

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos de la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño, Guatemala, Guatemala 2017

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Miguel Angel Flores Linares
1300 1537

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Julio 2017

AUTORIDADES

- Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

- Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramírez.

- Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

- Secretario General

Lic. Jorge Retolaza.

- Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

- Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación,

MSc. Rualdo Anzueto,

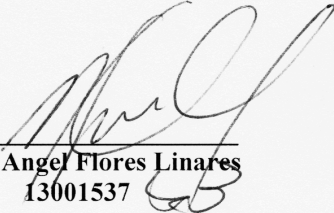
Guatemala 28 de abril de 2016

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

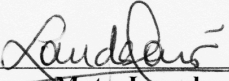
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER
LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS DE
LA FUNDACIÓN ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO, GUATEMALA,
GUATEMALA 2017.** Así mismo solicito que la Mgtr. Lourdes Donis sea quién me
asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Miguel Angel Flores Linares
13001537



Mgtr. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 4 de mayo del 2016

Señor
Miguel Angel Flores Linares
Presente

Estimado Señor Flores:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS DE LA FUNDACIÓN ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO, GUATEMALA, GUATEMALA 2017**. Asimismo, se aprueba al Mgtr. Lourdes Donis como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 24 de febrero 2017

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 MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS DE LA FUNDACIÓN ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO, GUATEMALA, GUATEMALA 2017**. Presentada por el estudiante *Miguel Angel Flores Linares*, con número de carné *13001537*, 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,

Mgtr. Lourdes Donis

Asesora

Colegiado 26246



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 17 de abril 2017

Señor
Miguel Angel Flores Linares
Presente

Estimado señor Flores:

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, 20 de junio de 2017.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

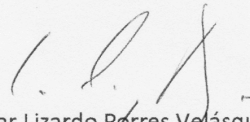
Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS DE LA FUNDACIÓN ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO, GUATEMALA, GUATEMALA 2017***, del estudiante Miguel Angel Flores Linares, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de junio 2017

Señor
Miguel Angel Flores Linares
Presente

Estimado señor Flores:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES BENÉFICAS DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS DE LA FUNDACIÓN ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO, GUATEMALA, GUATEMALA 2017**, presentada por el estudiante **Miguel Angel Flores Linares**, 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

Dedicatoria

Dedico este proyecto de graduación, primero a Dios, por haberme permitido llegar a una cima cada vez más alta, al haber llegado y aprendido en algo tan importante para mi vida, por permitirme seguir cuando me sentía agotado. Agradezco, tanto la vida que Dios me ha dado, las bendiciones que han venido en el camino, por darme la motivación de continuar hasta el último día de universidad, Gracias a Dios por las cosas que viví, por las cosas que cometí para aprender. Agradezco salir para dar un paso enorme hacia la sociedad de Guatemala.

Dedico este proyecto a mi papá, a mi mamá, a mis hermanos, a las personas cercanas a mí. Gracias, papá, por apoyar mis decisiones aunque a veces no fueran las que ustedes pensarán, agradezco por darme estudios. Gracias, mamá, por los días que había que madrugar y te levantabas conmigo, gracias mamá por el café de las mañanas porque hacían empezar el día con energía. A mis padres les agradezco este logro porque sé que soy un buen ejemplo y así seré en el futuro para toda persona que tenga sueños, metas, anhelos.

Quiero agradecer a todos mis amigos con los que entable amistad y comunicación en el transcurso de la carrera, agradezco a Christopher López, Liseth Guerra, Andrea Portillo por ser mis personas cercanas que fueron parte de apoyo en este logro también Alejandra Fassler, Krista Chacón y Rafael Cobar por ser un gran equipo, compartir muchos proyectos dentro de la carrera, por apoyarnos todos juntos y no dejar caer a ninguno. Agradezco a la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, por dejarme realizar este logro junto a ellos.

Resumen

La Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, carece de material gráfico impreso para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos, ya que con los fondos se logró cumplir como objetivo de la Fundación el cumplir sueños a los niños, niñas y adolescentes con cáncer. Por lo que se desarrolló como objetivo principal del proyecto: Diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

Para conocer la percepción, se realizó la herramienta de validación hacia el grupo objetivo, conformado por personas de diferentes niveles socio-económicos A, B, C, D y E. Para abarcar un amplio campo en la ciudad de Guatemala, en las que se encuentran hombres y mujeres, entre los 18 años a 80 años de edad. Para conocimientos en comunicación y diseño se presentaron las propuestas gráficas a expertos y profesionales en las áreas del proyecto.

En el resultado obtenido en el proyecto, se recomendaron diferentes cambios para realizar y establecer el diseño adecuado y se diseñó material gráfico impreso para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos de la Fundación de Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

Hoja de autoría

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

ÍNDICE

Capítulo I

1. Capítulo 1. Introducción	1
Introducción	1

Capítulo II

2. Capítulo II: Problemática	3
2.1.Contexto	3
2.2.Requerimiento de Comunicación y Diseño	4
2.3.Justificación	4
2.3.1. Magnitud	4
2.3.2. Vulnerabilidad	5
2.3.3. Trascendencia	6
2.3.4. Factibilidad	6
2.3.4.1. Recursos Humanos	6
2.3.4.2. Recursos Organizacionales	6
2.3.4.3. Recursos Económicos	7
2.3.4.4. Recursos Tecnológicos	7

Capítulo III

3. Capítulo III: Objetivos de diseño	8
3.1. Objetivo general	8
3.2. Objetivo específicos	8

Capítulo IV

4. Capítulo IV: Marco de referencia	9
4.1. Información general del cliente	9
4.2. Datos del cliente	9
4.3. Historia	9
4.4. Misión	10
4.5. Visión	10
4.6. Valores	10
4.7. Imagen de la Fundación	10
4.6.1. Datos del imagotipo	11
4.6.1.1. Colores	11
4.6.1.2. Tipografía	11
4.6.1.3. Formas	11
4.8. Foda	12

Capítulo V

5. Capítulo V: Definición del grupo objetivo	13
5.1. Perfil geográfico	13
5.2. Perfil demográfico	15
5.3. Perfil psicográfico	19
5.4. Perfil conductual	20

Capítulo VI

6. Capítulo VI: Marco Teórico	21
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	21
6.1.1. Cáncer	21
6.1.2. Enfermedad	21
6.1.3. Hormonoterapia	21
6.1.4. Leucemia	21
6.1.5. Prueba de laboratorio	22
6.1.6. Radioterapia	22
6.1.7. Síndrome	22
6.1.8. Trasplante	22
6.1.9. Vía intravenosa	23
6.1.10. Beneficencia	23
6.1.11. Donación	23
6.1.12. Fondos económicos	23
6.1.13. Fundación	24
6.1.14. Lucro	24
6.1.15. Voluntario	24
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	25
6.3.1. Conceptos relacionados	25
6.2.1.1. Comunicación	25
6.2.1.2. Blog	34
6.2.1.3. Estrategia	35
6.2.1.4. Facebook	35

6.2.1.5.	Internet	36
6.2.1.6.	Patrocinio	36
6.2.1.7.	Publicidad	37
6.2.1.8.	Redes sociales	37
6.2.1.9.	Twitter buscador de seguidores	37
6.2.1.10.	Twitter	39
6.3.2.	Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	41
6.2.2.1.	Diseño	41
6.2.2.2.	Banner	47
6.2.2.3.	Creatividad	47
6.2.2.4.	Careta / Emoticono	47
6.2.2.5.	Icono	47
6.2.2.6.	Imagotipo	48
6.2.2.7.	JPEG	48
6.2.2.8.	Logotipo	48
6.2.2.9.	Maquetación	48
6.2.2.10.	Marca	49
6.2.2.11.	Multimedia	49
6.2.2.12.	Página	49
6.2.2.13.	Sitio web	49
6.2.2.14.	Tag	49
6.2.2.15.	Retícula	50
6.3	Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias	50
6.3.1.	Ciencias auxiliares	50

6.3.1.1.	Hematología	50
6.3.1.2.	Morfología	50
6.3.1.3.	Oncología	50
6.3.1.4.	Patología	51
6.3.1.5.	Semiología	51
6.3.1.6.	Psicología	51
6.3.1.7.	Psicología del color	51
6.3.2.	Artes	50
6.3.2.1.	Dibujo	52
6.3.2.2.	Tipografía	52
6.3.3.	Teorías	52
6.3.3.1.	Teoría del color	52
6.3.4.	Tendencias	53
6.3.4.1.	Simetría	53
6.3.4.2.	Complejidad	52
6.3.4.3.	Unidad	53
6.3.4.4.	Exageración	53
6.3.4.5.	Sutileza	54
6.3.4.6.	Realismo	54
6.3.4.7.	Continuidad	54

Capítulo VII

7.	Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	55
7.1.	Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	55

7.1.1. Comunicación	55
7.1.2. Estrategia	55
7.1.3. Facebook	55
7.1.4. Internet	55
7.1.5. Patrocinio	56
7.1.6. Publicidad	56
7.1.7. Redes sociales	56
7.1.8. Diseño	56
7.1.9. Creatividad	56
7.1.10. Banner	56
7.1.11. Logotipo	57
7.1.12. Multimedia	57
7.1.13. Imagotipo	57
7.1.14. Teoría del color	57
7.2. Conceptualización	58
7.2.1. Método	58
7.2.1.1. Aplicación a la técnica	61
7.2.2. Definición del concepto	62
7.3. Bocetaje	63
7.3.1. Proceso de bocetaje formal	64
7.4. Propuesta Preliminar	126

Capítulo VIII

8. Capítulo VIII: Validación Técnica	137
--	-----

8.1. Población y Muestreo	137
8.2. Método e instrumentos	138
8.3. Resultados e interpretación de resultados	142
8.4. Cambios en base a los resultados	154
8.4.1. Antes	155
8.4.2. Después	155
8.4.3. Justificación	155

Capítulo IX

9. Capítulo IX: Propuesta gráfica final	163
---	-----

Capítulo X

10. Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	171
10.1. Plan de costos de elaboración	171
10.2. Plan de costos de producción	171
10.3. Plan de costos de reproducción	172
10.4. Plan de costos de distribución	173
10.6. Cuadro con resumen general de costos	175

Capítulo XI

11. Capítulo XI: Producción, reproducción y distribución	176
11.1. Conclusiones	176
11.2. Recomendaciones	177

Capítulo XII

12. Capítulo XII: Conocimiento general.	178
12.1. Conocimientos adquiridos	178
12.2. Demostración de conocimiento	178

Capítulo XIII

13. Capítulo XIII: Referencias	179
--------------------------------------	-----

Capítulo XIV

14. Capítulo XIV: Anexos	186
Anexo A. Brief	186
Anexo B. Instrumento de validación	189
Anexo C. Cotización con proveedores	192
Anexo D. Fotografías del grupo objetivos.	194

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I: Introducción

La Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, es una Fundación no lucrativa que inició en el año 2015, en la ciudad de Guatemala. La Fundación está enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Además, tiene enfoque en la proyección social en Guatemala, donde cumplir sueños es más que un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca que lucha contra la enfermedad. La Fundación ha recibido el apoyo de distintos medios a nivel nacional, pero los fondos no se están incrementando para seguir cumpliendo sueños a cada niño que la Fundación tiene como meta lograr.

Se analizaron las diferentes problemáticas que se presentan en la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño y se llegó a la conclusión de que carecen de material gráfico impreso que les permita darse a conocer en los medios masivos para recaudar fondos. Por esta razón, se presenta la elaboración del proyecto en diseñar material gráfico impreso, como tarjeta de presentación, mupi publicitario, hoja membretada, valla publicitaria, trifoliar, sobre para material audiovisual, poster en Facebook, banner en Facebook, no sólo impreso sino el diseño que se tiene para colocarlo en la página oficial de la Fundación.

El presente proyecto de graduación será titulado:

“Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos de la Fundación de Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, Guatemala, Guatemala 2017”

Se investigará acerca de los conceptos de comunicación y diseño que estarán enfocadas en la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño. Por lo tanto, dar a conocer la Fundación y que se pueda lograr la recaudación de fondos.

Las ciencias, artes, las teorías y las tendencias respaldan el proyecto. Las ciencias que se enfocan a los términos médicos para conocimiento del cáncer serán: la Patología y la Oncología. Las ciencias en el diseño que respaldarán al proyecto serán: la Psicología, la Psicología del color, la Semiología, el Dibujo y la Tipografía.

El objetivo general que se plantea es:

“Diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

El enfoque del proyecto de investigación es cuantitativo, ya que se utilizó para ponderar los resultados obtenidos en bases a la herramienta de validación que se realizó a expertos y profesionales en las áreas al diseño y comunicación y al grupo objetivo. La herramienta a utilizar se aplicó con un máximo de 50 encuestados. Todos los encuestados son hombres y mujeres, entre 18 a 80 años de edad, que residan en la ciudad de Guatemala.

Se diseñaron materiales gráficos impresos para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

CAPÍTULO

II

CAPÍTULO II: PROBLEMÁTICA

La Fundación Erick Quiroa, Alas Por un Sueño, para determinar la problemática se destacaron los puntos en la comunicación y el diseño, se aclaró que se necesita la recaudación de fondos para la solución y el crecimiento de los objetivos de la Fundación.

2.1. Contexto

La Fundación Erick Quiroa, Alas Por un Sueño, es una Fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Además con un enfoque en proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tiene el compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca que lucha contra el cáncer. Tomando en cuenta a las instituciones que velan por el bienestar de la salud y se brinda un soporte social continuo con la integración activa en la sociedad.

El esfuerzo por cumplir el sueño de Erick llegó a reflejarse en la felicidad, la actitud positiva y la lucha por continuar. El día 1 de agosto del 2014, Erick perdió la batalla después de cuatro años de lucha, la motivación por continuar en la fortaleza de cumplir a nuevos sueños a diferentes niños y la habilidad de proporcionar ayuda a niños, niñas y adolescentes con cáncer. Cumplió los diferentes sueños y la habilidad de representarse por medio de varias empresas a nivel nacional, conjunto a su diversidad de valores que integran la organización hacen de las personas la identificación con la misma. El objetivo principal de la fundación es la atención enfocada a cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer en etapa terminal, la acción de cumplir se determina con la recaudación de fondos por medio de donaciones.

2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño

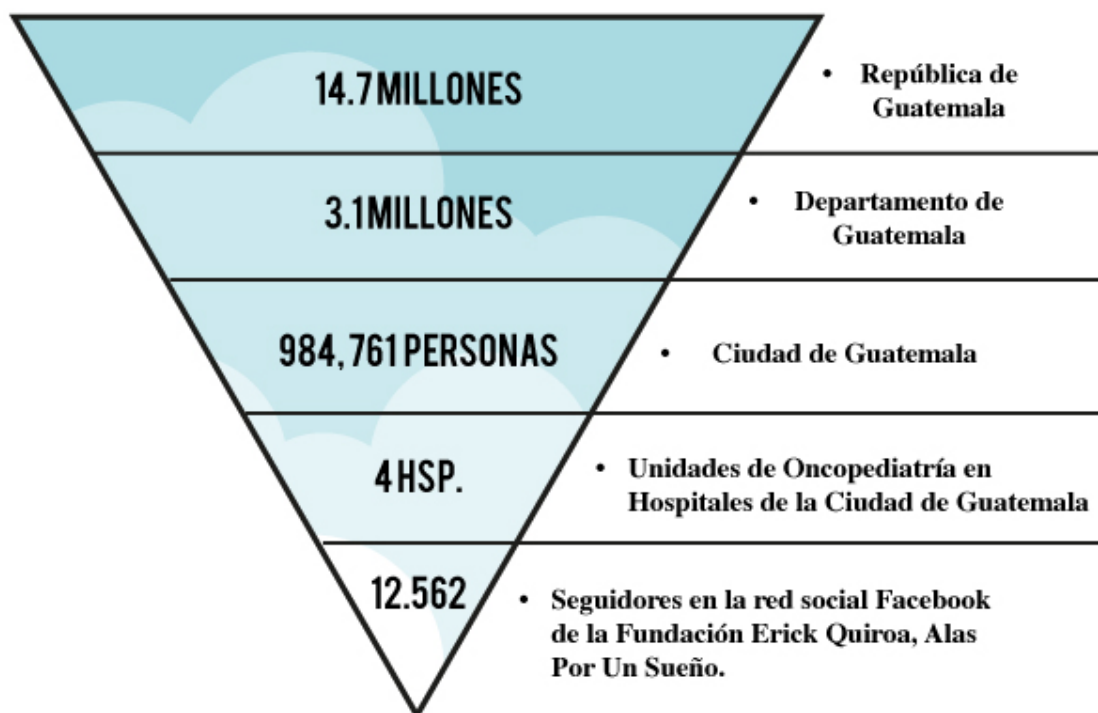
La Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, carece de material gráfico impreso para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

El material gráfico proporcionará los elementos de integración adecuada a la comunicación y el diseño que se usará para la colecta de fondos. El uso del material se basará para la imagen representada para la aplicación y el acercamiento al grupo objetivo.

2.3. Justificación

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

2.3.1. Magnitud



Según la fuente de información de la República de Guatemala por parte de INE, la última Encuesta Nacional en Condiciones de Vida (ENCOVI) 2011 y los censos municipales en 2008 a 2011, determina la magnitud en la República de Guatemala y el desglose en las partes de la pirámide invertida.

Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex

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

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

2.3.2 Vulnerabilidad:

La Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, no posee materiales publicitarios impresos para dar a conocer la información en el cuidado de los niños con cáncer. La falta de los materiales gráficos hace que la Fundación carezca de que no sea conocida.

2.3.3. Trascendencia:

La realización del proyecto es vital para la Fundación, los fundamentos y los elementos clave para profundizar la identidad de la organización y de esta forma la recaudación de fondos será de forma clara y breve. También la aceptación de las personas que mantengan el contacto con la comunicación y el material gráfico podrá generar la atención de clientes y de empresas que aporten donaciones o la unión entre empresa, organizaciones, fundaciones, etc.

2.3.4. Factibilidad

La Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, tiene los siguientes recursos para que logren aportar la información al proyecto planteado.

2.3.4.1. Recursos Humanos:

La Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, tiene el factor humano en la que permite desarrollar actividades fundamentales y necesarias con diferentes experiencias, habilidades, posibilidades de encajar dentro de la Fundación, al tener en cuenta que cada uno de los puestos organizacionales se aplica a un mismo factor para el manejo de las funciones dentro la institución.

2.3.4.2. Recursos Organizacionales:

La organización cuenta con el personal necesario para brindar toda información internamente para el acceso permitido en la comunicación y el desarrollo visual de la imagen representada para llevar a cabo el proyecto y la aceptación del cliente.

2.3.4.3. Recursos Económicos:

La institución cuenta con el recurso económico necesario para la reproducción de los materiales gráficos.

2.3.4.4. Recursos Tecnológicos:

La Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, no posee el equipo a utilizar en el diseño de materiales gráficos. Para la creación del proyecto se apoyará con determinado uso de software como:

- Photoshop
- Illustrator
- Word

CAPÍTULO

III

CAPÍTULO III: OBJETIVOS DEL DISEÑO

3.1. El objetivo general:

Diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

3.2. Los objetivos específicos:

- 3.2.1 Investigar y conocer conceptos de comunicación que ayudará a llamar la atención de clientes, empresas que requieran participar como donantes con la Fundación.
- 3.2.2 Recopilar la información necesaria proporcionada por el cliente y los todos los términos correctos para la aplicación de un trifoliar informativo que oriente y se obtenga toda información clave y primordial para el conocimiento de la Fundación y sus proyectos.
- 3.2.3 Proponer la versión digital de los materiales gráficos y la publicación en las redes y medios sociales.

CAPÍTULO

IV

CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA

4.1. Información general del cliente:

4.1.1. Datos del cliente:

Nombre de la organización: Fundación Erick Quiroa, Alas Por un Sueño.

Ubicación geográfica: 3ª avenida A 3-65 zona 1

Teléfono: (502) 2310-0381

Contacto personal: Linda Quiroa

Teléfono personal: 3050-0043

Correo electrónico: erickquiroafundacion@gmail.com

4.2. Historia:

La Fundación Erick Quiroa, Alas Por un Sueño, es una organización formada por la inspiración de un niño de 12 años que hacía todo lo que a esa edad dispone su gusto. Le encantaba el fútbol, los videojuegos y era fanático del Barcelona. A los 11 años fue diagnosticado con leucemia Linfoblástica Aguda, su vida dio un giro, luchando día con día contra esta enfermedad. Su fortaleza y madurez con la que siempre enfrentó la enfermedad, lo llevó a mantener a su familia positiva y fuerte como él. Mantuvo una actitud positiva y de lucha, ya que él era quien le daba fuerzas a su familia en los momentos más difíciles, incluso en sus últimos días. Erick tenía un gran sueño, ver jugar al Barcelona en el emblemático Camp Nou, con el esfuerzo de su familia logró cumplir su deseo. La sonrisa y felicidad que reflejó al ver a su ídolo Lionel Messi, no tiene precio. Después de la pérdida de la familia Quiroa, se convirtió en la motivación para ver esa misma alegría y sonrisa en más niños, niñas y adolescentes que sufren esta enfermedad.

4.3. Misión:

- 4.3.1. Cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Cerrar un círculo en su vida generando una sonrisa y hacerlos olvidar por un día su enfermedad.
- 4.3.2. Proporcionar a los padres de familia la satisfacción de ver la felicidad de sus hijos al cumplir los sueños, que ellos por su situación económica no pueden alcanzar.

4.4. Visión:

Llegar a cada niño con cáncer que lo necesite. Crecer, brindar ayuda colateral, contar cada día con más personas donadoras de sueños y voluntarios que se unan a nuestra causa. Llevar a cabo los proyectos sociales y humanitarios en pro de los niños y niñas con cáncer y sus familias.

4.5. Valores:

- Amor
- Responsabilidad
- Honestidad
- Solidaridad
- Transparencia

4.6. Imagen de la fundación





La imagen de la Fundación tiene dos versiones que se adaptan a los materiales. La primera imagen es completa, mientras que la otra se sustrae el texto y se adapta de forma cuadrada.

4.6.1. Datos del imagotipo:

4.6.1.1. Colores: El imagotipo tiene dos tonalidades complementarias del círculo cromático, especificando el color amarillo-dorado como el enfoque principal la atención y la proporción adecuada comprendiéndose con PANTONE 611 C. El color celeste-azul cielo como el complemento final de la atención al imagotipo, identificándose con el PANTONE 656 C. Colores secundarios proporcionales al imagotipo: el imagotipo se proporciona en sombras o toques de profundidad que se distingue con el PANTONE 635 C.

4.6.1.2. Tipografía: El imagotipo contiene fuentes legibles para la referencia del imagotipo, se maneja Walkway y Helvética Rounded. El color de la tipografía se identifica con el PANTONE 631 C.

4.6.1.3. Formas: El imagotipo contiene un círculo de color amarillo-dorado, puede ser relacionado como aureola, vinculándose con el nombre de la Fundación. Asimismo, los complementos son dos alas de color celeste-azul cielo y toques de celeste-azul para determinar la profundidad; realce de la imagen.

4.7. FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
DE ORIGEN INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Es una Fundación innovadora enfocada a cumplir sueños a los pacientes con cáncer y el sector a la unidad oncopediatria en hospitales de Guatemala. • Tiene un total de 9,100 seguidores en la fanpage. • Ha tenido entrevistas con diferentes medios televisivos como Canal Antigua y el apoyo de celebridades guatemaltecas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carece de ingresos, fondos principales. • No existe un retorno de inversión, recursos económicos, etc. • Falta de presencia en otras redes sociales, página web, multimedia, etc. • No cuentan con material gráfico.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
DE ORIGEN EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Las distintivas subvenciones que puede en algunas empresas reconocen. • Alianzas con otras empresas, instituciones, organizaciones, etc. • Crecimiento continuo de seguidores, donadores, voluntarios, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crisis económica • Competidores con características similares. • Falta de donadores. • Falta de conciencia social y cultura de voluntariado

CAPÍTULO

V

CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo a la que la Fundación Erick Quiroa, Alas Por un Sueño, se enfoca en padres de familia que necesiten estar orientados y jóvenes voluntarios que posean características similares para desempeñar en algún voluntariado, disponibilidad de tiempo, que mantenga un perfil comunitario hacia la sociedad guatemalteca, que colaboren con la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño. Entre los grupos en los que se extiende para determinar el grupo objetivo es de AB a E.

5.1 Perfil geográfico

La Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño, se encuentra en la capital de la Nueva Guatemala de la Asunción, y sede de los poderes gubernamentales de la República de Guatemala. Según con el último censo del INE, alcanza una población de 3,134,276 en el departamento de Guatemala por el censo municipal del 2008 – 2011, siendo el más alto de los departamentos con mayor población en la República de Guatemala.

5.1.1. Ubicación Geográfica

La Ciudad de Guatemala se encuentra ubicada en el Valle de la Ermita, con alturas que varían desde los 1500 – 1600 (msnm) que posee temperaturas muy suaves entre los 12 y 28°C.

- Altitud: 1.500 metros.
- Latitud: 14° 37' 15" N
- Longitud: 90° 31' 36" O
- Extensión: 996km

5.1.2. Clima

La ciudad de Guatemala mantiene un clima subtropical de tierras altas, debido a la elevación sobre el nivel del mar, es generalmente muy suave, casi primaveral a lo largo del año, desde mayo a noviembre, habitualmente es temporada de lluvia mientras que para las otras estaciones es seca el resto del año. Guatemala tiende a mantener mucho viento, lo que reduce la sensación térmica. Es la capital más fría y la más alta a nivel Centroamericano.

5.1.3. Zona e infraestructura:

La Ciudad de Guatemala se divide en 25 zonas, por lo que su plan urbanístico diseñado por el Ingeniero Raúl Aguilar Batres hace muy sencillo encontrar las direcciones. Contiene estructuras cuadradas en las que se expande hacia todas las direcciones y mantiene el urbanismo neoclásico de principios del siglo XIX.

Posee avenidas y bulevares amplios y decorados, se concentra en los centros económicos y financieros que financian y albergan oficinas internacionales a lo largo del sur de la capital guatemalteca, zonas urbanas que mantienen edificios destinados a oficinas financieras y de distintas características como zonas 1, 4, 9, 10 y 16.

5.2 Perfil demográfico

La población que va dirigido en el sector de patrocinadores y donadores se coloca la propuesta de material gráfico para la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño, son los niveles socio-económicos A-B, según sus características para definir son las siguientes: (Referencia gráfica: Tabla de Niveles Socioeconómicos 2009/Multivex)

- Ingresos mensuales, deben ser superiores de un nivel medio que según supera los Q.23,500 al mes, esto debe ser para un nivel alto superior a los Q.49,600 mensuales.
- La educación para la mayoría es graduada de nivel universitarios o mantienen grados avanzados.
- En la ocupación deben ser propietarios de la fuente de ingresos, colaboradores de alto nivel de comercios, industrias, fincas, ganaderas, administrativos, etc.
- La vivienda debe ser propia con características de más de 6 habitaciones y jardín amplio, estar ubicado en zonas y colonias residenciales.
- Aparatos electrónicos se deben disponer de todos los bienes de confort (línea blanca, aparatos electrónicos, contar con servicio de cable y/o internet).
- El servicio doméstico se dispone de 2 o más.
- La posesión de vehículos debe poseer más de dos automóviles de alto precio y modelos recientes, pagados al crédito con marcas de alta gama como BMW, Mercedes Benz y otras marcas europeas.
- La educación, si mantienen hijos en edad escolar y universitarias, la educación se mantiene en el extranjero o en los mejores colegios y universidades del país.
- Los viajes, debe mantener una frecuencia de viajes al extranjero.

La población a la que va dirigido en el sector de patrocinadores / voluntarios / seguidores en la página oficial de la Fundación se coloca con la propuesta de material gráfico para la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño, son los niveles socio-económicos B-C. Según sus características para definir son las siguientes:

- Los ingresos familiares tienen un promedio de Q10,500 mensuales en los niveles bajos en el rango C, mientras que para los niveles altos en el B los ingresos tienen un promedio de Q23,500 al mes.
- La educación, se encuentra en estudios primarios y secundarios cursados. Para el nivel socio-económico B se destaca en el nivel de educación que superan los estudios secundarios y universitarios completos.
- En la ocupación, en los niveles socio-económicos C, se determina que son generalmente profesionales, comerciantes, micro-industriales. Para el nivel del rango B se determinan que tienen un bienestar económico, son ejecutivos de empresas privadas o públicas. En este rango también existen dueños de negocios medianos.
- Las viviendas del nivel socio-económico C mantienen casas modestas, más no son lujosas. Generalmente tienen un máximo de tres habitaciones en colonias de casas iguales. En el nivel socio-económico B las viviendas tienen sectores residenciales, las viviendas poseen al menos cuatro habitaciones a medidas específicamente por el dueño del hogar.
- Los aparatos eléctricos en el nivel socio-económico C poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a plazos, se desglosan de las necesidades de la familia. Para el nivel socio-económico B, la mayoría dispone línea blanca, entre

otros bienes, agregan otros servicios como internet, sistema de cable para televisión, etc.

- El servicio doméstico en el socio-económico C, disponen de una persona o bien no tienen servicio doméstico, mientras que en el rango B poseen a una persona como mínimo.
- En la posesión de vehículos en el rango socio-económico C, se posee vehículo pero no de modelos recientes y en el socio-económico B se posee de uno a dos vehículos aunque tampoco se tenga de modelos recientes.
- En la educación en el nivel socio-económico C, si tienen hijos en edad escolar, se educan en colegios y universidades del país. La educación en el nivel socio-económico B, la educación en los hijos es importante y realizan esfuerzos para que estén dentro de los mejores colegios y universidades del país.
- En los viajes al exterior en el nivel socio-económico C viajan constantemente dentro del país y los viajes al exterior por casualidades, eventualidad, etc.

La población que va dirigido en el sector de padres de familia se coloca con la propuesta de material gráfico para la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño, son los niveles socio-económicos D-E, según sus características para definir son las siguientes:

- En los ingresos mensuales dentro del nivel socio-económico en las familias de escasos recursos, tienen un ingreso mensual menor a los Q1,100 hasta un ingreso alrededor de Q2,500.
- En la educación, el nivel socio-económico D-E, la educación es escasa y en casos no tienen cursado ningún estudio o bien para niveles bajos en D tienen la secundaria incompleta o la primaria completa.

- En la ocupación, en el nivel socio-económico E, la persona que mantiene el hogar realiza tareas que no requieren mayor conocimiento, no mantienen un trabajo fijo, sino que mantiene un trabajo de oportunidad. En el nivel socio-económico D, la principal fuente de ingreso en el hogar puede ser obrero, dependiente o auxiliar en actividades especiales, varios miembros en el nivel contribuyen al ingreso familiar.
- La vivienda, los niveles socio-económicos E, poseen viviendas en lugares inseguros, efímeros de la ciudad de Guatemala. En el nivel D las viviendas son modestas localizadas en colonias populares, edificios multifamiliares, etc.
- Aparatos electrónicos, prácticamente en el nivel socio-económicos E, no tienen aparatos electrónicos de confort. En el nivel socio-económico D, poseen artículos como equipo de sonido, refrigeradoras de marca y modelos económicos.
- En los niveles socio-económicos D-E, no disponen de servicio doméstico.
- La posesión de vehículos en el nivel socio-económico D, usualmente no poseen de ninguna posesión, más si tienen un vehículo puede ser comprado usado o si el modelo es muy anterior. En el nivel bajo socio-económico E, no poseen ninguna posesión de vehículos.
- La educación, si mantienen hijos en edad escolar, son educados en escuelas públicas o no alcanzan a cubrir las necesidades mínimas dentro de la familia.
- Los viajes al exterior, cuando viajan lo realizan al interior del país y para el nivel bajo socio-económico E, no realizan ningún viaje.

5.3 Perfil psicográfico

Para la población de niveles socio-económico A-B, mantienen diferentes personalidades y en general no conservan un límite a relación de gastos o consumos altos a su condición económica como:

- Personalidad. Son personas independientes, contienen características entre otros tipos de personalidad, alegres, motivados, superiores, extrovertidos, etc.
- Distracción. Son personas capaces de ir de vacaciones constantes lugares dentro o fuera del país, capaces de ir de compras a centros comerciales, realizando compras arriba de Q.3000 semanales y efectúan actividades en parques temáticos, entre otros.
- Fondos Monetarios. Conservan fondos para creación de nuevas empresas, expansión de comercio o el generar negociaciones en otras regiones del país.

Los niveles socio-económicos B-C, existen diferentes personalidades y permanecen con límites dentro los ingresos y consumos a la condición económica como:

- Personalidad. Son personas dependientes, poseen cualidades diferentes y asimiladas a la personalidad, alegres, frustrados, con ambiciones y aspiraciones.
- Distracción. Son personas capaces de ir de vacaciones dentro del país, lugares turísticos, punto de interés en centros comerciales, centros de recreación.
- Fondos monetarios. Guardan fondos para creación de negocios, utilizan también el fondo para sustento familiar.

Los niveles socio-económicos D-E, existen diferentes personalidades y mantienen un margen de límite escaso dentro los ingresos y consumos a la condición económica como:

- Personalidad. Son personas dependientes, tienen cualidades diferentes y adaptadas a la vivienda, sin libertad, conformados, estresados, con ambiciones, sin visión, ni emprender, marginados.
- Distracción. No son capaces de ir de vacaciones, punto de interés en donde pueden pasar en familia como parques, balnearios naturales en el interior del país.
- Fondos monetarios. No poseen fondos para sustento familiar.

5.4 Perfil conductual

La población que frecuenta y realizan respecto a sus acciones y cuentan con los hábitos de ayudar en la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño, poseen valores en la que se presentan de manera necesaria. Son personas que son capaces de usar la filantropía y obtener la ayuda de utilizar los fondos para nuevas oportunidades de vida hacia los niños dentro de la Fundación.

CAPÍTULO VI

CAPITULO VI: MARCO TEÓRICO

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1. Cáncer:

El cáncer es una enfermedad en donde las células se alteran de forma incontrolable multiplicando e introduciéndose en los tejidos del cuerpo de los pacientes, el cáncer puede tomar varias formas según a donde se altere ocasionando diversos síntomas al paciente. (Rodés, 2007)

6.1.2. Enfermedad:

La enfermedad es toda inestabilidad emocional de una persona, se presenta mediante a reacciones alteradas en el cuerpo. La enfermedad puede ser curativa en algunos casos, en otros pueden ser corporales o mentales en la que el individuo presenta trastornos y desordenes y solo un médico puede indicar el conocimiento del cual se presenta. (Pérez, 2014)

6.1.3. Hormonoterapia:

La hormonoterapia es toda administración de anti-hormonas que contrarrestan la acción de hormonas en el cuerpo del paciente, es generalmente otorgado a los pacientes por vía oral la medicación o bien por vía intravenosa. (Cáceres, 2007)

6.1.4. Leucemia:

La leucemia (Rodés, 2007) son células malignas que se encuentran en la sangre que afectan a toda persona en cualquier etapa de crecimiento, son enfermedades que en su mayoría existe la curación.

6.1.5. Prueba de Laboratorio:

Son diversos diagnósticos que se realizan al paciente para examinar en determinadas muestras y se verifican los análisis apropiados para considerar a una persona con resultados normales o si contiene alguna enfermedad en la que el paciente aún no ha presentado síntomas, de esta forma el medico puede detectar los cambios en el paciente y determinar tratamiento si este lo requiere. (Enciclopedia Médica A.D.A.M., 2016)

6.1.6. Radioterapia:

La radioterapia (Marcdante, 2011) es la liberación de la radiación para la eliminación de las células de forma directa y evitar su división para duplicar el ADN.

Según (Rodés, 2007) la radioterapia es el tratamiento médico a la exposición de radiación aplicándose al paciente mediante a diferentes sesiones, ciclos, dosis en la zona donde se necesite por la persona.

6.1.7. Síndrome:

(Pérez, 2014) define como una agrupación de síntomas que caracterizan a una enfermedad con sus fenómenos propios, el síndrome posee causas hacia la persona que tenga características, el síndrome más común es el Síndrome de Down que es un defecto en el organismo de cromosomas.

6.1.8. Trasplante:

Un trasplante (Rodés, 2007) es la sustitución de un órgano en estado disfuncional por un órgano de función correcto y estable, que ayuda a mantener la calidad de vida en los pacientes y la curación en muchos casos de ellos.

6.1.9. Vía Intravenosa:

La vía intravenosa (Rodés, 2007) es la forma de introducir el tratamiento mediante a una inyección hacia el paciente en la vena.

Es la administración de medicamento proporcional a través de una aguja dentro de una vena permitiendo el acceso instantáneo hacia el torrente sanguíneo. (Enciclopedia Médica A.D.A.M., 2016)

6.1.10. Beneficencia:

La beneficencia es el grupo de instituciones que ofrecen servicios sin algún fin de lucro, se desarrollan por grupos organizados de organizaciones que ayudan a diferentes personas con ropa, alimentos, ayuda hospitalaria y salud, entre otras. La ONG es la organización dedicada a la ayuda de los que más necesiten de la solidaridad y la ayuda de las organizaciones dentro de un país o de un país del exterior. (Pérez, 2014)

6.1.11. Donación:

La donación (RAE, 2014) es la voluntad de una persona que realiza una acción de un valor de algo lucrativo o de un objeto hacia una persona que lo acepta ya sea de forma perteneciente a un voluntariado de una organización o de una entidad.

6.1.12. Fondos Económicos:

(Pérez, 2014) El fondo económico es el dinero que una persona, una organización o una entidad de institución que pueda tener.

6.1.13. Fundación:

La fundación es una organización que ejerce intereses sociales sin fin de lucro, la realización mantiene el patrimonio de los fines en general. (Asociación Española de Fundaciones, 2016)

6.1.14. Lucro:

El lucro (Pérez, 2014) es el ingreso que se consigue de la iniciación de una actividad para establecer la ganancia o la recaudación en una determinada fuente económica de una organización o una entidad.

6.1.15. Voluntario:

Una persona voluntaria (Cáceres, 2007) es la que aporta a la sociedad o entidades dentro de una organización su apoyo al paciente y a la familia, en muchas de los voluntarios pertenecen a grandes grupos de una sociedad visitando en lugares de médicas o bien se requiere de programas especializados a las relaciones que puede llegar a tener el voluntario con el paciente y mantener a la comunidad programada del tiempo y de información necesaria.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:

6.2.1. Conceptos relacionados con la comunicación

6.2.1.1. Comunicación

La comunicación (Pérez, 2014) es la relación que existe entre los seres vivos, expresando y compartiendo conocimientos varios obteniendo el aprendizaje y la información a su entorno. La comunicación se inicia con el emisor enviando códigos a través de canales hacia el receptor o receptores, nuevamente cambian las posiciones cuando los receptores envían códigos hacia el emisor, intercambiando ideas, mensajes. La comunicación puede no llegar al receptor en un cien por ciento por causa del ruido.

Para la comunicación (Ogaz , 2013) nace como una necesidad en su función de convertir un proceso transformado por el habla, los procesos de socialización entre las especies y las relaciones humanas son en el lenguaje, la modificación en el habla lo podemos determinar en la actualidad, nuestro mundo es capaz de producir otros sonidos que se entiende en ese mismo territorio, ningún país habla el mismo tono, cambios en el léxico, formas sintácticas, etc.

La comunicación se determina como el proceso social e intercambios significativos entre las interacciones humanas, definiendo las posibilidades y los diferentes medios en las cuales se puede establecer entre sí.

La comunicación funciona como elementos de retroalimentación y los seres humanos se comunican con diversos significados y sentimientos, entre ellos se establecen como el lenguaje verbal y lenguaje no verbal.

La comunicación actúa como el proceso social e histórico en la humanidad la comunicación es la forma que mantiene las paradojas principales fusionándose en distintos momentos en la comunicación. El fenómeno sociocultural en la comunicación masiva, la información y cuando la comunicación evoluciona a un punto de generar bienes y la fusión de la comunicación y la economía cambia para mantener a una sociedad cultural para un mercado en específico.

El elemento fundamental (Santos, 2016) en la comunicación es la rutina diaria del individuo, el aprendizaje en que se adapta la lengua, la apropiación del lenguaje y el ejercicio de mejorar el léxico para un funcionamiento total en el conocimiento humano para proponer, expresar, seleccionar palabras apropiadas y la forma de ordenar para formar un lenguaje argumentativo, coherente y persuasivo. La capacidad de las personas que utilizan la comunicación para interpretar, analizar, expresar las ideas, conocer lenguajes de diferentes regiones.

La comunicación se determina para la actividad necesaria para comprender la evolución y su concepto fundamental y como ha influido en la evolución de la tecnología. Comprendemos que los fundamentos en la comunicación mantienen a todos los elementos de lo que se expresa la comunicación entre lo explica al emisor, receptor, mensaje, y sus niveles en la comunicación y la forma de cómo ha realizado al lenguaje.

Para determinar de definir al emisor que es un elemento principal o un creador de mensajes, que se refieren a una persona o un grupo en el que se sirve como principal en comunicar su idea y mantiene un sistema de símbolos compartidos, para quien lo reciba de esta forma el individuo o empresa que desarrolla el mensaje llamado “código”.

El mensaje es toda cadena de códigos y señales combinadas para ser enviado a través de un canal que consiste en el que el receptor lo reciba y pueda descodificar el mensaje al captar la interacción y el mensaje cumpla con el objetivo de quien lo emite. Aunque el mensaje consigue llegar en su totalidad completo, puede que a veces el ruido impida el proceso total de la información y hace perder los códigos o detalles dentro del mensaje.

El receptor tiene un papel importante en el proceso de la comunicación, a su vez puede convertirse en emisor cuando haya recibido un mensaje del emisor. El papel que desempeña el receptor nunca es pasivo sino, más bien, es el creativo en el que descodifica la idea principal del emisor. El receptor reelabora el mensaje y añade su idea y experiencias, opiniones, situaciones, cultura, entre otras opciones para agregar al mensaje y ser enviado al emisor.

El canal se refiere al medio en donde se trasmite de una persona a otra, la forma habitual con el habla y las corrientes del estudio en la comunicación, las diferentes teorías que han ayudado a la evolución comunicativa, que defina al lenguaje y el sentido en un orden en la comunicación. Mantiene las características en los medios, en el medio de la información y la persuasión comunicativa en la que el tipo de mensaje tiene el conocimiento de un significado y un significante.

La persuasión en la comunicación desarrolla las campañas filtradas en los medios masivos sean expuestos y tengan la capacidad de llenar un éxito en la publicidad y en la política sobre hechos realizados por los partidos políticos.

La comunicación se basa en toda la comprensión y en análisis en el que, y como se desarrolla la condición principal para su estudio y sus modelos en la comunicación capaz de investigar en los medios, en la evolución, en las características en cada uno de sus mensajes. Para la comunicación es el medio en el que el diseñador. Todo profesional pueda entender que la comunicación está en todos lados, en la publicidad, periodismo, medios masivos, ventas, administración, etc.

La Real Academia Española define a la comunicación como “acción y efecto de comunicarse” en la forma más sencilla de llamar la comunicación, la idea del todo y de cada uno de los participantes en una comunicación no sería posible pero su proceso hace que se mantenga el carácter social.

La comunicación es el proceso donde agrupa al sujeto “A” llamado emisor en el que envía un mensaje al sujeto “B” llamado receptor, a su misma vez la respuesta del sujeto “B” puede producir otro tipo de mensaje convirtiendo al emisor en receptor y el proceso de la comunicación se vuelve repetitivo y el proceso de comunicación define como un todo.

Los niveles en la comunicación comprenden a cada uno de los esquemas y los tipos de respuestas que puede presentarse en los sujetos o participantes dentro del proceso comunicativo.

La comunicación intrapersonal se refiere a toda comunicación de mensajes o articulación en el lenguaje, pero la comunicación no se envía a ninguna otra persona, todo el proceso comunicativo permanece en el individuo que inicio la comunicación. Mientras que la comunicación interpersonal es la comunicación enviada a dos o más individuos y su intercambio de mensajes interactuando en el proceso de la comunicación.

La relación en la comunicación grupal es el mismo proceso de la comunicación interpersonal, pero en este caso los individuos tratan de lograr un beneficio con la comunicación que interactúa en el grupo. En la comunicación organizacional se determina la estructura en los objetivos comunes y mantiene una relación entre los individuos totales. La relación de comunicación masiva, es el medio en el que se diseña y trasmite los contenidos a un público indeterminado e impreciso por el número y diverso por todas las características comunes.

En la actualidad la comunicación tiene la agrupación de elementos múltiples y funcionales factores que hacen difícil de detectar una respuesta infalible en el que consiste que varios individuos interactúen dentro de un proceso en objetivos políticos, sociales, económicos en una sociedad.

Las ideas que existen en la comunicación y dentro de todo lo que existe en un significado y se relacione con un significante, se delata en el que los conceptos que mantienen una definición concreta hace que para otras décadas signifique lo mismo, pero en otros términos o las referencias que mantienen en ese entorno. Por ejemplo la frase “hacer el amor” para la actualidad se puede pensar en una referencia “sexual”, “relación íntima”, “coqueteo” y en las referencias las ideas están claras entre la unión sexual de dos personas. Mientras que para en las décadas anteriores la frase se hacía la referencia de “enamorar”, “amar a una sola persona”, “estar solo con una persona” y las ideas eran claras, todas las ideas estaban en los medios audiovisuales.

La comunicación se emplea en ser transmitido y darle un valor a todo lo que se envía. Por lo tanto, el crecimiento de la comunicación y la evolución de la tecnología ha sido parte de lo que se conoce como medios masivos. Los medios masivos reflejan parte de comunicadores profesionales con el fin de acontecer hechos históricos en la producción de cada medio y los diferentes avances que tienen con la tecnología y la facilidad que alcanza a numerosos individuos para transmitir el mismo mensaje.

La prensa escrita (Santos, 2016) se define como uno de los primeros medios en el que define a toda idea y opiniones sobre la estructura de diversos acontecimientos. La prensa ha mantenido uno de los principales medios de lectura por muchos lectores a nivel mundial, los procesos para desarrollar la prensa con la impresión y el desarrollo de la comunicación. El conocimiento escrito fue uno de los impulsos en el mundo romano para diseñar su forma de influir y el interés en la escritura.

La tradición y la relación que existe en transmitir el conocimiento a grupos de individuos hace la representación del pensamiento y el trabajo evolutivo, la manera de ordenar las ideas de tal manera que para la imprenta fue el resultado y la creación de transmitir. La imprenta ha estudiado a los diferentes modelos entre los chinos y su inspiración en la decoración de telas, grabados en madera, industrias textiles, etc.

Por tanto, la prensa ha abarcado todo tipo de información necesaria para que las características que definen a la prensa. La prensa escrita ha satisfito a toda la necesidad de transmitir la información reciente de una determinada región, país, continente, etc. Se caracteriza por ofrecer las estructuras de lectura eficaz que demande el poco esfuerzo y la concentración del lector.

La prensa (Santos, 2016) ha desarrollado sus propios géneros, pero en la redacción de la información y sus formas más básicas que se sujetan a las preguntas del ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? La prensa ha hecho el énfasis en el papel que desempeña en el internet convirtiendo una forma actualizada y una eficacia en los lectores del siglo XXI.

La fotografía se describe como el complemento de la prensa escrita y el sucedáneo de la pintura, establece que la fotografía nació en el momento adecuado para surgir su posición en las figuras comunicativas masivas y en el tiempo la comunicación ha tenido el presente de lo que se ve en una imagen digital y el camino de la reproducción hace el trabajo que conduce a las diferentes más como en el cine, la televisión, materiales interactivos.

El cine ha sido considerado como el último de los artes en la actualidad y maneja un medio masivo distinto ya que este medio supero a la fotografía y aunque en sus primeros tiempos carecía de color y del audio. El cine fue el medio de entretenimiento en que se representaba a la satisfacción de proporcionar imágenes proyectadas y de efectos visuales, en la actualidad con la revolución del internet se han creado páginas de internet en el que consiste la publicación de videos y películas como YouTube y Netflix.

La radio (Santos, 2016) fue el impulsor de la imaginación y era capaz de realizar imágenes abiertamente con solo escuchar la voz del locutor. Los emisores dirigidos por programas de entretenimiento y concursos llenan el espacio en las estaciones de radio la creatividad que mantiene a la cultura la comunicación hizo que las grandes historias pudiesen ser imaginadas y dar un régimen en las redes públicas dentro de una nación.

La televisión (Santos, 2016) es la capacidad de transmitir en directo con la única ventaja de contar imágenes y con el tiempo se agregaría el color. El desarrollo de la televisión es por lograr un dispositivo en el que las transmisiones experimentales y el argumento de las especificaciones en la televisión se ajustará y sus inicios con las operaciones en la tecnología. La superación de su antecesor, el cine, aunque las necesidades en el comercio hicieron que la televisión desarrolle un lenguaje mucho más explícito. Las ventajas en el cine es que no llenan de espacio, ni saturan hasta perder a los espectadores.

Los géneros múltiples que ha tenido la televisión en la actualidad los “reality shows” han sido gran parte de subgéneros que han destacado por captar la atención de los individuos y se han quedado entre los conceptos que la televisión no actúa mediante a la cámara sino que la atención se coloca en el centro del drama, el fin de concurso, en la última opinión, registrando los niveles de audiencia y el poder que puede llenar para una secuela del programa, ya que si no cumple con la audiencia puede salir del programa y reinventarse en otro concurso de reality show.

La era del multimedia fue la transición absoluta en que los medios evolucionaron y cambiaron a ser parte del internet. Los inicios en la tecnología se pueden asociar a las computadoras con los centros y con los años con nuevos modelos acercándose a la perfección, a lo largo de las décadas se han hecho industrias en el que se han convertido una fuente de entretenimiento y se han dado como aliados a las personas en su vida cotidiana. Las sociedades en el mundo del software y en el internet es posible que se pueda realizar e intercambiar la información.

La comunicación por describir las maneras para utilizar a través del lenguaje han sido las representaciones que construye cada individuo, las representaciones son el funcionamiento del lenguaje es gran parte inconsciente. Cuando comprende la serie de los conceptos en el que el ejercicio de la lengua. La lengua es clara y coherente para el fin introductorios y el estudio en el proceso.

El habla se diferencia de la lengua, que como bien se conforma la estructura e involucra a las instituciones en el sistema de la comunicación y en el interior del individuo. La intención que conforma a la comunicación con las intenciones, los pensamientos y las ideas para un determinado momento y experiencia a través de una selección que enriquece del conocimiento de nuevas palabras y resulta lógico el pensar que el habla conforma a una sociedad.

Para el lenguaje dentro de la comunicación es la forma en que los conceptos y las definiciones se estudian dentro de una nueva asignatura y de esta forma la comunicación publicitaria y en campañas políticas en las que actúa de forma de aplicar nociones básicas y emprender nuevos procesos comunicativos en la preparación de lo que se realiza en la creatividad.

En las campañas publicitarias o políticas deben de cumplir un objetivo y para ello la información y la persuasión va dentro de estructuras textuales en la comunicación para la cercanía de la atracción con el cliente o consumidor. Las palabras dentro del proceso de comunicación influyen en la decisión de los usuarios en la lengua y constituye a una toma de decisiones para su beneficio.

La importancia en la publicidad, la comunicación da a los individuos los inicios en la forma de involucrarse y el planteamiento es la señal en el que el lenguaje es el punto de partida de la comunicación y la comunicación es la que adhiere a los territorios lingüísticos de una u otra forma, sobre todo el lenguaje publicitario es tratar de convencer y seducir al receptor, con palabras, frases, experiencias comunes, influencias, etc. La comunicación determina los fines que conlleva a las razones e ideas y la persuasión es su forma de ofrecer sentimientos y valores en un mismo compromiso.

Aunque para la comunicación es el intercambio de mensajes en que el intervienen en un emisor y un receptor, el mensaje es la forma que se transmite en un canal mediante a una descodificación en el que debe ser claro y comprensible. De tal forma en el proceso comunicativo y sus sistemas en la comunicación para revelar las formaciones y el campo en la información.

6.2.1.2 Blog:

Un blog (Roca, 2011) es el registro de actividades, ideas, pensamientos, enlaces, fotos, imágenes, noticias, lecturas de un usuario creado con un fin para informar, persuadir, identificar a varias personas que se puedan unir a su mismo interés por lo tanto es una de las herramientas más utilizadas de Internet para la difusión del marketing de un negocio, producto, promoción, etc. La información debe ser correcta para que se pueda compartir en el blog de la empresa, en fin, la calidad de información que maneje debe mantener una alta fuente de información ya que en el Internet la información varía del conocimiento si no es verdadera. La difusión debe mantener un horario en publicación y por lo tanto hay ciertas maneras que aplican a todo tipo de blog.

La necesidad de compartir el punto de vista, la perspectiva de ver el lado personal, el uso de las palabras claves para mantener la comunicación viable, la revisión y edición de cada publicación para la entrega a los usuarios y la aceptación de cómo se mantenga. La actividad de un beneficio de mantener constante la calidad en seguimiento y la utilidad hará promocionarse por sí solo el blog o la promoción que mantenga un negocio.

6.2.1.3. Estrategia:

(Roca, 2011) Una estrategia es la creación de una campaña integrando elementos, medios y herramientas que deben acoplarse a los medios tradicionales como la radio, televisión, revista, periódicos, etc. Una estrategia no debe iniciar con la popularidad de las redes sociales.

6.2.1.4. Facebook:

Facebook (Roca, 2011) es una de las redes sociales más utilizadas actualmente, mantiene el mayor número de usuarios y esto puede ser utilizado por una persona con un perfil personal y se puede utilizar de otros componentes que esta red social ofrece como: Perfil personal es la manera en la que el usuario comparte posts, fotos, videos, contactar a amigos, etc. Páginas es otra de las herramientas que la red social ofrece, las paginas ofrecen los mismos componentes que un perfil personal pero esta herramienta muchos usuarios son utilizados para promocionar una marca, logotipo, una empresa, producto, un artista, etc. En este método en la página creada en Facebook las personas se convierten en seguidores y entre más tenga la página más rápido puede llegar una promoción y no se necesita de ningún permiso al crearla, más si solo quiere promocionar tendrá costos en la que se puede pagar vía tarjetas de débito o crédito.

Los grupos es una de las herramientas de la red social, es la contraparte de las páginas a pesar de las similitudes con las Páginas éstas son privadas, los grupos son análogos a los clubes, los grupos son creados con un tema con finalidad, de esta forma sus compañeros de grupo pueden tener los mismos intereses, no todos los usuarios pueden pertenecer al mismo grupo sino es abierto, previo de aprobación o cerrado.

Las aplicaciones de Facebook son funciones extra que cada usuario puede manipular, algunas aplicaciones ya están por defecto con Facebook y otras son por usuarios creados por usuarios para utilizarlos dentro de la página.

6.2.1.5. Internet:

El internet es la red de telecomunicaciones en la que permite la conexión de millones de personas, organismos, empresas en todo el mundo con el mismo desarrollo obteniendo conocimiento de empresas y efectos sociales, económicos y culturales. (Calvo, 2011)

6.2.1.6. Patrocinio:

El patrocinio (Pérez, 2014) es un apoyo económico intercambiado con la publicidad, de esta forma una organización puede patrocinar y unirse a diversas instituciones en la que puede tener varias ventajas, hacer nuevas conexiones con otros consumidores, se puede aportar en anuncios de radio, televisión, internet, etc. El patrocinio busca llegar al consumidor y mantener nuevos valores positivos en eventos organizados por las entidades, ya sean fundaciones o la solidaridad en la sociedad.

6.2.1.7. Publicidad:

La publicidad (Pérez, 2014) es toda demostración de anuncios con fines ilustrativos para la compra y venta de productos de esta forma atraer a diversos grupos a los que se enfoca la organización, la publicidad se puede hacer de muchas maneras, desde periódicos, páginas web, radio, televisión, etc. La publicidad suele estar presente para informar a todo el público.

6.2.1.8. Redes Sociales:

Las redes sociales son comunidades digitales en donde las personas colocan parte de su interés y actividades o son las personas interesadas en ver los intereses de otras personas de esta forma las redes sociales nos abren las puertas de la posibilidad para interactuar con diferentes personas alrededor del mundo y los mismos intereses hacen crecer la red social de compartir e interactuar con nuestros intereses. (Roca, 2011)

6.2.1.9. Twitter Buscador de Seguidores:

Es el medio de introducir diferentes palabras clave para encontrar a un determinado grupo de usuarios en la que estén interactuando del mismo tema, en fin, de esta forma se puede encontrar a bloggers que prefieran la red social, seguidores que pueden interesar a la empresa, usuarios que asistan a los eventos públicos, de esta forma se pueden recolectar a diferentes usuarios que puedan leer las publicaciones que una empresa dispone a mantener un contenido. (Roca, 2011)

Los seguidores son la base que una empresa pueda mantener una actividad, por eso la información debe ser real y completa.

La manera de que una empresa sea real, Twitter coloca cheques azules a las personas verificadas o bien seguidas con un alto crecimiento de esta forma si tu empresa tiene una aprobación azul hará que tu empresa constantemente tenga nuevos seguidores y la información será más compartida y habrá un crecimiento constante en la página principal de la empresa.

Para esta red social el compartir es bastante accesible para Twitter y el promover los eventos de una empresa puede ser muy sencillo al trabajar con un “hashtag” pueden hacer que mucha gente lo utilice e identificar el evento en sí, de este modo también se puede saber la actividad e interactividad que un grupo de persona pueda tener en su propio evento. Para la creación de los hashtags son comunes y algunos dominios que harán más accesibles a ellos:

Twubs: es un dominio que se utiliza para la suma o conteo de tweets, fotos, videos, enlaces, posts. A la creación de un hashtag genera un espacio personal para la creación de la colocación de lo que la empresa necesite publicar, con las últimas actualizaciones de la red social ahora se pueden transmitir en vivo el evento.

TidyTweet: este dominio hace su presencia a las empresas, mantiene en abrir un acceso por vía Twitter de colocar las publicaciones o eventos públicos sin ninguna visualización a usuarios agresivos, SPAM o lenguaje no aceptable.

Twitter no solo ofrece la habilidad de que miles de usuarios puedan utilizar el hashtag del evento y la presencia de ellos en trending topic, sino que también se puede utilizar para la realización de encuestas y sondeos como:

Twpoll: es una herramienta que mantiene el uso de crear una encuesta, el servicio esta creado para la facilidad de preguntas múltiples hacia nuestros seguidores de este modo la interacción es accesible y se generará un enlace que podemos conectarlo con nuestro perfil de Twitter y conocer lo que las personas quieren para promocionar eventos, promociones, colores, sabores en productos, de forma rápida y organizada.

TwtrStrm: mejor conocido como Twitter Stream, es un servicio que ofrece una plataforma en donde se puede crear discusiones la manipulación de los resultados una serie de preguntas en las que el usuario puede interactuar y sus opiniones acerca de la empresa.

6.2.1.10. Twitter:

(Roca, 2011) es una red social funcionaría en el medio de comunicación que permite a los usuarios enviar infinidad de mensajes que respeten el limite menos de 140 caracteres para que el mensaje sea corto, más no pierda la información. La red social se inició solo de métodos cortos que solo permitían a los usuarios enviar mensajes, por lo que la actualidad se ha transformado en una red social potente, haciendo videos en vivo, enviando imágenes en formato GIF, la promoción de tweets o publicación mediante a pago de tarjeta de débito y crédito, la creación de encuestas y el registro de la actividad de los tweets y la personalización del usuario con la actividad a los artistas constantemente.

Los mensajes de twitter se definen como mensajes cortos a grupos de personas que mantengan activamente las personas públicas, él envió de mensajes cortos en concreto a una persona específica, mensaje corto a una persona en forma privada a esta herramienta se le llama “DM” o Direct Message / Mensaje Directo.

Twitter propone a una empresa sobre un público específico en las que se puede conectar mediante a una cuenta en sus mensajes y sus opciones de métodos a dónde quiere llegar, la red social mantiene un feed donde puedes observar a otros usuarios publicando mensajes a otras personas o realizando actividades, la creación de las conversaciones es de manera sencilla y conectarse con ellos para comenzar una relación en la que cada mensaje es de manera que se puede compartir con un “re-tweet” de esta forma se puede compartir a todos los seguidores de una noticia específica o bien colocar me gusta a una publicación que ha llenado tu interés.

Twitter permite colocarse de una cuenta de empresa o de una corporación, este tipo de cuentas se ha utilizado para publicar noticias sobre su empresa, intereses de promociones, colocación de nuevos productos o servicios, mantener informado a clientes de próximos eventos, difusión de eventos, realización de versiones en productos, información real de conferencias o presentaciones públicas o privadas a socios o accionistas.

Twitter no solo permite la utilización de link que pueda llevar a otra red social o multimedia, los tweets que una empresa maneja puede incluir la página oficial de la empresa ya sea en formato “.com” o bien ya sea una página que permita la realización de páginas web, la información personal de la empresa, perfiles de otras redes sociales como Facebook y de una forma más amplia la localización de donde se encuentra la empresa.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1. Diseño:

El diseño es un trazo o un conjunto de formas, colores, figuras que determinan hacia un objeto identificando una visualización real y original del punto de vista del proyector. (RAE, 2014)

En el diseño en la sociedad con los avances tecnológicos en la historia, los medios demuestran con imágenes en las que facilita a la imagen se encuentra cada vez más amplio en territorio mundial en donde nos encontramos con todas las partes iguales en productos y servicios, llamando la atención del cliente a través de un arte en el diseño y el diseñador logra hacer la conexión con toda clase de materiales en las que se rodean de formas impresas o digitales para llegar a sus clientes. (Ambrose, 2004)

La competencia entre las empresas y la forma de mantenerse en la mente del consumidor es una forma de querer atraer con nuevos cambios en la innovación al consumidor, pero con el tiempo y los avances en la tecnología era de esperarse que se hace difícil crear algo innovador cuando ya hay muchos más diseñadores teniendo el mismo método de sacar las ideas y la tecnología ayudando a ser compartida por todas las personas a nivel mundial, el diseño puede generar la credibilidad en las obras y ser vital en una base sólida con los pensamientos en el diseño y el fundamento que hace que el diseño resulte ser la base efectiva para llegar a lo que la compañía apoye.

La iniciación en el ámbito del diseño el análisis de efectuar los límites del diseño cada elemento es la introducción de saber llegar al grupo objetivo estableciendo un inicio para lograr un principio.

La importancia en el diseño y mantener el mismo límite en un diseño es el motivo de lograr las diferentes formas en el que el diseño es capacitado y permite al lector ya sea de una revista, periódico, libro, etc. Se utilizan los impactos visuales que existen para poder conseguir el enfoque y la manera adecuada de que no sea saturada para llenar un espacio en blanco.

El diseño creativo es verlo real, es poder darles a los consumidores de una proyección creativa en el diseño y las razones de las cuales se tienen una perspectiva diferente a lo que usualmente se procede (Ambrose, 2004).

Para los diseñadores el conocer un espacio necesario para construir cada uno de los elementos gráficos en el diseño, llamándose al espacio como formato. El formato es todo tamaño final de producto en la que se presenta en distintas formas en el diseño, el formato está dividido por diferentes tamaños de papel según para ISO (International Organization for Standardization) esta serie proporciona como base principal en el tamaño del papel y la evita que el diseñador pueda cambiar el formato y la existencia en los procesos de impresión de la misma

La resolución de la imagen se especifica cuando el espacio entre los píxeles de una imagen se resalta y se determina su resolución, la resolución puede ser medida en píxeles por pulgada o puntos por pulgada (ppp). La resolución cuanto mejor y mayor sea, más píxeles en conjunto se encontrarán en la imagen. Una mayor resolución dentro de la imagen es la misma que mantiene más información en los detalles y en los colores con una mejoría en la precisión. Cuando una imagen se encuentra con baja resolución la información carece y se pierde en los detalles siendo así de una imagen insuficiente de píxeles y de esta forma aparece distorsionada sin especificación de calidad (Ambrose, 2004).

Las imágenes mantienen un número específico de píxeles por esta razón cuando se aumenta el tamaño en la imagen, no se agregan más píxeles, sino que la resolución disminuye haciendo carecer de información y detalle.

La resolución en una pantalla de computadora maneja alrededor de 72 ppp, en la mayoría de diseños mediante a páginas web se elaboran bajo esta resolución y las imágenes en baja resolución son mucho más rápidas de descargar y aunque funcione bien para sitios web, no funciona del todo correcto para imágenes impresas, ya que el número adecuado de impresión en imágenes mínimo son 300 ppp, ayudando a una mejor resolución y una mejor calidad en la imagen sin que se proporcione una distorsión, para las empresas de mayor calidad se pueden imprimir a 1.200 a 2.400 ppp o más si es requerido la calidad.

La maquetación (Ambrose, 2004) es la disposición de elementos dentro de una página. La forma en que se haga la distribución de los elementos y crea su impacto visual y que la comunicación sea efectiva en el material presentado y en la creatividad del diseñador.

Para todo diseño elaborado para desempeñar, mostrar, enseñar, inducir o instruir se necesita de la comunicación y aunque el diseño o una imagen puede contener más pensamientos que una hoja con referencias y sentimientos. El campo de texto o la tipografía es la forma visual en la que se aplica a una idea escrita, la tipografía es esencial ya que debe ser escogido el tipo y tamaño adecuado para hacer llegar a su grupo objetivo, la forma en la que la tipografía puede llegar a despertar a los lectores y escoger una adecuada entre los miles de familias tipográficas para llenar un espacio en el diseño (Ambrose, 2004).

La tipografía (Ambrose, 2004) completa todo proceso del diseño llenando los espacios y atrayendo lectores de diferentes formas en las que se generan sentimientos, símbolos. Por ejemplo, las personas que hacen movimientos de diversas actividades, utilizan palabras, frases, figuras de autoridad y la tipografía es la manera en que será observada e impactará en las personas, puede hacer que una persona cambie de opinión y pueda respetar o bien pueda ser lo contrario. La tipografía y los cambios en su anatomía por los años ha hecho que sean más legibles y claras, que las letras pueda contener una diversidad de símbolos y que en sus aspectos técnicos mantengan la fluidez en la vista y su impacto. Por ejemplo, los titulares en los periódicos utilizan de una forma para ser expresado e impactar en la vista del lector para ser atraídos de una forma u otra.

La tipografía y la evolución que ha tenido es constante nuevas tipografías nacen con los años y definen a una época en sí, por ejemplo, en la época romana, las letras para definir números y el uso de las mayúsculas y minúsculas según por Carlomagno para determinar un símbolo distinto, en la actualidad se siguen utilizando y se determina en la enseñanza en escuelas y colegios del conocimiento de que es y que significa.

La anatomía en las familias tipográficas define a la clasificación de comprender el medio en el que la tipografía y el tipo están caracterizado por su forma y su origen. Para describir a los orígenes de la tipografía se pueden ser observado durante años para establecer una familia tipográfica en su origen natal. Aunque en la actualidad en la era digital, la creación de nuevas y numerosas familias tipográficas disponibles y manipulables para el diseñador ha simplificado el diseño y la alteración de las existentes haciendo versiones modernas sobre las tipografías antiguas.

Entre los tipos tipográficos existen como la Redonda, Fina, Cursiva, Estrecha, Negrita, Extendida, que determinan a la tipografía en el diseño y su forma de ser para interactuar con las palabras: El tipo redondo (Roman) el tipo de letra básico, su origen proviene de las inscripciones encontradas en monumentos romanos, algunos otros tipos tienen una versión más delgada a la original (Ambrose, 2004).

El tipo cursivo (Italic) en las tipografías determina a una versión redonda que tiene una cierta inclinación hacia la derecha de esta forma la mayoría de familias tipográficas mantienen una versión cursiva en su presentación o en su conjunto de tipos.

- El tipo fino (Light) es la versión más delgada y más fina del tipo redondo.
- El tipo estrecha (Condensed) este tipo es la versión más estrecha como lo dice su nombre, la versión estrecha de la letra redonda.
- El tipo negrita (Bold) mantiene una grosura que la versión redonda original, la negrita mantiene otros tipos en algunas tipografías como negra, seminegra.
- El tipo extendida (extended) es la versión alargada o más ancha de la redonda y es la contraparte de la versión del tipo estrecho.

En el cuerpo del texto se definen y se distribuye para una mejor lectura en el diseño, por eso se determina en el guión, la justificación y el espaciado. El texto puede estar distribuido de diferentes formas y sin ningún tamaño en particular, existente a la lectura adaptable para el lector y su mejor comprensión de lectura.

El texto puede estar alineada a la izquierda o hacia la derecha quedando en el espacio fijo entre cada palabra y por un costado de la columna quedando en el texto irregular, mientras que en el cuerpo del texto justificado tiene ambos costados alineados haciendo que el espacio pueda ser irregular por establecer el equilibrio en ambos extremos, el texto justificado puede observarse de mal forma o efecto visual si se llega a utilizar con demasiadas palabras largas y hace que se expandan a grandes espacios.

Para las imprentas las tintas usadas en la impresión a color, las imágenes a color integran los tres colores tricromáticos que conforman en la imagen con el cyan, magenta y amarillo y el negro (CMYK) que se adhiere a las imágenes. Todos los colores pueden ser impresos usando los colores primarios para mantener un proceso de impresión cuatricromía, pero el diseñador debe de colocar el tipo si es impresión o digital para resaltar la imagen confiable.

El color (Ambrose, 2004) se compone a base de la luz y sus diferentes posibilidades son infinitas ya que los ordenadores pueden reproducir el color más de 16 millones de colores y el ojo humano puede distinguir más el color que un ordenador. El color es lo primero que se registra la atención cuando se observa algo y realizamos cambios de ánimo en ciertos colores. El simbolismo en el color es la reacción entre los colores en las condiciones de la cultura, moda, edad, preferencias, gustos. En algunos países el color blanco se hace reflejo a la salud, a las bodas, mientras que para otras regiones el color significa el color del luto. En las culturas definen el estado de género con tonos de azules y rojos. Los tonos de pastel de azul se hacen referencia que son niños, mientras que los tonos pastel de rojo o rosados pálidos se hacen referencia que son niñas. Y puesto que se ha colocado en simbología del color hace más fácil de identificar el sexo del recién nacido.

6.2.2.2. Banner:

Un banner (Calvo, 2011) es una imagen gráfica, un carácter publicitario de pequeño tamaño en la que aparece una página web y esta enlazado a un sitio web.

6.2.2.3. Creatividad:

La creatividad es la estimación del resultado, la comprensión de los parámetros de las relaciones y el efecto que provoca un manejo de dimensiones, es la idea o el modelo inicial de cambios correspondientes de un concepto original, es el pensamiento avanzado entre el valor diferente y las funciones que manejan capacidades con la música, arte, el futbol, la economía. (Editorial Planeta, 2016)

6.2.2.4. Careta / Emoticono:

Un emoticón (Calvo, 2011) es la forma gráfica y simbólica de la representación de diversas expresiones en un mismo rostro predeterminando un estado de ánimo que representa a un usuario o la identificación para la comunicación visual mediante el medio donde se presente.

6.2.2.5. Icono:

Un icono (Calvo, 2011) es la forma gráfica que aparece en la pantalla para representar una acción creada para informar, detallar, ejecutar. Los diversos iconos que se presentan para ejecutar una acción, leer una información, imprimir, adjuntar un texto, conocer el estado del sistema, informar sobre fallas del programa, etc.

6.2.2.6. Imagotipo:

El imagotipo es la composición de tipografía e imagen unida por un concepto. El imagotipo puede generarse de manera separada ya que pueden sustraerse, el texto no está encima de la imagen o es parte de un todo. (Publicidad Pixel, 2016)

6.2.2.7. JPEG:

Es el formato gráfico de representaciones de fotografía, elementos gráficos, publicidad que puede ser incluidos en páginas HTML, son reconocidos y visualizados por programas. (Calvo, 2011)

6.2.2.8. Logotipo:

(Logorapid, 2010) un logotipo es la representación gráfica de una empresa, conteniéndose su vista y el contacto visual con los clientes, los colaboradores se observan identificados y la referencia de conocer la empresa con formas, colores, detalles que los representan. El logotipo se debe crear una referencia y lo primero que observen sea el logotipo.

6.2.2.9. Maquetación:

La maquetación (Ambrose, 2004) es la colocación de elementos gráficos dentro de una página, la influencia y la perspectiva hacen que el impacto visual entre el lector sea visible y lleve un orden a la comunicación o la información que se presente.

6.2.2.10. Marca:

(Fernández, 2016) la marca es un signo que representa toda clase de bien, considerándose como un signo comercial o mercantil, la marca es la identidad visual de un grupo en total relacionados entre sí, un grupo de productos o servicios.

6.2.2.11. Multimedia:

El multimedia es la información digitalizada en la combinación de conjuntos de texto, imágenes, elementos gráficos, imágenes fijas, imágenes GIF, videos y sonidos. (Calvo, 2011)

6.2.2.12. Página:

Es una unidad de información mediante a un enlace de “WWW” en la que los usuarios pueden ver desde un texto, imágenes, elementos gráficos, sonidos, de tal modo que un usuario puede informarse mediante a través del contenido de la página. (Calvo, 2011)

6.2.2.13. Sitio Web:

Un sitio web (Calvo, 2011) es el conjunto de páginas enlazadas unas con otras obteniendo una dirección única en su funcionamiento y programación.

6.2.2.14. Tag:

El tag es la instrucción a la creación de una página en HTML, se indica la forma del comienzo del párrafo de texto, son enlaces o mandatos que para una página se pueda programar y visualizar adaptándose a la pantalla. (Calvo, 2011)

6.2.2.15. Retícula:

La retícula es todo conjunto basado en la alineación, sirviendo como pieza guía de la distribución de elementos gráficos dentro de un espacio impreso. (Müller-Brockmann, 2016)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1. Ciencias:

6.3.1.1. Hematología:

La hematología comprende a la ciencia que estudia la sangre y sus diversos órganos componentes a sus alteraciones, la hematología determina que la sangre mantiene el color, la textura y en donde circula dentro del cuerpo humano. La hematología también determina cuanto volumen tiene una persona al nacer y cuanto volumen aumenta al llegar a la etapa adulta. (Cultural de Ediciones S.A., 2003)

6.3.1.2. Morfología:

La morfología es toda parte de la biología que compone a los seres orgánicos y sus modificaciones y las transformaciones de cómo se altere o experimente. (RAE, 2014)

6.3.1.3. Oncología:

(Pérez, 2014) es la especialidad médica que se observa y se analiza el tratamiento de tumores tanto benignos como malignos. La oncología se encarga de analizar, detectar, controlar el cáncer que el paciente posee, el tratamiento que puede someterse el paciente a terapias que incluyen a la quimioterapia y la radioterapia en algunos casos.

6.3.1.4. Patología:

La patología se deriva de dos palabras en latín por *pathos* correspondiente a “enfermedad” y *logos* correspondiente al “estudio de”, la enfermedad es un estado en la que se busca la forma médica y su explicación de encontrar una condición a todos los estudios que se realice entre sus síntomas, aspectos, causas. (Valencia, 2014)

6.3.1.5. Semiología:

La semiología (Ferrer, 2016) es la ciencia que estudia los signos, códigos, señales en su totalidad. La semiología estudia la comunicación escrita y oral, pero también estudia la comunicación visual, la semiología estudia la comunicación visual por los signos gráficos.

6.3.1.6. Psicología:

La psicología es la ciencia que estudia la conducta humana y los procesos mentales. Los psicólogos pretenden explicar, el resolver problemas, actitudes, sentimientos, percibir, las interacciones que se tiene en una cierta relación en grupo o íntimo. La psicología toma el interés de predecir las conductas y normas de las personas. (Morris, 2005)

6.3.1.7. Psicología del color:

La psicología del color es (Publicidad Pixel, 2016) todo el estudio que conoce las conductas, sentimientos y comportamientos al percibir los colores. La psicología del color comprende toda alteración visual que refleja en la influencia, en decisiones y la asociación de los colores con ciertas advertencias o significados.

6.3.2. Artes:

6.3.2.1. Dibujo:

El dibujo es la herramienta y el conocimiento de planos para transmitir lo que se imagina en una forma simulada, imaginaria. Los diferentes planos para dibujar y las funciones que cada elemento se complementa en el espacio, la parte importante del dibujo es tener la idea en la parte donde se interese crear un boceto. (Muñoz, 2008)

6.3.2.2. Tipografía:

La tipografía es toda manifestación visual del lenguaje. Los caracteres se convierten en parte de mensajes, no solo con palabras sino en la música, la composición de notas es distinta pero la tipografía es visual y hace legible el mensaje. Dentro de las tipografías se puede nivelar el poder que pueden cargar por medio de las transformaciones en las que la familia tipográfica se expresa de emoción y personalidad. (Cheng, 2006)

6.3.3. Teorías:

6.3.3.1. Teoría del color:

El color es un estímulo visual que presenta una propia definición sobre si, el color presenta sensaciones al cerebro conduciendo con efectos que determinan a diferentes dimensiones, entre el tono, la saturación, la luminosidad. El color tiene una capacidad comunicativa y en su aplicación existe la estética y sus manifestaciones que diferencia entre los colores cálidos y fríos. (Fernández, 2016)

6.3.4. Tendencias:

6.3.4.1. Simetría:

La simetría es el equilibrio axial donde se logra el control de las fuerzas por medio de un eje central, de esta forma los elementos se perciben como un espejo donde se refleja cada uno de los elementos y no existe ninguna comparación. (Astroza, 2009)

6.3.4.2. Complejidad:

La complejidad (Astroza, 2009) es la complicación visual debido a los elementos múltiples en una mismo lugar, donde los elementos da una difícil búsqueda de encontrar la organización en la propuesta gráfica y la imagen no se establece completo por tantos elementos en el fondo de la imagen.

6.3.4.3. Unidad:

(Astroza, 2009) la unidad gráfica es la forma adecuada del equilibrio donde se percibe en su totalidad de los elementos que se presente de forma principal, las piezas pueden ser colocadas en el centro de enfoque adecuando el equilibrio total en la imagen, texto principal de una noticia, color visual, etc.

6.3.4.4. Exageración:

La técnica de exageración visual es la forma efectiva a la que en una imagen se muestra la extravagancia, la expresión explosiva, de este modo la técnica se utiliza para intensificar y amplificar los elementos que se disponen en la imagen, estableciendo colores y la verticalidad en sus letras y elementos gráficos. (Astroza, 2009)

6.3.4.5. Sutileza:

La técnica de sutileza (Astroza, 2009) es la cercanía visual, adaptable a gran delicadeza y refinamiento en que se debe utilizar estratégicamente para conseguir el ingenio en la imagen, desde representar objetos con letras, animales con objetos reflejando un fondo plano y un color representando la sutileza en la imagen.

6.3.4.6. Realismo:

La técnica del realismo es la nuestra experiencia visual y natural de las cosas, de las cuales las interpretamos, el modelo de la cual nosotros observamos al realismo como parte del arte visual y de la interpretación de lo que el ojo percibe para crear el elemento. (Astroza, 2009)

6.3.4.7. Continuidad:

La continuidad es la expresión visual que refuerza el carácter individual de las partes constitutivas de un todo, sin dejar completamente el significado, la unidad conceptual de la imagen principal reforzando la individualidad a través de la diagramación, el estilo y el tono que conforma a una imagen. (Astroza, 2009)

CAPÍTULO VII

CAPITULO VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Cada una de la información colocada en el marco teórico para presentar en la propuesta gráfica y parte del proyecto.

7.1.1 Comunicación:

La comunicación es la principal fuente para transmitir las ideas y los conocimientos principales de la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño. Se relaciona en todos los materiales gráficos que se realiza para la propuesta de diseño.

7.1.2. Estrategia:

Se usarán métodos estratégicos para utilizar en los materiales gráficos para cumplir el objetivo principal del proyecto, la utilización de palabras, frases, juego de palabras, entre otras. Para desarrollar las palabras correctas y el uso en los materiales impresos y digitales.

7.1.3. Facebook:

Es la principal red social que se utilizará cada uno de los elementos y las propuestas gráficas para ser utilizada en la información base de toda interacción con el grupo objetivo.

7.1.4. Internet:

Es el medio masivo con el fin de utilizar cada uno de los materiales gráficos digitales para enviar la información a el grupo objetivo.

7.1.5. Patrocinio:

Se utilizará a los que han apoyado a la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño, para cumplir con el principal objetivo del proyecto de la realización de materiales gráficos para la recaudación de fondos.

7.1.6. Publicidad:

Se tomará en cuenta las opciones gráficas a generar para la Fundación y serán establecidas las publicaciones con las que se realizará la publicidad del proyecto.

7.1.7. Redes sociales:

Las redes sociales serán los métodos de envíos para contactar con nuestra audiencia y/o grupo objetivo, asegurando la información que se transmitirá para determinar el objetivo del proyecto.

7.1.8. Diseño:

Se pondrá en práctica lo aprendido en los programas de diseño para la realización de los materiales gráficos de la Fundación.

7.1.9. Creatividad:

Se utilizarán métodos creativos para diagramar cada uno de las propuestas gráficas y la digitalización de cada una de ellas.

7.1.10. Banner:

Será la imagen principal de la presentación en las redes sociales para una mejor vista entre el grupo objetivo y una clara creatividad para lograr la atracción entre los espectadores.

7.1.11. Logotipo:

Será el principal elemento utilizado en todos los materiales gráficos para los diferentes individuos que conozcan la publicidad creativa y que conozcan la Fundación por parte de su imagen de organización.

7.1.12. Multimedia:

Se utilizarán imágenes, fotografías, dibujos para la creación de los materiales gráficos siendo colocados en las redes sociales que disponga la Fundación.

7.1.13. Imagotipo:

Se usará la adaptación de la imagen de la Fundación, para los materiales gráficos siendo la visibilidad en los materiales y al grupo objetivo.

7.1.14. Teorías del Color:

Se aplicarán los diferentes tonos de colores para la creación de los materiales gráficos adecuados a sus propuestas y sus tendencias.

7.2. Conceptualización:

7.2.1. Método:

El método utilizado para la creación del proceso de bocetaje tomando como referencia a la página web Neuronilla, el método se llama Técnica de Da Vinci, extraída de ThinkerToys de Michael Michalko, consiste en los siguientes pasos para determinar el proceso:

1. Repasar: Se debe escribir el problema en un papel y reflexionar sobre él durante unos minutos: ¿Qué es lo que no encaja? ¿Cuáles son los obstáculos principales? ¿Lo desconocido? ¿Qué es lo que quiero entender? La manera en que lo veo es... lo que me está molestando más es... El problema para encontrar el diseño adecuado para los materiales gráficos y recaudar los fondos necesarios de la Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño.

¿Qué es lo que no encaja? El uso adecuado de los colores y los formatos correctos para determinar el boceto principal.

¿Cuáles son los obstáculos principales? Que pasen desapercibidos y no se cumpla con el objetivo del proyecto.

¿Lo desconocido? La llegada de los materiales gráficos al grupo objetivo sin ser vistos para la recaudación de los fondos.

¿Qué es lo que quiero entender? La creación de los diversos materiales gráficos para el cliente y las diferentes opiniones que el cliente requiera para poder determinar la evaluación del proyecto.

En este momento, la manera en que lo veo es encontrar la forma más adecuada para la creación de todos los materiales y representar de forma correcta a la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño. Lo que me está molestando más, es no encontrar los colores necesarios para utilizarlos en los materiales solicitados.

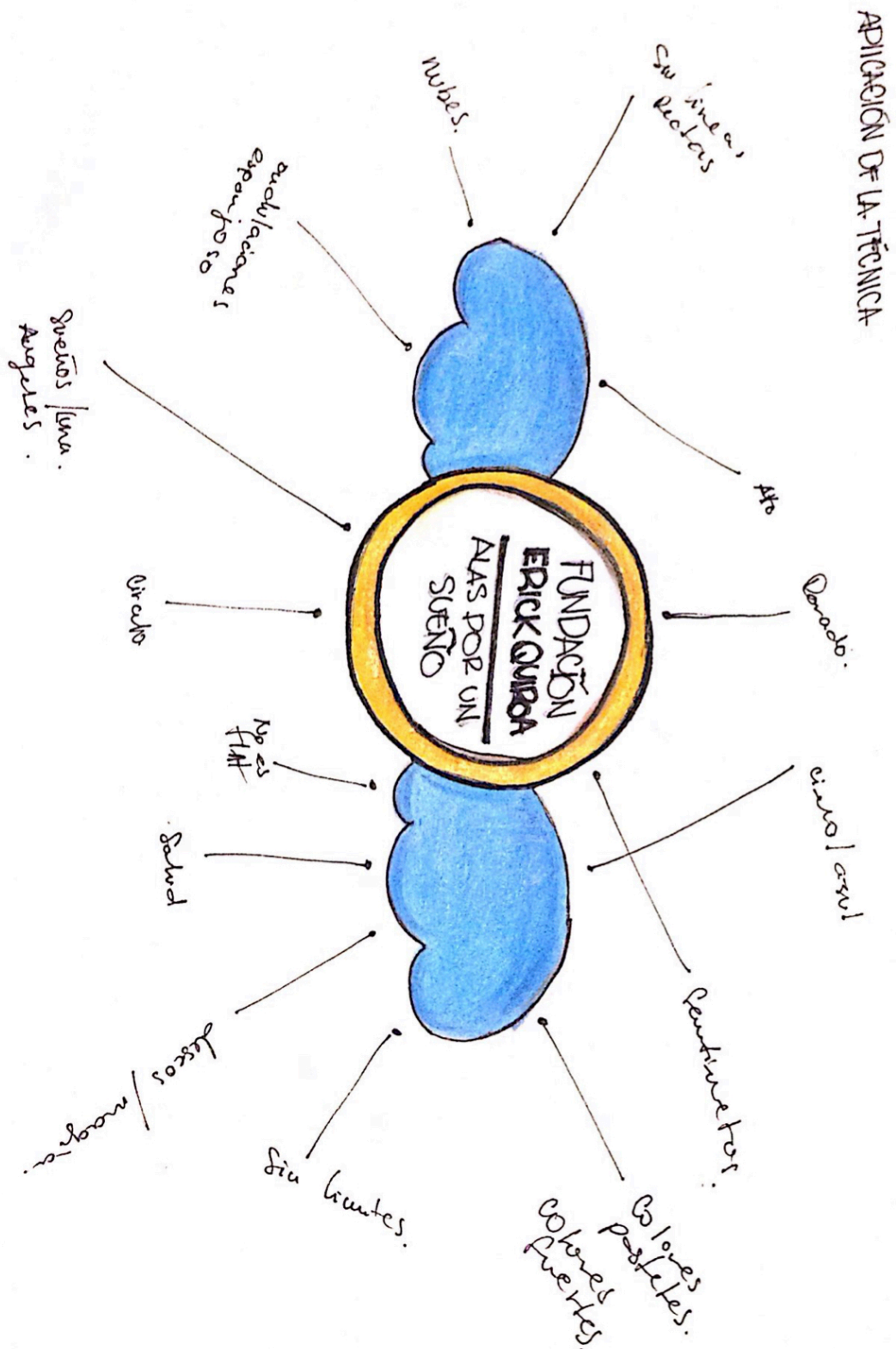
2. Relajar: La alteración de nervios y el estrés no es bueno para nadie, al relajar se observará el consciente intuitivo al utilizar con mayor libertad en las imágenes y en los símbolos.
3. Deje: La intuición obsequiará imágenes, escenas y símbolos que representen la situación y puede tener algo más claro al realizar el boceto.
4. Proporcione: Un formato para el problema al dibujar un límite o una frontera. Puede ser de cualquier tamaño y de la forma que desee, y puede dibujarlo cuidadosamente o solo un bosquejo. El propósito es separar todo el problema que rodea y concentrarse en él. Los límites proporcionan al dibujo la profundidad y ayudan a una unidad en un significado.
5. Dibujar: Dibuje como la mente planea que quiere dibujar. El dibujo no tiene que ser perfecto ni planeado, las líneas no tienen que llevar o ir a una dirección específica, más bien la entrega y la fluidez de la creatividad harán el boceto final.
6. Examinar: El dibujo puede ser un mensaje del subconsciente, contemple los conjuntos de la imagen y luego por partes en separado. Las representaciones visuales de sus pensamientos, busque símbolos y garabatos en busca de señales y detalles específicos.
7. Escriba: Escribir la primera palabra que le venga a la mente para cada imagen, símbolo, garabato, línea o estructura, será fundamental para el bocetaje de los materiales.

8. Combine: Puede combinar todas las palabras y escribirlas en un párrafo, hacer asociaciones al escribir todos los pensamientos que acudan a su mente. Comparar el párrafo con el dibujo y la representación de los mismos pensamientos entre la comunicación y el diseño.

Palabras:

Sueños	Fundación	Niños	Cáncer	Ayuda
Sonrisas	Amor	Amistad	Experiencias	Momentos
Regalos	Magia	Futuro	Felicidad	Recuerdos
Niñas	Adolescentes	Sentimientos	Vida	Familia
Amigos	Emociones	Fuertes	Inteligentes	Soñar
Salud	Altruistas	Aliados	Deseos	Metas
Juegos	Nubes	Estrellas	Luna	Unión
Seguir Adelante	Vivir	Entretenimiento	Crecer	Médicos

7.2.1.2. Aplicación de la técnica



7.2.2. Definición del Concepto:

En el proceso de conceptualización, se determinaron las siguientes frases:

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: Niños y niñas con grandes Deseos”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: Nuestros amigos son los mejores Aliados”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: Nuestros sueños están por las Nubes”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: La familia es lo que nos hace Crecer Fuertes”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: Grandes emociones para grandes Adolescentes”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: Mis metas son la Luna que me alumbra con las Estrellas”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: La vida es el mejor momento lleno de Emociones”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: Los soñadores son mi mayor ventaja”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: Las estrellas me ayudan a soñar en grande”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: Los niños y las niñas tienen las mejores sonrisas”

“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: La unión entre amigos, hacen la felicidad”

Las propuestas en los materiales gráficos se emplearán con el objetivo principal del proyecto, no obstante que también se identifican los objetivos que la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño, tiene para cumplir. Por parte de los bocetos que se realizan para los materiales gráficos, se conecta con la experiencia de cada uno de los pacientes en los que la Fundación ha ayudado y fortalecido cada uno de sus sueños, por lo tanto, el concepto de diseño a la que se aplica en la Fundación con la frase **“Erick Quiroa, Alas por Un Sueño: La vida es el mejor momento lleno de emociones”**.

7.3. Bocetaje:

Cuadro técnico

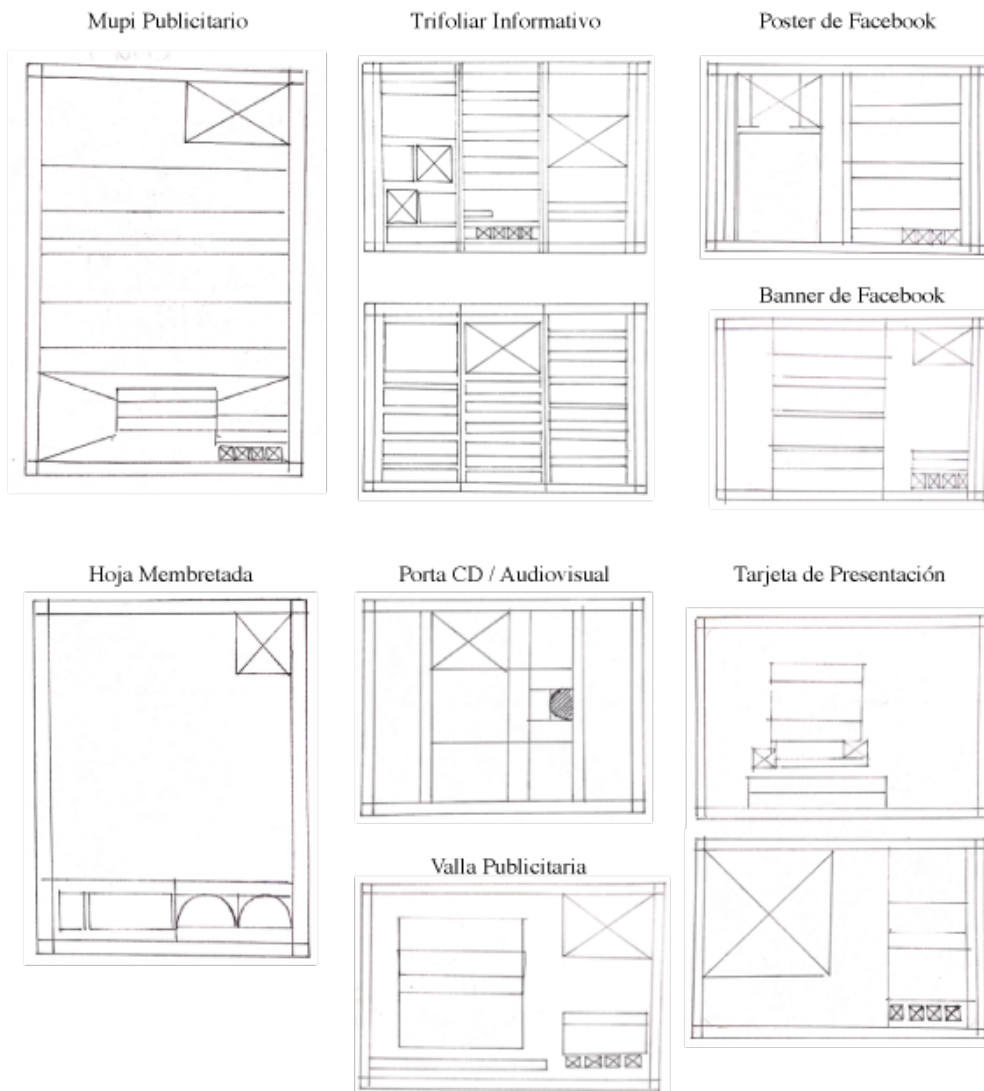
Elemento Gráfico	Propósito	Técnica
Color	Los colores que se usarán en los materiales gráficos se utilizan de la extracción del logotipo en sus tonalidades.	Programa Adobe Illustrator, la utilización de los elementos se centrarán en cada material gráfico.
Diseño	La realización de diseños adaptables a cada uno de las proporciones en las redes sociales y contar con una línea gráfica en su relación.	Programa Adobe Illustrator, realizar cada una de las piezas gráficas y crear todo material gráfico con la misma forma en relación.
Forma	Los diferentes elementos gráficos, los elementos sustraídos del logotipo de la fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño.	Programa de Adobe Illustrator, para sustraer cada una de las piezas en el logotipo de la Fundación.
Medida	Las medidas de cada uno de los materiales gráficos a trabajar.	Tarjeta de presentación: 3.5 x 2 pulg. Poster de Facebook: 1200 x 630 píxeles. Banner de Facebook: 851 x 315 píxeles / 6.70 x 2.44 metros. Porta CD/VIDEO: 12.5 cm x 12.5 cm. Hoja membretada: 8.5 x 11 pulg. Mupi publicitario: 1.67m x 0.90m. Valla Publicitaria: 4.5 x 2.1 metros. Trifoliar: 11 x 8.5 pulg.
Tipo de Material	Los diferentes tipos de impresión para cada uno de los materiales gráficos a trabajar.	Tarjetas de presentación: Cartulinas mate. Porta CD/VIDEO: Cartoncillo. Hoja Membretada: Papel Bond. Mupi Publicitario: Lona Traslúcida. Valla Publicitaria: Lona vinílica. Trifoliar: papel couché. Banner: Lona vinil.
Tipografía	Las tipografías serán claras e eficaces, mostrando el centro de la atención.	Programa Adobe Illustrator, trabajar en cada una de los materiales y modificar los tamaños necesarios.

7.3.1. Proceso de bocetaje formal

Propuesta número 1

Diagramación de retícula para material gráfico

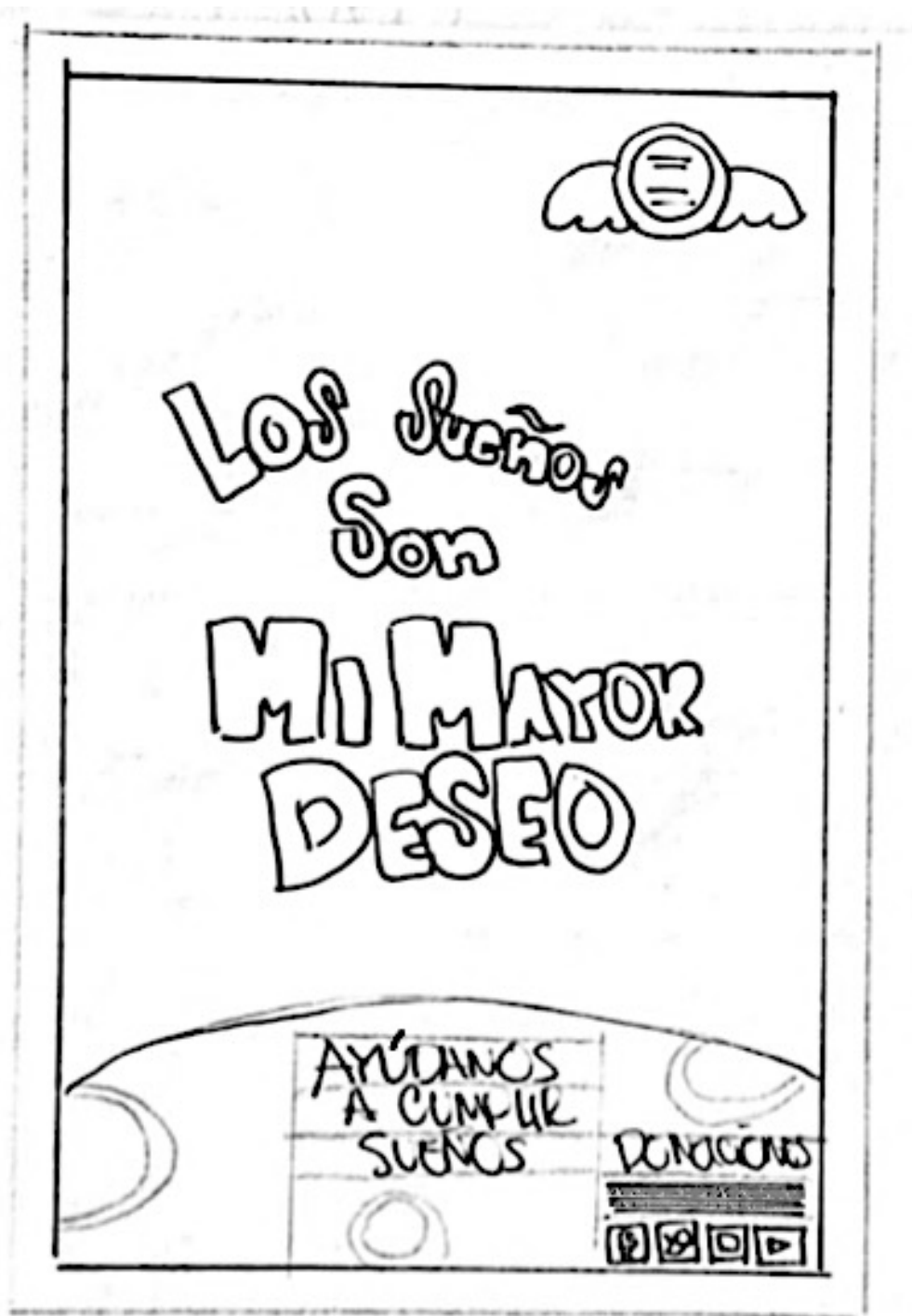
Retícula Informal:



El diseño para la distribución del diseño de retícula en base a las proporciones de cada uno de los materiales gráficos a realizar. La estructura base de forma rectangular define a cada uno de los materiales.

Boceto inicial:

¹Mupi Publicitario: Medida aproximadamente de 0.90 metros x 1.67 metros.



¹ MUPI: Mueble Urbano para la Presentación de Información.

Boceto final:

²Mupi Publicitario: Medida aproximadamente de 4.5 metros x 2.1 metros.



Elementos que componen el material gráfico:

1. Fondo: Colores morado y fucsia, en tonos de degradé.
2. Estrellas: Colores amarillos, sutiles para no ser el centro de atención. Al final se cambiaron por puntos de colores para no saturar la imagen.
3. Luna: Color blanco / gris claro para terminar de completar la imagen de encontrarse en el espacio.
4. Imagotipo: En la parte superior derecha para determinar la relación de la imagen con la Fundación.

² MUPI: Mueble Urbano para la Presentación de Información.

5. Letras principales: dos tipos diferentes de tipografías de color blanco para ser el centro de atención y el contraste de la imagen en su totalidad.
6. Letras secundarias: titulada como “Ayúdanos a cumplir sueños”, que sirve como lema principal de la campaña o del proyecto, el color va tonalidad negra, pero en el arte final se cambió a un tono morado oscuro.
7. Letras adicionales: titulada como “Donaciones” va como el primer cuadro del texto y va de acuerdo a una negrita y el cuadro de texto que acompañará al número o texto oficial en para representar la donación.
8. Iconos: para conseguir seguidores en las diferentes redes sociales, conocer al grupo objetivo y sus actividades que mantenga la Fundación.
9. Las bases de colores combinados para crear el fondo, colores adicionales al material la integración de colores oscuros y vivos para centrar el enfoque principal del objetivo.

Vista preliminar del diseño:



Propuesta digital:

0.90 metros

1.67 metros

**LOS SUEÑOS
SON
MI MAYOR
DESEO**

**AYÚDANOS
A CUMPLIR SUEÑOS**

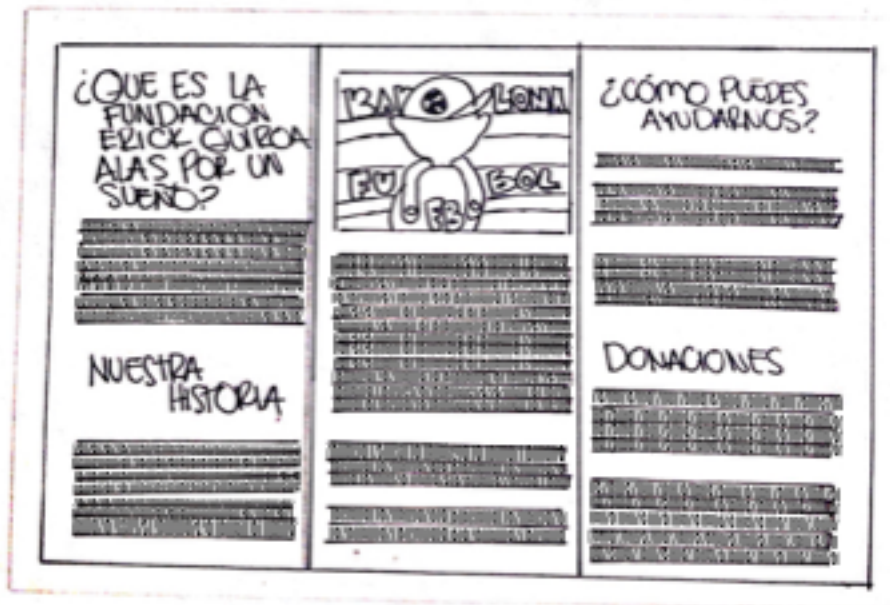
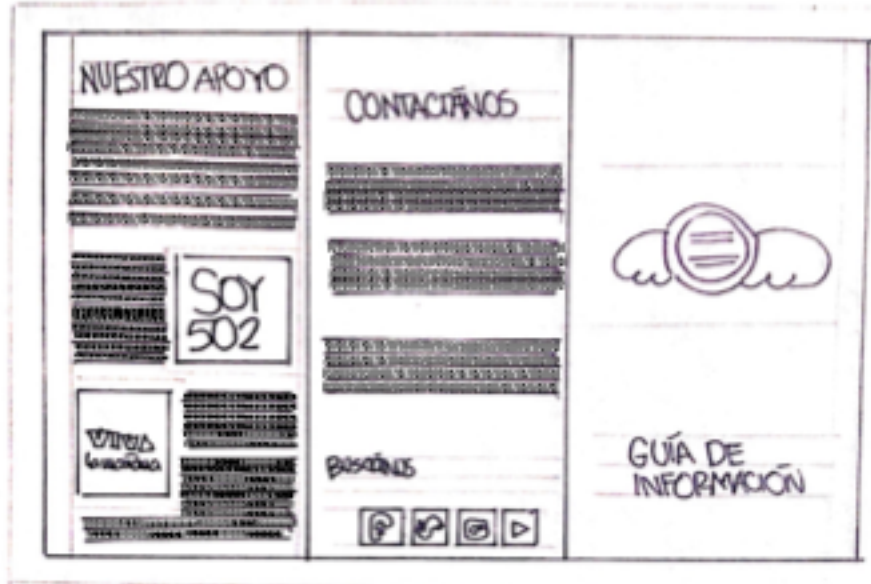
DONACIONES:
Morbi gravida nibh et nibh efficitur ultricies. Donec convallis molestie urna id consectetur. Cras tempus placerat condimentum. Phasellus sed nulla efficitur, sollicitudin lorem aliquam, ultricies velit.



Boceto No. 2 Trifoliar Informativo

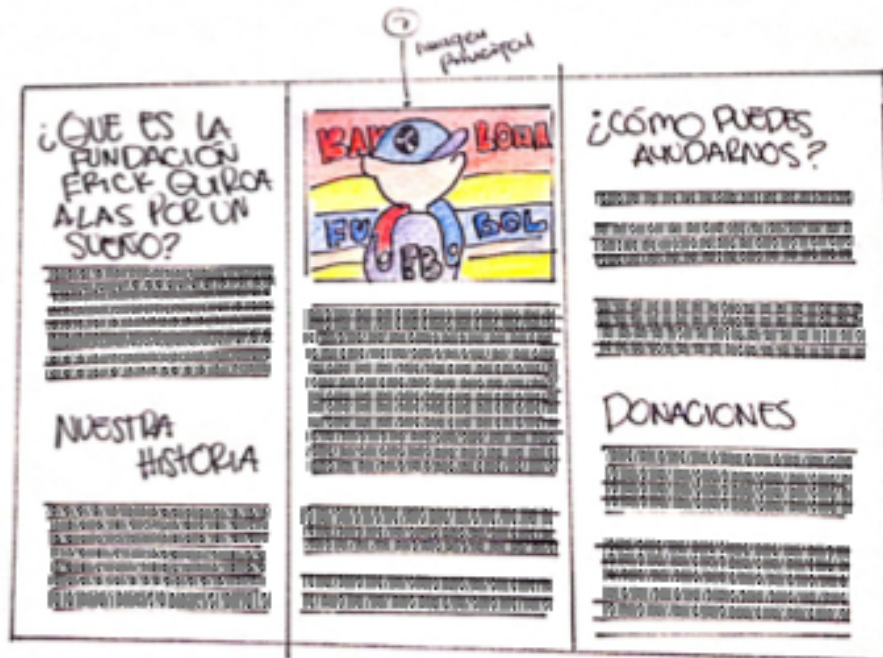
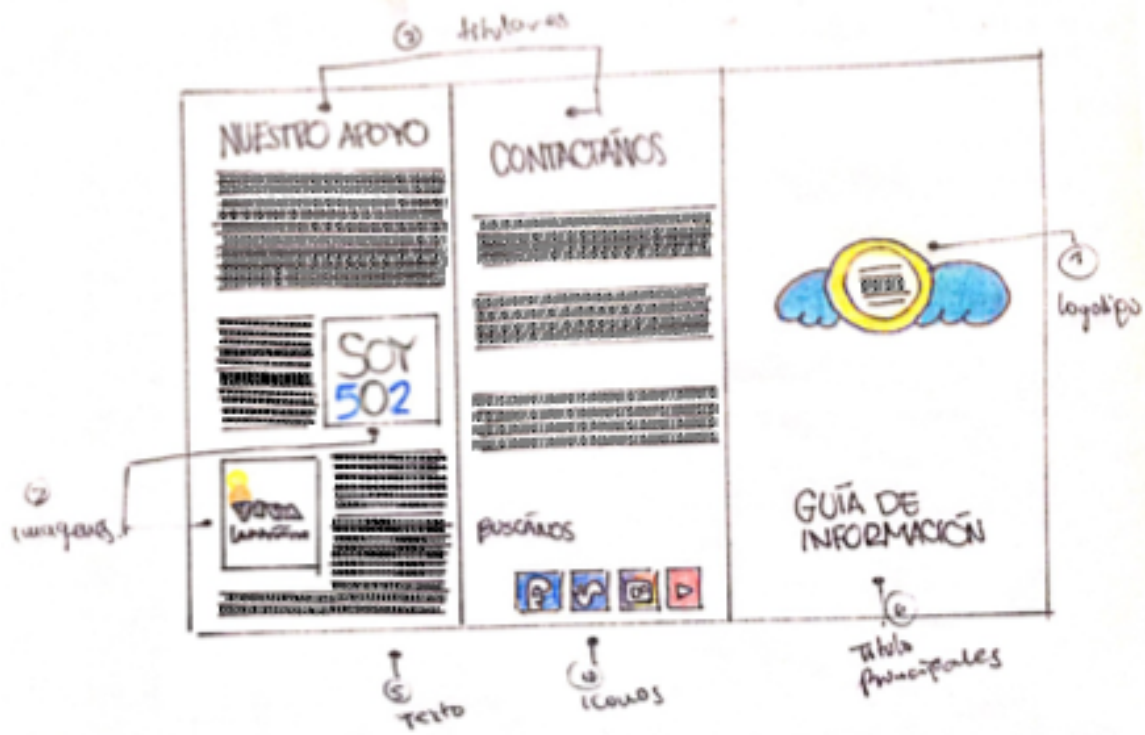
Boceto inicial:

La propuesta de diseño para un material gráfico de un trifoliar informativo que mide 11 x 8.5 pulgadas.

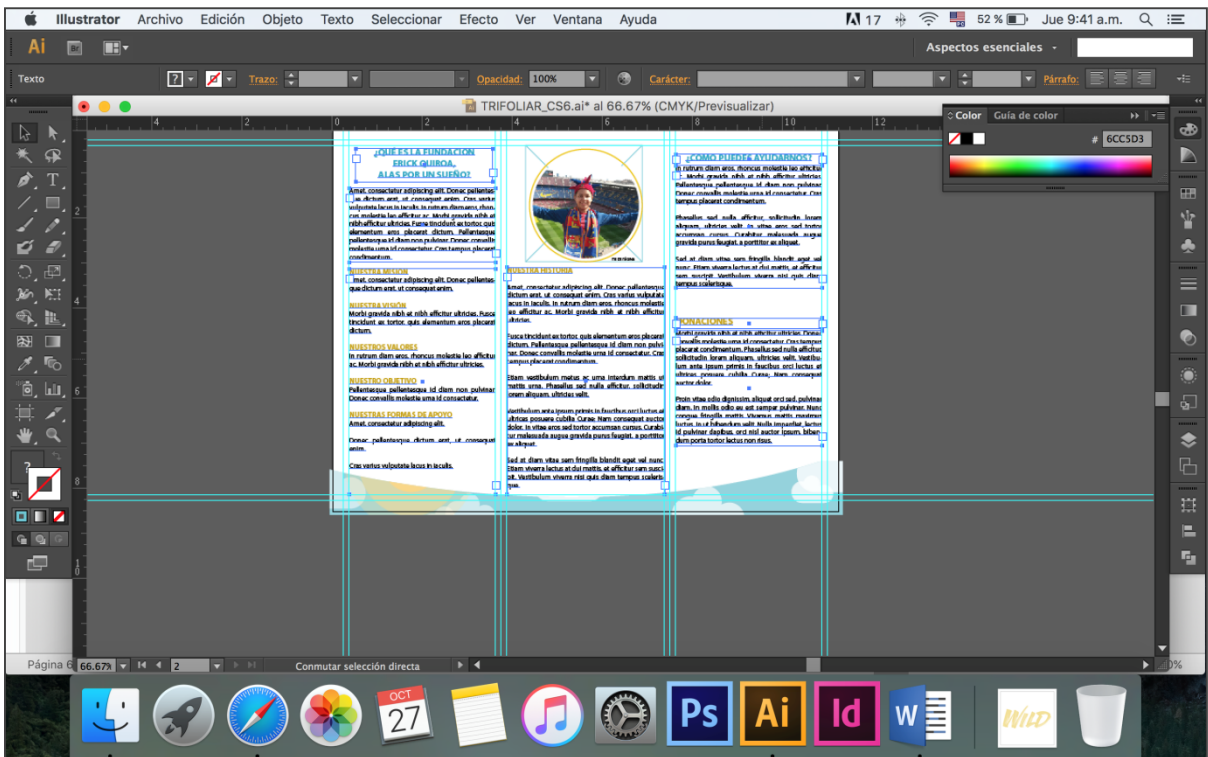


Boceto final:

Trifoliar Informativo



Vista preliminar del diseño:



Propuesta digital:

Tiro y retiro del trifoliar:

11 Pulgadas

NUUESTRO APOYO

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec pellentesque dictum erat, ut consequat enim. Cras varius vulputate lacus in iaculis. In rutrum diam eros, rhoncus molestie leo efficitur ac. Morbi gravida nibh et nibh efficitur ultricies. Fusce tincidunt ex tortor, quis elementum eros placerat dictum. Pellentesque pellentesque id diam non pulvinar. Donec convallis molestie una id consectetur. Cras tempus placerat condimentum.

SOY 502

Nulla diam lacus, convallis ac scelerisque pretium bibendum, justo arcu blandit erat, sed lacinia magna odio vel ex. Phasellus a ultricies ex



Viva La Mañana

Etiam vestibulum metus ac urna interdum mattis ut mattis urna. Phasellus sed nulla efficitur, sollicitudin lorem aliquam, ultricies velit.



Canal Antigua

In dignissim imperdiet augue, ut venenatis odio. Cras tempor maximus nisi, pellentesque auctor risus scelerisque eu, mattis erat id.





BANCO G&T

Nulla diam lacus, convallis ac scelerisque pretium bibendum, justo arcu blandit erat, sed lacinia magna odio vel ex. Phasellus a ultricies ex



ENCUENTRÁNOS

Justo arcu blandit erat, sed lacinia magna odio vel ex. Phasellus a ultricies ex

+502 2361-6955 / +502 3050-0043

2a Calle "A" 6-28, zona 10 Edificio Verona, oficina 207

erickquirosfundacion@gmail.com

SIGUENOS



FUNDACIÓN ERICK QUIROA

ALAS POR UN SUEÑO



GUÍA DE INFORMACIÓN

¿QUÉ ES LA FUNDACIÓN ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO?

Amet, consectetur adipiscing elit. Donec pellentesque dictum erat, ut consequat enim. Cras varius vulputate lacus in iaculis. In rutrum diam eros, rhoncus molestie leo efficitur ac. Morbi gravida nibh et nibh efficitur ultricies. Fusce tincidunt ex tortor, quis elementum eros placerat dictum. Pellentesque pellentesque id diam non pulvinar. Donec convallis molestie una id consectetur. Cras tempus placerat condimentum.

NUUESTRA MISIÓN

Amet, consectetur adipiscing elit. Donec pellentesque dictum erat, ut consequat enim.

NUUESTRA VISIÓN

Morbi gravida nibh et nibh efficitur ultricies. Fusce tincidunt ex tortor, quis elementum eros placerat dictum.

NUUESTROS VALORES

In rutrum diam eros, rhoncus molestie leo efficitur ac. Morbi gravida nibh et nibh efficitur ultricies.

NUUESTRO OBJETIVO

Pellentesque pellentesque id diam non pulvinar. Donec convallis molestie una id consectetur.

NUUESTRAS FORMAS DE APOYO

Amet, consectetur adipiscing elit.

Donec pellentesque dictum erat, ut consequat enim.

Cras varius vulputate lacus in iaculis.



PE DE IGUALA

NUUESTRA HISTORIA

Amet, consectetur adipiscing elit. Donec pellentesque dictum erat, ut consequat enim. Cras varius vulputate lacus in iaculis. In rutrum diam eros, rhoncus molestie leo efficitur ac. Morbi gravida nibh et nibh efficitur ultricies.

Fusce tincidunt ex tortor, quis elementum eros placerat dictum. Pellentesque pellentesque id diam non pulvinar. Donec convallis molestie una id consectetur. Cras tempus placerat condimentum.

Etiam vestibulum metus ac urna interdum mattis ut mattis urna. Phasellus sed nulla efficitur, sollicitudin lorem aliquam, ultricies velit.

Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nam consequat auctor dolor. In vitae eros sed tortor accumsan cursus. Curabitur malesuada augue gravida purus feugiat, a porttitor ex aliquet.

Sed at diam vitae sem fringilla blandit eget vel nunc. Etiam viverra lectus at dui mattis, et efficitur sem suscipit. Vestibulum viverra nisi quis diam tempus scelerisque.

¿COMO PUEDES AYUDARNOS?

In rutrum diam eros, rhoncus molestie leo efficitur ac. Morbi gravida nibh et nibh efficitur ultricies. Pellentesque pellentesque id diam non pulvinar. Donec convallis molestie una id consectetur. Cras tempus placerat condimentum.

Phasellus sed nulla efficitur, sollicitudin lorem aliquam, ultricies velit. In vitae eros sed tortor accumsan cursus. Curabitur malesuada augue gravida purus feugiat, a porttitor ex aliquet.

Sed at diam vitae sem fringilla blandit eget vel nunc. Etiam viverra lectus at dui mattis, et efficitur sem suscipit. Vestibulum viverra nisi quis diam tempus scelerisque.

DONACIONES

Morbi gravida nibh et nibh efficitur ultricies. Donec convallis molestie una id consectetur. Cras tempus placerat condimentum. Phasellus sed nulla efficitur, sollicitudin lorem aliquam, ultricies velit. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nam consequat auctor dolor.

Proin vitae odio dignissim, aliquet orci sed, pulvinar diam. In mollis odio eu est semper pulvinar. Nunc congue fringilla mattis. Vivamus mattis maximus luctus. In ut bibendum velit. Nulla imperdiet, lectus id pulvinar dapibus, orci nisi auctor ipsum, bibendum porta tortor lectus non risus.

8,5 Pulgadas

72

Parte del tiro: Se cambiaron elementos gráficos para el diseño y la utilización de colores que se identifiquen con la Fundación. La selección del dorado y del color de las alas divide los textos de donde empieza un texto y termina uno.

Parte del retiro: Se adaptaron los elementos, dando un tono más de color y sin dejar espacios en blanco por completo. Se agregaron a los subtítulos tonalidades del mismo dorado más oscuro y en los títulos principales, turquesa oscuro.

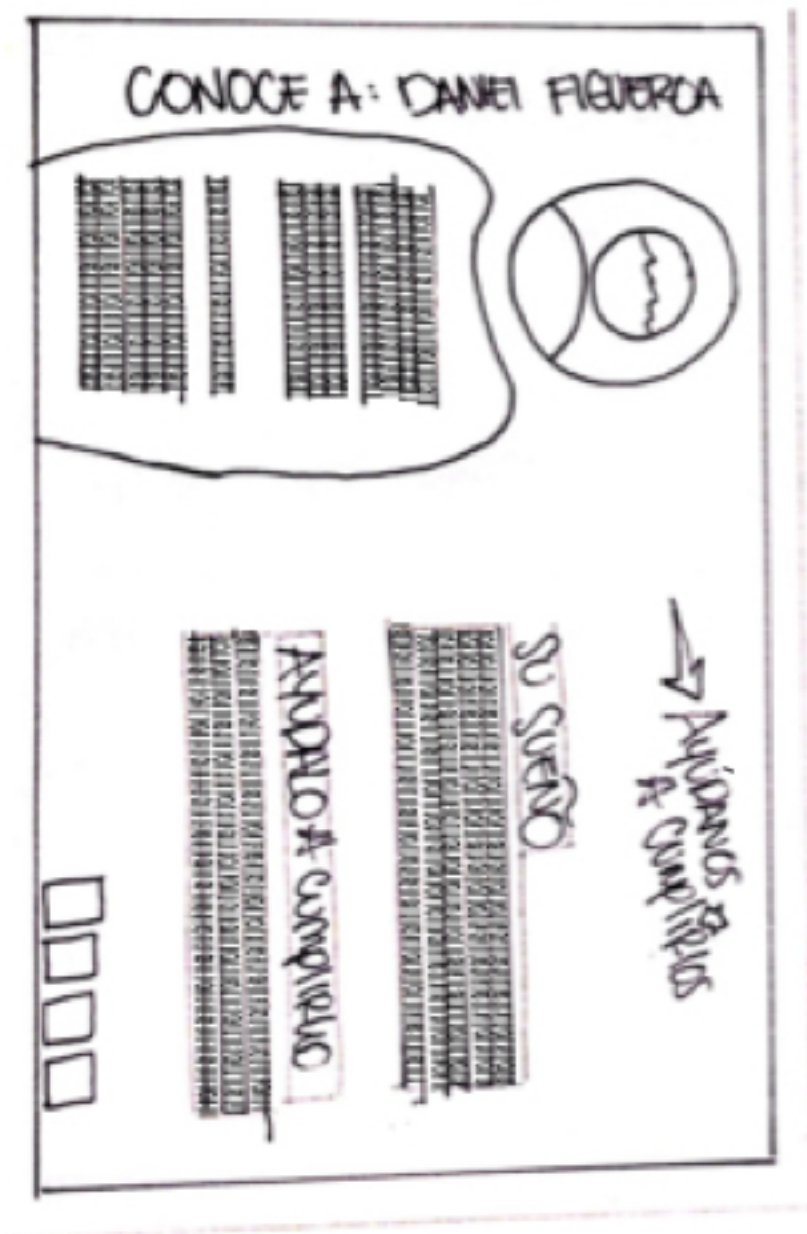
Elementos que componen el material gráfico:

1. Imagotipo: Será la imagen que caracteriza y la parte frontal del Trifoliar.
2. Titulares: Mantendrá una letra clara y limpia por lo que se usará san serif para los titulares y el texto en total.
3. Imágenes: Se utilizarán todas las imágenes necesarias para colocar empresas, fotografías, proporcionadas por el cliente de la Fundación.
4. Iconos: Se colocará las redes sociales para mayor información o responder dudas.
5. Texto: Mantendrá el orden, justificado, de 11 puntos por cada párrafo.
6. Títulos principales: Se usará como elemento extra para colocar el frente del Trifoliar y de lo que realmente una persona espera ver en toda la información de la Fundación.
7. Imagen principal: Se usará la imagen mayor para presentar el motivo e historia de la Fundación, claramente para que las personas puedan conocer la base de toda iniciación en la Fundación.

Boceto No. 3 Posters de Facebook

La propuesta de diseño para la página oficial de la Fundación en Facebook el tamaño para un post de Facebook, en la que se desempeñará por conocer a cada uno de los niños que necesiten la ayuda, medirá aproximadamente 1200 x 630 píxeles.

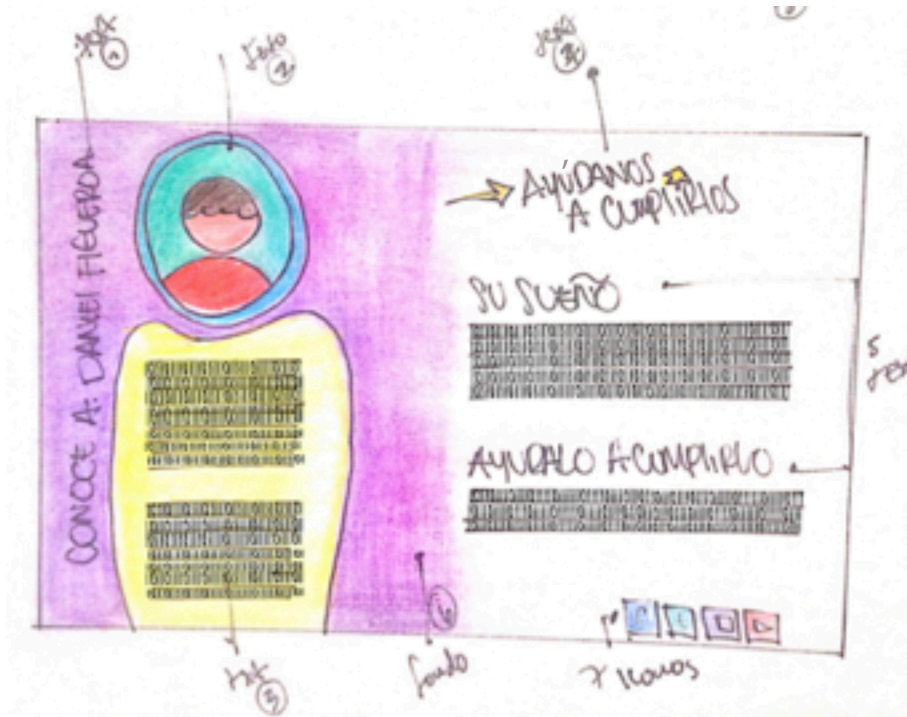
Boceto inicial:



Boceto final:

Poster de Facebook

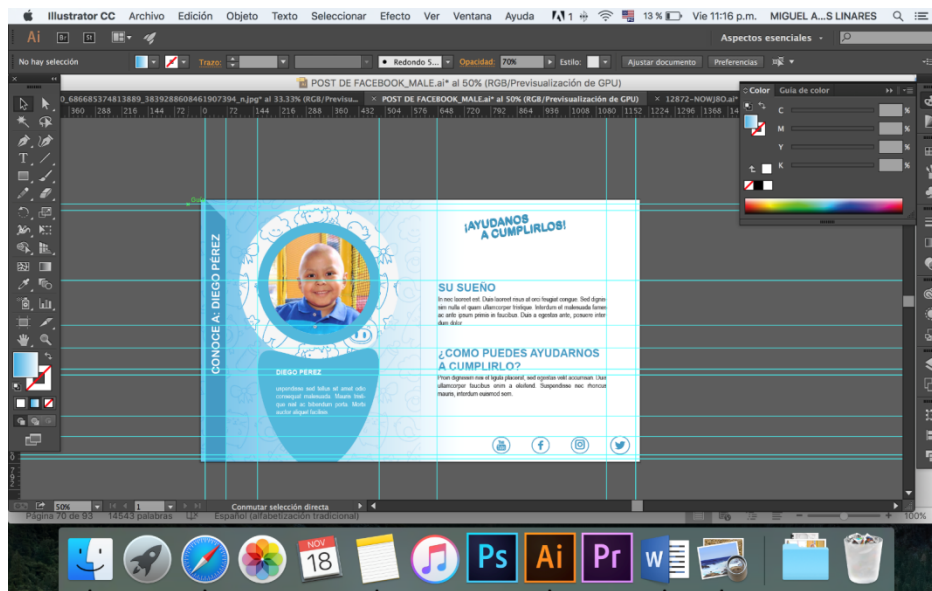
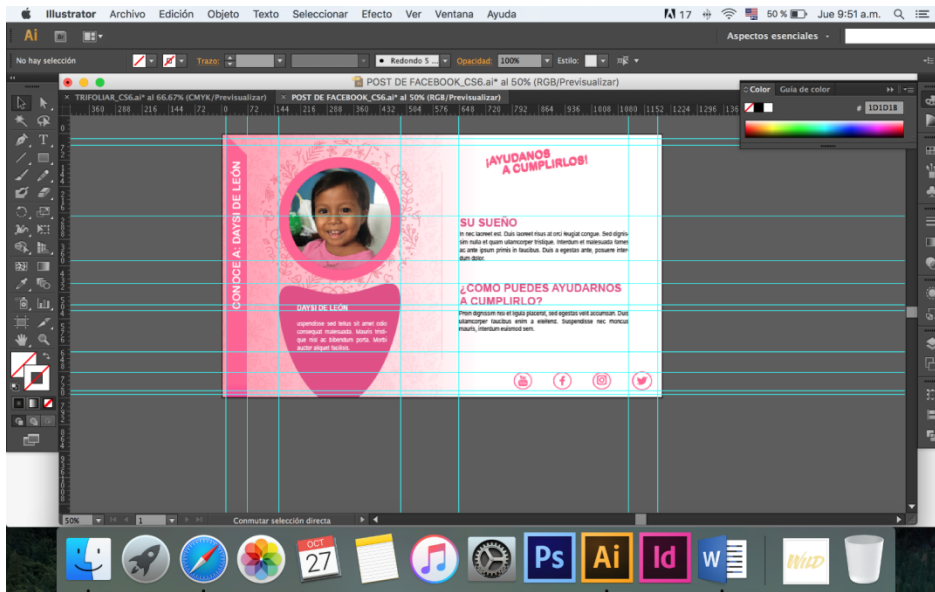
Elementos que componen al material gráfico:



1. Texto principal: En él se dará a conocer el nombre de nada niño o niña. Se agregó un recuadro en el nombre que sea parte de la Fundación y que necesite una ayuda.
2. Fotografía: En la foto se colocará a la persona, las fotografías serán proporcionadas por la Fundación.
3. Texto secundario: Se usará para conocer un poco de la familia del niño o niña para conocer sus condiciones y su origen.
4. Texto terciario: Se colocará el lema “Ayúdanos a cumplirlos”, como parte estratégica.
5. Texto cuartaría: Se agregará toda información de lo que el niño o la niña decidan de sueño o de cumplir su meta.
6. Fondo: Se utilizará un degrade para definir el centro en la persona y luego en el texto para conocer la información.

7. Iconos: Se colocarán los iconos para que se puedan enterar de noticias futuras en otras redes sociales.

Vista preliminar del diseño



Propuesta digital:

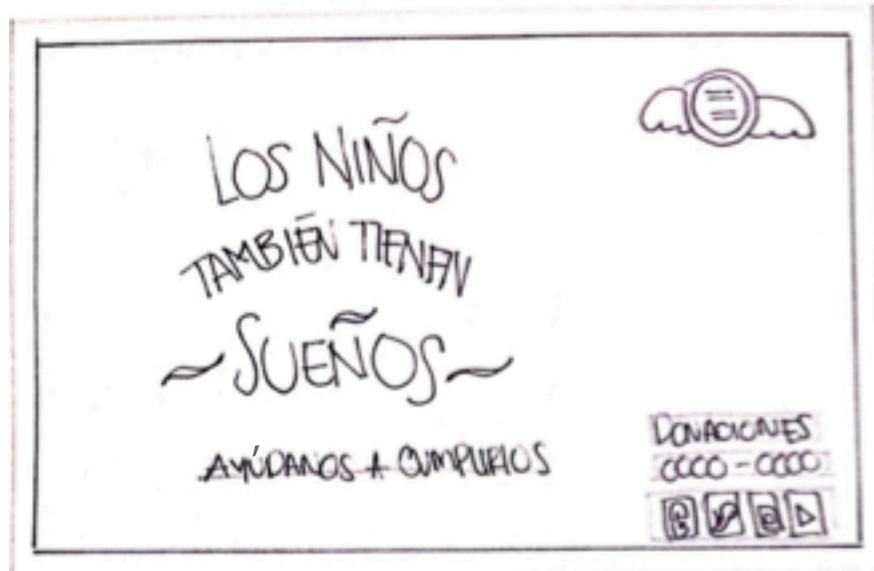


Nota: Los colores cambiaron, ya que si será un niño, los tonos serán azulados, mientras que para las niñas se compondrá de tonos rojos y rosas. Se modificó el fondo según su género.

Boceto No. 4 Banner / Banner para Facebook

La propuesta de diseño para la página oficial de la Fundación en Facebook, el tamaño para un banner de Facebook, en la que se desempeñará por conocer la ayuda y el banner medirá aproximadamente 851 x 315 píxeles.

Boceto inicial:



Boceto final:



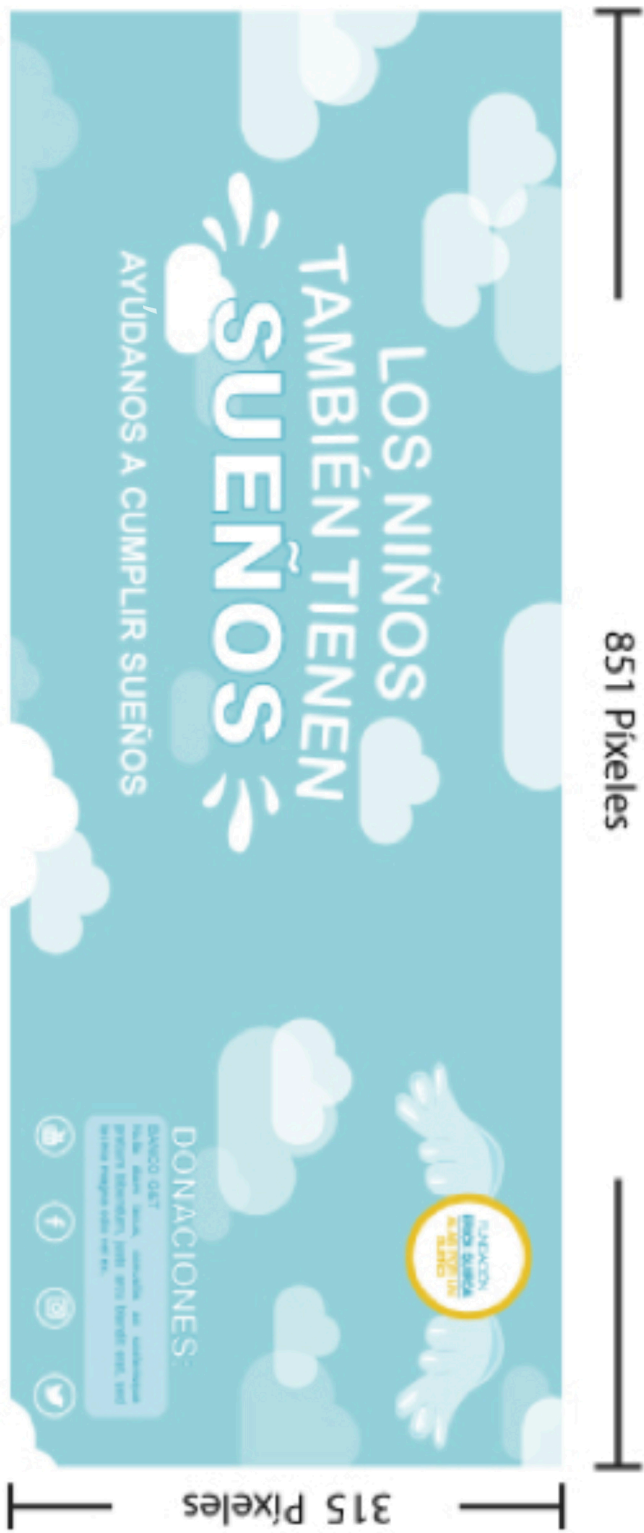
Elementos que componen al material gráfico:

1. Texto principal: El texto será lo principal, se coloca la palabra o frase.
2. Texto secundario: Se coloca el lema para saber la unificación en todo el proyecto.
3. Texto terciario: Se colocará “donación” para saber el número o el texto para cumplir las condiciones en el proyecto de recaudar fondos.
4. Imagotipo: Se colocará de esta forma se podrá colocar en otros dispositivos y saber de quién es el banner y a qué empresa pertenece.
5. Iconos: Se añaden los iconos de las redes sociales para aumentar la popularidad en otras redes sociales.
6. Fondo: Será de forma azul y con nubes de forma minimalista.

Vista preliminar del diseño:



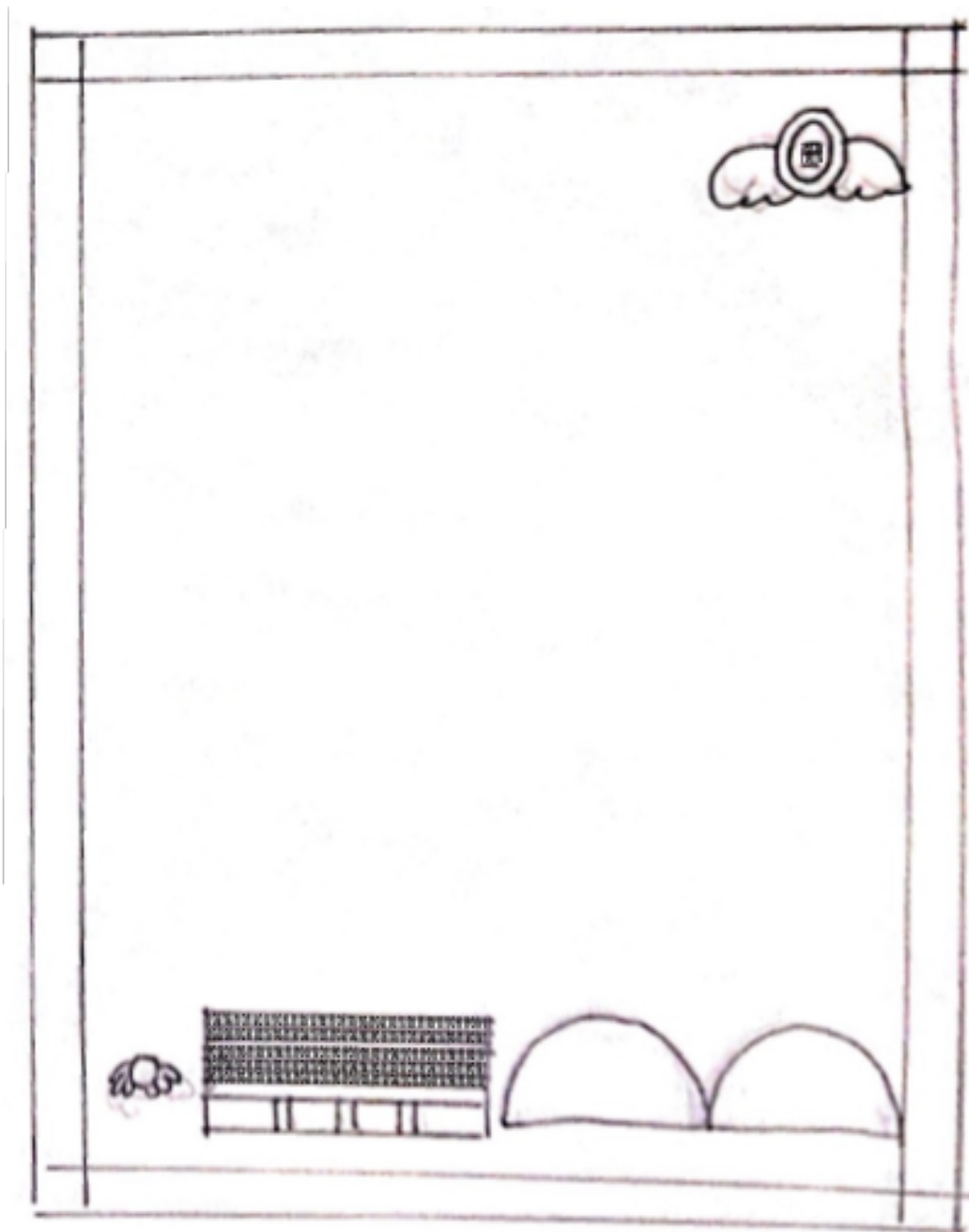
Propuesta digital:



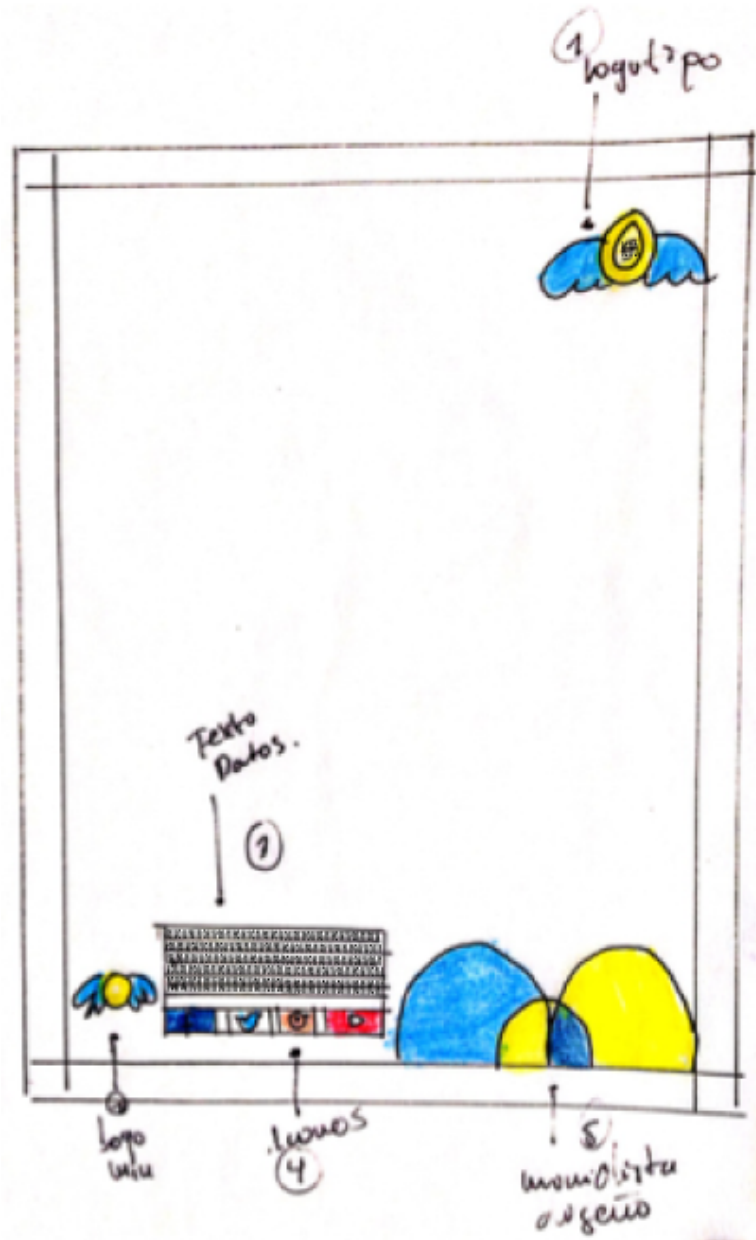
Boceto No. 5 Hoja Membretada

En la propuesta del diseño se empleará una hoja con membrete de la información tamaño de 8.5 x 11 pulgadas.

Boceto inicial:



Boceto final:

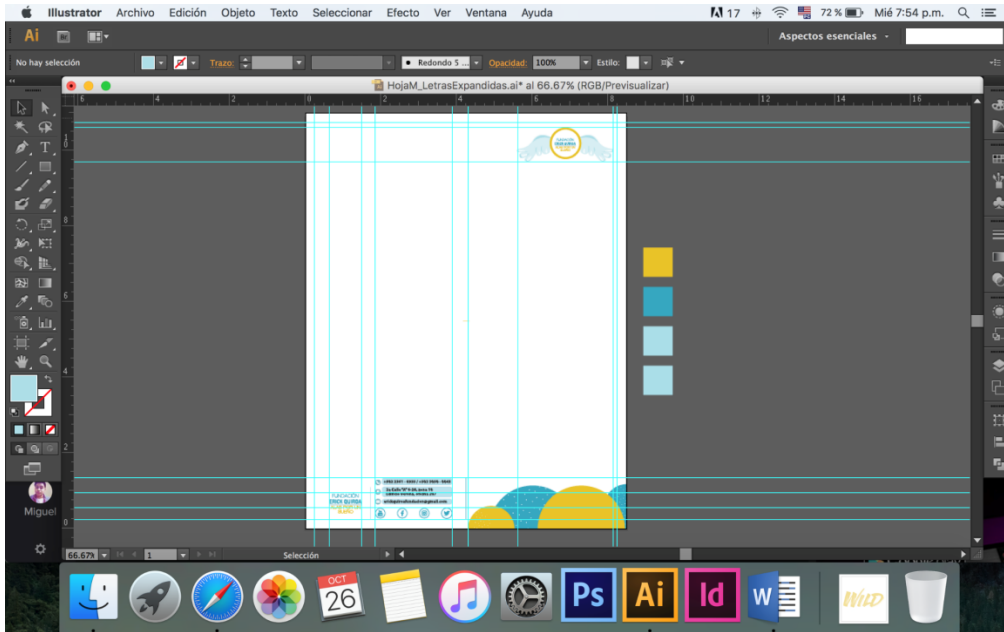


Elementos que componen el material gráfico:

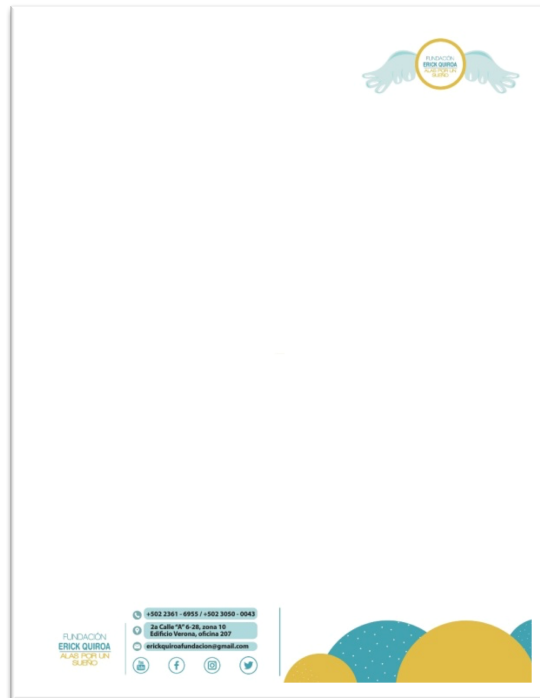
1. Imagetipo principal: Se coloca en la parte superior derecha para saber de qué empresa se está hablando.
2. Imagetipo secundario: Se modificó al cambiar solo el nombre del logotipo principal por separado para darle mejor vista a la hoja.
3. Texto principal: Datos y detalles de ubicación de la empresa.

4. Iconos: Se colocan los iconos para mayor búsqueda de seguidores.
5. Diseño minimalista: Agregar un espacio para el detalle minimalista del membrete.

Vista preliminar del diseño:



Propuesta digital:



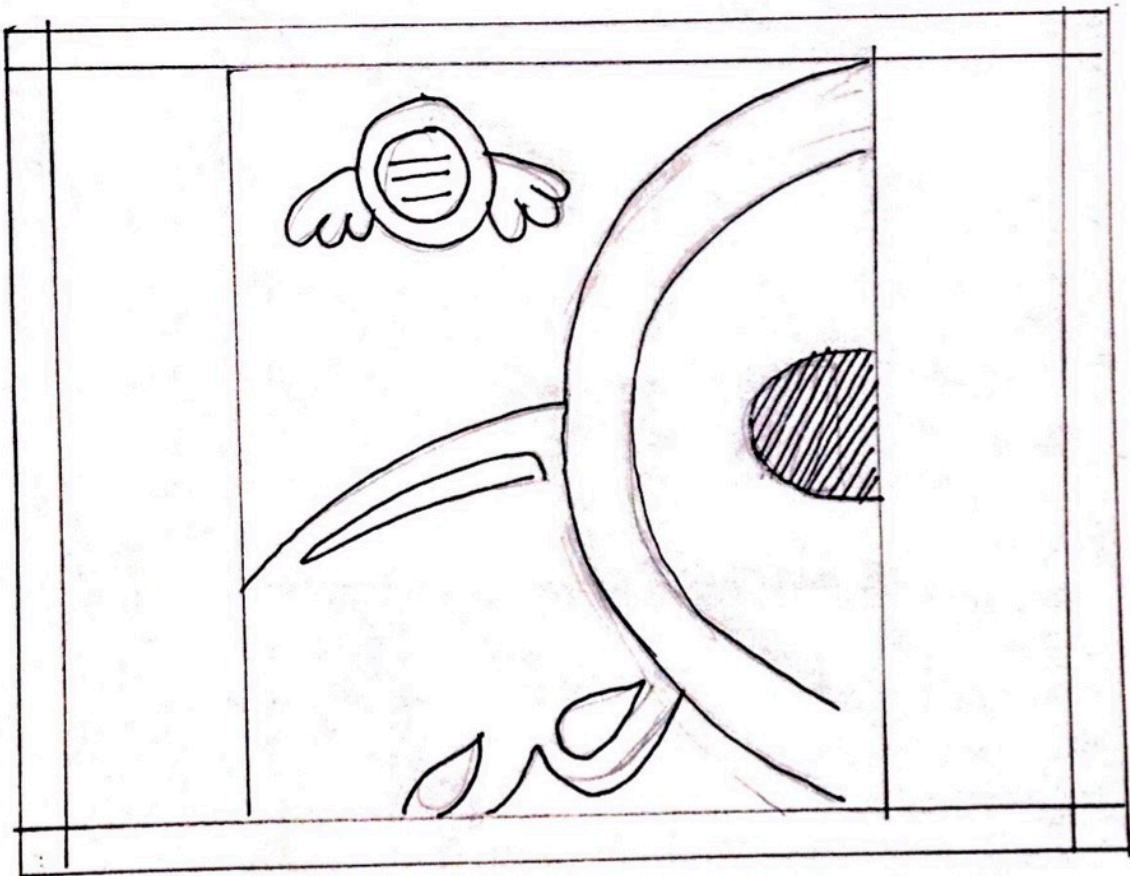
Vista completa del diseño:



Boceto No. 6 Porta CD / Video

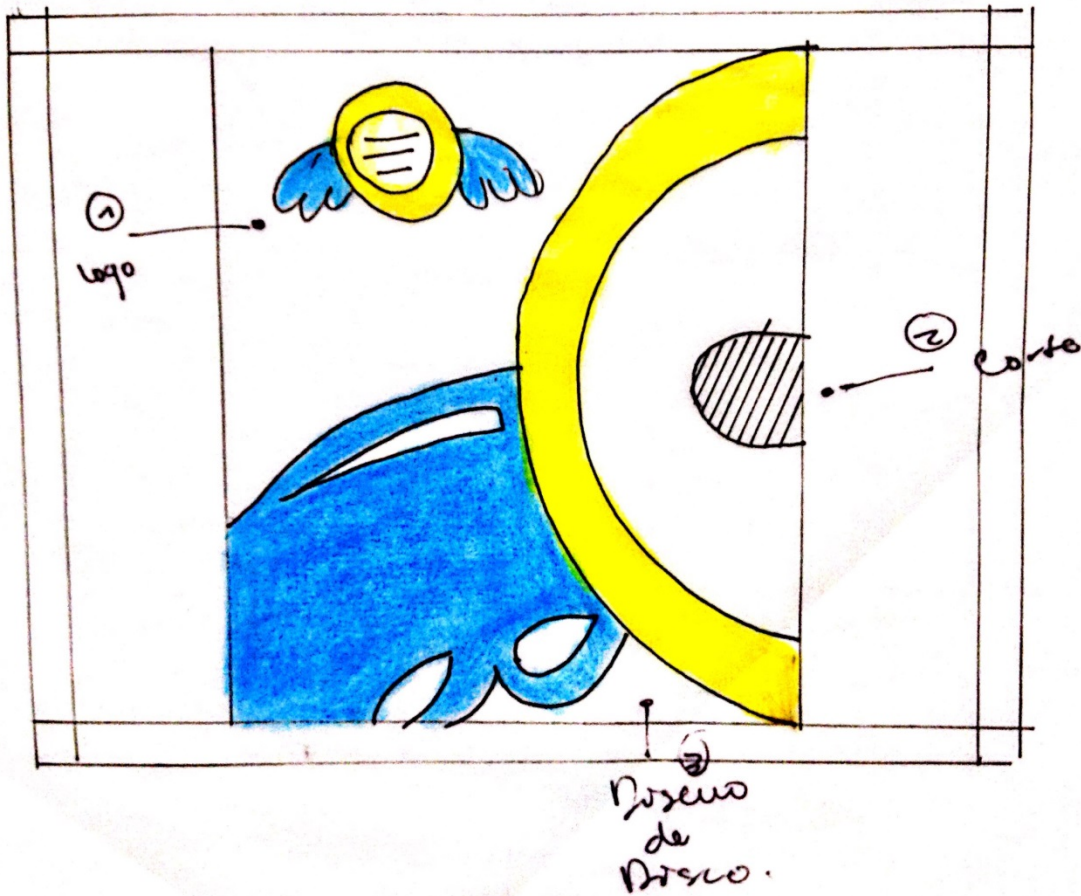
En la propuesta de diseño se elabora un porta CD / Video de un tamaño 12.5 x 12.5 centímetros.

Boceto inicial:



La propuesta de diseño se basa en un troquel para porta CD, de color blanco en la que solo la principal cara se maneja de colores del logotipo, los demás lados del troquel se presentan del color del cartoncillo, por su color, textura y firmeza.

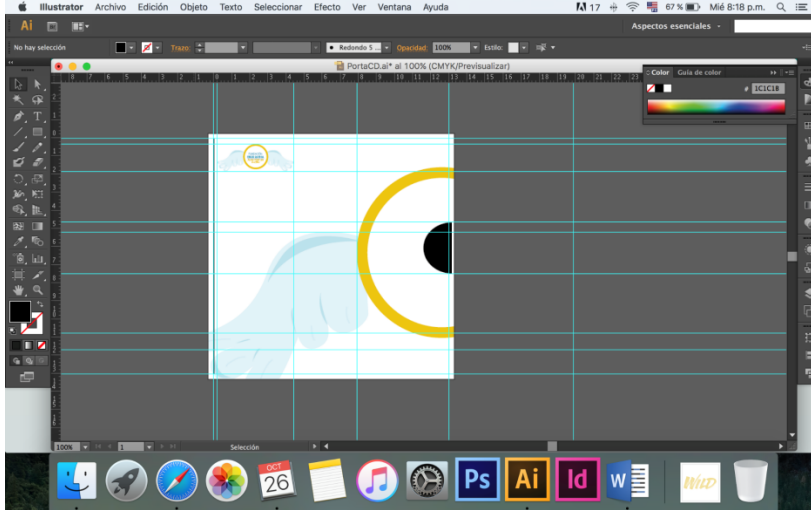
Boceto final:



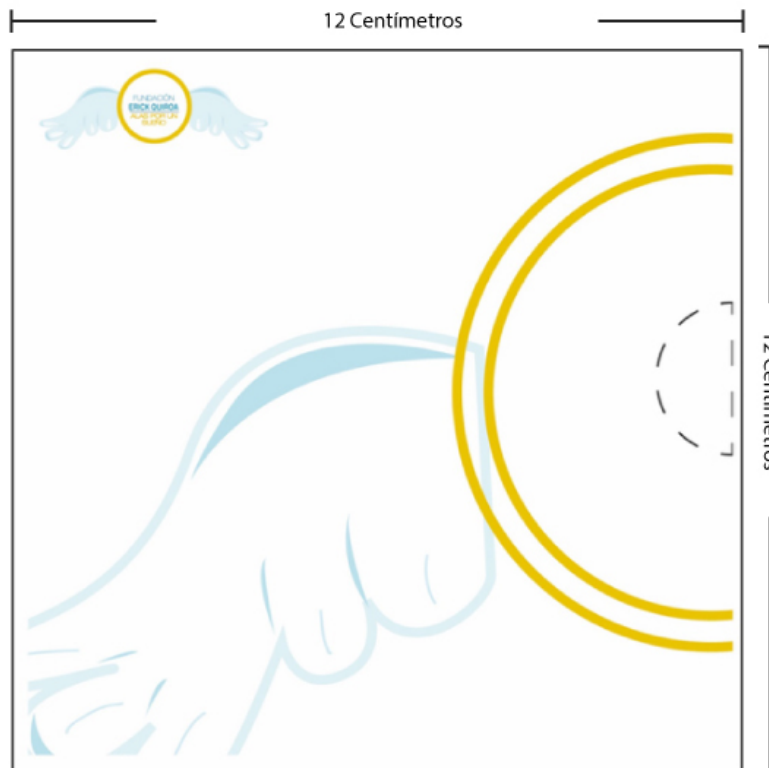
Elementos que componen el material gráfico:

1. Imagetipo: Debe ser la presencia de quien envió el material gráfico, audiovisual, multimedia, etc.
2. Diseño: El diseño será a base del imagetipo para un mejor conocimiento de la Fundación.
3. Corte redondo: Debe existir el corte para sacar el disco que incluirá por la parte de abajo.

Vista preliminar del diseño:



Propuesta digital:



Nota: En el diseño se simplificó, pero existe la unión entre el diseño y el imagotipo.

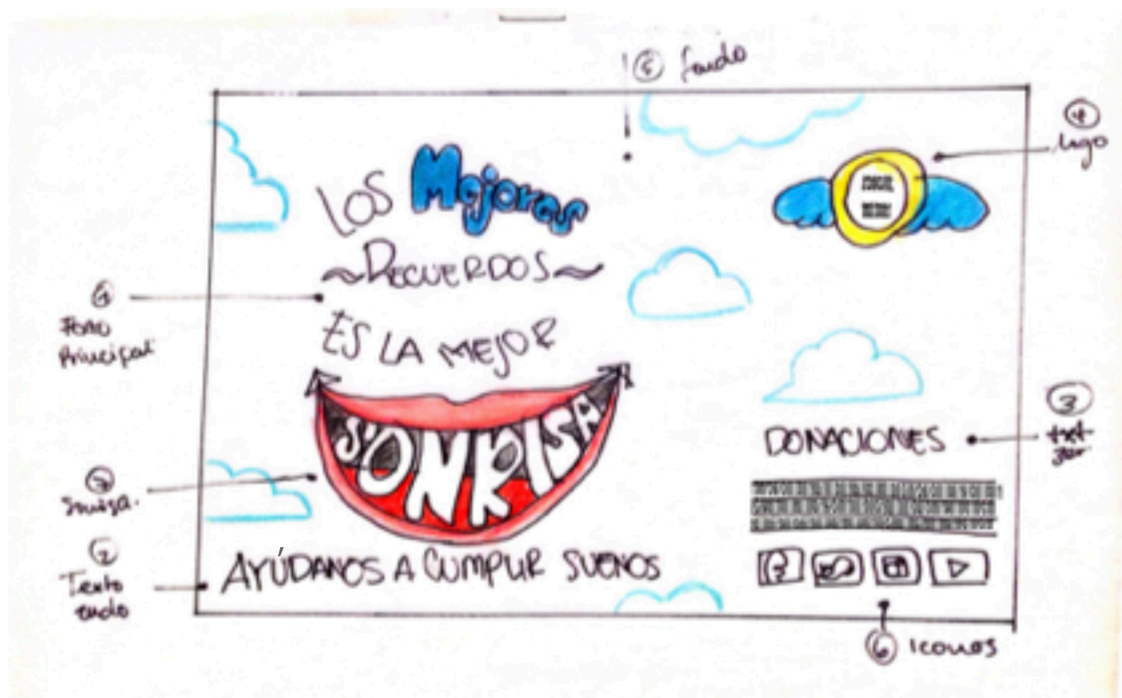
Boceto No. 7 Valla Publicitaria

La propuesta de diseño para el material gráfico impreso de una valla publicitaria de medias de 4.5 x 2.1 metros.

Boceto inicial:



Boceto final:



Los elementos que componen al material gráfico:

1. Texto principal, son en total de 3 tipografías legibles para que pueda ser visible adecuadamente.
2. Texto secundario: Es el lema de la propuesta del proyecto.
3. Texto terciario: Es el texto principal debe ser legible y con letra clara.
4. Imagotipo: Debe estar presente para que observen de quién se trata en la Fundación.
5. Fondo: Debe ser claro para que las letras no se opaquen al momento de estar lejos.
6. Iconos: Las redes sociales por información y popularidad
7. Sonrisa: La atracción principal en la valla publicitaria.

Vista preliminar del diseño:



Propuesta digital:



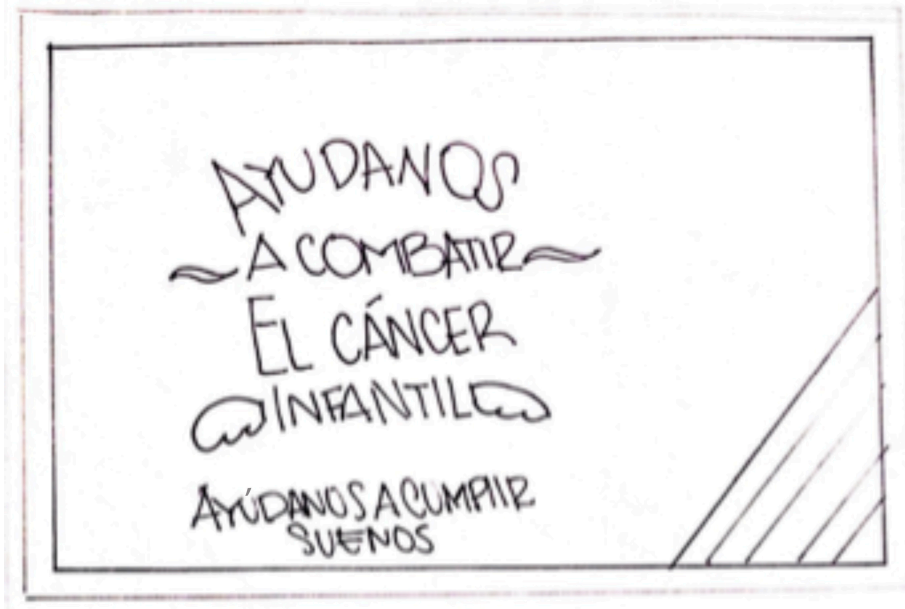
Nota: La tonalidad del fondo cambió en los colores y el texto principal fuera visible.

Boceto No. 8 Tarjetas de presentación

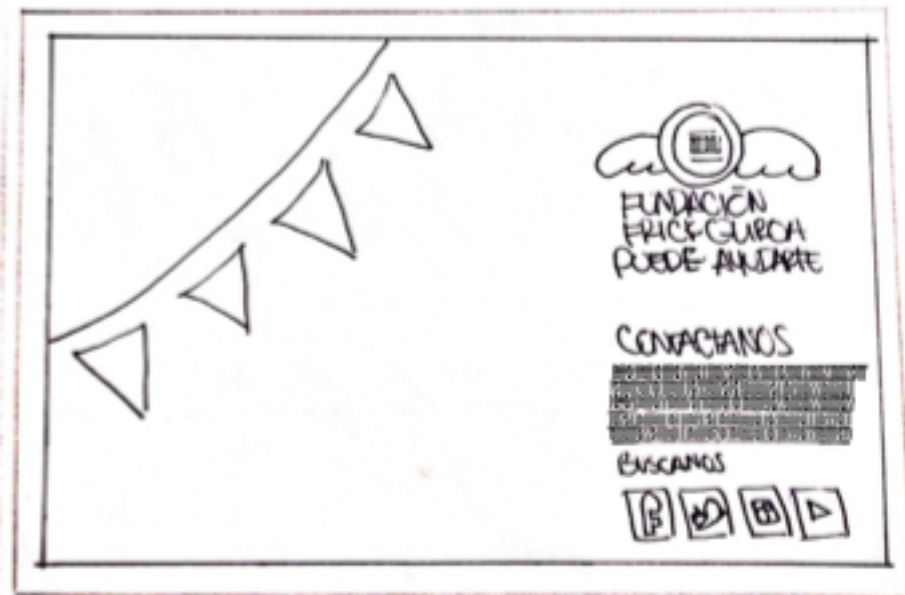
La propuesta de diseño para el material de tarjetas de presentación de medidas de 3.5 x 2 pulgadas.

Boceto inicial:

- Tiro

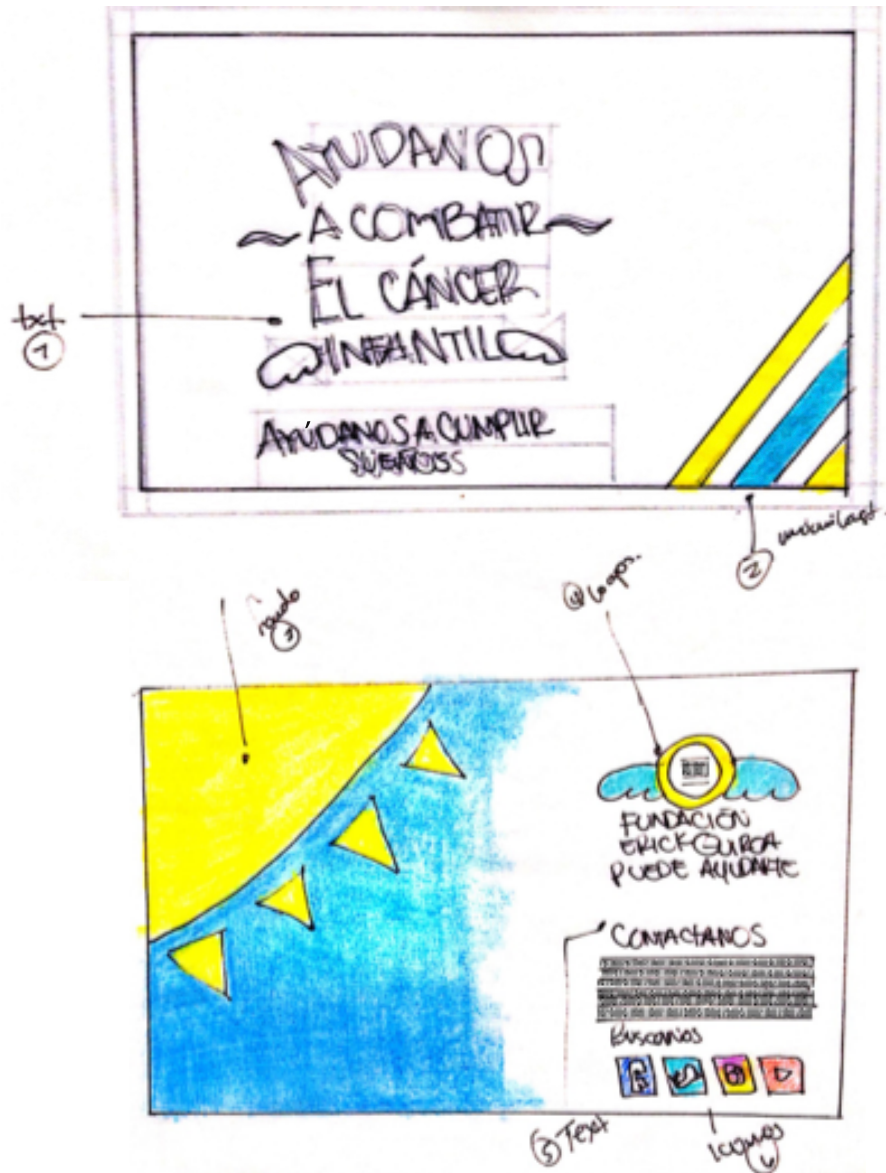


- Retiro



Boceto final:

- Tiro y retiro



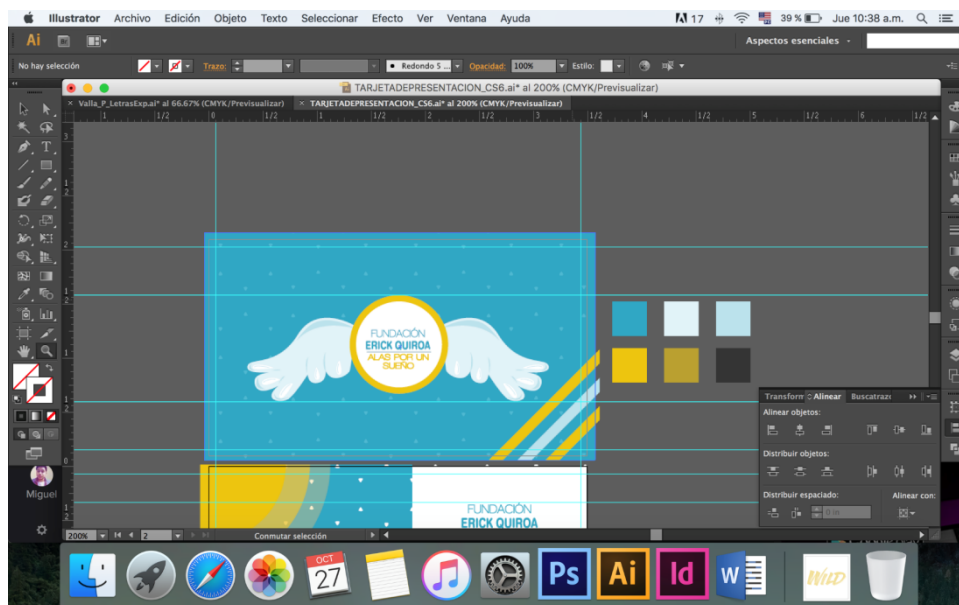
Elementos que componen al material gráfico:

1. Texto principal: En la parte frontal se modificó para colocar el imagotipo y hacer presencia de la imagen de la Fundación.
2. Diseño minimalista: Se utilizaron los tonos del imagotipo para hacer referencia que en la parte trasera hay información de la Fundación.

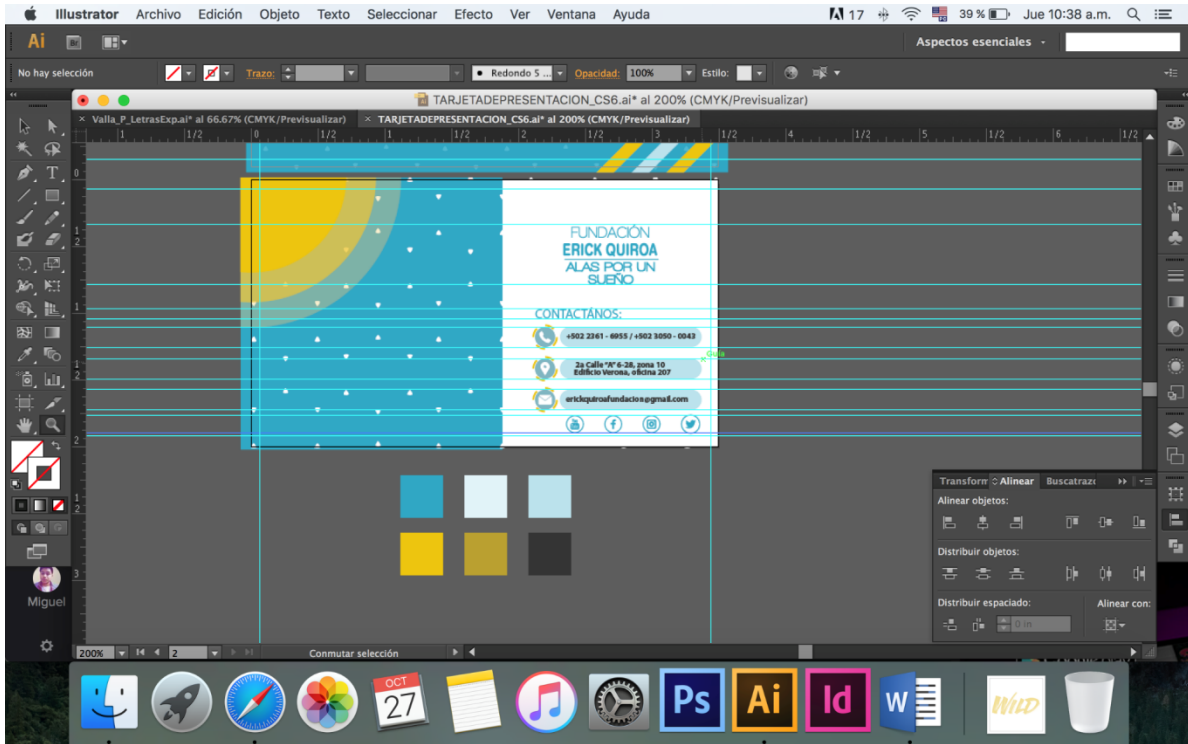
3. Fondo: Se utilizó un sol haciendo la referencia nuevamente por las ideas de los sueños en el cielo y otras referencias como las alas en el imagotipo. El fondo azul se modificó para ser sólido, ya no estará en degradado para determinar entre la información y el diseño.
4. Logotipo secundario: Se coloca también para que puedan hacer presencia de imagen en ambos lados, se modificó solo colocando el nombre de la Fundación y haciendo la re-invencción de la Fundación.
5. Texto secundario: Es la forma para que puedan conocer la ubicación, detalles específicos de la fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño.
6. Iconos: Para aumentar la búsqueda de la Fundación y la información filtrada en las redes oficiales.

Vista preliminar del diseño

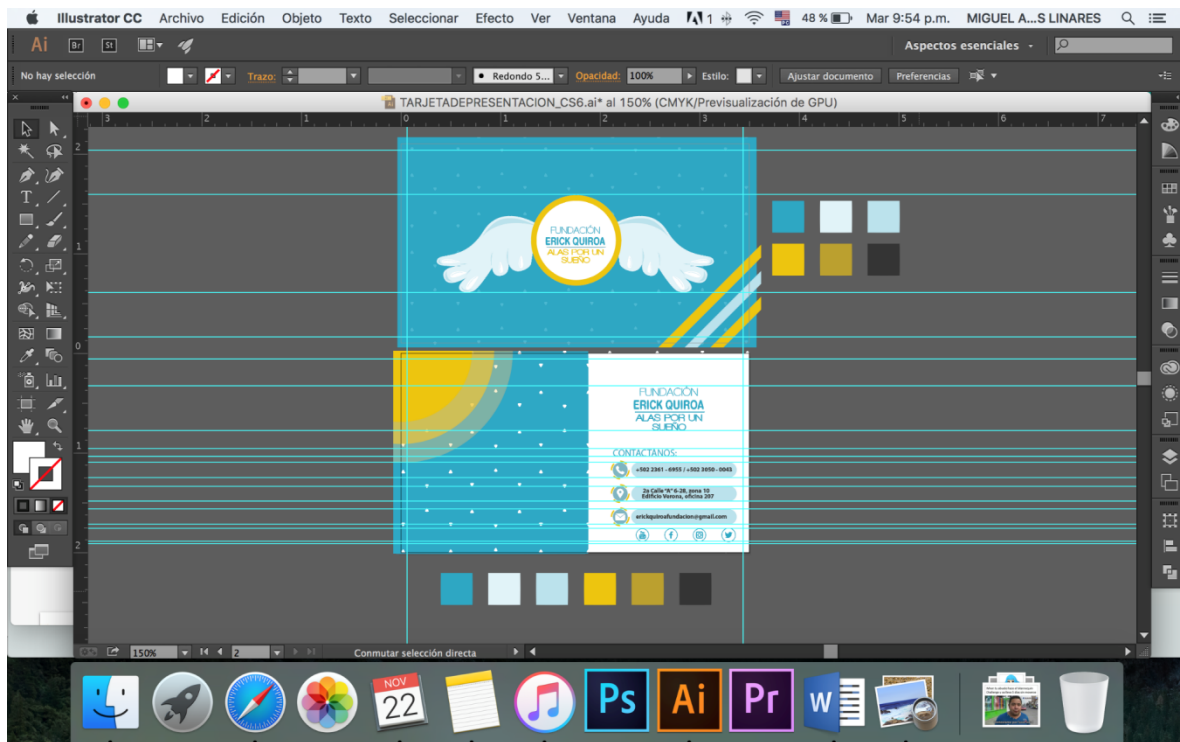
- Tiro



- Retiro



- Vista total del diseño:



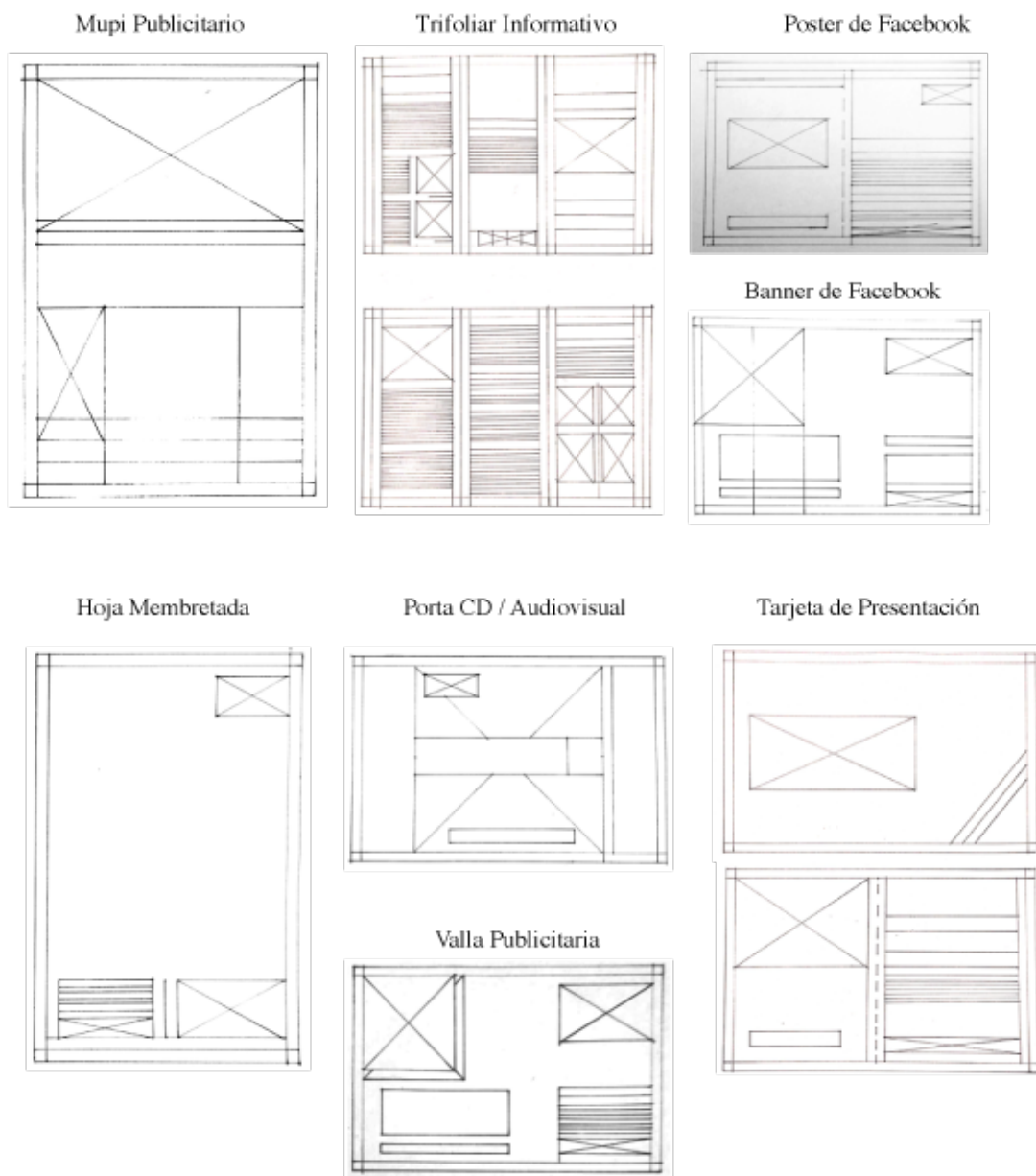
Propuesta digital:



Propuesta número 2

Diagramación de retícula para material gráfico

Retícula Informal:



El diseño de retícula en base a las proporciones de cada uno de los materiales gráficos a realizar. La estructura base de forma rectangular se define y se adapta a cada uno de los materiales para su distribución de elementos.

Boceto No. 1 ³Mupi Publicitario.

La propuesta del diseño para un material de un mupi publicitario teniendo las medidas de 1.67m x 0.90m.

Boceto inicial:



³ MUPI: Mueble Urbano para la Presentación de Información.

Boceto final:



Elementos que componen el material gráfico:

1. Fondo: Será la imagen principal que caracteriza como elementos agrupados y el apoyo principal del texto.
2. Texto principal: Se usará como enfoque para dar el principal apoyo y tema.
3. Texto secundario: El lema principal que mantiene a los materiales juntos.
4. Imagotipo: Presencia de imagen de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.
5. Redes sociales: Conexiones entre plataformas para mejor información.

Vista preliminar del diseño:



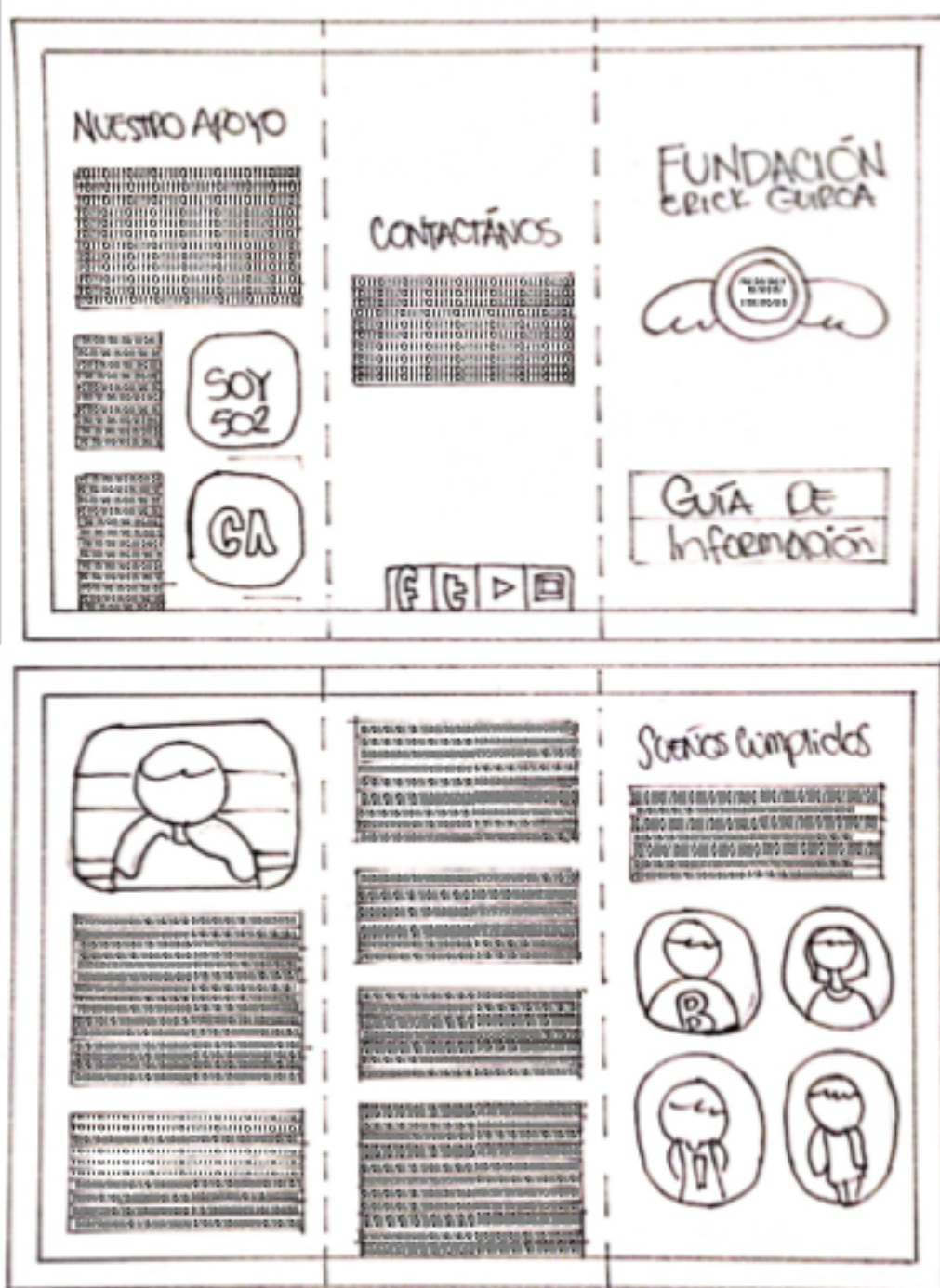
Propuesta digital:



Boceto No. 2 Trifoliar Informativo

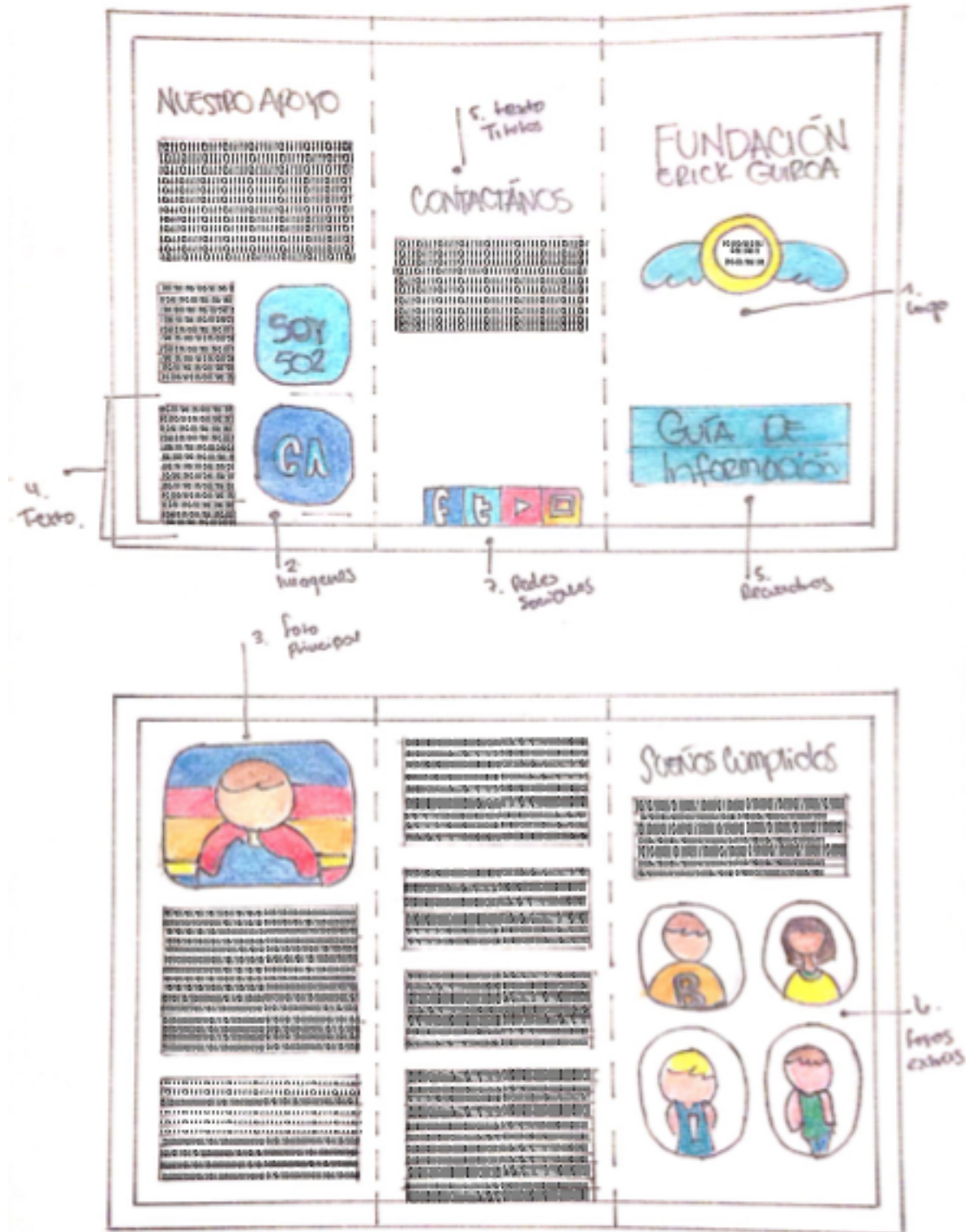
La propuesta de diseño para un trifoliar informativo, impreso, a color, el tamaño es de 11 x 8.5 pulgadas.

Boceto inicial:



Boceto final:

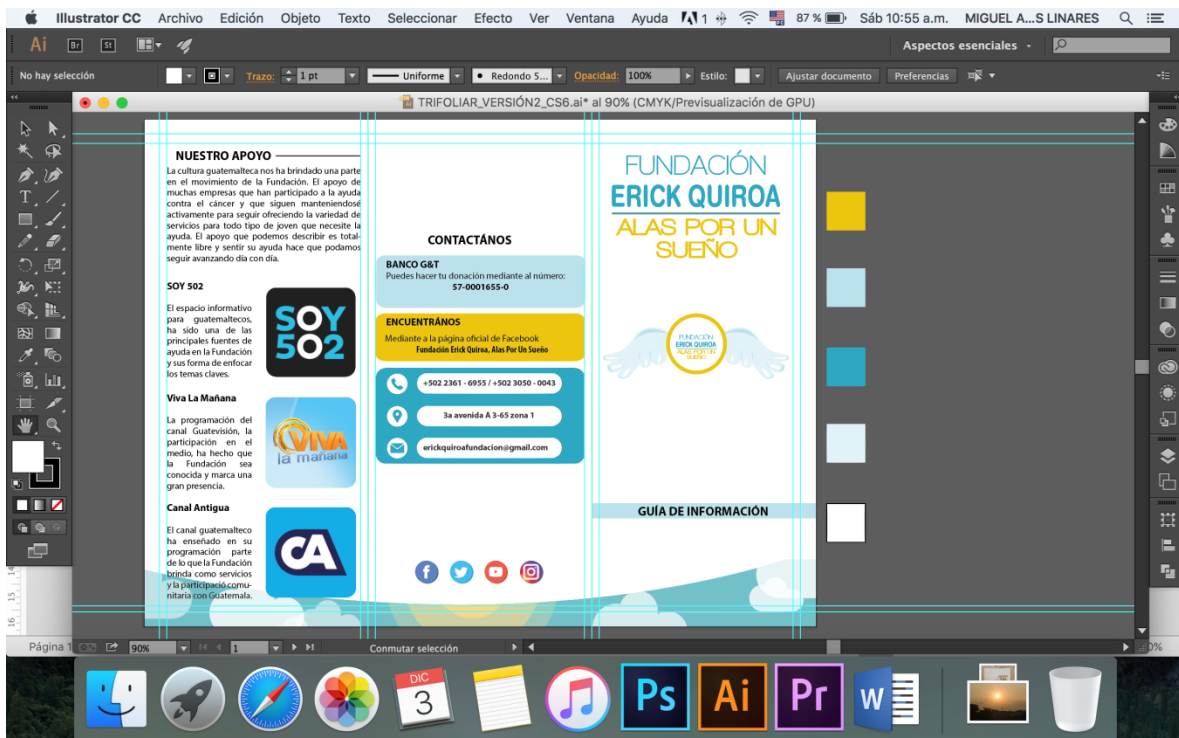
Trifoliar Informativo el tamaño es de 11 pulgadas x 8.5 pulgadas.

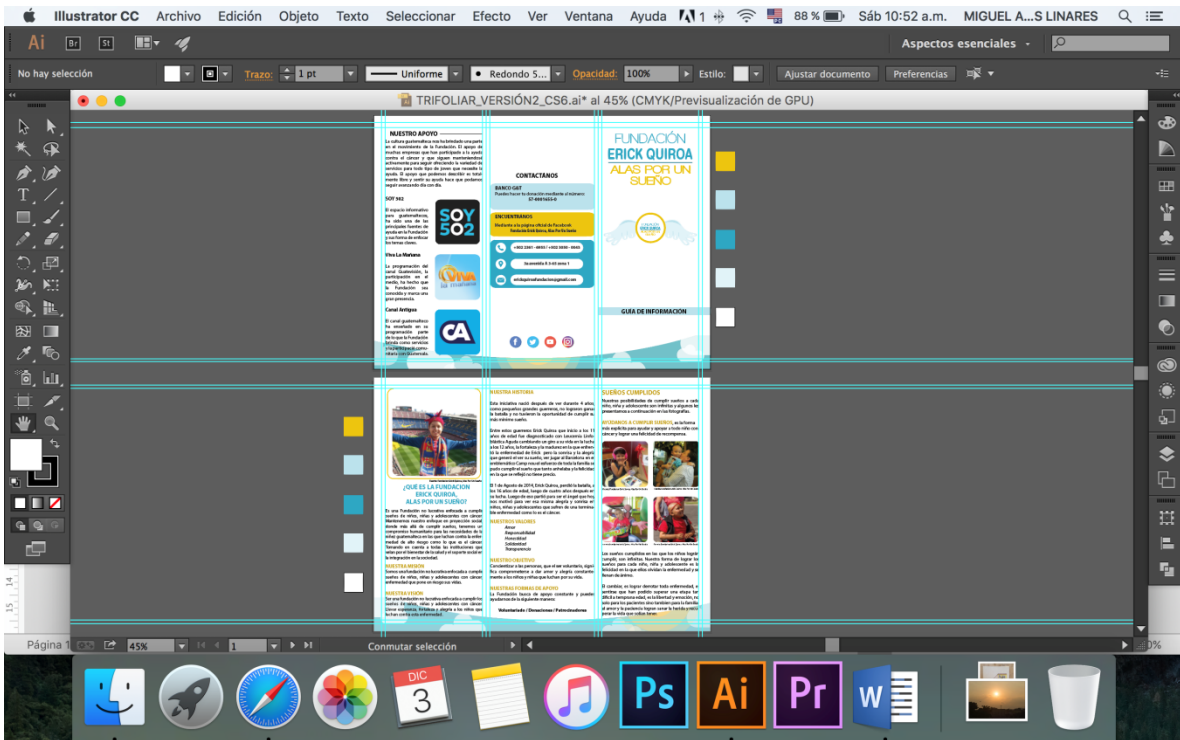
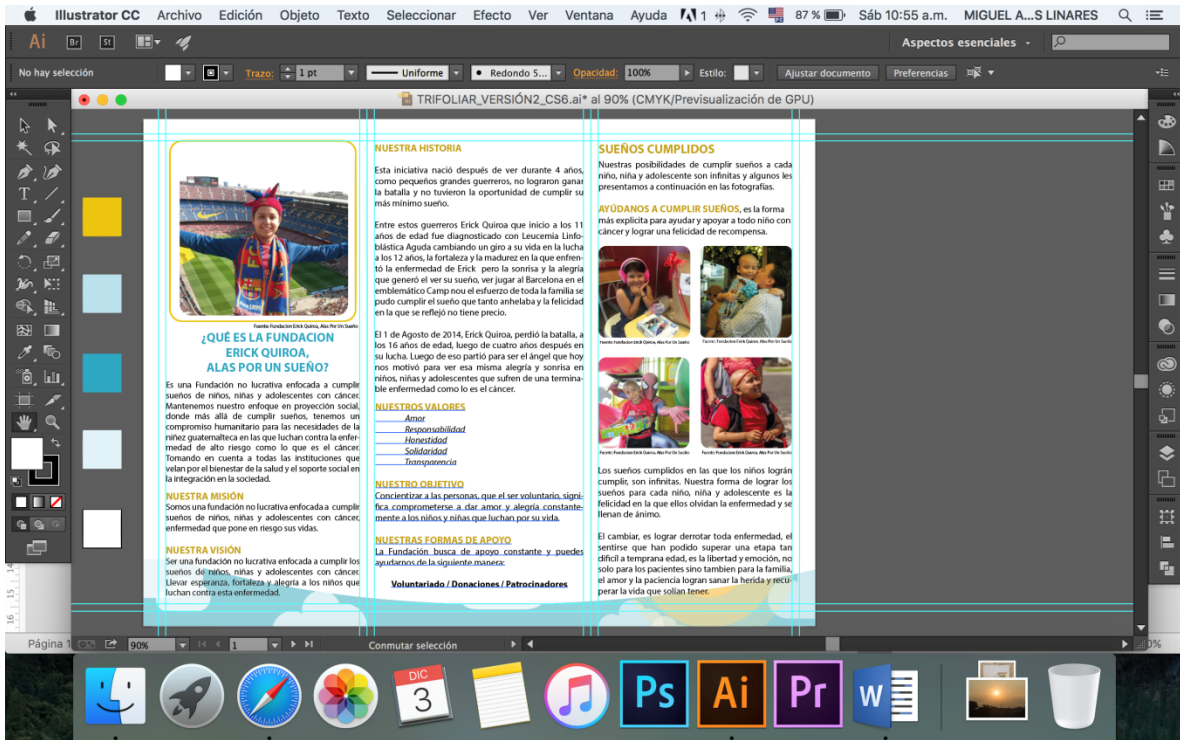


Elementos que componen el material gráfico:

1. Imagotipo: Parte del retiro, que indica la imagen de la Fundación.
2. Imágenes: Fotografías y logotipos en apoyo a la Fundación.
3. Fotografía principal: Imagen de Erick Quiroa, para presentar la historia y parte fundamental de qué es la Fundación.
4. Texto: Colocación de texto en el trifoliar, destacando puntos importantes en la historia, sobre la Fundación y datos principales.
5. Recuadros / formas: Dentro de los recuadros se coloca información extra y datos que conlleva a la ubicación, telefonía, título del trifoliar y correo electrónico.
6. Fotografía extra: Se coloca sueños cumplidos en los niños.

Vista preliminar del diseño:





Propuesta digital:

Tiro y retiro del trifoliar.

11 Pulgadas



Fuente: Fundación Erick Quiroa, Más Por Un Sueño

¿QUÉ ES LA FUNDACION ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO?

Es una Fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Mantenemos nuestro enfoque en proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tenemos un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca en las que luchan contra la enfermedad de alto riesgo como lo que es el cáncer. Tomando en cuenta a todas las instituciones que velan por el bienestar de la salud y el soporte social en la integración en la sociedad.

NUESTRA MISIÓN

Somos una fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer, enfermedad que pone en riesgo sus vidas.

NUESTRA VISIÓN

Ser una fundación no lucrativa enfocada a cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Llevar esperanza, fortaleza y alegría a los niños que luchan contra esta enfermedad.

NUESTRA HISTORIA

Esta iniciativa nació después de ver durante 4 años, como pequeños grandes guerreros, no lograron ganar la batalla y no tuvieron la oportunidad de cumplir su más mínimo sueño.

Entre estos guerreros Erick Quiroa que inició a los 11 años de edad fue diagnosticado con Leucemia Linfoblástica Aguda cambiando un giro a su vida en la lucha a los 12 años, la fortaleza y la madurez en la que enfrentó la enfermedad de Erick, pero la sonrisa y la alegría que generó el ver su sueño, ver jugar al Barcelona en el emblemático Camp Nou el esfuerzo de toda la familia se pudo cumplir el sueño que tanto anhelaba y la felicidad en la que se reflejó no tiene precio.

El 1 de Agosto de 2014, Erick Quiroa, perdió la batalla, a los 16 años de edad, luego de cuatro años después en su lucha. Luego de eso partió para ser el ángel que hoy nos motivó para ver esa misma alegría y sonrisa en niños, niñas y adolescentes que sufren de una terminable enfermedad como lo es el cáncer.

NUESTROS VALORES

- Amor
- Responsabilidad
- Honestidad
- Solididad
- Transparencia

NUESTRO OBJETIVO

Concientizar a las personas, que el ser voluntario, significa comprometerse a dar amor y alegría constantemente a los niños y niñas que luchan por su vida.

NUESTRAS FORMAS DE APOYO

La Fundación busca de apoyo constante y puedes ayudarnos de la siguiente manera:

Voluntariado / Donaciones / Patrocinadores

SUEÑOS CUMPLIDOS

Nuestras posibilidades de cumplir sueños a cada niño, niña y adolescente son infinitas y algunos les presentamos a continuación en las fotografías.

AYÚDANOS A CUMPLIR SUEÑOS, es la forma más explícita para ayudar y apoyar a todo niño con cáncer y lograr una felicidad de recompensa.



Fuente: Fondo de José Carlos Alvarado Sandoval



Fuente: Fundación Erick Quiroa, Más Por Un Sueño



Fuente: Fundación Erick Quiroa, Más Por Un Sueño



Fuente: Fundación Erick Quiroa, Más Por Un Sueño

Los sueños cumplidos en las que los niños logran cumplir, son infinitas. Nuestra forma de lograr los sueños para cada niño, niña y adolescente es la felicidad en la que ellos olvidan la enfermedad y se llenan de ánimo.

El cambio, es lograr derrotar toda enfermedad, el sentirse que han podido superar una etapa tan difícil a temprana edad, es la libertad y emoción, no solo para los pacientes sino también para la familia, el amor y la paciencia logran sanar la herida y recuperar la vida que solían tener.

NUESTRO APOYO

La cultura guatemalteca nos ha brindado una parte en el movimiento de la Fundación. El apoyo de muchas empresas que han participado a la ayuda contra el cáncer y que siguen manteniéndose activamente para seguir ofreciendo la variedad de servicios para todo tipo de joven que necesita la ayuda. El apoyo que podemos describir es totalmente libre y sentir su ayuda hace que podamos seguir avanzando día con día.

SOY 502

El espacio informativo para guatemaltecos, ha sido una de las principales fuentes de ayuda en la Fundación y sus forma de enfocar los temas claves.



Viva La Mañana

La programación del canal Guatevisión, la participación en el medio, ha hecho que la Fundación sea conocida y marca una gran presencia.



Canal Antigua

El canal guatemalteco ha enseñado en su programación parte de lo que la Fundación brinda como servicios y la participación comunitaria con Guatemala.



CONTACTÁMONOS

BANCO G&T

Puedes hacer tu donación mediante al número:
57-0001655-0

ENCUENTRÁMONOS

Mediante a la página oficial de Facebook
Fundación Erick Quiroa, Más Por Un Sueño

+502 2361 - 6955 / +502 3050 - 0043

3a avenida A 3-85 zona 1

erickquiroafundacion@gmail.com



FUNDACIÓN ERICK QUIROA ALAS POR UN SUEÑO



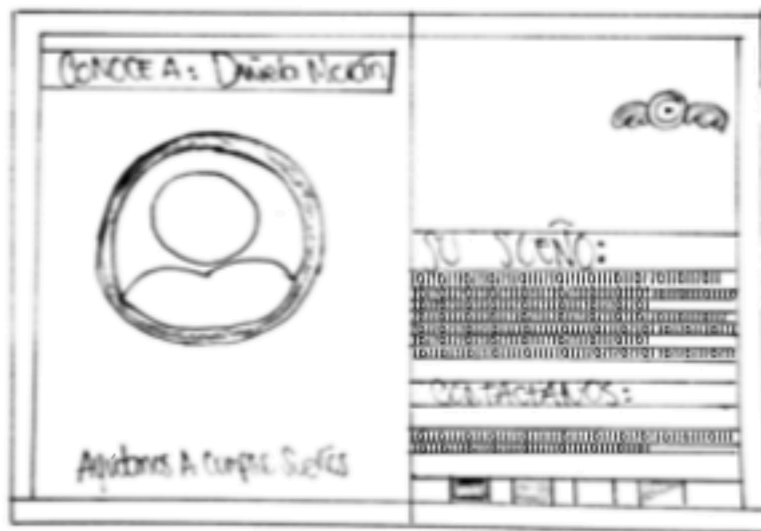
GUÍA DE INFORMACIÓN

8.5 Pulgadas

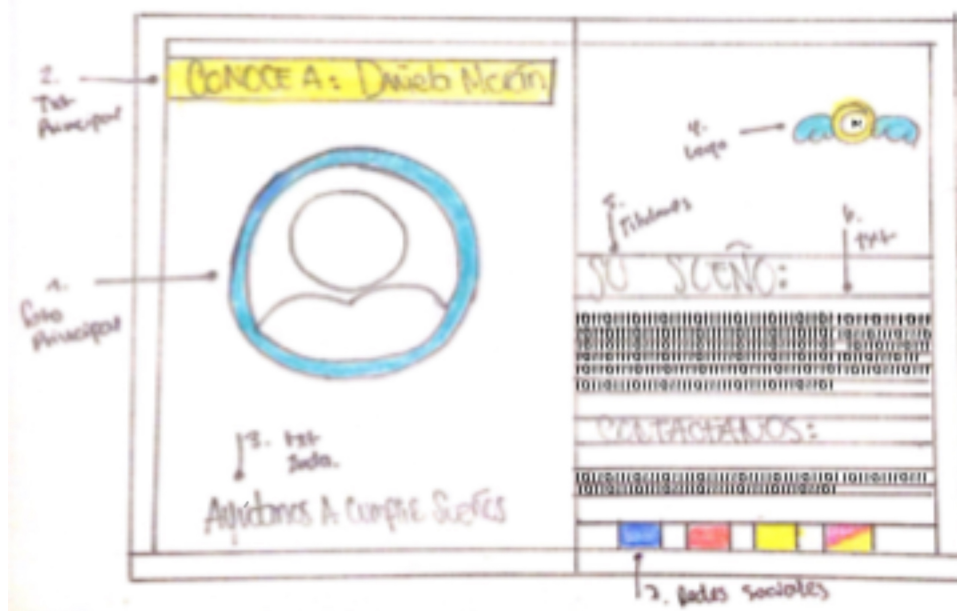
Boceto No. 3 Poster de Facebook

La propuesta de diseño para la página oficial de la Fundación en Facebook. El tamaño de post de Facebook desempeña para dar a conocer a cada uno de los niños que necesite la ayuda. El post se presenta a doce mil seguidores; el post de Facebook medirá aproximadamente 1200 x 630 píxeles.

Boceto inicial:



Boceto final:



Elementos que componen al material gráfico:

1. Texto principal: Se agrega el nombre de cada niño o niña que la Fundación esté apoyando.
2. Fotografía principal: Se coloca la foto de la persona, proporcionada por la Fundación.
3. Texto secundario: Se enlaza al lema principal “Ayúdanos a Cumplir Sueños”
4. Imagotipo: Se aplica el imagotipo para adaptarlos a las redes sociales y establecer una conexión entre las plataformas donde la Fundación está ubicada.
5. Titulares: Se agregan titulares principales para el post.
6. Texto: Es toda información necesaria para dar a conocer al niño o niña y las formas de cómo se puede ayudar a cumplirlo.
7. Redes sociales: Se vinculan los iconos para la conectividad entre plataformas.

Vista preliminar del diseño:



Propuesta digital:

CONOCE A: DAYSI DE LEÓN

AYÚDANOS A CUMPLIR SUEÑOS

SU SUEÑO
Daysi como sueño desea muñecas de Disney, las princesas de la película de "Frozen". También desea un set de utensilios/trastes de cocina.

¿COMO PUEDES AYUDARNOS A CUMPLIRLO?
Puedes ayudarnos a cumplir el sueño de Daysi donando una pequeña cantidad en el Banco G&T Continental al número **57-0001655-0** o bien puedes consultarnos para conocer otras formas de como puedes ayudar a la Fundación Erick Quirra, Alas Por Un Sueño y Ayudamos a Cumplir Sueños.

630 Píxeles

1200 Píxeles

Logo: FUNDACIÓN ERICK QUIRRA ALAS POR UN SUEÑO Y AYUDAMOS A CUMPLIR SUEÑOS

Social media icons: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram

Nota: Se agregó color en las piezas de acuerdo al logotipo de la Fundación.

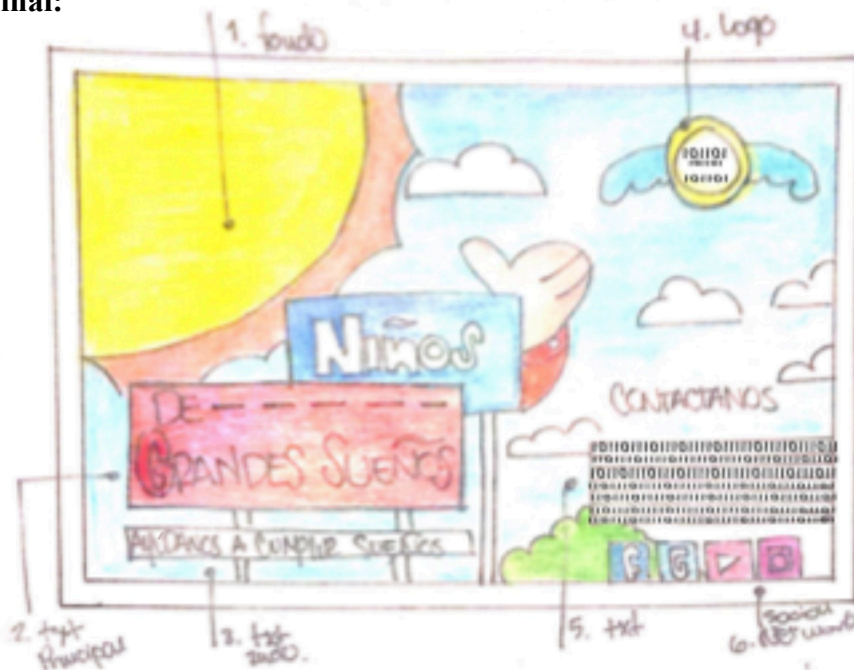
Boceto No. 4 Banner / Banner para Facebook

La propuesta de diseño para la página oficial de la Fundación en Facebook y el soporte en la página, el banner medirá aproximadamente 851 x 315 píxeles, según las dimensiones de las páginas en Facebook.

Boceto inicial:



Boceto final:



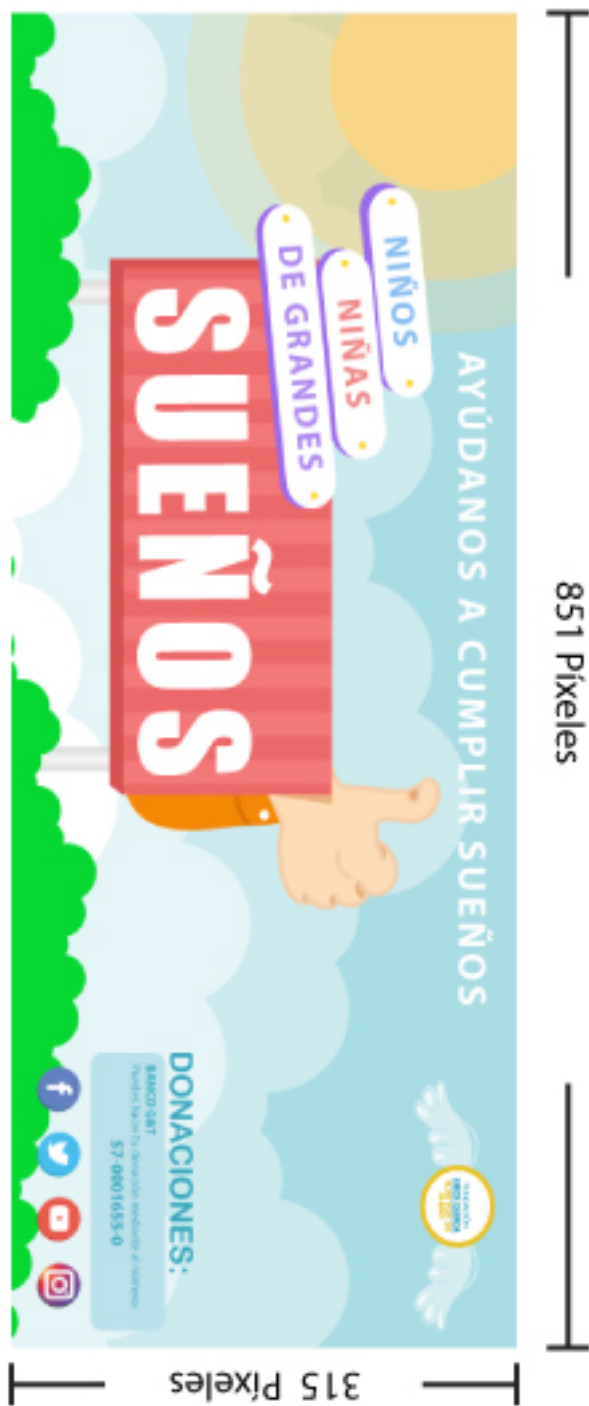
Elementos que componen al material gráfico:

1. Fondo: Se agregan elementos como sol y nubes para dar a entender el diseño. Se coloca una mano con pulgar hacia arriba como el sinónimo de “Me gusta” por la plataforma.
2. Texto principal: Se ubican las palabras claves para realizar el enfoque o el centro de la imagen.
3. Texto secundario: Se complementa con el lema “Ayúdanos a Cumplir Sueños”
4. Imagotipo: Se integra a la presencia de la Fundación.
5. Texto: Se sitúa el contáctanos y las formas de ayudar a la Fundación.
6. Iconos: Se añade las redes sociales para conectar plataformas y mejorar actividad.

Vista preliminar del diseño:



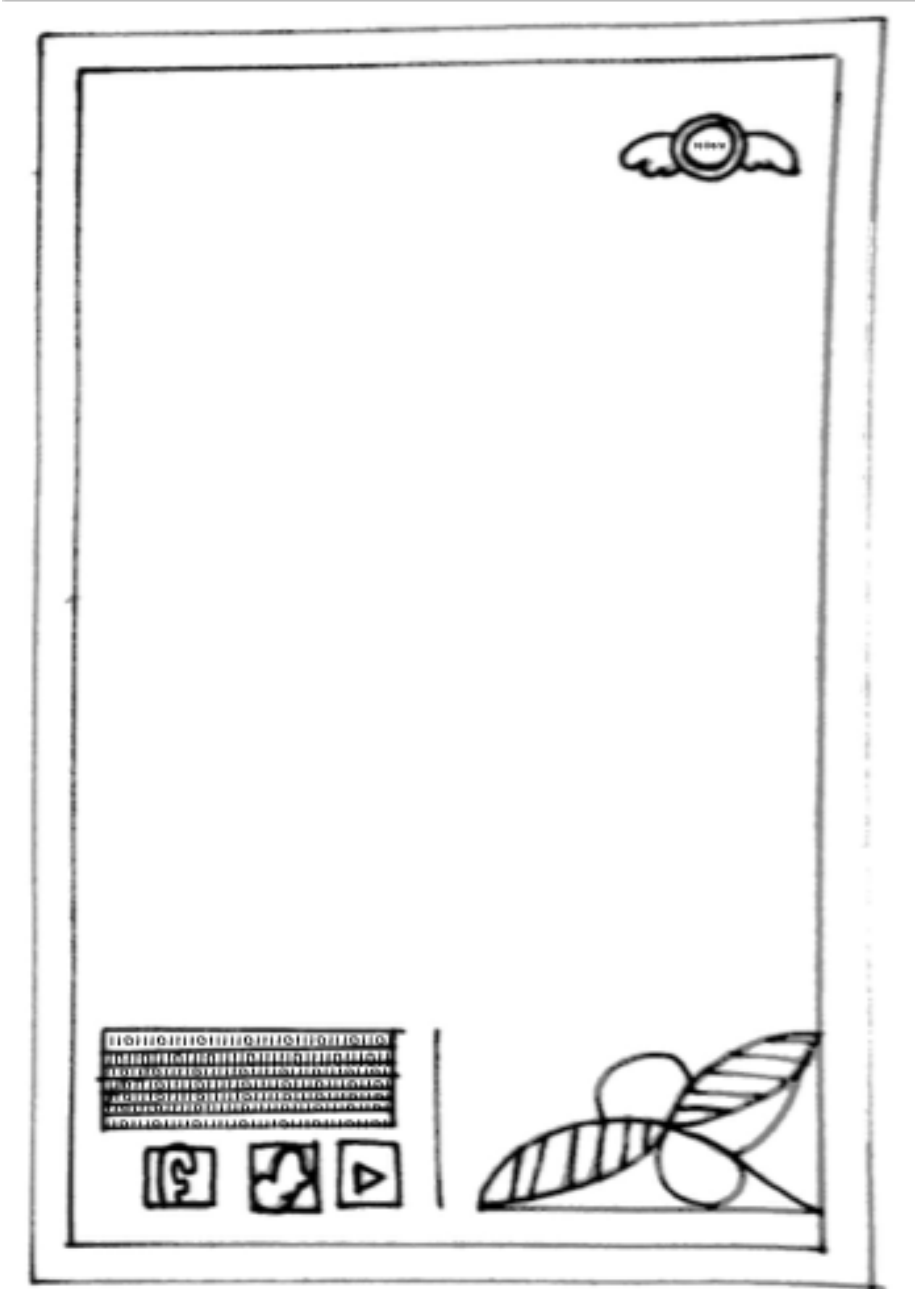
Propuesta digital:



Boceto No. 5 Hoja Membretada

La propuesta del diseño se empleará a una hoja con membrete, en el que se coloca para información personal entre clientes con la Fundación. El tamaño estándar del diseño mide aproximadamente 8.5 x 11 pulgadas.

Boceto inicial:



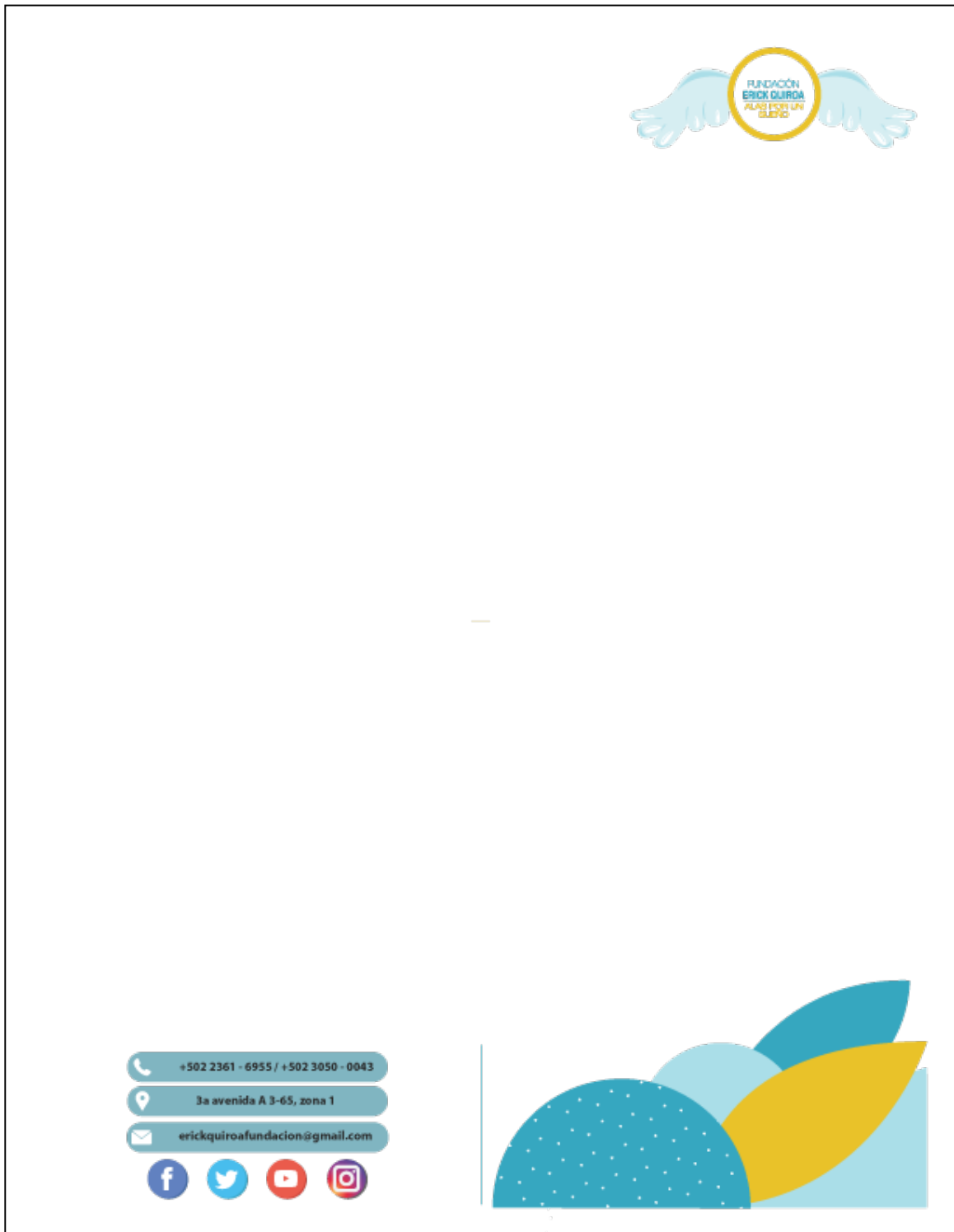
Boceto final:



Elementos que componen el material gráfico:

1. Imagotipo: Se coloca en la parte superior derecha, para conocer de qué empresa se habla.
2. Texto: Se agrega los datos principales de la Fundación y detalles específicos.
3. Iconos: Se añaden los iconos de las redes sociales para concretar información necesaria, si el cliente desea comunicarse por otras plataformas.
4. Diseño: Se distribuye el espacio en la parte baja derecha del membrete con los colores del imagotipo.

Vista preliminar del diseño:



Vista completa del diseño:

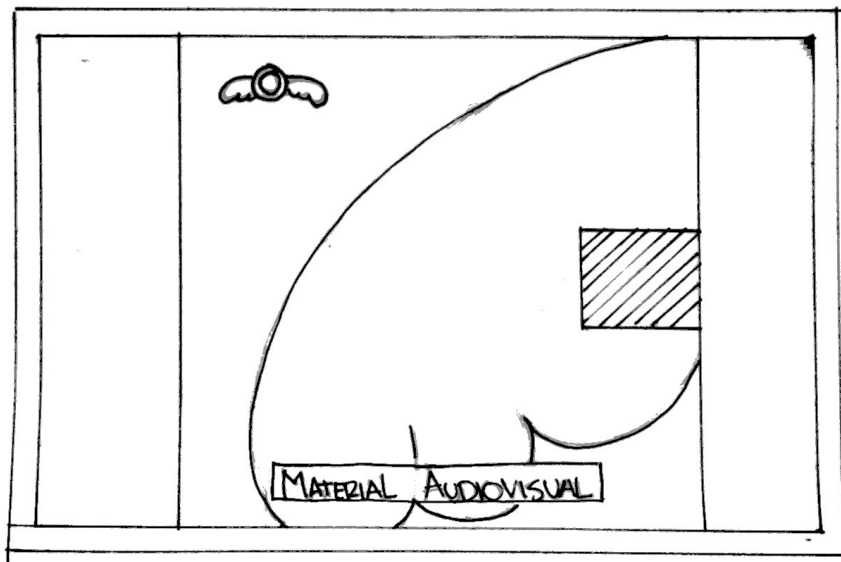


11 Pulgadas

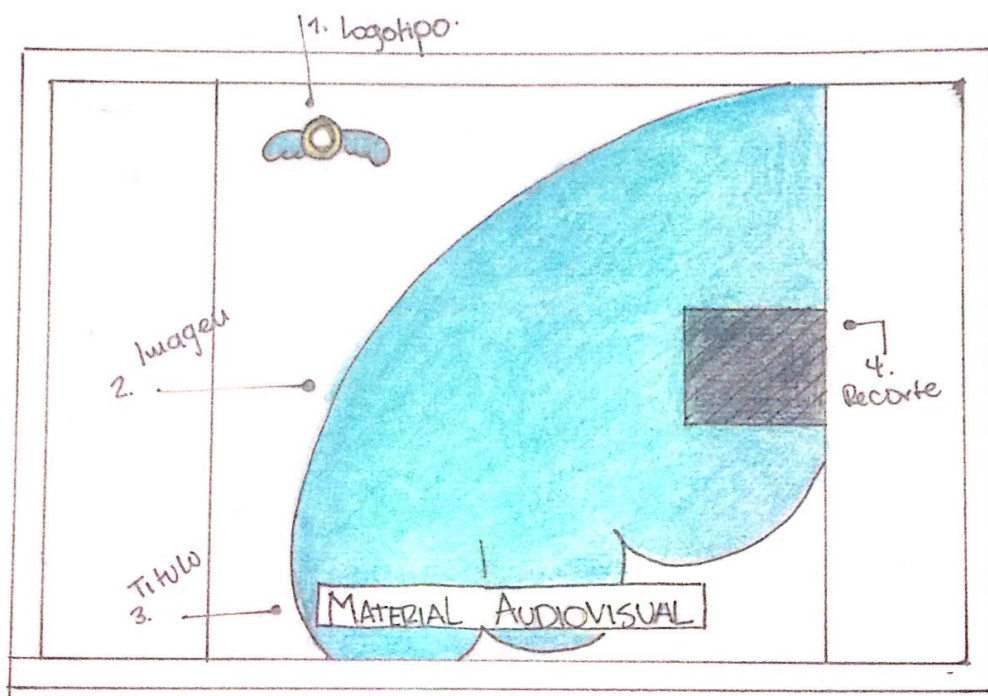
Boceto No. 6 Porta CD / Audiovisual

La propuesta de diseño se elabora un porta CD / Audiovisual de un tamaño aproximadamente 12.5 x 12.5 centímetros.

Boceto intermedio:



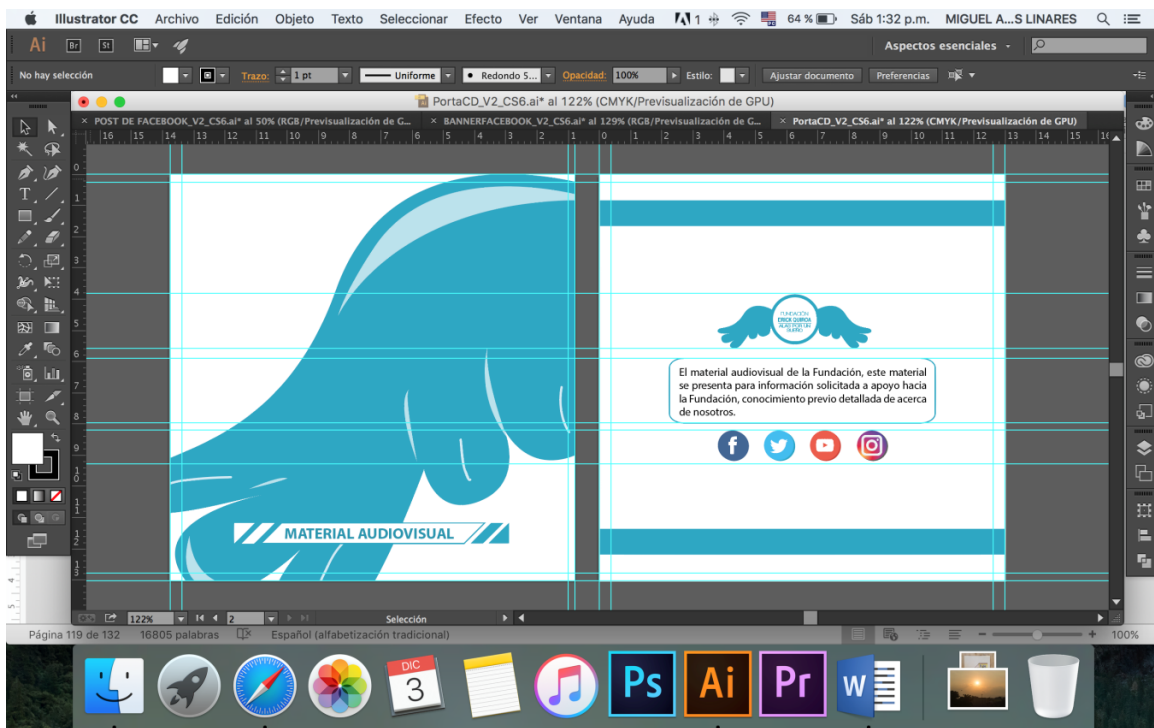
Boceto Final:



Elementos que componen al material gráfico:

1. Imagotipo: Se coloca para imagen de la Fundación en el material gráfico, audiovisual, diapositiva, multimedia, etc.
2. Imagen: Se agrega una ala del logotipo para mejor observación desde lejos y el color es uniforme.
3. Título: Se distribuye en la parte inferior centro, el título principal del material.
4. Recorte: Se añade el recorte del sobre en donde se contendrá el disco con la información.

Vista preliminar del diseño:



Nota: Se agrega en la parte de atrás el Imagotipo uniforme al color, recuadro e iconos.

Elementos que componen al material gráfico:

1. Imagotipo: Se cambia el imagotipo por la parte de atrás del diseño, para dejar la pieza en grande de la Ala y el título.
2. Recuadro: Se coloca un recuadro en donde se coloca introducción breve de información de lo que viene en el material audiovisual.
3. Iconos: Se vincula a las redes sociales para mayor actividad en plataformas.

Vista preliminar del diseño en troquel:



Propuesta digital:



Boceto No. 7 Valla Publicitaria

La propuesta de diseño para el material gráfico impreso de una valla publicitaria de forma estándar con medidas de 4.5 x 2.1 metros.

Boceto inicial:



Boceto final:



Elementos que componen al material gráfico:

1. Fondo: Se desglosa con ilustraciones como sol, nubes, cielo.
2. Texto principal: Es el principal enfoque en la valla publicitaria, se compone de letras que resalten en la imagen y la palabra “nubes” tiene un mayor tamaño.
3. Texto secundario: El lema principal en propuesta del proyecto.
4. Texto adicional: Funciona para detalles de la Fundación, se presenta de forma para presentar las especificaciones de la Fundación.
5. Iconos: Redes sociales para mayor actividad entre plataformas, la mejora en los alcances de seguidores y el apoyo de los mismos.
6. Imagotipo: La presencia de la Fundación, la observación en que las personas puedan encontrar el imagotipo debe ser ubicado en un punto visible.

Vista preliminar del diseño:



Propuesta digital:

4.5 Metros

2.1 Metros

AYÚDANOS A CUMPLIR SUEÑOS

LOS NIÑOS TIENEN SUEÑOS EN LAS NUBES

CONTACTÁMONOS

- 067 2381 - 4491 - 067 2381 - 0691
En horario 24 hrs. (7 días a la semana)
web: ayudanosacumplirsuenos.org.uy

SIGUEMOS

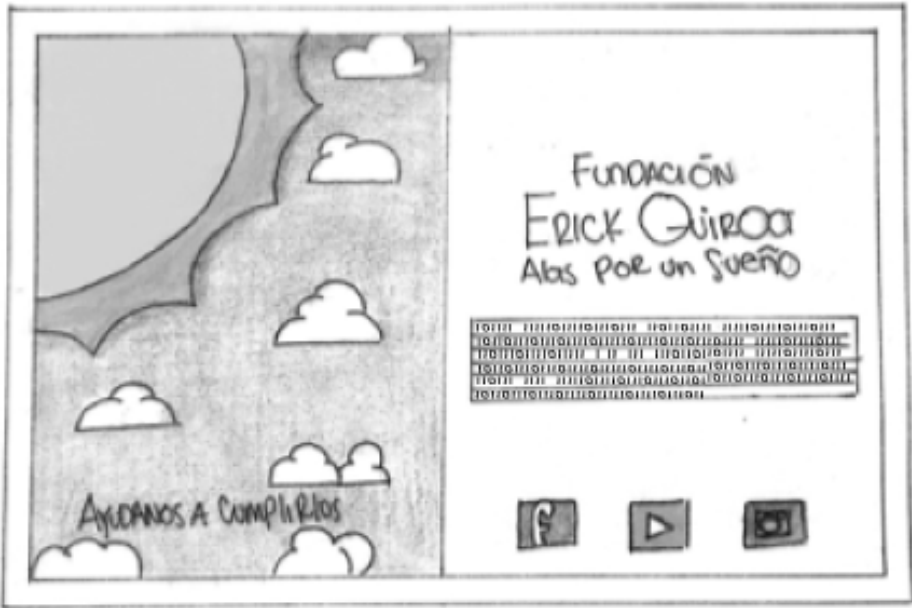
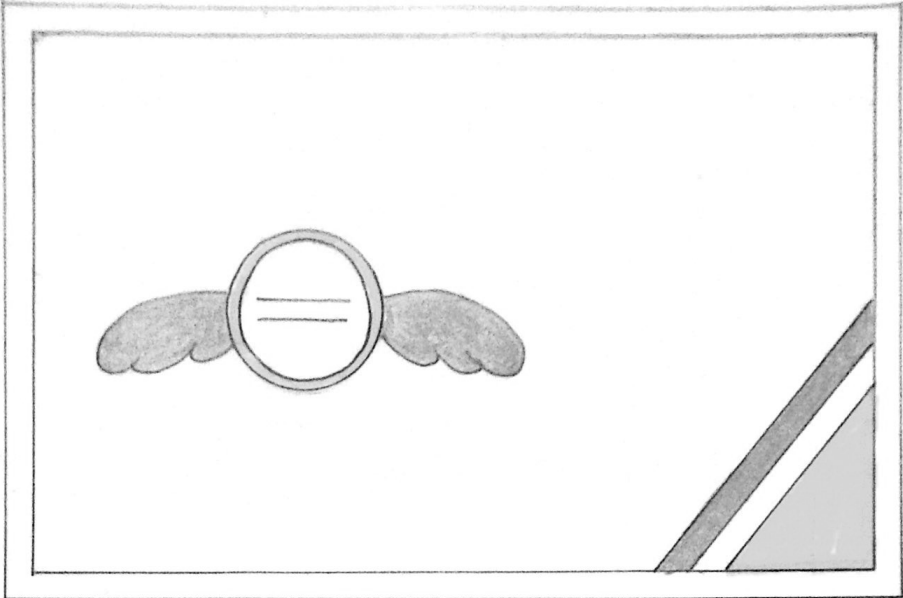
[f](#) [t](#) [v](#) [i](#)

714 620 200
AYÚDANOS A CUMPLIR SUEÑOS

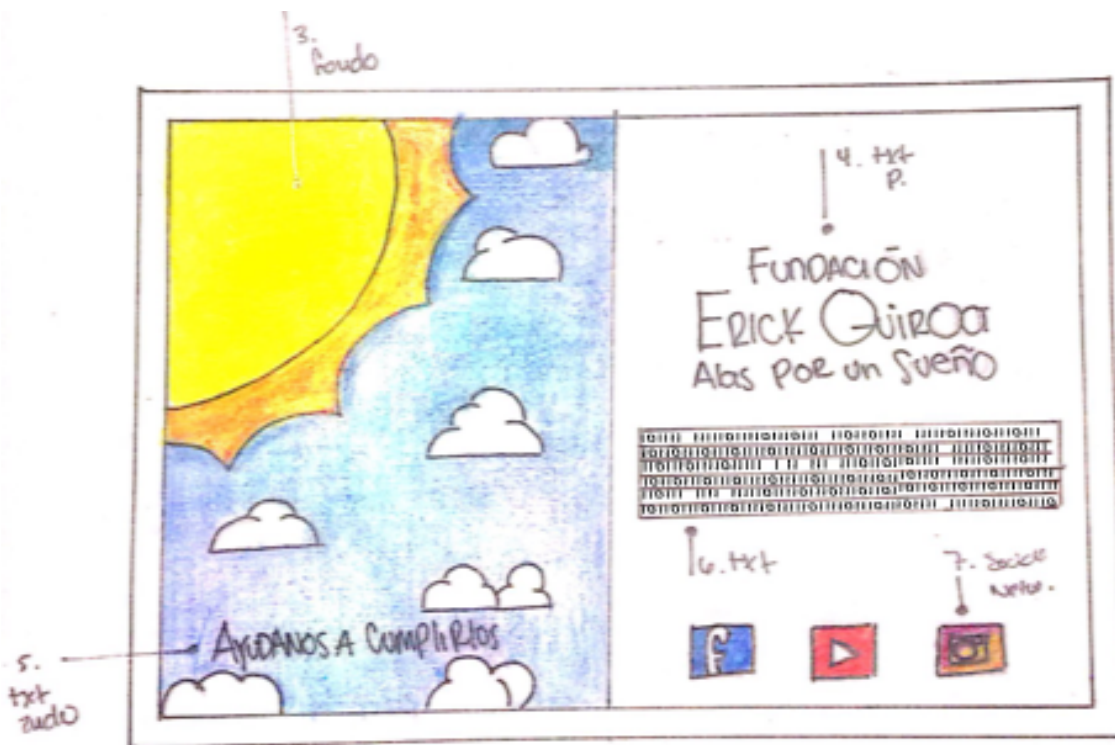
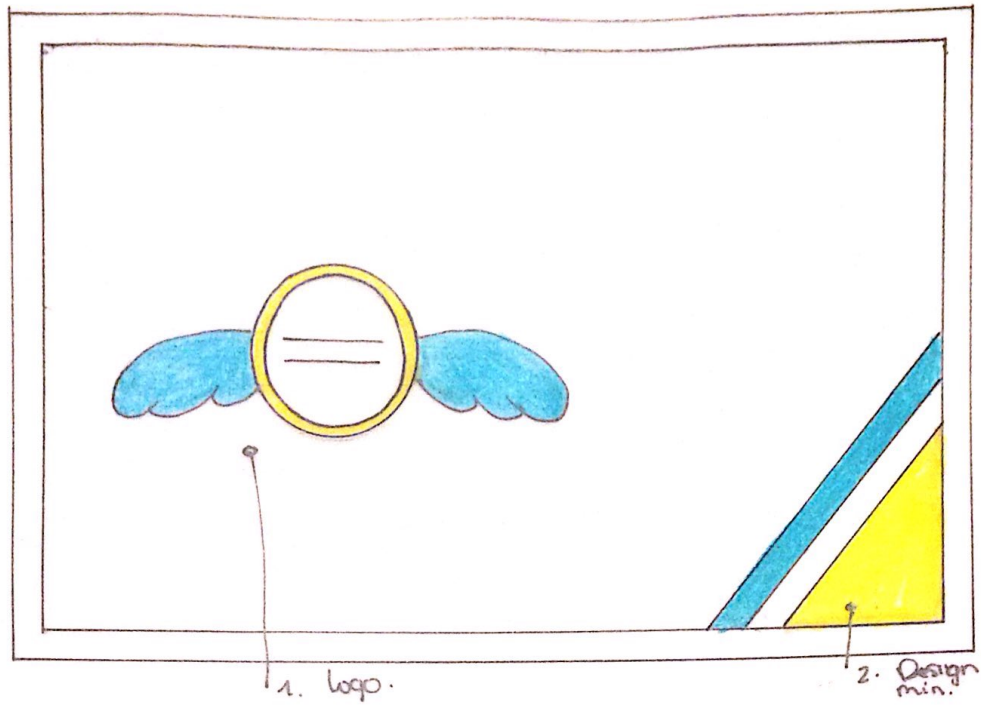
Boceto No. 8 Tarjetas de presentación

La propuesta de diseño para material gráfico de tarjetas de presentación con medida estándar de 3.5 x 2 pulgadas.

Boceto inicial:



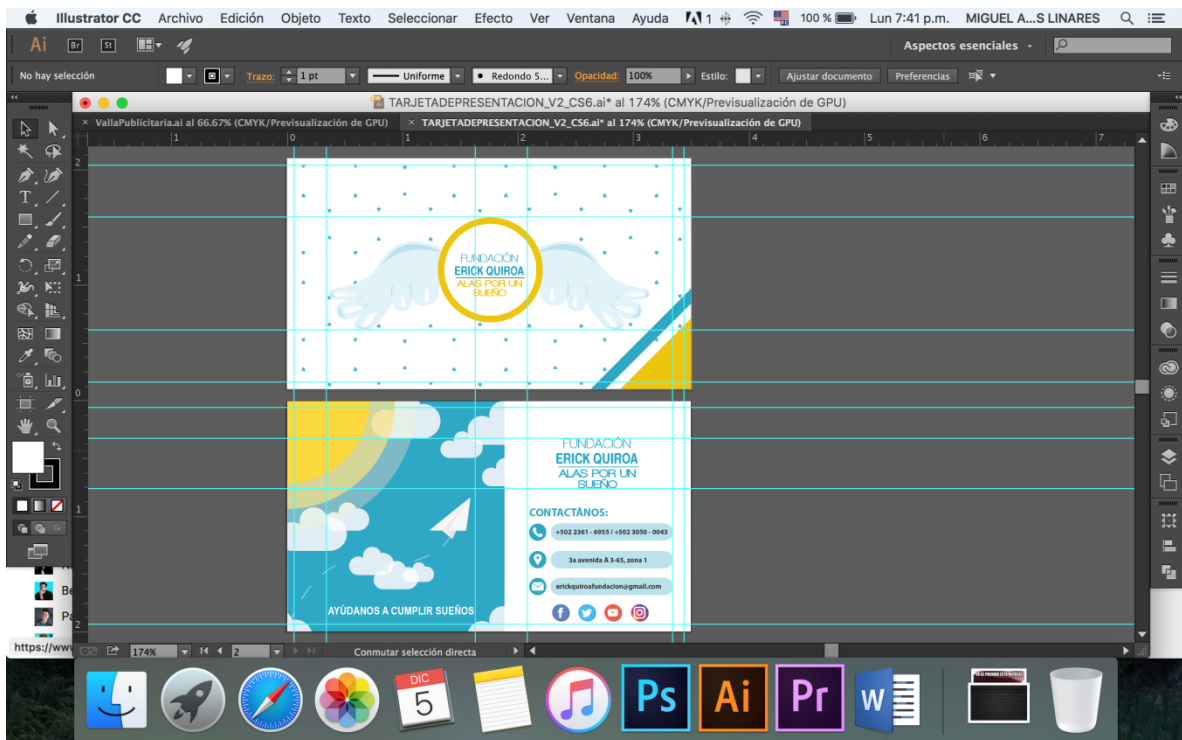
Boceto final:



Elementos que componen al material gráfico:

1. Imagotipo: Se agrega la imagen de la Fundación para el enfoque principal en el diseño en la parte de tiro.
2. Diseño: Se coloca dos franjas del color de la Fundación en dorado y azul, para que sepan que hay un reversible o bien el retiro de la tarjeta.
3. Fondo: Se utilizan las principales ilustraciones como el sol, nubes, cielo.
4. Texto principal: El imagotipo se adapta en dos opciones, entregadas por el cliente, se da la opción de colocar en la parte del retiro.
5. Texto secundario: El lema principal del proyecto.
6. Texto: Se añade los detalles específicos de la Fundación, como ubicación, correo y número de teléfono.
7. Iconos: Se adjunta para mayor búsqueda de información de la Fundación.

Vista preliminar del diseño:



Propuesta digital:



Retiro



7.4. Propuesta preliminar:

Las siguientes propuestas gráficas se eligieron como preliminares, entre todas las artes se incluyó “Ayúdanos a Cumplir Sueños”. Esta frase está hecha para beneficiar a todos los que están dentro de la Fundación. Niños, niñas y adolescentes que la ayuda de las personas, por parte de la recaudación de los fondos para la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño. Generar sueños a todos los niños que necesiten de la ayuda de las personas guatemaltecas, asimismo, la información que se presenta mediante a las redes sociales y la difusión de las noticias en los aliados que han patrocinado a la Fundación. Cada una de las piezas se relaciona con una en el mínimo detalle e identificarse con la Fundación es sencilla y fácil de recordar. A continuación, se presentan las propuestas escogidas por la representante de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

⁴Mupi Publicitario

El material gráfico se trabajó bajo la medida 1.67m x 0.90m, para imprimir en papel back lite a color digital. El mupi se realizó para ser colocado en diferentes partes de nuestro grupo objetivo, con el fin de que pueda observarse y ayudar a cumplir el objetivo del proyecto. La información se filtrará, tanto como en los medios impresos como en las redes sociales para que conozcan a fondo lo que se realiza y a las personas que les interese pueda visitar las redes sociales o contactarse para mayor información.

En la siguiente hoja podrá ser observado el material elaborado.

⁴ MUPI: Mueble Urbano para la Presentación de Información.

⁵Mupi Publicitario



⁵ MUPI: Mueble Urbano para la Presentación de Información.

Trifoliar

Los trifoliales serán impresos en un tamaño de 11 x 8.5 pulgadas. En material couché a color digital. Serán distribuidos en todas las actividades que la Fundación Erick Quiroa, Alas por Un Sueño. Se determine con las personas que conozcan a fondo la Fundación y la diferente información que se defina con la presentación final. Se dejará con la información necesaria para que pueda brindar la ayuda. A las personas interesadas mediante a la página oficial de Facebook de la Fundación, estará la información completa para conocer más profundo a la Fundación.

La parte del tiro del trifoliar, se establece la imagen principal de la Fundación. Se colocan el imagotipo y sus adaptaciones, se presenta en la parte inferior como “guía de información” porque va dirigido a toda persona que desea conocer la Fundación. La información necesaria y el apoyo que se brinda con las empresas teledifusoras como Guatevisión y Canal Antigua llega a todo público y el espacio informativo de 502 genera el interés dentro de la Fundación y el soporte en dar a conocer. Los propósitos que tiene es la ayuda principal para una Fundación que tienen compromisos con las personas guatemaltecas y con Guatemala.

La parte retiro del trifoliar se concreta a dar a conocer la Fundación, se agrega los principios de la formación de la Fundación. En el trifoliar se añade a la parte fundamental en la historia, los valores que posee, los objetivos que tienen para todas las personas guatemaltecas. Las formas de apoyo en las que la Fundación se integra a la cultura humanitaria y ayuda a Guatemala a generar un cambio positivo en la infancia y la adolescencia. Se agrega información de los sueños que se ha cumplido a cada niño o niña, la Fundación desde sus inicio y su historia contienen diferentes experiencias y conocimientos.

Trifoliar (Tiro)

11 pulgadas

8.5 pulgadas

NUESTRO APOYO

La cultura guatemalteca nos ha brindado una parte en el movimiento de la Fundación. El apoyo de muchas empresas que han participado a la ayuda contra el cáncer y que siguen manteniéndose activamente para seguir ofreciendo la variedad de servicios para todo tipo de joven que necesite la ayuda. El apoyo que podemos describir es totalmente libre y sentir su ayuda hace que podamos seguir avanzando día con día.

SOY 502

El espacio informativo para guatemaltecos, ha sido una de las principales fuentes de ayuda en la Fundación y sus forma de enfocar los temas claves.

Viva La Mañana

La programación del canal Gatevisión, la participación en el medio, ha hecho que la Fundación sea conocida y marca una gran presencia.

Canal Antigua

El canal guatemalteco ha enseñado en su programación parte de lo que la Fundación brinda como servicios y la participación comunitaria con Guatemala.

BANCO G&T

Puedes hacer tu donación mediante al número:
57-0001655-0

ENCUENTRÁNOS

Mediante a la página oficial de Facebook
Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño

+502 2361 - 6955 / +502 3050 - 0043

3a avenida A 3-65 zona 1

erickquiroafundacion@gmail.com

FUNDACIÓN ERICK QUIROA

ALAS POR UN SUEÑO

GUÍA DE INFORMACIÓN



Fuente: Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño

¿QUÉ ES LA FUNDACION ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO?

Es una Fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Mantenemos nuestro enfoque en proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tenemos un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca en las que luchan contra la enfermedad de alto riesgo como lo que es el cáncer. Tomando en cuenta a todas las instituciones que velan por el bienestar de la salud y el soporte social en la integración en la sociedad.

NUESTRA MISIÓN

Somos una fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer, enfermedad que pone en riesgo sus vidas.

NUESTRA VISIÓN

Ser una fundación no lucrativa enfocada a cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Llevar esperanza, fortaleza y alegría a los niños que luchan contra esta enfermedad.

NUESTRA HISTORIA

Esta iniciativa nació después de ver durante 4 años, como pequeños grandes guerreros, no lograron ganar la batalla y no tuvieron la oportunidad de cumplir su más mínimo sueño.

Entre estos guerreros Erick Quiroa que inicio a los 11 años de edad fue diagnosticado con Leucemia Linfoblástica Aguda cambiando un giro a su vida en la lucha a los 12 años, la fortaleza y la madurez en la que enfrentó la enfermedad de Erick pero la sonrisa y la alegría que generó el ver su sueño, ver jugar al Barcelona en el emblemático Camp nou el esfuerzo de toda la familia se pudo cumplir el sueño que tanto añhelaba y la felicidad en la que se reflejó no tiene precio.

El 1 de Agosto de 2014, Erick Quiroa, perdió la batalla, a los 16 años de edad, luego de cuatro años después en su lucha. Luego de eso partió para ser el ángel que hoy nos motivó para ver esa misma alegría y sonrisa en niños, niñas y adolescentes que sufren de una terminable enfermedad como lo es el cáncer.

NUESTROS VALORES

- Amor
- Responsabilidad
- Honestidad
- Solidaridad
- Transparencia

NUESTRO OBJETIVO

Concientizar a las personas, que el ser voluntario, significa comprometerse a dar amor y alegría constantemente a los niños y niñas que luchan por su vida.

NUESTRAS FORMAS DE APOYO

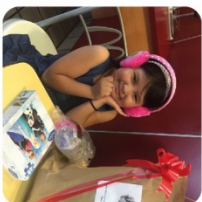
La Fundación busca de apoyo constante y puedes ayudarnos de la siguiente manera:

Voluntariado / Donaciones / Patrocinadores

SUEÑOS CUMPLIDOS

Nuestras posibilidades de cumplir sueños a cada niño, niña y adolescente son infinitas y algunos les presentamos a continuación en las fotografías.

AYUDAMOS A CUMPLIR SUEÑOS, es la forma más explicita para ayudar y apoyar a todo niño con cáncer y lograr una felicidad de recompensa.



Fuente: Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño



Fuente: Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño



Fuente: Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño



Fuente: Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño

Los sueños cumplidos en las que los niños lograrán cumplir, son infinitas. Nuestra forma de lograr los sueños para cada niño, niña y adolescente es la felicidad en la que ellos olvidan la enfermedad y se llenan de ánimo.

El cambiar, es lograr derrotar toda enfermedad, el sentirse que han podido superar una etapa tan difícil a temprana edad, es la libertad y emoción, no solo para los pacientes sino también para la familia, el amor y la paciencia logran sanar la herida y recuperar la vida que soñan tener.

Poster de Facebook

El material gráfico se adapta para las dimensiones de la plataforma en la que mayor se genera actividad de la Fundación. La medida en la que se diseñó el poster de Facebook es de 1200 x 630 píxeles. Se realizarán para ser colocados a cada uno de los niños, niñas y adolescentes para recaudar fondos dentro de sus seguidores y cumplir el objetivo del proyecto. La información será a partir de cada publicación por parte de la representante de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.



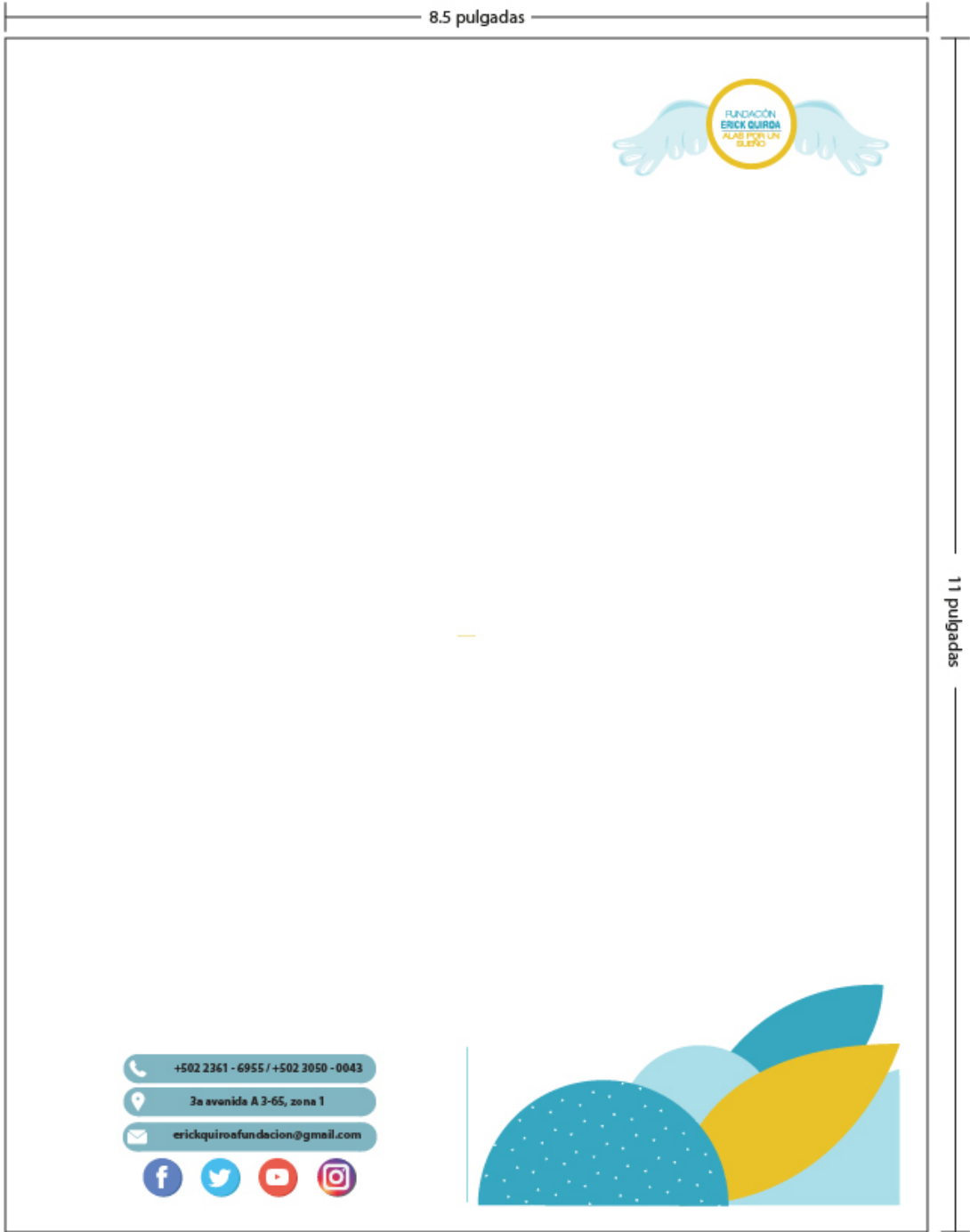
Banner / Banner para Facebook

El material gráfico para las dimensiones de la plataforma de Facebook, medirá aproximadamente 851 x 315 píxeles. Se puede adaptar a otras redes sociales en las que la Fundación se integre, el banner para Facebook puede ser ampliado y modificado para ser impreso; la medida es de 3 x 1 metros aproximadamente.



Hoja Membretada

La hoja con membrete tiene una medida de 8.5 x 11 pulgadas. Se realiza para información personal entre empresas o correspondencia general de la Fundación.



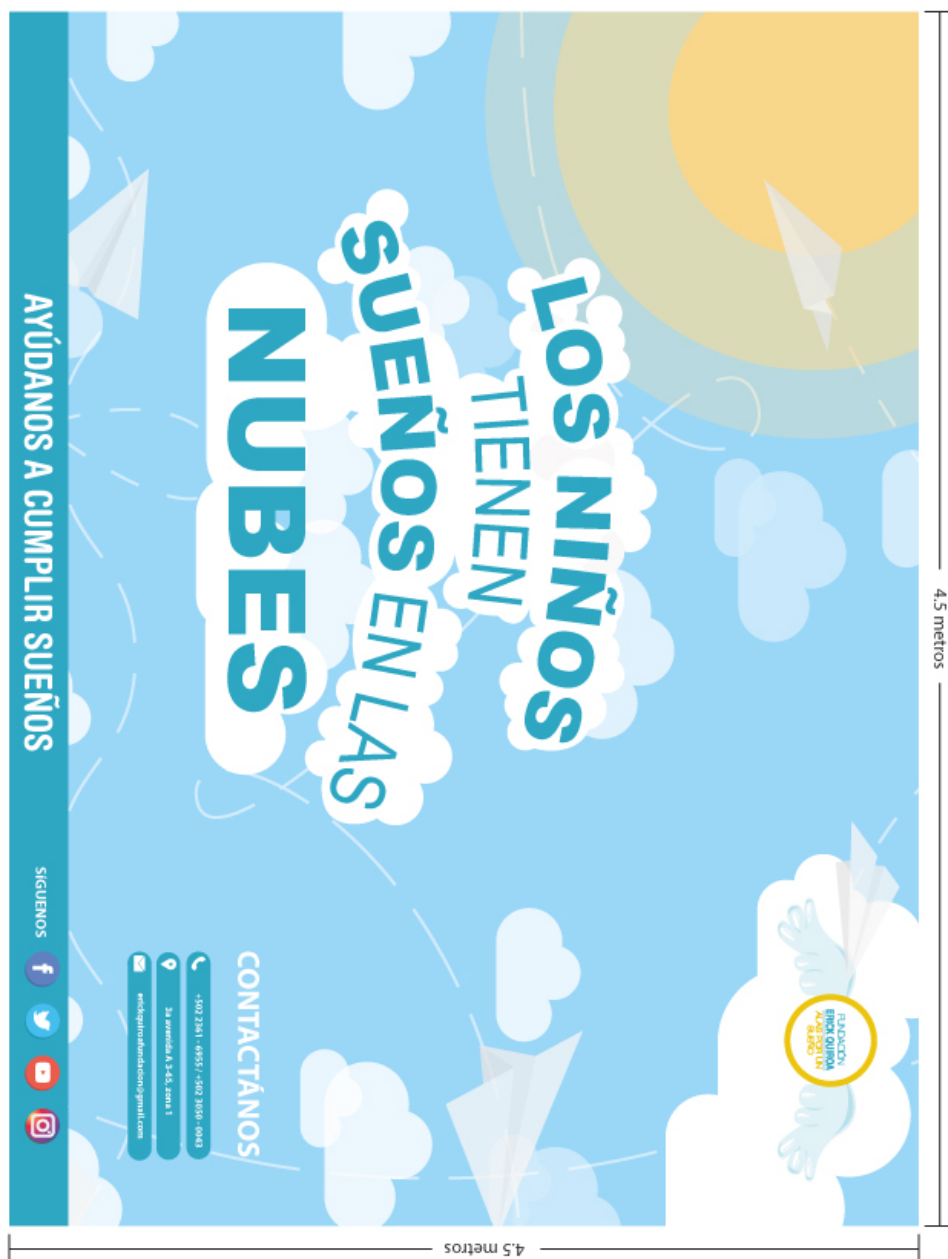
Porta CD / Audiovisual

El material gráfico se trabajó en las medidas de 12.5 x 12.5 centímetros, y será de cartoncillo. El porta CD / Audiovisual se utiliza para presentar todo tipo de material o contenido digital para presentaciones a empresas dentro de los medios masivos como la televisión, internet, etc. La Fundación podrá presentar todo tipo de audiovisual.



Valla Publicitaria

El material gráfico se realiza en las medidas de 4.5 x 2.1 metros, y será de lona vinílica. La valla publicitaria se realiza para ser colocada en diferentes ubicaciones del grupo objetivo, con el fin de que pueda ser visualizada y ayudar a cumplir el principal enfoque del proyecto.



Tarjeta de presentación

El material gráfico se realiza en la medida estándar de 3.5 x 2 pulgadas y en cartulina mate. La tarjeta de presentación se usa para tener contacto entre empresas y creación de nuevos proyectos entre clientes o grandes capacidades en los negocios.



CAPÍTULO VIII

CAPITULO VIII: Validación Técnica

8.1 Población y muestreo

Para la validación de este proyecto en general en la propuesta preliminar, se toma la referencia de un total de 50 personas, en las que se destaca al grupo objetivo en la edad de 18 a 80 años de edad, quienes residen en diferentes zonas de la Ciudad de Guatemala y las cercanías del departamento. Dentro de la validación se incluyen a profesionales que tienen conocimiento en el área de Comunicación y Diseño, colaboradores / voluntarios, grupo objetivo y la representante de la fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

1.1.1. Expertos:

Nombre	Título Universitario
Rolando Barahona	Diseñador Gráfico
Carlos Franco	Licenciado en Comunicación y Diseño
Wendy Franco	Licenciada en Comunicación para la Educación
Karla López	Licenciada en Comunicación y Diseño
Guillermo García	Publicista

1.1.2. Autoridades / Representantes de la Organización:

Nombre	Título Universitario
Linda Quiroa	Comunicadora

8.2 Método e instrumentos:

El método utilizado para la realización de la encuesta se implementa con las Escalas de Likert. La Escala de Likert (Vázquez, 2016) es el implemento psicométrico de una investigación de mercado dentro de las opiniones y actitudes en un consumidor a una marca, producto o mercado meta.

La herramienta utilizada fue la encuesta en la que consta de 12 preguntas como mínimo que se dividen en tres segmentos principales para fundamentación:

- Segmento objetivo: Las preguntas formuladas adaptadas al objetivo general y los objetivos específicos del proyecto.
- Segmento operativo: Las preguntas formuladas a la adaptación de los elementos impresos en estado físicos, presentándose la calidad de imagen, tamaño, color, forma, calidad de papel, entre otros elementos que componen al material gráfico.
- Segmento semiológico: Las preguntas formuladas a la adaptación de elementos que corresponden a los elementos visuales, la transmisión en el mensaje, las propuestas de ideas y el concepto, incluye en la tipografía, color, formas, elementos adicionales para una mejor visualización.

La formulación de las preguntas en base a la escala de Likert servirá para indicar si la persona encuestada está de acuerdo o no con cada una de las preguntas a realizar, la medición se hará con los resultados de cada una de las encuestas. La encuesta se realiza de la siguiente manera para ser detalladas y la formulación de preguntas.

NOMBRE

EDAD **GÉNERO** FEMENINO MASCULINO OTRO

PROFESIÓN **PUESTO**

TIPO DE ENCUESTADO G.O EXPERTO PROFESIONAL ESTUDIANTE

Antecedentes

La fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño es una organización sin fines de lucro creado por profesionales que brindan la ayuda a niños, niñas y adolescentes contra el cáncer. El enfoque en la proyección social, van más allá de cumplir sueño y mantienen un compromiso humanitario para todas las necesidades en las que vive la niñez en Guatemala contra las distintas enfermedades. Sin embargo, la fundación Erick Quiroa no cuenta con material gráfico digitales e impresos para dar a soporte y obtener fondos en los recursos para seguir apoyando a la niñez contra la enfermedad.

Instrucciones

En base a la información anterior, se presenta los documentos adjuntos para su criterio profesional contestando las preguntas de validación que vienen a continuación:

Segmento Objetivo

1. ¿Cree que el diseñar material gráfico cumplirá impreso y digital dará el soporte que necesita la fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

SI

NO

2. ¿Considera usted que la investigación para los medios en los que se destaca los materiales impresos y digitales logre la recaudación de fondos de nuevo apoyo a la fundación?

SI

NO

3. ¿Considera que es necesario la recopilación de información acerca del cáncer infantil adquirida por la organización para conocer a fondo la proyección que mantiene?

SI

NO

4. ¿Cree que la organización necesite nuevas formas para dar a conocer la fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño?

SI

NO

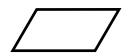
5. ¿Considera usted que la organización necesite de una diagramación en los materiales gráficos para cumplir el objetivo principal de la recaudación de fondos?

SI

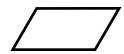
NO

Segmento Operativo

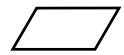
6. Según su criterio, la utilización de colores, espacios en el material y la diagramación en el diseño son:



MUY ADECUADO

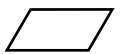


POCO ADECUADO



NADA ADECUADO

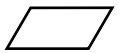
7. ¿Considera la tipografía de acuerdo a cada uno de los materiales gráficos en las propuestas?



MUY ADECUADO

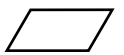


POCO ADECUADO

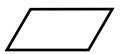


NADA ADECUADO

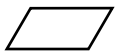
8. ¿Cree que el papel couché es material adecuado para la impresión de trifoliales de la fundación?



MUY ADECUADO



POCO ADECUADO



NADA ADECUADO

Segmento Semiológico:

9. ¿Considera usted que los diseños tienen una misma línea gráfica?

- MUY ADECUADO
- POCO ADECUADO
- NADA ADECUADO

10. ¿Cómo considera la unión de los colores utilizados en los materiales gráficos para la fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño?

- MUY ADECUADO
- POCO ADECUADO
- NADA ADECUADO

11. Para usted los diseños para la fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño son:

- MUY ADECUADO
- POCO ADECUADO
- NADA ADECUADO

12. ¿Considera que el concepto “Ayúdanos a Cumplir Sueños?”

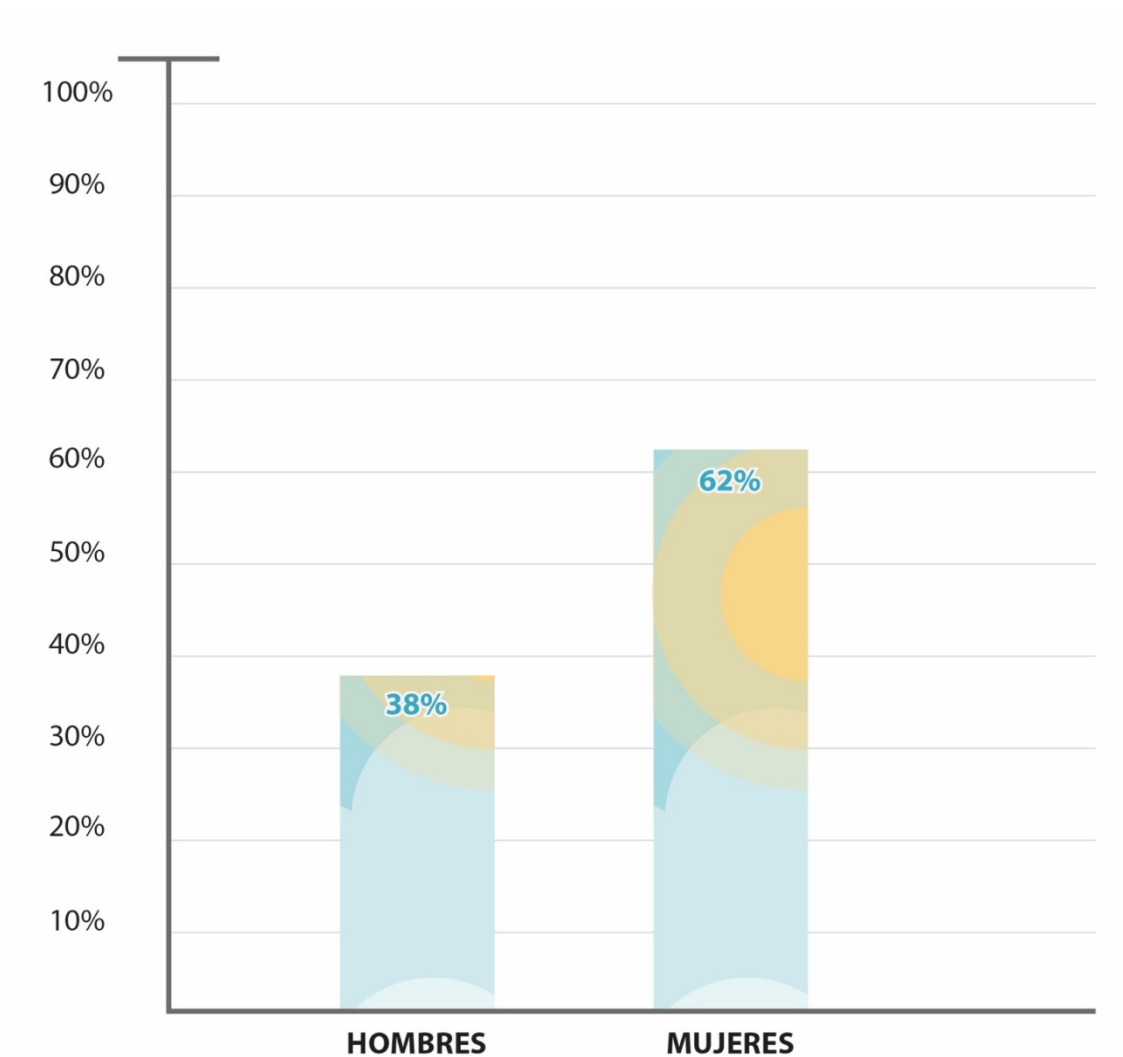
- MUY ADECUADO
- POCO ADECUADO
- NADA ADECUADO

13. Observación adicional:

8.3 Resultados e interpretación de resultados:

Los resultados de las encuestas realizadas, se describen en las siguientes páginas:

Género:

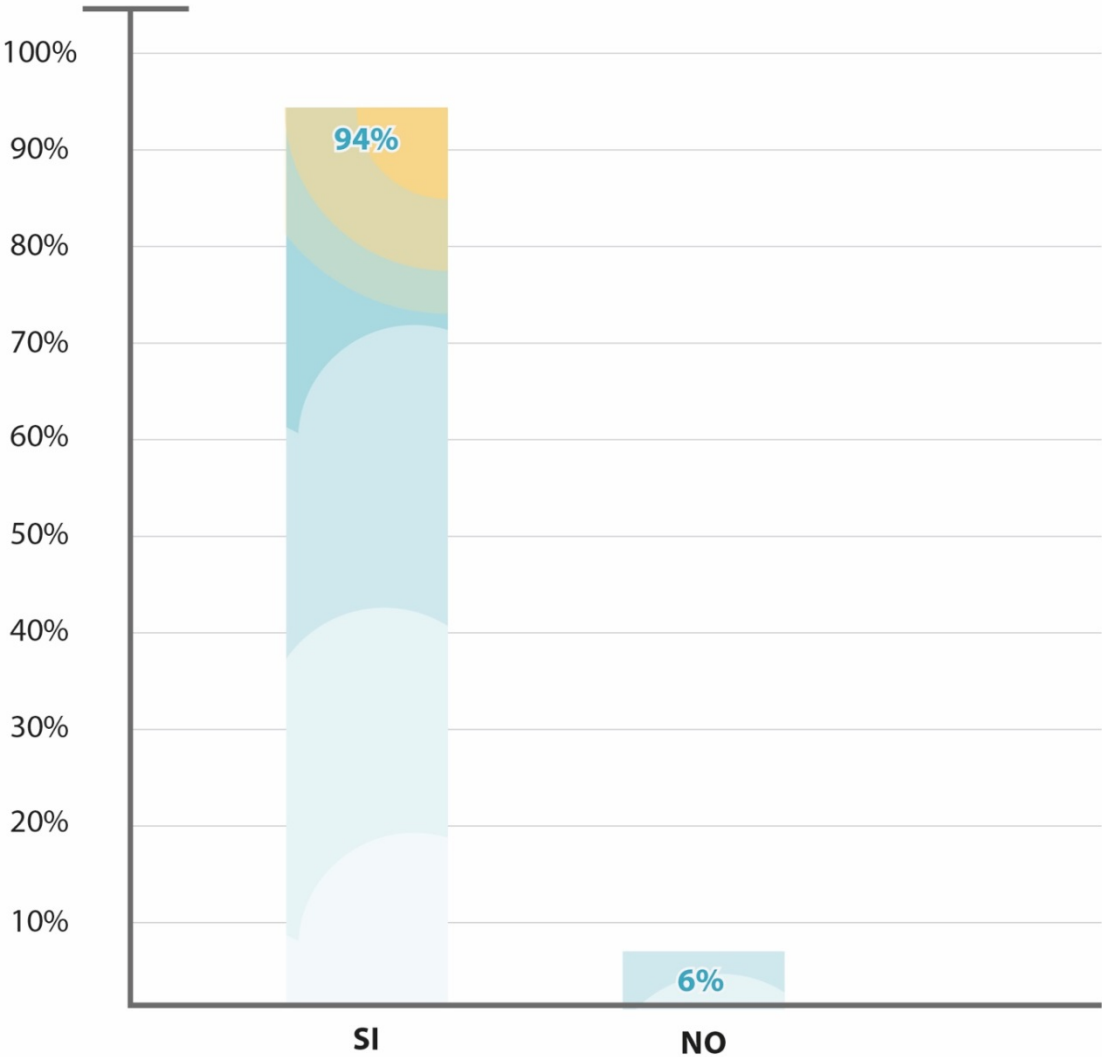


De acuerdo a las encuestas realizadas, el 62% corresponde al género femenino y el 38% al género masculino.

Segmento objetivo

Pregunta No. 1

¿Cree que el diseñar material gráfico impreso y digital, cumplirá el soporte que necesita hacia la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño?

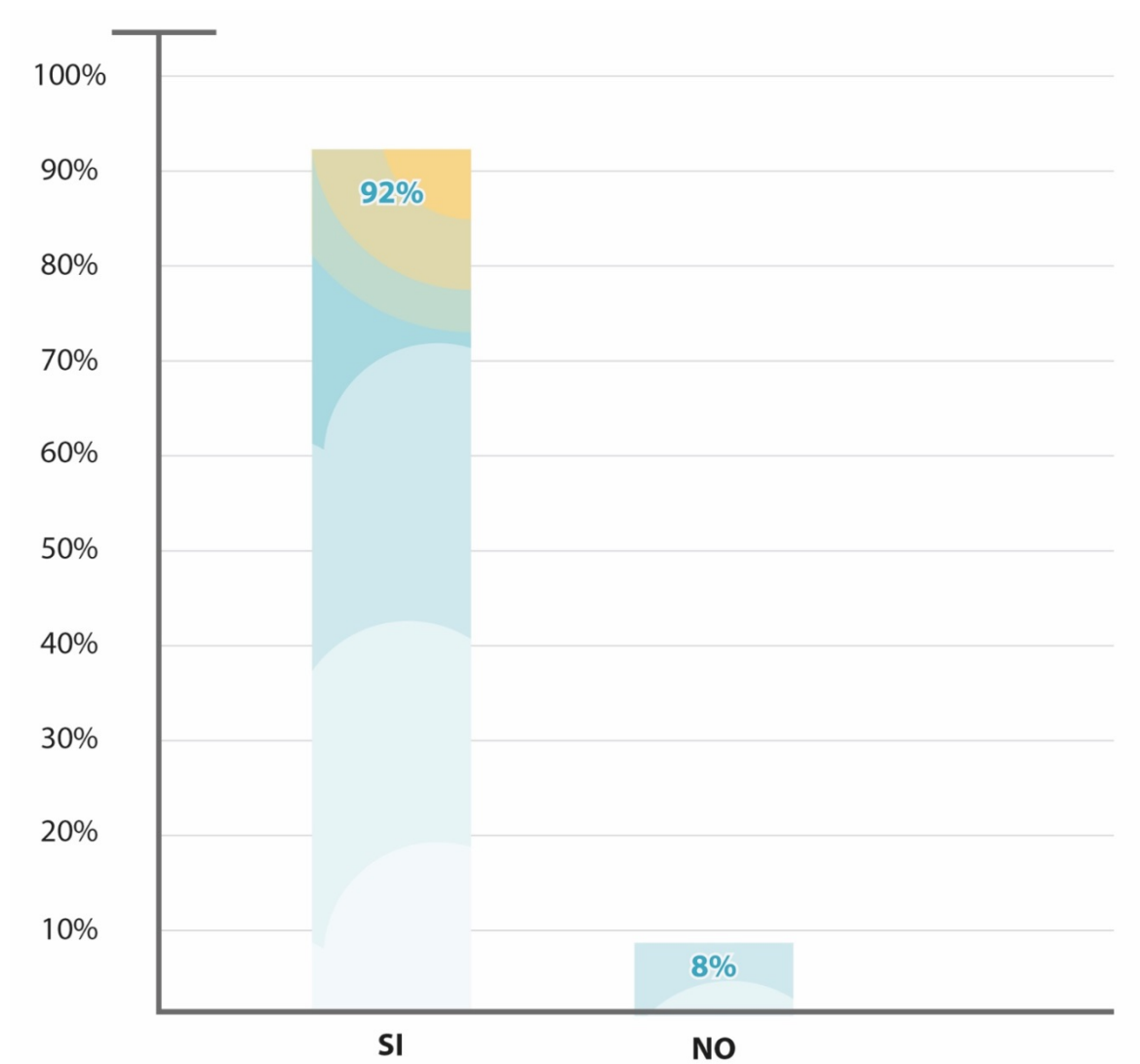


Interpretación

El 94% de los encuestados cree que cumplirá más, el 6% no cree que se cumplirá el soporte.

Pregunta No. 2

¿Considera usted que la investigación para los medios en los que se destaca los materiales impresos y digitales, logró la recaudación de fondos de nuevo en apoyo a la Fundación?

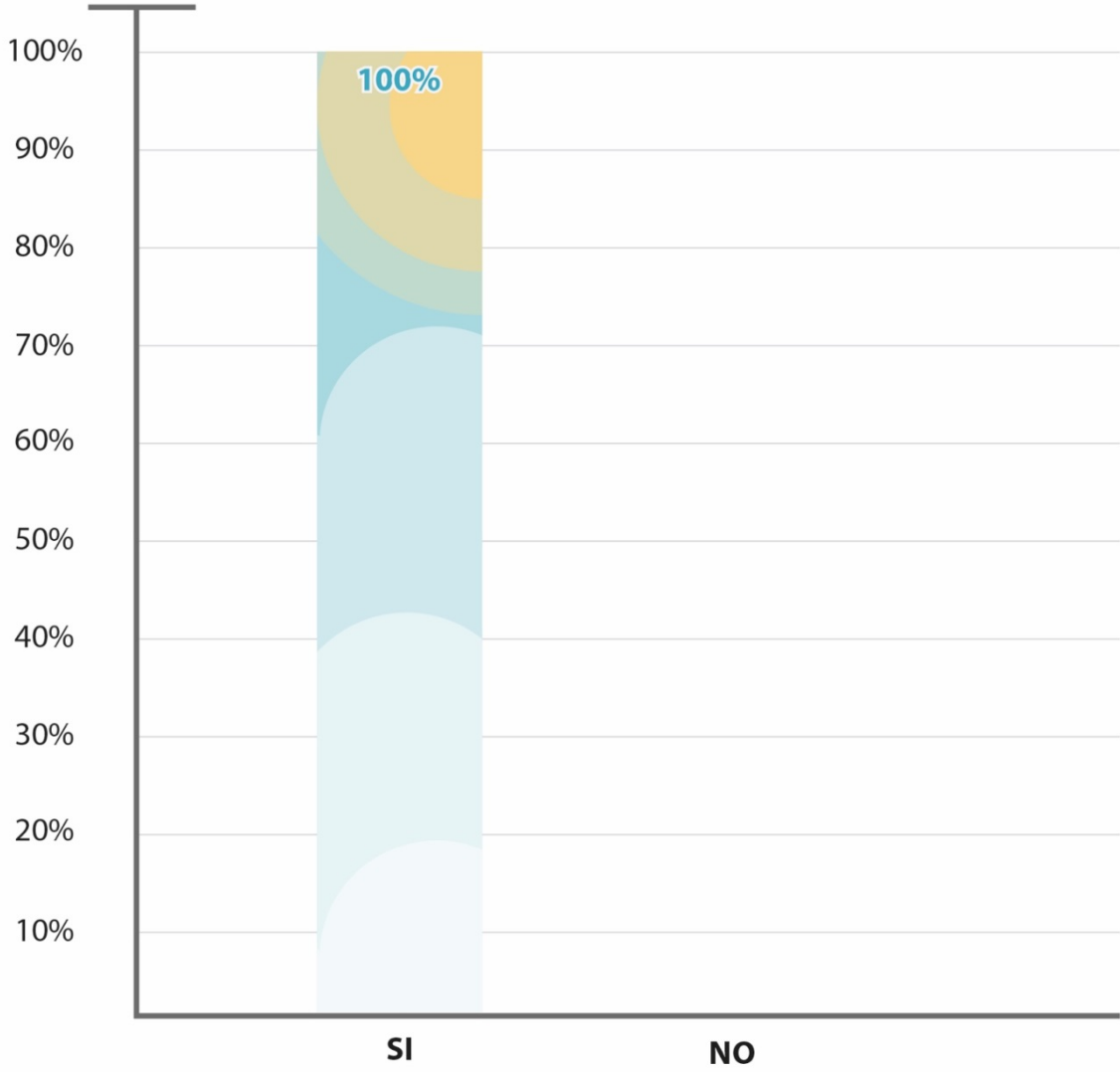


Interpretación

El 92% de los encuestados considera que sí y el 8% no lo considera.

Pregunta No. 3

¿Considera que es necesario la recopilación de información acerca del cáncer infantil adquirida por la organización para conocer a fondo la proyección que mantiene?

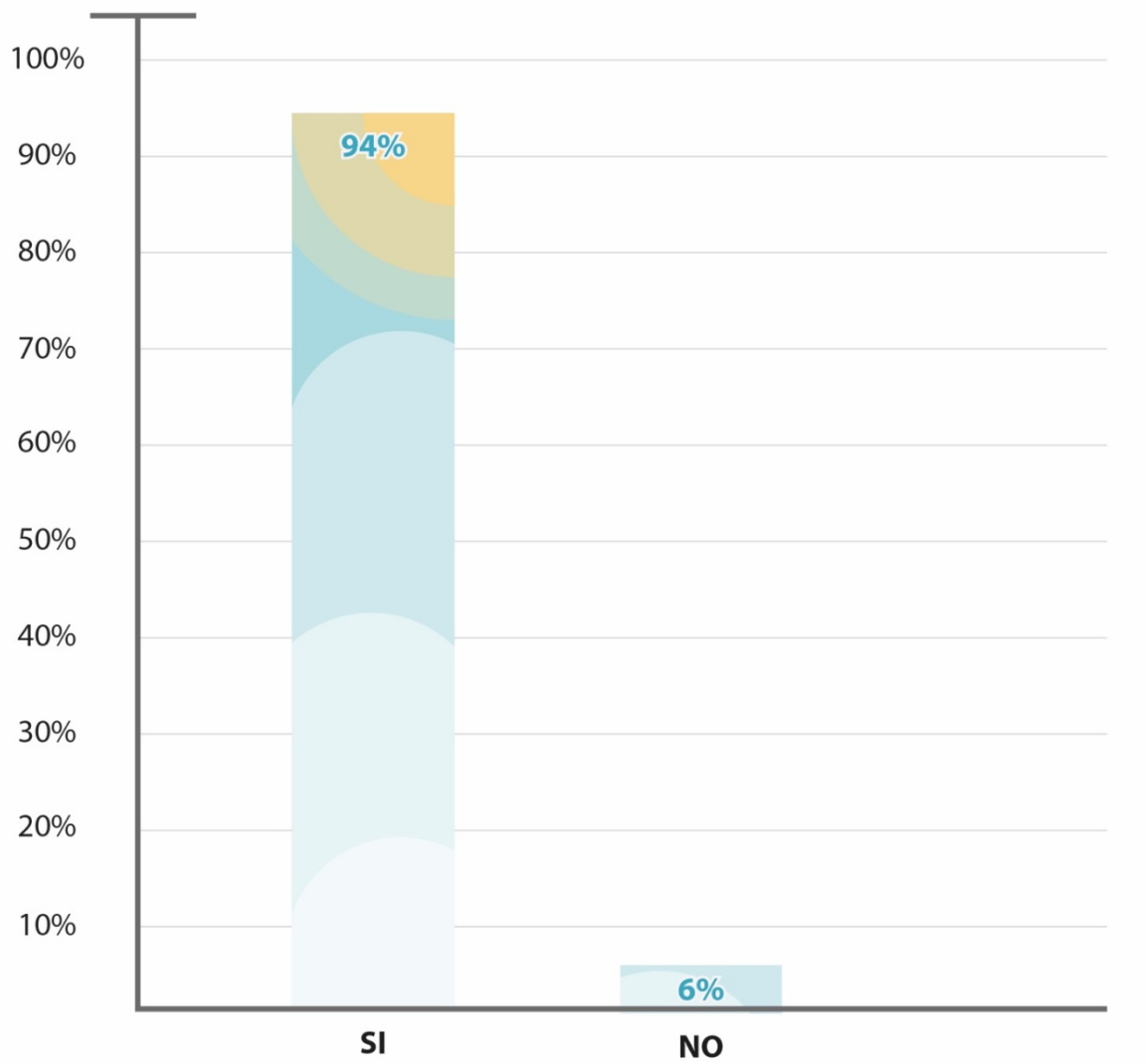


Interpretación

El 100% de acuerdo a los encuestados considera que es necesario recopilar información.

Pregunta No. 4

¿Cree que la organización necesite de nuevas formas para dar a conocer la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño?

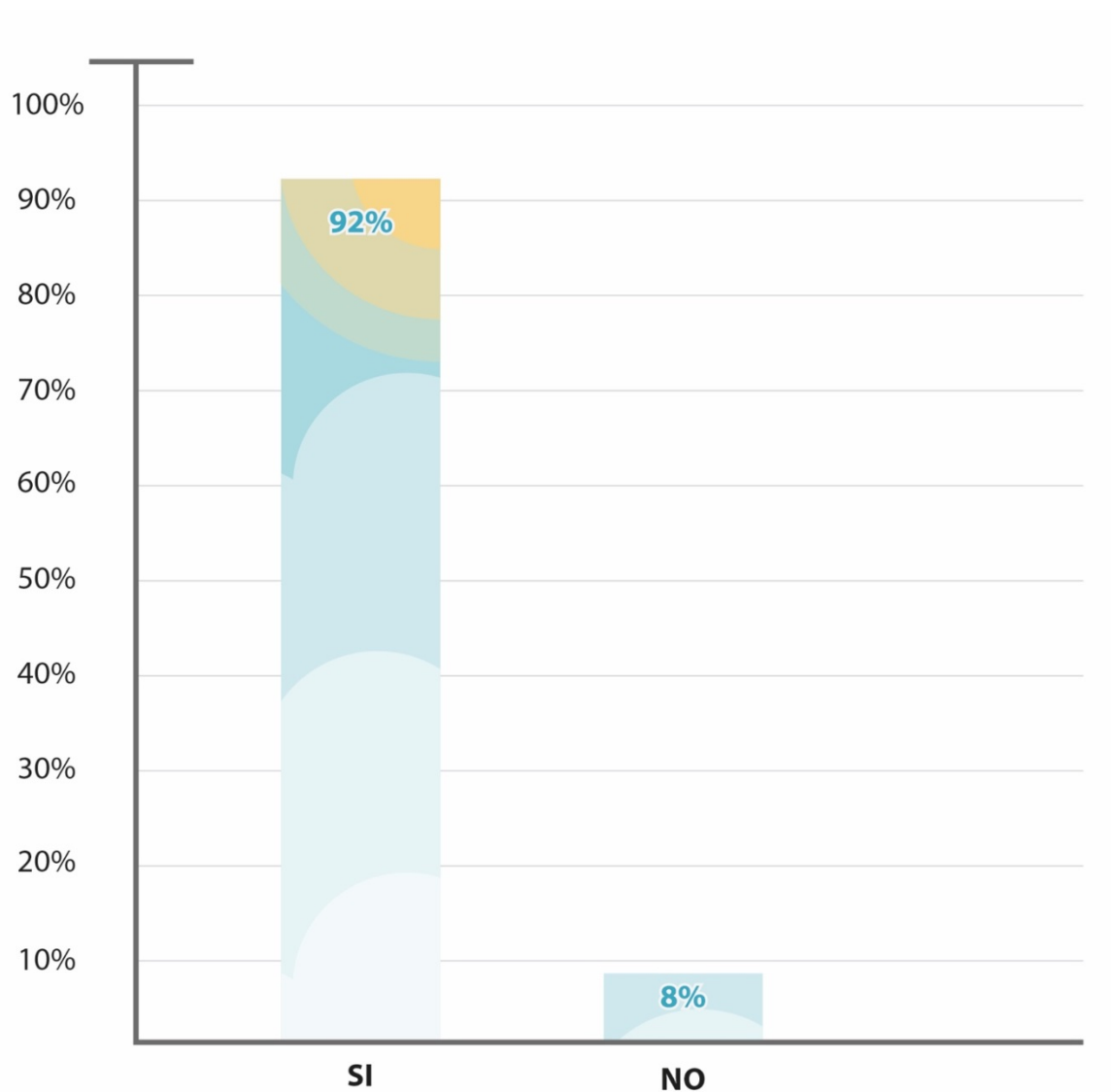


Interpretación

El 94% de los encuestados cree que sí, el 6% no cree que se necesite.

Pregunta No. 5

¿Considera usted que la organización necesite de una diagramación en los materiales gráficos para cumplir el objetivo principal de la recaudación de fondos?



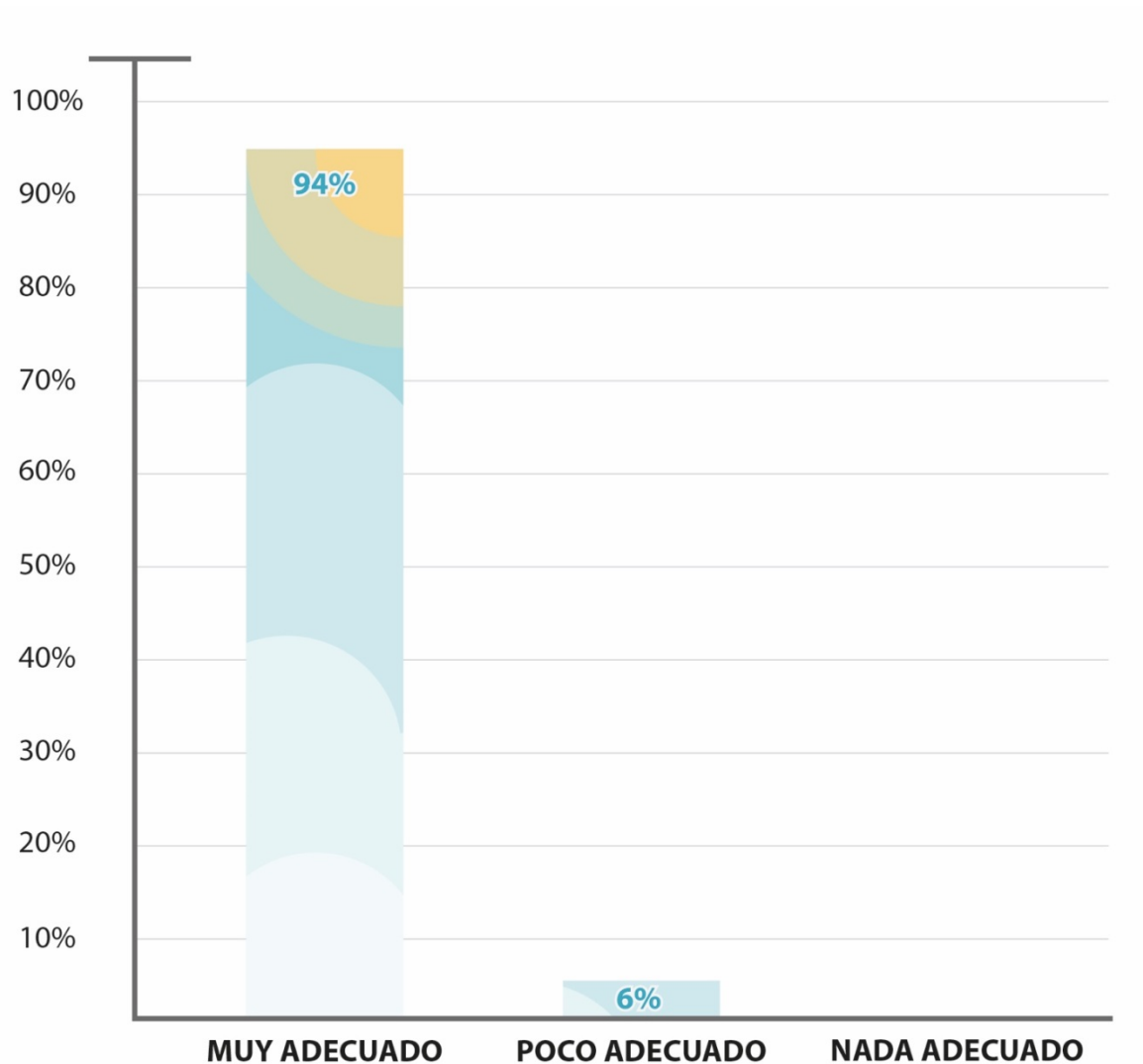
Interpretación

El 92% de los encuestados considera que se necesite, mientras que el 8% no lo considera.

Segmento operativo

Pregunta No. 6

Según su criterio, la utilización de colores, espacios en el material y la diagramación en el diseño son:

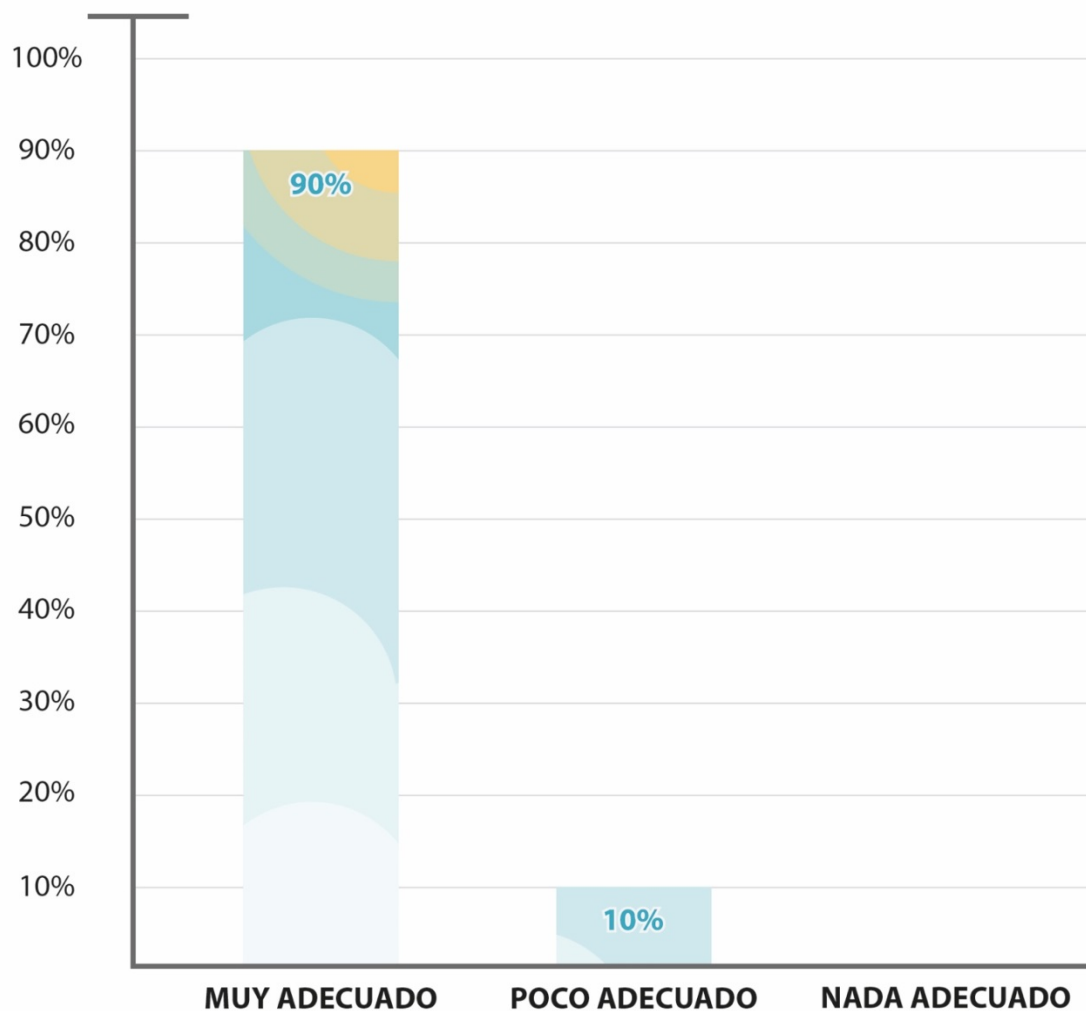


Interpretación

El 94% de los encuestados es muy adecuado la utilización de colores, seguido por el 6% considera que es poco adecuado.

Pregunta No. 7

¿Considera la tipografía adecuada a cada uno de los materiales gráficos en las propuestas?

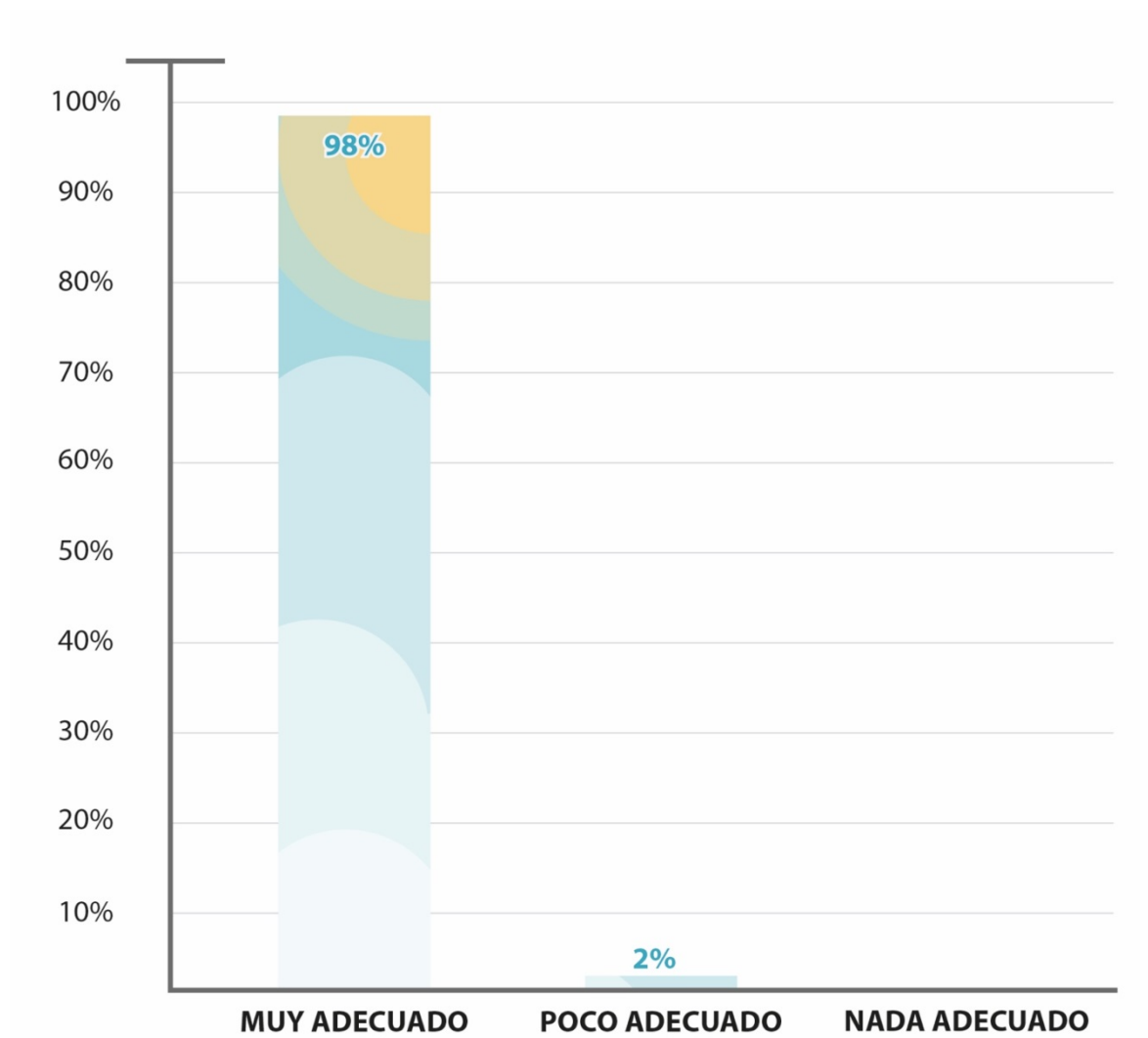


Interpretación

El 90% de los encuestados considera que es muy adecuada, mientras que el 10% considera que es poco adecuada.

Pregunta No. 8

¿Cree que el papel couché es material adecuado para la impresión de trifoliales de la Fundación?



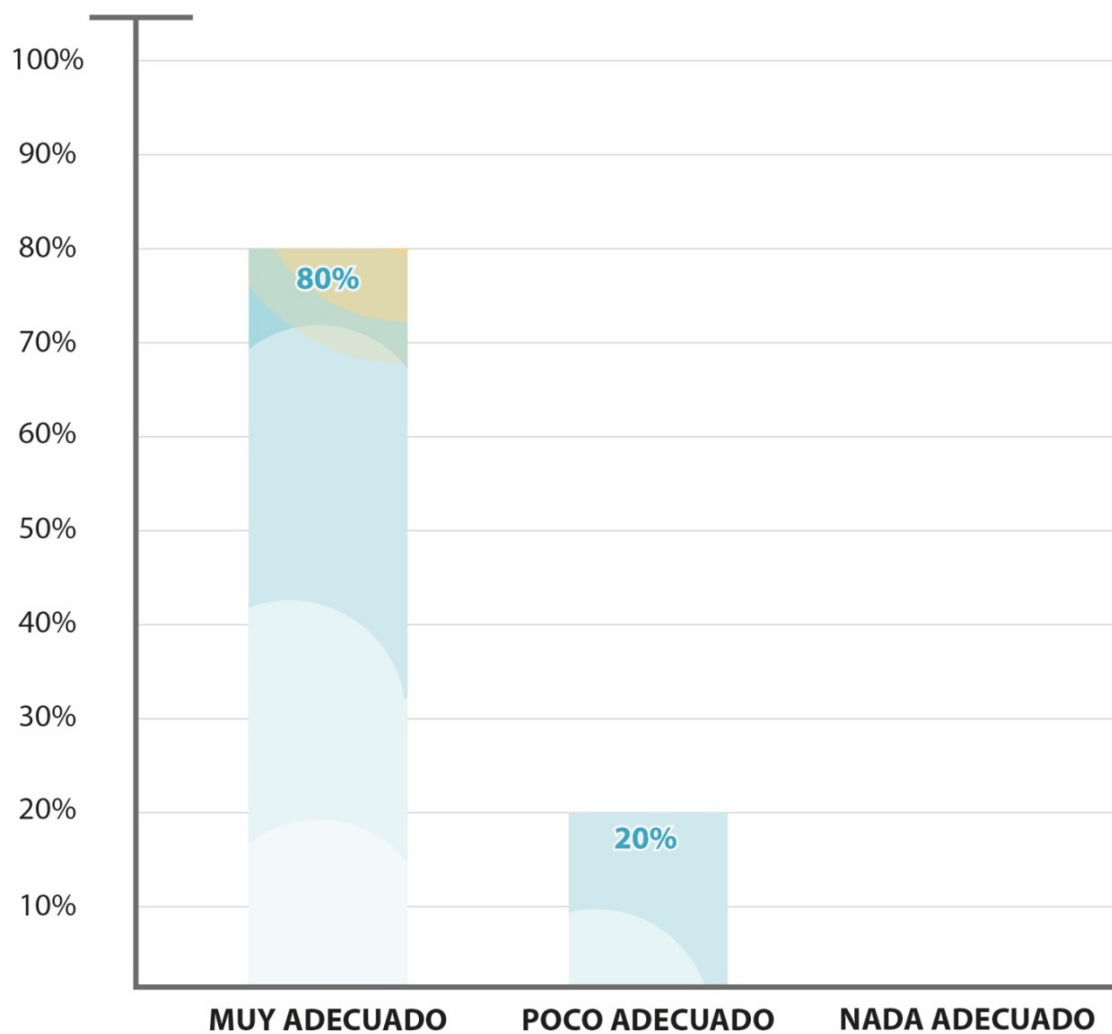
Interpretación

El 98% de los encuestados cree es muy adecuado, pero el 2% cree que es poco adecuado.

Segmento semiológico:

Pregunta No. 9

¿Considera usted que los diseños tienen una misma línea gráfica?

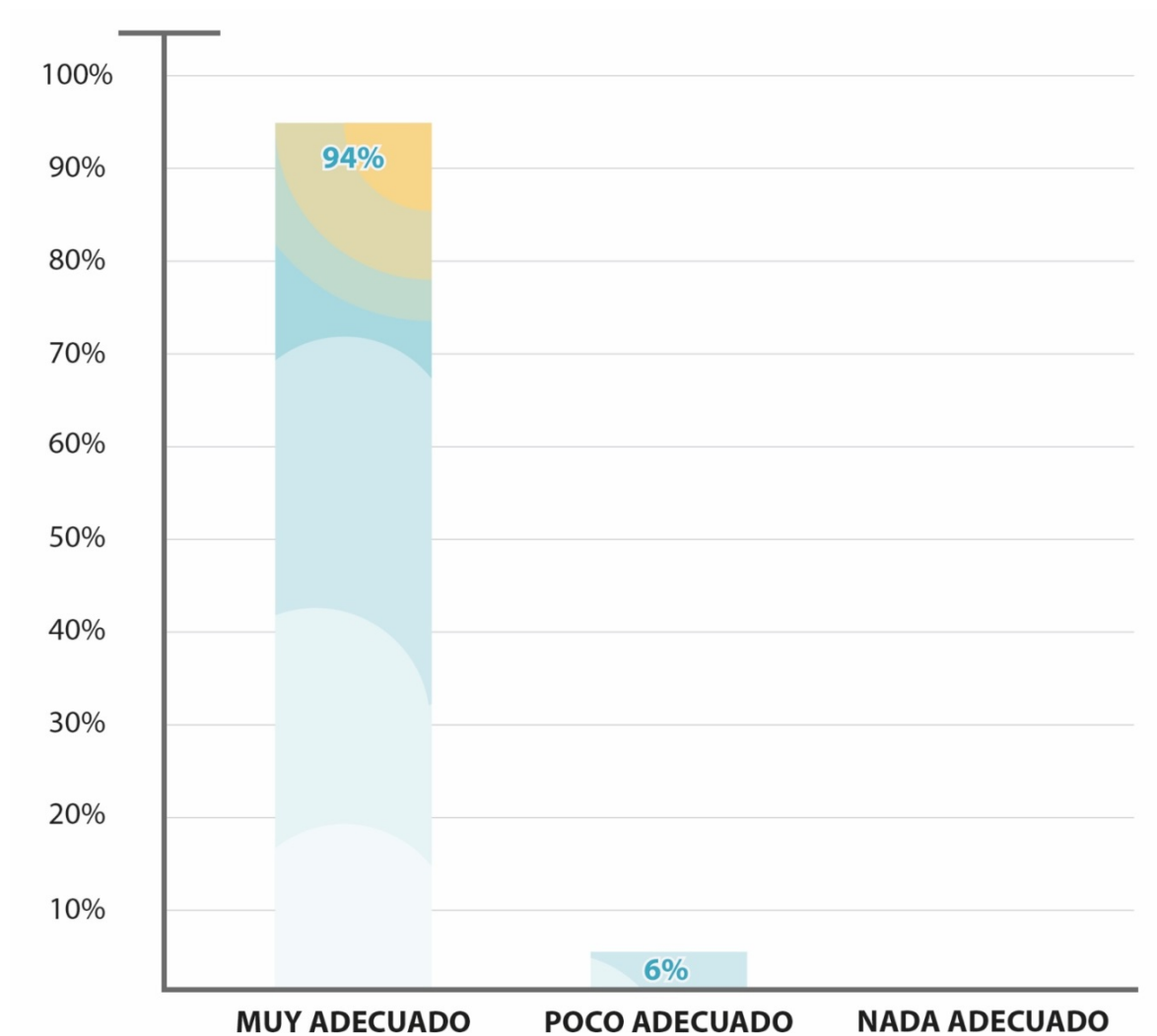


Interpretación

El 80% de los encuestados considera que es muy adecuado pero, el 20% considera que poco adecuado la línea gráfica.

Pregunta No. 10

¿Cómo considera la unión de los colores utilizados en los materiales gráficos para la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño?

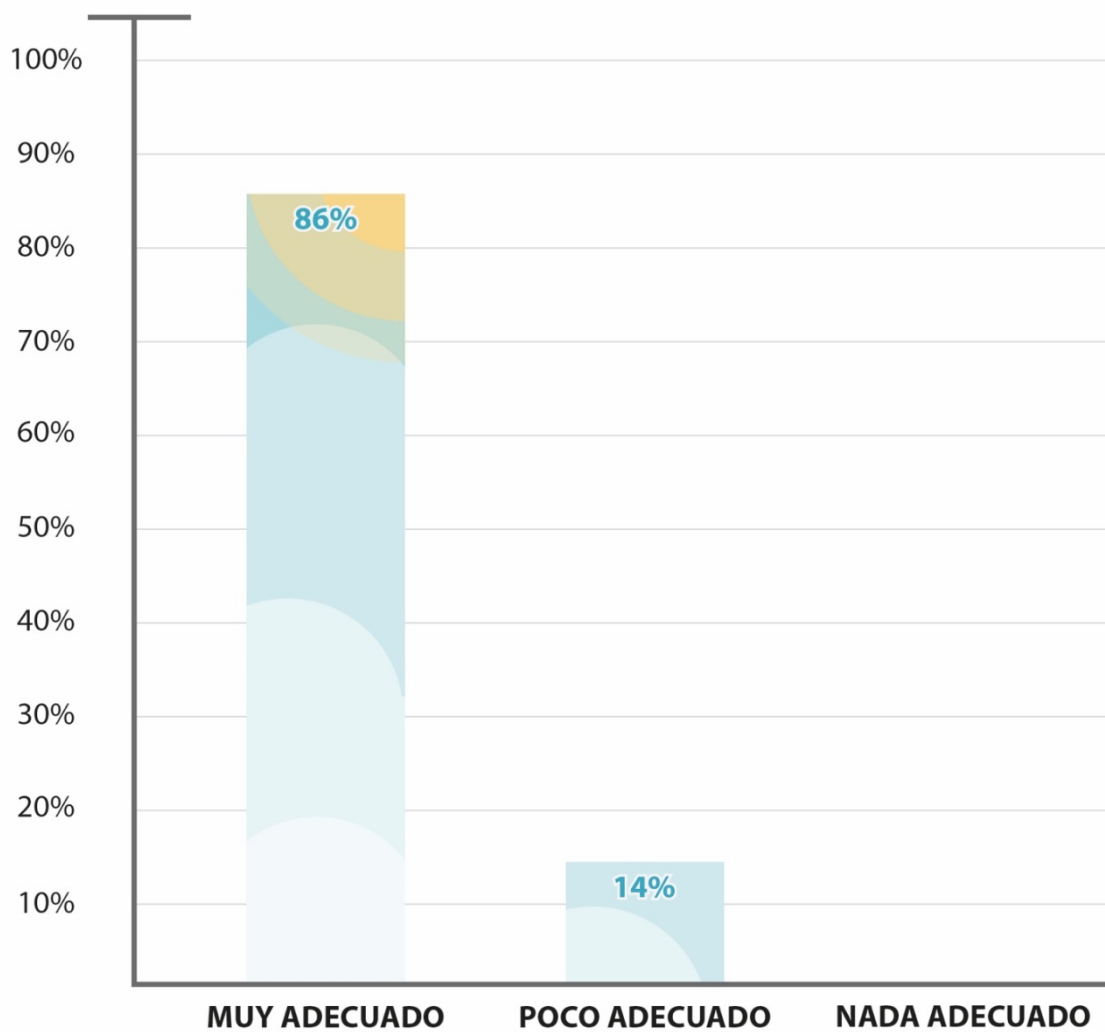


Interpretación

El 94% considera muy adecuado los colores; mientras que el 6%, es poco adecuado.

Pregunta No. 11

Para usted los diseños para la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño son:

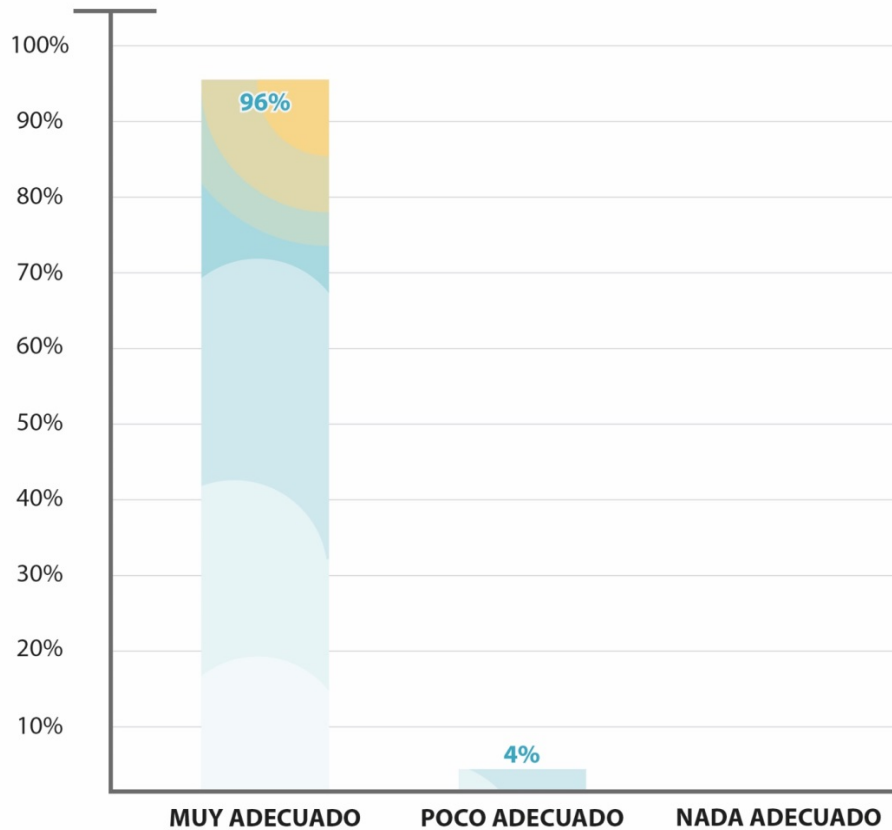


Interpretación

El 86% considera muy adecuado los diseños, pero el 14% considera que es poco adecuado.

Pregunta No. 12

Considera que el concepto “Ayúdanos a Cumplir Sueños” es un lema...



Interpretación

El 96% de los encuestados considera que el concepto es muy adecuado, mientras que para el 4% considera que es poco adecuado.

8.4 Cambios en base a los resultados:

Los cambios en los diferentes materiales gráficos presentados de acuerdo a las sugerencias y recomendaciones de las personas encuestadas como expertos, profesionales, representante de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño y el grupo objetivo a las propuestas de la Fundación son:

8.4.1 Antes:

Las propuestas de los artes anteriores tenían:

- Fondo: Contiene nubes, un cielo de color celeste y un sol con degradados en tonos amarillos.
- Proporción / Tamaño: Los diferentes tamaños en los materiales gráficos se realizaba para captar un enfoque y ser un complemento de la imagen.
- Imagotipo: La imagen de la Fundación se utiliza en todos los materiales gráficos a un espacio determinado sin ningún diseño que interrumpa la vista en el imagotipo.

8.4.2 Después:

- Fondo: Se modificó a una sola línea creativa en el cielo, modificando la proporción en el sol y modificando a una sola gráfica de nubes.
- Proporción / Tamaño: Se alteró las proporciones en los materiales gráficos, de acuerdo a la mayor cantidad de texto.
- Imagotipo: Se adaptó la imagen de la Fundación con mayor proporción para tener una mejor visibilidad en el material gráfico.

8.4.3 Justificación:

- Fondo: Se cambió el fondo, ya que las personas encuestadas sugirió que los diseños no tenían una línea gráfica.
- Proporción / Tamaño: Los expertos y profesionales encuestados comentaron que se debe mejorar en la proporción de los elementos extras.
- Imagotipo: Los expertos y profesionales sugirió ampliar en los materiales gráficos para mayor visibilidad en cada una de las propuestas.

Banner / Banner para Facebook:

BANNER / BANNER PARA FACEBOOK

ANTES



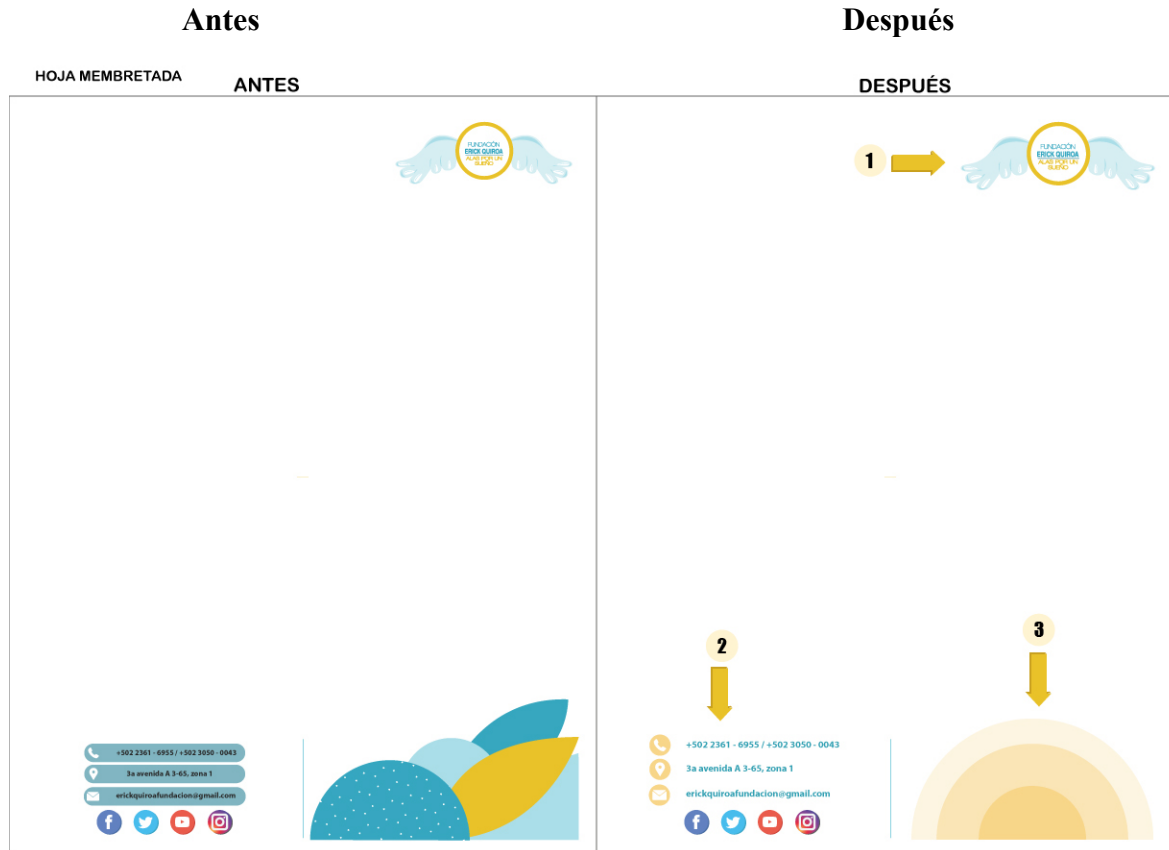
DESPUÉS



Justificación:

1. En el banner se modificó el logotipo, se dejó solo el texto del imagotipo, la Fundación puede utilizar ambas versiones como imagen.
2. Se modificó respecto a la proporción de texto en “donaciones” y se adaptó mayor tamaño el número del banco.
3. Se retiró el fondo extra en la parte inferior de la simulación de árboles, dejando espacio para colocar un recuadro y agregar el lema del proyecto de “Ayúdanos a Cumplir Sueños”. Se añadieron las redes sociales en la parte del recuadro.

Hoja Membretada:



Justificación:

1. Se maximizó el logotipo a mayor tamaño.
2. Se modificó el cuadro de texto a mayor tamaño, se cambió el color al texto al retirar el color negro por el azul oscuro, se retiró los cuadros que hacían perder visibilidad en el texto dejando los diseños que corresponde a cada información de la Fundación y se ampliaron más los iconos de las redes sociales.
3. Se cambió el diseño minimalista con los colores del imagotipo de la Fundación, dejando el diseño del sol, que aparece en los materiales gráficos, dejando el color principal del logotipo del círculo dorado en el diseño.

⁶Mupi Publicitario:

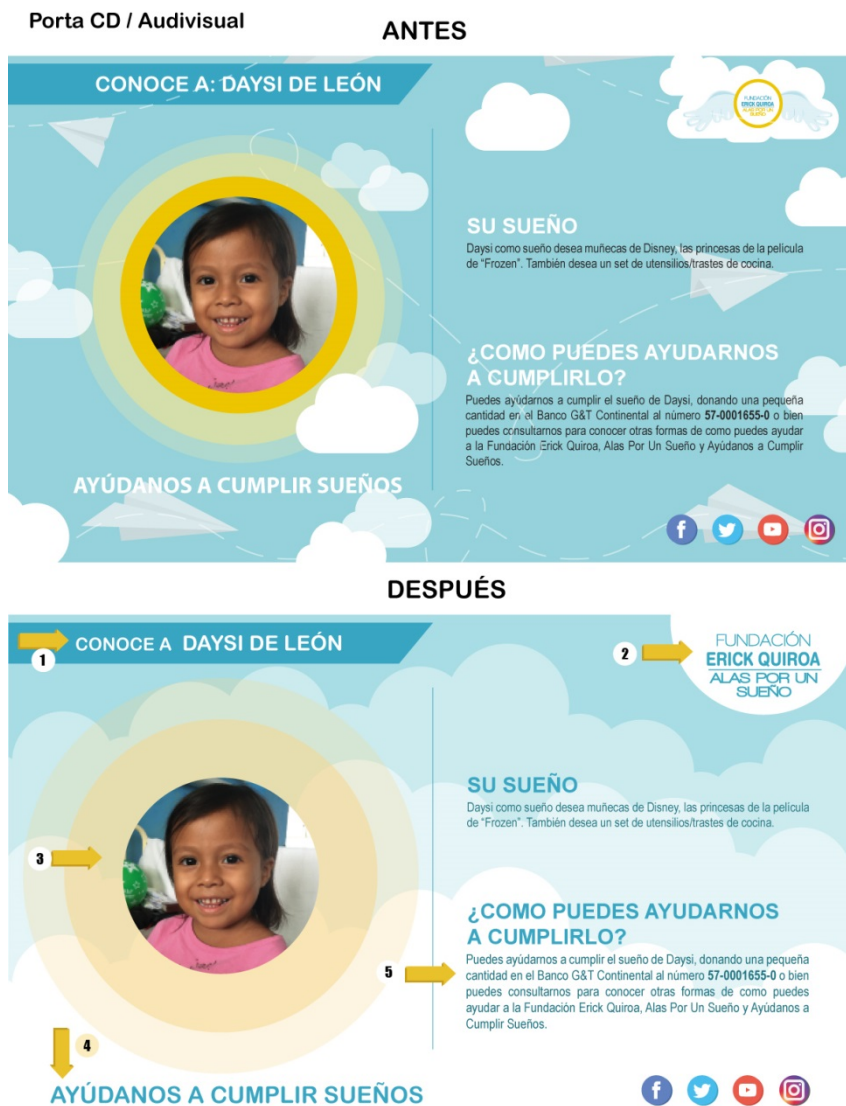


Justificación:

1. Icono de redes sociales.
2. Se modificó el fondo, al colocar las similitudes en los otros materiales gráficos, se cambió la parte del sol.
3. Se rediseño el fondo de las nubes.
4. Se añadió el color del texto principal, ya que con los colores en celeste el texto se perdía en la línea de nubes de colores sólidos.
5. Se agregó el texto de la parte inferior al dejar solo texto en el recuadro verde.
6. Se adaptó el imagotipo de la Fundación a texto.

⁶ MUPI: Mueble Urbano para la Presentación de Información.

Post de Facebook:

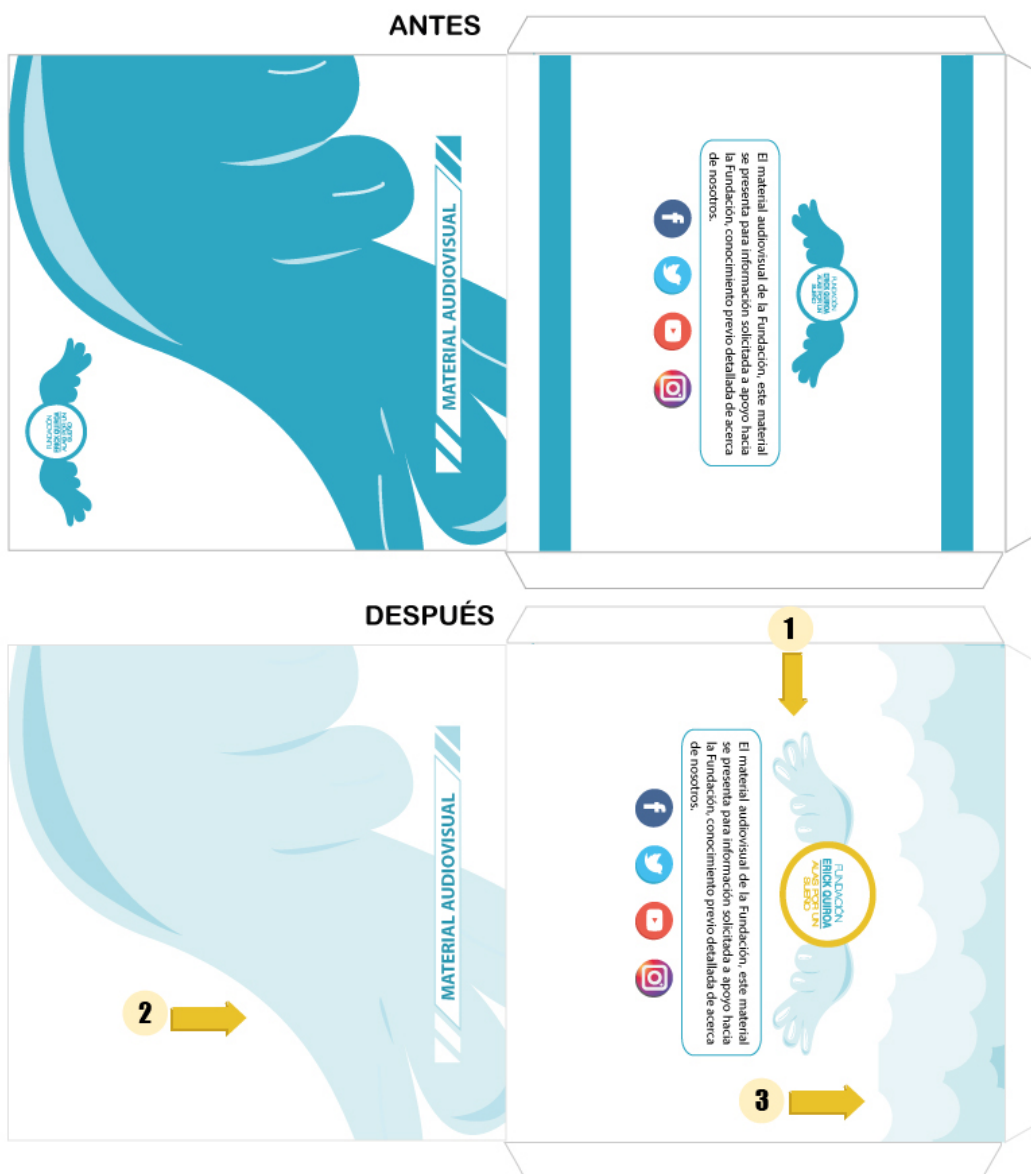


Justificación:

1. Se cambió el tamaño de letra en el nombre de la persona
2. Se modificó el imagotipo, una mejor proporción y visibilidad.
3. Se cambió el sol al cambiar el entorno y fondo.
4. Se cambió el color y se modificó al lema principal.
5. Se colocó color al texto de la imagen

Porta CD / Audiovisual

Porta CD / Audiovisual



Justificación:

1. Se agrandó el imagotipo para mejor visibilidad.
2. Se colocó color del imagotipo a la cara del sobre
3. Se cambió el fondo de la parte del retiro del material.

Tarjeta de Presentación:



Justificación:

1. Se modificó el fondo del imago tipo en la parte del tiro, se retiraron los puntos minimalistas del diseño y las franjas de colores de la parte inferior izquierdo.
2. Se agrandó el logotipo en la parte del retiro, para mejor visibilidad..
3. Se añadió el lema de “Ayúdanos a Cumplir Sueños”, a mayor proporción y se cambió del color blanco al color celeste oscuro.
4. Se alteró la proporción del texto de contacto y se retiraron los encuadres celestes. Se transformó el color negro al color azul oscuro.

Valla Publicitaria:



Justificación:

1. Se alteró el fondo y se agregó la línea gráfica a los materiales gráficos.
2. Se modificó el imago tipo, se agrega mejor proporción y visibilidad.
3. Se arregló la tipografía ya que se perdía con el fondo.
4. Se corrigió la proporción con el lema y los iconos en redes sociales.
5. Se amplió en la parte de contáctanos, se colocó una mejor proporción al recuadro.

CAPÍTULO

IX

CAPÍTULO IX: Propuesta gráfica final

En base a las sugerencias recopiladas y los comentarios en la validación (capítulo VIII), se realizaron mejoras para la impresión de los materiales gráficos de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

Banner de Facebook:

- Tamaño: 851 píxeles de ancho por 315 de alto.
- Color: RGB
- Tipo de material: web.
- Orientación: horizontal.

Si la propuesta gráfica se llegara a imprimir, contiene las diferentes características:

- Tamaño: 6.70 metros de ancho por 2.44 metros de alto.
- Color: CMYK
- Tipo de material: lona vinil.
- Orientación: horizontal.



Hoja Membretada

- Tamaño: 11 pulgadas de alto por 8.5 pulgadas de ancho.
- Color: CMYK
- Tipo de material: papel bond.
- Orientación: vertical.



⁷Mupi Publicitario

- Tamaño: 0.90 metros de ancho por 1.67 metros de alto.
- Color: CMYK
- Tipo de material: lona traslúcida (backlite).
- Orientación: vertical.



⁷ MUPI: Mueble Urbano para la Presentación de Información.

Porta CD/Audiovisual

- Tamaño: 12.5 centímetros por 12.5 centímetros en el tiro y retiro. En total del tamaño del empaque es de 25 centímetros de ancho por 18.5 centímetros de alto de alto. El tamaño de cada pestaña es de 10 centímetros de ancho por 3 centímetros de ancho.
- Color: CMYK
- Tipo de material: cartoncillo.
- Orientación: vertical.



Post en Facebook:

- Tamaño: 1200 píxeles de ancho por 630 píxeles de alto.
- Color: CMYK
- Tipo de material: web.
- Orientación: horizontal.



Tarjeta de Presentación

- Tamaño: 3.5 pulgadas de ancho por 2 pulgadas de alto.
- Color: CMYK
- Tipo de material: cartulina mate.
- Tipo de impresión: tiro y retiro.
- Orientación: horizontal.



Trifoliar

- Tamaño: 11 pulgadas de ancho por 8.5 pulgadas de alto.
- Color: CMYK
- Tipo de material: papel couché.
- Tipo de impresión: tiro y retiro.
- Orientación: horizontal.

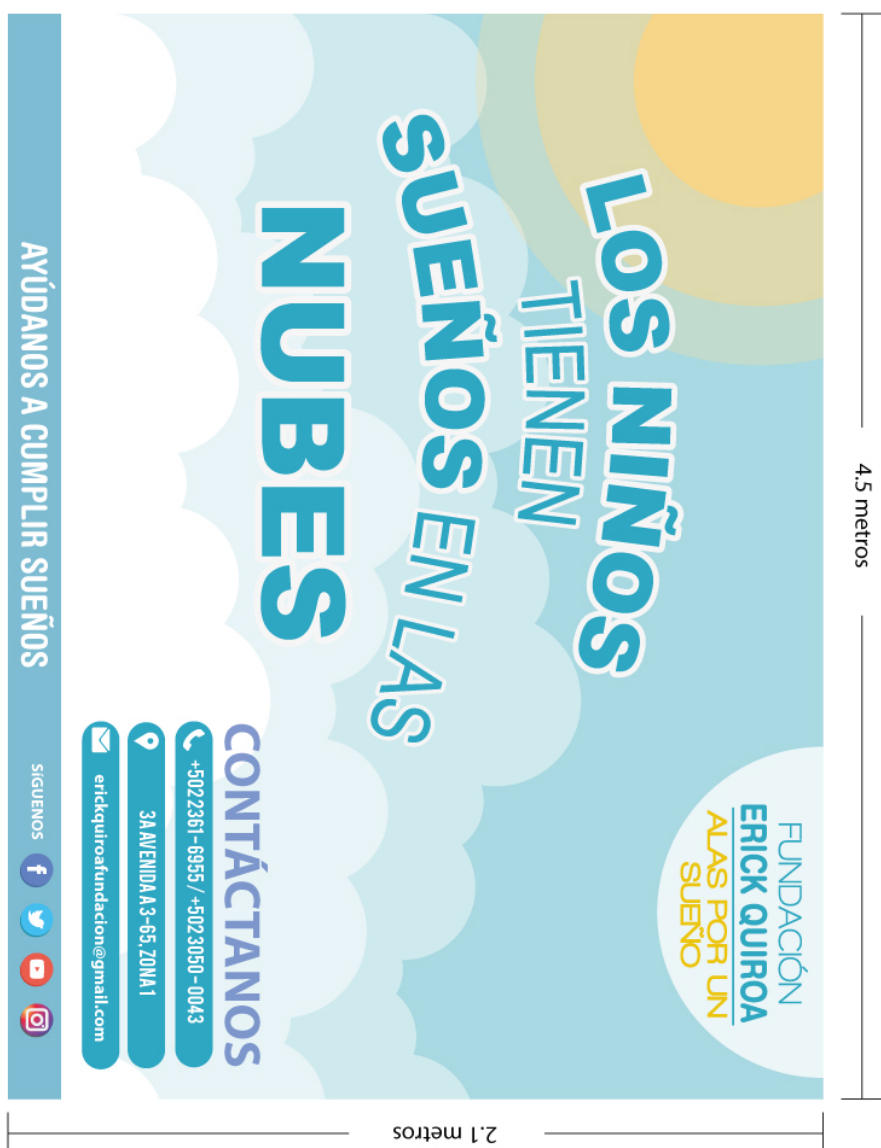
11 pulgadas

<p>NUESTRO APOYO</p> <p>La cultura guatemalteca ha brindado una parte en el movimiento de la Fundación. El apoyo de muchas empresas que han participado a la ayuda contra el cáncer y que siguen manteniéndose activamente para seguir ofreciendo la ayuda necesaria contra la enfermedad. El apoyo es indispensable, no tiene límites en Guatemala.</p> <p>SOY 502</p> <p>El espacio informativo para guatemaltecos, ha sido una de las principales fuentes de ayuda en la Fundación y sus formas de enfocar los temas claves.</p>  <p>Viva La Mañana</p> <p>La programación del canal Guatevisión, la participación en el medio, ha hecho que la Fundación sea conocida y marca una gran presencia.</p>  <p>Canal Antigua</p> <p>El canal guatemalteco ha enseñado en su programación parte de lo que la Fundación brinda como servicios y la participación comunitaria con Guatemala.</p> 	<p style="text-align: center;">CONTÁCTANOS</p> <p>BANCO G&T Puedes hacer tu donación al número: 57-0001655-0</p> <p>ENCUENTRÁNOS En la página oficial de Facebook Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño</p> <p>+502 2361 - 6955 / +502 3050 - 0043</p> <p>3a avenida A 3-65 zona 1</p> <p>erickquiroafundacion@gmail.com</p> <p style="text-align: center;">     </p>	<div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div> <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> GUÍA DE INFORMACIÓN </div>
 <p style="text-align: center; font-size: small;">Fuente: Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño</p> <p style="text-align: center;">¿QUÉ ES LA FUNDACION ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO?</p> <p>Es una Fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Mantenemos nuestro enfoque en proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tenemos un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca en las que luchan contra la enfermedad de alto riesgo como el cáncer.</p> <p>NUESTRA MISION Somos una fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer, enfermedad que pone en riesgo sus vidas.</p> <p>NUESTRA VISION Ser una fundación no lucrativa enfocada a cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Llevar esperanza, fortaleza y alegría a los niños que luchan contra esta enfermedad.</p>	<p>NUESTRA HISTORIA</p> <p>Esta iniciativa nació después de ver durante 4 años, como pequeños grandes guerreros, no lograron ganar la batalla y no tuvieron la oportunidad de cumplir su más mínimo sueño, entre estos guerreros Erick Quiroa que inicio a los 11 años de edad fue diagnosticado con Leucemia Linfoblástica Aguda cambiando un giro a su vida en la lucha a los 12 años.</p> <p>la fortaleza y la madurez en la que enfrentó la enfermedad de Erick pero la sonrisa y la alegría que generó el ver su sueño, ver jugar al Barcelona en el emblemático Camp nou el esfuerzo de toda la familia se pudo cumplir el sueño que tanto anhelaba y la felicidad en la que se reflejó no tiene precio.</p> <p>El 1 de Agosto de 2014, Erick Quiroa, perdió la batalla, a los 16 años de edad, luego de cuatro años después en su lucha. Motivó en las personas para ver esa misma alegría y sonrisa en niños, niñas y adolescentes que sufren de una terminable enfermedad como lo es el cáncer.</p> <p>NUESTROS VALORES Amor Responsabilidad Honestidad Solidaridad Transparencia</p> <p>NUESTRO OBJETIVO Concientizar a las personas, que el ser voluntario, significa comprometerse a dar amor y alegría constantemente a los niños y niñas que luchan por su vida.</p> <p>NUESTRAS FORMAS DE APOYO La Fundación busca de apoyo constante y puedes ayudarnos de la siguiente manera:</p> <p style="text-align: center;">Voluntariado / Donaciones / Patrocinadores</p>	<p>SUEÑOS CUMPLIDOS</p> <p>Nuestras posibilidades de cumplir sueños a cada niño, niña y adolescente son infinitas y algunos los presentamos a continuación en las fotografías.</p> <p>AYÚDANOS A CUMPLIR SUEÑOS, es la forma más explícita para ayudar y apoyar a todo niño con cáncer y lograr una felicidad de recompensa.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>Los sueños cumplidos en las que los niños logran cumplir, son infinitas. Nuestra forma de lograr los sueños para cada niño, niña y adolescente es la felicidad en la que ellos olvidan la enfermedad y se llenan de ánimo.</p> <p>El cambiar, es lograr derrotar toda enfermedad, el sentirse que han podido superar una etapa tan difícil a temprana edad, en la libertad y emoción, no solo para los pacientes sino también para la familia, el amor y la paciencia logran sanar la herida y recuperar la vida que solían tener.</p>

8.5 pulgadas

Valla Publicitaria

- Tamaño: 4.5 metros de ancho por 2.1 metros de alto.
- Color: CMYK
- Tipo de material: lona vinílica.
- Orientación: horizontal.



CAPÍTULO

X

CAPÍTULO X: Producción, reproducción y distribución

El proceso del proyecto para que se lleve a cabo en los materiales gráficos para la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, es:

10.1. Plan de costos de elaboración:

- Meses trabajados: 6 meses.
- Semanas trabajadas: 20 semanas.
- Días trabajados: 120 días (5 días de la semana).
- Horas trabajadas: 240 horas (2 por cada día).

Descripción del plan:	Costo por día	Total
Elaboración de propuesta creativa.	Q.25.00 (Por hora)	Q.6,000.00

Se estima un precio de Q.6,000.00, para la elaboración de propuestas y procesos creativos.

10.2. Plan de costos de producción:

Descripción del plan:	Total
Meses trabajados	1
Semanas trabajados	4
Días trabajados	20 Días (5 días por semana)
Horas trabajadas	40 Horas (2 horas por día)
Costo por hora	Q.25.00
Total	Q.1,000.00

10.3. Plan de costos de reproducción:

Se cotizaron a distintas empresas que proporcionaron información para realizar el proyecto:

- Hojas membretadas de 8.5 pulgadas por 11 pulgadas en papel bond.
- Tarjetas de presentación de 3.5 pulgadas por 2 pulgadas en cartulina mate.
- Trifoliales de 11 pulgadas por 8.5 pulgadas en papel couché.
- Mupi publicitario de 1.67 metros por 0.90 metros en lona traslúcida.
- Valla publicitaria de 4.5 metros por 2.1 metros en lona vinílica.
- Banner publicitario de 6.70 metros por 2.44 metros en lona vinílica
- Troquel de porta cd / audiovisual de 25 centímetros por 18.5 centímetros en cartoncillo.

Proveedores	tarjetas de presentación en cartulina mate	2000 hojas membretadas en papel bond	1000 porta cd en cartoncillo	2000 trifoliales en papel couché
Multifunciones Zoe	Q.125.00	Q.800.00	Q.2500.00	Q.1400.00
IMPRESIONART Guatemala	(100 unidades) Q.60.00	(100 unidades) Q.100.00	(100 unidades) Q.1,850.00	(100 unidades) Q.1,150.00
Captura Publicidad	(2000 unidades) Q.1,320.00	(2000 unidades) Q.2,400	(2000 unidades) Q.920.00	Q.3,040.00

Proveedores	1 banner de 6.70 x 2.44 metros en lona vinílica.	1 mupi publicitario de 1.67 x 0.90 metros en lona traslucida	1 manta vinílica de 4.5 x 2.1 metros en lona vinílica
Multifunciones Zoe	Q.900.00	Q.150.00	Q.472.50
IMPRESIONART Guatemala		Q.215.40	Q.614.25
Captura Publicidad	Q.1,427.00		Q.771.00

10.4. Plan de costos de distribución

En la relación que existe a los costos de distribución, será de la siguiente forma:

- El banner será colocado en la página oficial de la Fundación, en la plataforma de red social Facebook. Si la Fundación desea promocionar el banner para tener mayor de alcance en la página, los costos empiezan desde los Q.15.00 hasta los Q.550.00 y así se determinaría el tiempo de días estimado para promocionar.
- La Fundación decidirá la cantidad de mupi que desea hacer para colocarlo, al grupo objetivo. Los mupis publicitarios serán colocados en diferentes zonas donde puedan estar ubicado la mayor parte como cercanías de hospitales en zona 9, zona 1, zona 10, zona 14, 15 y 16.
- La distribución de la hoja membretada, no tendrá ningún costo adicional, ya que dentro de la Fundación para correspondencia personal entre clientes, empresas, etc.

- La distribución del porta cd no tendrá ningún costo, la representante de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño se encargará de dar el material a los medios de comunicación.
- El post en Facebook será colocado en la página oficial de la Fundación, no tendrá ningún costo al colocarla más bien si se quiere promocionar el post para tener un mayor alcance en la página de Facebook, los costos se aproximan desde Q.15.00 hasta los Q.550.00 y Facebook determinaría el límite de tiempo en días para el estimado a promocionar.
- La distribución de la tarjeta de presentación no tendrá ningún costo, ya que dentro de la Fundación se estará otorgando el material gráfico o también por medio de la representante de la Fundación entregará a los medios de comunicación o citas empresariales con clientes.
- La distribución del trifoliar no tendrá costo adicional, por medio de la Fundación se estará dando a los padres de familia y a toda persona que quiera conocer la Fundación podrá el ejemplar del trifoliar.
- La distribución de la valla publicitaria contará con el equipo de la colocación y la cantidad en la que la Fundación decida realizar para ser colocados para el grupo objetivo, de esta forma estarán colocados en ubicaciones de hospitales y lugares como zona 9, zona 1, zona 10, zona 14, zona 13, zona 15 y 16.

Total en costos: Q.1100.00 (Si la Fundación agregara promoción en el banner y en el post de Facebook, para tener un alcance mayor y el estimado por 14 días es de Q.550.00)

10.6. Cuadro con resumen general de costos:

Plan de costos de elaboración	Q. 6,000.00
Plan de costos de producción	Q. 1,000.00
Plan de costos de reproducción	Q. 5,447.50
Plan de costos de distribución	Q. 1,100.00
Subtotal	Q. 13,547.50
20% Margen de Utilidad	Q. 2,709.50
Total	Q. 16,257.00

CAPÍTULO

XI

CAPÍTULO XI: Conclusiones y Recomendaciones

12.2. Conclusiones:

Se diseñó material gráfico impreso para dar a conocer las actividades benéficas de la recaudación de fondos para la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

Se investigaron y conocieron los diferentes conceptos de comunicación persuasiva para atraer la atención y que ayudará a la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño al tener participación con clientes o empresas.

Se recopiló toda información necesaria que proporcionó el cliente y los términos correctos en la aplicación de un trifoliar informativo que oriente y se obtenga toda la información directa y clave para el conocimiento de la Fundación y sus proyectos.

Se propuso la versión digital de los materiales gráficos y la publicación en las redes y medios sociales.

12.3. Recomendaciones:

- Se recomienda a la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, la recopilación de proyectos o actividades benéficas que se realicen, en formato audiovisual y escrito para propuestas en materiales gráficos futuros.
- Presentar los materiales gráficos de presentación a la Fundación en las actividades benéficas que se realicen por la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, para las personas que quieran unirse como donantes y conocer de la Fundación.
- Se recomienda a la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño, la utilización de los materiales gráficos en máxima calidad como en fotografías, videos, materiales impresos y web.
- Cotizar la promoción de publicaciones mensual en las redes sociales de la página oficial de la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño para los materiales gráficos web, para atraer al grupo objetivo y la interacción en cada uno de los materiales gráficos.

CAPÍTULO

XII

CAPÍTULO XII: Conocimiento general

12.2. Demostración de conocimiento:

A continuación se presenta la infografía de conocimiento general de la carrera.



CAPÍTULO

XIII

CAPÍTULO XIII: Referencias

Libros consultados:

C:

Cáceres, L. d. (2007). *MANUAL PARA EL PACIENTE ONCOLÓGICO Y SU FAMILIA*.

Barcelona, España: Egraf, S.A.

Cultural de Ediciones S.A. (2003). *Atlas de Anatomía El Cuerpo y la Salud*. Madrid,

Barcelona, España: CULTURAL DE EDICIONES S.A. Recuperado el 2 de Agosto de 2016

H:

Hoppenfeld, J. D. (s.f.). *Fundamentos de Medicina del Dolor Diagnóstico y tratamiento*

(Vol. 1). (D. G. Mezzano, & D. J. Taveira, Trads.) North Carolina, Charlotte,

Estados Unidos de América: LIPPINCOTT WILLIAMS & WILKINS. WOLTERS KLUWER HEALTH.

M:

Marcante, K. (2011). *Nelson Pediatría Esencial*. (G. C. Editorial, Trad.) Barcelona,

España: Elsevier España, S.L.

V:

Valencia, P. (2014). *Patología*. (E. Salas Castillo, & M. Bernal Pérez, Edits.) México,

México, D. F., México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

Páginas de internet consultadas

A:

Ambrose, G. (2004). <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>. Obtenido de Fundamentos del Diseño Creativo.

Asociación de Academias de la Lengua Española. (2014). *Real Academia Española*.

Recuperado el 28 de Julio de 2016, de Diccionario de la Lengua Española:

<http://dle.rae.es/?w=diccionario>

Asociación Española de Fundaciones. (2016). Recuperado el 28 de Julio de 2016, de El

Sector Fundacional: <http://www.fundaciones.org/sector-fundacional/preguntas-frecuentes>

Astroza, C. (ABRIL de 2009). <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>.

Recuperado el 9 de AGOSTO de 2016, de Técnicas y Leyes Compositivas:

<http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

C:

Calvo, R. F. (2011). http://www.usc.es/atpemes/IMG/pdf/glosario_Internet_pymes.pdf.

Recuperado el 9 de agosto de 2016, de Glosario Básico de Internet:

http://www.usc.es/atpemes/IMG/pdf/glosario_Internet_pymes.pdf

Cheng, K. (2006). [http://coreditec.com.co/libros/Karen%20Cheng%20-](http://coreditec.com.co/libros/Karen%20Cheng%20-%20Diseñar%20Tipograf%C3%ADa.pdf)

[%20Diseñar%20Tipograf%C3%ADa.pdf](http://coreditec.com.co/libros/Karen%20Cheng%20-%20Diseñar%20Tipograf%C3%ADa.pdf). Recuperado el 8 de diciembre de 2016,

de Diseñar tipografía: [http://coreditec.com.co/libros/Karen%20Cheng%20-](http://coreditec.com.co/libros/Karen%20Cheng%20-%20Diseñar%20Tipograf%C3%ADa.pdf)

[%20Diseñar%20Tipograf%C3%ADa.pdf](http://coreditec.com.co/libros/Karen%20Cheng%20-%20Diseñar%20Tipograf%C3%ADa.pdf)

E:

Editorial Planeta. (2016). <http://www.paredro.com/3-libros-en-descarga-libre-que-despiertan-la-creatividad/>. Recuperado el 9 de AGOSTO de 2016, de LIBRO DE CREATIVIDAD ¡Q' BUENA IDEA!: <http://www.paredro.com/3-libros-en-descarga-libre-que-despiertan-la-creatividad/>

Enciclopedia Médica A.D.A.M. (2016). *Definición de Intravenoso*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Medline Plus: <https://medlineplus.gov/spanish/>

Enciclopedia Médica A.D.A.M. (2016). *Definición de Prueba de Laboratorio*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de MedlinePlus: <https://medlineplus.gov/spanish/laboratorytests.html>

F:

Fernández, M. G. (2016). <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>. Recuperado el 10 de Agosto de 2016, de Percepción y Diseño: <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

Ferrer, A. (2016). https://capdtron.files.wordpress.com/2013/03/iml-m1_imagen-y-comunicacic3b3n-visual.pdf. Recuperado el 8 de diciembre de 2016, de Imagen y Comunicación Visual: https://capdtron.files.wordpress.com/2013/03/iml-m1_imagen-y-comunicacic3b3n-visual.pdf

L:

Logorapid. (2010). <http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>.

Recuperado el 2016 de agosto de 2016, de EL LIBRO DE LOGOTIPOS, MARCAS E

IMAGEN CORPORATIVA DE LOGORAPID:

<http://www.publicidadpixel.com/libros-de-diseno-grafico/>

M:

Morris, C. (2005). <https://hannibalpsike83.files.wordpress.com/2015/09/morris-maisto-introduccion-a-la-psicologia.pdf>. Recuperado el 8 de diciembre de 2016, de

Introducción a la psicología:

<https://hannibalpsike83.files.wordpress.com/2015/09/morris-maisto-introduccion-a-la-psicologia.pdf>

Muñoz, Á. (Abril de 2008). <https://saltaalavistablog.blogspot.com/2015/10/aprende-dibujar-comic-10-volumenes.html>. Recuperado el 8 de diciembre de 2016, de Aprende a Dibujar Cómic: <https://saltaalavistablog.blogspot.com/2015/10/aprende-dibujar-comic-10-volumenes.html>

Müller-Brockmann, J. (2016). *Sistemas de retículas Un manual para diseñadores gráficos*.

(J. Müller-Brockmann, Ed.) Recuperado el 15 de Febrero de 2017, de La retícula:

[https://monoskop.org/images/f/f5/Mueller-](https://monoskop.org/images/f/f5/Mueller-Brockmann_Josef_Sistemas_de_reticulas_Sistemas_de_grelhas.pdf)

[Brockmann_Josef_Sistemas_de_reticulas_Sistemas_de_grelhas.pdf](https://monoskop.org/images/f/f5/Mueller-Brockmann_Josef_Sistemas_de_reticulas_Sistemas_de_grelhas.pdf)

O:

Ogaz , L. (10 de Abril de 2013).

<http://www.g80.cl/noticias/noticiacompleta.php?varbajada=17539>. Recuperado el 30 de Agosto de 2016, de Movimiento Generación 80:
<http://www.g80.cl/noticias/noticiacompleta.php?varbajada=17539>

P:

Pérez, J. (2014). *Definición de beneficencia* — *Definicion.de*. Recuperado el 02 de Agosto de 2016, de Definición.de: <http://definicion.de/beneficencia/>

Pérez, J. (2014). *Definición de Comunicación* — *Definicion.de*. Recuperado el 28 de Julio de 2016, de Definición.De: <http://definicion.de/comunicacion/>

Pérez, J. (2014). *Definición de Enfermedad* — *Definicion.de*.
Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Definicion.de:
<http://definicion.de/enfermedad/>

Pérez, J. (2014). *Definición de Fondo* — *Definicion.de*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Definicion.de: <http://definicion.de/fondo/>
Pérez, J. (2014). *Definición de Lucro* — *Definicion.de*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Definicion.de:
<http://definicion.de/lucro/>

Pérez, J. (2014). *Definición de Oncología* — *Definicion.de*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Definiciones.de: <http://definicion.de/oncologia/>

Pérez, J. (2014). *Definición de Patrocinio — Definicion.de*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Definiciones.de: <http://definicion.de/patrocinio/>

Pérez, J. (2014). *Definición de Síndrome — Definicion.de*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Definiciones.de: <http://definicion.de/sindrome/>

Pérez, J. (2014). *Definiciones de Publicidad*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Definiciones.de: <http://definicion.de/publicidad/>

Publicidad Pixel. (2016). Recuperado el 2016, de Clases o tipos de logotipos: <http://www.publicidadpixel.com/tipos-de-logos/>

Publicidad Pixel. (2016). Recuperado el 8 de diciembre de 2016, de El significado de los colores y la Psicología del color: <http://www.publicidadpixel.com/significado-de-los-colores/>

R:

RAE. (2014). *Definición de Donación*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Diccionario de la Lengua Española: <http://dle.rae.es/?id=E7oF9KZ>

RAE. (2014). *Definición de Morfología*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Diccionario de la Lengua Española: <http://dle.rae.es/?id=Pp2aAEL>

RAE. (2014). *Real Academia Española*. Recuperado el 28 de Julio de 2016, de Diccionario de la Lengua Española: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>

Roca, M. M. (2011). <http://www.emprenderural.es/sites/default/files/recursos-pdfs/Redes%20Sociales-El-Marketing-Digital-en-la-Empresa.pdf>. Recuperado el 9 de AGOSTO de 2016, de El Marketing En la Empresa: <http://www.emprenderural.es/sites/default/files/recursos-pdfs/Redes%20Sociales-El-Marketing-Digital-en-la-Empresa.pdf>

Roca, M. M. (2011). <http://www.emprenderural.es/sites/default/files/recursos-pdfs/Redes%20Sociales-El-Marketing-Digital-en-la-Empresa.pdf>. Recuperado el 9 de agosto de 2016, de El Marketing Digital en la Empresa:
<http://www.emprenderural.es/sites/default/files/recursos-pdfs/Redes%20Sociales-El-Marketing-Digital-en-la-Empresa.pdf>

Rodés, J. (2007). Libro de la salud del Hospital Clínic de Barcelona y de la Fundación BBVA. España: Editorial Nerea, S. A.

S:

Santos, D. V. (2016). *Fundamentos de la Comunicación*. Recuperado el 8 de 12 de 2016, de Bibliotecas Digitales Aliat:
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf

V:

Vázquez, I. (2016). *QuestionPro Blog*. Recuperado el 26 de Octubre de 2016, de ¿Qué es la escala de Likert y como utilizarla?: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

CAPÍTULO

XIV

CAPÍTULO XIV: Anexos

Anexo A. Brief



BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	Miguel Angel Flores Linares		
No. de Carné:	1300 1537	Celular:	4692-0110
Email:	mikeflores.9082@gmail.com		
Proyecto:	Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a los donantes, las actividades benéficas de la recaudación de fondos de la Fundación Erick Quiroa,		

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.		
Dirección:	3a Avenida "A" 3-65 zona 1, Ciudad de Guatemala, Guatemala.		
Email:	erickquiroafundacion@gmail.com	Tel:	(502) 2361 - 6955
Contacto:	Linda Quiroa / Coordinadora de Comunicación	Celular:	3050 - 0043
Antecedentes:	La Fundación nace como motivación para ayudar a niños, niñas y adolescentes con cáncer, la recaudación de fondos que solían tener empieza a tener desniveles y necesitan de patrocinadores, donadores y de voluntarios que ayuden a la Fundación para seguir cumpliendo sueños a cada niño y unirse a la causa contra el cáncer infantil.		
Oportunidad identificada:	No cuentan con diseño para los materiales gráficos impresos para recaudar fondos para la Fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.		

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Cerrar un círculo en su vida generando una sonrisa y hacerlos olvidar por un día su enfermedad.

Visión: Llegar a cada niño con cáncer que lo necesite. Crecer, brindando ayuda colateral, contando cada día con más personas donadoras de sueños y voluntarios que se unan a nuestra causa.

Delimitación geográfica: Ciudad de Guatemala.

Grupo objetivo: Socio-económico A, B, C, D, y E

Principal beneficio al grupo objetivo: Brinda ayuda colateral a los niños con cáncer con proyectos sociales.

Competencia: Fundación Ayuvi, Fundación Fares.

Posicionamiento: Nació en 2015, para brindar el mejor apoyo a los niños guatemaltecos con cáncer.

Factores de diferenciación: La recaudación de fondos, cumple sueños a los niños que deseen olvidar por un día la enfermedad, crece constantemente 26 de noviembre se inaugurarón la primera casa Hogar de Erick Quiroa.

Objetivo de mercadeo: Dar a conocer un concepto en contra del cáncer infantil en Guatemala.

Objetivo de comunicación: Dar a conocer la situación de niños con cáncer y dar a conocer la Fundación para recaudar fondos.

Mensajes claves a comunicar: Ayúdanos a cumplir sueños.

Estrategia de comunicación: Por medio de materiales gráficos impresos y digitales captar la atención de personas que puedan donar, que puedan patrocinar como empresarios y voluntariados que deseen apoyar la Fundación

Reto del diseño y trascendencia: Los diseños en los materiales gráficos deberá transmitir, expresar el mensaje de la necesidad de ayudar a cumplir sueños a niños con cáncer.

BRIEF

Materiales a realizar: Diseño de banner para Facebook, diseño de hoja membretada, diseño de mupi publicitario
diseño de valla publicitaria y diseño de trifoliar.

Presupuesto: La Fundación cuenta con el recurso económico necesario para reproducción de materiales gráficos.

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: El color principal es PANTONE 611 C que da el color de amarillo, PANTONE 656 C, da el celeste y
el PANTONE 635 C, da los tonos azules oscuro en la parte de las alas.

Tipografía: Walkway y Helvética Rounded.

Forma: Tiene un círculo puede ser identificado como la aureola de ángeles de color amarillo y dos alas de color celeste

LOGOTIPO



Fecha: Ciudad de Guatemala, 08 de Diciembre del 2016

Anexo B. Encuesta

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
FACOM

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE GRADUACIÓN



NOMBRE

EDAD **GÉNERO** FEMENINO MASCULINO OTRO

PROFESIÓN **PUESTO**

TIPO DE ENCUESTADO G.O EXPERTO PROFESIONAL ESTUDIANTE

Antecedentes

La fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño es una organización sin fines de lucro creado por profesionales que brindan la ayuda a niños, niñas y adolescentes contra el cáncer. El enfoque en la proyección social, van más allá de cumplir sueños y mantienen un compromiso humanitario para todas las necesidades en las que vive la niñez en Guatemala contra las distintas enfermedades. Sin embargo, la fundación Erick Quiroa no cuenta con material gráfico digitales e impresos para dar a soporte y obtener fondos en los recursos para seguir apoyando a la niñez contra la enfermedad.

Instrucciones

En base a la información anterior, se presenta los documentos adjuntos para su criterio profesional contestando las preguntas de validación que vienen a continuación:

Segmento Objetivo

1. ¿Cree que el diseñar material gráfico impreso y digital, cumplirá el soporte que necesita hacia la fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño.

SI

NO

2. ¿Considera usted que la investigación para los medios en los que se destaca los materiales impresos y digitales logró la recaudación de fondos de nuevo en apoyo a la fundación?

SI

NO

3. ¿Considera que es necesario la recopilación de información acerca del cáncer infantil adquirida por la organización para conocer a fondo la proyección que mantiene?

SI

NO

4. ¿Cree que la organización necesite nuevas formas para dar a conocer la fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño?

SI

NO

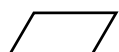
5. ¿Considera usted que la organización necesite de una diagramación en los materiales gráficos para cumplir el objetivo principal de la recaudación de fondos?

SI

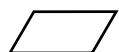
NO

Segmento Operativo

6. Según su criterio, la utilización de colores, espacios en el material y la diagramación en el diseño son:



MUY ADECUADO

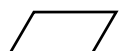


POCO ADECUADO

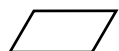


NADA ADECUADO

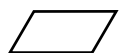
7. ¿Considera la tipografía de acuerdo a cada uno de los materiales gráficos en las propuestas?



MUY ADECUADO

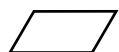


POCO ADECUADO

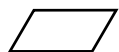


NADA ADECUADO

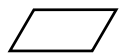
8. ¿Cree que el papel couché es material adecuado para la impresión de trifoliales de la fundación?



MUY ADECUADO



POCO ADECUADO



NADA ADECUADO

Segmento Semiológico:

9. ¿Considera usted que los diseños tienen una misma línea gráfica?

- MUY ADECUADO
- POCO ADECUADO
- NADA ADECUADO

10. ¿Cómo considera la unión de los colores utilizados en los materiales gráficos para la fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño?

- MUY ADECUADO
- POCO ADECUADO
- NADA ADECUADO

11. Para usted los diseños para la fundación Erick Quiroa, Alas Por Un Sueño son:

- MUY ADECUADO
- POCO ADECUADO
- NADA ADECUADO

12. ¿Considera que el concepto “Ayúdanos a Cumplir Sueños?”

- MUY ADECUADO
- POCO ADECUADO
- NADA ADECUADO

13. Observación adicional:

Anexo C. Cotizaciones de proveedores

Miguel Flores <mikeflores.9082@gmail.com> 30 nov. (hace 8 días)

para Multifunciones Zoe
Buenos días, ¿Quisiera saber si pudieron darme como la cotización?

Multifunciones Zoe para mí 30 nov. (hace 8 días)

Que tal, buena tarde!!

Tarjetas de presentación 200 - Q125

Trifoliales 2000 - Q1400

Valla con sus medidas sale a Q472.50

Hojas membretadas 2000 - Q800

Blacklíte m2 Q150

Porta CD Full color si pide 1000 - Q2.50 c/u

Porta CD un color si pide 1000 - Q1.50 c/u

GRACIAS!

Miguel Flores 23 nov.

Buen Día, Le saludo Miguel Flores y estoy laborando como diseñador de la Fund...

IMPRESIONART Guatemala para mí 23 nov.

TARJETAS DE PRESENTACIÓN
Tamaño: 3.5 x 2 pulgadas - full color - cartulina mate 100 unidades Q. 60.00

PORTA CD
tamaño: 12.5 x 12.5 centímetros - full color - cartoncillo 100 portadas CD full color solo tiro 6 en cada pliegos de 12*18" Q.156.00

HOJAS MEMBRETADAS
tamaño: 8.5 x 11 pulg - full color - papel bond 100 hojas 1 color full color solo tiro Q.100.00

MUPI PUBLICITARIO
tamaño: 1.67 x 0.90 metros - full color - Backlite / Lona Traslucida Q.215.40

VALLA PUBLICITARIA
tamaño: 4.5 x 2.1 metros - full color - Lona vinilica Q.614.25

TRIFOLIAR
tamaño: 11 x 8.5 pulg - full color - papel couché 100 unidades couché full color tiro y retiro terminado Q. 1,150.00

ATT.
IMPRESIONART
Emanuel Martinez



16-0723
viernes, 09 de diciembre de 2016

Cliente Fundación Erick Quiroa
Nombre
NIT
Contacto Mike Flores
Número 0

Cantidad	Servicio	Descripción	Precio unitario	Precio total
1,000	Imprenta	Hojas membretadas	Q 1.45	Q 1,450.00
2,000		· 8.5 x 11" · Papel bond 90 · Tiro full color	Q 1.20	Q 2,400.00
1,000	Imprenta	Tarjetas de presentación	Q 0.95	Q 950.00
2,000		· 3.5 x 3 " · Opalina mate · tiro y retiro full color	Q 0.66	Q 1,320.00
1,000	Imprenta	Trifoliar	Q 1.82	Q 1,820.00
2,000		· 8.5 x 11" · couche 90 · Tiro full color	Q 1.52	Q 3,040.00
1,000	Imprenta	Portada CD	Q 0.55	Q 550.00
2,000		· 12.50 x 12.50 cm · Texcote 290 grm · Tiro y retiro full color	Q 0.46	Q 920.00
1	Imprenta	Valla publicitaria	Q 771.00	Q 771.00
		· 4.5 x 2.10 cm · Lona Vinilica · Tiro full color		
1	Imprenta	Banner	Q 1,427.00	Q 1,427.00
		· 6.70 x 2.44 cm · Lona Vinilica · Tiro full color		
			Total Q	14,648.00

Condiciones y términos generales

- Precios incluyen IVA
- La presente cotización tiene validez de 10 días hábiles
- Tiempo de entrega: 3 días hábil después de confirmar sherpa
- Forma de pago: 30 días de crédito
- Cheque a nombre de: Fotocaptura S.A.
- Deposito a: cuenta monetaria G&T 240014409-7 Fotocaptura S.A.

Fundación Erick Quiroa
Mike Flores

Captura Publicidad
Marta Montepeque

Anexo D. Fotografía de encuestados



Validación con la Licenciada Alejandra Rodríguez



Validación con la Licenciada Andrea Aguilar



Validación con la Licenciada Claudia Arreaga



Validación con la Licenciado Guillermo García



Validación con la Licenciada Ingrid Ordoñez



Validación con la Licenciada Karla López



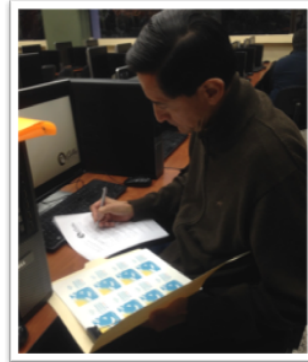
Validación con la Licenciado Mario Vásquez



Validación con la Licenciado Rolando Barahona



Validación con la Licenciada Wendy Franco



Validación con la Licenciado Carlos Franco

Fotografías al grupo objetivo



Fotografía: Karen Jocabed



Fotografía: Gabbie Coto



Fotografía: Manuel Espinosa



Fotografía: Cindy Díaz



Fotografía: Liseth Guerra



Fotografía: Yoni Mazariegos



Fotografía: Ordina Pérez



Fotografía: Daniela Castañeda