MAYOR

Actualmente más de 2 mil 800 sexagenarios son atendidos por Mis Años Dorados. En el municipio de San Miguel Panán ubicado en Suchitepéquez, la Esposa del Presidente inauguro el centro Mis Años Dorados número 40 en compañía del personal de la SOSEP entre otros invitados especiales.

MARZO 27-2014 No.152

PÁGINA 6:

ESPOSA DEL PRESIDENTE RECIBE DONATIVO DE SILLAS DE RUEDAS

Para apoyar el trabajo de la Primera Dama de la Nación mediante la SOSEP, el Voluntariado de las Esposas de Oficiales de la Guardia Presidencial recaudó fondos destinados para adquirir sillas de ruedas y así favorecer a personas con alguna discapacidad y que no pueden costear este aparato.

MARZO 31-2014 No. 153



PRIMERA DAMA ASISTE A JURAMENTACIÓN DE LA CÁMARA GUATEMALTECA DE PERIODISMO

En el acto de juramentación de la nueva junta directiva de la Cámara Guatemalteca de Periodismo, que presidirá el período de 2014-2015, contó con la asistencia de la Primera Dama de la Nación cuyo plan es trabajar con la continuación de capacitaciones constantes además de defender la libre emisión del pensamiento.

ABRIL 09-2014 No. 157



PRIMERA DAMA INAUGURA CASA DE ATENCIÓN INTEGRAL DE ADOLESCENTES

La Esposa del Presidente inauguró la cuarta casa Joven para la atención integral de adolescentes del municipio de Palencia, al noreste de la capital. El centro permitirá asesorar a padres de familia y jóvenes en materia de prevención de la violencia, problemas sociales psicológicos y orientación.

MAYO 16-2014 No. 172



PÁGINA 7:



ROSA MARÍA LEAL DE PÉREZ DEVELA RÉPLICA DEL MONUMENTO DE LA PAZ

La Primera Dama de la Nación asistió a la develación del Monumento a la Paz y colocación de la Rosa de la Paz, en el parque Nacional Zoológico La Aurora en la Plaza de la Paz. Esta actividad fue impulsada por la Secretaría de la Paz de la Presidencia de la República y la Asociación Guatemalteca de Historia Natural.

MAYO 20-2014 No. 174



PRIMERA DAMA DE LA NACIÓN RECONOCE LABOR DEL DR. FRANCIS ROBICSEK

La Esposa del Presidente reconoció a través de la SOSEP al destacado médico Francis Robicsek, presidente de la Fundación Heineman, quien realizó el "cambio de la Rosa de la Paz" y recibió un diploma y un botón que lo acreditan como Mensajero y Embajador de la Paz, durante un acto solemne en el Palacio Nacional de la Cultura.

MAYO 27-2014 No. 178



PRIMERA DAMA APOYA AL SECTOR FEMENINO

La Primera Dama de la Nación participó como invitada de honor en el II congreso de Esposas de Alcaldes y Oficinas Municipales de la Mujer, donde compartió con lideresas de varios municipios del país y manifestó su satisfacción por la labor que realizan.

MAYO 30-2014 No. 181

PÁGINA 8:

PRIMERA DAMA INAUGURA CENTRO "MIS AÑOS DORADOS" EN CIUDAD VIEJA

Durante su visita al municipio de Ciudad Vieja en Sacatepéquez, la Esposa del Presidente inauguró el centro "Mis Años Dorados" número 44 a nivel nacional y el tercero en dicho departamento, el cual se suma a los esfuerzos para favorecer a la población guatemalteca mayor de 60 años.

JUNIO 12-2014 No. 187



ENCUENTRO ENTRE PRIMERAS DAMAS DE GUATEMALA Y EL SALVADOR

La Primera Dama de la Nación visitó a su homóloga de El Salvador, Margarita de Sánchez, como parte de una visita de cortesía de un encuentro para abordar la problemática de la niñez migrante no acompañada. En dicha reunión ambas manifestaron su disposición para trabajar como región y formar líneas de acción conjuntas.

JULIO 08-2014 No. 191



PRIMERAS DAMAS DE GUATEMALA Y HONDURAS SOSTIENEN REUNIÓN SOBRE PROBLEMÁTICA DE NIÑEZ MIGRANTE

Con el objetivo de trabajar conjuntamente como región el tema de la niñez migrante no acompañada, la Primera Dama de la Nación, después de su visita a El Salvador, se trasladó a la ciudad de Tegucigalpa en Honduras, donde fue recibida en la casa de Gobierno por su homóloga Ana García de Hernández.

JULIO 08-2014 No. 192



PÁGINA 9:



CONCIERTO BENÉFICO APOYA OBRAS SOCIALES DE LA ESPOSA DEL PRESIDENTE

Con las notas de la Orquesta Sinfónica Marcial de las marimbas del Ministerio de la Defensa, se ofreció el "Gran Ensamble de Marimbas y Metales" en la Gran Sala Efraín Recinos, para beneficiar las obras sociales que impulsa la Primera Dama de la Nación.

AGOSTO 22-2014 No. 204



ESPOSA DEL PRESIDENTE RECONOCE A JÓVENES EMBAJADORES INTERNACIONALES

La delegación de Jóvenes Embajadores 2014 de la República de China-Taiwán, conformada por 128 destacados estudiantes de 44 universidades, recibieron un presente y un diploma de agradecimiento por parte de la Primera Dama de la Nación en el Salón de los Espejos en Casa Presidencial.

SEPTIEMBRE 08-2014 No. 210



PRIMERA DAMA INAUGURA "FORO MUJER EMPRENDEDORA"

La Esposa del Presidente inauguró el tercer "Foro Mujer Emprendedora" que se realizó en el auditorio de la sede central del INTEAP. En dicha actividad participaron más de 300 mujeres.

SEPTIEMBRE 08-2014 No. 211

PÁGINA 10:

SOSEP CELEBRA CON ALEGRÍA EL "DÍA DEL NIÑO" A 500 INFANTES

La SOSEP preparó para 500 niños beneficiarios del programa Hogares Comunitarios, un día especial en el Zoológico La Aurora, para celebrarles "El Día del Niño". La Primera Dama de la Nación dedicó esta fecha especial para convivir con los niños que la SOSEP atiende.

OCTUBRE 01-2014 No. 223



EMPRESA "Z GAS" REALIZA DONACIÓN

A través de una donación de 150 estufas, 150 cilindros de gas y 30 hornos para panadería donados por Z Gas, las familias favorecidas podrán ser capacitadas y preparar alimentos sin contaminar el medio ambiente y de manera higiénica. La entrega simbólica se realizó en Casa Presidencial en presencia de la Primera Dama de la Nación.

OCTUBRE 14-2014 No. 232



ENCUENTRO ENTRE PRIMERAS DAMAS DE GUATE- MALA Y HONDURAS

La Primera Dama de la Nación recibió la visita de su homóloga de Honduras, Ana García de Hernández, con el objetivo de compartir la experiencia brindada a miles de adultos mayores a través del programa "Mis Años Dorados, emprendido en Guatemala mediante la SOSEP.

OCTUBRE 23-2014



PÁGINA 11:



PÁGINA 12:



CAPÍTULO X
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción reproducción y distribución

El proceso de producción, reproducción y distribución es muy importante para la correcta presentación del material al público al que pretende llegar el material, a continuación se presentan todos los requerimientos económicos y tecnológicos de la prepuesta; como cantidades, costos, impresiones y acabados finales.

10.1. Plan de costos de Elaboración:

PROCESO PREVIO DE INVESTIGACIÓN	MAYO A AGOSTO DE 2014
TIEMPO DE TRABAJO –RPOPUESTA GRÁFICA	JULIO A NOVIEMBRE DE 2014 5 MESES
HORAS DE TRABAJO	500
PRECIO POR HORA	Q20.00
PORCENTAJE DE AGENCIA	Q1,500.00
COSTO DE ELABORACIÓN	Q11,500.00

10.2. Plan de costos de Producción:

TIEMPO DE TRABAJO –RPOPUESTA GRÁFICA	5 MESES
HORAS DE TRABAJO	500
PRECIO POR HORA	Q20.00
PORCENTAJE DE AGENCIA	Q1,500.00
COSTO DE PRODUCCIÓN	Q11,500.00

10.3. Plan de costos de Reproducción:

MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
Revistas tamaño carta, interiores en papel Couche 70 grs.,	1,000 Unidades	Q12.00	Q12,000.00
Carátula en couche 80 grs.			
Barniz UV brillante para la Caratula, Copias digitales	1,000 Unidades	Q0.03	Q300.00
	3 UNIDADES	Q5.00	Q15.00
Porcentaje de agencia		Q1,847.25	Q1,847.25
		GRAN TOTAL	Q14,162.25

10.4. Plan de Costos de Distribución:

Este material será distribuido por la –SOSEP- a los principales medios ATL de Guatemala

10.4.1. RADIO:

- **CENTRAL DE RADIOS,S.A.**
30Avenida 3-40 Zona 11 Tel: (502) 2434-6320
- **CIRCUITO RADIO RUMBOS**
Centro Comercial Z.4 Torre I Of.911 Tel: (502) 2335-2015
- **CORPORACION DE RADIOS VISION**
4 Calle 23-03 Zona 14 Tel: (502) 2337-0984
- **EMISORAS UNIDAS DE GUATEMALA,S.A.**
4a Calle 6-84 Zona 13 Tel: 2440-5133

- **GRUPO ALIUS**
6Av.0-60 Zona 4 Torre Profesional II Nivel 10 Tel: (502) 2379-8448
- **RADIO CORPORACION NACIONAL**
Tel: (502) 2335-2030 / 2335-2005
- **RHEMA COMMUNICATION GROUP**
14 avenida zona 5 2494-0444

10.4.2. TELEVISIÓN:

- **GRUPO ALBAVISIÓN**
30Avenida 3-40 Zona 11 Tel: (502) 2434-6320
- **GUATEVISION**
CC. Tikal Futura Torre Sol 4to Nivel Tel: (502) 2328-6000
- **CANAL ANTIGUA**
Avenida Reforma 13-70 Zona 9 Edificio Real Reforma Tel. (502) 2222-8800
- **AZTECA GUATEMALA**
12 Avenida 1-96 zona 2 de Mixco, Colonia Alvarado Teléfonos: 2316-1231

10.4.3. MEDIOS IMPRESOS:

- **PRENSA LIBRE**
13 calle 9-31 zona 1 Tel. (502) 24125000
- **EL PERIÓDICO**
15 avenida 24-51 zona 13 Tel: (502) 2427-2300
- **SIGLO 21**
14 AV 4-33 Z-1 Tel. (502) 24236100
- **NUESTRO DIARIO**
15 Av 24-27 Z-13 zona 13 Tel: (502) 23791600
- **PUBLINEWS**
Avenida Reforma 9-55, zona 10, Edificio Reforma 10 Tel. (502) 2312-7999

10.5. Cuadro con resumen General de Costos

COSTO FINAL	
COSTOS DE ELABORACIÓN	Q11,500.00
COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q11,500.00
COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q14,162.25
COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q0.00
GRAN TOTAL	Q37,162.25

El monto total de inversión para realizar el reporte anual impreso es de **Q37,162.25**

CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1. Conclusiones

- 11.1.1.** El diseño de un reporte anual impreso para presentar a la opinión pública las actividades realizadas en el año 2014 por Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-, es necesario para que los guatemaltecos como receptores obtengan un mensaje decodificado y sin ruido acerca de la labor de la Primera Dama de la Nación.

- 11.1.2.** La investigación acerca del diseño editorial impreso para sustentar el desarrollo del reporte anual de actividades de la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-, ayudó a determinar el estilo y técnicas utilizadas en este proyecto.

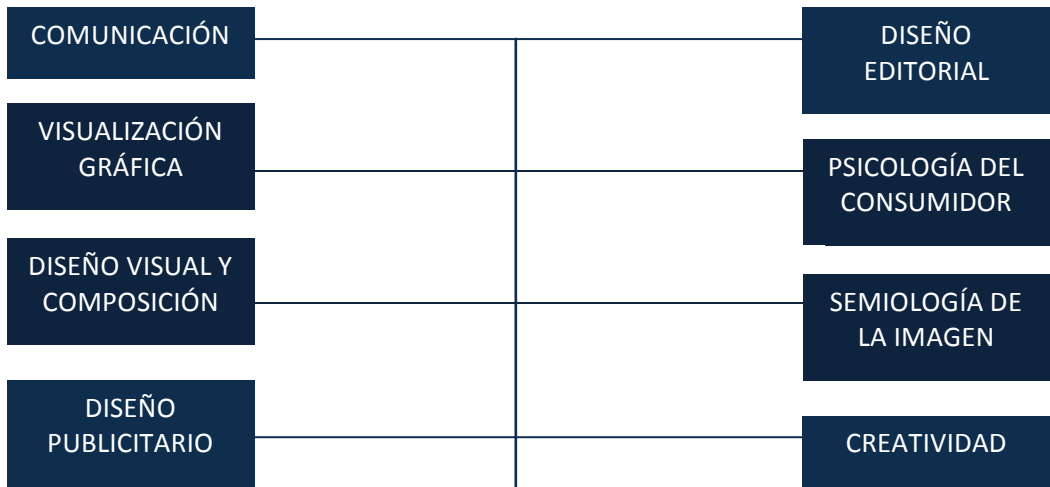
- 11.1.3.** En el proceso de recopilación de información acerca de las diferentes actividades realizadas durante el año 2014, por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente, para incluirlas en el contenido del reporte anual, se seleccionaron únicamente los eventos oficiales de aparición pública de la Primera Dama de la Nación.

- 11.1.4.** Se investigó acerca de diferentes tendencias de diagramación para aplicarlas en contenido de la información con el fin de facilitar la lectura y la comprensión del reporte anual de actividades realizadas por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP-, al utilizar el minimalismo como principal aplicación.

11.2 Recomendaciones

- 11.2.1.** Utilizar estrategias, como el reporte anual impreso presentado en este proyecto, para seguir presentando a la opinión pública las actividades realizadas por la Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente –SOSEP- en los años que restan del período presidencial actual.
- 11.2.2.** En medio de la evolución en la que el mundo entero está expuesto diariamente, se recomienda estar en constante investigación acerca de las tendencias en diseño editorial para aplicar estilos y técnicas acorde a las tendencias adecuadas al momento.
- 11.2.3.** Aplicar las diferentes tendencias de diagramación investigadas y utilizadas en este proyecto a todos los materiales informativos impresos y digitales de la –SOSEP- para lograr unificarlos y establecer una línea gráfica que identifique a la Secretaría como tal.
- 11.2.4.** Que este reporte anual impreso sea implementado en la página web de la -SOSEP- , con el fin de que la opinión pública tenga acceso rápido y sencillo a la información en cualquier momento.

CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL



PRE-PRENSA Y REPRODUCCIÓN	ANÁLISIS DE CONTENIDO	DISEÑO GRÁFICO
SOCIOLOGÍA	RELACIONES PÚBLICAS Y DIPLOMÁTICAS	TÉCNICAS DE REDACCIÓN
COMUNICACIÓN Y PODER		DEONTOLOGÍA

CAPÍTULO XIII
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

XVIII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

13.1. Asinsten , Juan Carlos. COMUNICACIÓN VISUAL Y TECNOLOGÍA DE GRÁFICOS EN COMPUTADORA.

Ministerio de educación, Ciencia y Tecnología, Argentina.

13.2. Saloma Ramírez, Margarita. HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO

Licenciatura en diseño gráfico, Universidad de Londres.

13.3. Carlo Mena, Javier H. CREATIVIDAD APLICADA AL DISEÑO.

Licenciatura en diseño gráfico, Universidad de Londres.

13.4. Velasco Tapia, Lucía. DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CERATIVO.

Tema 2. Creatividad: Un rasgo Humano.

Licenciatura en diseño gráfico, Universidad de Londres.

13.5. Carpintero, Carlos. (2009) DICTADURA DEL DISEÑO GRÁFICO.

Wolkowicz Editores. Buenos Aires, Argentina.

13.6. Fernández del Castillo, Gerardo Kloss. (2001)ENTRE EL DISEÑO Y LA EDICIÓN.

Universidad Autónoma Metropolitana, Distrito Federal, México.

**13.7. Martínez, Castillo, Giovanni M. (2009) FUENTES Y FAMILIAS
TIPOGRÁFICAS.**

Fuentes Tipográficas

<http://clasificaciontipografica.blogspot.com/>

CAPÍTULO XIV
ANEXOS

CAPÍTULO XIV ANEXOS:

14.1. Brief de la Empresa:

SECRETARÍA DE OBRAS SOCIALES DE LA ESPOSA DEL PRESIDENTE -SOSEP-

Ubicación: 6ta. Avenida 4-65 Zona 1, puerta No. 1 Casa Presidencial Guatemala, C.A-

Teléfonos: 23276000 y 23203838

La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente, fue creada con el objetivo primordial de impulsar e implementar programas de carácter social que beneficien a los niños, niñas y a las familias en general.

En atención a las necesidades prioritarias de la población, principalmente de los grupos vulnerables como lo son niños y niñas menores de 5 años, las mujeres del área rural y los adultos mayores.



Visión

Edificar organización comunitaria y la oportunidad de contar con mejores herramientas que permitan a la población más vulnerable ser autosuficiente y capaz de mejorar su calidad de vida; integrando las acciones oportunas de los programas como articuladores del esfuerzo social del gobierno, sector productivo, la sociedad civil y la cooperación nacional e internacional en el fortalecimiento del capital social de Guatemala.

Misión

Promover y apoyar acciones en educación, salud y desarrollo comunitario que incidan positivamente en los grupos vulnerables del país para lograr una nueva generación de guatemaltecas y guatemaltecos sanos, con oportunidades de desarrollo y mejora de la calidad de vida a través de la participación de la mujer y su entorno familiar.

14.2. Tabla Multivex:

Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Zona Metropolitana)

	Nivel Alto AB (4.2%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio-Bajo C2 (32.5%)	Nivel Bajo D (38.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100.
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas.	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.



Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Interior República)

	Nivel Alto AB (1.0%)	Nivel Medio-Alto C1 (2.0%)	Nivel Medio-Bajo C2 (27.0%)	Nivel Bajo D (43%)	Nivel Popular E (27%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49,600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitán en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas).	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.



Multivex Sigma Dos
Guatemala

Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Zona Metropolitana)

	Nivel Alto AB (4.2%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio-Bajo C2 (32.5%)	Nivel Bajo D (38.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
Servicio domestico	2 o más. Servicio domestico	1 mínimo. Servicio domestico	1 o no tiene servicio domestico	No	No
Vehiculos	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente.	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No



Multivex Sigma Dos
Guatemala

Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Interior República)

	Nivel Alto AB (1.0%)	Nivel Medio-Alto C1 (2.0%)	Nivel Medio-Bajo C2 (27.0%)	Nivel Bajo D (43%)	Nivel Popular E (27%)
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio-grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
Servicio domestico	2 o más. Servicio domestico	1 mínimo. Servicio domestico	1 o no tiene servicio domestico	No	No
Vehiculos	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente.	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No



14.3. Encuestados:

14.3.1. Expertos:

14.3.1.1. Nombre: Daniela Yasmin Morataya



14.3.1.2. Nombre: Stefania Fumagalli



14.3.1.3. Nombre: Carlo Coudere



14.3.1.4. Nombre: Janine Orellana



14.3.2. Grupo Objetivo:

14.3.2.1. Nombre: Beatriz del Cid



14.3.2.2. Nombre: Hector Linares



14.3.2.3. Nombre: Yeni Barillas



14.3.2.4 Nombre: Laysa Palomo



14.3.2.5. Nombre: Ana Martínez



