



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de guía básica para el cuidado de perros, dirigido a personas que adoptan mascotas en la fundación –Guate Unida por los Animales-. Guatemala, Guatemala 2018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Raquel Alejandra Rivas Pons
Carné: 14001158

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 8 de junio 2018

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

Lic. Rualdo Anzueto, Ms.C.

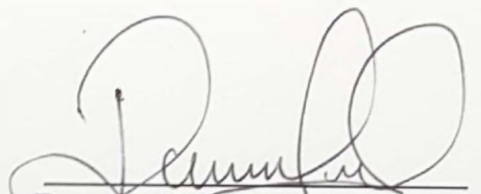
Guatemala 10 de abril de 2017

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

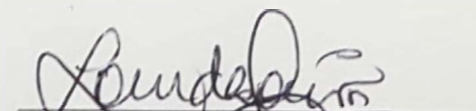
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA BÁSICA PARA EL CUIDADO DE PERROS, DIRIGIDO A PERSONAS QUE ADOPTAN MASCOTAS EN LA FUNDACIÓN –GUATE UNIDA POR LOS ANIMALES-. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo solicito que la Mgtr. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Raquel Alejandra Rivas Pons
14001158



Mgtr. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 10 de mayo de 2017

Señorita:
Raquel Alejandra Rivas Pons
Presente

Estimada Señorita Rivas:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE GUÍA BÁSICA PARA EL CUIDADO DE PERROS, DIRIGIDO A PERSONAS QUE ADOPTAN MASCOTAS EN LA FUNDACIÓN – GUATE UNIDA POR LOS ANIMALES-. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo, se aprueba a la Mgr. 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, 23 de mayo de 2018

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 GUÍA BÁSICA PARA EL CUIDADO DE PERROS, DIRIGIDO A PERSONAS QUE ADOPTAN MASCOTAS EN LA FUNDACIÓN -GUATE UNIDA POR LOS ANIMALES-. GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: Raquel Alejandra Rivas Pons, con número de carné: *14001158*, 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



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 15 de junio de 2018

**Señorita
Raquel Alejandra Rivas Pons
Presente**

Estimada Señorita Rivas:

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, 17 de julio de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

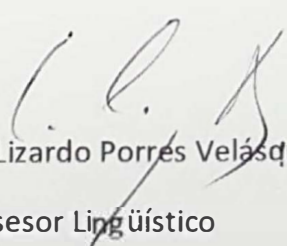
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE GUÍA BÁSICA PARA EL CUIDADO DE PERROS, DIRIGIDO A PERSONAS QUE ADOPTAN MASCOTAS EN LA FUNDACIÓN –GUATE UNIDA POR LOS ANIMALES-. GUATEMALA, GUATEMALA 2018***, de la estudiante Raquel Alejandra Rivas Pons, 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, 19 de julio de 2018

Señorita:
Raquel Alejandra Rivas Pons
Presente

Estimada Señorita Rivas:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA BÁSICA PARA EL CUIDADO DE PERROS, DIRIGIDO A PERSONAS QUE ADOPTAN MASCOTAS EN LA FUNDACIÓN – GUATE UNIDA POR LOS ANIMALES-. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante: Raquel Alejandra Rivas Pons, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Mi proyecto de graduación lo dedico a:

- Dios, quien ha sido mi fortaleza para no rendirme.
- Mi madre, una mujer valiente y esforzada que me ha brindado su apoyo incondicional en cada paso de mi carrera.
- Mi familia y amigos, pilares importantes en estos últimos cuatro años, quienes han dejado una huella en mi vida para avanzar.

- **Resumen o sinopsis:**

A través del acercamiento con la Fundación Guate Unida por los Animales, se identificó que no cuenta con una guía básica para el cuidado de perros, dirigido a personas que adoptan mascotas. Por lo tanto, se planteó el siguiente objetivo: Diseño de guía básica para el cuidado de perros, dirigido a personas que adoptan mascotas en la fundación –Guate Unida por los Animales-

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuanti y cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas entre grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que el diseño de la guía básica para el cuidado de perros dirigido a personas que adoptan mascotas, será de utilidad para la actividad social que la fundación realiza. Se recomendó promover el material impreso al utilizar las distintas redes sociales que maneja la asociación Guate Unida por los Animales, para que los adoptantes estén enterados de su existencia y puedan adquirir dicho material con lo cual ayudarán a la vez a la asociación.

Para efectos legales únicamente la autora Raquel Rivas es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Introducción	1
Problemática.....	2
2.1 Contexto	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	2
2.3 Justificación	3
2.3.1. Magnitud.....	3
2.3.2. Vulnerabilidad.....	4
2.3.3. Trascendencia.....	4
2.3.4. Factibilidad.....	4
Objetivos del diseño	6
3.1 El objetivo general	6
3.2 Los objetivos específicos	6
Marco de referencia.....	7
4.1 Información general del cliente	7
4.1.1 Datos Generales de la Fundación.	7
4.1.2 Antecedentes.....	7
4.1.3 Áreas de Acción.....	8
4.1.4 Ideologías de la Fundación.	9
4.1.5 Misión.....	9
4.1.6 Visión.....	9
4.1.7 Valores.	10
4.1.8 Análisis de FODA.....	10
4.1.9 Organigrama.	11
Definición del grupo objetivo.....	12
5.1 Perfil geográfico	12
5.2 Perfil demográfico.....	12
5.2.1 Tabla de Niveles Socio Económicos 2009 / Multivex	13
<i>Ver tabla completa de NSE en anexo No. 1</i>	13
5.3 Perfil psicográfico	13
5.3.1 Estilo de vida de la clase C+.....	13
5.3.2 Estilo de vida de la clase C.	14
5.3.3 Estilo de vida de la clase C-.....	14

5.4 Perfil conductual	14
Marco teórico	15
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
6.1.1 Asociación.	15
6.1.2 Animales.....	15
6.1.3 Adopción.	16
6.1.4 Maltrato animal.	18
6.1.5 Esterilización.	20
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	21
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.	21
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.	28
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	34
6.3.1 Ciencias Auxiliares.....	34
6.3.2 Artes.	39
6.3.3 Teorías.....	41
6.3.4 Tendencias.	47
Proceso de diseño y propuesta preliminar	49
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	49
7.1.1 Semiología.....	49
7.1.2 Psicología del Consumidor.	49
7.1.3 Psicología del Color.....	50
7.1.4 Deontología.	50
7.1.5 Sociología.	50
7.1.6 Andragogía.	51
7.1.7 Tecnología.	51
7.1.8 Ilustración.....	51
7.1.9 Tipografía:	52
7.1.10 Flat Design.	52
7.2 Conceptualización.....	52
7.2.1 Método	52
7.2.3 Definición del concepto.....	55
7.3 Bocetaje:.....	63
7.3.1. Proceso de bocetaje.	63
7.3.2 Proceso de creación de elementos	65

7.4 Propuesta preliminar:	67
Validación técnica	74
8.1 Población y muestreo	74
8.2 Método e instrumento	75
8.3 Resultados e interpretación de resultados	76
8.4 Cambios con base a los resultados	90
8.4.1 Perfil de personaje.	90
8.4.2 Cambio de colores.	91
8.4.3 Tipografía.	92
Propuesta gráfica final	107
9.1 Ficha Técnica	107
9.2 Datos del Diseño.	107
9.3 Bocetaje propuesta final	108
Propuesta gráfica final	111
Producción, Reproducción y Distribución	118
10.1 Plan de costos de elaboración	118
10.2 Plan de costos de producción	118
10.3 Plan de costos de reproducción	119
10.4 Plan de costos de distribución	119
10.5 Resumen general de costos.	119
Conclusiones y recomendaciones	120
11.1 Conclusiones	120
11.2 Recomendaciones:	120
Conocimiento general	121
12.1 Demostración de conocimiento	121
Referencias	123
Anexos	126

Capítulo I

Introducción

Guate Unida por los Animales, fundada en el año 2013, se dedica al rescate y reubicación de animales brindándoles una segunda oportunidad a través de hogares seguros.

La fundación Guate Unida por los Animales, debido a la falta de una guía básica para el cuidado de los perros, realiza charlas informativas sobre el cuidado de las mascotas. Sin embargo, se identificó la carencia de un manual que oriente a las personas al momento de adoptar un perro educándolos sobre la importancia del cuidado que este conlleva, al darle una segunda oportunidad y poder cambiarle la vida.

Para complementar la labor que realiza la fundación, se determinó la creación de un material impreso para informar a los adoptantes sobre el cuidado básico de los perros. El material contiene información básica sobre los beneficios y cuidados que requieren los perros, motivándolos a preocuparse por brindarles un estilo de vida apropiado a sus mascotas.

Se debe llevar a cabo un proceso de análisis en donde se evalúe la factibilidad del proyecto y los requerimientos del cliente, se debe realizar una investigación que aborde los distintos temas de importancia para la realización del material impreso. Una vez se cumpla con el proceso antes descrito se debe elaborar el diseño de dicho material basándose en los resultados obtenidos.

Al finalizar el proceso de investigación y la elaboración del diseño, se debe realizar la validación técnica utilizando como apoyo una herramienta de investigación que ayude a obtener distintos hallazgos para mejorar la funcionalidad del proyecto. Se concluye que se debe fomentar la implementación de materiales impresos que informen a los adoptantes sobre el cuidado y responsabilidades que conlleva la mascota que adoptará y mejorar la calidad de vida de estos mismos.

Capítulo II

Problemática

La fundación Guate Unida por los Animales no cuenta con una guía básica para el cuidado de perros que los oriente sobre cuidados necesarios y que a la vez concientice a las personas sobre la responsabilidad que conlleva adoptar un perro. Se identificó que los adoptantes no poseen los conocimientos básicos y necesarios sobre el cuidado de las mascotas.

2.1 Contexto

Guate Unida por los Animales, fundada en el año 2013, se dedica al rescate y reubicación de animales brindándoles una segunda oportunidad a través de hogares seguros.

La fundación Guate Unida por los Animales, debido a la falta de guía básica para el cuidado de perros realiza charlas informativas sobre el cuidado de las mascotas. Sin embargo, se identificó la carencia de una guía que oriente a las personas al momento de adoptar un perro educándolos sobre la importancia del cuidado que este conlleva, al darle una segunda oportunidad y cambiarle la vida.

Implementar la guía básica para el cuidado de perros ayudará a generar conciencia en los adoptantes y a tener físicamente una herramienta de apoyo agradable y amigable para su mejor comprensión.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La Asociación Guate Unida por los Animales no cuenta con una guía básica para el cuidado de perros dirigido a personas que adoptan mascotas.

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud.

En la República de Guatemala, la población es de 16, 176,133 millones habitantes, según el Instituto Nacional de Estadística –INE- en el año 2015, de los que 3, 353,951 millones habitan en la Ciudad de Guatemala. En Guatemala existen aproximadamente 47 asociaciones que ayudan y rescatan animales (Gutepets, 05), 30 de esos animales pertenecen a la Ciudad Capital.

La Asociación Guate Unida por los Animales, al mes rescata un alrededor de 45 animales de los cuales 35 son perros y todos son dados en adopción en ese mismo mes. Por lo tanto, a esas 35 familias o personas que adoptan perros son a las que se desea hacer llegar el material impreso.



2.3.2. Vulnerabilidad.

La fundación Guate Unida por los Animales considera necesario crear una guía que contenga información sobre los cuidados básicos del perro, para asegurar que su labor continuará incluso en la post-adopción. Las personas que adopten y carezcan del conocimiento necesario no podrán brindarle una mejor calidad de vida al perro.

2.3.3. Trascendencia.

La implementación de la guía básica para el cuidado de perros, más que orientar a las personas que adopten un perro, tiene el fin de resaltar la importancia que tienen y los cuidados específicos que estos requieren.

Debe ser un apoyo seguro y confiable en el transcurso de las primeras etapas de crecimiento de la mascota, así como también sobre situaciones básicas que se presenten en dicha mascota.

La adopción hoy en día es muy común, sin embargo, en su mayoría las personas adoptan sin tener conocimientos previos de la mascota que elegirán garantizándole una calidad de vida no apta para sus necesidades.

2.3.4. Factibilidad.

La implementación de la guía es factible, ya que la Fundación cuenta con la información y recursos que hacen posible la realización del mismo.

2.3.4.1 Recursos Humanos.

Para la realización del proyecto es indispensable tener personas con amplios conocimientos sobre animales y los cuidados que estos requieren.

La Fundación Guate Unida por los Animales cuenta con personas capacitadas sobre los cuidados y responsabilidades de las mascotas, así como también tiene la experiencia necesaria en el proceso de adopción y post-adopción de los mismos.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales.

Las personas encargadas de la Fundación Guate Unida por los Animales autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria y llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos.

La Fundación cuenta actualmente con los recursos económicos necesarios para la implementación del manual post-adopción, los ingresos provienen de donaciones que posibilitan la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.

La comunicadora diseñadora cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para la realización del proyecto, estas herramientas son la computadora y diversos programas de diseño como Adobe Illustrator e InDesign, con los que diseñará la guía de post-adopción de animales.

Capítulo III

Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Diseñar una guía básica para el cuidado de perros, dirigido a personas que adoptan mascotas en la fundación -Guate Unida por los Animales-.

3.2 Los objetivos específicos

3.2.1 Investigar información relevante acerca de las tendencias en la comunicación, diseño y colores para aplicarlas a la guía de post-adopción.

3.2.2 Recopilar información acerca de los cuidados básicos y relevantes de las mascotas para complementar a la guía de cuidados básicos para el perro.

3.2.3 Ilustrar las diferentes figuras y elementos gráficos que apoyarán visualmente la información redactada en el manual.

Capítulo IV

Marco de referencia

4.1 Información general del cliente



4.1.1 Datos Generales de la Fundación.

- Nombre: Guate Unida Por los Animales
- Ubicación: Sede Av. Simeón Cañas 6-32 zona 2
- Teléfono: 3201-8688
- Fundadora y Encargada: Alejandra Estrada

4.1.2 Antecedentes.

Guate Unida por los Animales es una fundación que nace el 26 de enero de 2013 por Alejandra Estrada, gracias al amor y la pasión por velar por bienestar de los animales.

La motivación de la fundadora fue la cantidad de perros y gatos que en las calles, propensos al maltrato sin personas ni hogares que se preocuparan por ellos. Es aquí donde decide hacer un cambio en la vida de estos animales y fue así como inició a rescatar animales, tanto perros como gatos para darles mejor calidad de vida al sanarlos física y psicológicamente.

Es una organización de voluntarios que rescatan y reubican animales. No cuentan con refugio fijo, por lo que trabajan con hogares temporales y dependiendo de la disponibilidad de los mismos, se realizan los rescates.

Los voluntarios de la organización tienen gran respeto, amor y solidaridad por los animales, que los motiva diariamente luchar por concientizar a la sociedad guatemalteca sobre el trato a los animales.

Guate Unida por los Animales puede realizar su labor, gracias a la ayuda de los voluntarios, donadores y Médicos Veterinarios que comparten la misma pasión y amor, la apoyan brindándole sus servicios a bajo costo.

4.1.3 Áreas de Acción.

La labor que realiza la organización es altruista con el fin de ayudar y beneficiar a todo animal que lo necesita y primordialmente a los que son maltratados, abandonados, explotados y desprotegidos.

El enfoque principal es crear conciencia sobre la responsabilidad que conlleva tener un animal y la importancia de esterilizarlos, además de sensibilizar a las personas para evitar el abandono animal y motivarlos a realizar cambios en sus acciones.

Guate Unida por los Animales enfoca sus actividades en tres áreas básicas que son indispensables para que los animales que ellos rescatan y los de la sociedad tengan mejor calidad de vida:

- Realizar jornadas masivas de esterilización.
- Crear conciencia y brindar educación para disminuir el maltrato, abandono y explotación de los animales.
- Reubicar a los animales.

Con las actividades anteriormente descritas la organización logra beneficiar a gatos, perros e incluso a algunos animales exóticos y silvestres y de la misma manera logran impactar en la sociedad guatemalteca generando un cambio positivo.

4.1.4 Ideologías de la Fundación.

- No compres, no contribuyas con el maltrato y explotación de granjas o criaderos clandestinos.
- No asistas a zoológicos o circos, lo único que hacen estos lugares es sacrificar la libertad de una vida por la distracción del ser humano.
- Adopta, darle la oportunidad a una mascota o animal en tu vida sin distinción de raza. Todos te darán amor a cambio de tu amistad y cuidados.
- Difunde o ayuda a “Guate Unida por los Animales”, tenemos diferentes formas de aceptar la ayuda que tú nos quieras brindar.
- Esteriliza antes de abandonar, tu mascota tiene la suerte de tener un buen hogar, pero existen miles de cachorros que no lo tienen.

4.1.5 Misión.

Educar y concientizar a la población guatemalteca a través de charlas, conferencias y jornadas de adopción, sobre la tenencia responsable de animales, en especial de perros y gatos. Además de esterilizar y reubicar a mascotas abandonadas y maltratadas en hogares responsables, así como también animales exóticos y silvestres.

4.1.6 Visión.

Realizar jornadas de esterilización a bajo costo, conseguir a través del programa de apadrinamiento, ayuda para esterilizar a perros de la calle o con dueños de escasos recursos. Realizar jornadas masivas y crear conciencia con educación, contactar empresas para que se unan

a la lucha contra el maltrato y explotación de animales, y de esta manera trabajar en equipo con la población guatemalteca.

4.1.7 Valores.

- Respeto a la vida animal
- Responsabilidad
- Igualdad hacia todo ser vivo
- Entusiasmo
- Fe y esperanza

4.1.8 Análisis de FODA.

Fortalezas: <ul style="list-style-type: none">-Voluntarios trabajando en equipo.-Amor por la labora que se realiza ayudando a los animales.-Seguimiento constante de los animales dados en adopación (1 vez al mes)	Oportunidades: <ul style="list-style-type: none">-Concientizar a una mayor cantidad de personas utilizando las redes sociales.-Generar interés en personas y empresas para que aporten donaciones.-Ampliar la cantidad de adoptantes y hogares temporales a través de actividades.
Debilidades: <ul style="list-style-type: none">-No ayudar a la cantidad de animales que desearían por falta de hogares temporales.-Falta de recursos y donaciones para las actividades de la fundación.-Falta de espacio para tener a los animales.	Amenazas: <ul style="list-style-type: none">-Reproducción de animales para su venta callejera y en tiendas de animales.-Desconfianza en la sociedad sobre el uso de las donaciones.-Falta de compromiso de los adoptantes hacia los animales.

4.1.9 Organigrama.



Capítulo V

Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo de la guía básica para el cuidado del perro, son jóvenes adultos y adultos que buscan cambiar y prolongar la vida de una mascota al brindarle una nueva oportunidad con los cuidados que estas requieren.

5.1 Perfil geográfico

El proyecto de la Asociación Guate Unida por los Animales se realizará en la Ciudad de Guatemala de la República de Guatemala. En la República de Guatemala la población es de 16,176,133 millones habitantes, según el Instituto Nacional de Estadística –INE- en el año 2015, de los cuales 2, 918 millones habitan en la Ciudad de Guatemala.

5.2 Perfil demográfico

Nivel Socioeconómico: C+, C y C-

Género: Femenino y Masculino

Nacionalidad: guatemalteca

Idioma: español

Edad: 21 a 28 años

Ingresos: jóvenes adultos independiente y dependientes de sus padres u otros familiares y adultos independientes, con ingresos de Q6, 000.00 a Q20, 000.00.

Ocupación: Estudiantes universitarios, adultos que trabajan en relación de dependencia y de manera independiente, comerciantes y vendedores.

5.2.1 Tabla de Niveles Socio Económicos 2009 / Multivex

Características	Nivel C+	Nivel C	Nivel C-
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Medio completa
DESEMPEÑO	Ejecutivo, Comerciante, Vendedor	Ejecutivo, Comerciante, Vendedor, Dependiente	Ejecutivo, Comerciante, Dependiente
INGRESO	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil
VIVIENDA	Casa/ Departamento, rentada o financiado, 2-3 recamaras, 2-63 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/ Departamento rentada o financiado, 1-2 recamaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/ Departamento rentada o financiado, 1-2 recamaras, 1-2 baños, sala
OTRAS PROPIEDADES	Sitios/ terrenos interiores por herencia		
PERSONAL DE SERVICIOS	Por día	Por día, eventual	Eventual
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas, postgrado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores colegios, mayores en U estatal
POSESIONES	Auto compacto 3-5 años, asegurados por financiera	Auto compacto de 4-5 años sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro
BIENES DE COMODIDAD	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/ familia, electrodoméstico básico	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos
DIVERSIÓN	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine, CC, parques temáticos locales	CC, parques, estadio
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	1-2 ctas. Q monetarios y ahorro, plazo fijo, 1-2 TC intl., seguro colectivo	1 ctas Q monetarios y ahorro, 1 TC intl.	1 ctas Q ahorro, TC local

Ver tabla completa de NSE en anexo No. 1

5.3 Perfil psicográfico

5.3.1 Estilo de vida de la clase C+.

Padre de familia ejecutivo, comerciante y vendedor. Estudiantes de universidades privadas y post grado extranjero con beca. Tiene casa / departamento rentado o financiado, también tienen terrenos por herencias. Tiene una persona de servicio por día, autos compactos de 3-5 años asegurados por Financiera. Cuentan con mínimo 1 teléfono, 1-2 celulares, 2 televisores con cable,

1-2 computadoras con internet, equipo de audio, máquina para lavar ropa, electrodomésticos básicos. Entretenimiento en Centros Comerciales, cines, y parques temáticos locales.

5.3.2 Estilo de vida de la clase C.

Padre de familia ejecutivo, comerciante, vendedor y dependiente. Estudiantes de universidades estatales. Tiene casa / departamento rentado o financiado. Tiene una persona de servicio por día, eventual. Autos compactos de 4-5 años sin seguro. Cuentan con mínimo 1 teléfono, 1-2 celulares, 2 televisores con cable, 1-2 computadoras con internet, equipo de audio, máquina para lavar ropa, electrodomésticos básicos. Entretenimiento en Centros Comerciales, cines, y parques temáticos locales.

5.3.3 Estilo de vida de la clase C-.

Padre de familia comerciante, vendedor y dependiente. Estudiantes de universidades estatales. Tiene casa / departamento rentado o financiado. Tiene una persona de servicio eventual. Autos compactos de 8-10 años sin seguro. Cuentan con mínimo 1 teléfono, 1 celular, 1 televisores con cable, electrodomésticos básicos. Entretenimiento en Centros Comerciales y estadios.

5.4 Perfil conductual.

El grupo objetivo son personas organizadas, que les gusta leer diferente tipo de materiales. Les dan valor a los materiales impresos como manuales y guías.

Capítulo VI

Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Asociación.

Una asociación es la unión de varias personas o entidades jurídicas que tienen un objetivo en común sin ánimo de lucro e independientes. (Ayuntamiento Llanera, 2015). Las asociaciones son manejadas democráticamente por los distintos socios que las integran, por lo general el propósito que tienen es fomentar e implementar el desarrollo de actividades de interés para la sociedad.

Existen diversos tipos de asociaciones como es el caso de las Asociaciones cívicas como las ONG, Asociaciones Gremiales, Asociaciones Educativas, Asociaciones Económicas, Asociaciones Religiosas entre otras.

6.1.2 Animales.

“Son aquellos seres vivos que poseen movimiento, cumplen el ciclo vital de nacer, crecer, reproducirse y morir, sienten, y se alimentan de sustancias orgánicas, presentes en el mundo exterior, que les proporcionan energía, denominándose por ello heterótrofos, ya que no producen como las plantas su propio alimento (nutrición autótrofa).” (DeConceptos.com, 2017).

Los animales tienen diversas características que comparten entre sí, ellos tienen la aptitud de poder desplazarse para buscar su propio alimento y alimentarse por sí solos, se reproducen a través de sus órganos sexuales y obtienen oxígeno utilizando la respiración. Pueden clasificarse por el tipo de alimento que consumen, existen los animales que se alimentan de la carne los cuales reciben el nombre de carnívoros, los que comen vegetales son llamados herbívoros y los que se alimentan de carne y plantas son llamados omnívoros.

Los animales también pueden clasificarse en:

-Vertebrados: A este grupo pertenecen los animales que tienen un esqueleto interno conformada por la columna vertebral, dentro de estos animales podemos encontrar los siguientes grupos: mamíferos, aves, peces, anfibios y los reptiles.

-Invertebrados: En este grupo se encuentran los animales que no tienen un esqueleto interno, por otra parte, también existen los animales que tienen el esqueleto externamente, dentro de los invertebrados se encuentran lo siguiente grupos: anélidos, artrópodos, equinodermos, cnidarios, moluscos y poríferos. (Paradais Sphynx, 2015).

6.1.2.1 Los animales como mascotas.

A lo largo del tiempo el concepto de los animales conviviendo con el hombre ha evolucionado hasta el punto de que sean considerados como miembros de la familia, los sectores industriales no se han quedado atrás en la creación de distintos productos o servicios especializados en la salud, estética, alimentación, entretenimiento entre otros productos que sirven para mejorar su calidad de vida.

La protección y defensa de los animales hoy en día es uno de los temas sociales de mayor relevancia. Son diversas las organizaciones que se dedican a velar por el bienestar de los animales rescatándolos del maltrato para darles una segunda oportunidad. Gracias a estas organizaciones y a las personas que buscan mejorar la calidad de vida de los animales, existen leyes que protegen y amparan a los animales contra las personas que amenazan su integridad física y emocional.

6.1.3 Adopción.

“La adopción es una institución jurídica de orden público e interés social que crea un vínculo familiar entre personas que no lo tienen de manera biológica. Como tal es un mecanismo

establecido para garantizar que a los niños y adolescentes se les restablezcan los derechos humanos que se les han arrebatado por distintas condiciones de vida.” (Galaviz, 2017).

Durante el proceso de adopción se debe de tener en cuenta que el objetivo principal es el bienestar del niño y cada decisión debe de ser para su mayor beneficio, las personas que intervienen deben de estar conscientes de la serie de responsabilidades que conlleva adoptar.

“En resumen, la adopción es un tema complejo, que requiere del compromiso profesional y humano, no solo de los participantes que aquí se mencionan, sino también de toda la sociedad, que debería de re-acoger a los niños que en su momento han marginado, y la cual lamentablemente no ha logrado construir una postura firme y coherente sobre qué hacer sobre sus niños que aún viven de forma desmedida en instituciones.” (Galaviz, 2017).

6.1.3.1 Adopción Animal.

El comercio de animales en la actualidad es muy popular y a la vez inhumano ya que le ponen un valor monetario a la vida de un ser vivo que merece que se respeten sus derechos. Al adoptar un animal le dan una nueva oportunidad de vida, es devolverle los derechos que se le fueron arrebatados al tratarlos como objetos de comercio, se les devuelve el derecho a ser seres vivos merecedores de todo el respeto y cariño de las personas.

6.1.3.2 Importancia de Adoptar un animal y su impacto en la sociedad.

Al comprar un animal se promueve su comercio convirtiéndolos vulnerables al maltrato y a la explotación, arrebatándoles su verdadero valor como seres vivos que sienten y tienen derechos. Adoptar un animal no solo salva su vida, es un animal menos utilizado como un objeto sobre el cual creen tener poder, las personas que adoptan ayudan a que el comercio de animales disminuya y por ende también disminuye el maltrato animal.

La cantidad de animales sin hogar que se ven en las calles cada día aumenta, esos animales son producto de compras que realizaron de perros o gatos que abandonan, son producto de animales que se reprodujeron sin que los dueños actuaran responsablemente, o simplemente los abandonan porque ya no pueden obtener “beneficios” de ellos o se aburririeron. Vivimos en una sociedad en donde los animales se miden dependiendo de la raza o pedigrí que tengan, esto impide que la adopción de animales aumente ya que la mayoría de animales que están en adopción son criollos y en ocasiones perros de una raza específica.

Un animal adoptado es un animal menos en la calle, es un animal libre de maltrato y con altas probabilidades de ser parte de una familia. Las hembras son las más afectadas y vulnerables al maltrato y a la explotación, las tienen en los criaderos en pésimas condiciones, utilizadas como objetos de reproducción obligatorios sin velar por su salud. Es importante resaltar que el adoptar un animal es una gran responsabilidad y compromiso, se deben de tener en cuenta las necesidades y cuidados que necesita el animal que se elija.

Aceptar un nuevo integrante en la familia significa que se aceptaran las distintas etapas de este mismo, se debe de estar consciente de que se debe educar al animal y en el proceso fallará, se debe de tener en cuenta que su tamaño no siempre será el mismo y sobre todo se debe de tener en cuenta que por naturaleza durante su educación siempre existirán momentos en los cuales destruirán algo o tendrán comportamientos inapropiados y que eso no es ningún pretexto para abandonarlos o no prestarles la atención debida. (Rescate Animal, 2017).

6.1.4 Maltrato animal.

El maltrato es la acción de agredir a un ser vivo ya sea físicamente o psicológicamente. El maltrato animal engloba toda acción que se realizan con el objetivo de dañar a un animal

físicamente a través de los golpes, así como también privándolos de sus cuidados básicos y necesarios para sobrevivir. (Merino, 2014)

Los animales no pueden valerse por sí mismos, dependen de una persona que los cuide, los alimente y supla sus necesidades. El ser humano debería de cumplir el rol de “protector” de los animales. No obstante, no siempre cumplen ese rol, actualmente el número de personas que no respetan a los animales ni sus derechos aumenta. Por lo general, las personas que maltratan a los animales han sufrido de maltrato en alguna etapa de su vida y lo reflejan con los animales e incluso con las personas, también se debe a la falta de educación en las personas.

El entorno y educación que se les brinde a las personas tiene un papel importante en la manera en la cual vean a los animales, si desde niños se les enseña e inculca el respeto y valor hacia los animales no violentarán en contra de ellos.

6.1.4.1 Tipos de Maltrato Animal.

Lamentablemente existen distintas formas de maltrato animal, el daño físico utilizando los golpes no es el único que la personas implementan, entre los escenarios de maltrato más usuales se mencionan los siguientes:

- **Animales domésticos:** Es la forma más común de maltrato, no brindarles la alimentación y el agua necesaria en ocasiones pasa desapercibido y no se ve como una forma de maltrato, sin embargo, repercute en la salud del animal. Tener a los animales amarrados al aire libre, los hace vulnerables a los cambios de clima y a la falta de ejercicio físico.
- **Comercio animal:** Los animales que son criados para venderlos se encuentran en criaderos en pésimas condiciones en donde sufren de maltrato, abuso, crueldad extrema que los lleva a la muerte. Estos animales son encerrados en jaulas en los centros comerciales o en distintos lugares con el fin de promover su venta.

- **Animales en cautiverio:** Los animales silvestres son llevados a lugares lejos de su hábitat, lo que implica tortura ya que los mantienen en lugares con condiciones inadecuadas como la temperatura, espacio y alimentos. Para estos animales es muy difícil adaptarse a un estilo de vida obligatorio y contrario a su naturaleza, como por ejemplo los animales que se encuentran en el zoológico no tienen libertad y no tienen las condiciones que su naturaleza requiere.
- **Explotación animal:** Animales son obligados a trabajar sin descanso ni consideración, entre los más comunes están los caballos y los burros de carga que tienen que pasar 24 horas caminando con cargamentos que exceden su capacidad de fuerza. En la guerra también son utilizados los animales como cargamentos de explosivos y detección de estos mismos, de la misma forma son utilizados como cargamentos de drogas.
- **Experimentación animal:** La ciencia ha provocado maltrato extremo hacia los animales, en ellos han realizado experimentos con el fin de analizar los efectos que estos tendrán para evitar que dañen a los humanos, se prueban las medicinas, cosméticos entre otros productos. La manipulación genética de los animales para obtener colores o distintos pelajes y así venderlos es otra forma de maltrato a través de la experimentación y comercio animal.

6.1.5 Esterilización.

La esterilización se da tanto en machos como en hembras, en los machos retiran los dos testículos y en las hembras retiran los dos ovarios y el útero, ambas cirugías son sencillas para el veterinario y la recuperación de los animales es rápida y sin complicaciones. (Pinedo, 2012).

6.1.5.1 Beneficios de esterilizar a los animales.

- En las hembras se evita la enfermedad conocida como piómetra, la cual consiste en una infección en el útero por efectos hormonales.

- Se disminuye la posibilidad de que sufra tumores malignos de glándula mamaria los que pueden provocar su muerte.
- En los machos se previenen efectos hormonales en su próstata que causen problemas graves para su salud como los quistes prostáticos, agrandamiento prostático e infección.
- Otro beneficio es que se disminuye la presentación de otros tipos de tumores dependientes de las hormonas y las hernias peri natales.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación.

La comunicación es el proceso que se crea entre dos o más personas al ponerse en contacto utilizando un mensaje con la intención de que este pueda ser interpretado y recibir una respuesta ya sea opinión, conducta o alguna acción de parte de la persona que recibió el mensaje. La comunicación ha existido desde que existe el hombre debido a la necesidad que ha tenido de expresarse con los demás. A lo largo de la historia conforme el hombre ha evolucionado de igual manera ha evolucionado la forma de comunicarse. (Baena Paz, 2014).

6.2.1.2 Proceso de comunicación.

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes involucradas, un emisor y un receptor. En este proceso la información puede ser verbal y no verbal, se ejerce una influencia recíproca y se establece un contacto a nivel racional y emocional. En este proceso los seres humanos establecen lazos entre sí y pasan de la existencia individual a la existencia social comunicativa. (Hofstadt Román, 2005).

Los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación son los siguientes:

a) Emisor: Toda comunicación inicia con la necesidad que tienen el emisor de transmitir un mensaje. El emisor puede ser una o varias personas con información para el receptor, es importante tomar en cuenta que se debe de conocer quien o quienes serán los receptores para adecuar el mensaje y pueda ser entendido.

b) Receptor: Es la persona o grupo de personas encargadas de recibir el mensaje que envía el emisor, el receptor debe de interpretar el mensaje según sus habilidades de comunicación, culturales y experiencias a partir de las cuales formulara una respuesta hacia el emisor.

c) El mensaje: Es la forma concreta que se le da a la información que el emisor quiere transmitir al receptor. El mensaje debe de crearse de una manera adecuada para quienes recibirán el mensaje, la forma y el contenido son aspectos fundamentales para la eficacia del mensaje.

d) Codificación: Cuando ya se tienen la idea de lo que el emisor quiere transmitir, se debe de interpretar a través de palabras orales o escritas, por símbolos o incluso por sonidos según sea el propósito del mensaje

e) El Canal: Es el medio de comunicación físico a través del cual se transmitirá el mensaje de un lugar a otro sin cambiar su contenido. Se debe elegir el canal adecuado para transmitir el mensaje para que pueda ser interpretado por el receptor, este puede ser a través de un medio escrito como el periódico, un medio auditivo o visual como la radio y televisión o por medios digitales como las redes sociales.

f) Decodificación: Es la parte de la comunicación en donde el receptor interpreta el mensaje que le envió el emisor, es importante resaltar que se interpretara y relacionara lo que se quiere transmitir según las experiencias o estímulos externos que tenga el receptor.

g) Retroalimentación: Es el proceso final en la comunicación, en esta parte el emisor determina si ha logrado su propósito con mensaje que envió al receptor. La retroalimentación puede ser directa, es decir de cara a cara utilizando palabras y comunicación no verbal como las expresiones; y la retroalimentación indirecta que consiste en acciones o comportamientos provocados en el receptor.

6.2.1.3 Principales autores de la comunicación.

6.2.1.3.1 Charles Sanders Peirce.

Nació en Cambridge, Estados Unidos en 1839. Se graduó de la Universidad de Harvard de químico y trabajó como asistente de investigación en el Coas and Geodetic Survey durante treinta años. Enseñó filosofía en Johns Hopkins University durante 5 años. En 1887 se dedicó a escribir sobre la lógica y filosofía, luego de su muerte su esposa vendió a Harvard todos sus manuscritos. Es el fundador del pragmatismo y padre de la semiótica contemporánea.

“Peirce define la semiótica como “la doctrina cuasi necesaria o formal de los signos”, los cuales estudian en sí mismos, más allá de los temas que los remitan. Peirce clasificó los signos así: icono: representación idéntica al referente; índice: relación de la contigüidad entre el objeto y su referente, y símbolo: relación arbitraria entre significante y significado”. (ECHEVERRY, 2003).

En su obra considera indispensable la representación simple de las cosas en la mente antes de tener otras representaciones. La semiótica peirceana se explica con la trilogía objeto – signo – interpretante. El objeto es su representación real y existente en el mundo y no la palabra que lo representa. Sus principales obras se recogen en *Collected papers*, publicados por la Universidad de Harvard desde 1935.

6.2.1.3.2 Ferdinand de Saussure.

Es conocido como el fundador de la semiología y precursor del estructuralismo. Nació el 26 de noviembre de 1857 en Suiza, se interesó en el estudio de los idiomas indoeuropeos e inició a trabajar en el ámbito lingüístico. En 1879 publicó con éxito una memoria sobre el sistema primitivo de las vocales en las lenguas indoeuropeas, concibió la semiótica como “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”.

La principal propuesta de Saussure es que “la lengua es un sistema de signos, el lenguaje no es ni una forma ni una sustancia. “Estableció la semiología a partir de las siguientes premisas: el lenguaje es un sistema superior a la suma de sus partes; los elementos del lenguaje siempre son definidos por relación (combinación o contraste) con otros elementos, en un determinado momento, y la naturaleza de los elementos lingüísticos es arbitraria, todos son definidos en términos de función y propósito...” (ECHEVERRY, 2003).

6.2.1.3.3 Harold Lasswell.

El señor Lasswell es un especialista en ciencias políticas, es considerado como uno de los fundadores de las teorías de la comunicación de masas, nació en 1902 en Illinois. A lo largo realizó investigaciones científicas relacionadas a temas de gran importancia como la psicología, el comportamiento, las personalidades políticas y las ciencias sociales.

Inició el estudio de la propaganda, entre sus investigaciones más importantes están Técnica de la propaganda en la guerra mundial, en la cual se establecen las bases de la definición de propaganda. Su principal aporte a la comunicación fue la teoría del modelo de la comunicación, estudió el proceso de la comunicación en el cual se planteó las siguientes preguntas: ¿quién dice?, ¿qué dice?, ¿Por qué canal?, ¿a quién? Y ¿con qué efecto? El objetivo principal de su propuesta es

examinar el proceso de comunicación desde dos aspectos: estructura y función. Fue uno de los científicos políticos más influyentes, impulso grandes análisis sistemáticos de la comunicación. (Gasca, 2003).

6.2.1.4 Tipos de Comunicación.

El ser humano utiliza diversas formas de comunicarse, como el hablar, escribir, dibujar, con gestos entre otras formas de expresión. Se han clasificado las formas de la comunicación según el lenguaje y la simbología que se utilice, se clasifican en comunicación verbal y no verbal. (Novoa B., 1980).

6.2.1.4.1 Comunicación Verbal.

La comunicación verbal es la que utiliza las palabras para transmitir el mensaje ya se hablada o escrita. La comunicación verbal puede ser oral o escrita.

Comunicación Oral: Los seres humanos nos comunicamos principalmente de forma oral ya que se aprende desde pequeños y el habla fluye naturalmente en los humanos. Existen varias formas de comunicación oral como los gritos, silbidos, llantos y risas pueden expresar diferentes situaciones anímicas y son una de las formas más primarias de la comunicación.

La forma más evolucionada de comunicación oral es el lenguaje articulado, los sonidos estructurados que dan lugar a las sílabas, palabras y oraciones con las que nos comunicamos con los demás.

La comunicación Oral, utiliza el canal auditivo, ya que uno utiliza las palabras a través del oído. Se escuchan los diferentes fonemas de modo lineal, es decir, uno tras otro, ya que una persona no dice dos palabras simultáneamente.

Comunicación escrita: Se percibe a través de la visión, esta es una de las maneras de comunicación que causa mayor concentración del lector, pues para entender la idea planteada debe analizar el contenido y así darle sentido a la lectura.

La escritura posee un mayor nivel de elaboración que la comunicación oral, pues se debe tener más cuidado al plasmar las palabras, por lo cual debemos tener cuidado al momento de utilizar los signos de puntuación que serán los que nos ayudarán a darle sentido a la lectura. En este tipo de comunicación no existe la interacción directa o indirecta entre el emisor y el receptor.

Las formas de comunicación escrita también son muy variadas y numerosas (ideogramas, jeroglíficos, alfabetos, siglas grafiti, logotipos, entre otros. Desde la primitiva ideográfica y jeroglífica, tan difíciles de entender por nosotros, hasta la fonética silábica y alfabética, más conocida, hay una evolución muy importante.

6.2.1.4.2 Comunicación no Verbal.

La comunicación no verbal se realiza a través de una gran variedad de signos sin necesidad de utilizar palabras, como, por ejemplo: las imágenes sensoriales, los sonidos, los gestos y movimientos corporales. Este tipo de comunicación es el soporte muchas veces de la comunicación verbal, con lo cual se contribuye a ampliar o reducir el significado que se le quiere dar al mensaje. (Novoa B., 1980).

Lenguaje Kinésico: Es el lenguaje que se expresa utilizando los gestos y expresiones faciales, movimientos del cuerpo y su postura que utilizan las personas. En la mayoría de las ocasiones los gestos expresan más que las propias palabras.

6.2.1.5 Funciones de la Comunicación.

Los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación determinan una función según sean el mensaje a transmitir, estas funciones son básicas para el desarrollo de la comunicación. (Ramírez, 2017). Entre estas funciones tenemos:

- **Emotiva o expresiva.** Esta función expresa en el mensaje las emociones del emisor, lo que siente u opina.
- **Apelativa.** El emisor intenta influir en la conducta del receptor esperando que este responda con una acción determinada, los mensajes apelativos pueden ser órdenes, preguntas, solicitudes etc.
- **Función Denotativa o Referencial.** Se orienta hacia el contexto de la realidad para transmitir un mensaje.
- **Función Poética:** Esta función se aplica por lo general en la literatura, su belleza se centra en su estética y en la forma en que este se transmite.
- **Metalingüística:** Se centra en el código que se utiliza en el mensaje para que pueda ser comprendido.
- **Función fática:** Se enfoca en el canal por el cual se transmitirá el mensaje, se usa para verificar el contacto entre los interlocutores.

6.2.1.6 Propósitos de la Comunicación.

La comunicación cumple con cuatro funciones principales que son las siguientes:

- **Informar:** El objetivo principal es transmitir información sobre algún tema, acontecimiento, situación u otro dato de interés para el receptor.

- **Persuadir:** Es uno de los propósitos más complejos y por lo mismo requiere mayor esfuerzo. Pretende motivar a la acción, convencer, formar o reforzar a quienes reciben la información.
- **Entretener:** Este propósito busca entretener al receptor con un mensaje ameno que sea de su agrado.
- **Educar:** Transmite información educativa, valores culturales y otra información que agregue valor intelectual al receptor. (Ramírez, 2017).

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño.

“Concepción original de un objeto y obra destinados a la producción en serie. Diseño gráfico, de modas, industrial.” (RAE, 2017). El diseño es crear soluciones a un problema o requerimiento determinado, es el resultado de un proceso dedicado a buscar y a resolver dicho problema.

En el diseño existen varias especialidades como diseñadores de moda, diseñadores web, diseñadores gráficos, tecnológicos y muchos más, cada uno en su rama debe de tomar en cuenta las diversas formas en la cuales se puede presentar un objeto, servicio o producto de una manera creativa y única, sin perder de vista las funciones que este debe de cumplir, es allí en donde surge el diseño, al hacer que el objeto trascienda y sea atractivo al público. (Mendoza, 2017).

6.2.2.2 Principales autores del diseño.

6.2.2.2.1 Cassandre.

Adolphe Jean-Marie Mouron, artista francés, fue uno de los padres del diseño gráfico, fue un artista influyente del siglo XX, fue uno de los maestros del cartelismo. Inició el diseño de carteles para poder ganar dinero y dedicarse pintar, sin embargo, a ver la oportunidad de

comunicarse con la sociedad a través de sus carteles continuó diseñando. En el año 1921 inició el diseño de carteles basándose en el Art Deco con influencias del cubismo, constructivismo y futurismo, sus trabajos más reconocidos son “Itoile du Nord” (1927) y “Dubo Dubon Dubonnet” (1932), estos diseños introdujeron el póster serial, el cual consiste en un grupo de carteles que al verse continuamente transmiten un mensaje.

Los diseños de Cassandre mantuvieron un balance entre las bellas artes y las artes comerciales, la filosofía que el manejaba era que el cartel debía de ser visto por las personas que no tratan de verlo, recorrió a la arquitectura y geometría para la creación de sus diseños.

Cassandre fundó una empresa de publicidad y una escuela de diseño, creó las tipografías Bifur, Acier y peignot. Con Charles Loupot y Maurice Moyrandm fundó la Alianza gráfica. (Hazhistoria, 2017).

6.2.2.2.2 Saul Bass.

Fue un diseñador gráfico y cineasta, se le conoce principalmente por su participación en diversas películas al diseñar los títulos de entrada para las películas y carteleras de cine, junto a su esposa Elaine trabajaron juntos en creaciones para directores como Alfred Hitchcock, Stanley Kubrick, Otto Preminger, Billy Wilder y Martin Scorsese.

Las técnicas creativas que utilizaban los Bass eran la animación de recortes, montaje, acción real y diseño de nombres, también utilizaban el movimiento y aplicación de bloques de color como una marca que los distinguía de los demás.

“El idilio de Saul Bass con el mundo del cine sólo acababa de empezar, tras su trabajo con Preminger vinieron los carteles y títulos de crédito de multitud de películas como “El Mundo está loco, loco, loco”; “La vuelta al mundo en 80 días”, “Espartaco”, o “La tentación vive arriba” entre otros.” (Imprenta, 2017).

6.2.2.2.3 Paul Rand.

Conocido en Estados Unidos como “papá logo”, es considerado uno de los más diseñadores innovadores e influyentes del siglo XX. Con la influencia del modernismo, utilizando formas geométricas y la tipografía, creó la identidad corporativa de grandes empresas como IBM, UPS, Enron, Westinghouse, ABC entre otros. Es considerado como el diseñador que ha establecido las normas para la creación de logotipos corporativos.

Sus inicios como artista fueron a temprana cuando pintaba señales y carteles para la tienda de su papá y para eventos de su escuela. Su carrera profesional empezó realizando un trabajo a tiempo parcial con stocks de imágenes libres de derechos para periódicos y revistas, su fama internacional inicio cuando diseño las portadas de la revista Direction Magazine, trabajo por el cual no cobro nada.

Rand se basaba en tres pilares fundamentales para su diseño: Tipografía, fusionaba tipografía moderna con grabados antiguos; simplicidad, en todos sus diseños siempre procuraba que fueran simples y estéticos.

6.2.2.3 Diseño gráfico.

El diseño gráfico es una disciplina y profesión que tiene el fin de crear ideas y proyectar imágenes innovadoras a través de imágenes. También se le conoce como “Como de la comunicación visual”. Se entiende como la práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contienen aspectos informativos estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos y productivos, los cuales deben ser innovadores. (SANTOS GARCIA, 2012).

“El diseño gráfico es crear un contenido visual y crear mensajes significativos a través de la forma, color o tipografía, se necesita de mucha investigación e ideas para crear un mensaje visual...”. (Multimedia, 2014).

Sus inicios se dieron en la época prehistórica con las pinturas rupestres ya que los símbolos o jeroglíficos que utilizaban tenían el fin de transmitir mensajes. Esto evolucionó con la invención del papel en el año 150, luego en el año 1400 se inventó la imprenta con lo cual revolucionó el diseño gráfico, ya que se podía reproducir masivamente los mensajes. En los años 20´ William Addison Dwiggins acuñó el término “diseño gráfico” y a partir de allí se desarrolló dicha profesión la cuál fue evolucionando con las nuevas tecnologías.

El diseño gráfico es la comunicación visual a través de diversos elementos como las imágenes, tipografía, símbolos gráficos etc. El diseño gráfico se divide en tres áreas, las artes visuales en las cuales entran las fotografías, símbolos, gráficas, ilustraciones y pinturas, la tipografía ayuda a organizar y a diseñar la información para que el mensaje se pueda transmitir creativamente y la composición de página que incluye los elementos anteriormente mencionados en una página estructurados ordenadamente cumpliendo un objetivo: comunicar.

El diseñador gráfico tiene como deber la creación y representación visual de la información de una manera creativa y práctica para que el público o grupo objetivo pueda interpretarla fácilmente.

6.2.2.4 Tipos de diseño gráfico.

- **Diseño Web:** El diseño web tiene como objetivo la planificación e implementación de sitios web que tengan un desempeño funcional para el marketing digital con el fin de cumplir satisfactoriamente las necesidades de los clientes que interactúan en ella y que las empresas puedan obtener los resultados esperados.

- **Diseño Publicitario:** Es el diseño que se dedica a la creación de mensajes apoyados en la creatividad e innovación dirigidos a un grupo objetivo específico con el fin de darles a conocer un producto o servicio e incentivarlos a generar una acción sobre este.

- **Diseño Digital:** Este tipo de diseño se apoya en el lenguaje visual y la tecnología para crear, informar y expresar un mensaje digital, estos mensajes se visualizan en los medios de comunicación tecnológicos.

- **Diseño de Ilustración:** La ilustración es un dibujo, imagen o símbolo que apoya visualmente un texto con el fin de transmitir un mensaje. Actualmente es utilizada en medios interactivos y medios impresos.

- **Diseño Editorial:** “El diseño editorial es el área del diseño gráfico especializado en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio texto, imágenes y, en algunos casos multimedia; tanto en soportes tradicionales como electrónicos. Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios.” (Zanón Andrés, 2017).

El diseño editorial tiene como objetivo principal la composición llamativa y creativa de elementos gráficos con información proporcionada para publicaciones en diversos medios impresos. En la actualidad los medios impresos están perdiendo posición dentro de la sociedad debido a las constantes innovaciones tecnológicas, por lo mismo, la creación de contenidos debe ser cada día más creativa e ingeniosa para atraer a los lectores y lograr transmitir el mensaje de manera simple.

Los elementos que se deben de tomar en cuenta en el diseño editorial es el formato como un libro, revista periódico etc., el material que se utilizará, la tipografía, imágenes, la caja tipográfica o marco de la página y la retícula editorial. Tomando en cuenta los elementos anteriores de debe de lograr una combinación funcional.

6.2.2.5 Elementos del Diseño Gráfico.

El diseño gráfico es el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. Su principal función será transmitir una información determinada por medio de gráficos. (Multimedia, 2014).

Los elementos básicos del diseño son:

- **El Punto:** Es la unidad mínima de la comunicación, así como el elemento gráfico fundamental y por tanto el más importante y puede intensificar su valor por medio del color, el tamaño y posición.
- **La Línea:** Casi siempre genera dinamismo y define direccionalmente la composición en la que la insertemos. Su presencia crea tensión y afecta a los elementos que la acompañan. También puede definirse como un punto en movimiento o como la historia del movimiento de un punto. Por lo cual esta posee mucha energía, nunca es estática, y es el elemento visual básico del boceto. Además, separa planos, permitiendo de esta manera crear diferentes niveles y volúmenes.
- **El Contorno:** En la terminología de las artes visuales, decimos que la línea articula la complejidad del contorno. Cuando la línea cierra un determinado espacio se crea una tensión entre el espacio y sus límites, es entonces cuando la línea tiene un gran poder de atracción. La característica principal del contorno es que es estático o dinámico, esto depende del uso que se le dé o de las diferentes direcciones que éste opte.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias Auxiliares.

6.3.1.1 Semiología.

“La semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. De acuerdo con esta definición la lengua sería una parte de la semiología. En realidad, se coincide generalmente en reconocer al lenguaje un status privilegiado y autónomo que permite definir la semiología como “el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos” (Guiraud, 2004).

La semiología según Ferdinand de Saussure es “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. En el área de la comunicación la semiología es una de las ciencias más importantes, estudia los signos cotidianos que nos rodean, como interactuamos con ellos y el significado de que les damos. La importancia de la semiología radica en la manera en la cual las personas se comunican a través de símbolos y los significados que les dan a los mismos, es aquí en donde se da la semiosis, que es el momento en la cual una idea o concepto toma un significado.

6.3.1.2 Lingüística.

“La lingüística es la disciplina científica que investiga el origen, la evolución y la estructura del lenguaje, a fin de deducir las leyes que rigen las lenguas... Así, la lingüística estudia las estructuras fundamentales del lenguaje humano, sus variaciones a través de todas las familias de lenguas y las condiciones que hacen posible la comprensión y la comunicación por medio de la lengua natural.” (Inil, 2017).

La lingüística estudia el lenguaje como una forma de comunicación entre las personas, estudia sus códigos, símbolos y su evolución. En la actualidad su importancia radica en los intercambios culturales de información, ya que gracias a la tecnología un mensaje tiene alcance a

todas partes del mundo y por lo tanto tiene diversas interpretaciones según el lenguaje y los símbolos que se utilizan.

6.3.1.3 Psicología.

“La Psicología estudia los fenómenos psíquicos. Se entiende por fenómenos psíquicos todas las funciones psicológicas humanas como la percepción, la memoria, la inteligencia, el pensamiento, la motivación, el aprendizaje, la sexualidad, las etapas del desarrollo normal y la conducta en general.” (Psicología, 2018).

La psicología estudia y busca comprender la conducta humana y los factores que intervienen en su comportamiento, su evolución va de la mano con la evolución de los seres humanos y sus conocimientos cada día se amplían más, sin embargo, su estudio es limitado ya que no se puede entender al humano en su totalidad.

6.3.1.3.1 Psicología de la Comunicación.

La psicología de la comunicación estudia la forma en la cual se comunica el ser humano y su interacción con los demás, el papel de la psicología en la comunicación es el amplio estudio y comprensión de los mensajes que se transmiten y su funcionalidad hacia quién se transmiten, entre este estudio incluyen el estudio de una persona en su entorno social a nivel personal, intrapersonal, interpersonal, grupales y en multitudes.

Tomando como base los estudios que realizan sobre la comunicación y la psicología, se obtienen los conocimientos necesarios para crear y estructurar un mensaje. Al crear mensajes publicitarios, informativos, u otros, se emplean elementos funcionales que ayudan a obtener la respuesta esperada del receptor.

6.3.1.3.2 Psicología del consumidor.

“La psicología del consumidor es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor ya que este se rige por medio de procesos mentales preestablecidos.” (Berenger Contrí, Gomez Borja, Mollá Descals, & Quintanilla Pardo, 2006).

La psicología del consumidor estudia el comportamiento del consumidor a nivel cultural, afectivo, social, sus necesidades, masificación, innovación y pertenencia ya que estos factores son los que influyen en la decisión de compra de una persona y a la vez ayuda a las empresas a mejorar sus productos, servicios y estrategias de mercadeo adecuándolos al perfil del grupo objetivo para con el fin de impulsar las ventas.

Su objetivo principal es determinar por qué las personas toman ciertas decisiones de compra o desecho de un producto o servicio, para obtener esta respuesta es importante plantearse las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo compiten los consumidores a la hora de elegir entre marcas de la competencia, y que los motiva a tomar esa decisión en particular?
- ¿Cómo son los consumidores influenciados por los factores que los rodean, como la cultura y medios de comunicación?
- ¿Cómo se comportan los consumidores al hacer compras en la calle?
- ¿Qué factores influyen para que un consumidor le sea fiel a una marca?
- ¿Qué factores influyen para que un consumidor cambie de marca?

Al realizar un estudio de mercado se encontrarán las respuestas a las preguntas anteriores y se obtendrá la información necesaria para implementar nuevas estrategias y realizar cambios en sus productos o servicios para que sean más atractivos a los consumidores.

6.3.1.3.3 Psicología del color.

“La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar como percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos” (García-Allen, 2017).

La psicología del color estudia los colores y lo que transmiten a las personas, esta percepción puede variar entre culturas. Su importancia radica en el análisis del comportamiento de las personas ante los colores, su influencia y emociones. Los colores pueden tener efectos positivos o negativos en las emociones e incluso en el estado mental de las personas, tienen la capacidad motivar o deprimir a las personas, transmitir alegría o tristeza, los colores siempre tendrán dos posibles estímulos hacia la percepción de las personas.

6.3.1.4 Sociología.

“La sociología es la ciencia que estudia el comportamiento social de las personas, de los grupos y de la organización de las sociedades... La Sociología estudia la familia, la religión, las instituciones educativas, las empresas, las administraciones, la ciencia, etc. También se ocupa de los rasgos que caracterizan a las sociedades, como la desigualdad, los valores y creencias, las manifestaciones culturales, la criminalidad y las migraciones, entre otros muchos, teniendo en cuenta cómo dichos rasgos condicionan la vida de la gente” (Federación Española de Sociología, 2017).

La sociología estudia el comportamiento de las personas en relación con los demás y el entorno en el que conviven, se enfoca en el estudio de los fenómenos sociales como el crecimiento de la población, la migración, las guerras, la paz, la política, la historia, la economía, las religiones e instituciones sociales como la familia y como estos impactan en la sociedad.

6.3.1.5 Antropología.

“La antropología estudia a la humanidad, sus sociedades del presente y del pasado, así como las diversas culturas y formas de organización e interacción social que ha creado.” (UNAM, 2014).

El principal objetivo de la antropología es el estudio sobre quien es el ser humano, de donde viene y su constante evolución. Actualmente la antropología se divide en cuatro subdisciplinas:

- Antropología Social: Estudia las características culturales y la evolución social.
- Antropología Biológica: Estudia los cambios que ha tenido el cuerpo humano en la historia.
- Antropología Lingüística: Estudia el cambio y evolución en los lenguajes del hombre.
- Arqueología: Se dedica al estudio de las comunidades prehistóricas.

La antropología es una ciencia que trabaja en conjunto con la sociología y la historia ya que las tres se dedican al estudio del comportamiento humano.

6.3.1.6 Andragogía.

“La Andragogía se define como la disciplina que estudia el ámbito de la educación en el individuo adulto, es decir a las particularidades de cómo se produce el aprendizaje en la edad adulta, madurez y senectud.” (Rodríguez Camón, 2017).

La Andragogía estudia el aprendizaje en los adultos y las metodologías de estimulación que se utilizan para captar el interés del aprendiz, ya que no se pueden utilizar los mismos métodos que se utilizan con un niño o un adolescente, la capacidad de aprender del ser humano evoluciona con la edad, las experiencias y madurez del individuo.

Existe un modelo andragógico de educación que se basa en lo siguiente:

- Educación no presencial e inclusiva

- Se adapta a las necesidades sociales de la persona, a su capacidad, experiencias y conocimientos adquiridos anteriormente.
- Métodos innovadores y tecnológicos a la vanguardia de los avances sociales, puede extenderse a lo largo de un período de vida de una persona.
- El educador es un guía y asesor que facilita el aprendizaje colaborando de una manera menos institucional y más personalizada.

6.3.1.7 Deontología.

“Un código ético o deontológico es el conjunto de principios de conducta, derechos, deberes y normas profesionales emanadas de los propios profesionales o de una empresa u organización determinada, cuyo cumplimiento se asume voluntariamente”. (Barroso, 2015).

Es una ciencia indispensable para cualquier tipo de trabajo, al implementar la deontología se asegura que el trabajo que se realizará sea profesional y cumpla con las normas éticas establecidas para evitar inconveniente entre el profesional y el cliente, de esta manera se logrará tener una relación estrecha y de confianza entre ambos con el fin de cumplir con el trabajo que se solicita de la mejor manera.

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Tipografía.

“Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se encarga del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.” (Aharanov, 2017). La tipografía es utilizar uno o varios estilos de letras o números para transmitir un mensaje utilizando la creatividad e innovación con las palabras. La tipografía es una herramienta indispensable para

el diseño gráfico y un arte complejo, es importante estudiarla ampliamente y conocer los términos relacionados a ella:

- **Tipo:** Se le llama tipo al conjunto de letras, números, símbolos y signos de puntuación que tienen relación entre sí gráficamente.
- **Fuente:** La fuente es el medio físico que se utiliza para crear un tipo como por ejemplo una máquina de escribir.
- **Familia Tipográfica:** es el conjunto de tipos que tienen características similares entre sí y provienen de la misma fuente. Las familias tipográficas más comunes son la Romana, Itálica, Fina, Negrita, Condensada, Extendida y Versalitas.
- **Línea Base:** Es la línea imaginaria en la cual se alinean todos los caracteres de una tipo.
- **Altura X:** Es la distancia entre la línea base y la línea media de un tipo de letra, la medida es la letra “x” en minúscula.
- **Serif:** Es el tipo de letra que utiliza remates o espuelas, facilita la lectura debido a que rompe la horizontalidad y verticalidad del texto.
- **Sans Serif:** Este tipo de letra no utiliza remates o espuelas, su aspecto es más moderno y flexible.
- **Caja de Composición:** Es la caja que marca los espacios individuales de cada letra en una palabra con el fin de que al escribir no se coloque una letra sobre otra o invada su espacio.

6.3.2.2 Ilustración.

“La ilustración gráfica es una forma visual de comunicación que consiste en hacer llegar el mensaje a través de ilustraciones. Una ilustración es un dibujo, estampación o grabado que sirve para adornar y hacer que el mensaje llegue más claro al espectador.” (BEATRIZXE, 2017).

La ilustración es un dibujo que tiene como objetivo transmitir un mensaje hacia un grupo de personas determinado, en su mayoría acompaña un texto y su función es realzar o complementar el mensaje de dicho texto. Su campo es amplio e infinito, se puede crear un propio estilo y técnica para comunicarse a través de sus ilustraciones, en la actualidad la mayoría de ilustraciones se ven en la publicidad, revistas, libros y en las redes sociales.

Actualmente con el avance de la tecnología, la ilustración ha revolucionado y ha pasado del papel a la computadora, permitiendo el desarrollo de nuevas e innovadoras herramientas para su creación y originalidad. La ilustración se clasifica en ilustración conceptual, narrativa, decorativa, cómico, infantil, portadas, publicitaria, y de moda.

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color.

“El color es un atributo de los objetos que lo percibimos cuando hay luz que, a través del sentido de la vista, nos permiten captar las imágenes.” (Guzmán Galarza, 2011).

En el año 1665 Isaac Newton estableció el principio actual del color: La luz es color, descubrió que la luz del sol al atravesar un prisma de base triangular se dividía en seis colores reflejados en la pared donde incidía el rayo de luz original: los colores fueron rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul y violeta. Con esta observación dio lugar al siguiente principio: todos los cuerpos opacos al ser iluminados reflejan todos o parte de los componentes de la luz que reciben.

6.3.3.1.1 Síntesis Aditiva y Sustractiva.

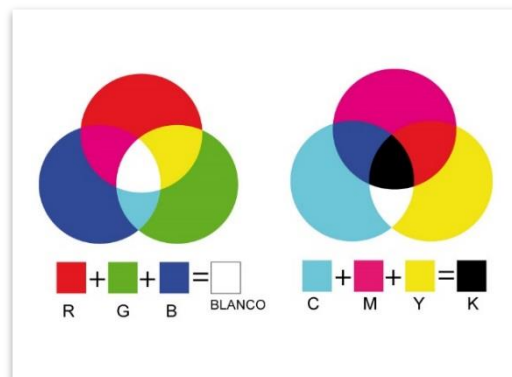
Existen dos tipos de colores: Los colores aditivos o colores luz que son los que provienen de una fuente luminosa como los focos o pantallas que buscan conseguir la iluminación de un color

concreto, estos colores son rojo, verde y azul conocidos como RGB. La suma de los tres colores es blanco y la ausencia de todos es negro.

Los colores sustractivos o colores pigmento que son los que se utilizan en los dibujos, imprentas y pinturas estos colores son cian, magenta y amarillo, la suma de los tres colores es negro y la ausencia de todos es blanco. Estos últimos son los que se utilizan en las imprentas con el negro por las letras que generalmente son de ese color, sus siglas son CMYK.

6.3.3.1.2 Colores Primarios.

Los colores primarios son únicos debido a que no pueden obtenerse de la mezcla de otros colores, los colores primarios en RGB son rojo, amarillo y azul; y en CMYK los colores son cian, magenta y amarillo.

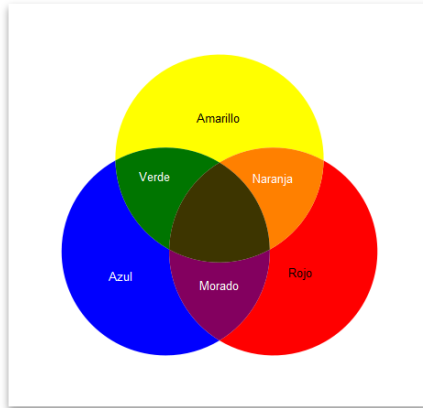


Referencia: (Pando Andrea, 2012)

6.3.3.1.3 Colores Secundarios.

Los colores secundarios son los que resultan de la combinación de dos colores primarios, estos colores son anaranjado, verde y violeta. Estos colores son más versátiles y complejos, por su intensidad se utilizan para acentuar con colores neutrales.

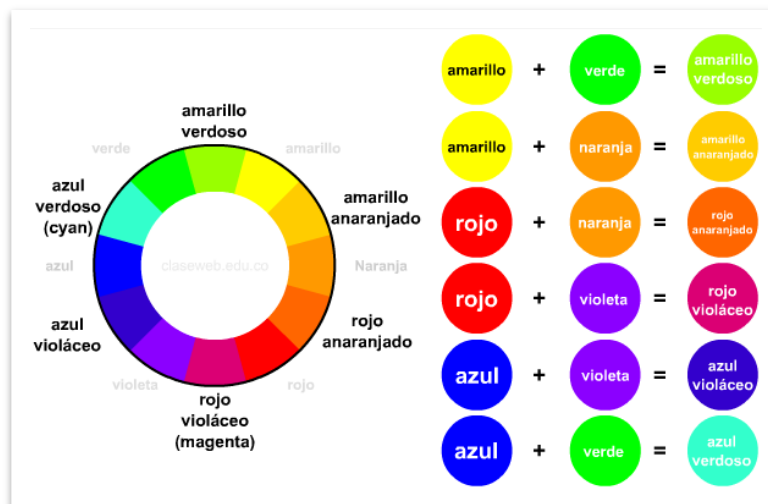
- Amarillo + azul: verde
- Azul + rojo: violeta
- Rojo + amarillo: anaranjado



Referencia: (Gráficas Ochoa, 2016)

6.3.3.1.4 Colores Terciarios.

Los colores terciarios se obtienen de la mezcla de un color primario con un color secundario adyacente en el círculo cromático.



Referencia: (Portillo, 2016)

6.3.3.1.5 Propiedades del color.

Las propiedades del color son los elementos que hacen único a un color, determinan su apariencia final.

- **Matiz:** Es el estado puro de un color sin el color blanco o negro, esta propiedad se refiere al recorrido que hace un tono hacia la derecha o izquierda del círculo cromático generando matices del mismo color.
- **Luminosidad:** Esta propiedad se refiere a la cantidad de luz que recibe un objeto, determina la claridad u oscuridad de dicho objeto. La luminosidad se puede alterar agregando blanco o negro según se desee.
- **Saturación o brillo:** Esta propiedad determina la intensidad o palidez de un color, la saturación es la brillantez que tiene un color y se define por la cantidad de gris que contiene, si tiene más gris es menos brillante y viceversa.

6.3.3.1.6 Círculo cromático.

El círculo cromático representa de manera ordenada la sucesión progresiva de los colores del espectro, conformado por doce secciones iguales en donde se representa la armonía y contraste entre los colores que lo componen: Los colores primarios, secundarios y terciarios. (Monereo Megias, 2016). Los colores del círculo cromático son colores saturados, esto quiere decir que no tiene color blanco ni negro. Algunas normas para utilizar el círculo cromático son las siguientes:

- Todos los rojos combinan
- Todos los azules combinan
- Todos los verdes combinan
- Los colores naranjas crean una sensación de calidez
- El amarillo combina con los verdes y naranjas
- Los verdes pueden utilizarse como color neutral
- La violeta combina con el verde
- Los grises y colores neutrales combinan bien



Referencia: (Monereo Megias, 2016).

6.3.3.2 Teoría Gestalt.

“La teoría de la Gestalt se refiere a como el ser humano percibe las figuras, palabras o representaciones que dan a entender un mensaje, esto significa como se percibe en la mente los objetos conocidos en la vida diaria.” (Matínez Navarro, Torres Alcudia, & Suárez Benitez, 2010).

Gestalt es una palabra con origen alemán que significa forma, figura o configuración. La teoría de Gestalt también es conocida como la Ley de la Forma, su principal estudio es la percepción visual como un proceso fundamental de la mente. Esta teoría expresa que “El todo es mayor que la suma de sus partes” lo que quiere decir que percibimos la realidad como una totalidad que transmite un significado y no como elementos individuales.

La teoría de la Gestalt de contradice con el conductismo, ya que el conductismo se refiere a percibir la realidad asociando distintos elementos, mientras que la Gestalt se refiere a la primera impresión que se percibe. Esta teoría presenta las siguientes leyes:

- *Ley de la figura-fondo:* Al observar el entorno existen dos dimensiones: la figura que es la que se destaca de los demás elementos y el fondo que no es el centro de atención.

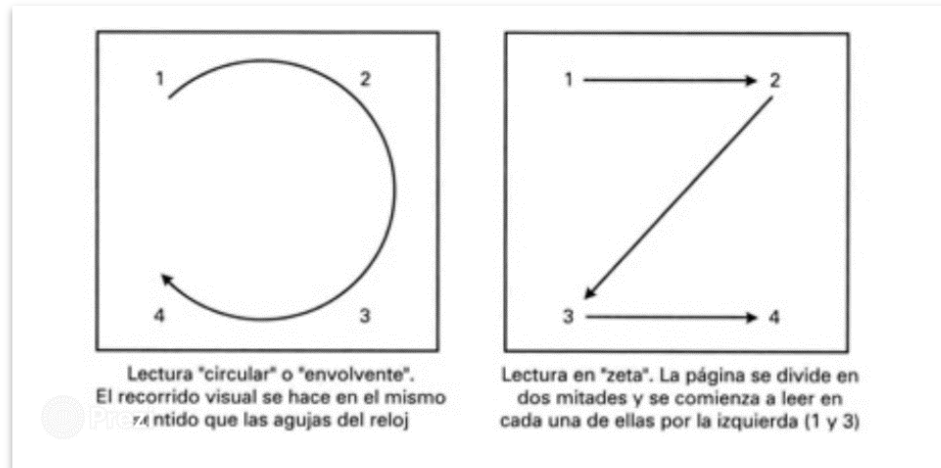
- *Ley de la continuidad:* la agrupación de elementos continuos en líneas rectas o curvas se perciben como unidad.
- *Ley de la proximidad:* Consiste en percibir agrupados o como unidad los elementos que se encuentran más cercanos entre sí.
- *Ley de la similitud:* Los elementos similares son percibidos como si tuvieran la misma forma, la semejanza depende de distintos aspectos visuales como color y tamaño.
- *Ley de cierre:* La mente agrega los elementos faltantes para completar una figura.
- *Ley de simplicidad:* Se percibe un objeto destacando los elementos importantes para simplificarlo.

6.3.3.3 Teoría del recorrido visual.

“El recorrido visual es el movimiento que realiza el ojo buscando un orden en lo que está viendo, bien imágenes bien una combinación de figuras y texto.” (Byvox, 2016). La lectura se realiza de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, sin embargo, existen estrategias que se utilizan para provocar una “lectura conducida” con el fin de que el lector vea imágenes o textos específicos. La lectura conducida se aplica en la publicidad para que el conjunto de imágenes y textos se interpreten con un fin determinado.

Las composiciones visuales típicas implementadas para provocar una lectura conducida son:

- Barrido visual en forma de “Z”
- Lectura Circular o envolvente



Referencia: (Quipuscoa Zabaleta, 2018)

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Flat Design.

“El flat design elimina sombras, relieves, ornamentos, texturas, degradados, difuminados y cualquier sensación de tridimensionalidad. El diseño gráfico ahora es más limpio, elegante, sin profundidad, más nítido y los bordes son sólidos. Las formas son geométricas.” (Estudio Mique, 2017).

Este tipo de diseño consiste en mostrar las ilustraciones de la manera más sencilla posible, eliminando todo tipo de detalle como las sombras, texturas, degradados, biselados entre otros detalles. Se adecua al proyecto debido a que ayuda a simplificar y facilitar el mensaje para su mejor comprensión.

El flat design es una tendencia del diseño gráfico introducido por Microsoft en el año 2002 quien introdujo esta tendencia con el lanzamiento de Windows Media Center con un diseño simple y limpio, a partir de este lanzamiento los elementos gráficos de Microsoft evolucionaron utilizando colores vivos, tipografías simples y bordes cortantes.

Las características del Flat Design son las siguientes:

- Forma: La forma del flat design es simple y plana, utilizando formas geométricas básicas como los círculos o cuadrados.
- Tipografía: Utiliza tipografías claras y limpias, San Serif y con poco peso.
- Color: Se utilizan colores brillantes que contrasten con fondos oscuros.
- Long Shadow: Es una sombra que se añade a los iconos o logotipos para dar profundidad sin dejar de ser flat design.



Referencia: (Creativenauts, 2017)

Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

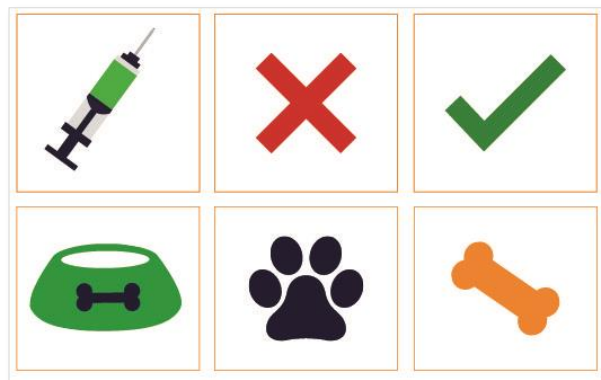
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Semiología.

La semiología es una de las ciencias principales en el diseño gráfico y la comunicación, en la elaboración del material impreso es importante conocer y utilizar los elementos gráficos adecuados que reforzarán y conducirán el mensaje correctamente al grupo objetivo.

El conjunto de signos que se implementen en el material impreso debe transmitir el mensaje de manera sencilla y directa, los signos deben de ser de conocimiento general para que todos tengan la misma interpretación sobre dichos signos.

Los signos que se utilizaron en el material impreso son los siguientes:



7.1.2 Psicología del Consumidor.

Esta ciencia ayudará a conocer la conducta del grupo objetivo y su interacción con la sociedad, así como sus necesidades y cultura. Su objetivo principal es determinar por qué las personas toman ciertas decisiones de compra o desecho de un producto o servicio.

En la elaboración del material impreso, la psicología del consumidor se utilizó como apoyo para obtener información sobre las preferencias y comportamientos del grupo objetivo con el fin de adecuar a su perfil la información que se quiere transmitir.

7.1.3 Psicología del Color.

La psicología del color estudia los colores y lo que transmiten a la persona, esta percepción puede variar entre culturas. Su importancia radica en el análisis del comportamiento de las personas ante los colores, su influencia y emociones.

Los colores que se utilizaron en la guía son colores que tienen como fin transmitir alegría, energía y conciencia, los colores son los siguientes:



7.1.4 Deontología.

Es una ciencia indispensable para cualquier tipo de trabajo, al implementar la deontología se asegura que el trabajo que se realizará sea profesional y cumpla con las normas éticas establecidas para evitar inconveniente entre el profesional y el cliente. De esta manera se logrará tener una relación estrecha y de confianza entre ambos con el fin de cumplir con el trabajo que se solicita de la mejor manera.

7.1.5 Sociología.

La sociología es una ciencia que, en conjunto con la psicología del consumidor, ayuda a conocer el grupo objetivo y a analizarlo con el fin de entender su comportamiento y crear una relación basada en la confianza y en la empatía con el grupo objetivo. Al poder entender el comportamiento del grupo objetivo y los factores que influyen en este, se pueden brindar soluciones efectivas que suplan con sus necesidades y a la vez se pueda desarrollar el proyecto de la mejor manera.

7.1.6 Andragogía.

Esta ciencia brinda las técnicas de aprendizaje necesarias para las personas adultas, durante el proyecto dichas técnicas se implementarán con el fin de que el mensaje pueda llegar al público objetivo y lo puedan interpretar claramente. La Andragogía permite que exista comunicación efectiva entre el profesional y el grupo objetivo.

7.1.7 Tecnología.

Para que el proyecto se pueda llevar a cabo es indispensable el uso de la tecnología. Para la elaboración de la guía se utilizarán distintas herramientas de diseño y otras herramientas tecnológicas que suplirán las necesidades del proyecto y del grupo objetivo, entre los principales programas a utilizar están Indesign e Illustrator.

7.1.8 Ilustración.

La ilustración es un dibujo que tiene como objetivo transmitir un mensaje hacia un grupo de personas determinado, en su mayoría acompaña un texto y su función es realzar o complementar el mensaje de dicho texto. Su campo es amplio e infinito, se puede crear un propio estilo y técnica para comunicarse a través de sus ilustraciones, en la actualidad la mayoría de ilustraciones se ven en la publicidad, revistas, libros y en las redes sociales.

El material impreso es una guía ilustrada, la información en cada página es reforzada con un dibujo, signo o símbolo. La principal ilustración es la silueta de la cara de un perro que tiene como objetivo identificar el material y su función principal.



7.1.9 Tipografía:

La tipografía es uno de los elementos principales para la elaboración del material impreso, complementa los colores e ilustraciones utilizadas y refuerza la información que se quiere transmitir, se utilizó la siguiente tipografía:

No.1	Bariol Lorem ipsum	60pt
No.2	Aller Light Lorem ipsum	16pt
No.3	Stardust Adventure <i>Lorem ipsum</i>	47pt

7.1.10 Flat Design.

Este tipo de diseño consiste en mostrar las ilustraciones de la manera más sencilla posible, eliminando todo tipo de detalle como las sombras, texturas, degradados, biselados entre otros detalles. Se adecua al proyecto debido a que ayuda a simplificar y facilitar el mensaje para su mejor comprensión.

Esta tendencia se implementó en el material impreso por su diseño simple e innovador con el fin de que el mensaje sea claro y directo para el grupo objetivo, y agradable a la vista.

7.2 Conceptualización.

7.2.1 Método

7.2.1.1 Microdibujo.

Esta técnica está basada en la forma en la que trabajan los insectos que, a través de distintos intentos en alcanzar un lugar determinado, logran su objetivo. De la misma manera se

aplica como técnica de creatividad para ampliar una idea determina y generar nuevas a partir de esta misma.

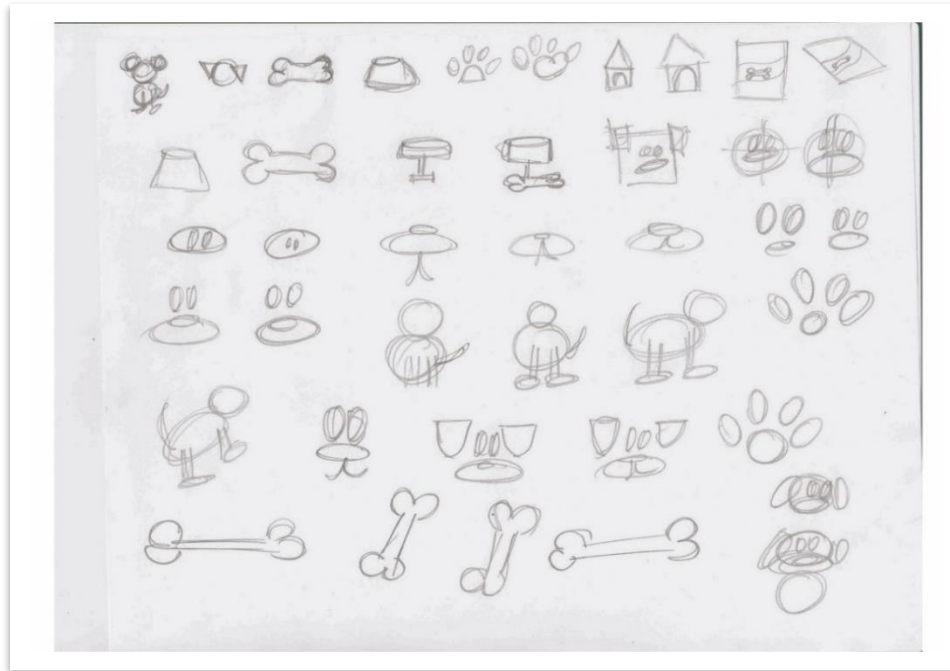
7.2.2 Aplicación de la Técnica.

Se puede aplicar la técnica en una hoja tamaño oficio o A4, se debe determinar un tiempo estimado en este caso de 4 minutos para realizar la mayor cantidad de garabatos posibles con el fin de concretar o generar una o varias ideas.

Primera Fase: En el tiempo que se determinó anteriormente (4 minutos), se realizarán garabatos cada 3 o 4 segundos, antes de iniciar se debe de tener una idea general de lo que se busca, en este caso la idea general es el perro. En base a esta idea se realizarán los bocetos para concretar dicha idea, no se busca una forma concreta en cada dibujo, sino al contrario generar ideas nuevas o variaciones.

Segunda Fase: Una vez finalizados los dibujos, se deben proyectar en la computadora a través del Escáner y ampliarlos para tener mejor vista y revisar las formas generadas, luego concretar y generar ideas a partir de dichas formas.

Al finalizar el proceso de creatividad, se procedió a escanear la hoja en donde se realizaron los dibujos y a concretar las siguientes figuras gráficas que se implementarán en la guía como apoyo visual al contenido:



A partir de la técnica de Microdibujo, al analizar los garabatos se pudieron obtener las siguientes figuras básicas que se implantarán en el manual a realizar:

- Cara de perro
- Hueso
- Plato de comida para perro
- Huella de perro

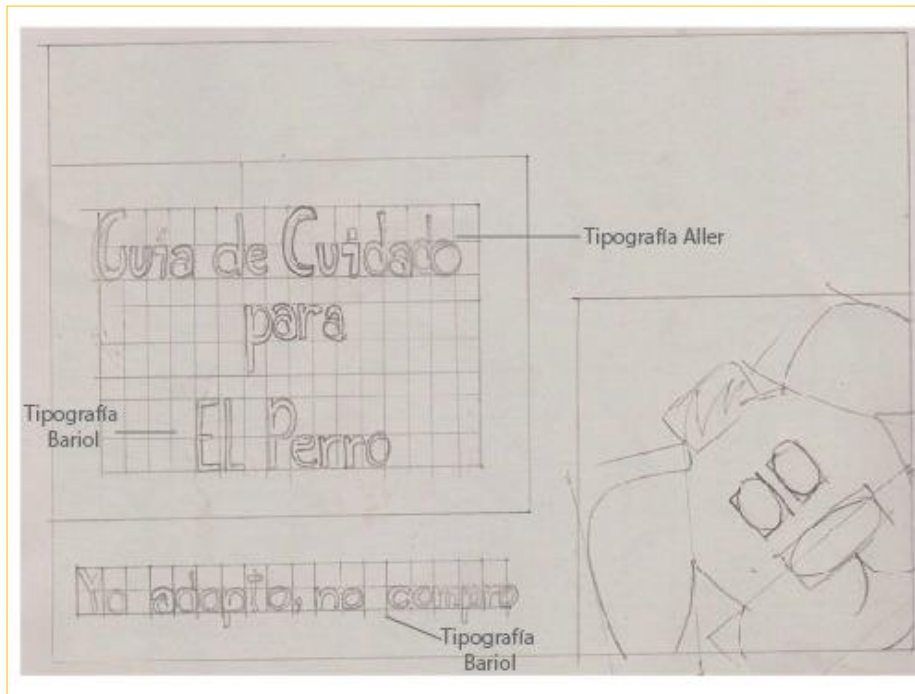
También se obtuvieron las siguientes frases que ayudaron a crear la frase conceptual:

- El mejor amigo del hombre necesita sus cuidados.
- Cuidando a quien me cuida incondicionalmente
- Los cuidados para el amigo incondicional
- Mi mejor amigo me cuida incondicionalmente
- Yo cuidare a mi amigo fiel incondicionalmente.

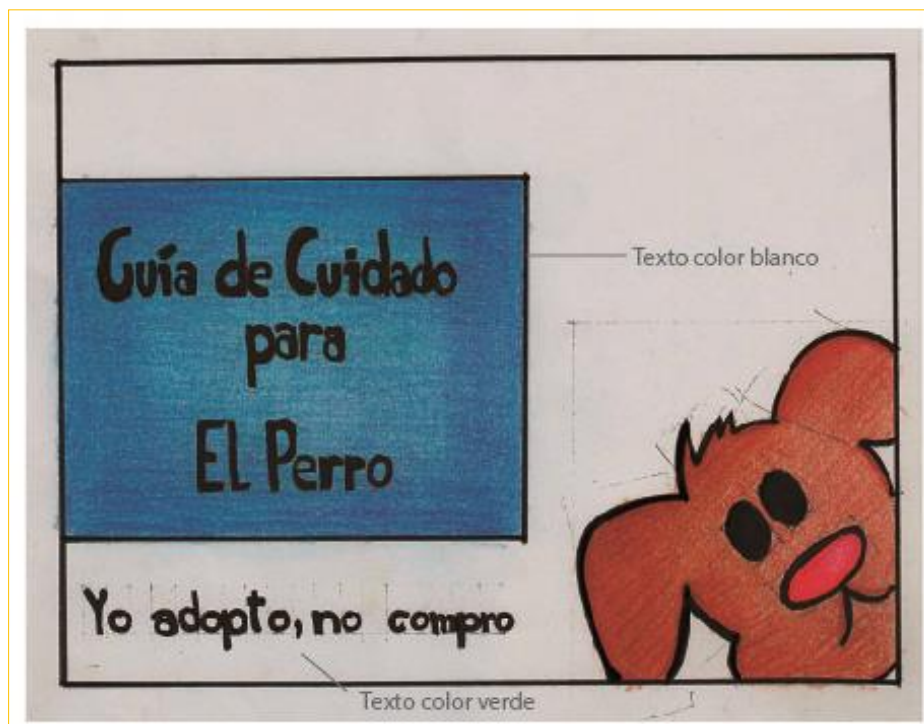
7.2.3 Definición del concepto.

Frase conceptual que se eligió: “Cuidaremos a los que nos cuidan y aman incondicionalmente”. El concepto quiere dar a entender que los animales, en este caso los perros, nos brindan su amor y su protección en todo momento, es el amigo fiel que siempre estará a nuestro lado.

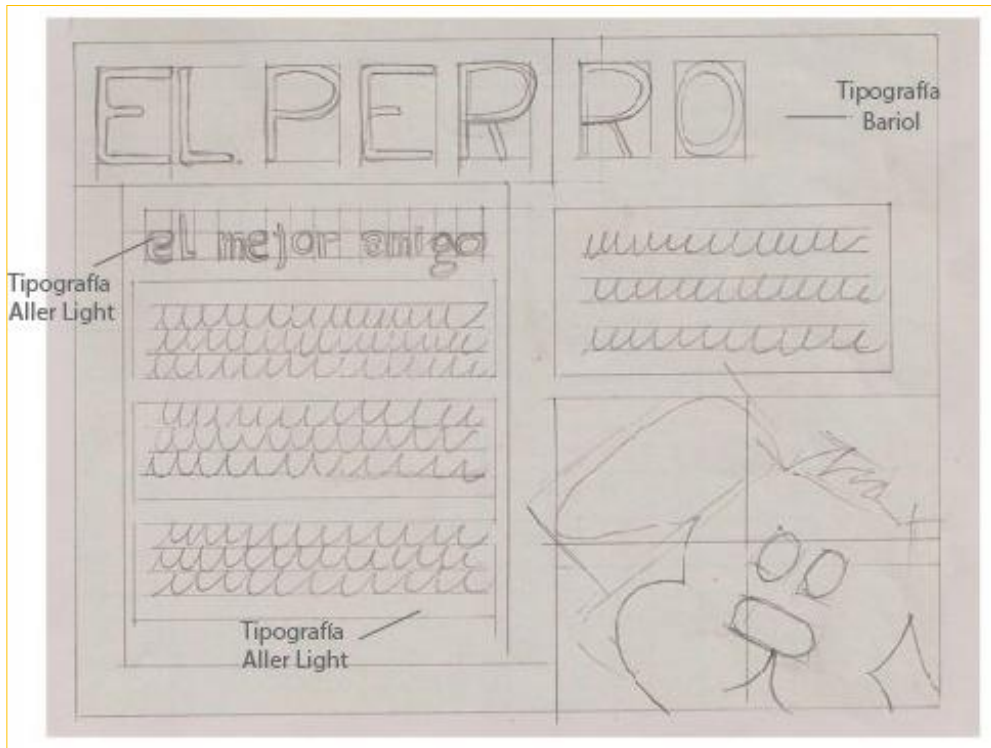
Boceto de portada, Medidas 6 * 6 pulgadas



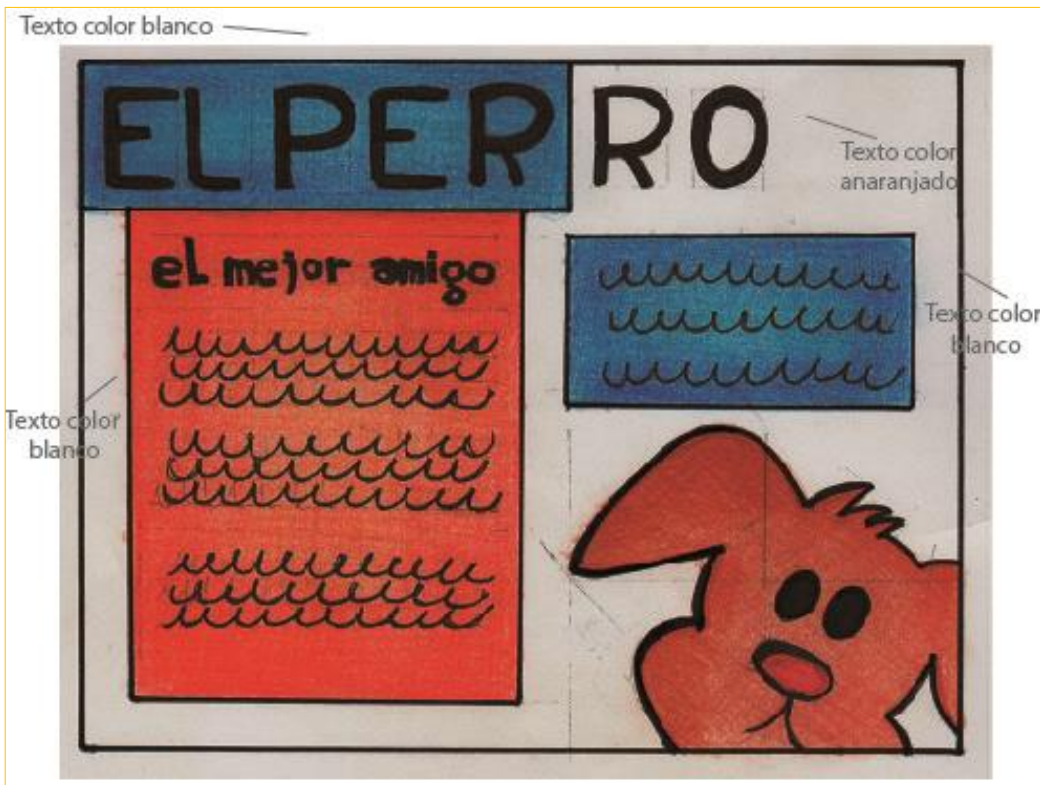
Boceto a color Portada, Medidas 6 * 6 pulgadas



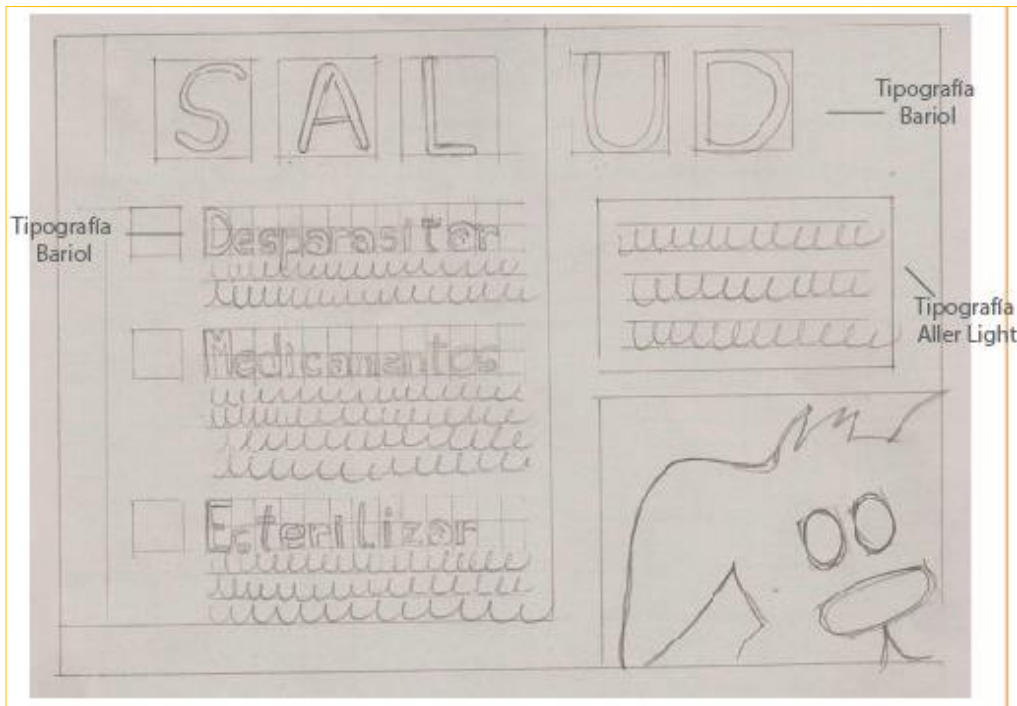
Boceto página interior No.5, Medidas 6 * 6 pulgadas



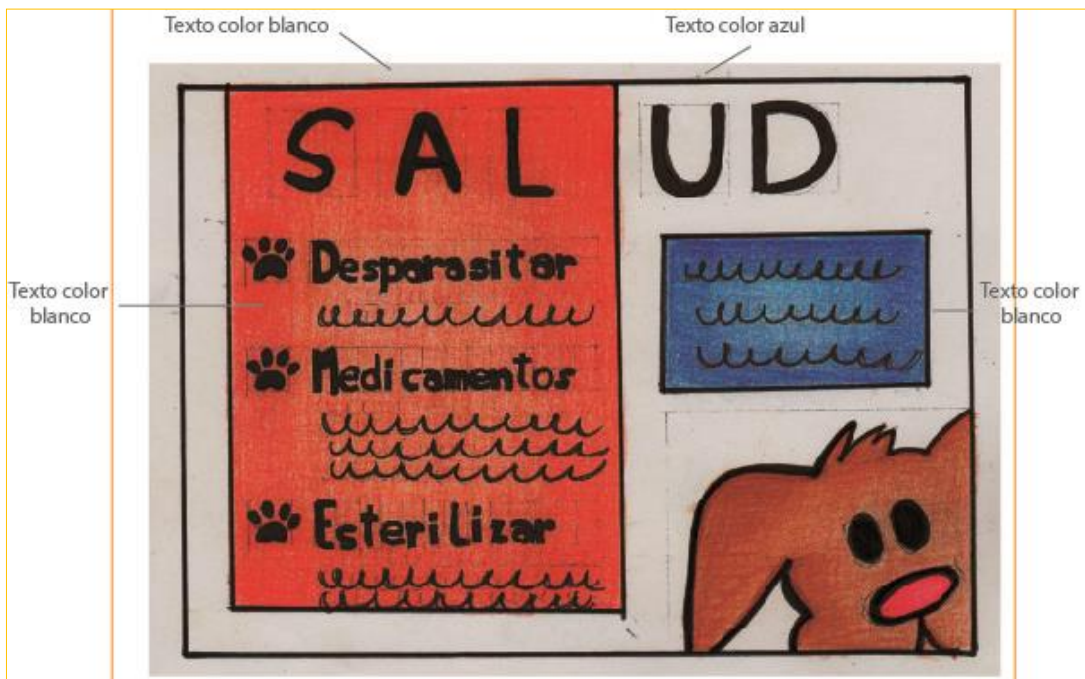
Boceto a color página interior No.5, Medidas 6 * 6 pulgadas



Boceto página interior No.8, Medidas 6 * 6 pulgadas

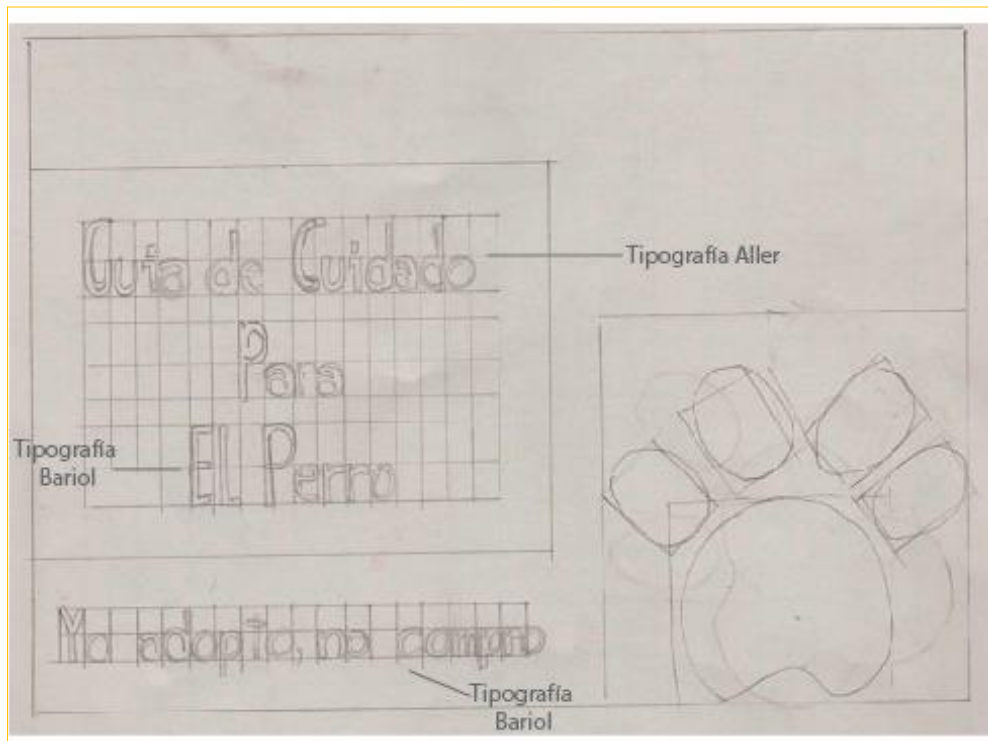


Boceto a color página interior No.8, Medidas 6 * 6 pulgadas



Propuesta No. 2

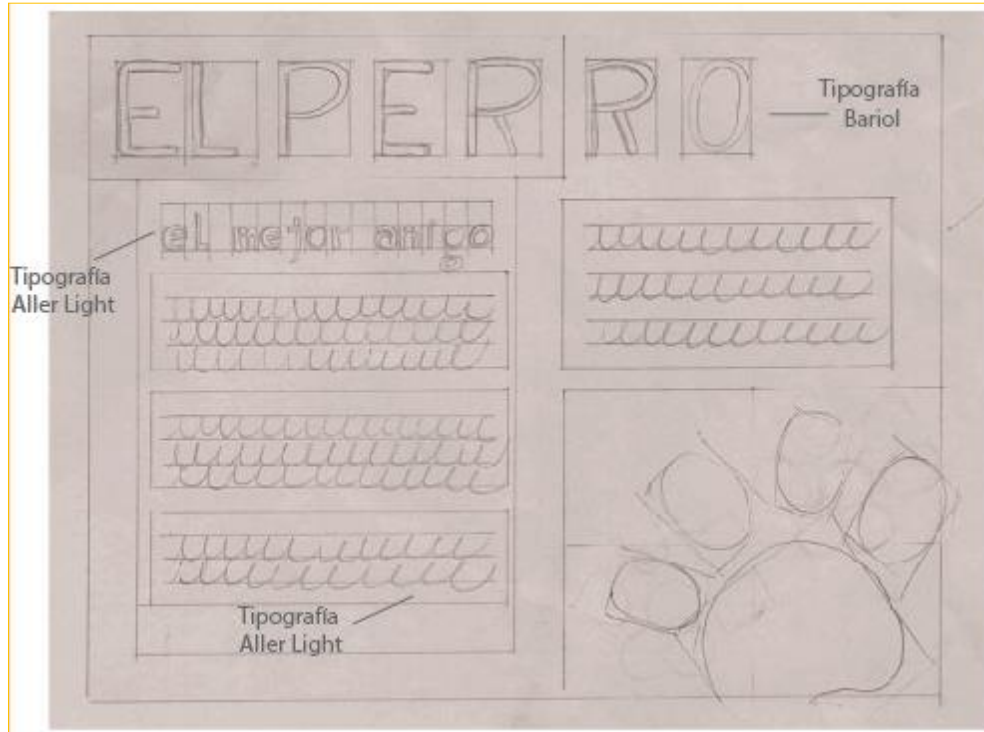
Boceto portada, Medidas 6 * 6 pulgadas



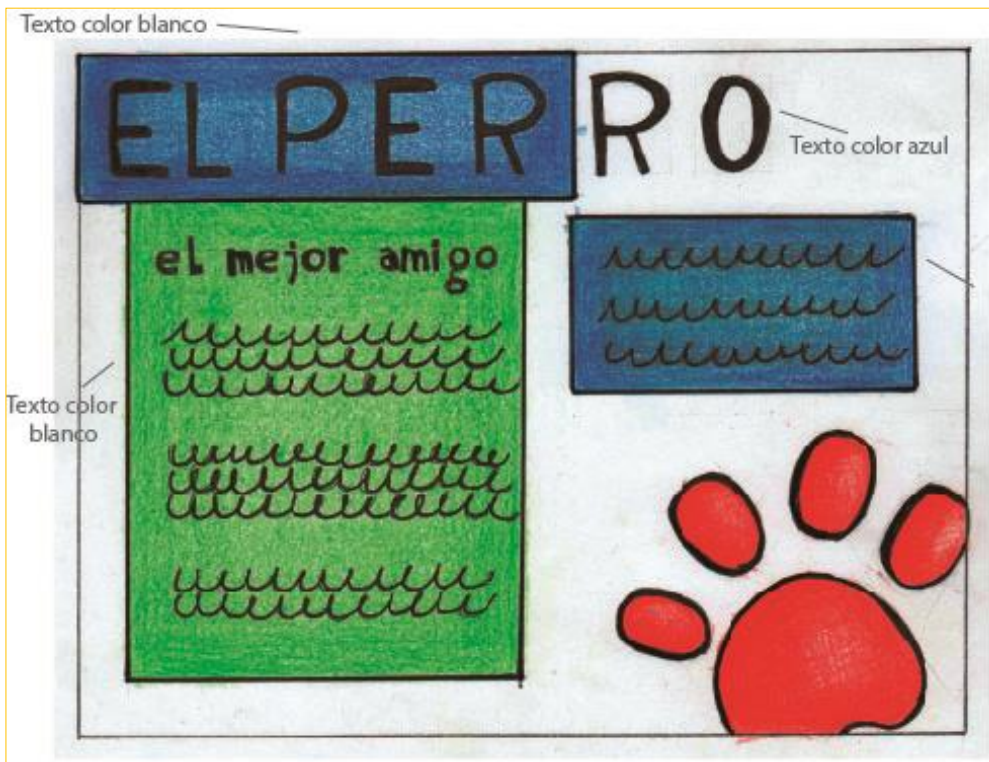
Boceto a color portada, Medidas 6 * 6 pulgadas



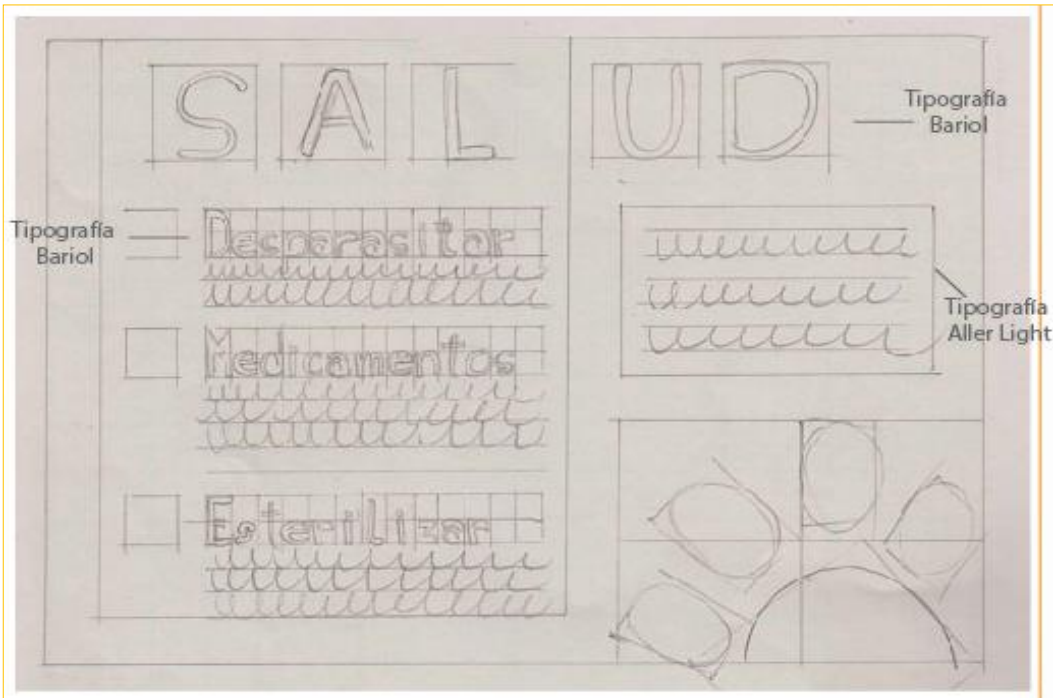
Boceto página interior No.5, Medidas 6 * 6 pulgadas



Boceto a color página interior No.5, Medidas 6 * 6 pulgadas



Boceto página interior No.8, Medidas 6 * 6 pulgadas



Boceto a color página interior No.5, Medidas 6 * 6 pulgadas



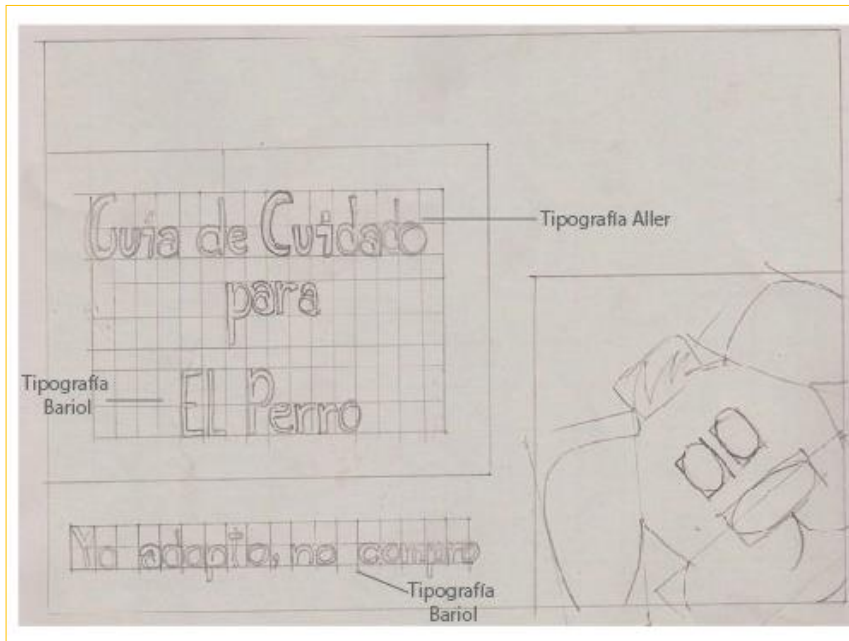
Se evaluaron las dos propuestas con el cliente, se llegó a la conclusión de desarrollar la propuesta gráfica No. 1 para la Guía Básica de cuidado de perros.

7.3 Bocetaje:

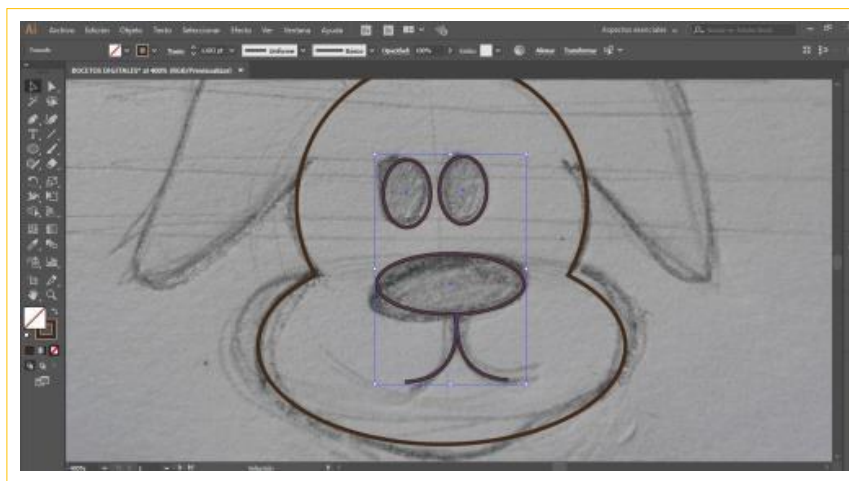
7.3.1. Proceso de bocetaje.

Propuesta No. 1

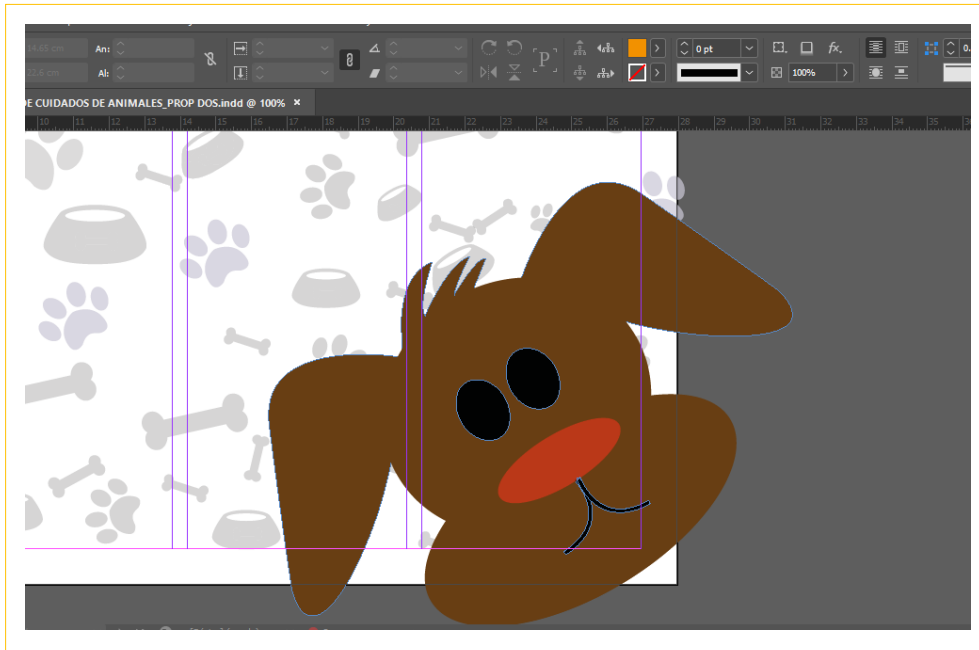
Boceto inicial



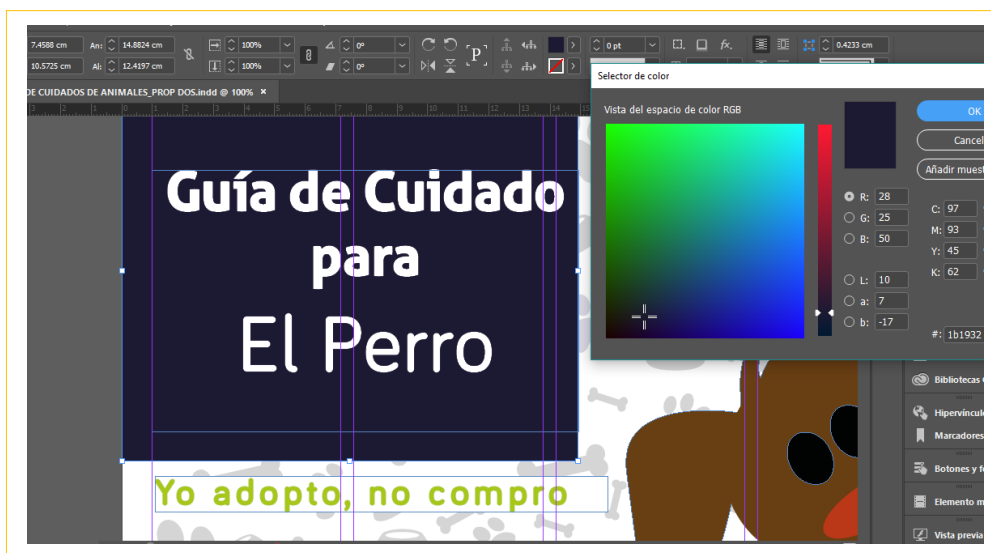
Digitalización de personaje



Digitalización de personaje

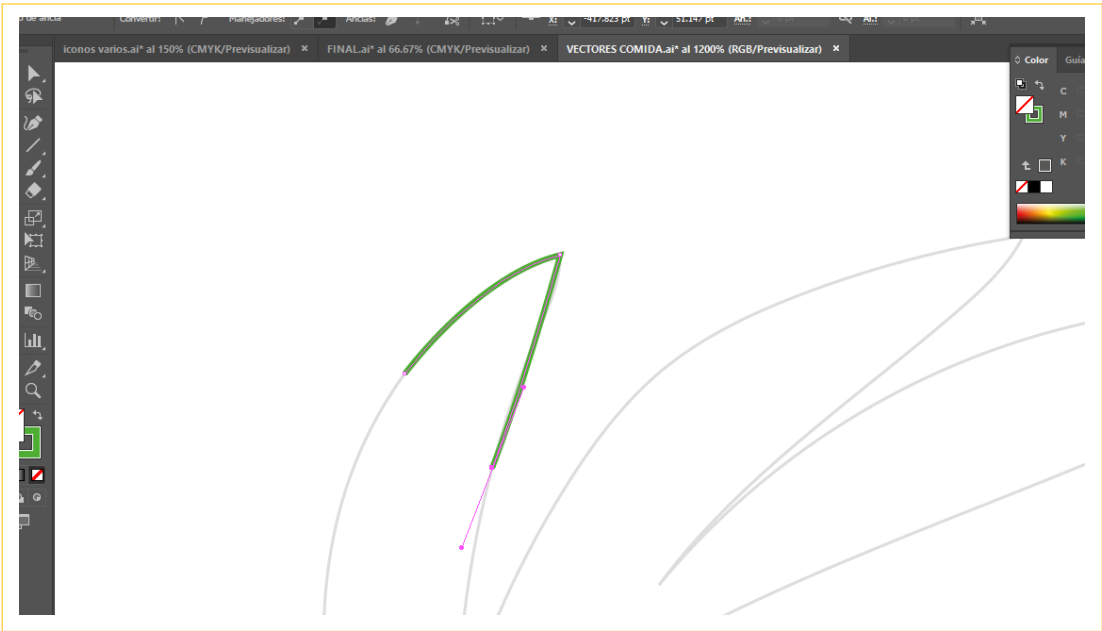


Digitalización de portada

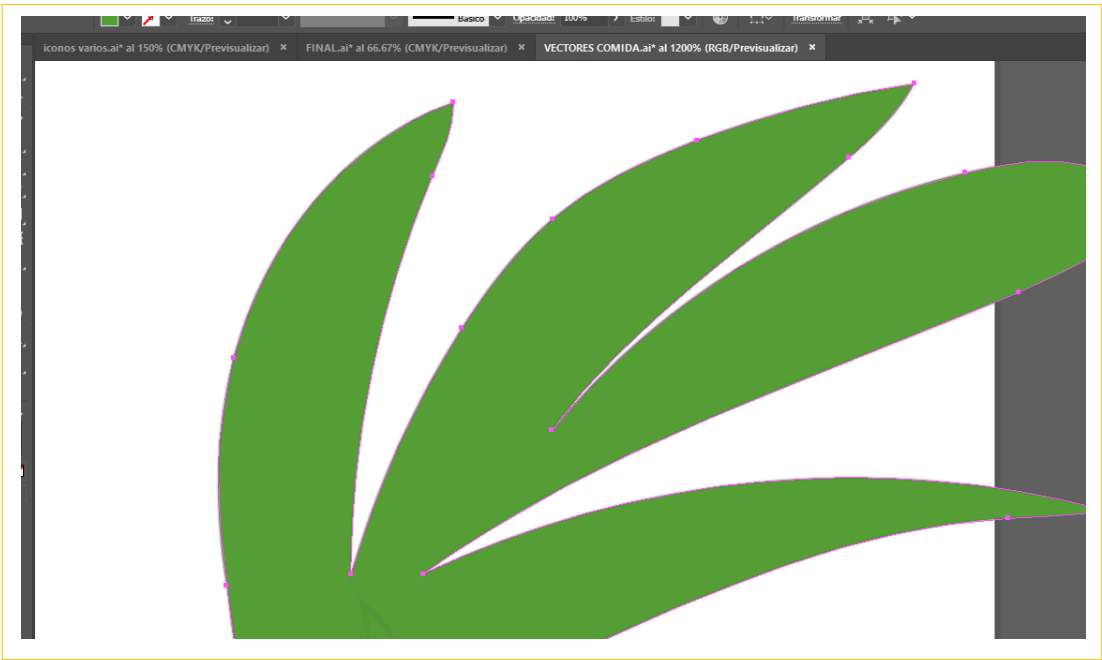


7.3.2 Proceso de creación de elementos

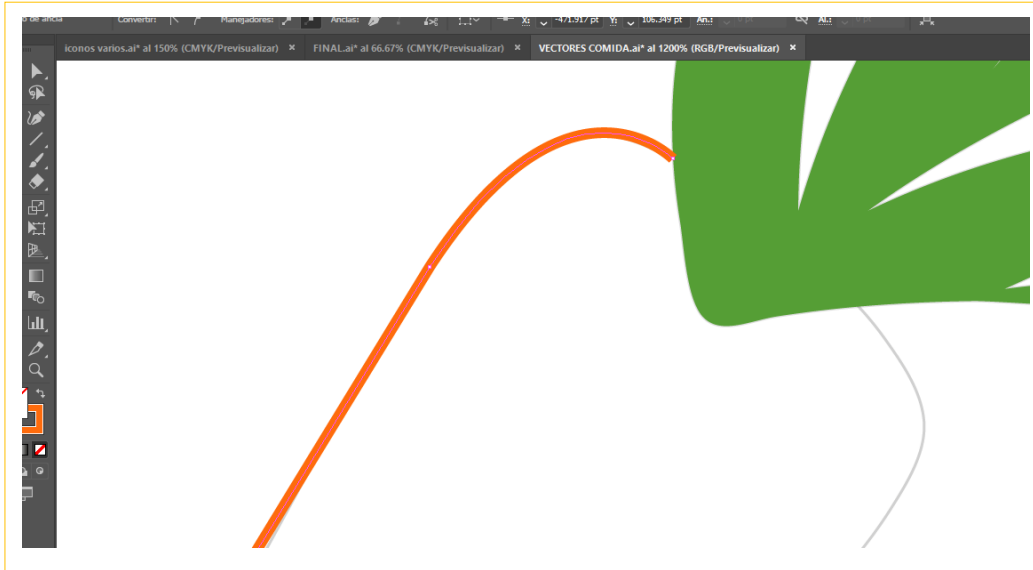
Digitalización de zanahoria



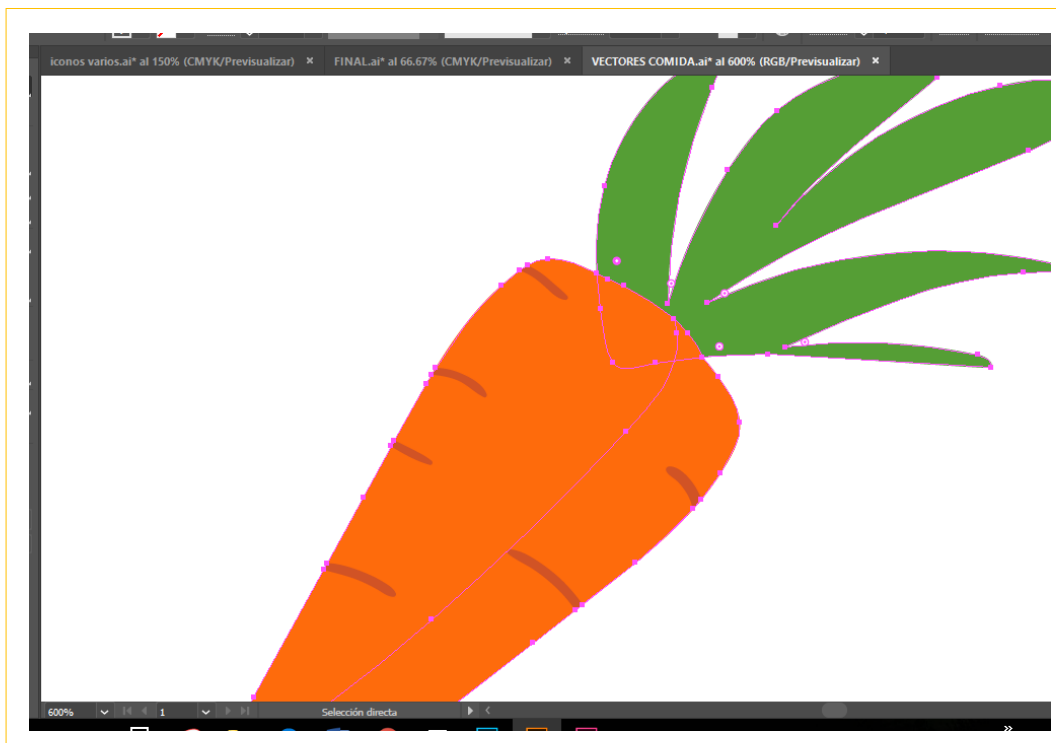
Digitalización de zanahoria



Digitalización de zanahoria



Digitalización de zanahoria

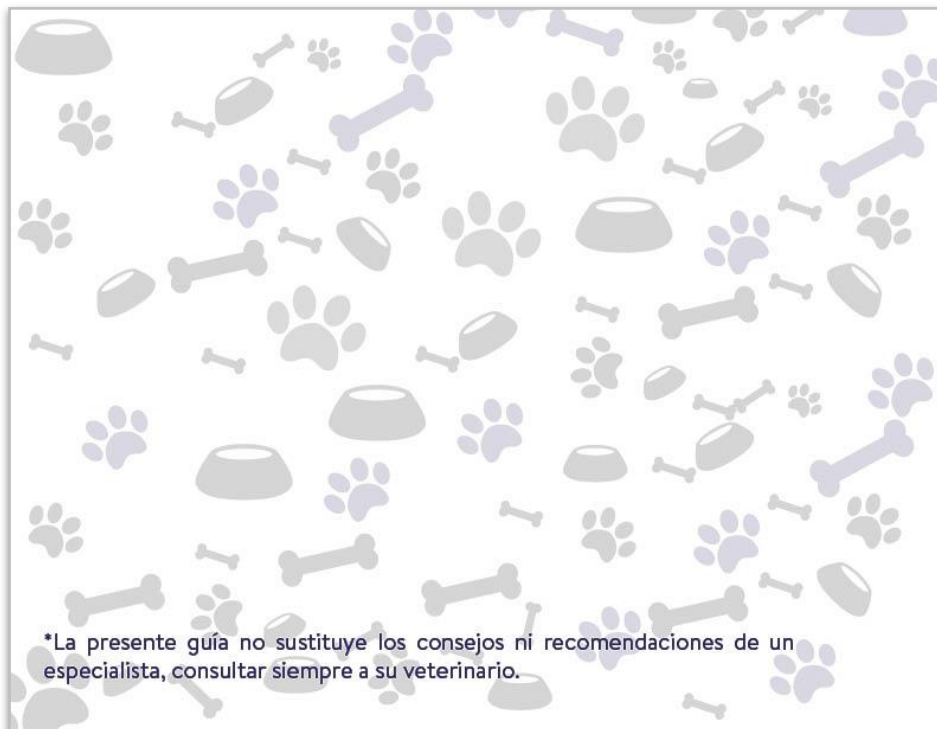


7.4 Propuesta preliminar:

Portada. Medidas 6 * 6 pulgadas



Portada interior. Medidas 6 * 6 pulgadas





GUATE UNIDA POR LOS ANIMALES

Guate Unida por los Animales es una fundación que nace el 26 de enero de 2013 por Alejandra Estrada gracias al amor y la pasión por velar por bienestar de los animales.

Es una organización de voluntarios que rescatan y reubican animales sin hogar o en hogares donde sufren de maltrato. No cuentan con un refugio fijo, por lo

que trabajan con hogares temporales y dependiendo de la disponibilidad de los mismos, se realizan los rescates.

Los voluntarios de la organización tienen gran respeto, amor y solidaridad por los animales y esto mismo los motiva a diariamente luchar por concientizar a los guatemaltecos sobre el trato a los animales.



**Tener una mascota es
una responsabilidad**

*Yo _____
me comprometo a cuidar y a respetar al nuevo integrante de la
familia llamado a _____
proporcionándole todos los cuidados necesarios para que tenga una
vida plena y feliz sin importar las circunstancias ni su edad*



Firma del Responsable

EL PERRO

el mejor amigo

Se identifica un proceso de enamoramiento entre los perros y sus dueños que al mirarse a los ojos retroalimentan su felicidad liberando una hormona vinculada con el apego.

La lealtad, la nobleza y la humildad son las características más apreciadas de este animal.

Su relación es de empatía y consuelo, de compañía y lealtad. Los perros, sean grandes o chicos, tienen un corazón que es una caja inmensa de agradables sorpresas.

“El dinero podrá comprarte un muy buen perro, pero no te comprará el meneo de su cola.”
-Henry Wheeler Shaw



No todos los animales pueden comer lo mismo, en el caso de los perros, lo mejor es darles alimento especialmente balanceados para su etapa de desarrollo y condición física. Para una buena alimentación es necesario conocer las diferentes opciones de dieta que existen.

A continuación se muestran algunos alimentos que pueden comer y otros que no, se recomienda informarse antes de darles alimentos o sustancias fuera de su dieta cotidiana.



ALIMENTA

Los alimentos húmedos o enlatados, ensucian mucho los dientes del perro y contienen grandes cantidades de químicos (saborizantes artificiales, aditivo, etc.) que pueden dañar su hígado y otros sistemas.

Es indispensable mantener hidratados a los perros en todo momento.

CIÓN

SALUD

Desparasitar
Consiste en eliminar los parásitos de su cuerpo para evitar enfermedades.

Medicamentos
No medicar a ningún animal sin antes consultar a un veterinario para que determine el medicamento y la dosis según el tipo y tamaño de dicho animal.

Esterilización
La esterilización es una operación que consiste en extraer los órganos reproductores del perro para evitar que se reproduzca.

Es importante que te pongas a pensar la razón por la cual quisieras que tu perro tenga crías.

 **Vacunas**
 Las vacunas de perros son fundamentales para mantener la salud de nuestras mascotas y evitar algunas de las enfermedades más comunes, como son el Parvovirus, el Moquillo, la rabia entre otros.

La vacunación canina debe estar controlada por un especialista, por eso deberemos consultar al veterinario al momento de iniciar con el tratamiento de vacunas.

EDAD	VACUNA	INMUNIDAD
6 - 8 Semanas	Especial Cachorros	Parvovirus - Moquillo
8 - 10 Semanas	Polivalente canina	Parvovirus - Moquillo Hepatitis - Parainfluenza Leptospira
12 - 14 Semanas	Polivalente canina	Parvovirus - Moquillo Hepatitis - Parainfluenza Leptospira
16 - 18 Semanas	Traqueobronquitis	Parainfluenza - Bordetelosis
20 - 24 Semanas	Antirrábica	Rabia



HIGIENE Y CUIDADOS

La higiene completa de un perro implica hábitos rutinarios de aseo: el baño, el cepillado y atender a la limpieza de los dientes o de los oídos son partes fundamentales del aseo de un perro, que aseguran su salud y la de las personas con las que convive.

En casa conviene incorporar la limpieza del perro como una parte más de la rutina de aseo del resto de familia.

Cepillar el pelo del perro diariamente para eliminar suciedad.

Limpiar ojos y oídos mínimo 1 vez a la semana para evitar infecciones.

Cepillar los dientes del perro mínimo 2 veces a la semana.

Bañar al perro cada 15 días dependiendo de su pelo, utilizar productos adecuados.

Aplicar tratamientos anti-pulgas y garrapatas.

Asignar un lugar para su cama, platos de comida y dónde debe hacer sus necesidades.

EJERCICIOS Y JUEGOS

No existe una cantidad de tiempo determinada para ejercitar a un perro, esto dependara del tamaño y de su condición física. Generalmente los perros más grandes necesitan mas actividades físicas que los perros pequeños.

El famoso juego de lanzarle la pelota es uno de los que más disfrutará, se puede variar de objetos para hacerlo más interesante.

Correr o caminar según la condición del perro, “agárrame si puedes” es una buena opción para que corran.

Jugar escondite con el perro además de ejercitarlos estimula su inteligencia y obediencia.

Enseñarles nuevos trucos mantiene activa la mente del perro y ayuda a desarrollar su capacidad de relación.



FOTOS

Conserva los mejores recuerdos del nuevo integrante de tu familia.



6 MESES



Página No. 11 “Fotos”. Medidas 6 * 6 pulgadas



Página No.12 Contraportada. Medidas 6 * 6 pulgadas



Capítulo VIII

Validación técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de la Guía para el cuidado del perro, se inició la validación del proyecto con el cliente y con el grupo objetivo. El propósito de la validación es evaluar la funcionalidad del proyecto antes de implementarlo. Para dicha validación se utilizó como apoyo la herramienta investigativa de la encuesta para obtener la información que se necesita.

La encuesta tiene un enfoque mixto, es cuantitativa ya que se utilizaron preguntas cerradas para cuantificar estadísticamente los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos, y es cualitativa porque se busca recopilar datos significativos que reflejen la percepción que tienen los encuestados sobre la propuesta de diseño.

La encuesta a implementar es personal y de respuestas múltiples, esta herramienta será aplicada al cliente, a 25 hombres y mujeres que representarán la muestra del grupo objetivo y 5 expertos y profesionales en el área de comunicación y diseño gráfico.

Se explica el proceso utilizado para la validación y los pasos a seguir para alcanzar los resultados.

8.1 Población y muestreo

En la validación técnica de la propuesta preliminar de diseño, se deben tomar en cuenta los siguientes tres grupos:

- **Expertos:**

Para evaluar la propuesta de diseño se tomarán en cuenta cinco expertos en el área de diseño gráfico y comunicación:

- Licenciado José Manuel Monroy / Diseñador gráfico
- Licenciado David Castillo / Producto de televisión
- Licenciada Lissette Pérez Aguirre / Comunicadora
- Licenciado Rolando Barahona / Diseñador gráfico
- Licenciado Marlon Borrayo / Publicista

- **Cliente**

El cliente es la Asociación Guate unida por los Animales, la validación se realizará con la fundadora y directora de la asociación:

- Alejandra Estrada / Fundadora y Directora de Guate Unida por los Animales

- **Grupo objetivo**

Adultos y jóvenes, hombres y mujeres, de edades comprendidas entre 21 y 28 años que velen por el bienestar de los animales. La muestra que se tomará del grupo objetivo para la validación del proyecto será de 25 personas.

8.2 Método e instrumento

Ya definido el número total de sujetos a encuestar, entre los que están incluidos el cliente, los expertos y el grupo objetivo. Se definió la herramienta de investigación que se implementará para llevar a cabo la validación de la propuesta de diseño. Se determinó que la herramienta con la que se trabajará será la encuesta por su efectividad en la recopilación de datos a través de una serie de preguntas.

La encuesta consta de un cuestionario que tendrá una serie de 12 preguntas divididas en tres partes: parte objetiva, que cumple la función de evaluar el objetivo general y los objetivos

específicos del proyecto, las preguntas que se realizan son de respuestas cerradas para mayor precisión en los resultados.

La segunda parte de la encuesta es la semiológica, en la que se evalúan los elementos del diseño y la percepción que tienen los encuestados sobre estos. En esta parte se utilizaron preguntas de respuesta múltiple para que el encuestado responda según su propio criterio. La última parte, es la operativa, en esta parte se implementan preguntas de respuesta múltiple con el fin de evaluar la funcionalidad del proyecto al implementarlo.

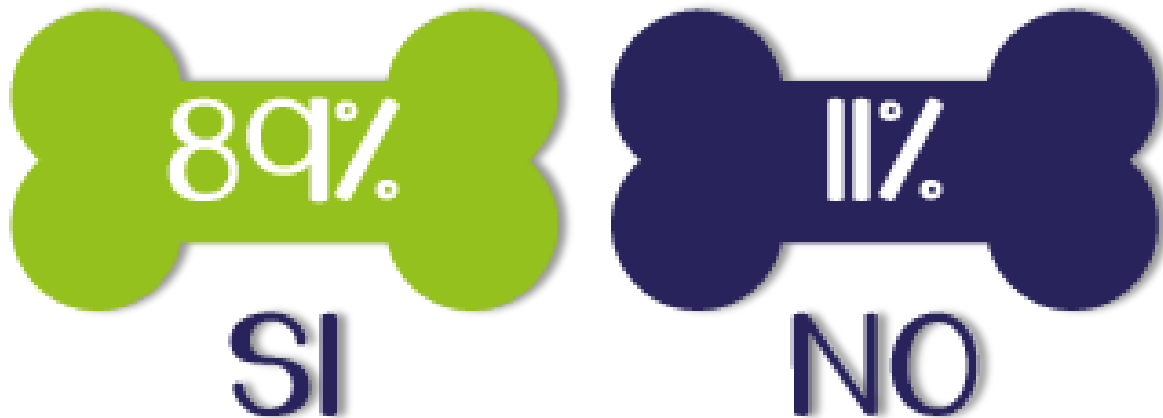
Ver encuesta de validación Anexo No.2

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Después de realizar la encuesta a nuestra población la cual incluía al cliente, expertos y grupo objetivo, se tabulan los resultados obtenidos de cada pregunta y se representan gráficamente para su mejor interpretación y análisis de resultados.

Parte Objetiva

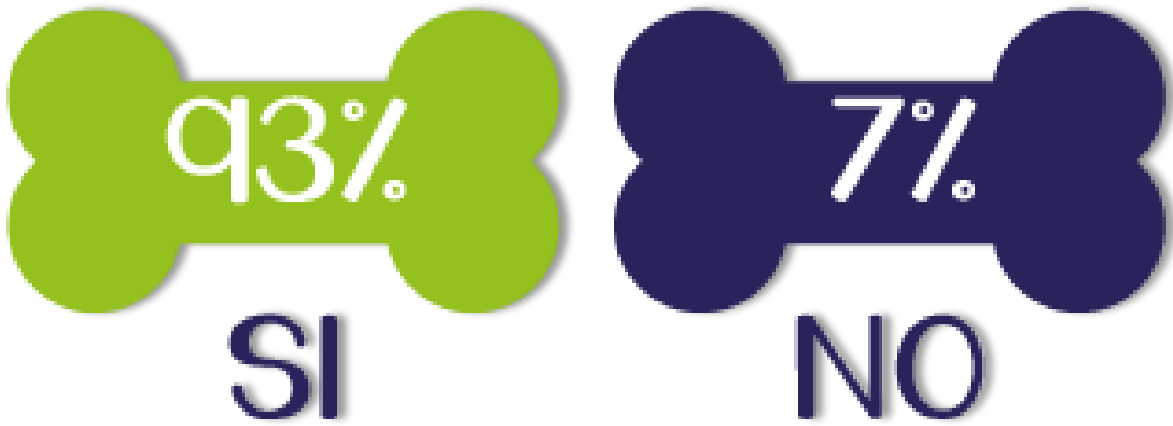
1. ¿Considera necesaria la elaboración de material impreso para informar a las personas que adoptan sobre el cuidado de los perros y las responsabilidades que estos conllevan?



Interpretación:

El 89% de la población considera necesaria la elaboración de un material impreso para informar a las personas que adoptan sobre el cuidado de los perros y las responsabilidades que estos conllevan, el 11% restante no consideran necesario la elaboración de dicho material. Por lo tanto, con estos se resultados se cumple con el objetivo general de la investigación.

2. ¿Considera importante investigar sobre el impacto que tiene el material impreso con información sobre el cuidado de los animales en los adoptantes?



Interpretación:

El 7% de la población no considera importante investigar sobre el impacto que tiene el material impreso con información sobre el cuidado de los animales en los adoptantes, sin embargo, el 93% de la población sí considera importante dicha investigación.

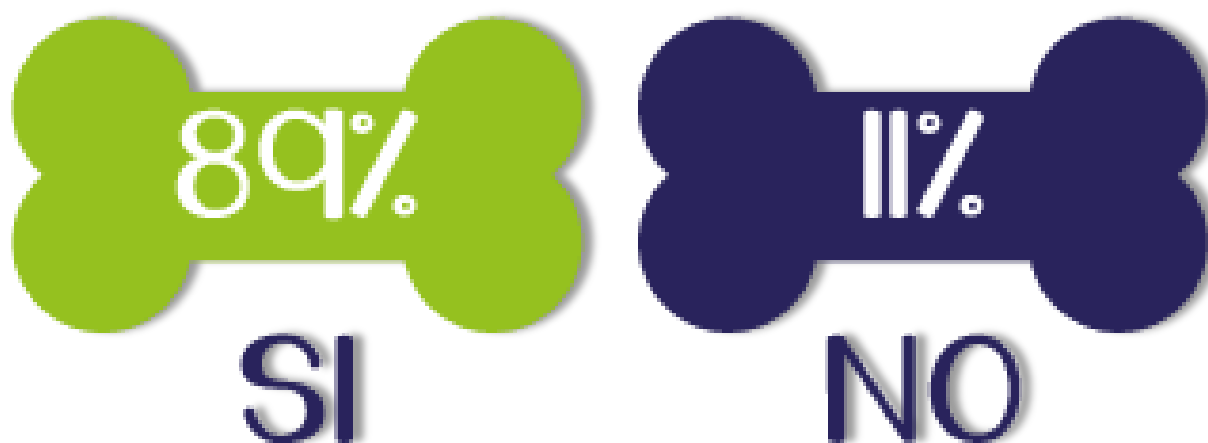
3. ¿Considera necesario recopilar información sobre los beneficios y responsabilidades que requiere un perro para justificar el contenido en el material impreso?



Interpretación:

El 7% de la población no considera necesario recopilar información sobre los beneficios y responsabilidades que requiere un perro para justificar el contenido en el material impreso, el 93% sí considera necesaria dicha recopilación. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos de la investigación.

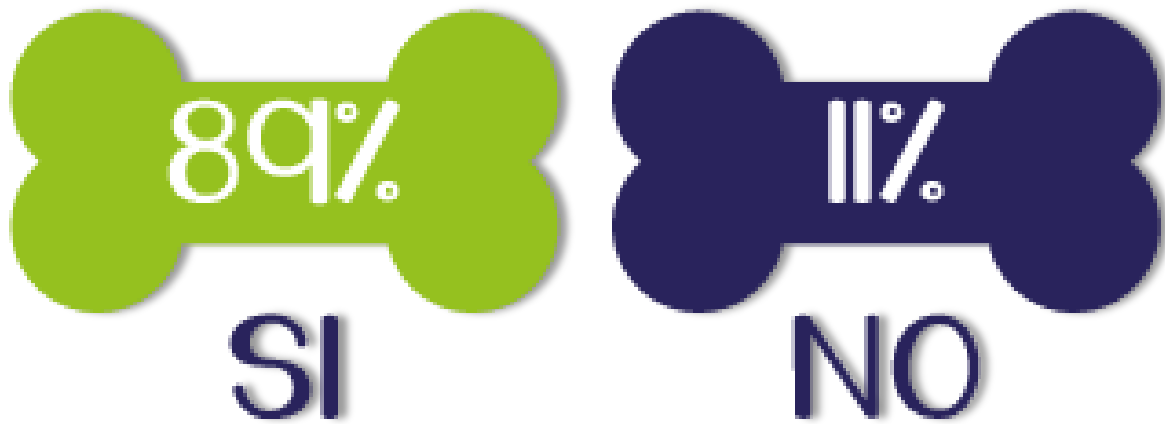
4. ¿Considera importante incluir elementos gráficos como apoyo visual de la información en el material impreso para su mejor comprensión?



Interpretación:

El 89% de la población considera importante incluir elementos gráficos como apoyo visual de la información en el material impreso y el 11% no considera importante incluir dichos elementos. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos.

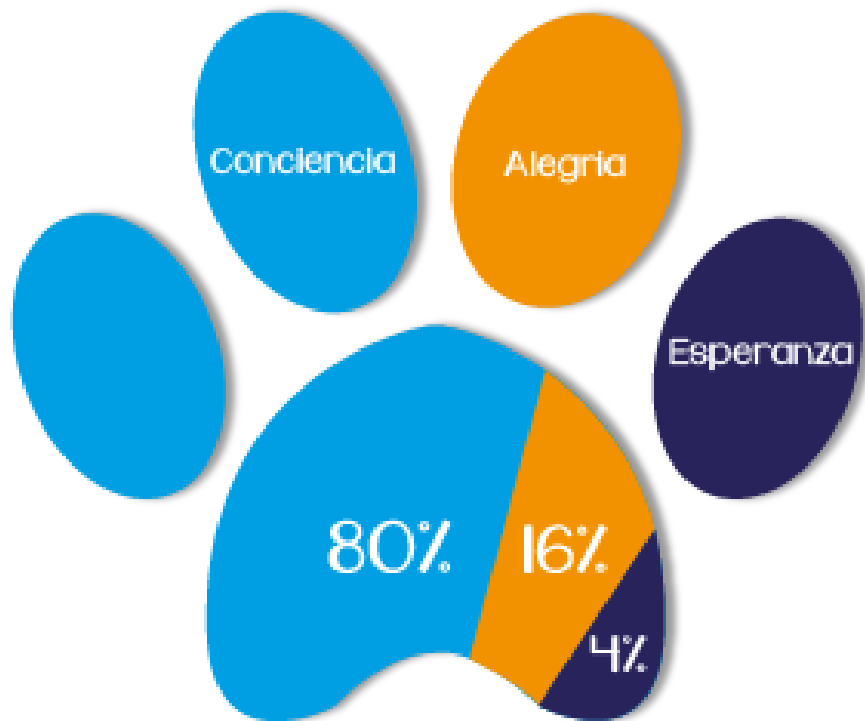
5. ¿Considera necesario investigar sobre las tendencias en la comunicación y diseño para aplicarlas al material impreso?



Interpretación:

El 89% de la población considera necesario investigar sobre las tendencias en la comunicación y diseño para aplicarlas al material impreso, y el 11% no considera importante dicha investigación. Por lo tanto, se cumple uno de los objetivos de la investigación.

6. ¿Considera que los elementos gráficos utilizados en el material impreso pueden transmitir?

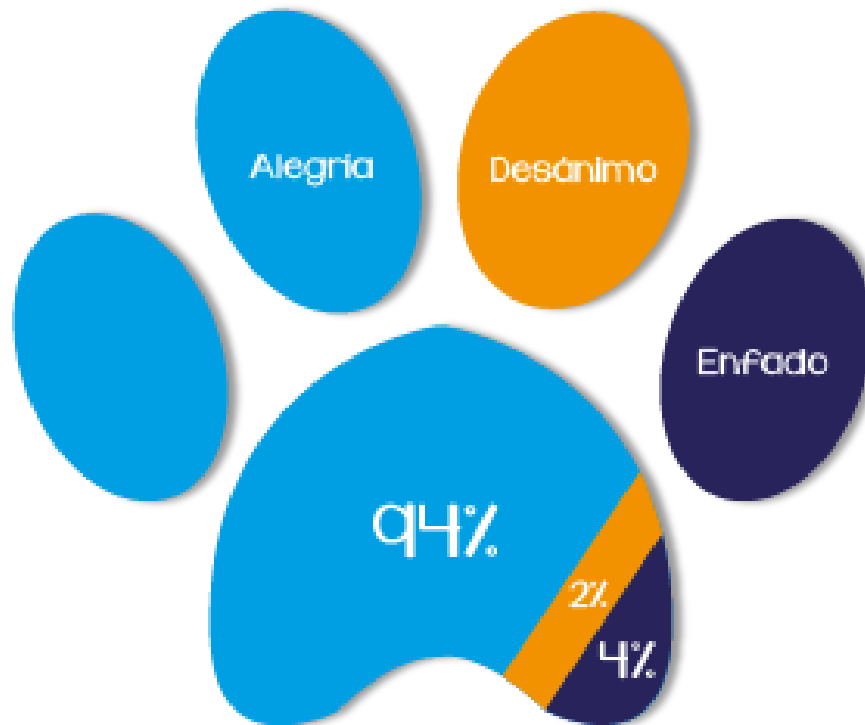


Interpretación:

El propósito de los elementos gráficos utilizados en el material impreso es trabajar como apoyo visual del contenido y a la vez generar alegría y conciencia en las personas.

El 80% de la población encuestada considera que los elementos gráficos utilizados en el material impreso transmiten conciencia, el 16% considera que transmiten alegría y el 4% considera que transmite esperanza.

7. ¿Considera que las ilustraciones utilizadas como apoyo visual en el material impreso transmiten?

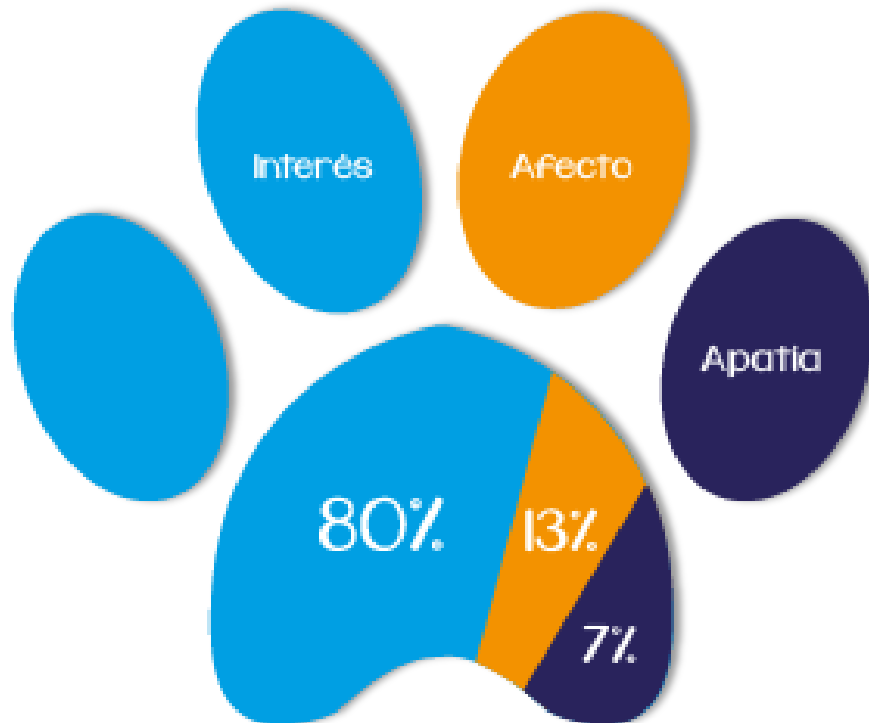


Interpretación:

El propósito de las ilustraciones utilizadas en el material impreso es trabajar como apoyo visual del contenido y a la vez generar alegría en las personas.

El 94% de la población encuestada considera que las ilustraciones utilizadas en el material impreso transmiten alegría, el 2% considera que transmiten desánimo y el 4% considera que transmite enfado. Es importante tomar en cuenta los porcentajes menores en los resultados, ya que el objetivo de las ilustraciones es transmitir 100% de alegría.

8. ¿Considera que la tipografía utilizada en el material impreso transmite?

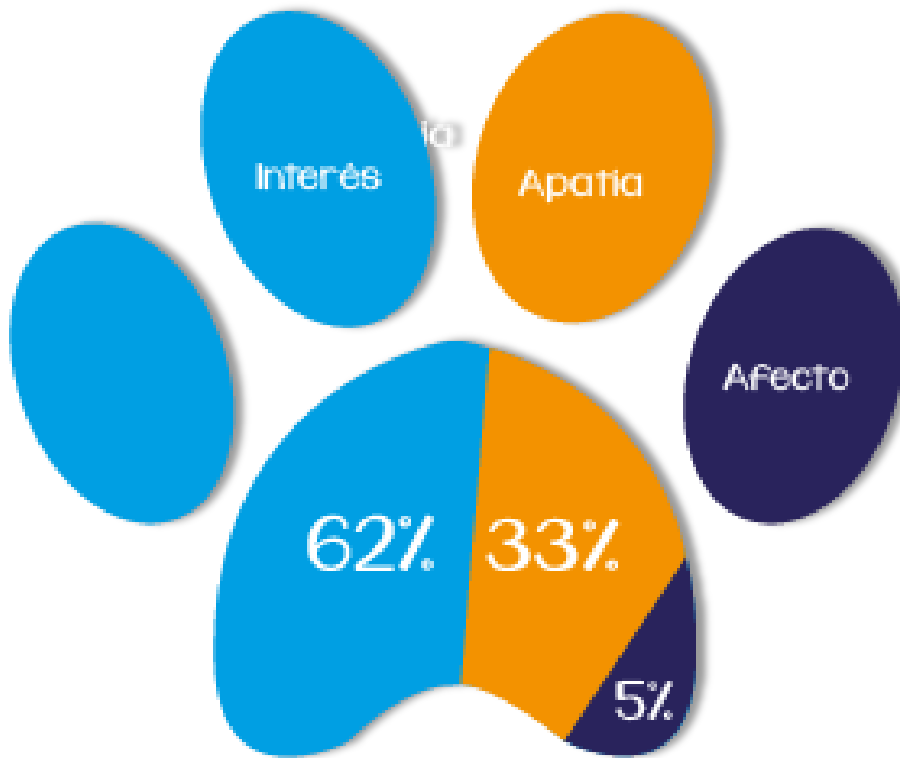


Interpretación:

El propósito de las tipografías utilizadas en el material impreso es generar interés en el contenido del material impreso y a la vez generar afecto en las personas hacia dicho material.

El 80% de la población encuestada considera que las tipografías utilizadas en el material impreso transmiten interés, el 13% considera que transmiten afecto y el 7% considera que transmite apatía.

9. ¿Considera que los colores utilizados en el material impreso transmiten?

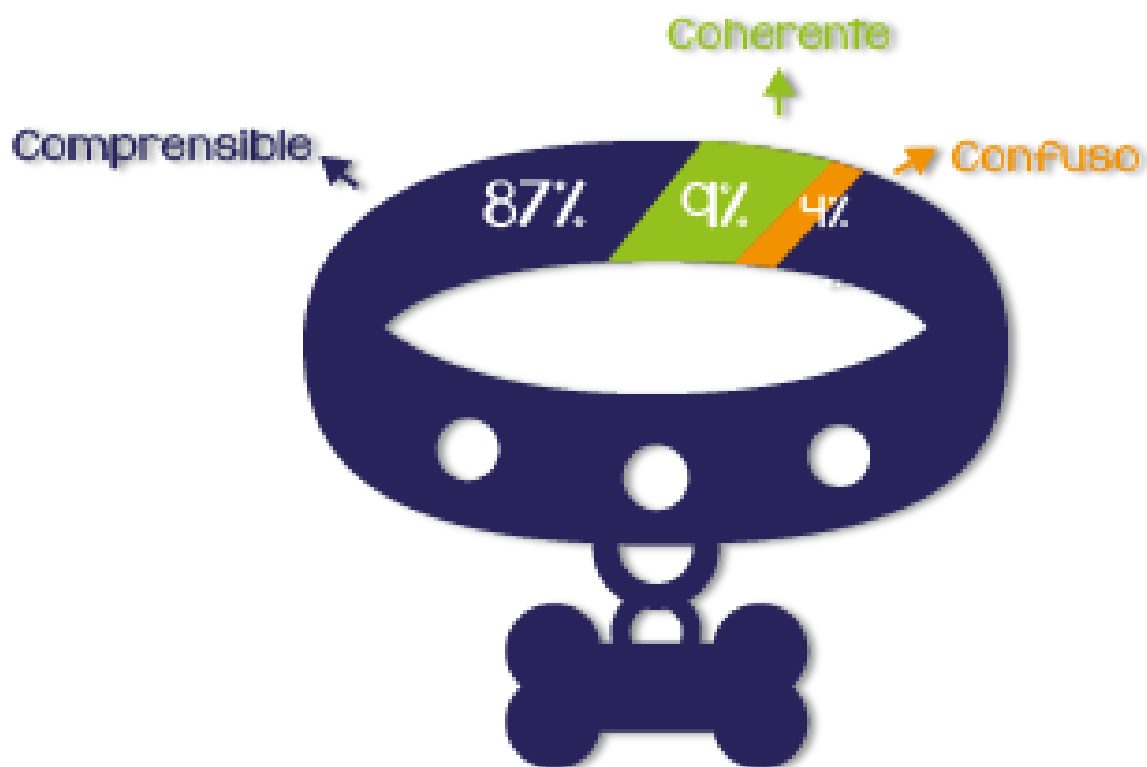


Interpretación:

El propósito de los colores utilizados en el material impreso es generar interés en el contenido del material impreso y a la vez generar afecto en las personas hacia dicho material.

El 62% de la población encuestada considera que los colores utilizados en el material impreso transmiten interés, el 5% considera que transmiten afecto y el 33% considera que transmite apatía. Este último porcentaje es significativo y se debe tomar en cuenta para los cambios que se realizarán, se deben evaluar los colores que se utilizaron y modificarlos para que logran su propósito de transmitir interés y afecto.

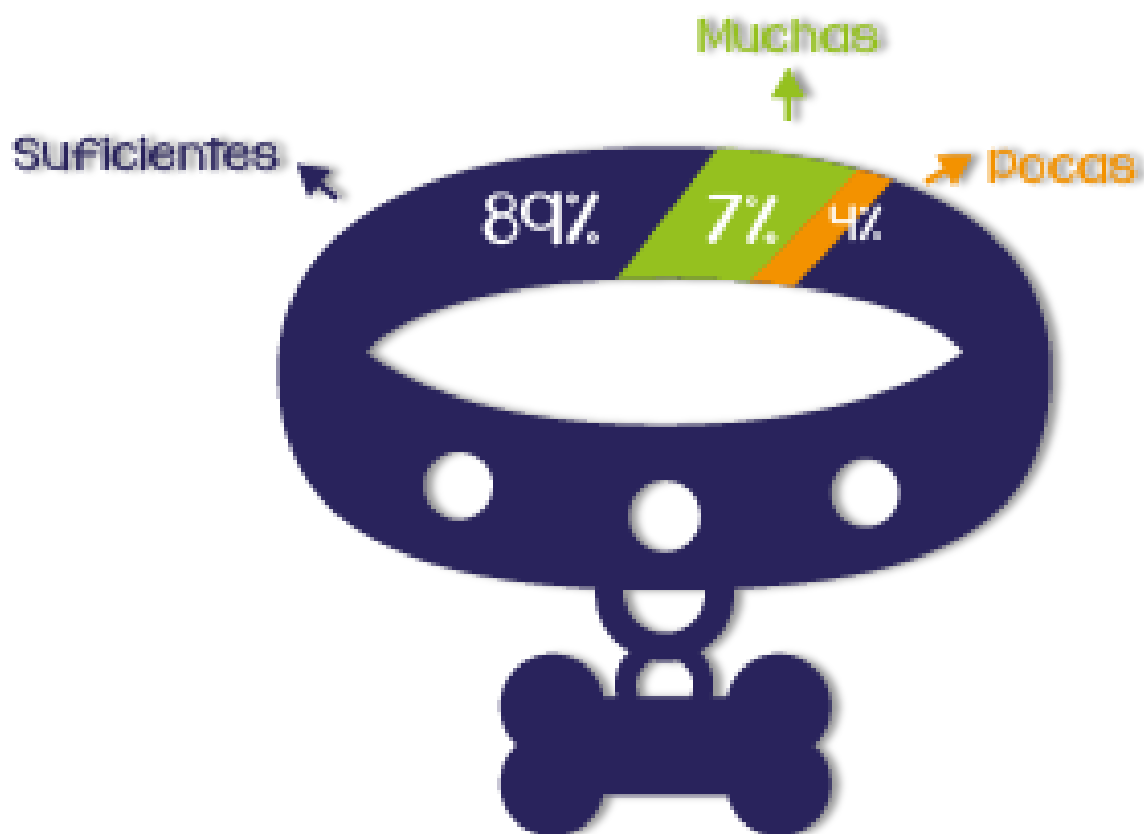
10. ¿Considera que el material impreso es?



Interpretación:

El 87% de la población encuestada considera que el material impreso es comprensible, el 9% considera que es coherente, mientras que el 4% considera que es confuso.

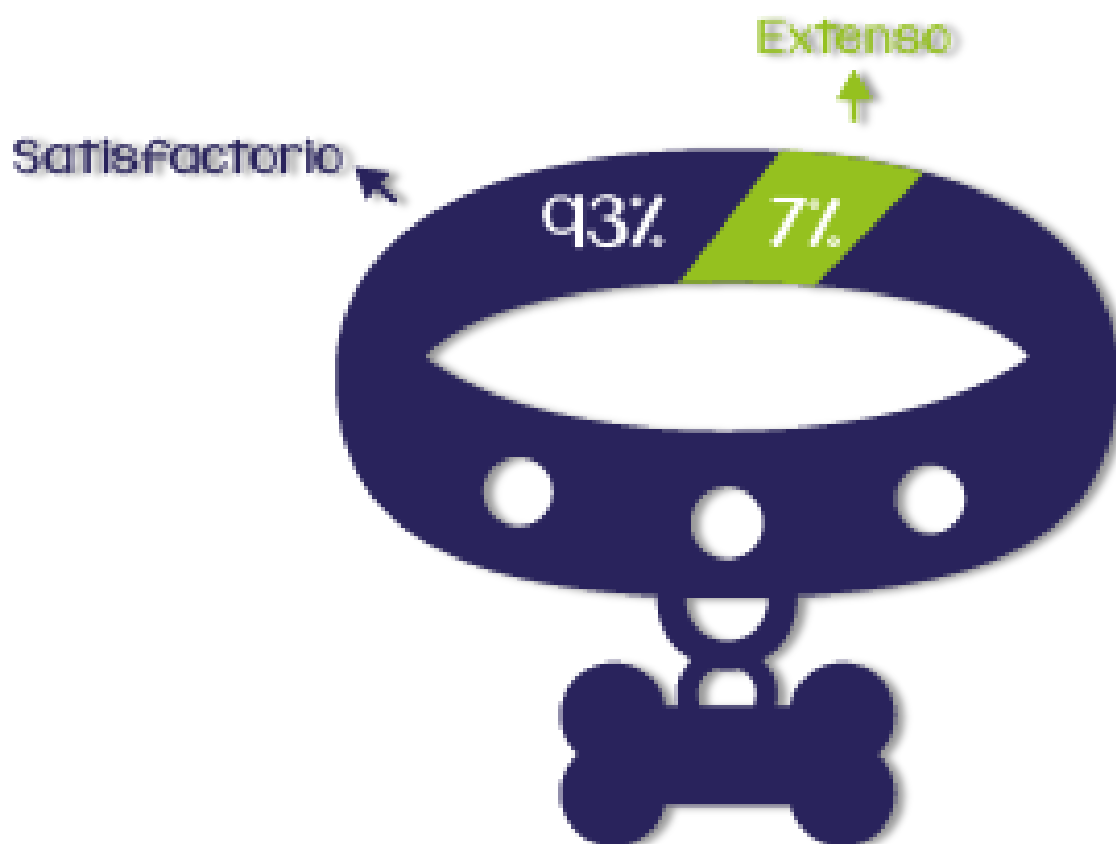
11. ¿Considera que la cantidad de páginas del material impreso es?



Interpretación:

El 89% de la población encuestada considera que la cantidad de páginas en el material impreso son suficientes, el 7% considera que son muchas y el 4% considera que son pocas.

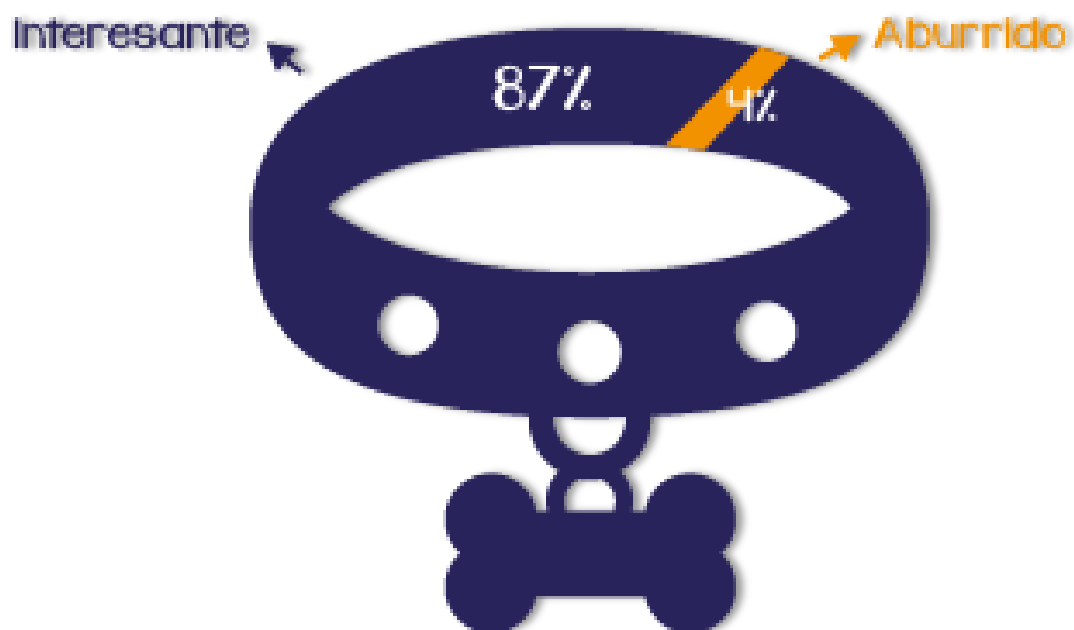
11. ¿Considera que la cantidad de contenido del material impreso es?



Interpretación:

El 93% de la población encuestada considera que la cantidad de contenido en el material impreso es satisfactoria y el 7% considera que el contenido es extenso.

12. ¿Considera que el contenido del material impreso es?



Interpretación:

El 87% de la población encuestada considera que el contenido en el material impreso es interesante y el 4% considera que el contenido es aburrido.

8.4 Cambios con base a los resultados

Se realizaron los siguientes cambios generales en el material impreso:

8.4.1 Perfil de personaje.

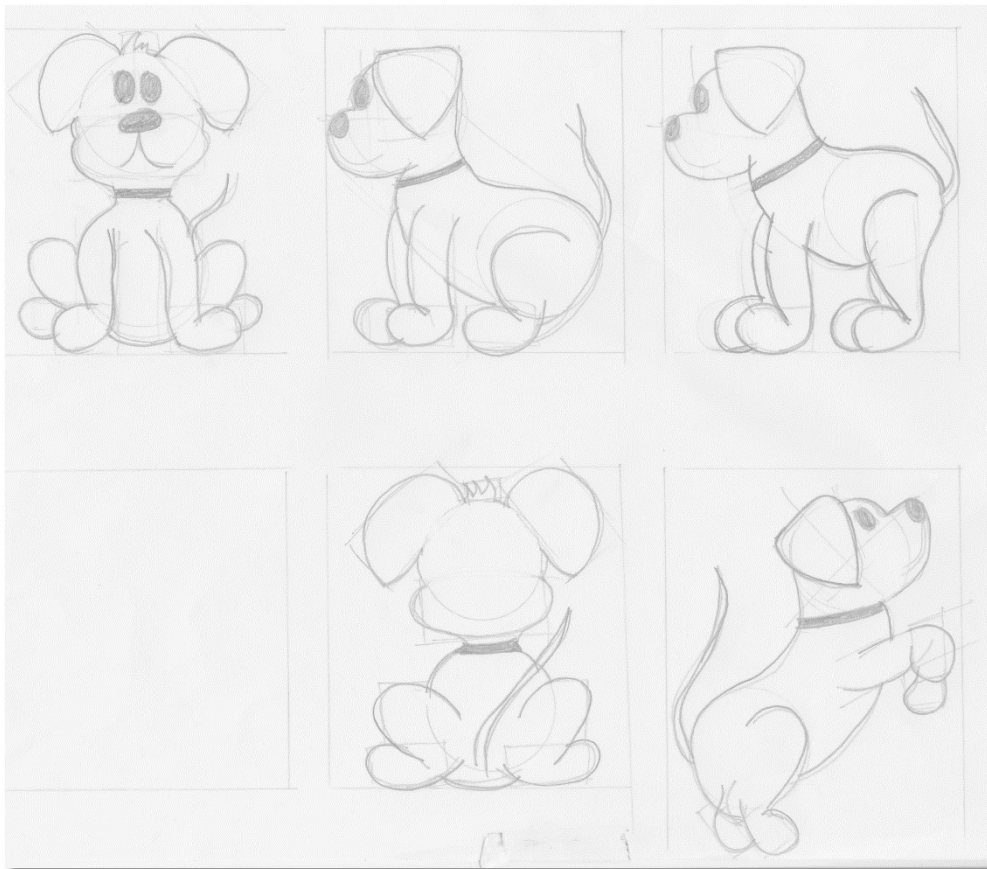
Nombre: Max

Edad: 2 años

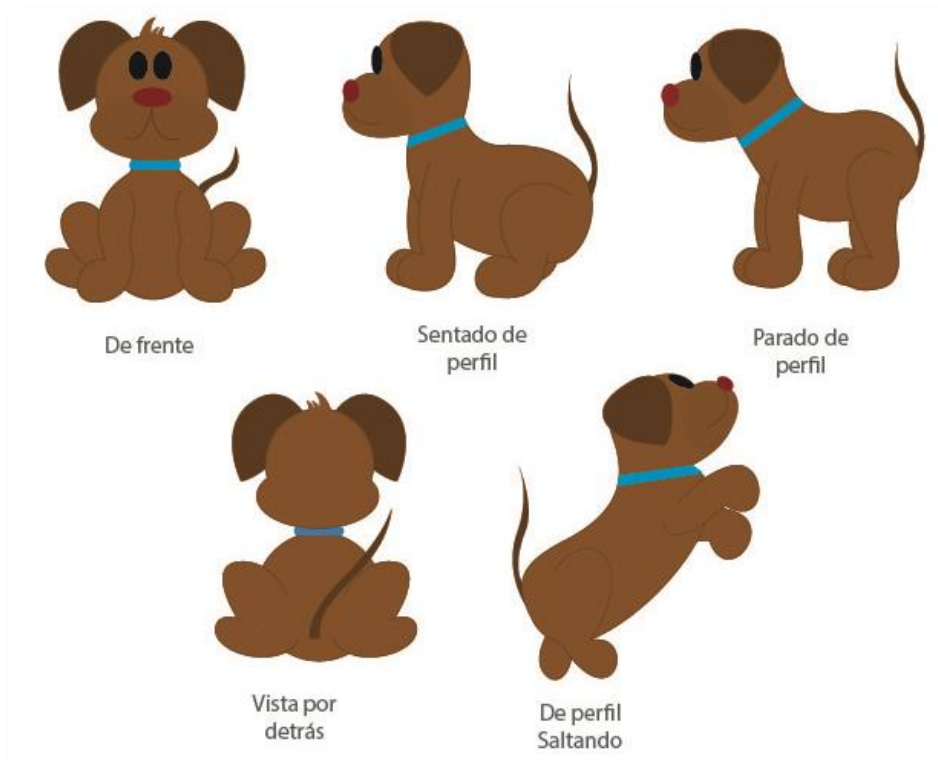
Raza: Mestizo

Personalidad: Max es un perro noble y de buen corazón, amigable con otros animales y le encanta jugar con los niños y adultos; su historia es triste debido a que al nacer lo abandonaron y fue allí en donde la fundación Guate Unida por los Animales lo rescató y se encargó de brindarle un nuevo hogar, ahora Max es un perro muy amado y su fortaleza la utiliza para motivar a la personas a rescatar a otros animales que estuvieron en su situación.

Bocetaje de personaje.



Digitalización de personaje.



8.4.2 Cambio de colores.

Los colores en el material impreso se cambiaron por colores más brillantes y llamativos, con el fin de transmitir alegría y captar la atención del grupo objetivo para transmitir la información.



8.4.3 Tipografía.

El cambio que se realizó en la tipografía fue eliminar el tipo de letra “Stardust Adventure”.

No.1	Bariol Lorem ipsum	60pt
No.2	Aller Light Lorem ipsum	16pt

Cambio No. 1:

Propuesta preliminar



Propuesta final



Se colocó un personaje de cuerpo completo, se modificaron los colores y los elementos gráficos para hacer la portada agradable a la vista.

Cambio No. 2:

Propuesta preliminar



Propuesta final



Se resaltó el texto en la página colocando un fondo color azul para mejorar su visibilidad.

Cambio No. 3:

Propuesta preliminar



GUATE UNIDA POR LOS ANIMALES

Guate Unida por los Animales es una fundación que nace el 26 de enero de 2013 por Alejandra Estrada gracias al amor y la pasión por velar por bienestar de los animales.

Es una organización de voluntarios que rescatan y reubican animales sin hogar o en hogares donde sufren de maltrato. No cuentan con un refugio fijo, por lo

que trabajan con hogares temporales y dependiendo de la disponibilidad de los mismos, se realizan los rescates.

Los voluntarios de la organización tienen gran respeto, amor y solidaridad por los animales y esto mismo los motiva a diariamente luchar por concientizar a los guatemaltecos sobre el trato a los animales.

Propuesta preliminar



Identidad de Fundación

Color

Guate Unida por los Animales es una fundación que nace el 26 de enero de 2013 por Alejandra Estrada gracias al amor y la pasión por velar por bienestar de los animales.

Es una organización de voluntarios que rescatan y reubican animales sin hogar o en hogares donde sufren de maltrato.

No cuentan con un refugio fijo, por lo

que trabajan con hogares temporales y dependiendo de la disponibilidad de los mismos, se realizan los rescates.

Los voluntarios de la organización tienen gran respeto, amor y solidaridad por los animales y esto mismo los motiva a diariamente luchar por concientizar a los guatemaltecos sobre el trato a los animales.

Se colocó el logotipo de la fundación y se cambió el color de fondo del texto por un turquesa, para que sea llamativo.

Cambio No. 4:

Propuesta preliminar

Tener una mascota es una responsabilidad



Yo _____
me comprometo a cuidar y a respetar al nuevo integrante de la familia llamado a _____
proporcionándole todos los cuidados necesarios para que tenga una vida plena y feliz, sin importar las circunstancias ni su edad.



_____ *Firma del Responsable*

Propuesta final

Símbolo



Tener una mascota es una responsabilidad



Personaje

Yo _____
me comprometo a cuidar y a respetar al nuevo integrante de la familia, llamado (a) _____
proporcionándole todos los cuidados necesarios para que tenga una vida plena y feliz, sin importar las circunstancias ni su edad.

Tipografía

_____ *Firma del Responsable*

2

Se utilizó una tipografía San Serif más legible y agradable a la vista de nuestro grupo objetivo, se integró el personaje del perro y se modificaron otros elementos gráficos para limpiar el diseño.

Cambio No. 5:

Propuesta preliminar

EL PERRO

el mejor amigo

Se identifica un proceso de enamoramiento entre los perros y sus dueños que al mirarse a los ojos retroalimentan su felicidad liberando una hormona vinculada con el apego.

La lealtad, la nobleza y la humildad son las características más preciadas de este animal.

Su relación es de empatía y consuelo, de compañía y lealtad. Los perros, sean grandes o chicos, tienen un corazón que es una caja inmensa de agradables sorpresas.

"El dinero podrá comprarte un muy buen perro, pero no te comprará el meneo de su cola."
-Henry Wheeler Shaw



Propuesta final

EL PERRO Colores

El mejor amigo

Se identifica un proceso de enamoramiento entre los perros y sus dueños que al mirarse a los ojos retroalimentan su felicidad liberando una hormona vinculada con el apego.

La lealtad, la nobleza y la humildad son las características más preciadas de este animal.

Su relación es de empatía y consuelo, de compañía y lealtad. Los perros, sean grandes o chicos, tienen un corazón que es una caja inmensa de agradables sorpresas.

"El dinero podrá comprarte un muy buen perro, pero no te comprará el meneo de su cola."
-Henry Wheeler Shaw



Personaje

3

Se modificaron los colores para que la página se vea llamativa y agradable a la vista y se colocó el perro.

Cambio No.6:

Propuesta preliminar



Propuesta final



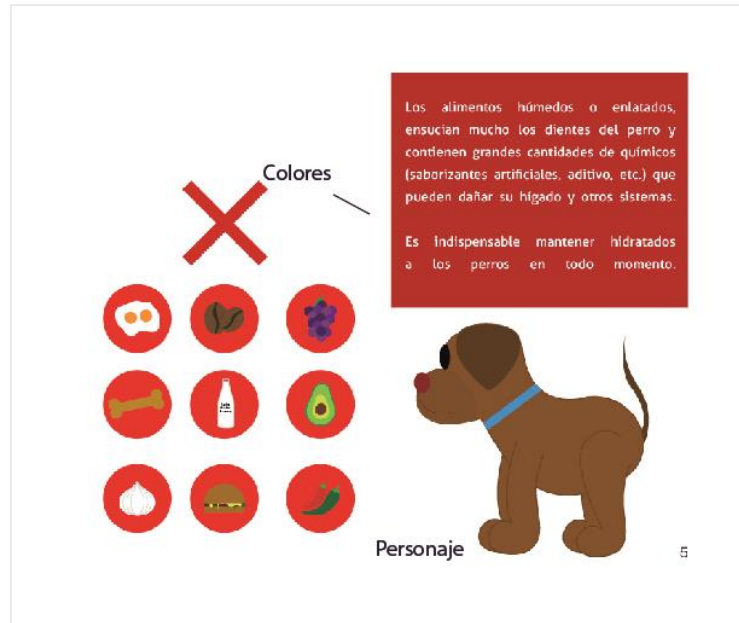
Se modificaron los colores y elementos gráficos para ordenar la diagramación y hacer la página más agradable a la vista del grupo objetivo.

Cambio No. 7:

Propuesta preliminar



Propuesta final



Se modificaron los colores y elementos gráficos para ordenar la diagramación y hacer la página más agradable a la vista del grupo objetivo.

Cambio No. 8:

Propuesta preliminar



Propuesta final



Se cambiaron los colores por unos más llamativos para el grupo objetivo, y de igual forma se utilizaron otros elementos gráficos para respaldar la información.

Cambio No.9:

Propuesta preliminar

Vacunas
Las vacunas de perros son fundamentales para mantener la salud de nuestras mascotas y evitar algunas de las enfermedades más comunes, como son el Parvovirus, el Moquillo, la rabia entre otros.

La vacunación canina debe estar controlada por un especialista, por eso deberemos consultar al veterinario al momento de iniciar con el tratamiento de vacunas.

EDAD	VACUNA	INMUNIDAD
6 - 8 Semanas	Especial Cachorros	Parvovirus - Moquillo
8 - 10 Semanas	Polivalente canina	Parvovirus - Moquillo Hepatitis - Parainfluenza Leptospira
12 - 14 Semanas	Polivalente canina	Parvovirus - Moquillo Hepatitis - Parainfluenza Leptospira
16 - 18 Semanas	Traqueobronquitis	Parainfluenza - Bordetellosis
20 - 24 Semanas	Antirrábica	Rabia



Propuesta final

Vacunas
Las vacunas son fundamentales para mantener la salud de nuestras mascotas y evitar algunas de las enfermedades más comunes, como son el Parvovirus, el Moquillo, la rabia entre otros.

La vacunación canina debe estar controlada por un especialista, por eso deberemos consultar al veterinario al momento de iniciar con el tratamiento de vacunas.

EDAD	VACUNA	INMUNIDAD
6 - 8 Semanas	Especial Cachorros	Parvovirus - Moquillo
8 - 10 Semanas	Polivalente canina	Parvovirus - Moquillo Hepatitis - Parainfluenza Leptospira
12 - 14 Semanas	Polivalente canina	Parvovirus - Moquillo Hepatitis - Parainfluenza Leptospira
16 - 18 Semanas	Traqueobronquitis	Parainfluenza - Bordetellosis
20 - 24 Semanas	Antirrábica	Rabia

Colores
Sin ilustraciones

Se modificaron los colores y elementos gráficos para ordenar la diagramación y hacer la página más agradable a la vista del grupo objetivo.

Propuesta preliminar

HIGIENE Y CUIDADOS

La higiene completa de un perro implica hábitos rutinarios de aseo: el baño, el cepillado y atender a la limpieza de los dientes o de los oídos son partes fundamentales del aseo de un perro, que aseguran su salud y la de las personas con las que convive.

En casa conviene incorporar la limpieza del perro como una parte más de la rutina de aseo del resto de familia.

- Cepillar el pelo del perro diariamente para eliminar suciedad.
- Bañar al perro cada 15 días dependiendo de su pelo, utilizar productos adecuados.
- Cepillar los dientes del perro mínimo 2 veces a la semana.
- Limpiar ojos y oídos mínimo 1 vez a la semana para evitar infecciones.
- Aplicar tratamientos anti-pulgas y garrapatas.
- Asignar un lugar para su cama, platos de comida y dónde debe hacer sus necesidades.

Propuesta final

HIGIENE Y CUIDADOS

La higiene completa de un perro implica hábitos rutinarios de aseo: el baño, el cepillado y atender a la limpieza de los dientes o de los oídos son partes fundamentales del aseo de un perro, que aseguran su salud y la de las personas con las que convive.

En casa conviene incorporar la limpieza del perro como una parte más de la rutina de aseo del resto de familia.

-  Cepillar el pelo del perro diariamente para eliminar suciedad.
-  Bañar al perro cada 15 días dependiendo de su pelo, utilizar productos adecuados.
-  Cepillar los dientes del perro mínimo 2 veces a la semana.
-  Limpiar ojos y oídos mínimo 1 vez a la semana para evitar infecciones.
-  Aplicar tratamientos anti-pulgas y garrapatas.
-  Asignar un lugar para su cama, platos de comida y dónde debe hacer sus necesidades.

8

Distribución de información Colores

Se utilizaron símbolos para limpiar el diseño de la página, se cambiaron los colores para hacer la página agradable y llamativa a la vista del grupo objetivo.

Propuesta preliminar

EJERCICIOS Y JUEGOS

No existe una cantidad de tiempo determinada para ejercitar a un perro, esto dependara del tamaño y de su condición física. Generalmente los perros más grandes necesitan mas actividades físicas que los perros pequeños.

El famoso juego de lanzarle la pelota es uno de los que más disfrutará, se puede variar de objetos para hacerlo más interesante.

Correr o caminar según la condición del perro, "agárrame si puedes" es una buena opción para que corran.

Jugar escondite con el perro además de ejercitarlos estimula su inteligencia y obediencia.

Enseñarles nuevos trucos mantiene activa la mente del perro y ayuda a desarrollar su capacidad de relación.



Propuesta final

EJERCICIOS Y JUEGOS

Colores

No existe una cantidad de tiempo determinada para ejercitar a un perro, esto dependara del tamaño y de su condición física. Generalmente los perros más grandes necesitan mas actividades físicas que los perros pequeños.

El famoso juego de lanzarle la pelota es uno de los que más disfrutará, se puede variar de objetos para hacerlo más interesante.

- 1 Correr o caminar según la condición del perro, "agárrame si puedes" es una buena opción para que corran.
- 2 Jugar escondite con el perro además de ejercitarlos estimula su inteligencia y obediencia.
- 3 Enseñarles nuevos trucos mantiene activa la mente del perro y ayuda a desarrollar su capacidad de relación.
- 4 El famoso juego de lanzarle la pelota es uno de los que más disfrutará, se puede variar de objetos para hacerlo más interesante.



Personaje

9

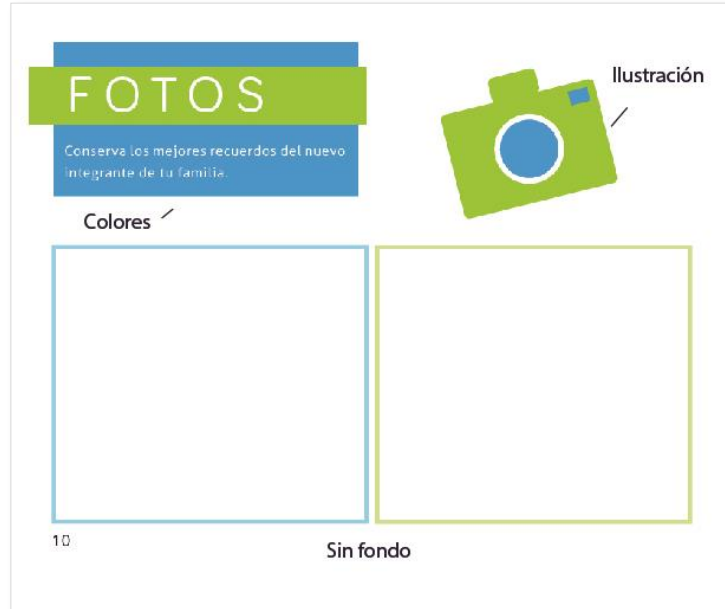
Los colores se cambiaron para captar la atención del grupo objetivo en la información que se quiere trasladar y a la vez se implementó el personaje del perro en lugar de la silueta.

Cambio No.12:

Propuesta preliminar



Propuesta final



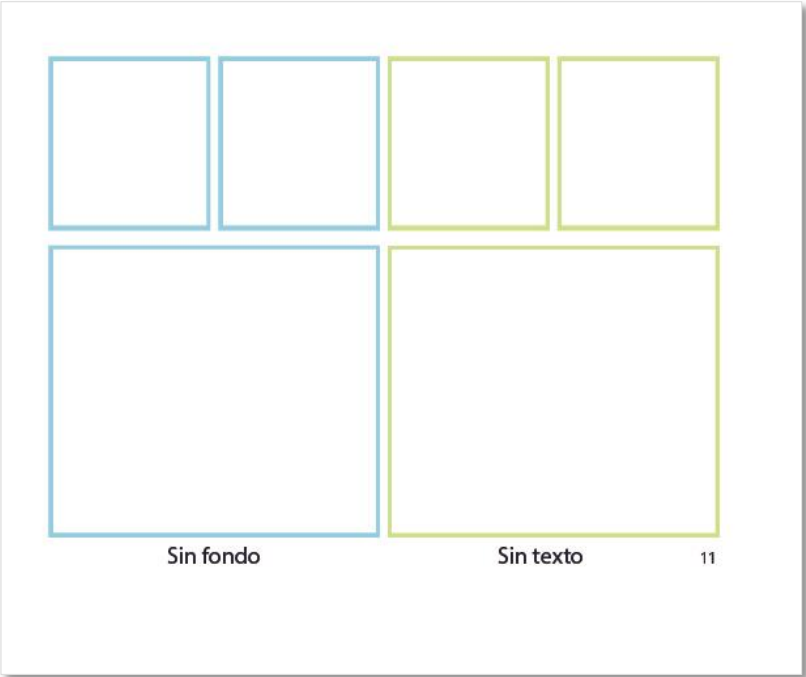
Se limpió el diseño de la página para que no se vea saturada de elementos gráficos, se utilizaron colores que transmiten alegría al grupo objetivo.

Cambio No. 13:

Propuesta preliminar



Propuesta final



Se eliminaron elementos gráficos y se utilizaron colores que transmiten alegría al grupo objetivo.

Cambio No.14:

Propuesta final



Propuesta final



Se colocó el logotipo de la fundación para que puedan identificarla y a la vez se colocó la frase conceptual del material impreso.

Capítulo IX

Propuesta gráfica final

9.1 Ficha Técnica.

- Documento: Guía Básica para el cuidado del perro
- Páginas: 14 páginas
- Tamaño: 6 * 6 pulgadas
- Tipo de papel: Coushe 100
- Personaje: Max el perro

9.2 Datos del Diseño.

- Tipografías:

No.1	Bariol Lorem ipsum	60pt
No.2	Aller Light Lorem ipsum	16pt

- Colores:

#36b49e	#1a1632	#f9cc2e
#e72e44	#013a2b	#abc810
#fab610	#189dd9	#013851

9.3 Bocetaje propuesta final

Boceto portada. Medidas 6 * 6 pulgadas.



Boceto a color portada. Medidas 6 * 6 pulgadas.



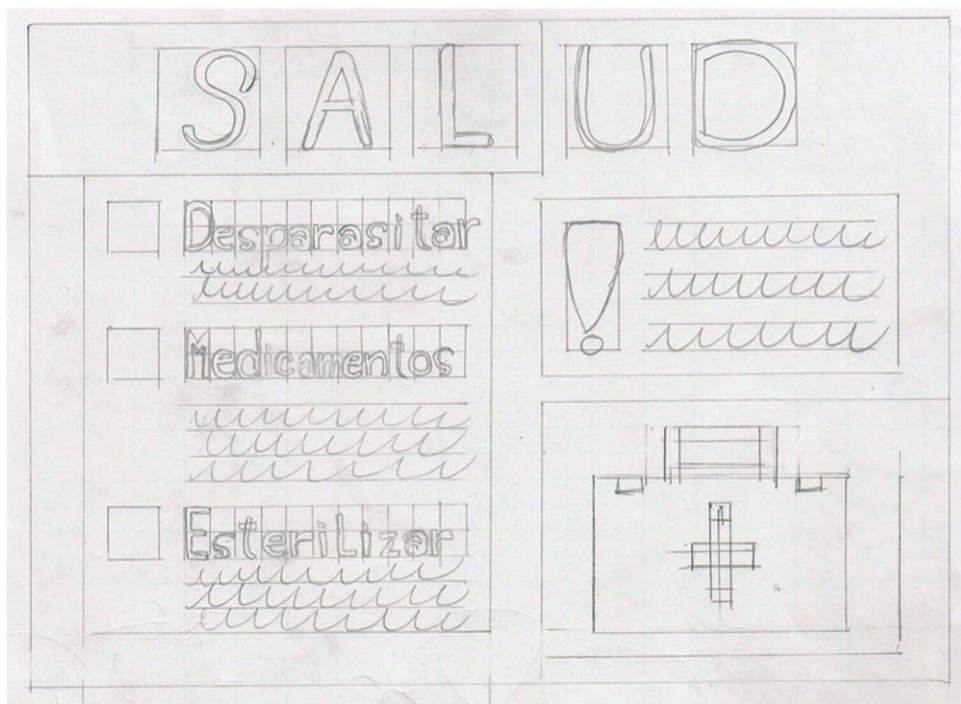
Boceto "El perro". Medidas 6 * 6 pulgadas.



Boceto a color "El perro". Medidas 6 * 6 pulgadas.



Boceto "Salud". Medidas 6 * 6 pulgadas.



Boceto a color "Salud". Medidas 6 * 6 pulgadas.



Propuesta gráfica final

Portada. Medidas 6 * 6 pulgadas



Portada interior. Medidas 6 * 6 pulgadas





Guate Unida por los Animales es una fundación que nace el 26 de enero de 2013 por Alejandra Estrada gracias al amor y la pasión por velar por bienestar de los animales.

Es una organización de voluntarios que rescatan y reubican animales sin hogar o en hogares donde sufren de maltrato.

No cuentan con un refugio fijo, por lo

que trabajan con hogares temporales y dependiendo de la disponibilidad de los mismos, se realizan los rescates.

Los voluntarios de la organización tienen gran respeto, amor y solidaridad por los animales y esto mismo los motiva a diariamente luchar por concientizar a los guatemaltecos sobre el trato a los animales.

1



Tener una mascota es una responsabilidad



Yo _____
me comprometo a cuidar y a respetar al nuevo integrante de la familia, llamado (a) _____
proporcionándole todos los cuidados necesarios para que tenga una vida plena y feliz, sin importar las circunstancias ni su edad.

Firma del Responsable

2

EL PERRO

El mejor amigo

Se identifica un proceso de enamoramiento entre los perros y sus dueños que al mirarse a los ojos retroalimentan su felicidad liberando una hormona vinculada con el apego.

La lealtad, la nobleza y la humildad son las características más preciadas de este animal.

Su relación es de empatía y consuelo, de compañía y lealtad. Los perros, sean grandes o chicos, tienen un corazón que es una caja

“El dinero podrá comprarte un muy buen perro, pero no te comprará el meneo de su cola.”
-Henry Wheeler Shaw



3

ALIMENTACIÓN

¿Qué puede comer tu perro?

No todos los animales pueden comer lo mismo, en el caso de los perros, lo mejor es darles alimento especialmente balanceados para su etapa de desarrollo y condición física. Para una buena alimentación es necesario conocer las diferentes opciones de dieta que existen.

A continuación se muestran algunos alimentos que pueden comer y otros que no, se recomienda informarse antes de darles alimentos o sustancias fuera de su dieta cotidiana.



4



Los alimentos húmedos o enlatados, ensucian mucho los dientes del perro y contienen grandes cantidades de químicos (saborizantes artificiales, aditivo, etc.) que pueden dañar su hígado y otros sistemas.

Es indispensable mantener hidratados a los perros en todo momento.



5

SALUD

 **Desparasitar**
Consiste en eliminar los parásitos de su cuerpo para evitar enfermedades.

 **Medicamentos**
No medicar a ningún animal sin antes consultar a un veterinario para que determine el medicamento y la dosis según el tipo y tamaño de dicho animal.

 **Esterilización**
La esterilización es una operación que consiste en extraer los órganos reproductores del perro para evitar que se reproduzca.

 Es importante que te pongas a pensar la razón por la cual quisieras que tu perro tenga crías.



6

Vacunas

Las vacunas son fundamentales para mantener la salud de nuestras mascotas y evitar algunas de las enfermedades más comunes, como son el Parvovirus, el Moquillo, la rabia entre otros.



La vacunación canina debe estar controlada por un especialista, por eso deberemos consultar al veterinario al momento de iniciar con el tratamiento de vacunas.

EDAD	VACUNA	INMUNIDAD
6 - 8 Semanas	Especial Cachorros	Parvovirus - Moquillo
8 - 10 Semanas	Polivalente canina	Parvovirus - Moquillo Hepatitis - Parainfluenza Leptospira
12 - 14 Semanas	Polivalente canina	Parvovirus - Moquillo Hepatitis - Parainfluenza Leptospira
16 - 18 Semanas	Traqueobronquitis	Parainfluenza - Bordetelosis
20 - 24 Semanas	Antirrábica	Rabia

7

HIGIENE Y CUIDADOS

La higiene completa de un perro implica hábitos rutinarios de aseo: el baño, el cepillado y atender a la limpieza de los dientes o de los oídos son partes fundamentales del aseo de un perro, que aseguran su salud y la de las personas con las que convive.

En casa conviene incorporar la limpieza del perro como una parte más de la rutina de aseo del resto de familia.



Cepillar el pelo del perro diariamente para eliminar suciedad.



Bañar al perro cada 15 días dependiendo de su pelo, utilizar productos adecuados.



Cepillar los dientes del perro mínimo 2 veces a la semana.



Limpiar ojos y oídos mínimo 1 vez a la semana para evitar infecciones.



Aplicar tratamientos anti-pulgas y garrapatas.



Asignar un lugar para su cama, platos de comida y dónde debe hacer sus necesidades.

8

EJERCICIOS Y JUEGOS

No existe una cantidad de tiempo determinada para ejercitar a un perro, esto dependara del tamaño y de su condición física. Generalmente los perros más grandes necesitan mas actividades físicas que los perros pequeños.

- 1** Correr o caminar según la condición del perro, “agárrame si puedes” es una buena opción para que corran.
- 2** Jugar escondite con el perro además de ejercitarlos estimula su inteligencia y obediencia.
- 3** Enseñarles nuevos trucos mantiene activa la mente del perro y ayuda a desarrollar su capacidad de relación.



4 El famoso juego de lanzarle la pelota es uno de los que más disfrutará, se puede variar de objetos para hacerlo más interesante.



9

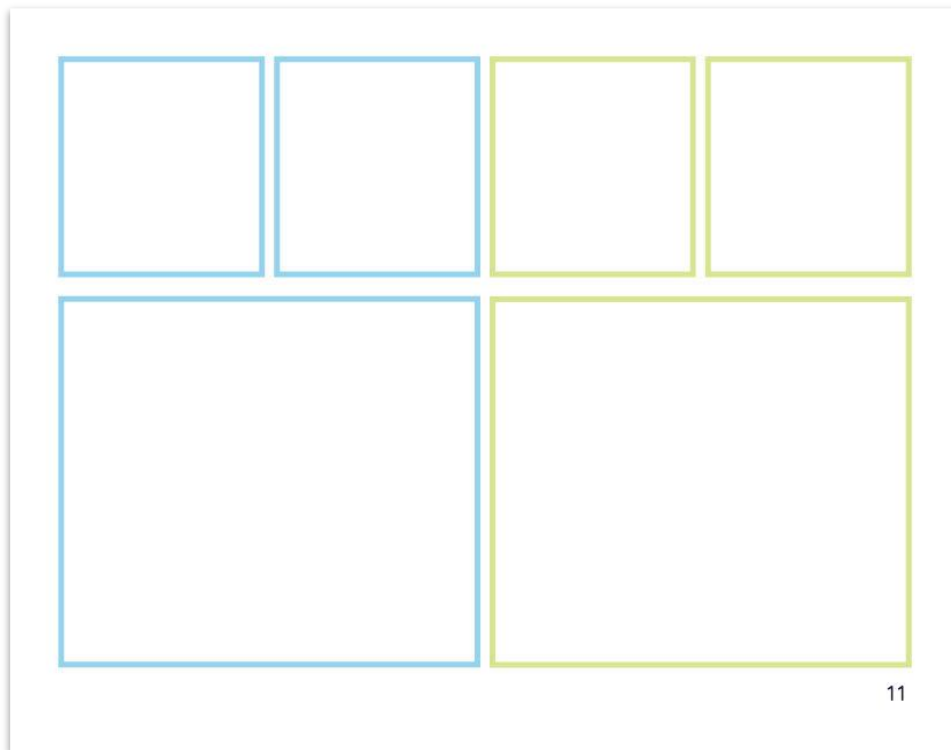
FOTOS

Conserva los mejores recuerdos del nuevo integrante de tu familia.



10

Página No.12 “Fotos”. Medidas 6 * 6 pulgadas



Contraportada. Medidas 6 * 6 pulgadas



Capítulo X

Producción, Reproducción y Distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Para estimar el tiempo de elaboración del material impreso, se definieron los siguientes puntos:

- Recopilación de información y herramientas útiles para la realización del proyecto, proceso creativo, proceso de bocetaje, proceso de digitalización y elaboración de la propuesta preliminar:
 - ✓ Total de meses trabajados: 4 meses (Junio - Septiembre)
 - ✓ Total de semanas trabajadas: 16 semanas
 - ✓ Total de días trabajados: 32 días (2 días a la semana)
 - ✓ Total de horas trabajadas: 96 horas (tres horas al día)
- Tomando como referencia el valor de la hora trabajada a Q25.00, el costo total de la elaboración del material impreso por la horas trabajadas es de: 96 horas trabajadas por Q25.00= Q2,400.00

10.2 Plan de costos de producción

Para calcular y determinar los costos de producción se tomó en cuenta la elaboración de las artes finales, la validación de su propuesta y los cambios para presentar la propuesta final.

- ✓ Total de meses trabajados : 2 meses (octubre – noviembre)
- ✓ Total de semanas trabajadas: 8 semanas
- ✓ Total de días trabajados: 24 días (tres días a la semana)
- ✓ Total de horas trabajadas: 72 horas (tres horas al día)

- Tomando como referencia el valor de la hora trabajada a Q25.00, el costo total de la elaboración del material impreso por la horas trabajadas es de: 72 horas trabajadas por Q25.00= Q1, 800.00.

10.3 Plan de costos de reproducción

Para definir los costos de reproducción se tomó en cuenta el costo de la impresión full color y tipo de papel a utilizar.

- Precio Unitario Q8.00 full color papel couche

El costo de reproducción del material impreso es de: Q1, 200.00 por 150 ejemplares

10.4 Plan de costos de distribución

El material impreso será distribuido directamente en la Asociación por lo tanto, la distribución de dicho material no tendrá costo. El material se venderá a los adoptantes de perros y los fondos serán para utilizarlos en las obras de la Asociación.

10.5 Resumen general de costos.

Proceso	Costo
Elaboración	Q2,400.00
Producción	Q1,800.00
Reproducción	Q8.00
Distribución	Q0.00
Sub total	Q4,208.00
Margen de utilidad	Q841.60
Sub total	Q5,049.60
IVA	Q504.96
TOTAL	Q5,554.56

Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

Tomando como base los objetivos planteados al iniciar el proyecto, se puede concluir que:

11.1.1 Se diseñó una guía básica para el cuidado de perros dirigido a personas que adoptan mascotas.

11.1.2 Se investigó información relevante sobre las tendencias en la comunicación, diseño y colores para aplicarlas al manual y lograr que sea funcional al presentarlo con el grupo objetivo.

11.1.3 Se recopiló información sobre los cuidados básicos y relevantes de las mascotas para complementar el manual.

11.1.4 Se Ilustraron las diferentes figuras y elementos gráficos que apoyaron visualmente la información redactada en el manual para lograr que el grupo objetivo comprenda la información de una manera visual y amistosa.

11.2 Recomendaciones:

11.2.1 Se recomendó utilizar el material impreso como una oportunidad de obtener ingresos a través de su venta, para la realización de las actividades de la asociación Guate Unida Por los Animales.

11.2.2 Promover el material impreso utilizando las distintas redes sociales que maneja la asociación Guate Unida por los Animales para que los adoptantes estén enterados de su existencia.

11.2.3 Utilizar los mismos elementos gráficos y la misma línea gráfica para promover el material impreso y de esta manera el grupo objetivo pueda relacionarlos con la asociación, de igual manera al crear otro material impreso que tenga relación con el que se creó en este proyecto.

Capítulo XII

Conocimiento general

En la elaboración del material impreso, se pusieron en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño que nos sirvieran como apoyo y guía para la realización de este proyecto.

12.1 Demostración de conocimiento

De manera gráfica y sencilla, se muestran las áreas de la carrera que sobresalieron para elaborar la investigación y el material impreso, la carrera tiene un pensum amplio y rico en conocimientos, sin embargo, los cursos y áreas que se muestran son los que se aplicaron en este proyecto de Graduación.

COMUNICACIÓN



Comunicación

Semiología:

Sirve de apoyo para utilizar el conjunto de signos adecuados y funcionales para transmitir el mensaje al grupo objetivo.

Comunicación Social:

Esta ciencia se implemento como apoyo para conocer al grupo objetivo y los diversos factores sociales que influyen en ellos.

Psicología:

La psicología y sus ramas como la psicología del color y del consumidor, son ciencias indispensables para definir los colores y elementos gráficos que respaldarán el mensaje.

Cultura

Historia de la comunicación y el diseño

La historia de la comunicación y diseño sirve como referencia de los cambios y la evolución de las tendencias.

Formación Profesional

Administración

Los conocimientos de administración han sido implementados en la organización de recursos para la elaboración del proyecto de graduación y la implementación del material impreso en la fundación.

Deontología

Al implementar la deontología se asegura que el trabajo que se realizará sea profesional y cumpla con las normas éticas establecidas para evitar inconveniente entre el profesional y el cliente

DISEÑO



Diseño

Diseño Editorial:

Con los conocimientos adquiridos en el diseño editorial, se diseño y maqueto el material impreso para el proyecto de graduación.

Diseño Visual y composición:

Con el diseño visual y composición se definió la distribución de los elementos gráficos que se incluyeron en el material impreso de una forma equilibrada y funcional.

Medios Tecnológicos

Indesign:

Este es el software principal que se utilizó para la elaboración del proyecto debido a que su función principal es la creación y maquetación de materiales impresos.

Illustrator:

Se utilizó como apoyo para la creación de los elementos gráficos utilizados en el material impreso.

Visualización

Creatividad:

Sin la creatividad no es posible definir el diseño del material impreso de una forma creativa y funcional para el grupo objetivo.

Capítulo XIII

Referencias

- Paradais Sphynx*. (20 de marzo de 2015). Obtenido de <https://www.paradais-sphynx.com/animales/zoologia/caracteristicas-animales.htm>
- 4 PATAS. (3 de NOVIEMBRE de 2017). Obtenido de <http://www.4patas.com.co/edicion-impresora/articulo/que-es-el-maltrato-animal-en-colombia/162>
- Aharanov, J. (03 de junio de 2017). *Psicología Tipográfica*. Obtenido de http://coreditec.com.co/libros/libro_psicotipo1.pdf
- Ayuntamiento Llanera*. (17 de agosto de 2015). Obtenido de <http://www.llanera.es/participacion-ciudadana/asociaciones/231-que-es-una-asociacion-y-para-que-sirve>
- Baena Paz, G. M. (2014). Ciencias de la Comunicación 1, Serie integral por competencias. En G. Baena Paz, & S. Montero Olivares, *Ciencias de la Comunicación 1, Serie integral por competencias* (pág. 115). México: Grupo Editorial Patria.
- Barroso, P. (08 de 01 de 2015). *Los códigos deontológicos y sus funciones*. Obtenido de <http://eticamachala.blogspot.com/2015/01/los-codigos-deontologicos-y-sus.html>
- BEATRIZXE. (12 de junio de 2017). *BEATRIZXE: ¿Qué significa ilustración? ¿Cómo ser ilustrador?* Obtenido de <https://beatrizxe.com/es/blog-diseno-ilustracion/blog-ilustracion/que-es-la-ilustracion-grafica.html>
- Berenger Contrí, G., Gomez Borja, M. Á., Mollá Descals, A., & Quintanilla Pardo, I. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC. Obtenido de <https://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/>
- Byvox. (3 de febrero de 2016). *Byvox*. Obtenido de <http://blog.byvox.com/el-recorrido-visual-como-miramos-un-periodico-o-una-pagina-web/>
- Creativenauts. (5 de junio de 2017). *Creative Market*. Obtenido de <https://creativemarket.com/creativenauts/8566-Flat-Design-Flyer-Template>
- DeConceptos.com*. (agosto de 17 de 2017). Obtenido de <http://deconceptos.com/ciencias-naturales/animales>
- Doedderer, E. (27 de 04 de 2017). *El Diario de Misiones Primer Edición* . Obtenido de <http://www.primeraedicion.com.ar/nota/219495/concepto-de-animal.html>
- ECHEVERRY, A. (PRIMER SEMESTRE de 2003). *REVISTA LA TADEO No.68 , GRANDES PENSADORES DE LA COMUNICACIÓN*. Obtenido de http://avalon.utadeo.edu.co/dependencias/publicaciones/tadeo_68/68191.pdf
- Estudio Mique. (6 de junio de 2017). Obtenido de <http://www.mique.es/diseno-grafico-plano-o-flat-design/>
- Federación Española de Sociología. (28 de 03 de 2017). *Federación Española de Sociología: Que es sociología*. Obtenido de <http://www.fes-sociologia.com/que-es-la-sociologia/pages/27/>
- Galaviz, D. G. (17 de agosto de 2017). *Amigo Daniel*. Obtenido de <http://amigodaniel.org/adopcion-responsabilidad/>
- García-Allen, J. (15 de junio de 2017). *Psicología y Mente: Psicología del color: significado y curiosidades de los colores*. Obtenido de <https://psicologiaymente.net/miscelanea/psicologia-color-significado>
- Gasca, S. (2003). *Revista La Tadeo No. 68*. Obtenido de http://avalon.utadeo.edu.co/dependencias/publicaciones/tadeo_68/68191.pdf
- Gráficas Ochoa. (02 de 11 de 2016). *Gráficas Ochoa Blog*. Obtenido de <https://graficasochoa.wordpress.com/2016/02/11/colores-primarios-y-secundarios/>
- Guiraud, P. (2004). *La Semiología* . México: Siglo XXI Editores S.A.

- Gutepets. (2017 de octubre de 05). *GUATEPETS*. Obtenido de <http://www.guatepets.com/Listaorg.htm>
- Guzmán Galarza, M. (2011). *Teoría y práctica del color*. *Hazhistoria*. (07 de 07 de 2017). Obtenido de <https://www.hazhistoria.net/blog/dise%C3%B1adores-famosos-5-cassandra>
- Hofstadt Román, C. J.-d. (2005). *El libro de las Habilidades de Comunicación*. España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Hogue, L. L. (2000). La comunicación: un arte que se aprende. En L. L. Hogue, *La comunicación: un arte que se aprende* (pág. 160). Editorial SAL TERRAE.
- Imprenta, L. (05 de NOVIEMBRE de 2017). *LA IMPRENTA*. Obtenido de <https://www.laimprentacg.com/saul-bass-el-pensamiento-hecho-imagen/>
- Infografías.org. (5 de 10 de 2017). *PUNTOGEEK*. Obtenido de <https://www.puntogeek.com/2012/09/26/la-teoria-del-color-infografia/>
- Inil, U. d. (Marzo de 2017). *Instituto de Investigaciones Lingüísticas*. Obtenido de <http://inil.ucr.ac.cr/linguistica/que-es-la-linguistica/>
- Lasso, S. (28 de julio de 2017). *About Español*. Obtenido de <https://www.aboutespanol.com/teoria-del-color-180310>
- Matínez Navarro, A., Torres Alcuía, S., & Suárez Benítez, G. (11 de agosto de 2010). *Fundamentos de la Educación*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/nallely88aguilar/teora-de-gestalt>
- Mendoza, O. (Dirección). (2017). *¿Qué es diseño?* [Película].
- Merino, J. P. (2014). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/maltrato/>
- Monereo Megias, C. (01 de junio de 2016). *Existearte*. Obtenido de <https://existearte.wordpress.com/2016/06/21/curiosidades-del-color-diferentes-maneras-de-combinar-colores/>
- Moran, S. (13 de 11 de 2015). *Youtube Stefany Moran*. Obtenido de <https://youtu.be/ji13R-wOh-U>
- Multimedia, C. (2014). *Diseño Gráfico, algo más que dibujar* [Grabado por J. Gutiérrez].
- Novoa B., A. R. (1980). *Conceptos Básicos sobre Comunicación*. Costa Rica: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, CATIE.
- Pando Andrea. (2012 de septiembre de 2012). *Andrea Pando*. Obtenido de <http://andreapando.blogspot.com/2012/09/uf1-modelos-de-color-rgb-cmyk.html>
- Pinedo, C. (30 de enero de 2012). *Eroski Consumer*. Obtenido de <http://www.consumer.es/web/es/mascotas/perros/salud/esterilizacion/2012/01/30/206543.php>
- Portillo, M. (01 de 05 de 2016). *Imagui: Combinación de colores terciarios*. Obtenido de <http://www.imagui.com/a/combinacion-de-colores-terciarios-TaKborBx7>
- Psicología, L. G. (03 de 06 de 2018). *Que estudia la Psicología*. Obtenido de <https://psicologia.laguia2000.com/general/que-estudia-la-psicologia>
- Quipuscoa Zabaleta, J. E. (18 de 09 de 2018). *Prezi: Recorrido Visual , Elementos del diseño*. Obtenido de <https://prezi.com/dtw1cui6rnfd/recorrido-visual-elementos-del-diseno/>
- RAE. (05 de 06 de 2017). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA*. Obtenido de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=dise%C3%B1o>
- Ramírez, J. (05 de junio de 2017). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/funciones-comunicacion/>

Registro Nacional. (12 de noviembre de 2017). Obtenido de <http://registronacional.com/guatemala/ciudad.htm>

Rescate Animal. (19 de agosto de 2017). Obtenido de http://www.somosrescateanimal.org/la_adopcion.html

Revista La Tadeo No.68: Grandes pensadores de la Comunicación. (2003). Obtenido de Revista La Tadeo No.68: http://avalon.utadeo.edu.co/dependencias/publicaciones/tadeo_68/68191.pdf

Rodríguez Camón, E. (05 de junio de 2017). *Psicología y Mente: Andragogía: el aprendizaje en edades avanzadas*. Obtenido de <https://psicologiymente.net/desarrollo/andragogia>

SANTOS GARCIA, D. V. (2012). *FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf

UNAM. (05 de 02 de 2014). *UNAM: CENTRO DE ESTUDIOS ANTROPOLÓGICOS*. Obtenido de <https://www.politicas.unam.mx/cea/?p=1>

Zanón Andrés, D. (2017). *Introducción al diseño editorial*. España: Editorial Visión Net.

Anexos

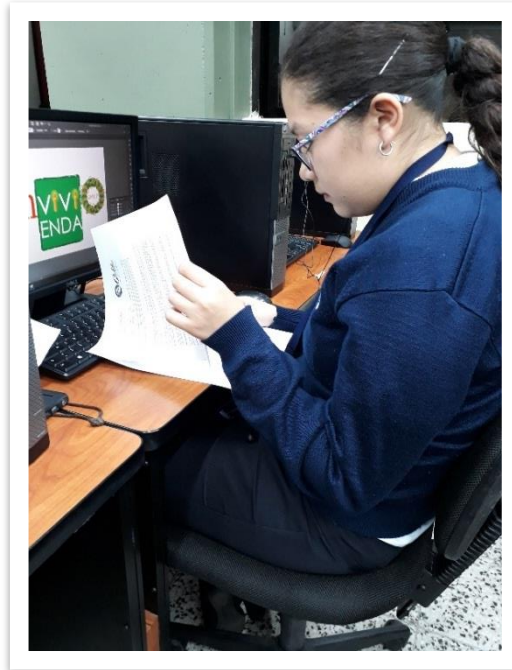
Anexos de la guía para el desarrollo de proyectos.

Anexo No. 1: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009 / Multivex

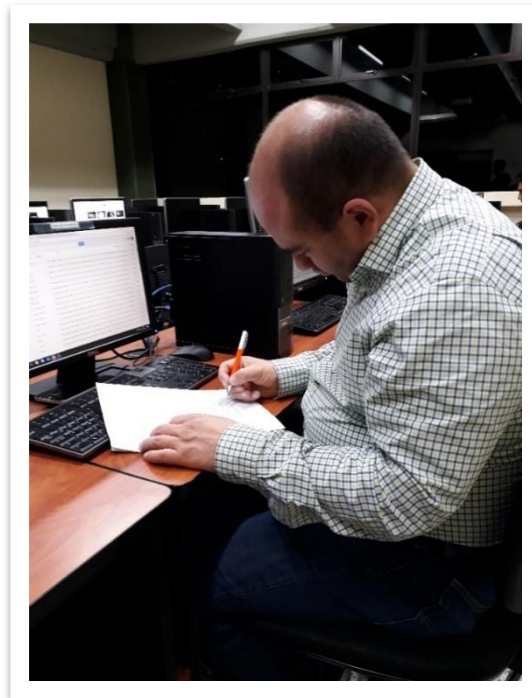
Características	Nivel A	Nivel B	Nivel C+	Nivel C	Nivel C-	Nivel D	Nivel E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Medio completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, director, Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo, Comerciante, Vendedor	Ejecutivo, Comerciante, Vendedor, Dependiente	Ejecutivo, Comerciante, 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 5-6 vehiculos	Casa/ Departamento de lujo, en propiedad financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudios area de servicio separada, garage 2-4 vehiculos	Casa/ Departamento, rentada o financiado, 2-3 recamaras, 2-63 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/ Departamento rentada o financiado, 1-2 recamaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/ Departamento rentada o financiado, 1-2 recamaras, 1-2 baños, sala	Casa/ Departamento rentada o financiado, 1-2 recamaras, 1 baños, sala	Casa/ Departamento rentada 1-2 recamaras, 1 baños, sala comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, antigua	Sitios/ terrenos condominios cerca de costas	Sitios/ terrenos interior por herencia				
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, postgrado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas, postgrado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores colegios, mayores en U estatal	Hijos en escuelas	Hijos en escuelas
POSESIONES	Autos del año asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero/ avion	Autos de 2-3 años asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Auto compacto 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, internet dedicada, cable, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, máquinas de lavar y secar ropa, computadora cada miembro de la familia, internet portón eléctrico y todos los electrodomésticos	2 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, máquinas de lavar y secar ropa, computadora, internet portón eléctrico y todos los electrodomésticos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/ familia, electrodoméstico básico	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa

Anexo No. 2: Validación Técnica

Encuesta grupo objetivo



Encuesta experto Lic. David Castillo



Encuesta experto Licda. Lissette Pérez

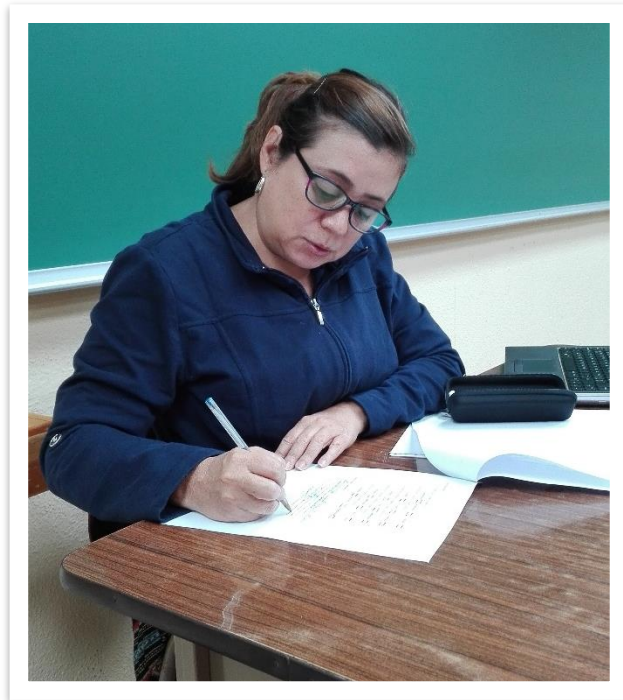


Tabla que muestra el total de las personas encuestadas.

Preguntas	Respuestas	45
Encuesta de Validación Proyecto de Graduación		
45	06:17	Activo
Respuestas	Tiempo medio para finalizar	Estado
		...

Listado de personas encuestadas a través de Google Forms

2. Nombre

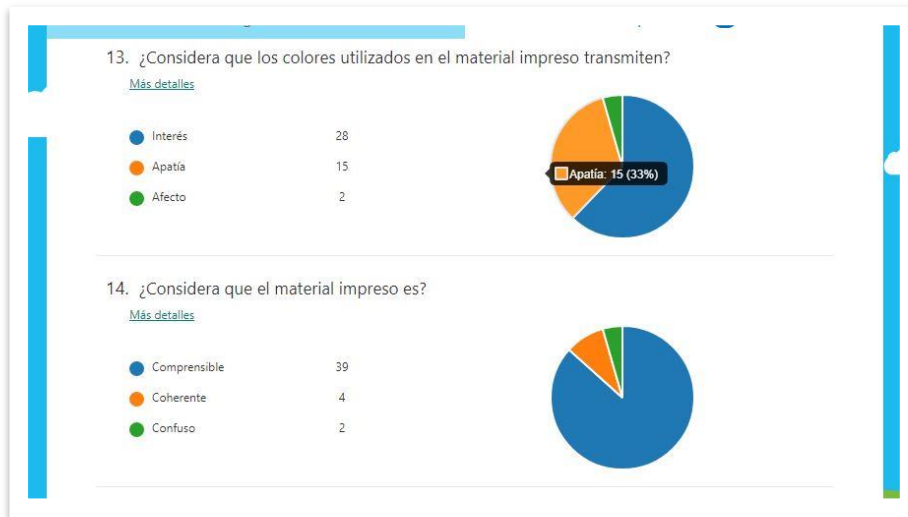
45 Respuestas

Id.	Nombre	Respuestas
1	anonymous	Richard Cabrera
2	anonymous	Alejandra Estrada Chang
3	anonymous	Lucía Miranda
4	anonymous	Mariana García
5	anonymous	Klarens Cabrera
6	anonymous	Solórzano
7	anonymous	Rosario Coronado
8	anonymous	Yosselin Espina
9	anonymous	Brian
10	anonymous	Luis

Resultados obtenidos de la encuesta realizada a través de Google forms.



Resultados obtenidos de la encuesta realizada a través de Google forms.



Encuesta realizada por Lic. David Castillo

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Graduación

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Género: F M Edad: 27 Cliente: Experto: Grupo Objetivo:

Nombre: David Castillo
Profesión: Productor TV
Puesto: Director
Años de experiencia en el mercado: 14 años

ENCUESTA DE VALIDACIÓN

Diseño de guía de post-adopción de información básica sobre el cuidado del perro dirigido a los adoptantes actuales y potenciales de la Fundación Guate Unida por los Animales, Guatemala 2018.

Antecedentes

Guate Unida por los Animales, es una organización de voluntarios que rescatan y reubicar animales. No cuentan con un refugio fijo, por lo que trabajan con hogares temporales y dependiendo de la disponibilidad de los mismos, se realizan los rescates. Los voluntarios de la organización tienen gran respeto, amor y solidaridad por los animales lo cual los motiva a diariamente luchar por concientizar a la sociedad guatemalteca sobre el trato a los animales.

La asociación Guate Unida por los Animales, no cuenta con un manual post-Adopción que concientice a las personas sobre la responsabilidad al momento de la adopción, se identificó que los adoptantes no poseen los conocimientos necesarios sobre el cuidado que una mascota conlleva.

Objetivo de la investigación

El objetivo de la siguiente encuesta es determinar por medio de los resultados obtenidos, la efectividad del material impreso en cuanto a diseño y comunicación, así como también la aceptación del mismo ante el grupo objetivo.

Instrucciones

Tomando como base la información anterior y según su criterio, responder las siguientes interrogantes marcando con una "x" o rellenando el cuadro que considere adecuado.

Encuesta de validación

Parte Objetiva

1 ¿Considera necesaria la elaboración de algún material impreso para informar a las personas que adoptan sobre el cuidado de los perros y las responsabilidades que estos conllevan?

Sí No

2 ¿Considera importante investigar sobre el impacto que tiene el material impreso con información sobre el cuidado de los animales en los adoptantes?

Sí No

3 ¿Considera necesario recopilar información sobre los beneficios y responsabilidades que requiere un perro para justificar el contenido en el material impreso?

Sí No

4 ¿Considera importante incluir elementos gráficos como apoyo visual de la información en el material impreso para su mejor comprensión?

Sí No

5 ¿Considera necesario investigar sobre las tendencias en la comunicación y diseño para aplicarlas al material impreso?

Sí No

Parte Semiológica

6 ¿Considera que los elementos gráficos utilizados en el material impreso pueden transmitir?

Alegria Concencia Esperanza

7 ¿Considera que los colores utilizados en el material impreso transmiten?

Interés Molestia Apatía

8 ¿Considera que las ilustraciones utilizadas como apoyo visual en el material impreso

Alegria Enfado Desánimo

9 ¿Considera que la tipografía utilizada en el material impreso transmite?

Interés Apatía Afecto

Parte Operativa

10 ¿Considera que el material impreso es?

Comprensible Incoherente Confuso

11 ¿Considera que el tamaño del material impreso es?

Grande Pequeño Perfecto

12 ¿Considera que la cantidad de páginas del material impreso es?

Suficientes Pocas Demasiadas

13 ¿Considera que la cantidad de contenido del material impreso es?

Suficientes Inadecuada Breve

14 ¿Considera que el contenido del material impreso es?

Agradable Inexpresivo Desagradable


Observaciones o comentarios

Por favor

Gracias por su participación en esta encuesta.

Encuesta realizada por Licda. Lissette Pérez

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Graduación



Género: F M **Edad:** **Experto:** **Grupo Objetivo:**

Nombre: Lissette Pérez Aguirre

Profesión: lic. Ciencias de la Comunicación

Puesto: Directora Regional de Ventas

Años de experiencia en el mercado: 27 años

ENCUESTA DE VALIDACIÓN

Diseño de guía de post-adopción de información básica sobre el cuidado del perro dirigido a los adoptantes actuales y potenciales de la Fundación Gaste Unida por los Animales, Guatemala 2018.

Antecedentes

Gaste Unida por los Animales, es una organización de voluntarios que rescatan y reubicen animales. No cuentan con un refugio fijo, por lo que trabajan con hogares temporales y dependiendo de la disponibilidad de los mismos, se realizan los rescates. Los voluntarios de la organización tienen gran respeto, amor y solidaridad por los animales lo cual los motiva a diariamente luchar por concientizar a la sociedad guatemalteca sobre el trato a los animales.

La asociación Gaste Unida por los Animales, no cuenta con un manual post-Adopción que concientice a las personas sobre la responsabilidad al momento de la adopción, se identificó que los adoptantes no poseen los conocimientos necesarios sobre el cuidado que una mascota conlleva.

Objetivo de la investigación

El objetivo de la siguiente encuesta es determinar por medio de los resultados obtenidos, la efectividad del material impreso en cuanto a diseño y comunicación, así como también la aceptación del mismo ante el grupo objetivo.

Instrucciones

Tomando como base la información anterior y según su criterio, responder las siguientes interrogantes marcando con una "x" o rellenando el cuadro que considere adecuado.

Parte Operativa

10 ¿Considera que el material impreso es?

Comprensible Incoherente Confuso

11 ¿Considera que el tamaño del material impreso es?

Grande Pequeño Perfecto

12 ¿Considera que la cantidad de páginas del material impreso es?

Suficientes Pocas Demasiadas

13 ¿Considera que la cantidad de contenido del material impreso es?

Suficientes Inadecuada Breve

14 ¿Considera que el contenido del material impreso es?

Agradable Inexpresivo Desagradable

Observaciones o comentarios

En general me parece el diseño adecuado y funcional.

Lissette

Gracias por su participación en esta encuesta.

Encuesta de validación

Parte Objetiva

1. ¿Considera necesaria la elaboración de algún material impreso para informar a las personas que adoptan sobre el cuidado de los perros y las responsabilidades que estos conllevan?

Si No

2. ¿Considera importante investigar sobre el impacto que tiene el material impreso con información sobre el cuidado de los animales en los adoptantes?

Si No

3. ¿Considera necesario recopilar información sobre los beneficios y responsabilidades que requiere un perro para justificar el contenido en el material impreso?

Si No

4. ¿Considera importante incluir elementos gráficos como apoyo visual de la información en el material impreso para su mejor comprensión?

Si No

5. ¿Considera necesario investigar sobre las tendencias en la comunicación y diseño para aplicarlas al material impreso?

Si No

Parte Semiológica

6. ¿Considera que los elementos gráficos utilizados en el material impreso pueden transmitir?

Alegria Conciencia Esperanza

7. ¿Considera que los colores utilizados en el material impreso transmiten?

Interes Molestia Apatía

8. ¿Considera que las ilustraciones utilizadas como apoyo visual en el material impreso

Alegria Enfado Desánimo

9. ¿Considera que la tipografía utilizada en el material impreso transmite?

Interes Apatía Afecto

Encuesta realizada por Lic. Rolando Barahona

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Graduación



Género: F M Edad: 48 Cliente: Experto: Grupo Objetivo:

Nombre: Rolando Barahona
Profesión: Diseñador Gráfico
Puesto: Ejecutivo
Años de experiencia en el mercado: 25

ENCUESTA DE VALIDACIÓN

Diseño de guía de post-adopción de información básica sobre el cuidado del perro dirigido a los adoptantes actuales y potenciales de la Fundación Guate Unida por los Animales, Guatemala 2018.

Antecedentes

Guate Unida por los Animales, es una organización de voluntarios que rescatan y reubican animales. No cuentan con un refugio fijo, por lo que trabajan con hogares temporales y dependiendo de la disponibilidad de los mismos, se realizan los rescates. Los voluntarios de la organización tienen gran respeto, amor y solidaridad por los animales lo cual los motiva a diariamente luchar por concientizar a la sociedad guatemalteca sobre el trato a los animales.

La asociación Guate Unida por los Animales, no cuenta con un manual post-Adopción que concientice a las personas sobre la responsabilidad al momento de la adopción, se identificó que los adoptantes no poseen los conocimientos necesarios sobre el cuidado que una mascota conlleva.

Objetivo de la investigación

El objetivo de la siguiente encuesta es determinar por medio de los resultados obtenidos, la efectividad del material impreso en cuanto a diseño y comunicación, así como también la aceptación del mismo ante el grupo objetivo.

Instrucciones

Tomando como base la información anterior y según su criterio, responder las siguientes interrogantes marcando con una "x" o rellenando el cuadro que considere adecuado.

Encuesta de validación

Parte Objetiva

1. ¿Considera necesaria la elaboración de algún material impreso para informar a las personas que adoptan sobre el cuidado de los perros y las responsabilidades que estos conllevan?

Si No

2. ¿Considera importante investigar sobre el impacto que tiene el material impreso con información sobre el cuidado de los animales en los adoptantes?

Si No

3. ¿Considera necesario recopilar información sobre los beneficios y responsabilidades que requiere un perro para justificar el contenido en el material impreso?

Si No

4. ¿Considera importante incluir elementos gráficos como apoyo visual de la información en el material impreso para su mejor comprensión?

Si No

5. ¿Considera necesario investigar sobre las tendencias en la comunicación y diseño para aplicarlas al material impreso?

Si No

Parte Semiológica

6. ¿Considera que los elementos gráficos utilizados en el material impreso pueden transmitir?

Alegria Conciencia Esperanza

7. ¿Considera que los colores utilizados en el material impreso transmiten?

Interés Molestia Apatía

8. ¿Considera que las ilustraciones utilizadas como apoyo visual en el material impreso

Alegria Enfado Desánimo

9. ¿Considera que la tipografía utilizada en el material impreso transmite?

Interés Apatía Afecto

Parte Operativa

10 ¿Considera que el material impreso es?

Comprensible Incoherente Confuso

11 ¿Considera que el tamaño del material impreso es?

Grande Pequeño Perfecto

12 ¿Considera que la cantidad de páginas del material impreso es?

Suficientes Pocas Demasiadas

13 ¿Considera que la cantidad de contenido del material impreso es?

Suficientes Inadecuada Breve

14 ¿Considera que el contenido del material impreso es?

Agradable Inexpresivo Desagradable

Observaciones o comentarios

Gracias por su participación en esta encuesta.

Cotización para la reproducción del material impreso en “Last Minute”

**Visión Digital**
Tu centro de impresión

Fecha 06 Diciembre 2017


ATENCIÓN:
Raquel R. Pons


FORMA DE PAGO: CONTADO
(Efectivo o Tarjeta de crédito/Debito) *No aceptamos cheques


DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MATERIALES BARIOS		
150 Revista media carta full color papel couche	Q.8.00	Q.1,200.00
	Total:	Q.1,200.00

TIEMPO DE ENTREGA 5 DIAS HABILES LUEGO DE APROBACION

Silvia Istupe
Tel: 2320-3000
visiondigital11@gmail.com

COTIZACIÓN  Recibidos x

 **Raquel R. Pons .**
Buen día, Podrían enviarme una cotización del manual adjunto, sus medidas son...

 **Lastminute Zona 14**
para mí

Buenas noche Raquel.

El precio por Manual seria de Q675 y por ser fundacion le dariaños un 15% de descuento.
Lo que le da un total de Q573.75

Saludos
Manolo R