



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de material gráfico educativo, para promover la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, dirigido a los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida. Comapa, Jutiapa, Guatemala 2018

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Wenderly Birzabith Najarro Contreras
Carné: 13002939

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2018

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de material gráfico educativo, para incentivar la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, dirigido a los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida. Comapa, Jutiapa, Guatemala 2018

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Wenderly Birzabith Najarro Contreras
Carné: 13002939

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2018

Guatemala, 23 de junio de 2,017.

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

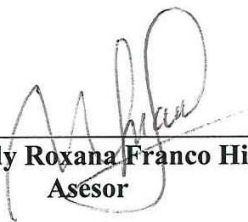
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de Proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO, PARA PROMOVER LA PRÁCTICA DEL RECICLAJE Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO LICEO CRISTIANO MANANTIAL DE VIDA, COMAPA JUTIAPA, GUATEMALA 2018. Asimismo, solicito que Licda. Wendy Franco Higueros, sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

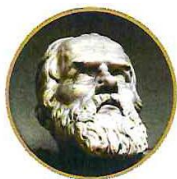
Atentamente,



Wenderly Birzabith Najarro Contreras
13002939



Licda. Wendy Roxana Franco Higueros
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 28 de junio 2017.

**Señorita
Wenderly Birzabith Najarro Contreras
Presente**

Estimada Señorita Najarro:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO, PARA PROMOVER LA PRÁCTICA DEL RECICLAJE Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO LICEO CRISTIANO MANANTIAL DE VIDA, COMAPA JUTIAPA, GUATEMALA 2018.** Asimismo, se aprueba a Licda. Wendy Franco Higueros, 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, 28 de noviembre 2017.

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

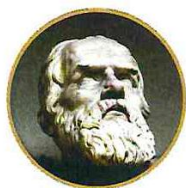
Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el Proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO, PARA PROMOVER LA PRÁCTICA DEL RECICLAJE Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO LICEO CRISTIANO MANANTIAL DE VIDA, COMAPA JUTIAPA, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: Wenderly Birzabith Najarro Contreras, con número de carné: 13002939, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Wendy Roxana Franco Higueros
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 01 de marzo 2018

Señorita
Wenderly Birzabith Najarro Contreras.
Presente

Estimada Señorita Najarro:

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, 15 de mayo de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO, PARA PROMOVER LA PRÁCTICA DEL RECICLAJE Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO LICEO CRISTIANO MANANTIAL DE VIDA. COMAPA JUTIAPA, GUATEMALA 2018***, de la estudiante Wenderly Birzabith Najarro Contreras, 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 mayo 2018

Señorita
Wenderly Birzabith Najarro Contreras
Presente

Estimada Señorita Najarro:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO EDUCATIVO, PARA PROMOVER LA PRÁCTICA DEL RECICLAJE Y EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO LICEO CRISTIANO MANANTIAL DE VIDA, COMAPA JUTIAPA, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: Wenderly Birzabith Najarro Contreras, 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

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 Anzuetto M. Sc.

DEDICATORIA

Al forjador de mi camino e impulsor de toda meta alcanzada en mi vida, mi Dios todopoderoso. A mis padres, por estar siempre a mi lado brindándome su amor y apoyo incondicional en los buenos y malos momentos y por ser los instructores de mi vida. A mi hermana, hermanos y amigos que siempre han creído en mí y me han brindado su apoyo. Agradecimientos totales a cada catedrático que ha contribuido positivamente en mi carrera, por sus enseñanzas y su paciencia. A mis compañeros, con los que Dios me dio la oportunidad de compartir esta travesía de cursar la carrera universitaria a lo largo de estos cinco años, la que sin conocernos nos unió y creó tantos recuerdos memorables, apoyándonos mutuamente hasta llegar a la meta juntos, especialmente a Joselyn Peralta por no ser solo mi compañera, sino mi amiga de vida y mi apoyo incondicional.

RESUMEN

A través del acercamiento con el colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, se identificó que el centro educativo no cuenta con material gráfico para incentivar la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar material gráfico para el reciclaje y cuidado del medio ambiente, en los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida del municipio de Comapa, departamento de Jutiapa.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo 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 se diseñó material gráfico para el reciclaje y cuidado del medio ambiente, en los alumnos del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida del municipio de Comapa, departamento de Jutiapa. Se recomendó diseñar material para el reciclaje y cuidado del medio ambiente, periódicamente, para lograr mejores resultados en los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida.

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

ÍNDICE

CAPÍTULO I: Introducción	1
1.1 Introducción.....	1
CAPÍTULO II: Problemática	3
2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	4
2.3 Justificación.....	4
2.3.1 Magnitud.....	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
2.3.3 Trascendencia.....	6
2.3.4 Factibilidad.....	6
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	6
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	7
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	7
CAPÍTULO III: Objetivos de Diseño	8
3.1 Objetivo general.....	8

3.2 Objetivos específicos.....	8
CAPÍTULO IV: Marco de Referencia.....	10
4.1 Información general del cliente.....	10
4.1.1 Misión.....	10
4.1.2 Visión.....	10
4.1.3 Organigrama.....	11
4.1.4 FODA.....	12
4.1.5 BRIEF.....	13
CAPÍTULO V: Definición del Grupo Objetivo.....	17
5.1 Perfil geográfico.....	17
5.2 Perfil demográfico.....	17
5.3 Perfil psicográfico.....	19
5.4 Perfil conductual.....	19
CAPÍTULO VI: Marco Teórico.....	21
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	21
6.1.2 Colegio.....	21

6.1.3 Institución educativa.....	22
6.1.4 Sistema educativo.....	23
6.1.5 Sostenibilidad.....	24
6.1.6 Cristianismo.....	25
6.1.7 Valores.....	26
6.1.8 Sociedad.....	27
6.1.9 Integridad.....	28
6.1.10 Competente.....	29
6.1.11 Calidad.....	30
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	31
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	31
6.2.1.1 Publicidad.....	31
6.2.1.2 Comunicación.....	32
6.2.1.3 Comunicación social.....	33
6.2.1.4 Emisor.....	34
6.2.1.5 Receptor.....	35
6.2.1.6 Canal.....	36

6.2.1.7 Medios.....	37
6.2.1.8 Publicidad directa.....	37
6.2.1.9 Función informativa.....	38
6.2.1.10 Función reguladora.....	39
6.2.1.11 Motivación.....	40
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	41
6.2.2.1 Diseño.....	41
6.2.2.2 Diseño gráfico.....	42
6.2.2.3 Diseño editorial.....	43
6.2.2.4 Diseño social.....	44
6.2.2.5 Contraste.....	45
6.2.2.6 Tipografía.....	46
6.2.2.7 Proporción.....	47
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	48
6.3.1. Ciencias.....	48
6.3.1.1 Pedagogía.....	48
6.3.1.2 Educación.....	49

6.3.1.3 Sociología.....	50
6.3.1.4 Psicología.....	51
6.3.1.5 Psicología social.....	52
6.3.2. Artes.....	52
6.3.2.1 Dibujo.....	52
6.3.3. Teorías.....	53
6.3.3.1 Teoría de Gestalt.....	53
6.3.4. Tendencias.....	54
6.3.4.1 Minimalismo.....	54
CAPÍTULO VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar.....	56
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	56
7.1.1 Aplicación de las funciones de comunicación.....	56
7.2.2 Aplicación de las funciones de diseño.....	56
7.2.3 Aplicación de las funciones de las ciencias auxiliares.....	57
7.2.4 Aplicación del arte de dibujo.....	58
7.2.5 Aplicación de la teoría de Gestalt.....	58
7.2.6 Aplicación de la tendencia minimalista.....	58

7.2	Conceptualización.....	59
7.2.1	Método.....	59
7.2.2	Definición del concepto.....	60
7.3	Bocetaje.....	61
7.3.1	Línea gráfica 1.....	61
7.3.2	Línea gráfica 2.....	65
7.3.3	Línea gráfica 3.....	69
7.3.4	Proceso de bocetaje formal.....	73
7.3.5	Proceso de digitalización de los bocetos.....	79
7.4	Propuesta preliminar.....	89
CAPÍTULO VIII: Validación técnica.....		95
8.1	Población y Muestreo.....	95
8.1.1	Grupo objetivo.....	95
8.1.2	Expertos.....	95
8.1.3	Cliente.....	96
8.2	Método e instrumentos.....	96
8.2.1	Instrumento de validación.....	97

8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	100
8.3.1 Datos generales.....	100
8.3.2 Parte objetiva.....	103
8.3.3 Parte semiológica.....	109
8.3.4 Parte operativa.....	114
8.4 Cambios a base de resultados.....	119
8.4.1 Antes y después.....	119
CAPÍTULO IX: Propuesta gráfica final.....	125
9.1 Fundamentación de diseño.....	125
9.1.2 Concepto de diseño.....	125
9.1.3 Elementos gráficos.....	125
9.1.4 Elementos tipográficos.....	126
9.1.5 Colores.....	127
9.1.6 Presentación de propuesta final.....	128
CAPÍTULO X: Producción, reproducción y distribución.....	134
10.1 Plan de costos de elaboración.....	134
10.2 Plan de costos de producción.....	134

10.3 Plan de costos de reproducción.....	135
10.4 Plan de costos de distribución.....	136
10.5 Margen de utilidad.....	136
10.6 IVA.....	137
10.7 Cuadro con resumen general de costos.....	137
CAPÍTULO XI: Conclusiones y recomendaciones.....	138
11.1 Conclusiones.....	138
11.2 Recomendaciones.....	139
CAPÍTULO XII: Conocimiento general.....	141
CAPÍTULO XIII: Referencias.....	142
13.1 Referencias bibliográficas.....	142
13.2 Referencias biblioweb.....	144
CAPÍTULO XIV: Anexos.....	151
14.1 Anexo A: Definición de tema.....	151
14.2 Anexo B: Taller de requerimiento de comunicación y diseño.....	152
14.3 Anexo C: Taller de desarrollo de objetivos.....	153
14.4 Anexo D: FODA.....	154

14.5 Anexo E: Brief.....	155
14.6 Anexo F: Tabla de Niveles Socioeconómicos 2009/Multivex.....	158
14.7 Anexo G: Encuesta perfiles psicográfico y conductual.....	159
14.8 Anexo H: Encuesta de validación.....	161
14.9 Anexo I: Fotografías de encuestados.....	164
14.9.1 Expertos.....	164
14.9.2 Cliente.....	167
14.9.3 Grupo objetivo.....	168
14.10 Anexo J: Cotizaciones.....	169
14.10.1 Guatemala MARKETING.....	169
14.10.2 Last Minute El Naranjo.....	170
14.10.3 Reforma Branding.....	171

CAPÍTULO I

Introducción



Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

El diseño de material gráfico educativo es herramienta para contribuir con la educación y valores en las personas, dicho material comprende el tema general que se enfoca en una problemática social que aqueja cierto grupo de personas, en estos se incluyen ilustraciones que llamen la atención para dar a conocer la información de manera visual y práctica.

La finalidad del presente proyecto es proporcionar los materiales antes descritos al Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, centro educativo ubicado en el Municipio de Comapa, Departamento de Jutiapa, los materiales consisten en: Afiche, volante, separador, regla, llavero, pin, gafete, banner, vinil y sticker, todos con el objetivo de incentivar la práctica del reciclaje y cuidado del medio ambiente. Dichos materiales serán entregados al colegio para que transmita a su vez el contenido de los mismos y así mismo, para su respectiva reproducción y distribución física.

Para el diseño del material gráfico educativo del reciclaje y cuidado del medio ambiente, se llevó a cabo un proceso extenso de investigación sobre el tema definido, se recabó la información necesaria sobre el cliente, grupo objetivo y el tema a desarrollar, entre los más extensos e importantes, el marco teórico.

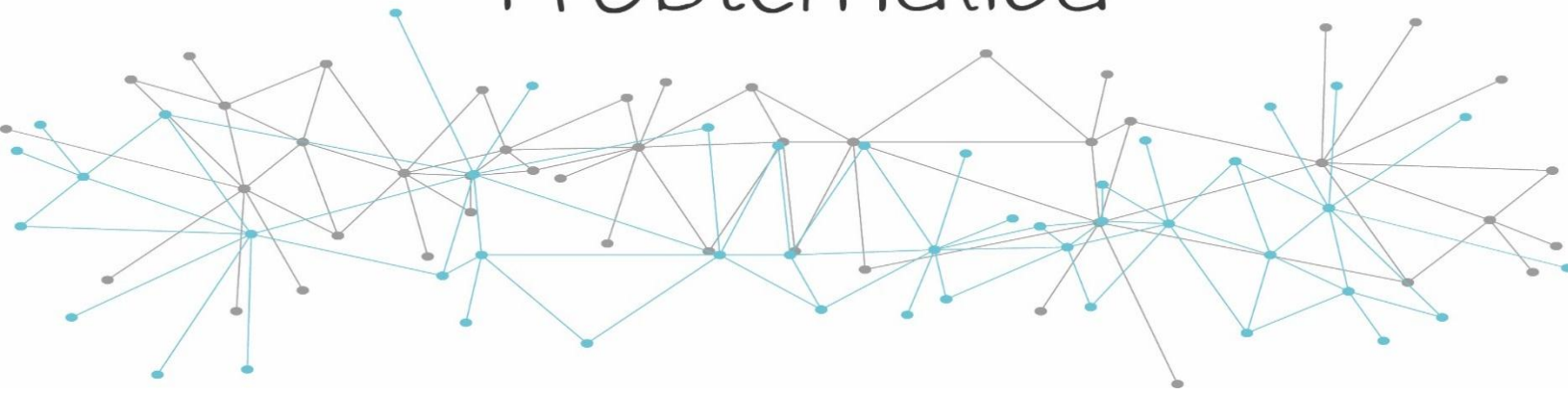
Se diseñaron los materiales en base a las investigaciones realizadas en cuanto a comunicación y diseño, de la misma manera se utilizaron herramientas de investigación para un mejor desarrollo.

Se diseñó con éxito el material educativo que cumple con los parámetros requeridos y con las necesidades del cliente, dicho material se ajusta a los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, y dará la oportunidad de orientar y educar sobre el reciclaje y cuidado del medio ambiente a los estudiantes del centro educativo.

Ver anexo A: Definición de tema

CAPÍTULO II

Problemática



CAPÍTULO II: Problemática

En el establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida no existe la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente. Ante la ausencia de este hábito tan importante se elaborará material gráfico para concienciar sobre el reciclaje. Irá dirigido especialmente a niños de 6 a 12 años, con el fin de inculcar e incentivar a los estudiantes de esta institución, la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente.

2.1 Contexto

El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida es una institución educativa, fundada en 1995, en el municipio de Comapa, Departamento de Jutiapa. Dicha institución ha dedicado gran parte de su esfuerzo a formar estudiantes con valores y principios, asimismo a practicarlos, no solo dentro de las instalaciones del establecimiento, sino en el municipio, departamento y en cualquier lugar donde ellos se desenvuelvan.

Como se menciona anteriormente, la educación en la institución es a base de valores y buenos principios, desde los más pequeños hasta los más grandes, pero existe una problemática identificada desde mucho tiempo atrás, y es la manera poco ecológica en la que los alumnos se desenvuelven día a día en sus actividades estudiantiles. No se ha despertado el interés en ellos por practicar el reciclaje y un poco menos el cuidado del medio ambiente.

Con la ayuda del material gráfico que se llevará a cabo, se logrará un compromiso con los estudiantes de la institución, y aun mejor, con el personal docente y administrativo, que son quienes darán el ejemplo con la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida no cuenta con diseño de material gráfico educativo, para incentivar la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, dirigido a los estudiantes.

Ver anexo B: tabla de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño

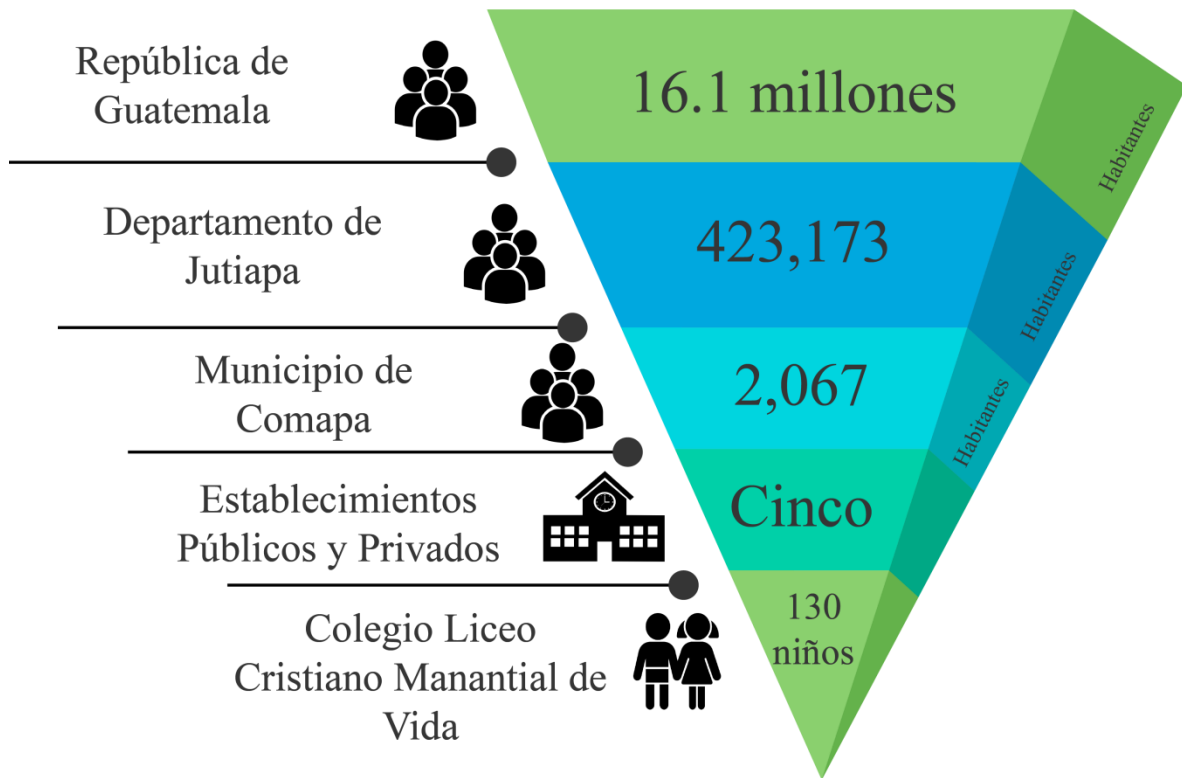
2.3 Justificación

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

2.3.1 Magnitud. Según datos estadísticos del INE, en el municipio de Comapa, departamento de Jutiapa, habitan 36,826 personas, entre mujeres, hombres y niños, incluidos en este dato estadístico todas las aldeas del Municipio. El dato con más relevancia es el del área urbana del Municipio, siendo este de 2,067 habitantes, y llegando al grupo objetivo por medio de estos datos.

En el Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida se encuentran legalmente inscritos 130 estudiantes, todos con domicilio en el área urbana. Los estudiantes del establecimiento son el principal grupo objetivo y a quienes se dirigirá el proyecto, esto significa que se estará creando conciencia y educando a los estudiantes acerca del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, y a la vez ellos mismos estarán transmitiendo sus conocimientos a gran parte de la población del área urbana del municipio de Comapa.

MAGNITUD



2.3.2 Vulnerabilidad. La falta de conciencia y educación ecológica genera niveles altos de impacto negativo y contaminación ambiental, específicamente dentro de las instalaciones del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida. Ante la carencia de material de comunicación y diseño, existe en los estudiantes mucha desinformación acerca del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, por ende, se ausenta en cada uno de ellos la práctica de hábitos ecológicos, generando niveles altos de contaminación, no solo dentro del establecimiento, sino en los lugares donde ellos se desenvuelven cotidianamente.

Los desechos sólidos son imposibles de evitar, diariamente se desecha todo tipo de materiales, si bien sabemos, es algo que forma parte de una sociedad, pero esto no significa que no puede hacerse nada por reducir la contaminación ocasionada por los desechos sólidos.

2.3.3 Trascendencia. El proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente, busca generar impacto en aproximadamente 150 estudiantes y 100 familias de la población comapense. Por medio de los materiales de comunicación y diseño se obtendrá educación ecológica y disminuirán los niveles de contaminación.

2.3.4 Factibilidad. El proyecto del reciclaje adecuado y cuidado del medio ambiente es factible, pues tendrá el apoyo necesario de las autoridades educativas de la institución, así como el personal docente y administrativo del mismo. Para la realización exitosa del proyecto, se analiza una serie de recursos, que son acordados conjuntamente con las autoridades de la institución.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La institución cuenta con personal altamente calificado y capacitado para colaborar arduamente con el proyecto, el equipo de trabajo se desenvuelve con las habilidades y experiencia necesaria para las distintas funciones que les fueren asignadas. También se cuenta con el apoyo que sea necesario de parte de Armando Rodríguez, Gerente General de la institución, en cuanto a capital humano y demás recursos.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, autoriza al Director y personal administrativo a brindar toda la información de la institución que sea necesaria para llevar a cabo este proyecto, se necesitará cualquier

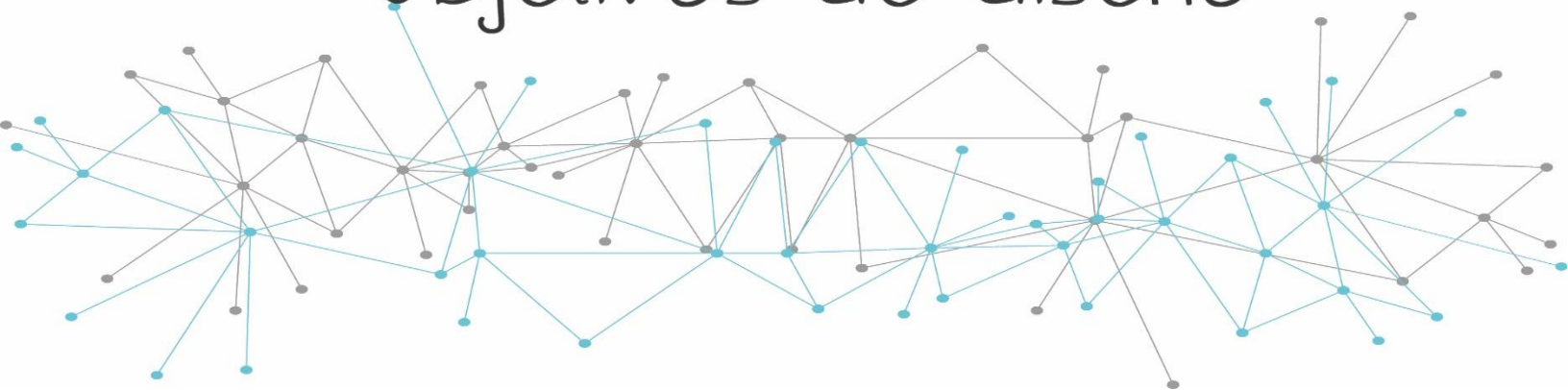
dato importante que confiera a recursos organizacionales del establecimiento educativo.

2.3.4.3 Recursos Económicos. El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, cuenta con los recursos necesarios para la ejecución de este proyecto. Si por alguna circunstancia interna, los recursos económicos se ven en riesgo, la institución cuenta con empresas enlazadas que dispondrán de todo el apoyo que se requiera.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. La institución cuenta con equipo tecnológico básico para realizar el proyecto, así como software adecuado para todo lo concerniente a diseño; para el mismo se utilizarán Adobe Illustrator, Photoshop e InDesign.

CAPÍTULO III

Objetivos de diseño



CAPÍTULO III: Objetivos de Diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar material gráfico para promover el reciclaje y cuidado del medio ambiente, en los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida del municipio de Comapa, Departamento de Jutiapa.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Investigar los conceptos básicos de diseño publicitario para fundamentar el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente, dirigido a los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida del municipio de Comapa, departamento de Jutiapa.

3.2.2 Recopilar información acerca de la educación, el reciclaje y el cuidado del medio ambiente, para concienciar a los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida del municipio de Comapa, departamento de Jutiapa.

3.2.3 Seleccionar la información necesaria acerca del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para utilizarla en los materiales gráficos que se elaborarán como herramientas educativas para los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida.

3.2.4 Ilustrar con dibujos cada pieza grafica del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para darlo a conocer a los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida.

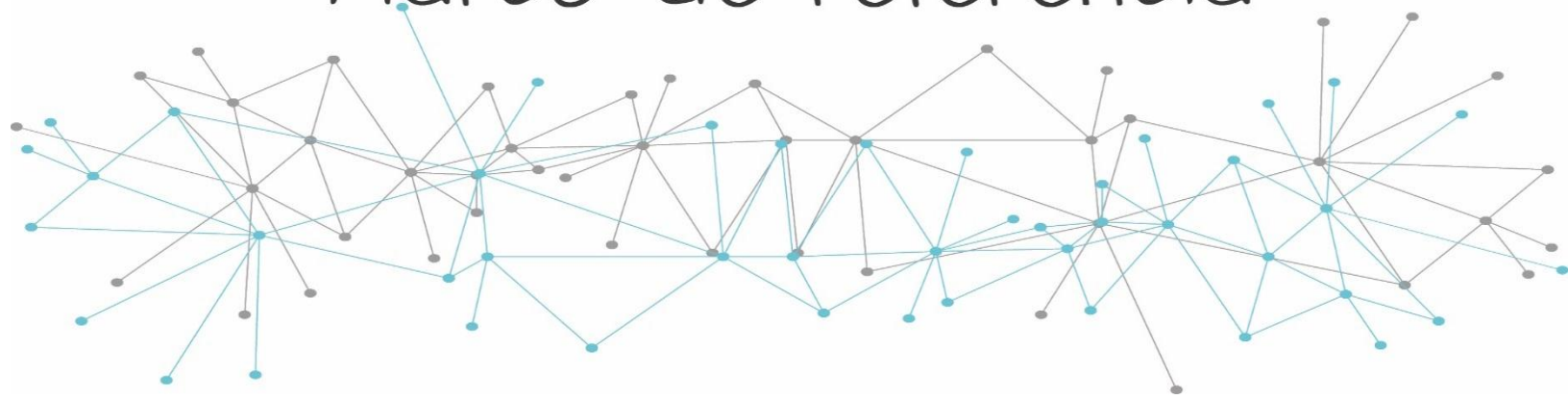
3.2.5 Unificar los elementos gráficos que se utilizarán en cada pieza, para facilitar la comprensión en los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida.

3.2.6 Diagramar los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para presentarlo y lograr un cambio de actitud en los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida.

Ver anexo C: Tabla de desarrollo de objetivos

CAPÍTULO IV

Marco de referencia



CAPÍTULO IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente

El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida es una institución educativa ubicada en el municipio de Comapa, departamento de Jutiapa. Fundada el 26 de noviembre de 1997, según resolución No. 184 – 97, teniendo hasta hoy, 17 años de funcionamiento. Por sus salones han pasado más de 3,000 alumnos de dicho municipio; es una institución educativa de nivel primario, enfocada en promover los valores fundamentales en la sociedad, principalmente en el municipio de Comapa; el Gerente General del colegio es el Licenciado Armando Rodríguez, con domicilio en el mismo municipio y número de teléfono 50171001.

4.1.1 Misión. Formar personas íntegras, competentes y comprometidas con Dios, consigo mismas y con la sociedad, a través de un sistema educativo fundamentado en la palabra de Dios y buenos valores, de calidad, accesible a todos y sostenible.

4.1.2 Visión. Ser una institución educativa basada en el cristianismo, reconocida municipalmente por su calidad humana y su alto rendimiento académico.

4.1.3 Organigrama.



4.1.4 FODA.



EXPLICACIÓN: En el FODA se puntualizan los aspectos más importantes que forman parte de la institución, estos pueden ser tanto negativos como positivos. En negativos se mencionan debilidades y amenazas, en positivos se mencionan las fortalezas y oportunidades. Aunque ciertos aspectos sean negativos, pueden convertirse en positivos, en este caso se convertirán las debilidades en fortalezas.

Las debilidades del colegio son la falta de equipo tecnológico, ausencia de departamento de comunicación y falta de publicidad, estos aspectos negativos se podrán convertir en fortalezas

a mediano plazo, por medio de la adquisición de equipo tecnológico para crear un departamento de comunicación y así realizar la publicidad que sea necesaria en el colegio y las actividades que el mismo realice.

Ver anexo D: FODA

4.1.5 BRIEF.

4.1.5.1 DATOS DEL ESTUDIANTE.

Nombre del estudiante: Wenderly Birzabith Najarro Contreras

No. De Carné: 13002939

Celular: 54968181

Email: wnajarro20_94@hotmail.com

Proyecto: Diseño de material gráfico educativo para incentivar la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, dirigido a los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida. Comapa, Jutiapa, Guatemala 2018.

4.1.5.2 DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA).

Nombre del cliente (empresa): Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida

Dirección: Entrada principal, Comapa, Jutiapa, Guatemala

Email: mdevidaComapa@gmail.com

Tel: 50171001

Contacto: Armando Rodríguez

Celular: 56727734

Antecedentes: El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida es una institución educativa ubicada en el municipio de Comapa, departamento de Jutiapa. Fundada el 26 de noviembre de 1997, según resolución No. 184 – 97, teniendo hasta hoy, 17 años de funcionamiento. Por sus salones han pasado más de 3,000 alumnos de dicho municipio; es una institución

educativa de nivel primario, enfocada en promover los valores fundamentales en la sociedad, principalmente en el Municipio de Comapa.

Oportunidad identificada: El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida no cuenta con material gráfico que motive a practicar el reciclaje y cuidar el medio ambiente, debido a la ausencia de esta práctica se identificó la oportunidad de incentivar a los estudiantes a actuar de manera ecológica.

Misión: Formar personas íntegras, competentes y comprometidas con Dios, consigo mismas y con la sociedad, a través de un sistema educativo fundamentado en la palabra de Dios y buenos valores, de calidad, accesible a todos y sostenible.

Visión: Ser una institución educativa cristiana evangélica, reconocida municipalmente por su calidad humana y su alto rendimiento académico.

Delimitación geográfica: Municipio de Comapa, Jutiapa

Grupo objetivo: Niños de 4 a 14 años de edad

Principal beneficio al grupo objetivo: Educación de calidad y valores espirituales y morales.

Competencia: Colegio de Superación Integral CSI - Escuela Rural Mixta Silvia Rivera de García

Posicionamiento: Nivel alto de posicionamiento, siendo el colegio con más experiencia en el municipio.

Factores de diferenciación: Infraestructura, experiencia en educación, personal altamente calificado, seguridad, ambiente agradable, formación a base de valores espirituales y morales, ubicación geográfica.

Objetivo de mercadeo: Dar a conocer la importancia del reciclaje y cuidado del medio ambiente, y así lograr un cambio de actitud y conciencia en las personas a quienes va dirigido el mensaje.

Objetivo de comunicación: Informar y educar al grupo objetivo sobre la importancia del reciclaje y cuidado del medio ambiente, de manera gráfica y entretenida para mejor y mayor comprensión.

Mensajes claves a comunicar: Reciclaje adecuado de los desechos, cuidado del medio ambiente, conciencia, educación y hábitos ecológicos.

Estrategia de comunicación: Informar y educar de manera entretenida y muy gráfica al grupo objetivo que son niños, evitando el uso excesivo de texto, solo lo necesario para completar el mensaje.

Reto de diseño y trascendencia: Ser aceptado e implementado en el diario vivir de los estudiantes y lograr un cambio de actitud en ellos y en las personas a quienes transmitirán el mensaje.

Materiales a realizar: Afiches, volantes, trifoliar, valla publicitaria, anuncio para Facebook, separador y stickers.

Presupuesto: El colegio cuenta con los recursos necesarios para la ejecución de este proyecto.

4.1.5.3 DATOS DEL LOGOTIPO.

Colores: Los colores corporativos oficiales son el verde y el blanco. En el logotipo predominan los colores en tonos azules, el color verde, el amarillo, el blanco y el negro.

Tipografía: La tipografía utilizada en los textos que incluye el logotipo es “Another Typewriter”. Esta fuente se posiciona dentro de la familia Serif.

Forma: El logotipo está compuesto por formas onduladas que entre, montañas, agua, montes, nubes y hojas conforman un paisaje, el mismo hace alusión al nombre “Manantial de Vida”.

LOGOTIPO



Ver anexo E: Brief

CAPÍTULO V

Definición del grupo objetivo



CAPÍTULO V: Definición del Grupo Objetivo

El grupo objetivo de este proyecto está conformado por los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, del municipio de Comapa, Jutiapa, Guatemala.

5.1 Perfil geográfico

Guatemala cuenta con una densidad poblacional de 16,969,612 habitantes, según datos del INE (Instituto Nacional de Estadística). Guatemala está conformada por 22 departamentos y 333 municipios. El grupo objetivo del proyecto está ubicado en el municipio de Comapa, departamento de Jutiapa, Guatemala.

El municipio de Comapa se encuentra habitado en el área urbana por 2,067 personas; incluyendo a sus aldeas, la densidad poblacional asciende a 36,826 habitantes. En dicho municipio se encuentra ubicado el Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, Institución donde se realizará el proyecto, el mismo conformado por 130 estudiantes, quienes son el principal grupo objetivo.

5.2 Perfil demográfico

Según estudios realizados por la municipalidad de Comapa, el nivel socioeconómico de los niños del área urbana es medio y alto, siendo estos mismos niños en su mayoría estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida. Su educación es completamente apoyada por los padres de familia, la mayoría pertenecientes a núcleos familiares completos.

El género es masculino y femenino, edades comprendidas desde los 4 a 14 años. En cuanto a ciclo de vida, habitan en viviendas del área urbana rentadas o propias, barrios y

colonias populares. Es muy común que en cada núcleo familiar posean vehículos y cuenten con servicio doméstico, poseen todos los artículos necesarios para el hogar, como televisión, estufa, refrigeradora, lavadora, entre otros; envían a sus hijos a centros educativos de prestigio y algunas familias acostumbran a viajar.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL C
EDUCACIÓN	Primaria próxima a culminar este año, primaria en desarrollo.
DESEMPEÑO	Estudiantes
VIVIENDA	Casa/departamento rentado o propio, 1-2 recamaras, 1-2 baños, sala y cocina
PERSONAL DE SERVICIOS	Por día o empleada doméstica tiempo completo.
EDUCACIÓN GRUPO	Hermanos en colegio privado o universidades privadas.
POSESIONES (PADRES)	Auto compacto de 4-5 años o auto financiado, moto.
BIENES DE COMUNIDAD	Electrodomésticos básicos, 2-3 celulares, un teléfono de casa, cable, 1-2 Tv
DIVERSIÓN	Cine, centros comerciales, parques temáticos o locales, viajes.

La educación del grupo objetivo es primaria próxima a culminar y primaria en desarrollo, se desempeñan como estudiantes y habitan en casas o departamentos rentados o propios con 1-

2 recamaras, 1-2 baños, sala y cocina. En cuanto a personal de servicios, cuentan con empleada doméstica, por día o tiempo completo. En el área de educación cuentan con hermanos en colegios privados o en universidades privadas, los padres cuentan con auto compacto de 4-5 años, moto o auto financiado. Poseen bienes de comunidad como electrodomésticos básicos, 2-3 teléfonos celulares, un teléfono de casa, cable y 1-2 televisores. Encuentran la mayor parte de su diversión en centros comerciales de las ciudades, parques temáticos o locales y viajes.

Ver anexo F: Tabla de niveles socioeconómico 2009/Multivex

5.3 Perfil psicográfico

Los niños se dedican a descansar y a estudiar, hay muy poco trabajo infantil. La mayoría de niños cuentan con ambos padres, algunos con hermanos y otros no. Sus padres son personas responsables y cuidadosos con la educación de sus hijos, a la vez son exigentes en algunos aspectos, la mayoría de padres de familia son profesionales, en su mayoría maestros. Existen padres que se mantienen ausentes de las actividades de sus hijos debido a que algunos cuentan con trabajos de tiempo completo, y por lo mismo tienden a descuidar sus hábitos y educación.

5.4 Perfil conductual

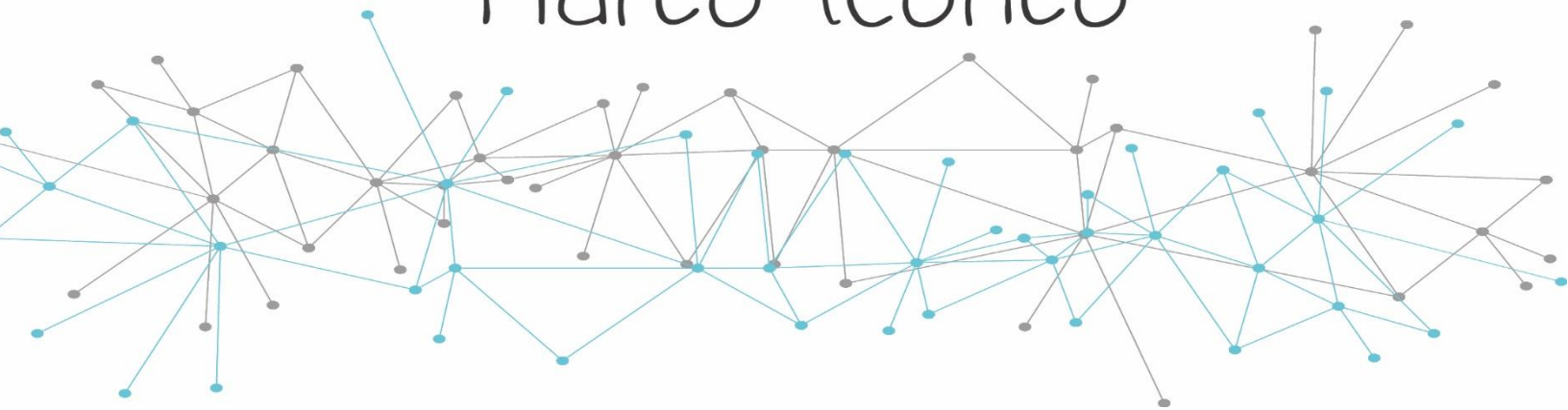
Los estudiantes están poco familiarizados con los conceptos de reciclaje y cuidado del medio ambiente, aunque han escuchado y han sido educados por sus maestros con significados básicos, estos no se han puesto en práctica. Los niños son personas flexibles en cualquier tema que quiera tratarse con ellos, la conducta y nivel intelectual de la mayoría está entre medio y alto, son dóciles al momento de involucrarlos en cualquier actividad que

se realice en el colegio, y en el grupo de estudiantes predominan los temperamentos colérico y sanguíneo.

Ver anexo G: Encuesta de perfiles psicográfico y conductual

CAPÍTULO VI

Marco teórico



CAPÍTULO VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.2 Colegio. Según el sitio web (Conceptos, 2017) colegio designa a una agrupación de alumnos y docentes que se reúnen en un establecimiento con el fin de aprender y enseñar diferentes asignaturas, artes u oficios, con autoridades y reglamento propio. Pueden ser públicos o privados, aunque para los establecimientos públicos se prefiere la denominación de escuela; para niños o para adultos, instruyendo enseñanza básica y secundaria, pero no universitaria ni superior; distinguiéndose además, los confesionales de los laicos.

Para (Ceruti, 2016) la escuela privada es aquella que se finanza y se administra por entidades privadas, sea cuál sea su índole. Por este motivo, tienen cierta libertad de enseñanza y horario, pero tienen que enmarcarse dentro de la normativa estatal respecto a todos los colegios.

(Valentina Torres Septién) autora del libro Educación Privada en México, comparte que el concepto de educación particular empieza a adquirir sentido más por razones de pertenencia a un estrato social determinado que sólo por cuestiones ideológicas. Estos establecimientos se consideran entonces como escuelas privadas, las escuelas privadas se distinguen, sobre todo las dirigidas a los sectores económicos privilegiados, por desarrollar métodos educativos autónomos, en ocasiones comunes a un grupo de ellas, en otros enteramente propios.

- Colegio es una institución educativa del sector privado, encargada de brindar educación en cualquier nivel que se desenvuelvan, estos pueden ser nivel pre primario, primario, básico o diversificado. Una de las características que diferencian a un Colegio de una Escuela, es que la Escuela suele ser una institución pública, financiada por el estado, mientras un Colegio es pagado mensualmente por padres de familia o encargados.

6.1.3 Institución educativa. De acuerdo al sitio web (www.mineducacion.gov.co) institución educativa es un conjunto de personas y bienes promovidos por las autoridades públicas o por particulares, cuya finalidad será prestar un año de educación preescolar y nueve grados de educación básica como mínimo y la media.

(Fernandez, 1994) Autora del libro *Dinámicas Institucionales en Situaciones Críticas*, comparte que, institución educativa se trata de un conjunto de órdenes que promueven la enajenación del individuo en las características de su grupo y lo empujan a una inserción cultural prefijada a su deseo, pero que al mismo tiempo al basarse en la transmisión de conocimientos, entrega la llave para acceder a la conciencia de la individuación.

(Hemel Santiago y José Rodríguez, 2016) En su libro *Manual de Gestión y Administración educativa* definen la institución educativa como un conjunto de personas y bienes promovidos por las autoridades públicas o particulares, con el fin de prestar la educación preescolar, básica y media, y las que no ofrecen este en su totalidad se denominan centros educativos los cuales se deben asociar con otras instituciones educativas para ofrecer el ciclo formativo completo.

- Una institución educativa puede referirse a cualquier tipo de grupos que tienen un fin educativo. En este caso, institución educativa es un grupo de niños, adolescentes o adultos, dirigidos por autoridades del sector público o privado, con el fin de brindar educación durante un ciclo completo, durante 10 años, y los que el educando decida sumar en diversificado.

6.1.4 Sistema educativo. La expresión sistema educativo es empleada por (Coombs, 1971) abarcando tanto la enseñanza formal como la informal, en cuanto esfuerzo educativo organizado, sin tener en cuenta cómo deben ser financiadas y administradas dichas actividades. Un sistema educativo se muestra como un "conjunto de factores intrínsecos que están sujetos a un proceso destinado a conseguir una determinada producción, que se propone satisfacer los objetivos del sistema".

El sitio web (www.definicionabc.com) expone que el sistema educativo es una creación del ser humano que tiene como objetivo principal permitir que una gran parte de la sociedad, si no toda, reciba el mismo tipo de educación y formación a lo largo de su vida. Se trata de la estructura general a través de la cual se organiza formalmente la enseñanza de una determinada nación.

(María Beatriz Díaz y Alicia Masaútis 2011) en el libro *Definiciones referidas a la estructura del Sistema Educativo*, presentado por el Ministerio de Educación en Paraguay, explican que el sistema educativo es el conjunto organizado de servicios y acciones educativas llevados a cabo por el Estado (nacional, provincial o municipal) o reconocidos y supervisados por él a través de los Ministerios de Educación (u organismos equivalentes) en función de una normativa nacional, provincial o

municipal. El sistema educativo comprende los niveles de enseñanza y otros servicios educativos. A su vez, éstos se organizan en distintas modalidades educativas.

- Un sistema educativo como anteriormente se menciona es un conjunto de servicios organizados por el estado, todos con fines educativos, estos mismos se ejecutan para formar y educar a una persona.

6.1.5 Sostenibilidad. (Bybee, 1991) Comparte que el concepto sostenibilidad surge por vía negativa como resultado de los análisis de la situación del mundo, que puede describirse como “emergencia planetaria”. Como una situación insostenible que amenaza gravemente el futuro de la humanidad.

Según el sitio web (oxfamintermon.org) La sostenibilidad se refiere, por definición, a la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social. De aquí nace la idea del desarrollo sostenible, como aquel modo de progreso que mantiene ese delicado equilibrio hoy, sin poner en peligro los recursos del mañana.

(Gro Harlem Brundtland, 1986) En el libro *Nuestro Futuro Común*, define sostenibilidad como “Desarrollo sustentable es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades”.

- Puede decirse que sostenibilidad es estar en buenas condiciones en distintos aspectos, tales como el desarrollo, el cuidado del medio ambiente y todo lo

que engloba a un país sostenible. Es la satisfacción de las necesidades del mundo actual y procurar que esto perdure para el futuro.

6.1.6 Cristianismo. El sitio web (www.significados.com) expone que el cristianismo es una de las tres religiones monoteístas que existen en el mundo hoy en día. Tiene como base y fundamento las enseñanzas de Cristo. El cristianismo primitivo nace como una corriente de la religión judaica en el año I a. de C., con el nacimiento de Jesús de Nazaret en Judea (actualmente Israel).

El sitio web (deconceptos.com) explica que el cristianismo es una religión monoteísta (creencia en un único Dios) al igual que el judaísmo y el Islam, que se basa en la creencia de que Cristo o Mesías, es el hijo de Dios, que vino a la Tierra para redimir a los mortales, y toma a sus enseñanzas como guía espiritual de sus fieles, a quienes se les llama cristianos, por ser seguidores de Cristo, que significa Mesías o enviado del Creador. Estas enseñanzas, y la vida, muerte y resurrección de Cristo, están contenidas en el Evangelio o Nuevo testamento, a través de los dichos de sus apóstoles.

(Karl Kautsky) en su libro Orígenes y Fundamentos del Cristianismo, puntualiza que el cristianismo en sus principios era, sin duda alguna, un movimiento de las clases empobrecidas de los más variados tipos, que pueden denominarse por el término común de "proletarios", siempre que esta expresión no se entienda como significando solamente a los trabajadores asalariados.

- El cristianismo es una religión conocida desde muchos siglos atrás, dentro de esta religión se imparten diferentes enseñanzas, como la resurrección de

Cristo y el principal libro que es la Biblia. Cabe destacar que el cristianismo es una de las religiones con más seguidores en el mundo.

6.1.7 Valores. (Rokeach, 1992) considera los valores como “una ciencia relativamente permanente en que un modo de conducta particular o un estado de existencia es personal y socialmente preferible a modelos alternos de conducta o estados de conciencia”.

De acuerdo al sitio web (elvalordelosvalores.com) Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud. Nos proporcionan una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos. Reflejan nuestros intereses, sentimientos y convicciones más importantes.

(TIEMPO, 2002) En su libro de los Valores, explica que la palabra valor viene del latín valor, valere (fuerza, salud, estar sano, ser fuerte). Cuando decimos que algo tiene valor afirmamos que es bueno, digno de aprecio y estimación. En el campo de la ética y la mora, los valores son cualidades que podemos encontrar en el mundo que nos rodea. En un paisaje, por ejemplo (un paisaje hermoso), en una persona (una persona solidaria), en una sociedad (una sociedad tolerante), en un sistema político (un sistema política justo), en una acción realizada por alguien (una acción buena), y así sucesivamente.

- Es bien conocido que los valores son un conjunto de principios que una persona posee y de ellos se deriva su comportamiento; forman parte importante en un ser humano, pues por estos se conoce a un niño, adolescente o adulto en diferentes aspectos.

6.1.8 Sociedad. El sociólogo (Marx, 1818-1883) fundamenta que la Sociedad es un conjunto de relaciones que conforman la base real o infraestructura, basada en el conflicto económico entre los capitalistas y el proletariado, que determinan la superestructura. Para Marx la economía es la base de la sociedad. Para que hubiese un cambio social, se ha de producir una lucha dialéctica. Las sociedades evolucionan porque existe un conflicto. Dentro del capitalismo, existe una lucha entre los capitalistas y el proletariado.

El sitio web (conceptodefinicion.de) comparte que una sociedad es un conjunto de seres vivos los cuales con un poco o suficiente conciencia, se reúnen con el fin de crear estrategias o mantener un orden relativo de las decisiones o planteamientos con el fin de cumplir un objetivo común.

El libro del Ser humano, sociedad y cultura de la (UNAM) concreta que la sociedad es el conjunto organizado de individuos que viven establemente diversos tipos de relación en un tiempo y espacio determinados, en donde el derecho es un aspecto de la sociedad, uno muy importante, aunque no equivale a la totalidad de la sociedad, pues existen otro tipo de relaciones (económicas, sociales, políticas, culturales, etcétera) y de normas diferentes a las jurídicas (religiosas, morales, de trato social, costumbres, entre otras).

- El término Sociedad, se refiere a un conjunto de personas que poseen tradiciones y costumbres comunes, comparten el mismo territorio, comportamiento y cultura. Este término se asemeja también a colectividad.

6.1.9 Integridad. El sitio web (www.definicionabc.com) detalla que la palabra integridad presenta un uso amplio y extendido en nuestro idioma. Cuando se quiere expresar la totalidad o la plenitud que presentan algo o alguien se usa el término integridad para dar cuenta de ello. Si el concepto lo aplicamos a una cosa u objeto querremos indicar con el que ese objeto se encuentra conformado por todos sus elementos no faltando ninguno y en correcta función. Mientras tanto, como veremos seguidamente, si lo aplicamos sobre un individuo podremos hacer referencia a la corrección y probidad que posee.

(Stanford Orth) especifica la palabra integridad como “la calidad de la consecuencia y sinceridad, sin decepción o pretensión”. Una de las definiciones en otro diccionario es “la calidad o estado de ser de principios morales sanos; rectitud, honestidad, y sinceridad”. El sentido más fundamental de esta palabra es “ser entero”. Es decir, la persona es entera y unida en lo que es, lo que cree, lo que dice y lo que hace. No existe discrepancia entre lo que una persona con integridad aparenta por fuera y lo que es adentro. Entonces, en la vida del cristiano, la integridad es vivir lo que decimos que somos y creemos, según las Escrituras.

(Albert Casalmiglia) en su libro El concepto de integridad en Dworkin, expone que una sociedad democrática está bien diseñada si responde a la virtud de la integridad. Una primera intuición de lo que Dworkin entiende por integridad puede expresarse

acudiendo el lenguaje ordinario. En el lenguaje natural decimos que una persona es íntegra moralmente cuando obra conforme a principios. La virtud de la integridad supone no sólo la existencia de unos principios, sino también su organización coherente. Dworkin sugiere tratar a la comunidad como si fuera una persona moral.

- La integridad, independientemente del ámbito en que se aplique, se refiere a algo correcto, completo, verídico, funcional, entre otras cualidades. Si se habla de una persona íntegra, se pueden señalar los valores morales, como la honestidad, responsabilidad y sinceridad, dichos valores van enlazados con la integridad.

6.1.10 Competente. Según el sitio web (www.definicionabc.com) una persona competente es aquella que pone en práctica competencias específicas que muestran su aptitud para ese fin. Por ejemplo, cuando una empresa abre un proceso de selección para elegir al candidato más indicado para un puesto de trabajo, las entrevistas de trabajo, las pruebas situacionales y los test psicotécnicos están orientados a elegir al candidato más competente, aquel que tiene una formación profesional y una experiencia laboral adecuada para el desempeño del puesto de trabajo. El candidato elegido es el más competente.

(Aracely Pastrana) detalla que una persona competente es quien sabe cómo se hace algo, sabe hacerlo y le gusta hacerlo o al menos lo hace con ética. Es decir, no basta con saber cosas sino con saber para qué son, para qué sirven, en qué se usan. Una persona competente se ha preparado para dominar el desempeño de una tarea y en su ejecución pasa por el tamiz de sus valores personales.

(Martin Mulder) en su libro *La esencia y la utilización del concepto en la formación profesional inicial y permanente*, expone que el concepto de competencia ha acaparado una gran atención en las últimas décadas. Algunos académicos opinan que no es un concepto necesario, porque el vocabulario para describir, planificar, instrumentar y evaluar la educación y formación (profesional) ya es suficiente; otros no observan una excesiva proliferación del mismo o bien piensan que el desarrollo de las competencias es difícil de medir. Muchas de estas consideraciones dependen del contexto en el que los escépticos realizan sus investigaciones.

- La palabra competente es claramente aplicable a una persona competente, cuyo significado es la posesión de habilidades, cualidades y conocimientos que hacen que un ser humano sobresalga de las demás personas. Comúnmente una persona competente es una persona preparada, emprendedora, visionaria y profesional en distintas áreas.

6.1.11 Calidad. (J. M. Juran, 1993), define qué Calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes, además calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente.

(Ministerio de Fomento) Puntualiza en su libro *CALIDAD Nivel 1*, que calidad es la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, y cumplir con las especificaciones con la que fue diseñado.

Según el sitio web (www.Significados.com) La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de calidad. Calidad es un concepto subjetivo. La calidad está relacionada con las percepciones de cada individuo para comparar una cosa con cualquier otra de su misma especie, y diversos factores como la cultura, el producto o servicio, las necesidades y las expectativas influyen directamente en esta definición.

- El término Calidad, se refiere resumidamente a hacer las cosas de la mejor manera posible, cuando se trata de una empresa, esta debe tener como principal objetivo, brindar servicios o productos de calidad y sin errores, y así satisfacer las necesidades de sus clientes.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Publicidad. La (Editora Educativa de Guatemala. p.4), en su libro de publicidad del Ciclo de educación diversificada, explica que la publicidad es el conjunto de técnicas y recursos destinados a llamar la atención, despertar la curiosidad, crear el interés, suscitar el deseo y mover a la aceptación o adquisición de un producto o servicio.

De acuerdo al sitio web (www.crecenegocios.com, 2014) La publicidad es una técnica de promoción o comunicación que consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso, a través del uso de una comunicación y medios

impersonales, es decir, a través de una comunicación y medios que van dirigidos a varias personas a la vez.

(Philip Kotler) Define publicidad como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado.

- La publicidad es básicamente, una manera efectiva del área de comunicación, dedicada a persuadir y motivar a diferentes grupos de personas para consumir productos o bien, aceptar de manera favorable el mensaje que se transmite.

6.2.1.2 Comunicación. Según (William Werther) Comunicación es la transferencia de información y comprensión de una persona a otra. Es el modo de llegar a otros con ideas, datos, pensamientos y valores. Se trata de un puente de significado entre las personas, para que puedan compartir lo que conocen y siente.

Francisco Javier Garrido, en su libro (Comunicación de la Estrategia. p.2) Expone que la comunicación es un proceso continuo e interactivo, en el que se deben producir espacios de sintonía entre los involucrados o transceptores en lenguaje comunicacional.

El sitio web (www.promonegocios.net), en su artículo ¿Qué es comunicación? escrito por Thompson 2008, concreta que la comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

- La comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten ideas, información y conocimientos de una persona a otra. Viéndolo desde otra perspectiva, la comunicación es utilizada para transmitir mensajes, ideas, valores y datos a la sociedad en general, o a grupos específicos como mercado meta.

6.2.1.3 Comunicación social. Maletzke, en su libro (Sociología de la comunicación social. p. 17) especifica que desde el punto de vista externo se entiende por comunicación social los procesos que se hallan al alcance de los medios de información; prensa, cine, radiodifusión y televisión, no obstante que en este punto no se llega todavía a un acuerdo de si también deban clasificarse otras formas de periodismo, tales como hojas volantes, tiras cómicas, discos, etc., bajo el concepto general de “comunicación social”.

De acuerdo al sitio web (www.ecured.cu) Comunicación social es el proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria.

El sitio web (www.inventaria.wordpress.com) define Comunicación Social como “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”. Esta definición integra una infinidad de actividades y mundos de conocimiento, como por ejemplo, el Diseño Social.

- Puede mencionarse que la comunicación social se enfoca de manera personalizada en la sociedad o ciertos grupos sociales, esta posee funciones para lograr cambios significativos en los seres humanos, por ejemplo, el cambio climático, el cuidado del medio ambiente y muchos otros temas que pueden lograr avances en la sociedad.

6.2.1.4 Emisor. La Universidad Interamericana para el Desarrollo, en su manual de (Comunicación. p. 3) comparte que el emisor puede identificarse como fuente, es quien emite el mensaje, los datos o información que se quieren comunicar. El emisor utiliza un código para elaborar sus mensajes, como un idioma, el lenguaje de señas, las notas musicales, el lenguaje de programación web, etc.

En el sitio web (www.portaleducativo.net) se explica que el emisor es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona, constituye la fuente y el origen de lo que se pretende comunicar.

El sitio web (www.escolares.net) comparte que el emisor es quien envía un mensaje a otro u otros, con una intención comunicativa, utilizando un código compartido con el receptor y, en un contexto determinado.

- El emisor es la persona que transmite el mensaje que se quiere dar a conocer, aunque no precisamente puede ser una persona, como emisor se puede mencionar cualquier otra fuente que desde donde se origina el mensaje que se pretende comunicar.

6.2.1.5 Receptor. La Universidad Interamericana para el Desarrollo, en su manual de (Comunicación. p. 3) puntualiza que el receptor es quien recibe la información, a quien va dirigido el mensaje. El receptor debe conocer el código del mensaje para entenderlo adecuadamente.

El sitio web (www.sinaps.com) Expone que el receptor es el que recibe la información transmitida. Al igual que el emisor, puede ser desde una máquina, hasta un individuo o grupo de personas.

De acuerdo al sitio web (www.escolares.net) El receptor o destinatario, es quien recibe el mensaje enviado por el emisor y tiene la responsabilidad de entregar una respuesta. Esta, puede ser oral o escrita y además, puede ser verbal o no verbal. Una acción, también, es considerada un modo de respuesta.

- El receptor es quien recibe el mensaje que se está comunicando, como sucede con el emisor, este puede ser una persona, una maquina o cualquier grupo objetivo al que se pretende llegar.

6.2.1.6 Canal. En el manual de (Comunicación. p. 3) de la Universidad Interamericana para el Desarrollo, se detalla que el canal es el medio o soporte por el que circula el mensaje. Varía dependiendo de las condiciones en que se produce la transmisión de la información, por ejemplo, en el caso de una conversación, el canal del mensaje es el aire por el que viajan las ondas sonoras de la voz del emisor hasta el oído del receptor; pero en el caso de un email entre dos amigos, el canal de comunicación será la Internet. En cualquier caso la conexión entre emisor y receptor se establece a través de un canal específico.

Según el sitio web (www.portaleducativo.net) el canal es el medio físico por el que se transmite el mensaje, como internet, teléfono, la voz (canal acústico), dibujos y letras (canal visual), entre otros.

El sitio web (www.sinaps.com) explica que el canal es el conducto por el que se transmite la información, y que el receptor percibe para captar el mensaje. A través de los sentidos, el receptor recibirá la información. Por lo que es importante que éste se encuentre en ese canal. Existen dos tipos de canales: medios naturales (la luz o el aire) o medios técnicos (radio, internet, papel, etc).

- Cualquier acción entre el emisor y receptor, necesita de un canal para transmitir el mensaje, si se necesita enviar un mensaje de algún producto de alimentos a su grupo objetivo, se puede utilizar como canal las vallas publicitarias, medios televisivos, radiales, entre otros; así mismo con cualquier mensaje que se pretenda comunicar.

6.2.1.7 Medios. El libro (Editora Educativa de Guatemala. p.31), concreta que se denominan medios a todos y a cualquier elemento que vehiculiza los mensajes comerciales, anuncios o propagandísticos, creados por la tecnología.

El sitio web (www.banrepcultural.org) expone que los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales.

Según el sitio web (www.unwomen.org) los medios de comunicación son importantes canales para transmitir información en una sociedad. Sus mensajes pueden alterar o fortalecer las costumbres y el comportamiento social, y movilizar a los ciudadanos para adoptar medidas progresistas.

- Los medios son herramientas de comunicación para transmitir mensajes, siendo algunos de estos, la televisión, radio, impresos, digitales, audiovisuales, visuales. Algunos de estos se utilizan de forma directa al mercado meta que se pretende llegar, con mensajes directos y objetivos.

6.2.1.8 Publicidad directa. El libro (Editora Educativa de Guatemala. p. 6) explica que se hace una publicidad directa cuando una vez seleccionado su mercado meta, el cliente determinado, la empresa o al consumidor en sí, se le hacen llegar mensajes personales, cartas comerciales, circulares, prospectos, y otras formas de publicidad directa.

El sitio web (www.socialitic.com) fundamenta que la publicidad directa es toda aquella que busca unos resultados directos, rápidos, incitando al público a consumir o a tener el deseo de ello. Por tanto la publicidad directa busca, como las empresas de publicidad directa, resultados rápidos y a corto plazo, lo que implica un mayor grado de exigencia por parte de los clientes. Es una publicidad en busca de resultados como pocas otras.

De acuerdo al sitio web (campaneapublicitaria.blogspot.com) la publicidad directa es un conjunto de técnicas y de medios empleados, para entrar individual y directamente (sin intermediarios) en contacto con el consumidor potencial a fin de venderle un producto o servicio.

- La publicidad directa, como la misma palabra lo indica, es un tipo de publicidad que busca tener contacto personalizado con el mercado meta, pretende llegar a las personas sin intermediarios para obtener resultados rápidos y favorables.

6.2.1.9 Función informativa. El sitio web (www.mentesalternas.com) explica que la función informativa es la transmisión y recepción de la información por medio de cualquier sistema de signos que caracterizan a la comunicación.

En el sitio web (www.gestiopolis.com) se detalla que a través de la función informativa se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como se propicia la formación de habilidades, hábitos y convicciones. Avisos, datos, conceptos y otros muchos elementos que el hombre necesita para su existencia, tanto de carácter utilitario como emocional, se satisfacen por medio de la función informativa de la comunicación.

El libro (Manual de comunicación para estudiantes universitarios, 2009) expone que la función informativa tiene que ver con la transmisión y recepción de la información, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.

- La función informativa trata proporcionar datos, ideas, conceptos y muchos conocimientos que son de utilidad para el ser humano, esta función está dispuesta a aportar nueva información de cualquier carácter que el individuo necesite.

6.2.1.10 Función reguladora. Según el libro (Manual de comunicación para estudiantes universitarios, 2009) la función reguladora tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorregular y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo.

De acuerdo al sitio web (www.gestiopolis.com) la función reguladora influye en la marcha del proceso y está en dependencia de la efectividad de la informativa y de la afectiva-valorativa. Por ejemplo, una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarla, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucesivo.

El sitio web (www.mentesalternas.com) comparte que la función reguladora tiene que ver con la regulación de las conductas de las personas con respecto a sus semejantes, un claro ejemplo es cuando se realiza una crítica.

- La función reguladora dentro de la comunicación, hace énfasis en el comportamiento de los seres humanos con las personas o grupos que le rodean y forman parte de su entorno, y así mismo de la manera en que el individuo acepta o rechaza la conducta de sus semejantes.

6.2.1.11 Motivación. El libro (Manual de comunicación para estudiantes universitarios, 2009) explica que la motivación se realiza en el sentido que esclarece a los empleados qué es lo que debe hacer, si se están desempeñando de forma adecuada y lo que deben hacer para optimizar su rendimiento. En este sentido, el establecimiento de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia el logro de la meta y el reforzamiento de un comportamiento deseado, incita la motivación y necesita definitivamente de la comunicación.

(Chueque) En su informe Principios de Administración, fundamenta que la raíz de la motivación está en el motivo, es decir, lo que impulsa a una persona a actuar de una manera determinada. La motivación es fundamental dado que no basta con tener personas que puedan realizar el trabajo, es necesario contar con personas que deseen hacerlo, que deseen realizarlo en la forma que se requiere. (Así como tampoco basta con tener estudiantes que pueden estudiar sino que es necesario que deseen hacerlo).

(Chiavenato) Define a la motivación como el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea. Dependiendo de la situación que viva el individuo en ese momento y de cómo la viva, habrá una interacción entre él y la situación que motivará o no al individuo.

- La motivación tiene como propósito fundamental, impulsar a una persona o grupo a lograr un cambio de actitud en cualquier aspecto que se quiera tratar, tales como los problemas sociales y el empleo de la comunicación social, esta siempre busca obtener mejoras en la conducta y hábitos de los seres humanos y la sociedad.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. (Chávez) En arte aplicada o técnica de la comunicación, comparte que el diseño aparece históricamente como la segunda síntesis entre industria y cultura, entre el universo productivo y el simbólico. En su acepción más dura, el

diseño consiste en una intervención no sólo en todos los planos de definición del objeto sino, y especialmente, en el modo como se articulan. En este sentido, el diseño reinstaura en la era de la producción industrial la síntesis propia de la artesanía primitiva.

Según el (Diccionario Garzanti, 1965) de la lengua italiana, la palabra diseño se relaciona con imágenes, figuras representadas por medio de líneas y signos, y se aclara que el origen de la palabra está en los vocablos latinos de y signare, este último originado a su vez en signum. Así, diseño tendría que ver, esencialmente, con el proceso de significar algo.

(Schutte) Explica que el diseño es un medio para el cumplimiento de objetivos finales tales como servir a los mercados y generar beneficios. Además, el diseño es un elemento de responsabilidad social. Un buen diseño permite una manera de complementar el rendimiento. La apariencia de las cosas no es irrelevante a la manera en que las cosas funcionan: cómo funciona es como deben aparentar.

- El diseño es todo lo estructurado a base de figuras, líneas y formas con el propósito de dar a conocer un mensaje gráficamente, a una persona o un grupo.

6.2.2.2 Diseño gráfico. (Chávez) En arte aplicada o técnica de la comunicación, comparte que en una primera y superficial mirada, el diseño gráfico es un trabajo de enriquecimiento del mensaje básico mediante la manipulación de los textos, distorsión, decoración, iconización de la tipografía, la incorporación de elementos ilustrativos o decorativos, alegorías, iconos alusivos al tema, complementos gráficos

abstractos, la diagramación inusual, imaginativa, transgresiones al orden de lectura, alteración de la posición de los textos, tratamiento compositivo pictórico de las masas escritas o icónicas, entre otras.

(Frascara) Detalla que las dos palabras juntas: «diseño gráfico», desbordan la suma de sus significados individuales y pasan a ser el nombre de una profesión. En función de proponer una definición inicial, se podría decir que el diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Un diseño gráfico es un objeto creado por esa actividad.

(Yantorno) Expone que el diseño gráfico es una forma de pensamiento. Es el desarrollo consciente de la capacidad, ontológica, del ser humano, de crear un universo de signos, símbolos y señales. Y es la posibilidad de producción de cambios sociales, antes que un emergente de ellos.

- El diseño gráfico, es un conjunto de elementos debidamente compuestos bajo ciertos parámetros que rigen la elaboración de un material gráfico, y tomando en cuenta la ejecución de los elementos ilustrativos.

6.2.2.3 Diseño editorial. (Buen) En su libro Manual de Diseño Editorial, concreta que el diseño editorial es una de las ramas más completas y complejas en el diseño gráfico. Requiere no solamente de una buena dosis de creatividad, sino conocer y dominar la técnica en la que se va a producir, saber aplicar nuestro idioma y cómo generar un archivo original que sea lo más amigable posible para producción.

Sea desde un folleto hasta un libro de arte, resulta básico conocer las reglas, dominarlas y aplicarlas.

El sitio web (www.dgenerator.com) comparte que el diseño gráfico editorial, es una rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de piezas literarias como libros, revistas, diarios, publicaciones varias, manuales, fanzines, etc. Es decir piezas compuestas de muchas páginas o pliegos, y con criterios tipográficos de composición que se realizan más que en otras piezas.

(<http://www.staffcreativa.pe/blog/>) en su sitio web, especifica que el diseño editorial es la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches, entre otros. Es la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos.

- Básicamente, el diseño editorial es todo lo que se ve a diario en el entorno de cada persona, el diseño editorial está presente en cada detalle que puede verse, como los periódicos, revistas, afiches, volantes, entre otros. El diseño editorial bien elaborado genera un nivel alto de atracción visual en la sociedad.

6.2.2.4 Diseño social. El diseño social, desde el sitio web (diseñosocial.blogspot.com) se refiere a todo proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas a las problemáticas sociales mediante acciones concretas. Es por esto que, observar y analizar, planear y proyectar, construir y ejecutar, evaluar, entre todos los actores sociales son posibles soluciones.

(Olavarría) Concreta que el diseño social corresponde a una forma de pensar sobre la función y responsabilidad del diseño que plantea que esta disciplina debe estar orientada a trabajar para y por las necesidades de las personas en lugar de crear productos que sólo vivan para el mercado. En otras palabras, el diseño social plantea el uso correcto de las herramientas entregadas por esta profesión para hacer cambios positivos mediante la creación de soluciones a problemas ya existentes.

De acuerdo al sitio web (diseñosocial.org) el diseño social se puede definir como el diseño de plataformas y procesos que lleva a la gente a participar y contribuir en la creación de una solución buena para el grupo que es mejor que la solución que hubieran aplicado con un interés individual.

- El diseño social se caracteriza por tener un enfoque especial en los temas que se centran en los seres humanos, el mundo y la sociedad; la mayoría de estos temas, el diseño social los emplea para crear soluciones que ayuden a la humanidad buscando aportar positivamente en ella.

6.2.2.5 Contraste. El sitio web (brayanmj.blogspot.com) puntualiza que el contraste es un elemento que se distingue del resto por su singularidad o especificidad, por la forma, tamaño, color u otras cualidades propias del objeto. El contraste hace referencia a los estímulos sensoriales, los cuales permiten resaltar elementos o zonas de una composición mediante la oposición o diferencia entre estas, atrayendo así la atención de espectador.

El contraste desde el sitio web (www.a2sistemas.com) es una acentuación de las diferencias entre los elementos en un diseño. La mayoría de la gente piensa que sólo

se aplica a los colores, pero por el contrario se puede trabajar con cualquier elemento del diseño. Por ejemplo, si tenemos un grupo de líneas que son todas del mismo tamaño, no hay contraste. Pero si una tiene mayor tamaño que las otras, contrastará con el resto.

El sitio web (blog.imprensaonline24.es) comparte que el contraste es uno de los principios más divertidos en el diseño gráfico e incluso el más radical. Se trata de arriesgar y que el elemento principal del producto gráfico en torno al cual giran todos los demás, destaque frente al resto. En pocas palabras, se trataría de no ser cobarde y lanzarse con originalidad.

- El contraste como elemento del diseño gráfico es un aspecto clave que se debe de tomar en cuenta al momento de elaborar cualquier pieza gráfica, el contraste no solo se enfoca en los colores que posee el material, también lo hace en las formas, tipografía y todo lo que compone un diseño.

6.2.2.6 Tipografía. (Fontana) Define a la tipografía como uno de los códigos culturales que utilizamos para comunicarnos, probablemente una de las convenciones más masificadas. Podríamos decir que el alfabeto es uno de los mayores acuerdos entre los hombres de una cultura.

(Harris) En su libro Fundamentos de la tipografía, expone que la tipografía, que hoy forma parte esencial de nuestras vidas, es la culminación de siglos de evolución en los que las letras que conforman la palabra escrita se desarrollaron y cristalizaron en los alfabetos de uso común. La tecnología ha desempeñado un papel esencial en este proceso, y ha marcado y modificado la manera en la que se forman y representan

esas marcas que actualmente reconocemos como caracteres.

El sitio web (www.fotonostra.com) Define la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras. La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas.

- La tipografía es uno de los elementos más importantes del diseño gráfico, por medio de ella se pueden percibir emociones, peso o frescura, formalidad o informalidad, entre otras cosas.

6.2.2.7 Proporción. En el libro (Conceptos de Diseño Gráfico) se puntualiza que la proporción es una importante variante que influye en el modo en el que percibimos las cosas. Las formas angulares, alargadas y las formas oblongas (dominantes en el período barroco) amplían el campo de visión, con lo que dan la impresión de captar más una escena particular, creando una estética dominante. Las formas angulares cortas dan la impresión de ser más tímidas y humildes.

En (disenoiv.com) se expone que la proporción es la relación de los objetos dentro de la composición con respecto al tamaño del documento (formato), así como respecto al tamaño, forma y color de los elementos entre sí. Lo más importante al hablar de proporción o contraste es no realizar todo al mismo tamaño.

Según el (Diccionario enciclopédico de arte y arquitectura) proporción es la relación de medidas armónicas entre las partes componentes de un todo, tanto como la

distancia armoniosa entre parte y parte. Estas relaciones de medida son encontradas en el mundo orgánico e inorgánico.

- La proporción es básicamente las medidas que se toman al momento de elaborar un diseño, estas medidas pueden ser con respecto a los elementos que componen el diseño, o bien, medidas de tamaño, esto depende del material que se elabore.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1. Ciencias:

6.3.1.1 Pedagogía. (Lémus) En su libro de pedagogía p. 17, concreta que se entiende por pedagogía el estudio intencionado, sistemático y científico de la educación; es decir, la disciplina que tiene por objeto el planteo, estudio y solución del problema educativo. También puede definirse como el conjunto de normas, principios y leyes que regulan el hecho educativo sistemático.

El sitio web (pedagogía.mx) explica que la pedagogía es una actividad humana sistemática, que orienta las acciones educativas y de formación, en donde se plantean los principios, métodos, prácticas, maneras de pensar y modelos, los cuales son sus elementos constitutivos. Es una aplicación constante en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Por su carácter interdisciplinario, fusiona áreas como Filosofía, Psicología, Medicina, Antropología, Historia, Sociología y Economía.

Según (Bernal) La pedagogía es un conjunto de saberes que buscan tener impacto en el proceso educativo, en cualquiera de las dimensiones que este tenga, así como en

la comprensión y organización de la cultura y la construcción del sujeto. Etimológicamente, la palabra pedagogía deriva del griego paidos que significa niño y agein que significa guiar, conducir. Se llama pedagogo a todo aquel que se encarga de instruir a los niños.

- La pedagogía es resumidamente, la ciencia que se encarga de la educación y la formación del niño en distintos aspectos que forman parte de la educación.

6.3.1.2 Educación. (Luis Lémus) En su libro de pedagogía p. 9, define educación como la influencia ejercida en una persona ocasionándole modificaciones en su conducta. Se trata de influencias en una persona por cuanto solamente las personas se educan; los animales adiestran y si acaso se entrenan o se domestican, pero solo el hombre es susceptible de educación. La educación es un hecho inherente a la persona humana, y este hecho no es discrecional sino ineludible.

(Henz) Concreta que la educación es el conjunto de todos los efectos procedentes de personas, de sus actividades y actos, de las colectividades, de las cosas naturales y culturales que resultan beneficiosas para el individuo, despertando y fortaleciendo en él sus capacidades esenciales para que pueda convertirse en una personalidad capaz de participar responsablemente en la sociedad, la cultura y la religión, capaz de amar y ser amado y de ser feliz.

(Hubert) Explica que la educación es el conjunto de las acciones y de las influencias ejercidas voluntariamente por un ser humano sobre otro; en principio, por un adulto sobre un joven, y orientados hacia un objetivo que consiste en la formación juvenil

de disposiciones de toda índole correspondiente a los fines para los que está deudo, tría vez que llegue a su madurez.

- La educación puede considerarse como ciencia o como arte, en términos generales es la enseñanza que se ejerce sobre un individuo o un grupo de personas, con el propósito de cambiar y mejorar su conducta y hábitos.

6.3.1.3 Sociología. (Shepard, 2014) En su libro de sociología p. 17, define la sociología como el estudio científico de la vida social. Debido a que esta es una ciencia joven que estudia los sucesos cotidianos de la gente, el público tiende a considerar que la sociología es solo sentido común. Se suele decir que los sociólogos estudian cosas que todo el mundo ya sabe.

(Giddens) Define la sociología como el estudio de la vida social humana, de sus grupos y sociedades. Es una empresa cautivadora y atrayente, al tener como objeto nuestro propio comportamiento como seres sociales. El ámbito de la sociología es extremadamente amplio, y va desde el análisis de los encuentros efímeros entre individuos en la calle hasta la investigación de procesos sociales globales como el aumento del fundamentalismo islámico.

El sitio web (cisolog.com) comparte que la Sociología es la ciencia que se ocupa del estudio de la realidad social. Su unidad de análisis es la sociedad y los individuos en ellas. La Sociología observa, analiza e interpreta el conjunto de estructuras y relaciones que se halla en toda sociedad dentro de un determinado contexto histórico. Además, procura predecir sus transformaciones y procesos con el fin, a posteriori, de realizar diagnósticos que permitan la intervención, es decir, mejorar

las políticas públicas y sociales propuestas por los gobiernos y las instituciones privadas y estatales.

- La sociología es una ciencia que tiene como tarea estudiar la sociedad y sus diferentes grupos, observando y analizando sus comportamientos diarios, así como la cultura, hábitos y todos los aspectos que forman parte de una sociedad.

6.3.1.4 Psicología. La (Nueva Enciclopedia Autodidáctica) explica que la psicología se puede definir como la aproximación científica al estudio del comportamiento humano y de la actividad psíquica e intelectual que lo sustenta. Generalmente los psicólogos coinciden en esta afirmación de la conducta como objeto esencial de su labor.

Según el (Diccionario médico) la psicología es la profesión, disciplina académica que se preocupa por el comportamiento de los seres humanos y animales, y procesos mentales y fisiológicos relacionados con la ciencia.

De acuerdo con la (Enciclopedia de la Psicología 4) p. 164, la psicología es la ciencia que se dedica al estudio de los procesos y fenómenos mentales o psicológicos, especialmente en relación con la conducta humana y animal.

- La psicología es la ciencia que estudia y analiza el comportamiento de los seres humanos y de los animales, así como sus capacidades mentales, intelectuales y físicas.

6.3.1.5 Psicología social. La (Enciclopedia de la Psicología 2) p. 416, concreta que la psicología social es un fenómeno del siglo XX. Es el estudio científico de la conducta social y de las influencias que se establecen entre las personas que forman parte de un grupo es ciertamente actual.

(Regader) en su sitio web Psicología y mente, define la psicología social como una rama dentro de la psicología que analiza los procesos de índole psicológica que influyen al modo en que funciona una sociedad, así como la forma en que se llevan a cabo las interacciones sociales. En suma, son los procesos sociales los que modulan la personalidad y las características de cada persona.

En (www.ecured.cu) se detalla que la psicología social es la ciencia que estudia los fenómenos sociales e intenta descubrir las leyes por las que se rige la convivencia. Investiga las organizaciones sociales y trata de establecer los patrones de comportamientos de los individuos en los grupos, los roles que desempeñan y todas las situaciones que influyen en su conducta. Es uno de los campos científicos dedicados al estudio objetivo de la conducta humana.

- La psicología social es una rama de la psicología, a diferencia que la psicología social toma enfoque en el estudio y análisis de la sociedad o grupos sociales; estudia el comportamiento, actividades, hábitos y el papel que estos desempeñan dentro de la sociedad.

6.3.2. Artes:

6.3.2.1 Dibujo. En (art-belensambucety.com) se comparte que el dibujo es el inicio de toda obra de arte, es la base estructural de cualquier proyecto artístico. El

primer paso para crear una pintura consiste en esbozar, es decir, crear el dibujo preparatorio para que sirva de guía para la consecución de la obra de arte. Por esta razón, es esencial aprender a dibujar bien.

De acuerdo al sitio web (www.importancia.org) el dibujo es una de las primeras formas artísticas desarrolladas por el hombre, ya en tiempos prehistóricos. El dibujo es, además, comprendido como una de las formas más estimulantes y útiles para el desarrollo de capacidades tales como la creatividad, la originalidad, el estilo personal, la formación de la libertad y de una mejor calidad de vida relacionada con el autoestima ya desde niños.

- El dibujo es una herramienta importante desde el inicio de los tiempos hasta tiempos actuales, es un arte que se desarrolla a través de habilidades, y una buena dosis de creatividad y originalidad, a través del dibujo se pueden expresar sentimientos y comunicar mensajes.

6.3.3. Teorías:

6.3.3.1 Teoría de Gestalt. En el libro (Enciclopedia de la Psicología 4) p. 94, se explica que el termino Gestalt, proviene del termino alemán y significa forma. En psicología se utiliza para expresar un todo. Su importancia surgió a raíz de las investigaciones sobre las cualidades de la forma. La idea fundamental que se encuentra en la base de la psicología gestaltista manifiesta que el todo es más que la suma de las partes.

El (Diccionario de pedagogía y psicología) define la psicología de Gestalt, como el movimiento psicológico que estudia los fenómenos integrales y las perspectivas

subjetivas. La palabra Gestalt, que procede del alemán, significa configuración o totalidad organizada. La psicología de Gestalt, creada por Wertheimer, y que surgió como reacción frente al estructuralismo, sostiene que las totalidades tanto en la percepción como en la conducta, deben ser estudiadas por si mismas sin descomponerlas en partes para proceder a su análisis.

El sitio web (www.solopsicologia.com) explica que la Gestalt o psicología de la forma es una escuela psicológica que surge en el siglo XX en Alemania. Sus principales exponentes son Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka y Kurt Lewin. Según la teoría de la Gestalt, la mente configura los elementos que recibe por medio de los canales sensoriales o de la memoria. Dicha configuración adopta un carácter primario sobre los elementos que la conforman. La suma de dichos elementos no nos permite la comprensión del funcionamiento de la mente, lo que postulaban como: el todo es más que la suma de sus partes.

- La psicología de Gestalt conocida también como psicología de la forma, estudia la percepción de los elementos en la mente del ser humano, así como sus cualidades, formas y todo lo que compone un elemento visual.

6.3.4. Tendencias:

6.3.4.1 Minimalismo. En (artenihilista.blogspot.com) se expone que el término minimalista, en su ámbito más general, es referido a cualquier cosa que se haya desnudado a lo esencial, despojada de elementos sobrantes. Es la tendencia a reducir a lo esencial. El minimalismo puede considerarse como la corriente artística contemporánea que utiliza la geometría elemental de las formas. Las formas son las

que establecen una estrecha relación con el espacio que las rodea. Para ello el artista se fija sólo en el objeto y aleja toda connotación posible.

De acuerdo al sitio web (www.webnova.com.ar) el minimalismo es el diseño en su forma más básica, es la eliminación de elementos pesados para la vista. Su propósito es hacer que sobresalga el contenido. Desde el punto de vista visual, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y llevar la mente del observador a lo básico de la pieza.

Desde el sitio web (www.minimoblog.com) el minimalismo existencial, o simplemente minimalismo, es una filosofía de vida que propugna centrarse en lo importante y eliminar o descartar lo innecesario para ser feliz y alcanzar la realización personal. El minimalismo se postula no sólo como un estilo de vida para alcanzar la plenitud a largo plazo, sino también como una herramienta práctica para conseguir objetivos concretos y adquirir habilidades, por lo que tiene una especial relevancia en términos de productividad y expertismo.

- El mimalismo se reduce a ser una tendencia del diseño gráfico simplificada, el diseño minimalista busca hacer de sus elementos gráficos algo simple pero funcional, con la conocida frase de “menos es más”

CAPÍTULO VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar



CAPÍTULO VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

Para la elaboración de materiales de diseño gráfico, es necesario ejecutar una serie de pasos e investigaciones en distintas áreas, tales como los aspectos fundamentales de comunicación, y de la manera en que esta forma parte del diseño. Así también, las ciencias que van enlazadas con cada propuesta gráfica, y se toman en cuenta las artes, tendencias y teorías de las que se hace uso en el diseño gráfico.

7.1.1 Aplicación de las funciones de comunicación. Existe gran diversidad de áreas en la comunicación. En el proyecto de la práctica del reciclaje y cuidado del medio ambiente es fundamental partir desde el área ecológica y todo lo que en ella se engloba. La publicidad está presente en la vida diaria y en cualquier lugar, por ende, es necesario definir el tipo de publicidad a utilizar, y para dicho problema social es viable la aplicación de la publicidad directa y las funciones que ella tiene, se hace mención de la función informativa, reguladora y motivacional. Para aplicar la publicidad directa en el área ecológica, se parte desde la comunicación social, pues el enfoque está en un problema que forma parte de una sociedad, asimismo, se analiza detalladamente cada área que pueda contribuir a elaborar mensajes claros y concisos para el público objetivo.

7.2.2 Aplicación de las funciones de diseño. El diseño gráfico tiene una importante utilidad en conjunto con cada función que se quiera utilizar y cada área en la que el diseño tome énfasis. En el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente, las investigaciones parten desde las ramas fundamentales del diseño y sus áreas. Para la elaboración de material gráfico

eficaz, se toman como bases el diseño editorial y el diseño social, como se describe anteriormente la utilización de la comunicación social. Asimismo, se ejecutará el diseño social, por el hecho de tener un enfoque especial en los temas tratantes con la sociedad y los seres humanos. Es de suma importancia tomar en cuenta otros aspectos del diseño gráfico, como los contrastes, tipografías y proporciones, para lograr buenos resultados en la sociedad y el grupo objetivo.

7.2.3 Aplicación de las funciones de las ciencias auxiliares. Para un mejor desempeño en la elaboración del proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente, se toman conocimientos fundamentales de las ciencias auxiliares que forman parte directa o indirecta en el proyecto. Entre ellas se mencionan la pedagogía como ciencia que estudia sistemáticamente la educación del niño, esta ciencia es de las más importantes debido al tipo de material gráfico a elaborar, siendo estrictamente dirigido a estudiantes de un establecimiento educativo con fines informativos, educacionales y motivacionales.

La sociología, a grandes rasgos conocida como el estudio del comportamiento de la sociedad o grupos sociales, es la ciencia que se encarga de describir e investigar de manera detallada el comportamiento de la sociedad. En este caso, estudia el comportamiento de cierto grupo de niños en todo lo que confiere al reciclaje y cuidado del medio ambiente. Cabe hacer mención importante de la psicología social, como rama que forma parte de la sociología, la psicología en general se conoce como el estudio del comportamiento del ser humano, y específicamente la psicología social se encarga del estudio científico del ser humano dentro de la sociedad, es decir, la conducta social y las influencias que lo mueven dentro de un

colectivo de personas; de esta manera las ciencias auxiliares forman parte importante en el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente.

7.2.4 Aplicación del arte de dibujo. El dibujo es el arte inicial de todo diseño para materiales gráficos, es la base de cualquier proyecto artístico y obras de arte. De tal manera se elaboran los bocetos, es decir dibujar cada detalle que forma parte de las piezas graficas a elaborar, estos dibujos son los que sirven de guía para la construcción del material gráfico.

7.2.5 Aplicación de la teoría de Gestalt. La teoría de Gestalt, conocida como la teoría o psicología de la forma, es utilizada para expresar sentimientos o lo que se quiere comunicar a través de las formas de un material gráfico. Asimismo, la persona recibe en su mente los elementos y configura el cerebro para la aceptación de los elementos que la persona visualiza. La teoría de Gestalt es aplicada en el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente, de cierta forma en la configuración del cerebro de los niños, utilizando formas que se adapten a ellos y así puedan percibir visualmente y de manera sencilla y clara lo que se quiere comunicar.

7.2.6 Aplicación de la tendencia minimalista. El minimalismo es una tendencia muy utilizada cuando se quiere comunicar por medio de materiales gráficos algo de manera sencilla, clara y objetiva. En el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente se aplica el minimalismo para elaborar materiales gráficos dirigidos a niños, pues se quiere informar

y comunicar algo de la manera menos complicada para ellos y que cada pieza sea aceptada y recordada por su cerebro.

7.2 Conceptualización:

7.2.1 Método. El método de diseño se basa en la técnica de conceptos opuestos, con el objetivo de la identificación clara del concepto. Esta técnica se utiliza para crear conceptos a través de uno de sus pasos, que es el contraste de ideas. Es necesario identificar el sentido opuesto de todo lo que se conoce para complementar su significado. Asimismo, es importante ver las cosas desde sus diferentes sentidos, las cosas pueden verse hacia atrás, de adentro hacia afuera, de arriba hacia abajo y viceversa.

El creativo Charles Thompson, creador del método de conceptos opuestos, desarrolló algunas técnicas sobre cómo aprovechar el modelo binario de oposiciones con el fin de aumentar la actividad creativa.

La metodología está estructurada de la siguiente manera:

1. Declarar el problema al revés.
2. Tratar de definir algo que no es.
3. Expresar lo que todos los demás no están diciendo.
4. Utilizar la brújula “que pasa si...” cambiar la dirección o ubicación de la perspectiva.
5. Invertir resultados.

6. Cambiar una derrota en victoria o una victoria en derrota.

Teorizar	Practicar
Descuidar	Cuidar
Incultura	Cultura
Desmotivación	Motivación
Insostenible	Sostenible
Irresponsabilidad	Responsabilidad
Contaminación	Ecología
Suciedad	Pulcritud
Involuntario	Voluntad
Desperdiciar	Reciclar
Mediocridad	Calidad
Deshonestidad	Integridad
Atraso	Desarrollo

Se procede a realizar un análisis de los conceptos opuestos, identificando el cambio de afirmación negativa en positiva, expresar lo que los demás no están diciendo, utilización de la brújula “que pasa si...” y así lograr ver las cosas desde distintos escenarios.

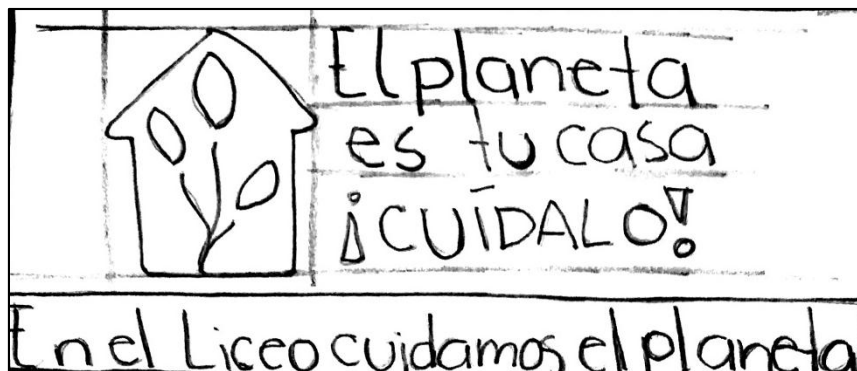
7.2.2 Definición del concepto. Tomando como base la problemática de la falta de reciclaje y cuidado del medio ambiente, y observando las necesidades de dicha práctica dentro del grupo objetivo, se define el concepto del proyecto creando una frase que genera impacto y motivación en la sociedad, y lo más importante, en los niños; obteniendo como resultado lo siguiente:

“El planeta es tu hogar ¡Cúidalo!”

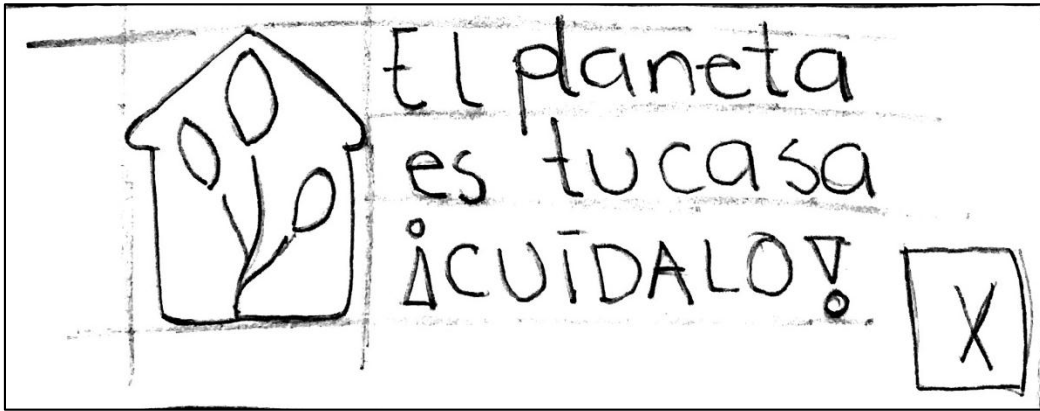
7.3 Bocetaje

7.3.1 Línea gráfica 1

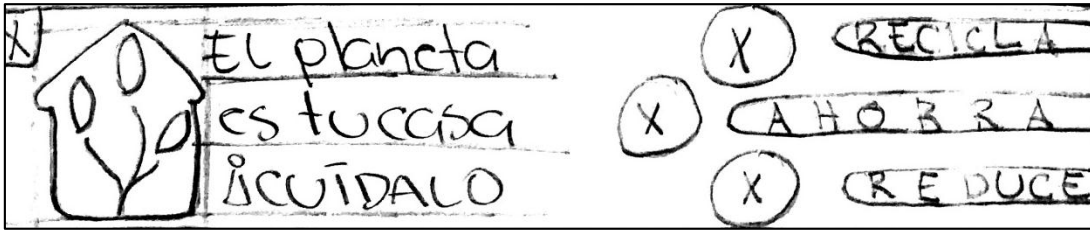
- Vinil



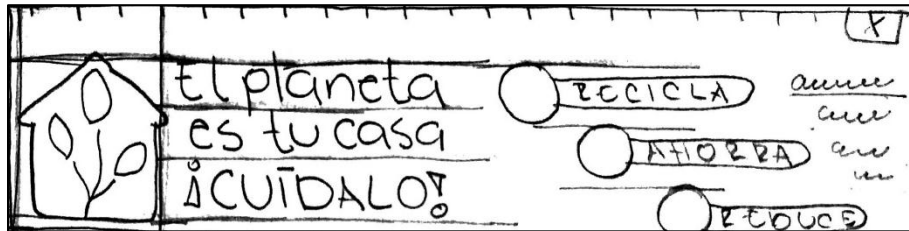
- Banner para fan/page Facebook



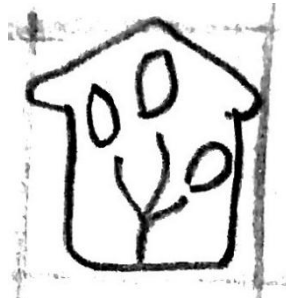
- Separador



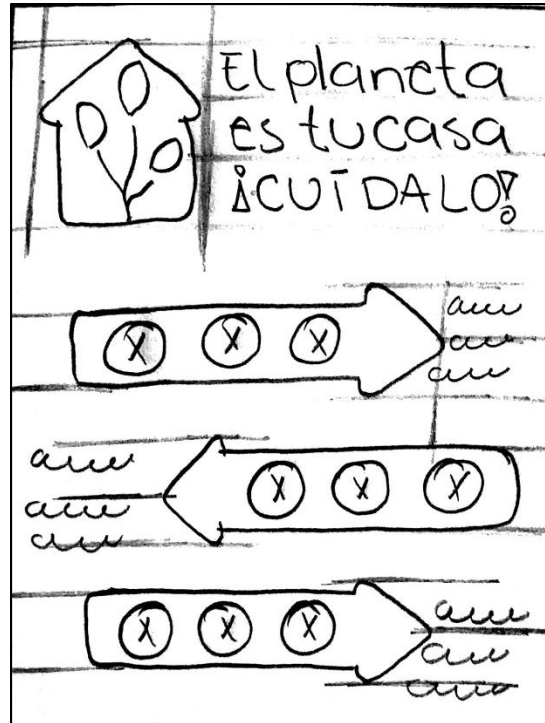
- Regla



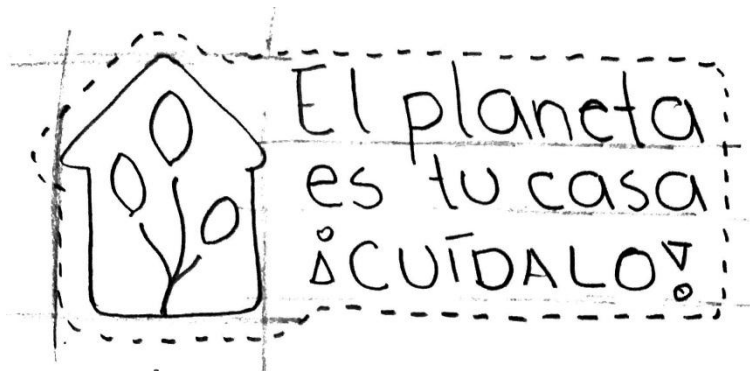
- Pin



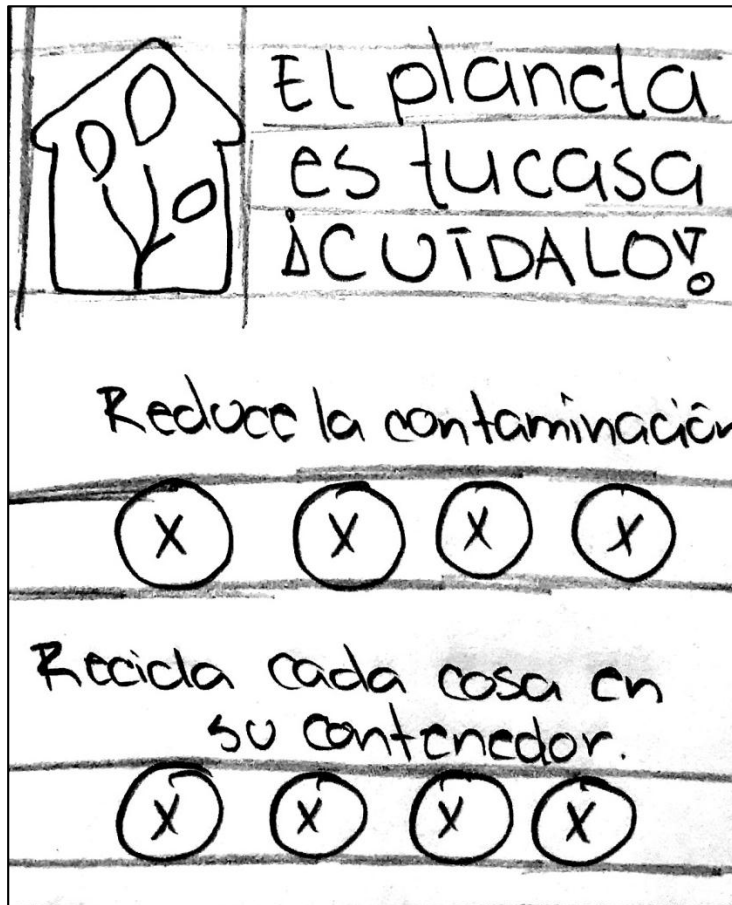
- Afiche



- Sticker



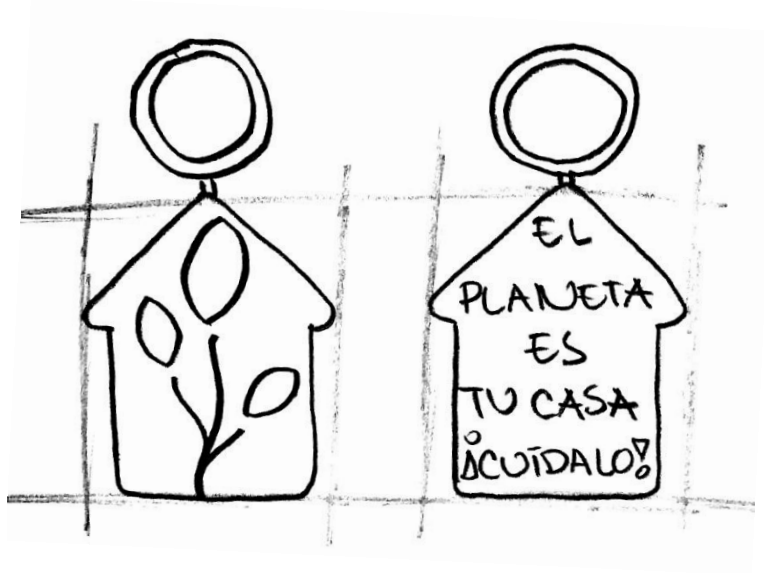
- Volante



- Gafete

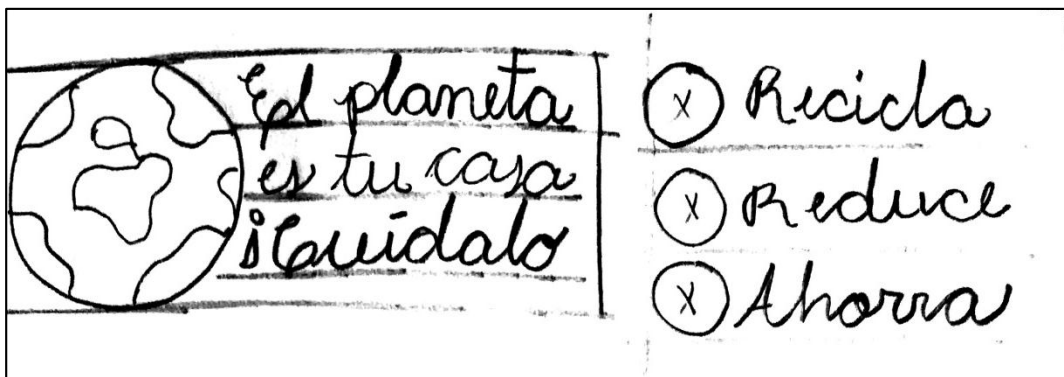


- Llavero

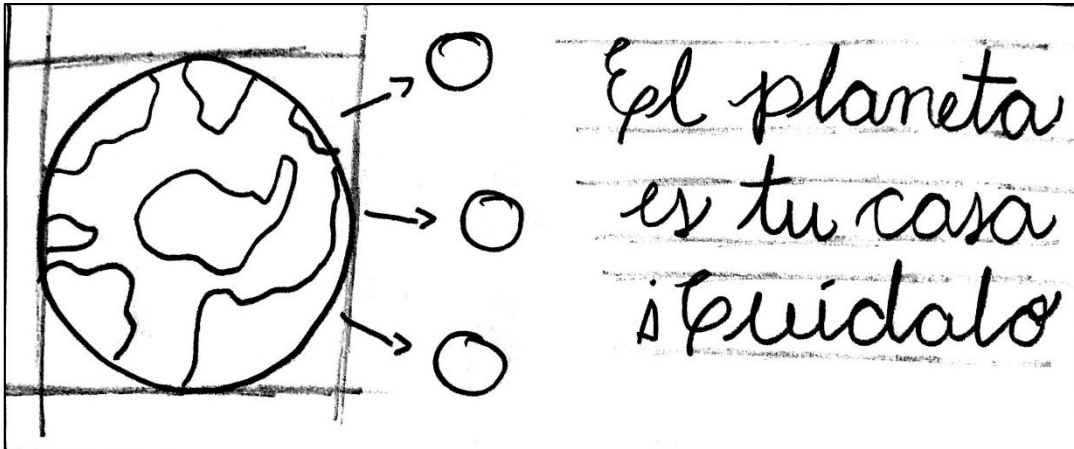


7.3.2 Línea gráfica 2

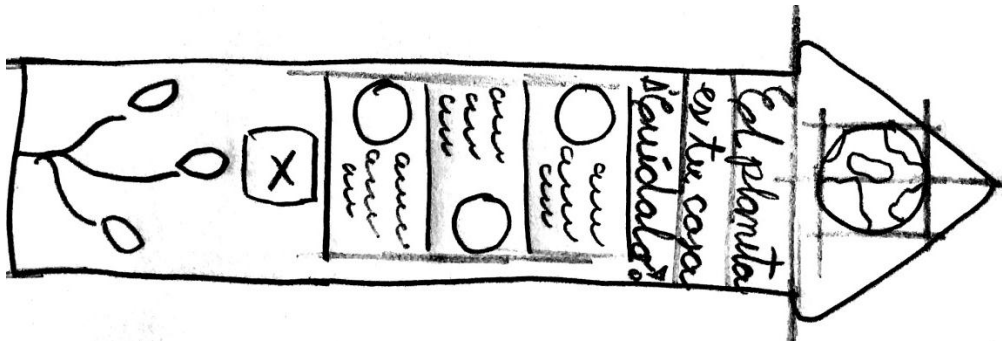
- Vinil



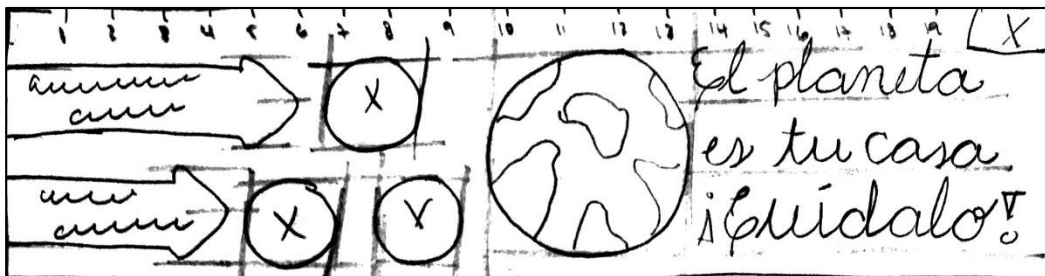
- Banner para fan/page Facebook



- Separador



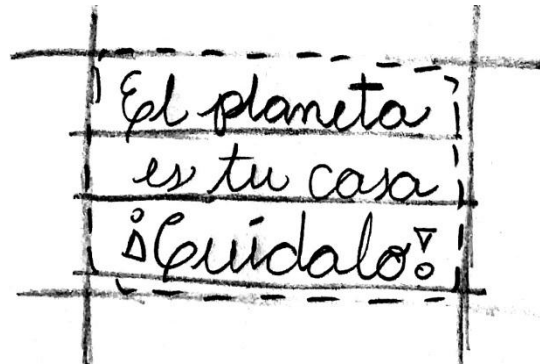
- Regla



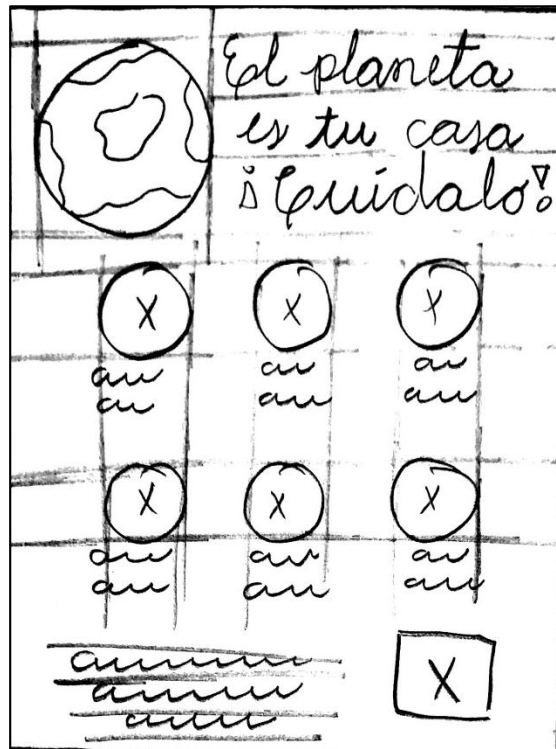
- Pin



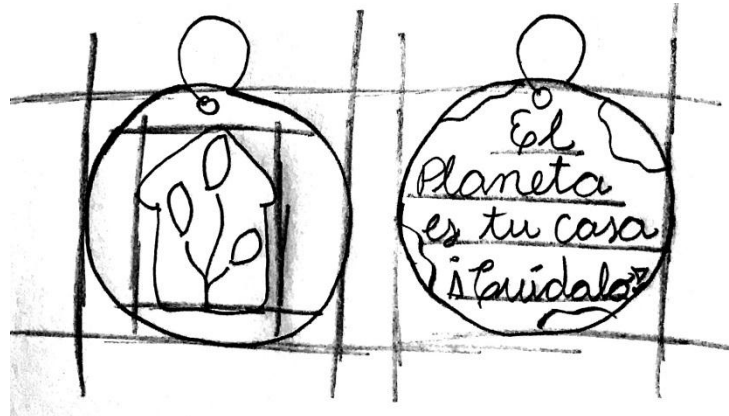
- Sticker



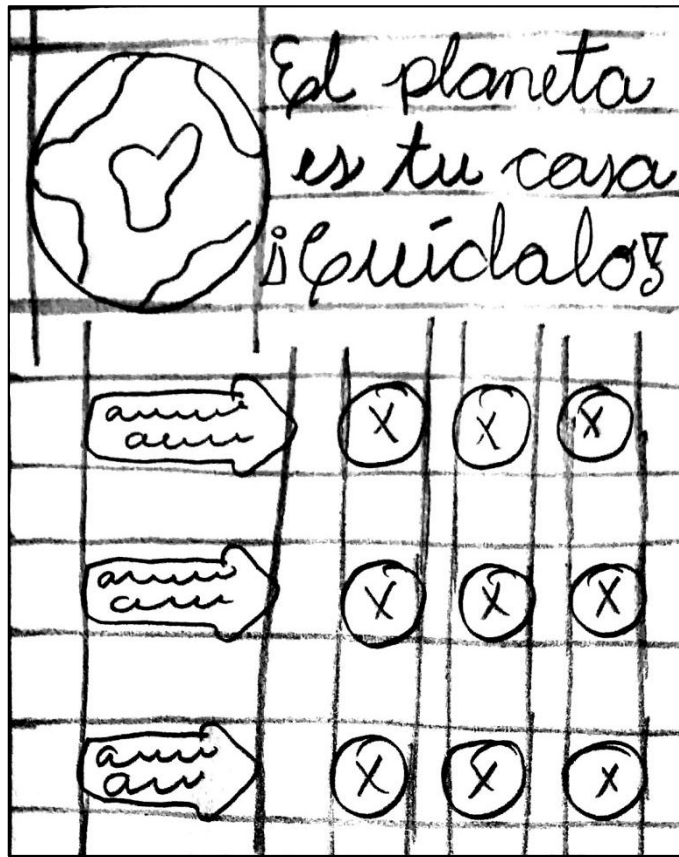
- Afiche



- Gafete



- Volante

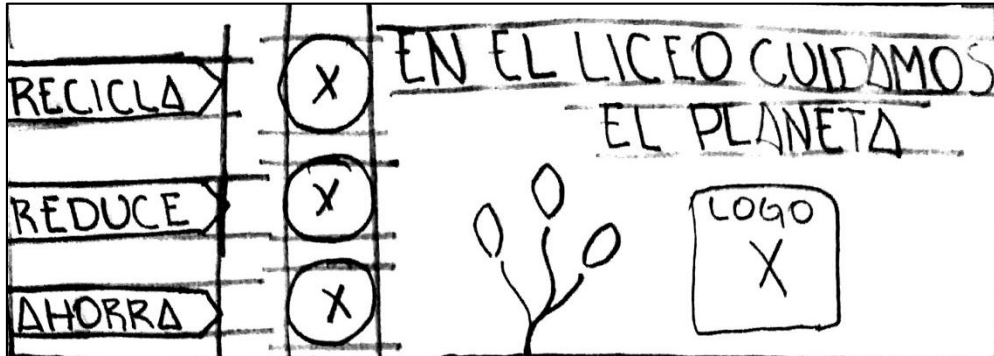


- Gafete

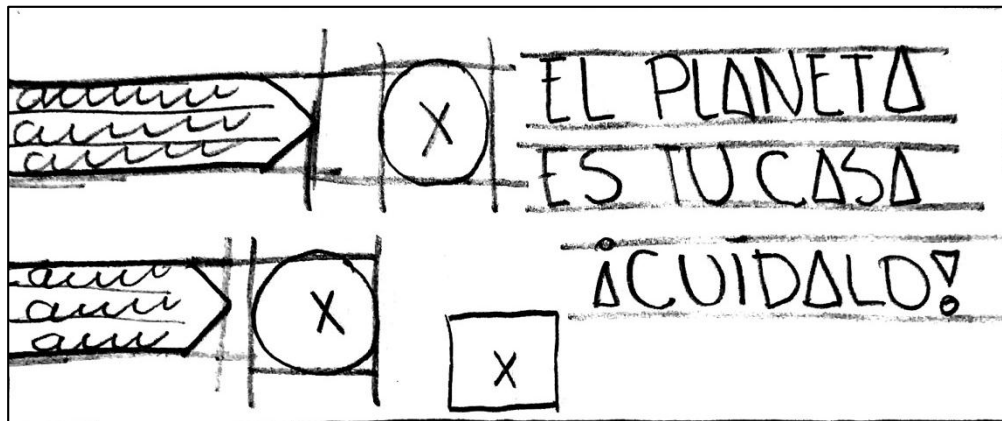


7.3.3 Línea gráfica 3

- Vinil



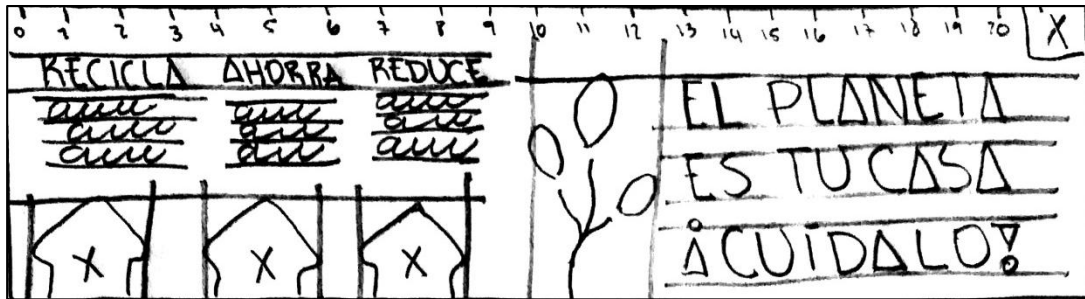
- Banner para fan/page Facebook



- Separador



- Regla



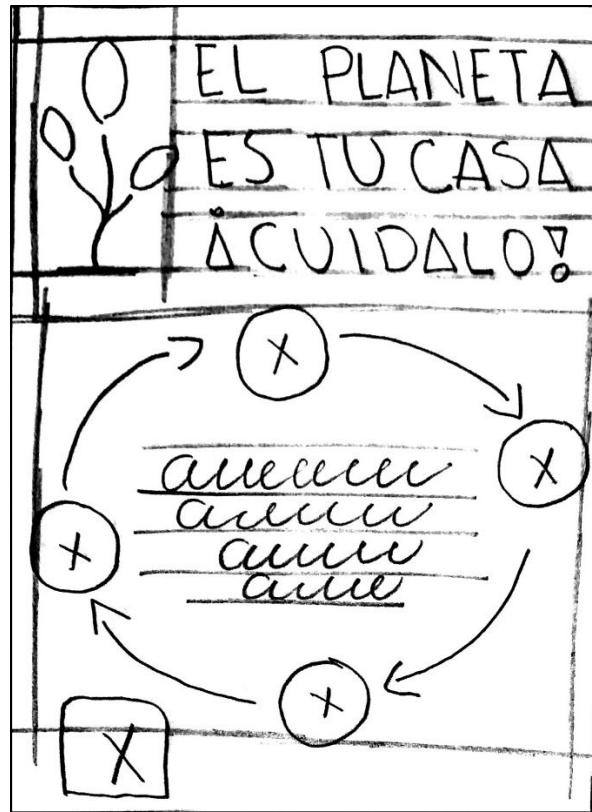
- Pin



- Sticker



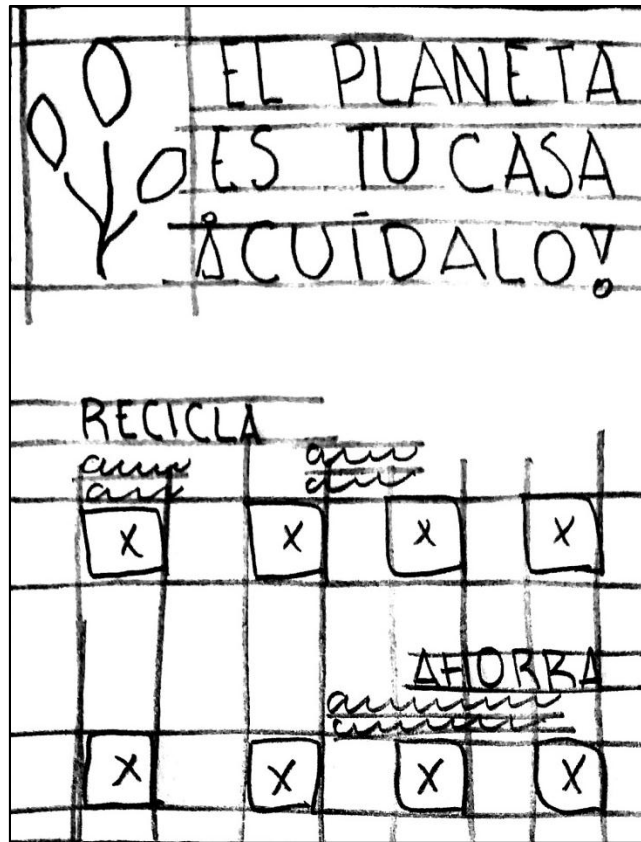
- Afiche



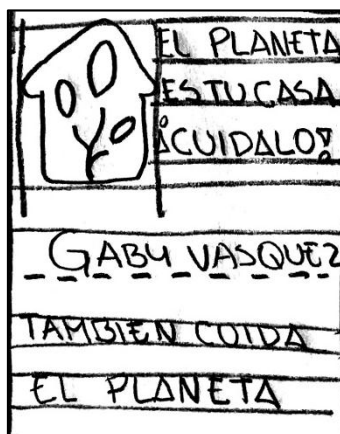
- Llavero



- Volante



- Gafete



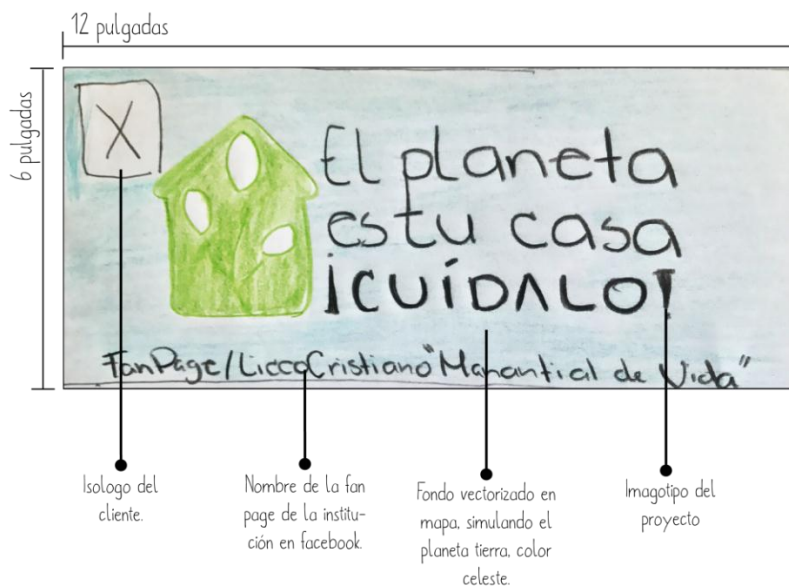
7.3.4 Proceso de bocetaje formal:

- **Vinil**



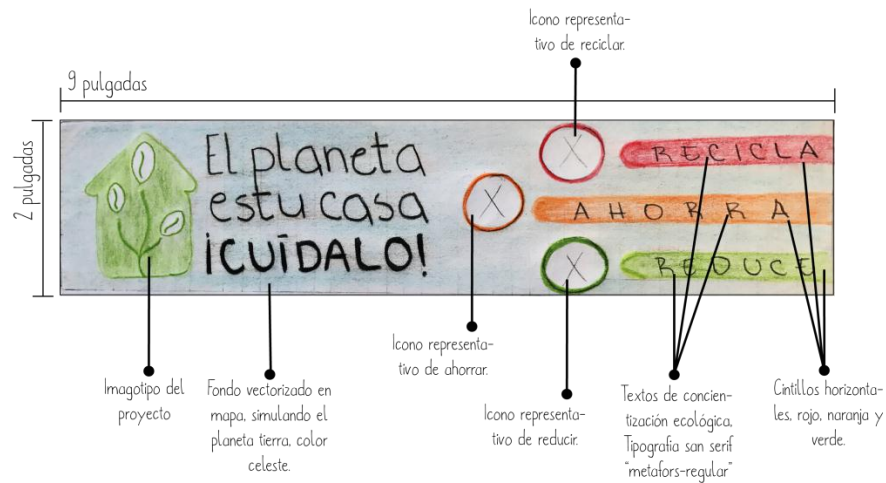
Se elaboró un diseño para manta vinílica, esta tendrá la medida de 5669 píxeles de anchura por 2834 píxeles de altura, es decir, 78.74 pulgadas de anchura por 39.36 pulgadas de altura.

- **Banner para fan/page Facebook**



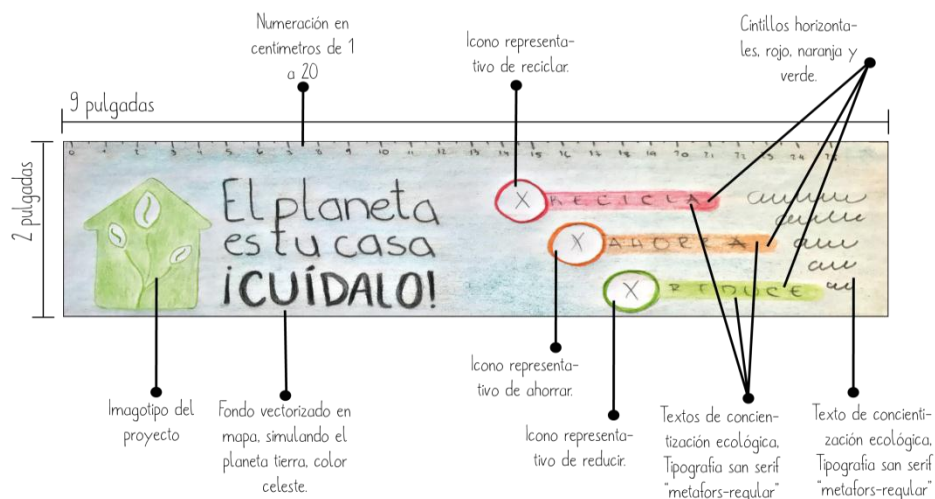
El banner será utilizado para la página oficial del establecimiento educativo, con sus medidas respectivas de (50 píxeles de anchura por 425 píxeles de altura, es decir, 12 pulgadas de anchura por 6 pulgadas de altura.

- **Separador**



Se elaboró un diseño para separadores en donde se incluye de forma básica y concisa, textos de conciencia ecológica, asimismo, iconos para representar cada referencia, adjunto a dichos elementos, se coloca el logo del proyecto. El separador cuenta con 623 píxeles de anchura por 170 píxeles de altura, siendo en pulgadas, 9 por 2 pulgadas.

- **Regla**



La regla medirá 623 píxeles de anchura por 180 de altura, convertido a pulgadas, son 9 pulgadas de anchura por 2.5 de altura, esta pieza la conforman textos de conciencia ecológica, figuras geométricas, iconos y colores que llamen la atención del público objetivo, asimismo, el respectivo imagotipo del proyecto.

- **Pin**



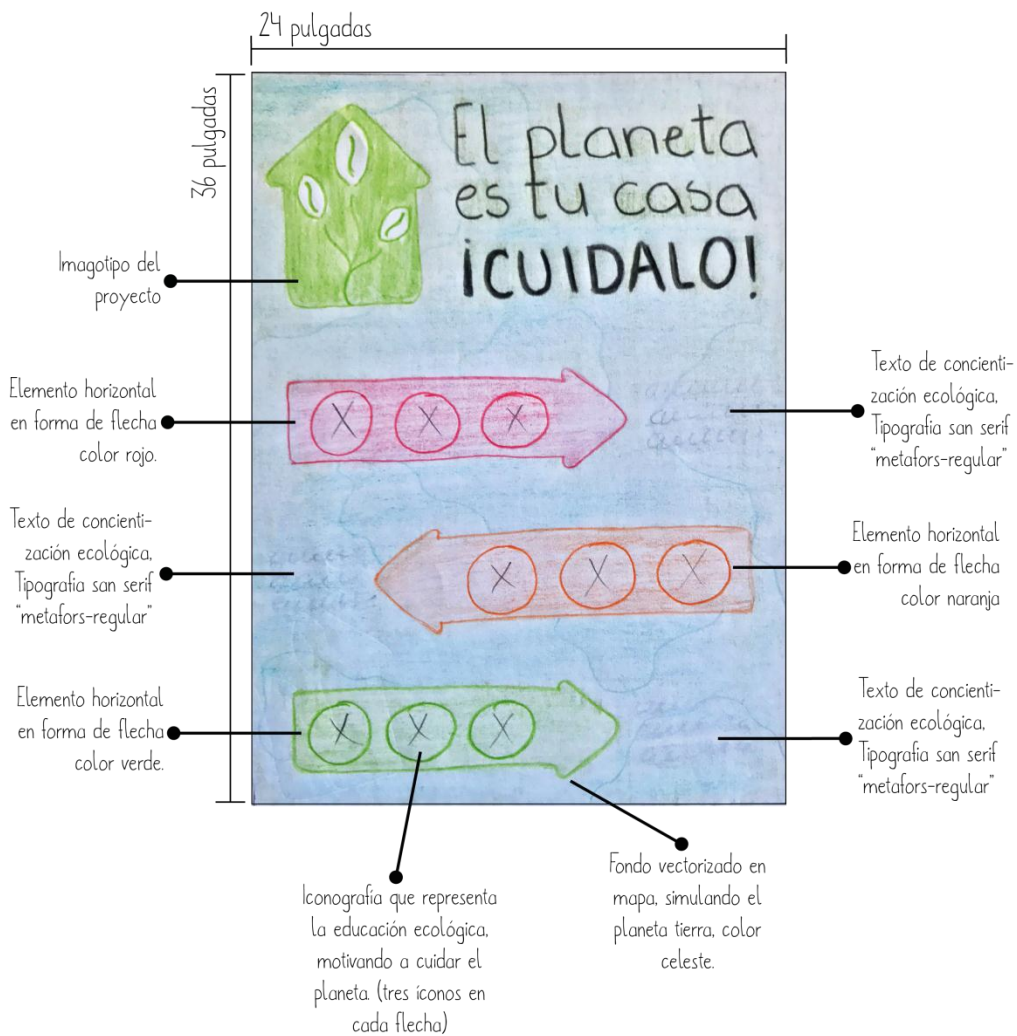
El pin o botón como comúnmente se le llama, está diseñado para fabricarlo con 2 pulgadas de altura por 1.5 de anchura, en píxeles la medida es de 144 por 108. El diseño de esta pieza no es más que el isotipo del proyecto en blanco y verde.

- **Sticker**



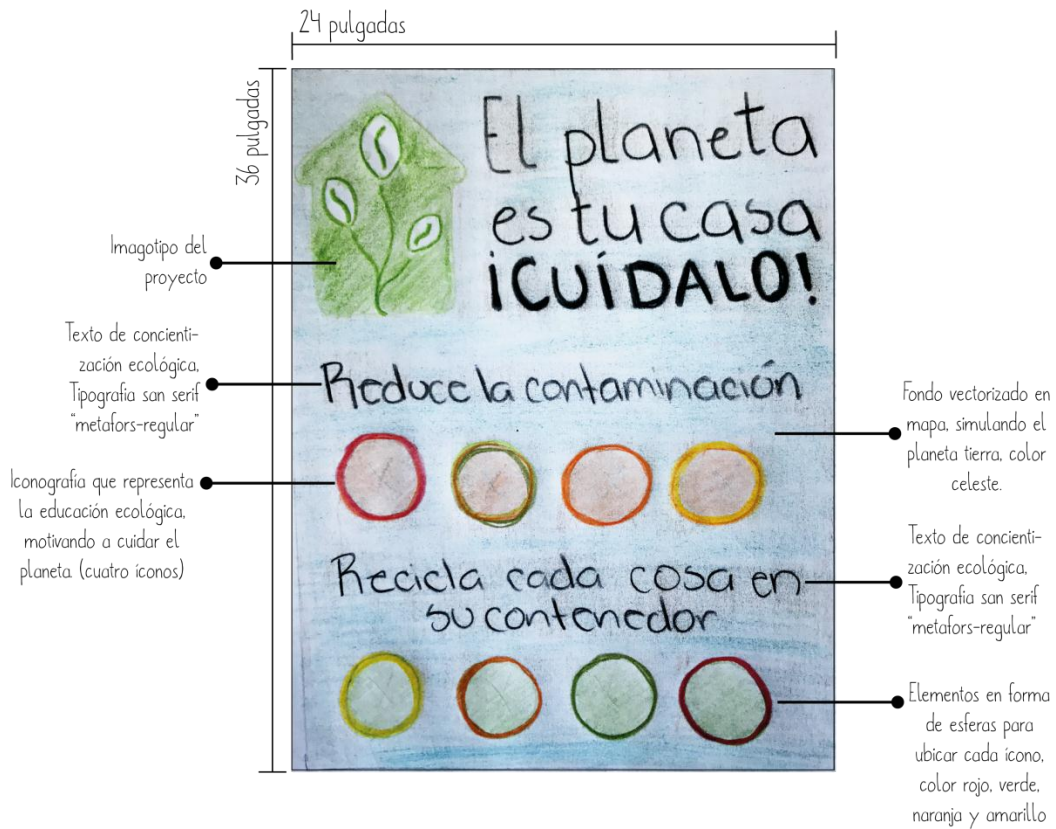
El sticker cuenta con las medidas de 3 pulgadas de anchura por 2 de altura, en píxeles las medidas son de 216 de anchura por 144 píxeles de altura. Esta pieza está conformada por el imagotipo del proyecto.

- **Afiche**



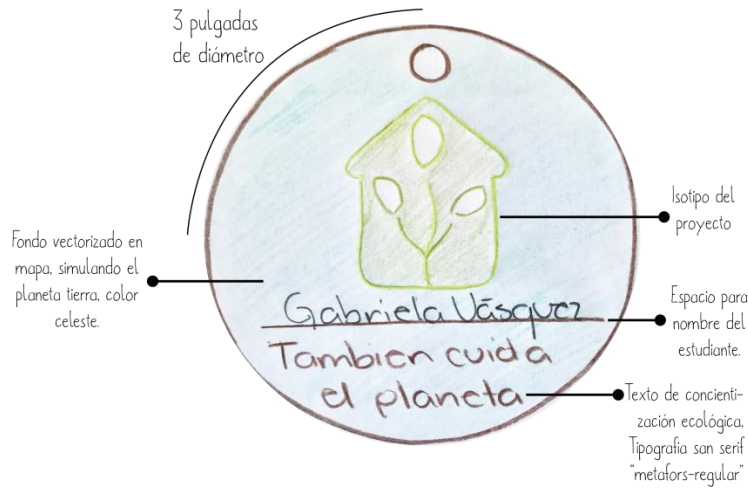
El afiche está elaborado con 36 pulgadas de altura por 24 pulgadas de anchura, en píxeles son 2592 de altura por 1728 de anchura. Dicha pieza está conformada por figuras geométricas que complementan el diseño y facilitan la visibilidad, así mismo se utilizan iconos en cada círculo y para identificar el imagotipo del proyecto.

- **Volante**



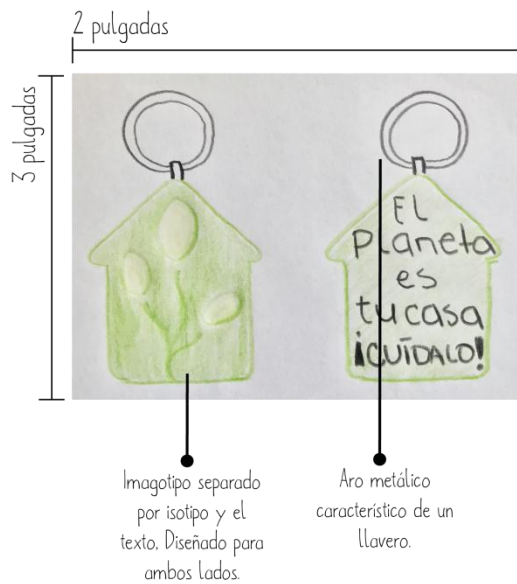
El volante está diseñado con 576 píxeles de altura por 432 de anchura, esto en pulgadas son 8 pulgadas de altura por 6 de anchura. Esta pieza esta diagramada con figuras geométricas de círculos, cada uno de ellos se utiliza para la colocación de iconos para mejor visibilidad y comprensión, en él se incluyen frases para concientizar a las personas sobre el medio ambiente, complementando el diseño, se utiliza el imagotipo del proyecto, El planeta es tu casa.

- **Gafete**



El gafete está conformado por el isotipo del proyecto, y una frase de conciencia ecológica, así como un espacio para identificación con nombre. Las medidas de esta pieza son de 3 pulgadas de diámetro, en píxeles está diseñado con 215 por 215 píxeles.

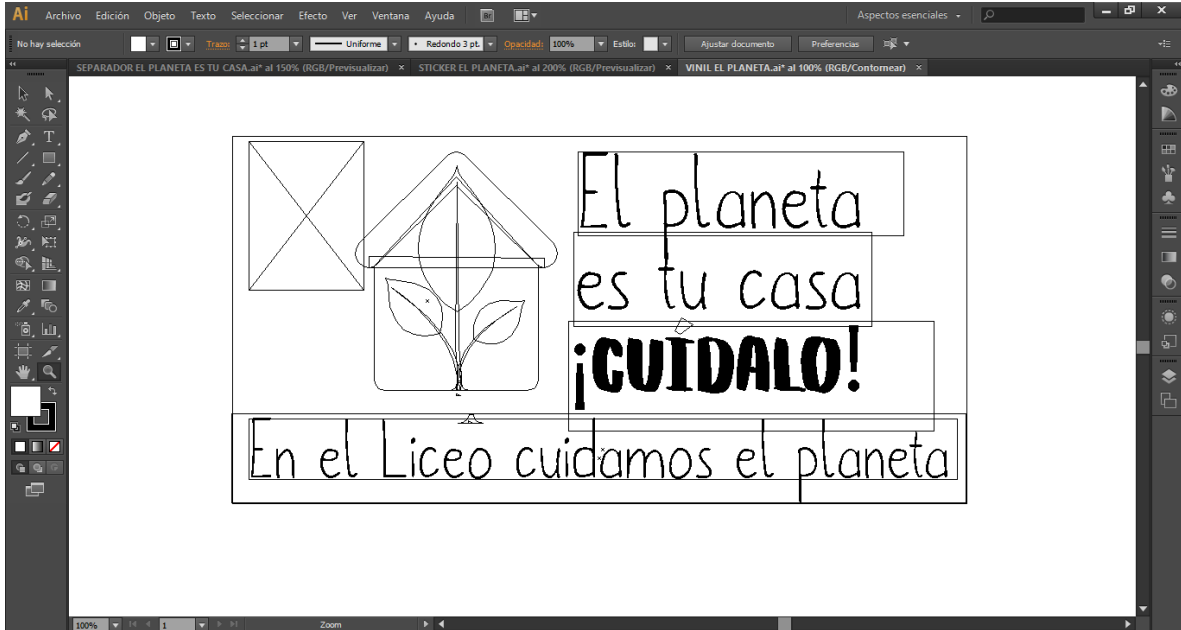
- **Llavero**



Se elaboró un diseño para llaveros, el cual tiene la medida de 2 pulgadas de anchura por 3 pulgadas de altura, estas medidas convertidas a píxeles son 226 por 141 píxeles. El llavero tiene el diseño del imagotipo por separado, es decir, el isotipo y logotipo a cada lado.

7.3.5 Proceso de digitalización de los bocetos

- **Vinil**



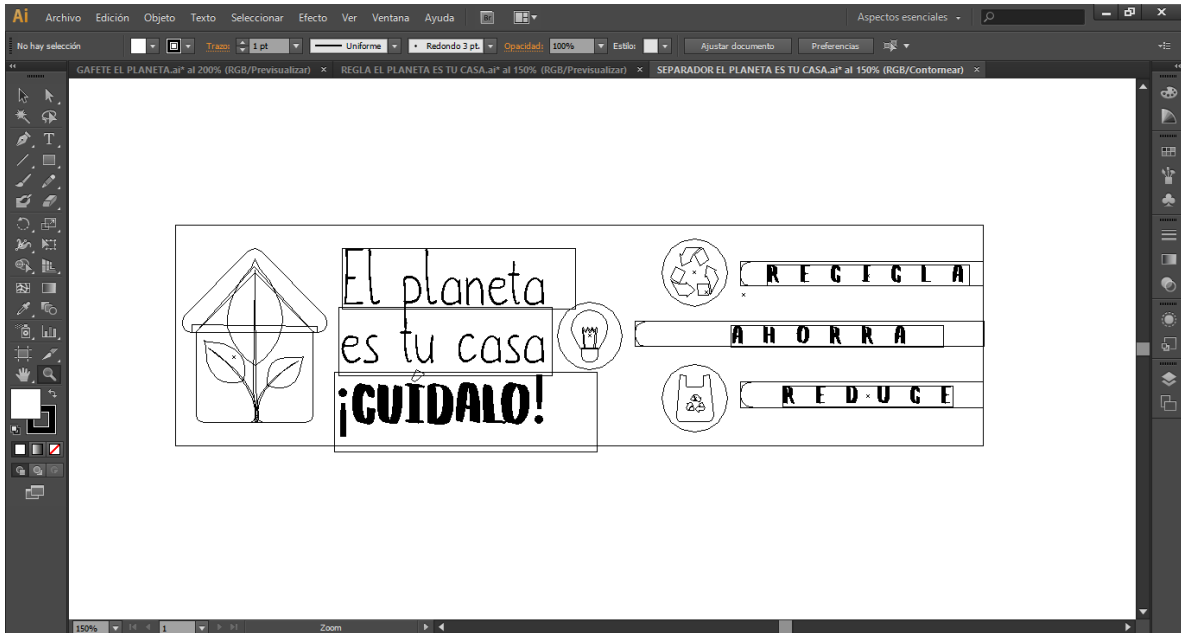
Construcción vectorial de vinil en Illustrator CS6

- **Banner para fan/page Facebook**



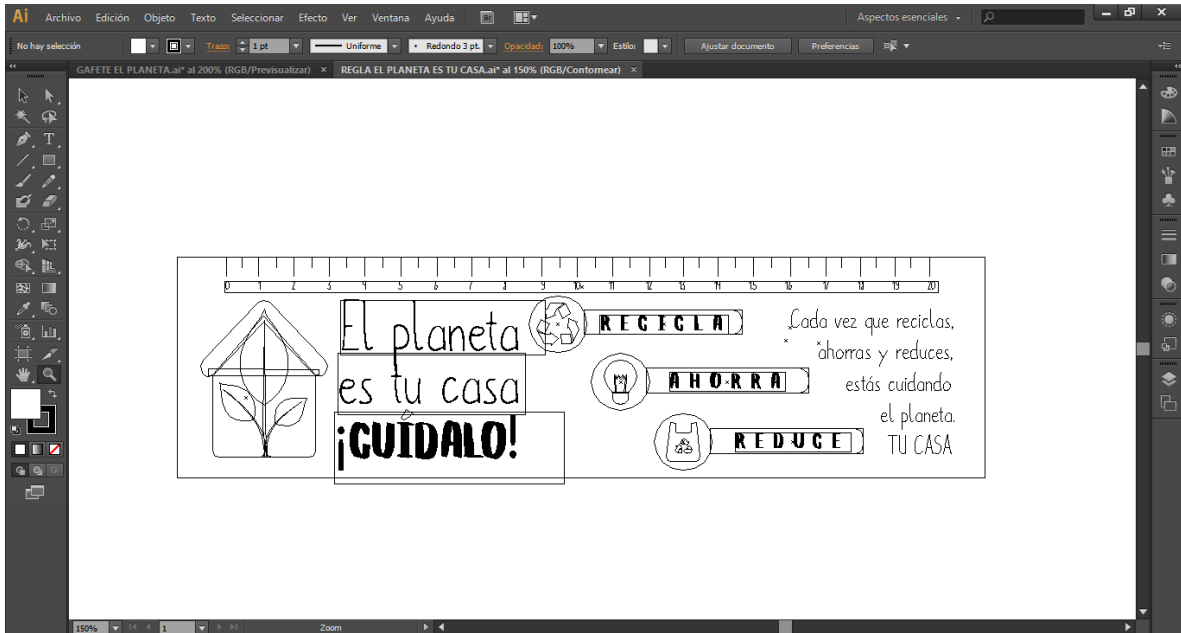
Construcción vectorial del banner para la página oficial de Facebook de la institución, en Illustrator CS6.

- Separador



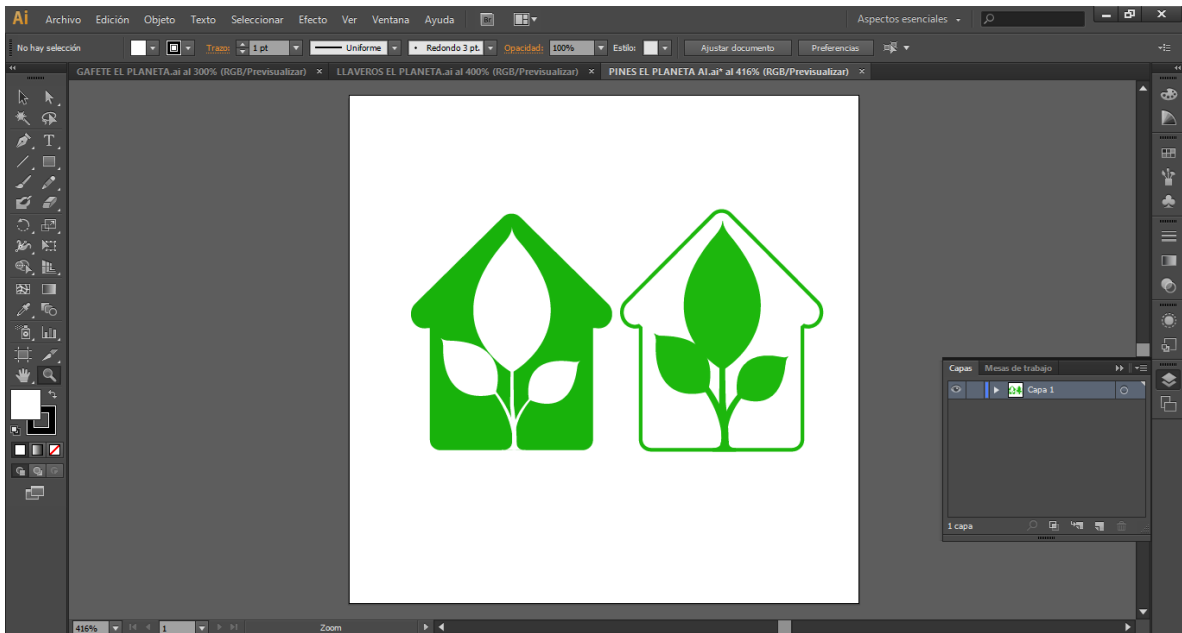
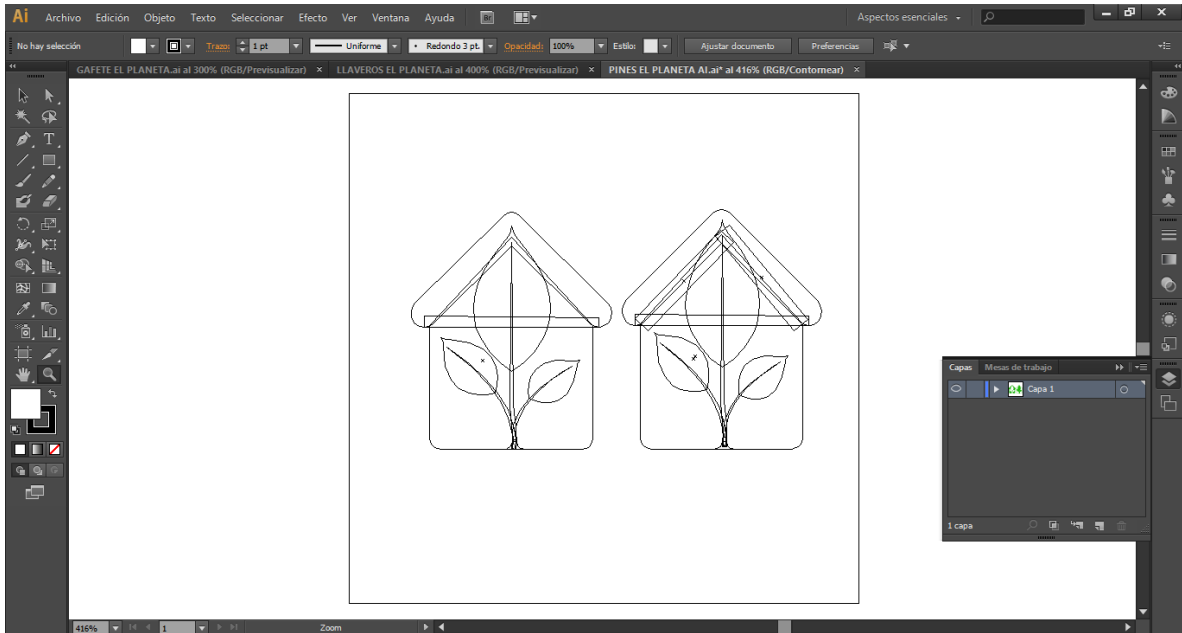
Construcción vectorial del separador en Illustrator CS6.

- Regla



Construcción vectorial de regla en Illustrator CS6.

- Pin



Construcción vectorial del pin en Illustrator CS6

- Afiche



Construcción vectorial de afiche en Illustrator CS6.

- Sticker



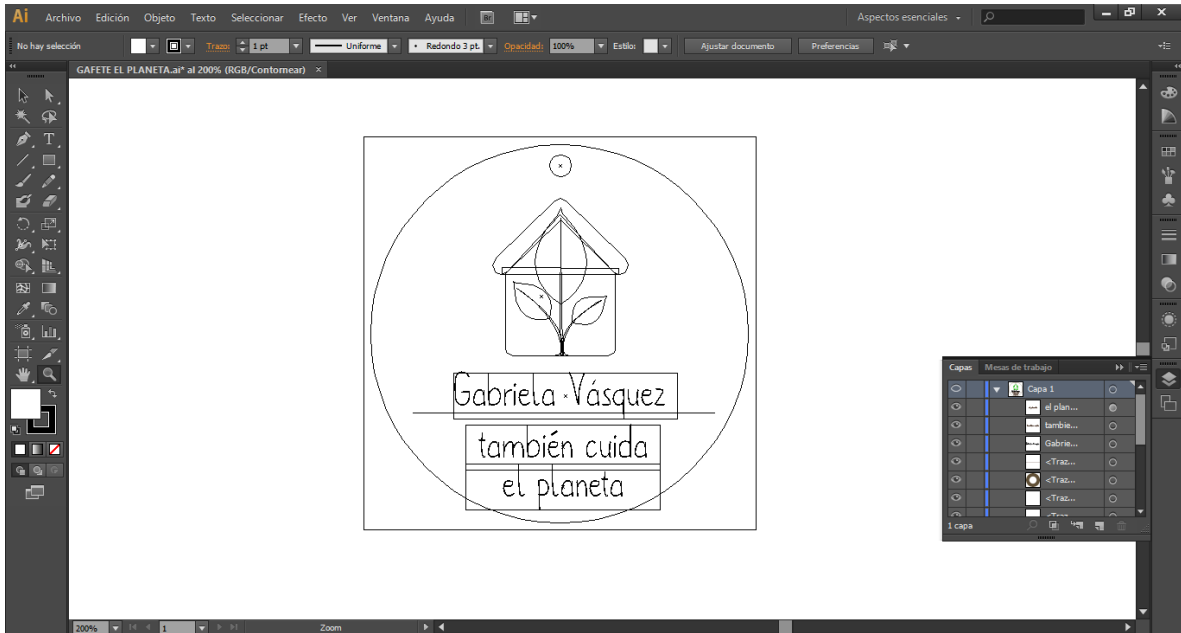
Construcción vectorial del sticker en Illustrator CS6.

- **Volante**



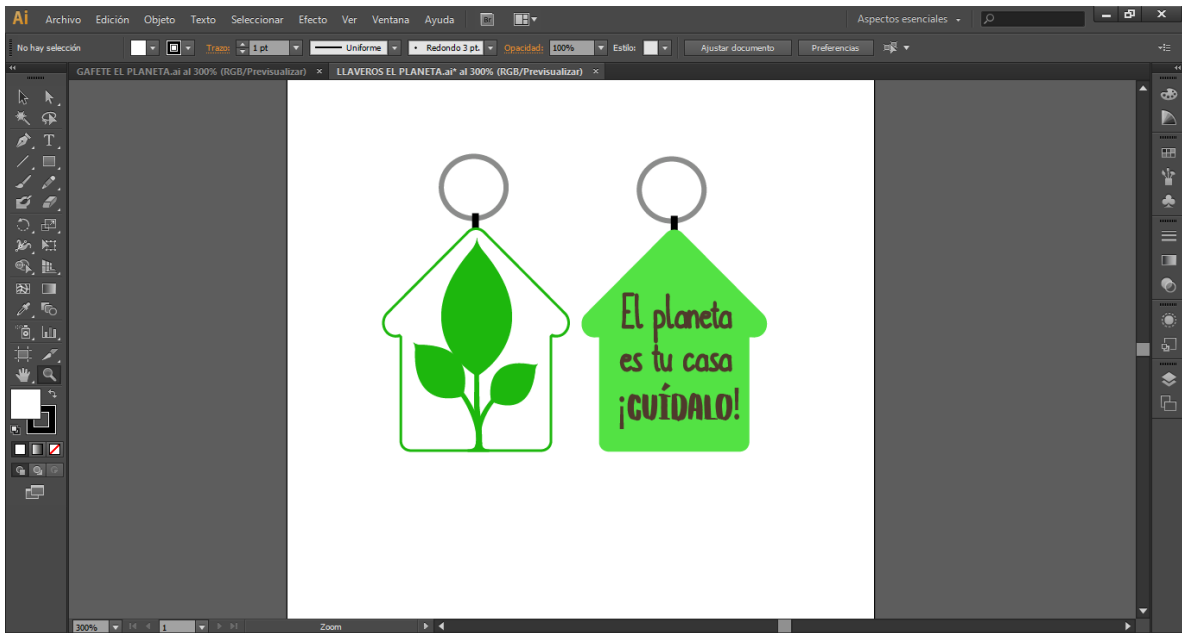
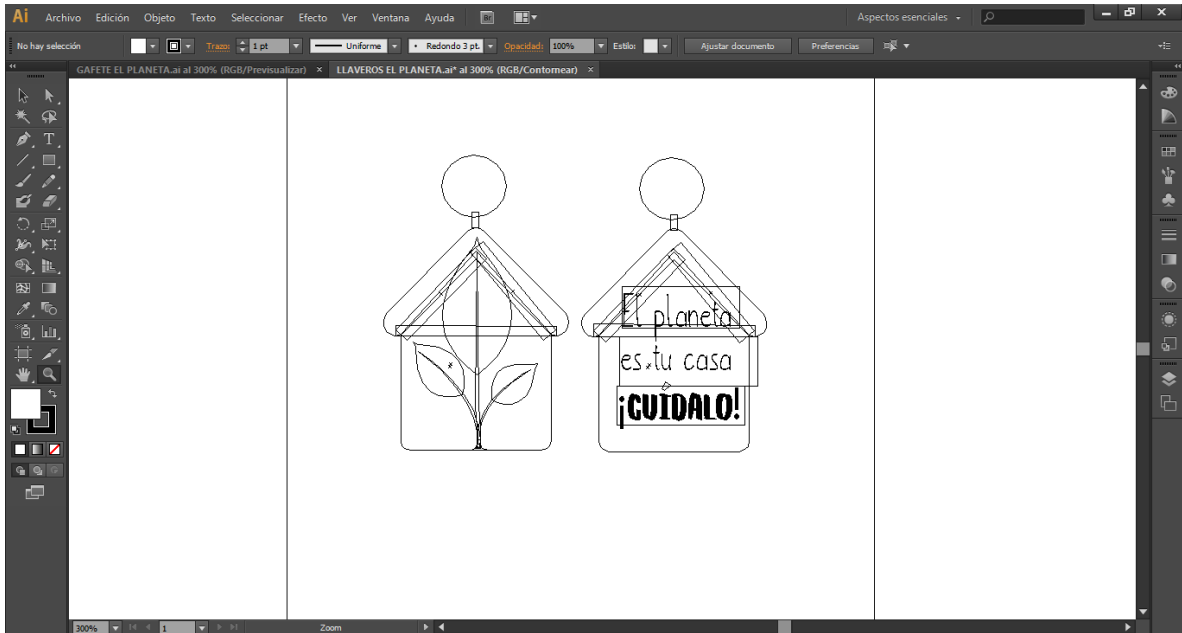
Construcción vectorial de volante en Illustrator CS6.

- **Gafete**



Construcción vectorial de gafete en Illustrator CS6.

- **Llavero**



Construcción vectorial de llavero en Illustrator CS6.

7.4 Propuesta preliminar:

- **Vinil**



El diseño para vinil es en posición horizontal, contiene el imagotipo del proyecto y la frase “En el Liceo cuidamos el planeta” haciendo énfasis al establecimiento educativo, se emplean las fuentes Better together caps y Metafors regular, para mayor legibilidad.

- **Banner para fan/page Facebook**



El diseño para portada de la página oficial de Facebook contiene el imago tipo del proyecto, logotipo de la institución y la dirección de la página oficial de Facebook, está elaborado en forma horizontal.

- **Separador**



El diseño para separador contiene figuras geométricas para capturar la atención del público objetivo, así como iconos que informan de manera objetiva y clara lo que se quiere comunicar, adjunto a eso está el imago tipo del proyecto, con las fuentes Better together caps y metafors regular.

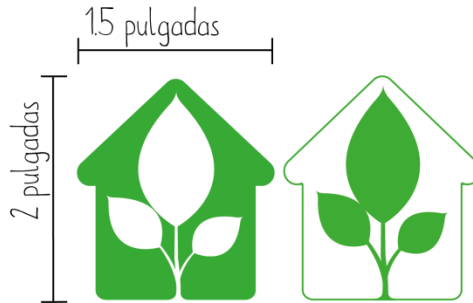
- **Regla**



El diseño para regla contiene figuras geométricas para capturar la atención del público objetivo, así como iconos que informan de manera objetiva y clara lo que se quiere

comunicar, textos de conciencia ecológica y adjunto a eso está el imagotipo del proyecto con las fuentes Better together caps y metaphors regular.

- **Pin**



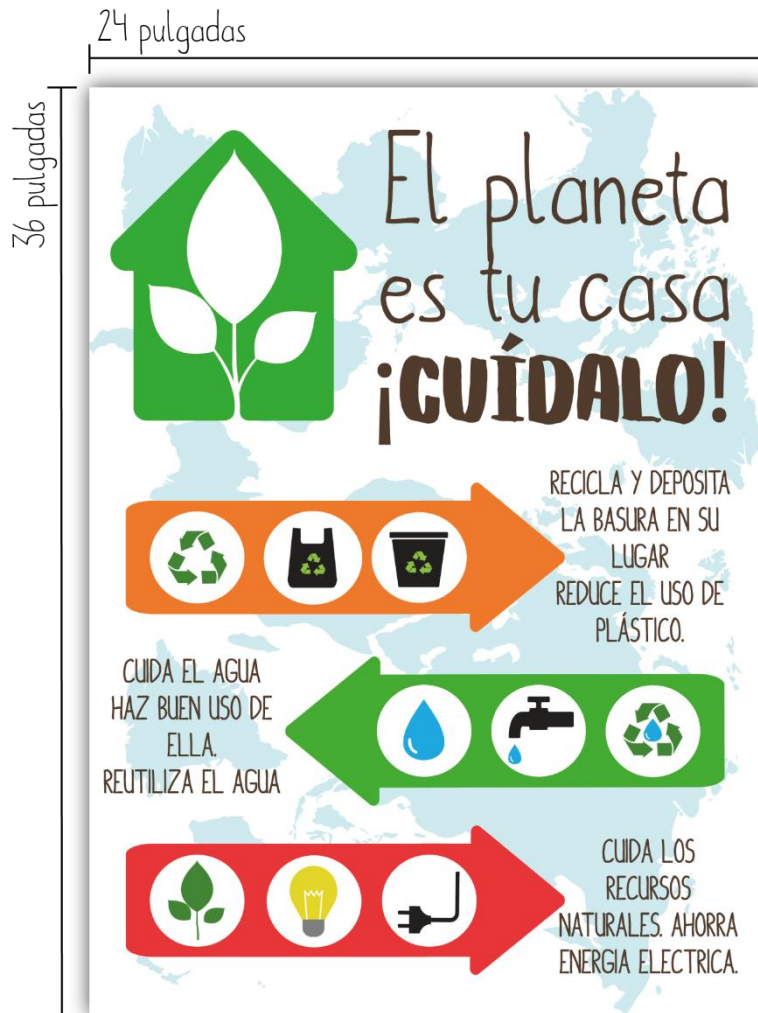
El pin o botón como comúnmente se le conoce, está conformado por el isotipo en tonos blancos y verdes.

- **Sticker**



El sticker está conformado por el imagotipo, con sus respectivas fuentes, Better together caps y Metaphors regular para mejor legibilidad y capturar la atención del público objetivo.

- **Afiches**



El afiche está diseñado con figuras geométricas, flechas y círculos, dentro de los círculos se ubican iconos que hacen referencia a las instrucciones para cuidar el planeta. asimismo, se utilizan textos para hacer conciencia sobre el tema con las fuentes tipográficas Better together caps y Metafors regular. Adjunto a esto, se ubica el imagotipo del proyecto. Se utiliza un fondo vectorial de mapa, dando la percepción del planeta Tierra.

- **Volante**



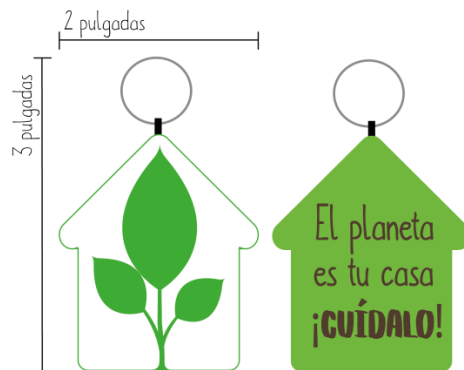
El volante está diseñado con figuras geométricas, básicamente círculos, dentro de ellos se ubican iconos que hacen referencia a las instrucciones para cuidar el planeta. Asimismo, se utilizan textos como títulos para hacer conciencia sobre el tema con las fuentes tipográficas Better together caps y Metafors regular. Adjunto a esto se ubica el imagotipo del proyecto. Se utiliza un fondo vectorial de mapa, dando la percepción del planeta Tierra.

- **Gafete**



El gafete está construido por el isotipo del proyecto. Asimismo, una frase que invita al alumno a cuidar el planeta, en él también se utiliza una línea con la función de colocar el nombre del estudiante y así identificarse. Se tomó como base un diseño redondo para crear la percepción del planeta Tierra, adjunto al fondo que son vectores de mapa.

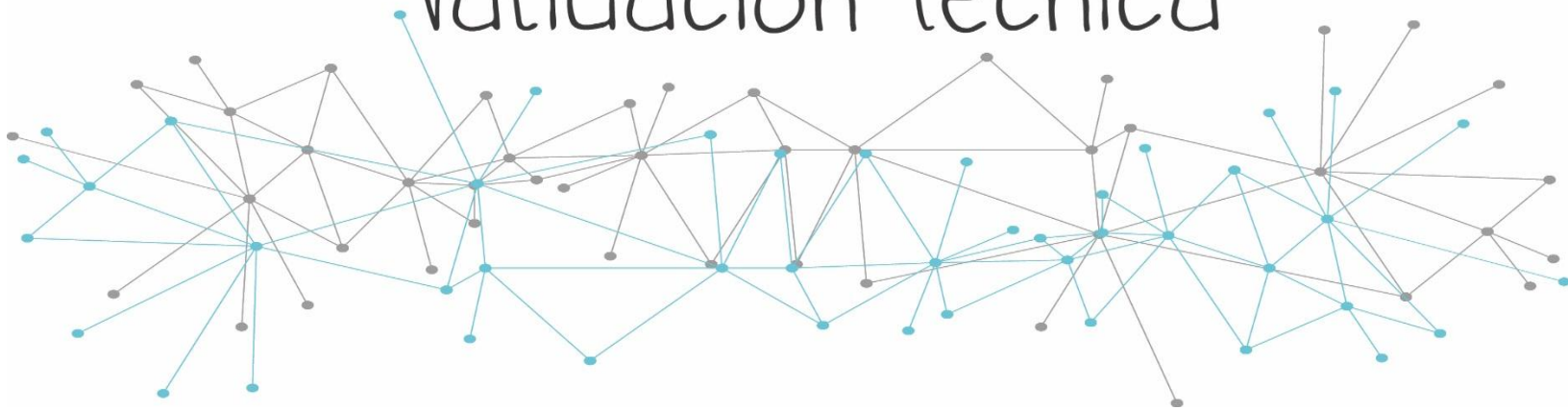
- **Llaveros**



El llavero está construido por el imagotipo separado entre isotipo y logotipo lado a lado, tendrá visibilidad de ambos lados, al frente y atrás, con un anillo gris que servirá como base para introducirlo en cualquier objeto.

CAPÍTULO VIII

Validación técnica



CAPÍTULO VIII: Validación técnica

La propuesta preliminar de diseño se validará con la implementación de una encuesta personal, estructurada por preguntas dicotómicas y aplicando la escala de Likert, herramienta de medición que permitirá conocer las opiniones de las personas, siendo estas, niños y niñas que conforman el grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

La encuesta estará estructurada por tres partes: objetiva, semiológica y operativa; es decir, de acuerdo a los objetivos del proyecto, a la percepción de las personas y al diseño y funcionalidad del proyecto.

8.1 Población y Muestreo

La población será dividida en tres grupos, siendo estos: grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

8.1.1 Grupo objetivo. La muestra en cuanto a grupo objetivo consta de 25 niños y niñas estudiantes de primaria, comprende las edades de 8 a 12 años, con un nivel socioeconómico entre medio y alto, necesitados de educación ecológica.

8.1.2 Expertos. La muestra en el grupo de expertos en comunicación y diseño consta de cinco personas, todas de género masculino, con edades entre 30 y 40 años.

Licenciado David Castillo Cobos – Experto en comunicación, diseño y producción.

Licenciado Jorge Lionardo Ardón Vividor – Experto en comunicación y diseño.

Licenciado Marlon Maviel Cruz Barrios – Experto en diseño gráfico.

Licenciado Manlio Buonafina Zea – Experto en comunicación y publicidad.

Licenciado Carlos José Zapparoli – Experto en comunicación y diseño.

8.1.3 Cliente. La muestra consta de la administradora y catedrática de la institución educativa.

Bianca Vanessa Eguizabal Martínez.

Ver anexo H: Validación técnica

8.2 Método e instrumentos

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará a un cliente, a 25 personas, niños y niñas del grupo objetivo y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño.

8.2.1 Instrumento de validación.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE GRADUACIÓN



Nombre: _____ Género: F M Edad: _____

Profesión: _____ Experto: Cliente: Grupo Objetivo:

ENCUESTA DE VALIDACIÓN DEL PROYECTO

Diseño de material gráfico educativo, para incentivar la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, dirigido a los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida. Comapa, Jutiapa, Guatemala 2018.

Antecedentes

El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida es una institución educativa, fundada en 1995, en el Municipio de Comapa, Departamento de Jutiapa, Ciudad de Guatemala; dicha institución ha dedicado gran parte de su esfuerzo a formar estudiantes con valores y principios. La misión de la institución es formar personas integrales, competentes y comprometidas con Dios, consigo mismas y con la sociedad, a través de un sistema educativo fundamentado en la palabra de Dios y buenos valores; de calidad, accesible a todos y sostenible.

Instrucciones: Según los antecedentes anteriormente descritos, se le presentarán una serie de piezas gráficas digitales; en base a dichas piezas, se le plantean las siguientes preguntas de validación, las cuales deberá contestar según su criterio, marcando una X dentro de la forma.

Parte Objetiva

1. ¿Considera que es necesario investigar los conceptos básicos de diseño publicitario para fundamentar el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente?
SI NO
2. ¿Considera que es necesario recopilar información acerca de la educación, el reciclaje y el cuidado del medio ambiente, para concienciar a los estudiantes?
SI NO
3. ¿Considera importante seleccionar la información necesaria acerca del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para utilizarla en los materiales gráficos que se elaborarán como herramientas educativas?
SI NO
4. ¿Considera que es necesario ilustrar con dibujos cada pieza gráfica del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para darlo a conocer a los estudiantes?
SI NO

5. ¿Considera que es importante unificar los elementos gráficos que se utilizarán en cada pieza, para facilitar la comprensión en los estudiantes?
SI NO

6. ¿Considera importante diagramar los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para presentarlo y lograr un cambio de actitud en los estudiantes?
SI NO

Parte Semiológica

7. ¿Cómo considera usted los colores utilizados en los materiales para el reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

8. ¿Cómo percibe usted las formas utilizadas en los materiales para el reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy convenientes Poco convenientes Nada convenientes

9. ¿Siente que los diseños elaborados para el reciclaje y cuidado del medio ambiente son?
Muy atractivos Poco atractivos Nada atractivos

10. ¿Cómo percibe usted los tipos de letra utilizados en los materiales?
Muy legibles Poco legibles Nada legibles

11. ¿Cómo considera la utilización de los iconos representativos del reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy funcionales Poco funcionales Nada funcionales

Parte operativa

12. ¿Siente usted que los tamaños de letra en los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para los estudiantes son?
Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

13. ¿Cómo considera la utilización de los iconos representativos del reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy funcionales Poco funcionales Nada funcionales

14. ¿Cómo considera los diseños de los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy funcionales Poco funcionales Nada funcionales

15. ¿Según su criterio, las piezas elaboradas para el reciclaje y cuidado del medio ambiente; en cuanto a tipos de piezas, tamaños y medidas son?
Muy adecuadas Poco adecuadas Nada adecuadas

16. ¿Considera que los títulos utilizados en los materiales son?

Muy convenientes

Poco convenientes

Nada convenientes

Observaciones:

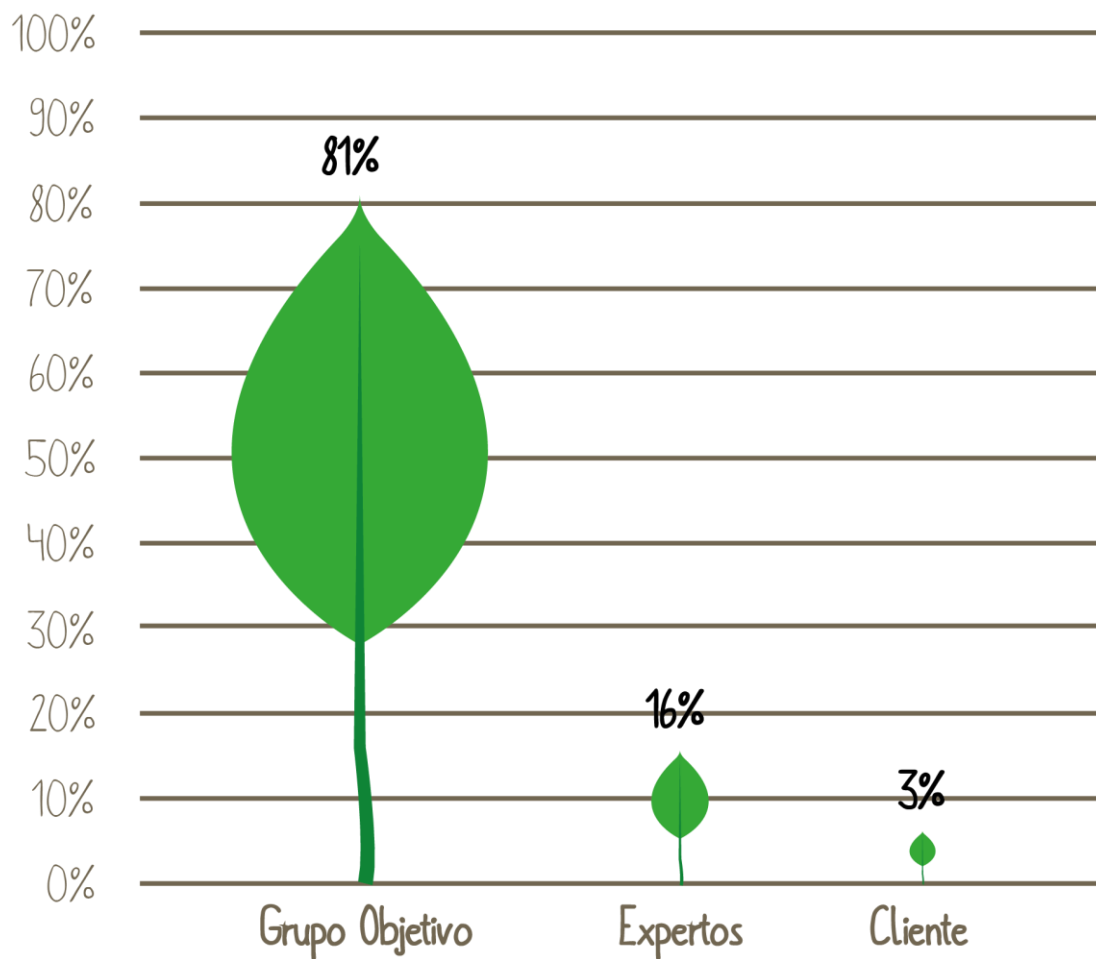
Agradecimientos totales a usted por colaborar en el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente, tomándose el tiempo para contestar esta encuesta.

Ver anexo I: Fotos de encuestados

8.3 Resultados e interpretación de resultados

8.3.1 Datos generales

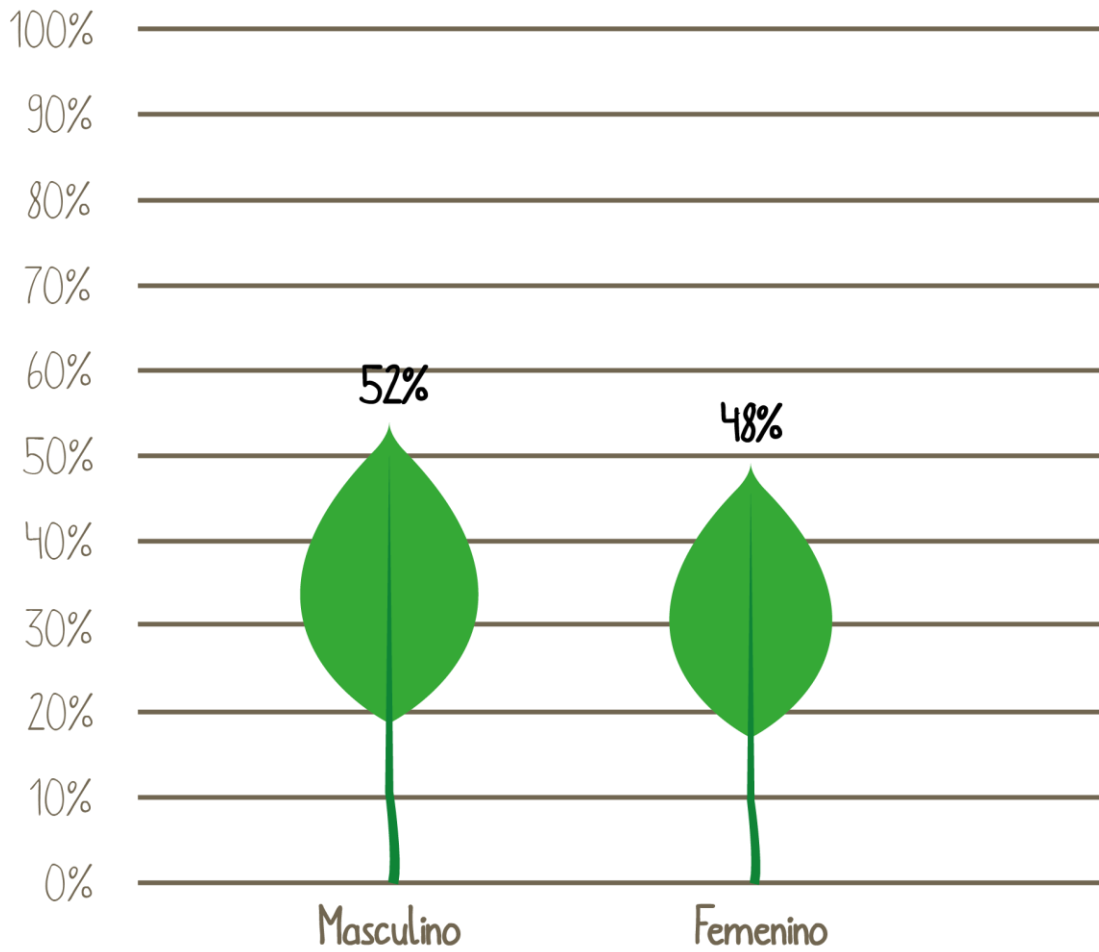
Segmento al que pertenece



INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de personas encuestadas, el 81% corresponde al grupo objetivo, el 16% al grupo de expertos y el 3% corresponde al cliente.

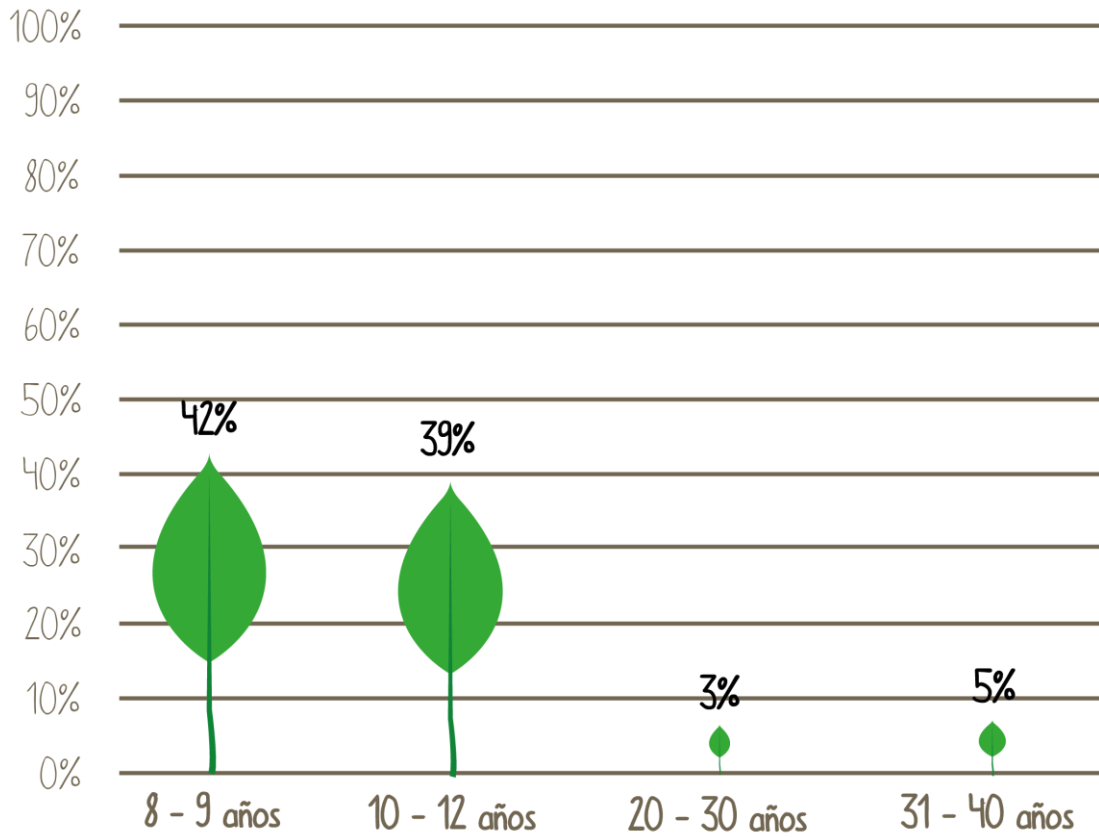
Género



INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de personas encuestadas, el 52% corresponde al género masculino y el 48% al género femenino.

Edad



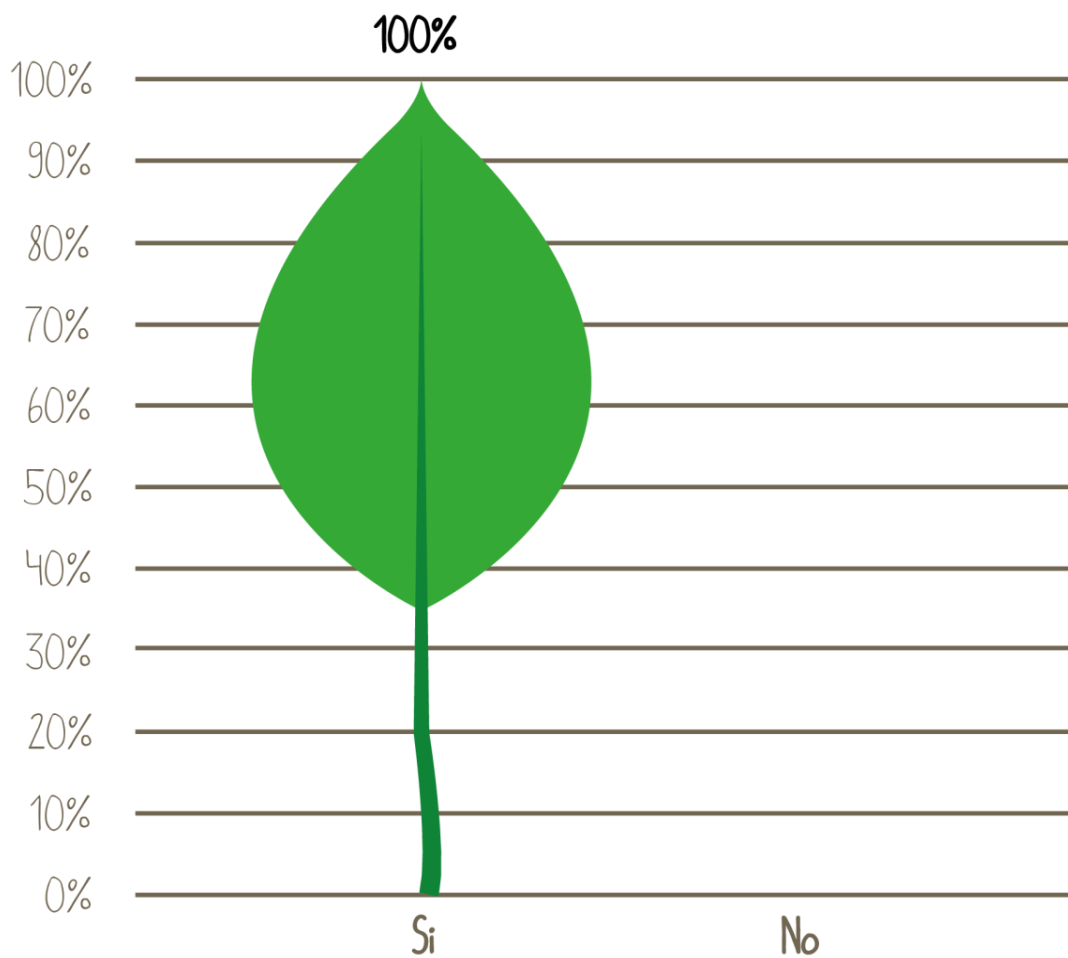
INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de personas encuestadas, 42% comprenden las edades de ocho a nueve años, 39% de 10 a 12 años, 3% de 20 a 30 años y 5% de 31 a 40 años.

8.3.2 Parte objetiva.

Pregunta No. 1

¿Considera que es necesario investigar los conceptos básicos de diseño publicitario para fundamentar el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente?

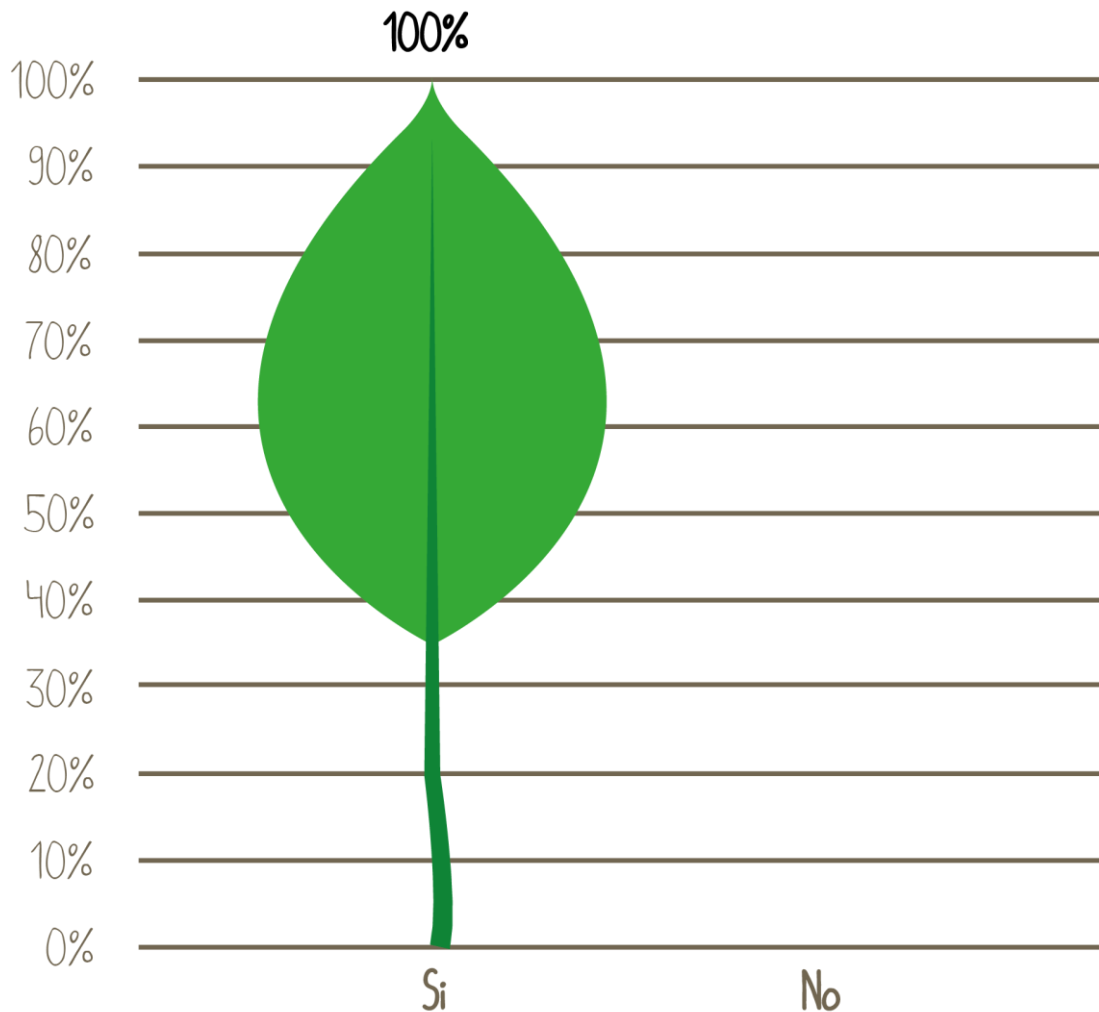


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera que sí es necesario investigar los conceptos básicos de diseño publicitario para fundamentar el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente.

Pregunta No. 2

¿Considera que es necesario recopilar información acerca de la educación, el reciclaje y el cuidado del medio ambiente, para concienciar a los estudiantes?

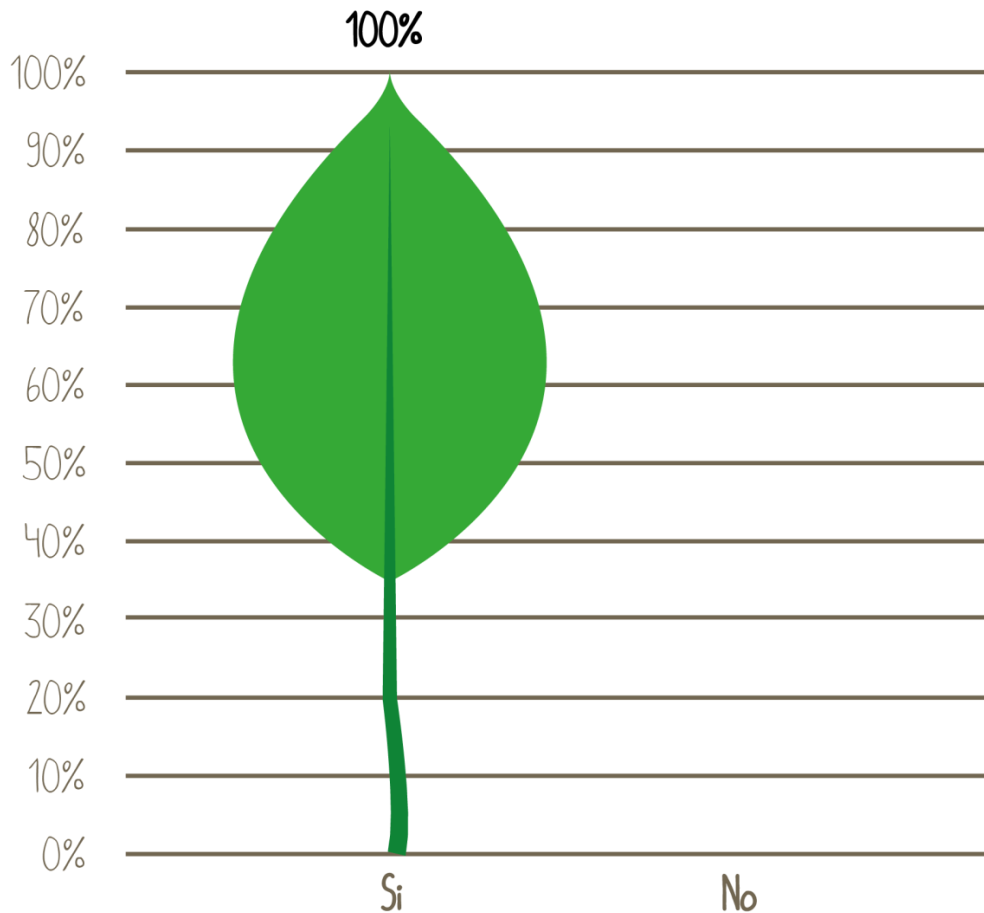


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera que sí es necesario recopilar información acerca de la educación, el reciclaje y el cuidado del medio ambiente, para concienciar a los estudiantes.

Pregunta No. 3

¿Considera importante seleccionar la información necesaria acerca del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para utilizarla en los materiales gráficos que se elaborarán como herramientas educativas?

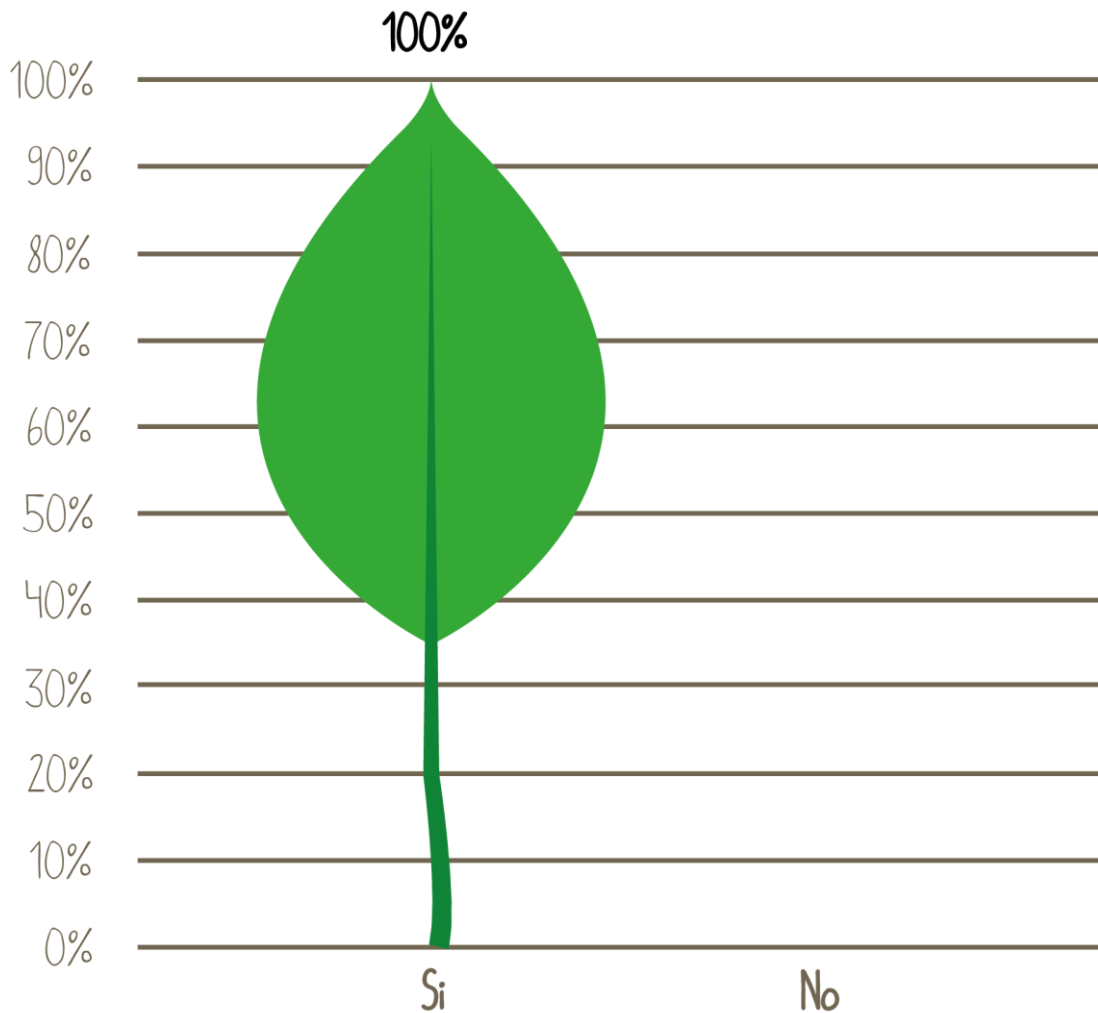


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera que sí es importante seleccionar la información necesaria acerca del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para utilizarla en los materiales gráficos que se elaborarán como herramientas educativas.

Pregunta No. 4

¿Considera que es necesario ilustrar con dibujos cada pieza grafica del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para darlo a conocer a los estudiantes?

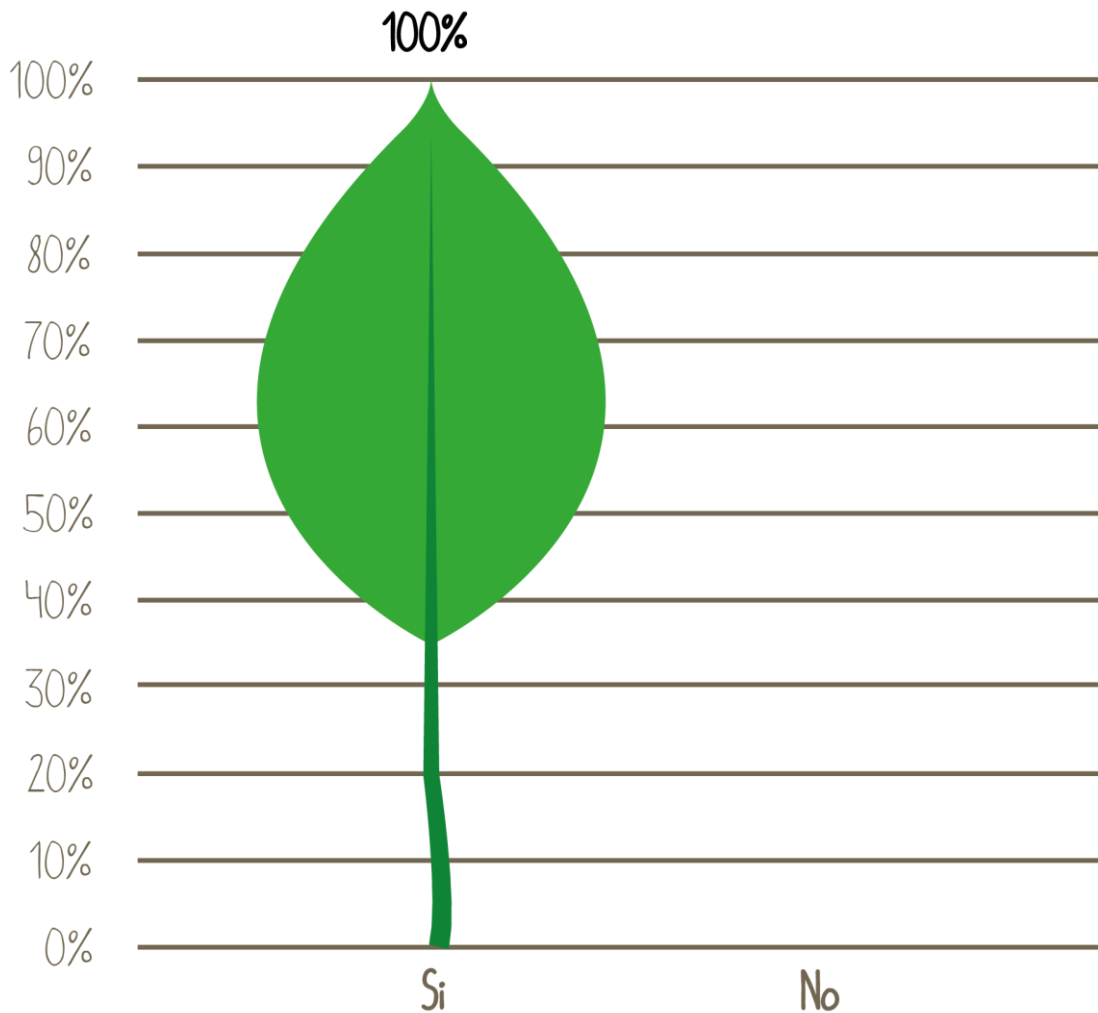


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera que sí es necesario ilustrar con dibujos cada pieza grafica del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para darlo a conocer.

Pregunta No. 5

¿Considera que es importante unificar los elementos gráficos que se utilizarán en cada pieza, para facilitar la comprensión en los estudiantes?

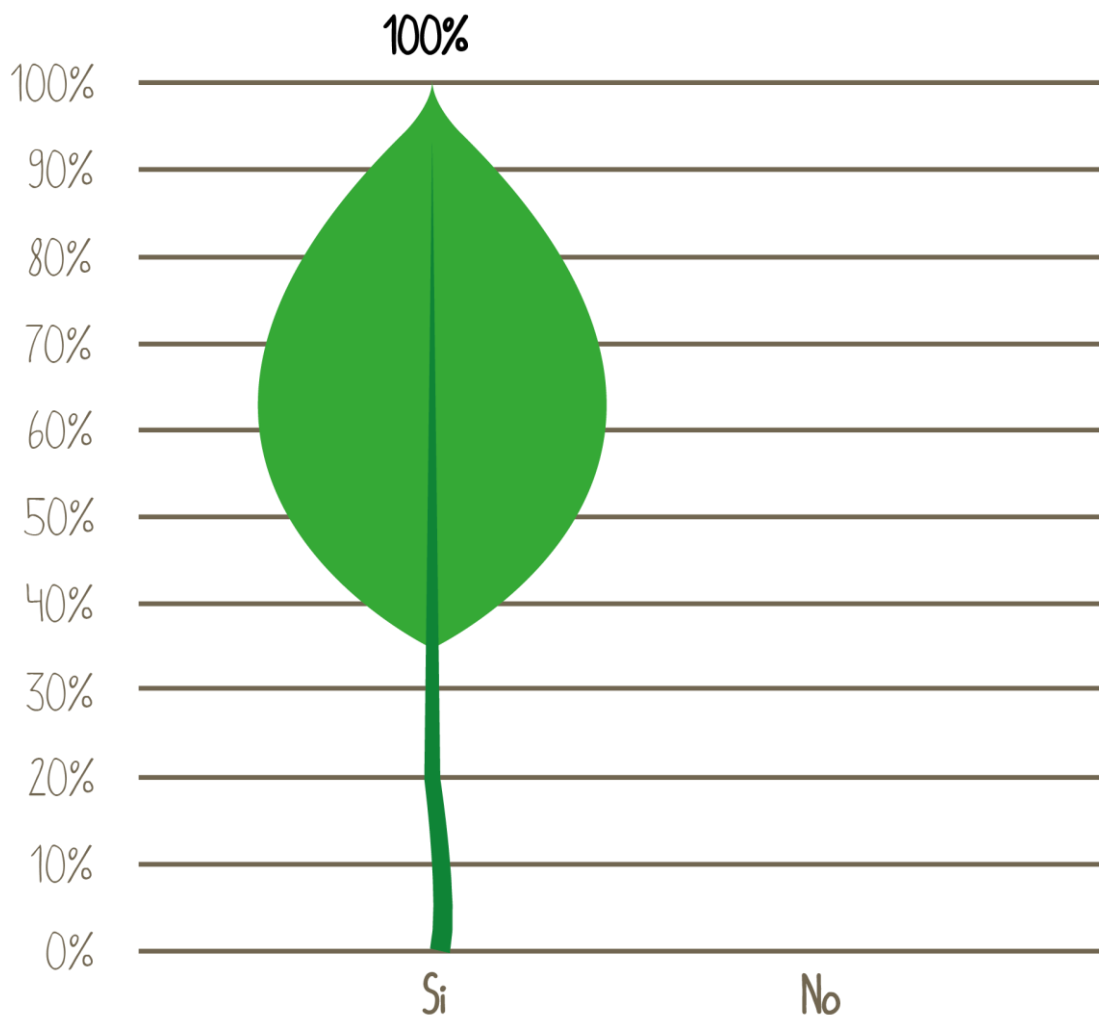


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera que sí es importante unificar los elementos gráficos que se utilizarán en cada pieza, para facilitar la comprensión.

Pregunta No. 6

¿Considera importante diagramar los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para presentarlo y lograr un cambio de actitud en los estudiantes?



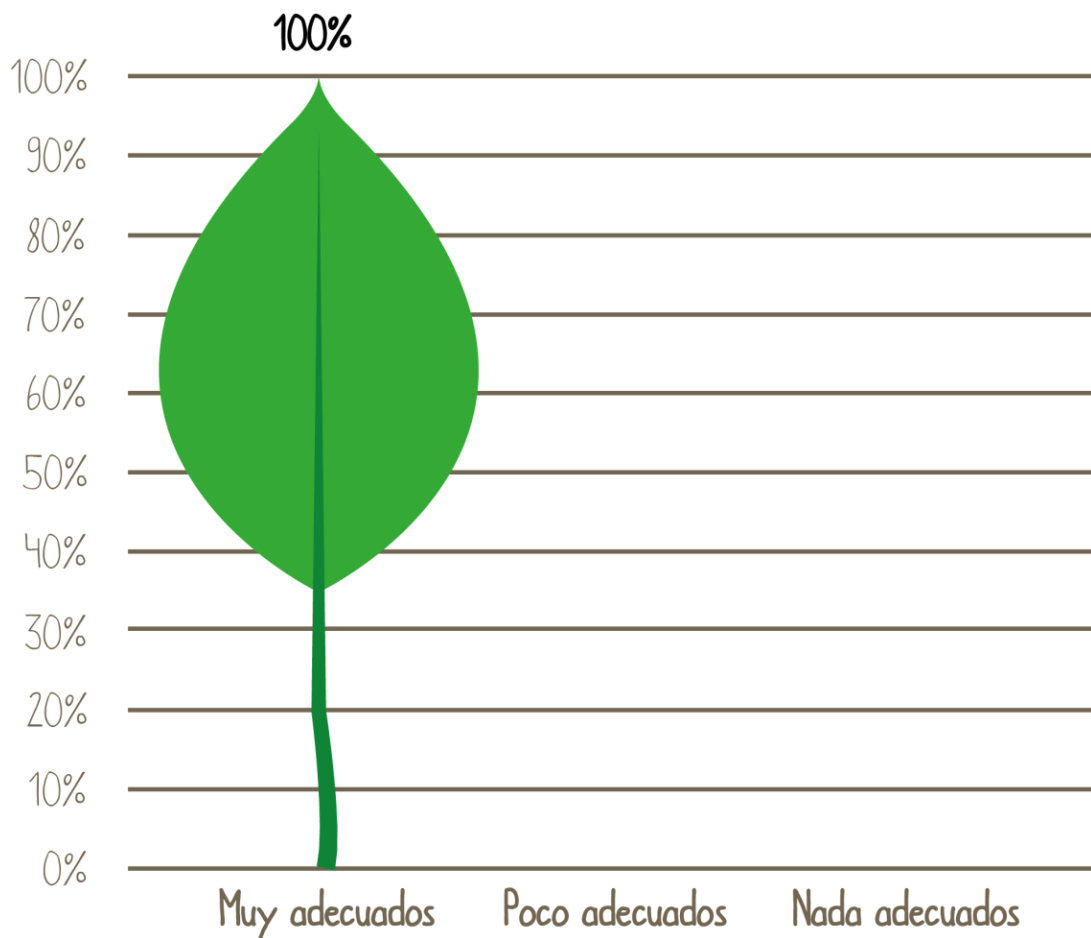
INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera que sí es importante diagramar los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para presentarlo y lograr un cambio de actitud en los estudiantes.

8.3.3 Parte semiológica

Pregunta No. 7

¿Cómo considera usted los colores utilizados en los materiales para el reciclaje y cuidado del medio ambiente?

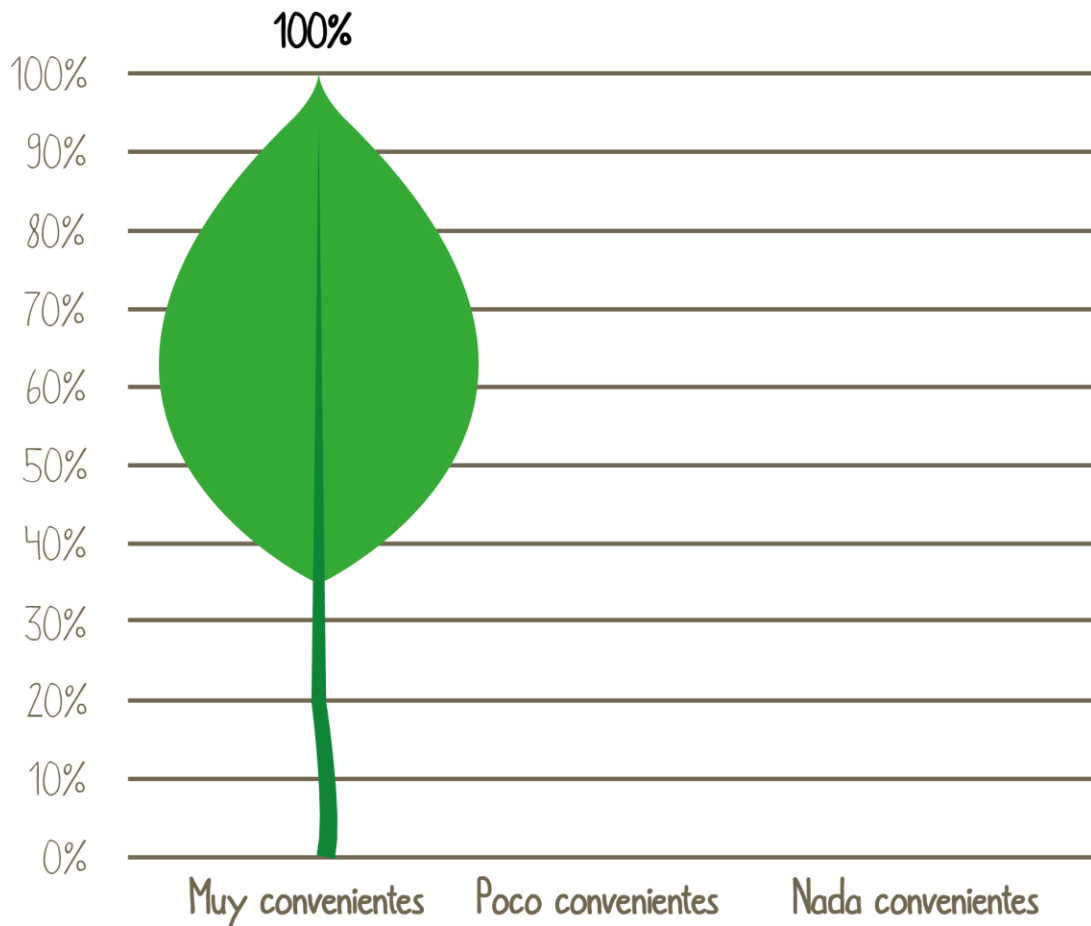


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera muy adecuados los colores utilizados en los materiales para el reciclaje y cuidado del medio ambiente.

Pregunta No. 8

¿Cómo percibe usted las formas utilizadas en los materiales para el reciclaje y cuidado del medio ambiente?

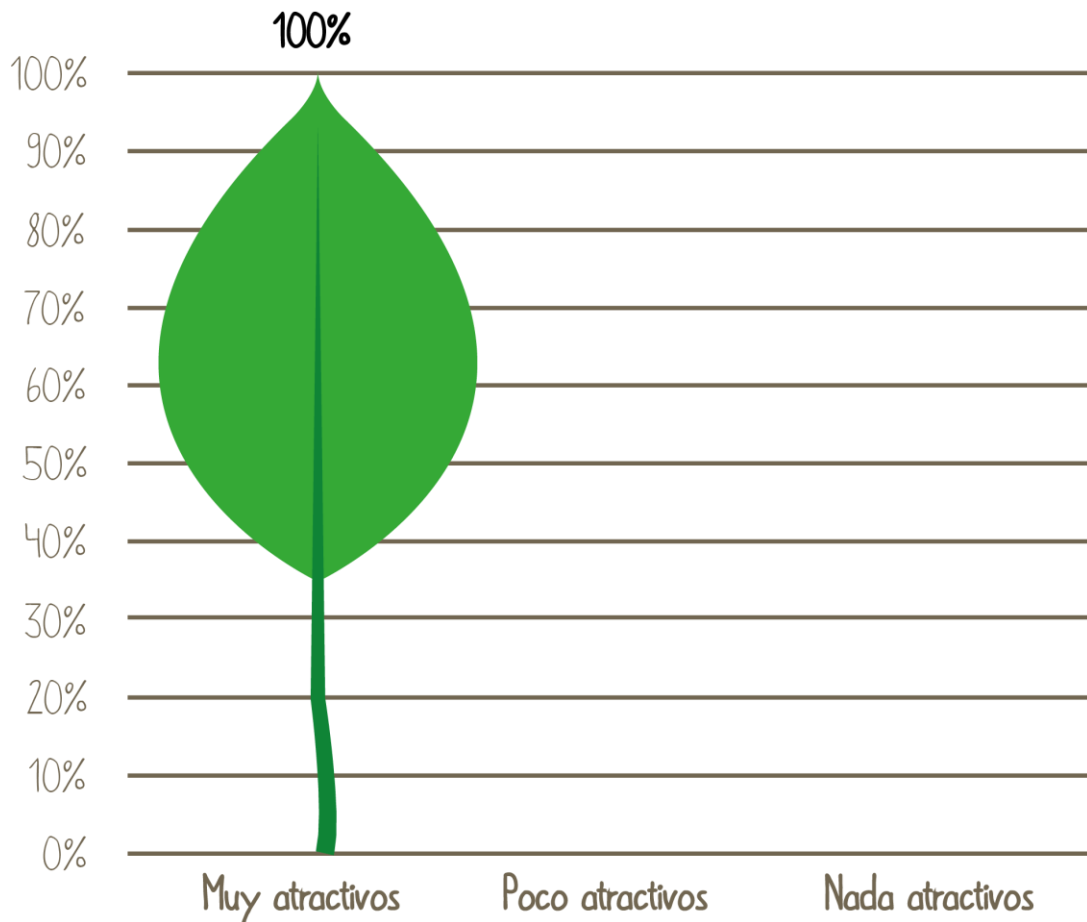


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% percibe muy convenientes las formas utilizadas en los materiales para el reciclaje y cuidado del medio ambiente.

Pregunta No. 9

¿Siente que los diseños elaborados para el reciclaje y cuidado del medio ambiente son?

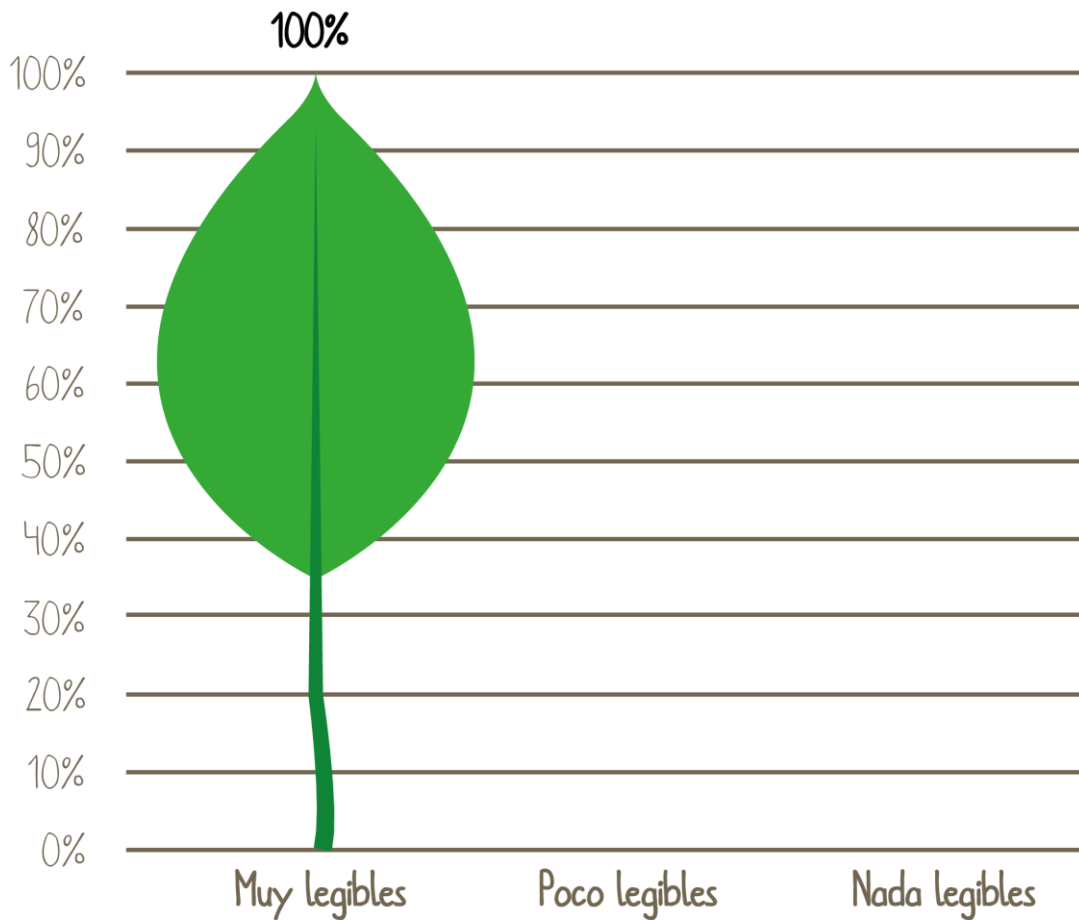


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% siente que los diseños elaborados para el reciclaje y cuidado del medio ambiente son muy atractivos.

Pregunta No. 10

¿Cómo percibe usted los tipos de letra utilizados en los materiales?

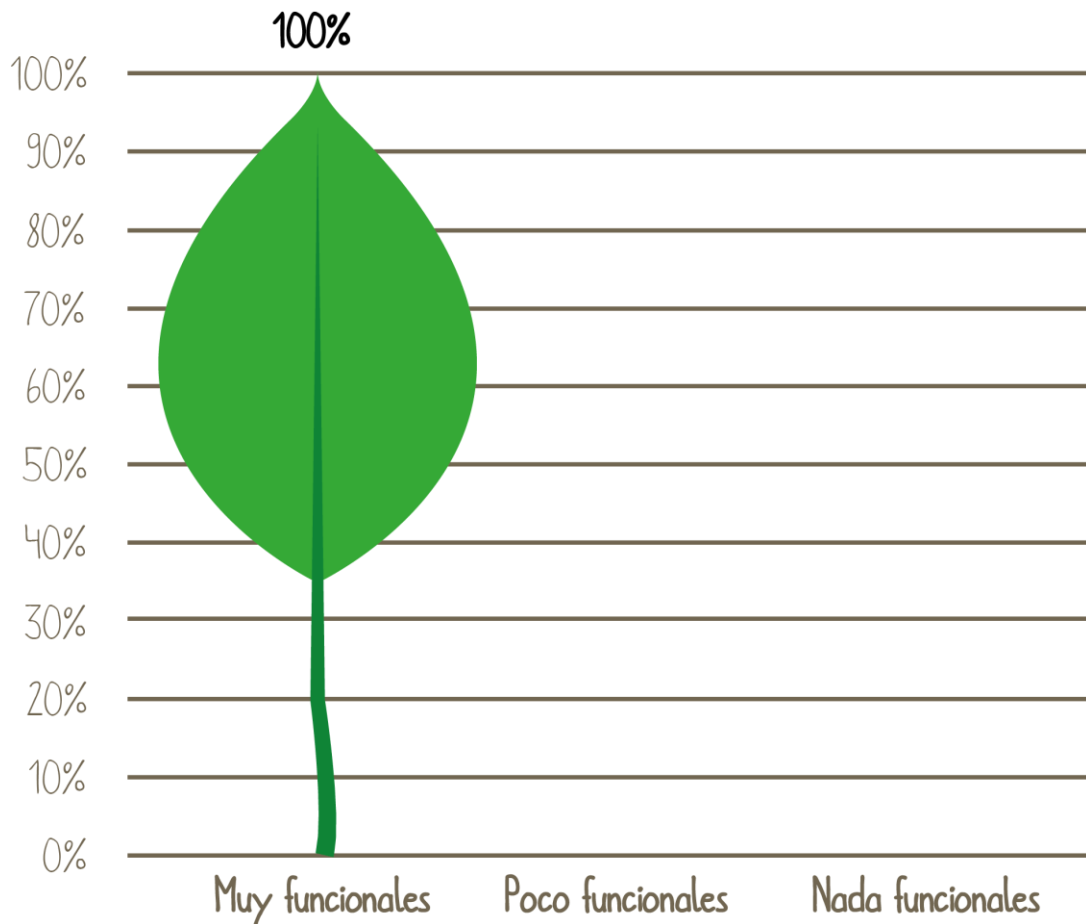


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% percibe que los tipos de letra utilizados en los materiales son muy legibles.

Pregunta No. 11

¿Cómo considera la utilización de los iconos representativos del reciclaje y cuidado del medio ambiente?



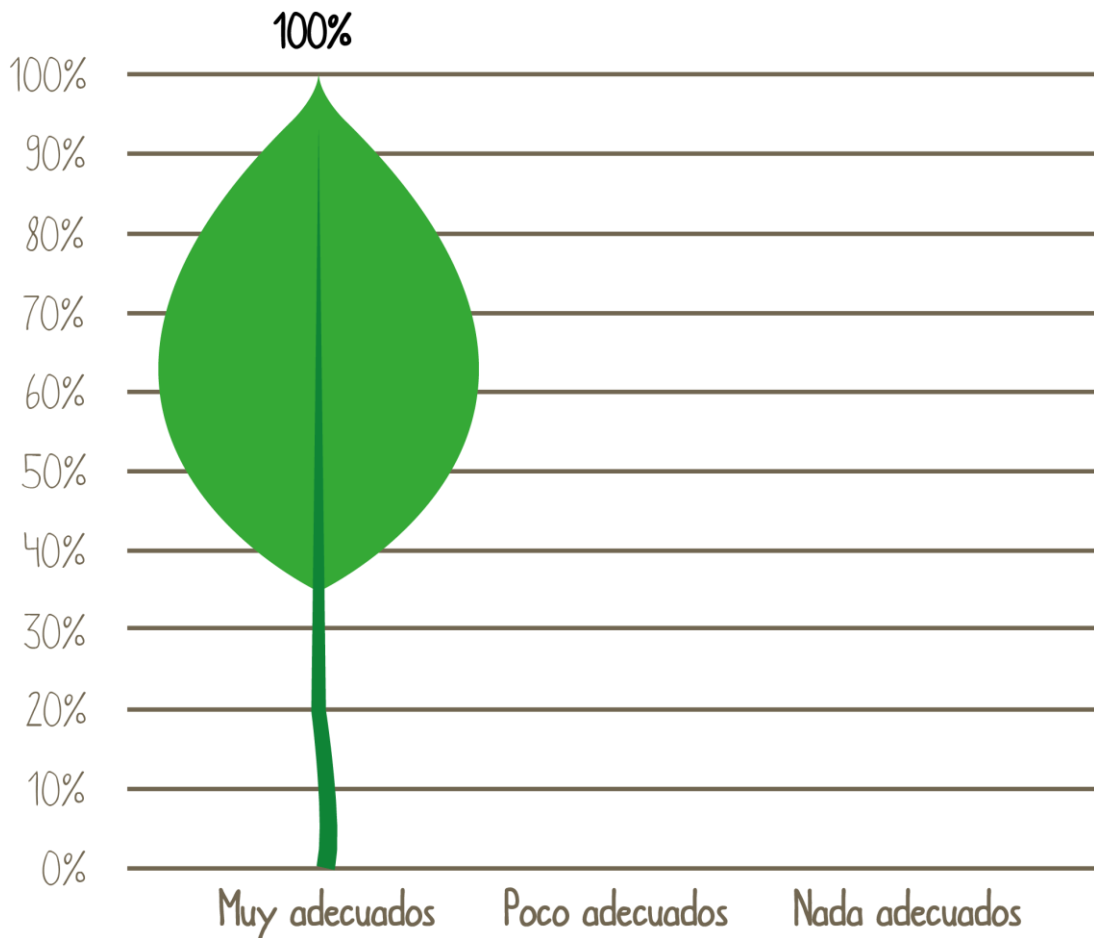
INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera la utilización de los iconos representativos del reciclaje y cuidado del medio ambiente son muy funcionales.

8.3.4 Parte operativa.

Pregunta No. 12

¿Siente usted que los tamaños de letra en los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para los estudiantes son?

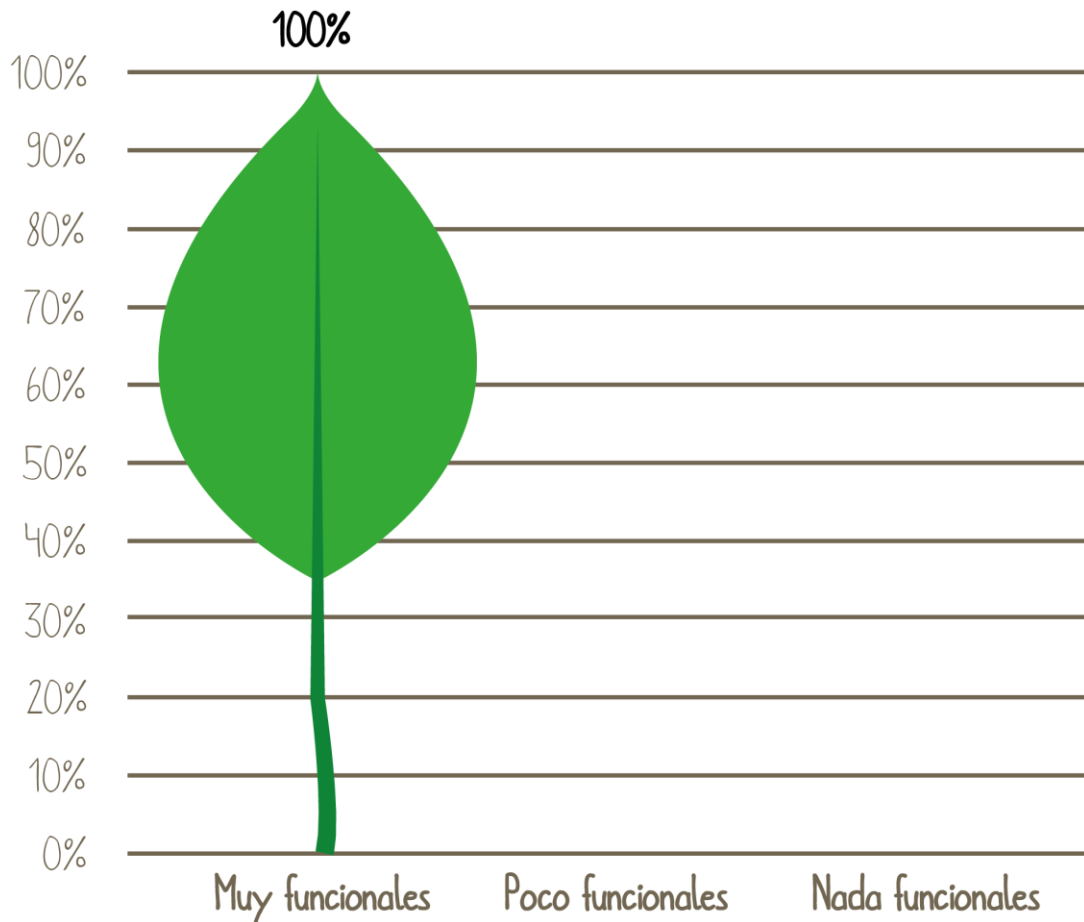


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% siente que los tamaños de letra en los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente para los estudiantes son muy adecuados.

Pregunta No. 13

¿Cómo considera la utilización de los iconos representativos del reciclaje y cuidado del medio ambiente?

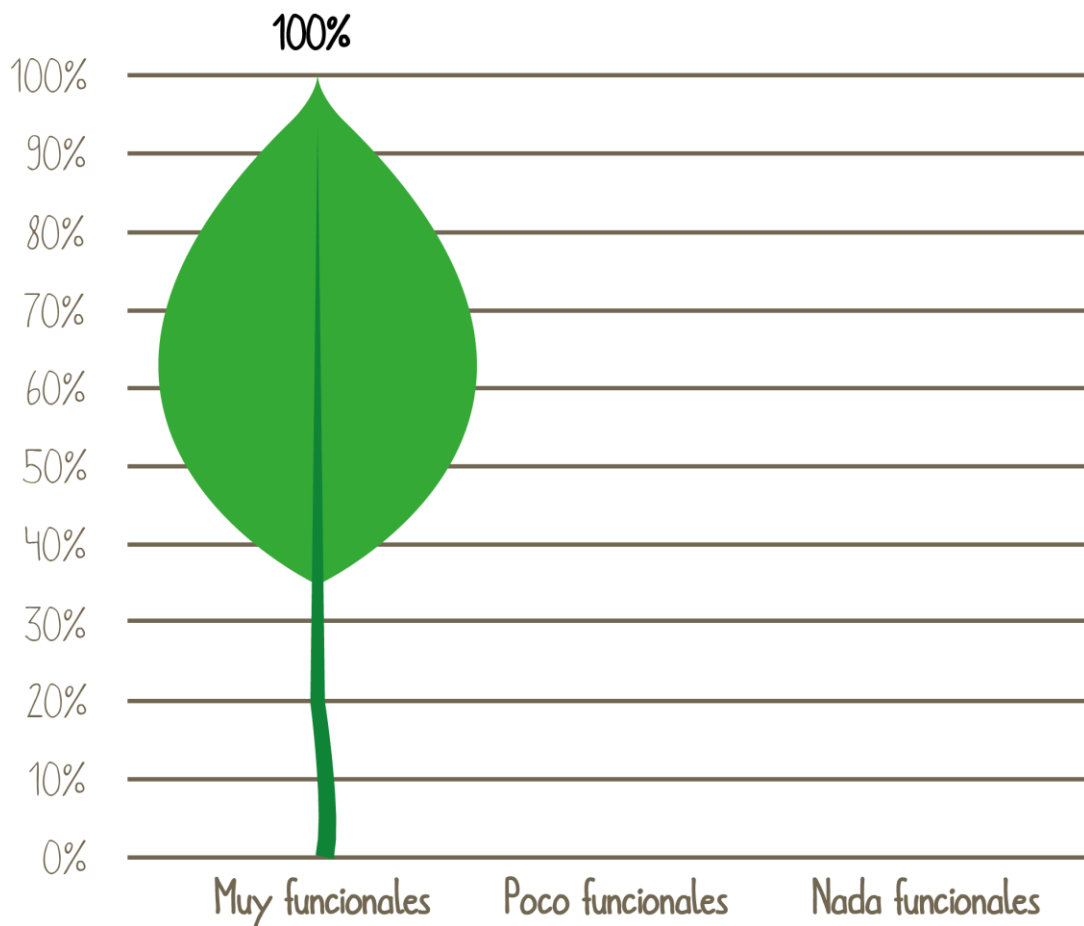


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera que la utilización de los iconos representativos del reciclaje y cuidado del medio ambiente son muy funcionales.

Pregunta No. 14

¿Cómo considera los diseños de los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente?

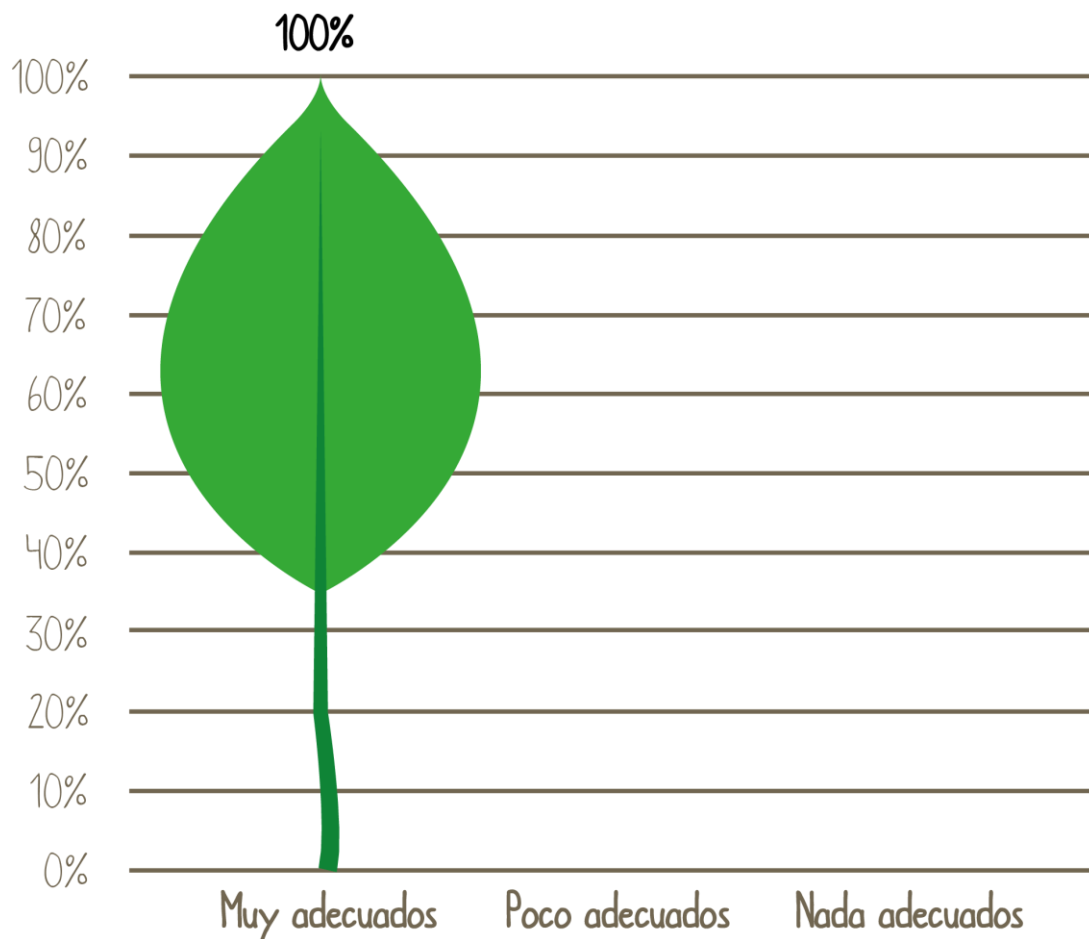


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera que los diseños de los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente son muy funcionales.

Pregunta No. 15

¿Según su criterio, las piezas elaboradas para el reciclaje y cuidado del medio ambiente; en cuanto a tipos de piezas, tamaños y medidas son?

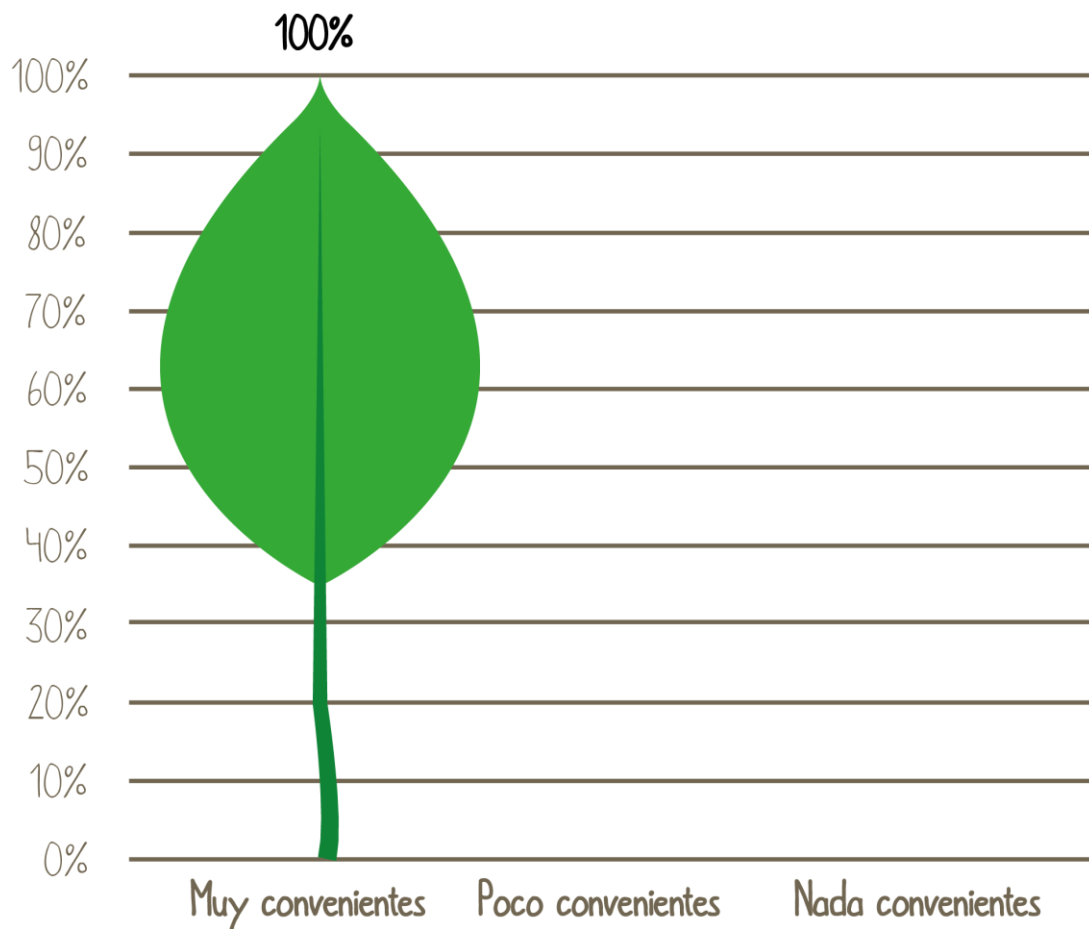


INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% piensa que las piezas elaboradas para el reciclaje y cuidado del medio ambiente; en cuanto a tipos de piezas, tamaños y medidas, son muy adecuados.

Pregunta No. 16

¿Considera que los títulos utilizados en los materiales son?



INTERPRETACIÓN:

La gráfica muestra que del 100% de los encuestados, el 100% considera que los títulos utilizados en los materiales son muy convenientes.

Observaciones

Se obtuvo una observación de parte del cliente, en ella se pide cambiar la forma del pin a redondo para su mejor utilidad.

Se obtuvieron algunas observaciones de parte del grupo de expertos: agregar isologo del cliente en las demás piezas gráficas donde se tiene espacio, debido a que solo se colocaron en algunas. Reducir el tamaño de los elementos en el afiche para mejor legibilidad. Corregir algunas faltas ortográficas.

8.4 Cambios a base de resultados

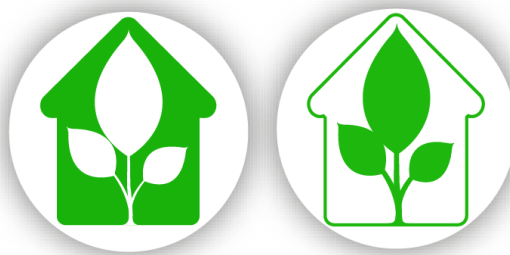
8.4.1 Antes y después

- **Pin**

Antes de la validación



Después de la validación



En el diseño para pines, se sugirió por parte del cliente, cambiar la forma de los mismos a redonda, pues estos se habían diseñado en forma rectangular vertical.

- **Afiche**

Antes de la validación

Después de la validación



En el diseño para afiche se sugirió colocar el isologo del cliente, en este caso es de una institución educativa, Liceo Cristiano Manantial de Vida.

- **Regla**

Antes de la validación



Después de la validación



Se agregó el isologo del cliente, como se sugirió en el grupo de expertos, esto con el proposito de identificar de mejor manera el proyecto.

- **Gafete**

Antes de la validación

Después de la validación



Se sugirió colocar el isologo del cliente en el diseño para gafete, en este caso el respectivo isologo de la institución educativa Liceo Cristiano Manantial de Vida.

- **Separador**

Antes de la validación



Después de la validación



Se sugirió la colocación del isologo del cliente en el diseño del separador, para identificar el proyecto.

- Volante

Antes de la validación

Después de la validación



Se sugirió colocar el isologo del cliente en el diseño para volante, para identificar el proyecto.

- Afiche

Antes de la validación

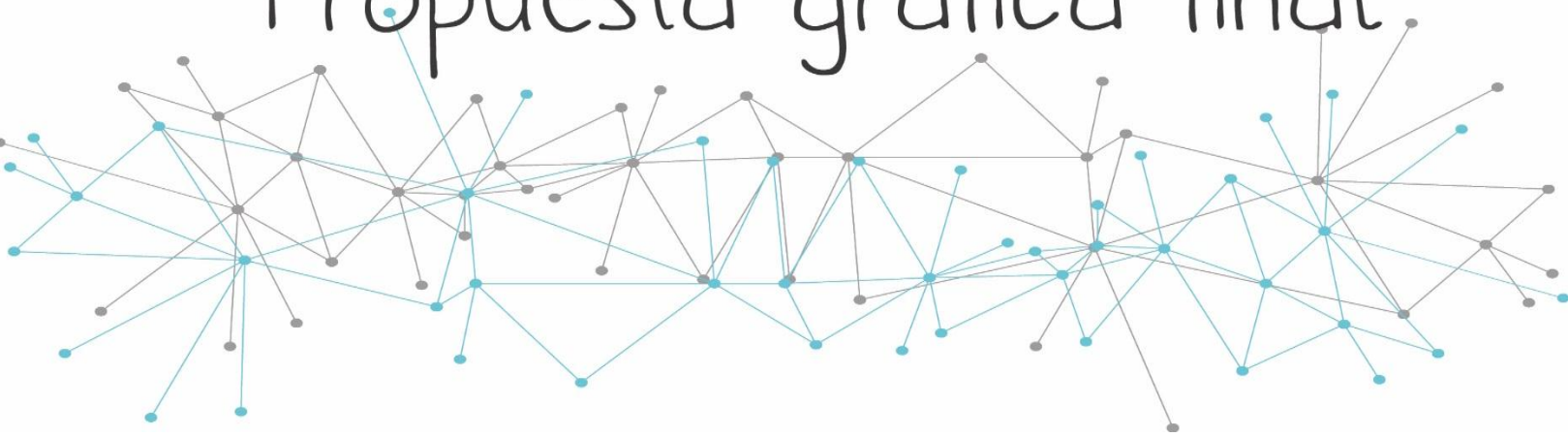
Después de la validación



Se sugirió reducir el tamaño de los elementos en el diseño para afiche, de tal manera que se redujo la proporción de los elementos en forma de flecha, se redujo el tamaño de letra y también la proporción del imagotipo del proyecto. Asimismo, se sugirió revisar errores ortográficos, se corrigieron las palabras: energía, eléctrica.

CAPÍTULO IX

Propuesta gráfica final.



CAPÍTULO IX: Propuesta gráfica final

9.1 Fundamentación de diseño

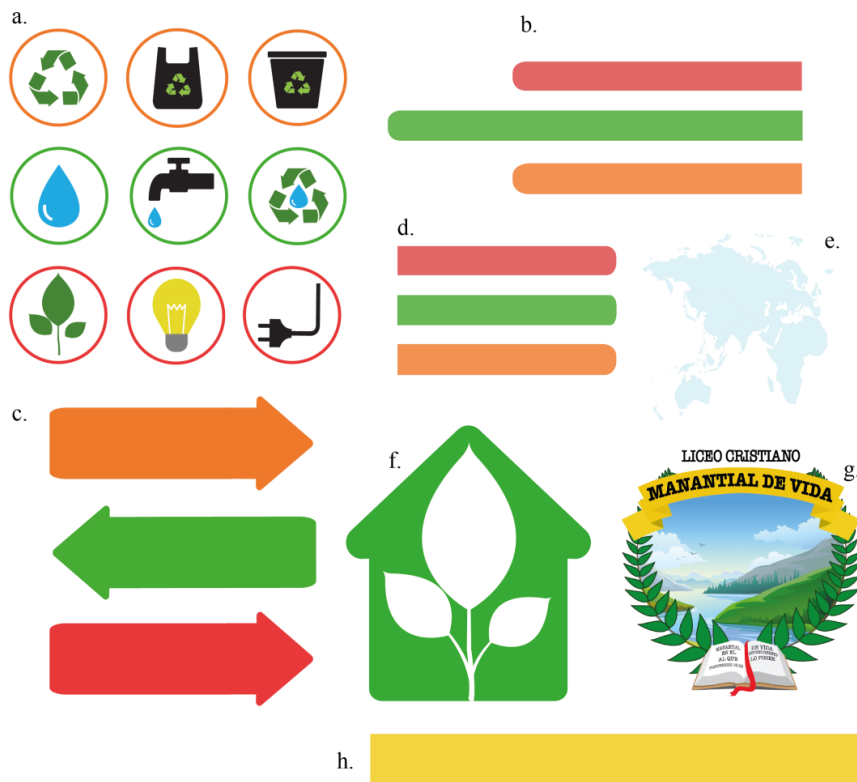
9.1.2 Concepto de diseño.

La propuesta de material gráfico para el reciclaje y cuidado del medio ambiente, se fundamenta en el concepto de diseño siguiente:

“El planeta es tu hogar ¡Cúidalo!”

Porque en la misión y visión se hace énfasis en la formación de personas comprometidas con la sociedad, a base de buenos valores, y por ser una institución reconocida municipalmente por su calidad humana.

9.1.3 Elementos gráficos.




- a. Íconos representativos de reciclaje y medio ambiente.
- b. Cintillos para titulares.
- c. Vectores en flechas para indicar texto.
- d. Cintillos para titulares.
- e. Vector de fondo en forma de mapa.
- f. Isotipo representativo del proyecto.
- g. Isologo de la empresa.
- h. Cintillo para titular.

9.1.4 Elementos tipográficos
















La tipografía empleada para los titulares es Better together caps. Asimismo, esta fuente es utilizada en el isotipo del proyecto, por su dinamismo y perfecta legibilidad es ideal para el grupo objetivo. Para los textos complementarios, se hizo uso de la fuente Metafors regular, es muy útil por su simplicidad, legibilidad y el toque infantil que posee.

Better together caps  **RECICLA
AHORRA**

Metafors regular  Cada vez que reciclas,
ahorras y reduces...

9.1.5 Colores

La paleta de colores empleada es en tonos verdosos y frescos, siendo colores característicos de la vegetación y medio ambiente. Asimismo, se utilizaron algunos colores primarios para facilidad del grupo objetivo. Se relacionaron los colores de los materiales con el isologo de la empresa para lograr armonía entre los diferentes elementos elaborados.

	C 60 R 106 M 20 G 172 Y 0 B 223 K 0		C 0 R 255 M 0 G 255 Y 0 B 255 K 0		C 0 R 231 M 88 G 56 Y 76 B 56 K 0
	C 8 R 241 M 16 G 206 Y 91 B 29 K 0		C 71 R 43 M 15 G 168 Y 1 B 224 K 0		C 15 R 229 M 7 G 215 Y 89 B 40 K 0
	C 89 R 2 M 77 G 2 Y 62 B 2 K 96		C 0 R 238 M 63 G 119 Y 87 B 43 K 0		C 76 R 70 M 25 G 133 Y 98 B 53 K 10
	C 85 R 12 M 19 G 138 Y 100 B 55 K 5		C 72 R 70 M 0 G 172 Y 100 B 51 K 0		C 72 R 70 M 0 G 172 Y 100 B 51 K 10
	C 52 R 132 M 24 G 163 Y 33 B 163 K 5		C 63 R 84 M 0 G 192 Y 16 B 215 K 0		C 47 R 79 M 60 G 58 Y 67 B 44 K 63

CORPORATIVOS



ADICIONALES



9.1.6 Presentación de propuesta final

En base a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los expertos, grupo objetivo y cliente, se realizaron algunos cambios sugeridos por los mismos y se presenta la propuesta final, la cual consta de diez piezas gráficas, siendo estas: Afiche, volante, regla, separador, sticker, vinil, banner para Facebook, pin, gafete y llavero.

El tamaño de las piezas varía según cada una de ellas, el material será entregado al cliente de forma digital. Asimismo, preparado para su correcta reproducción y distribución en forma física.

- **Vinil**



- **Banner para Facebook**



- **Separador**

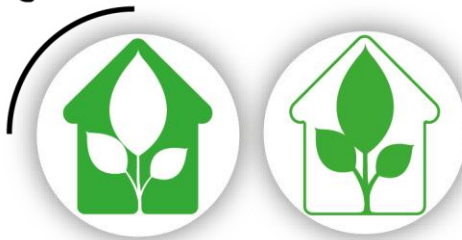


- Afiche



- Pin

1 pulgada



- **Regla**



- **Volante**



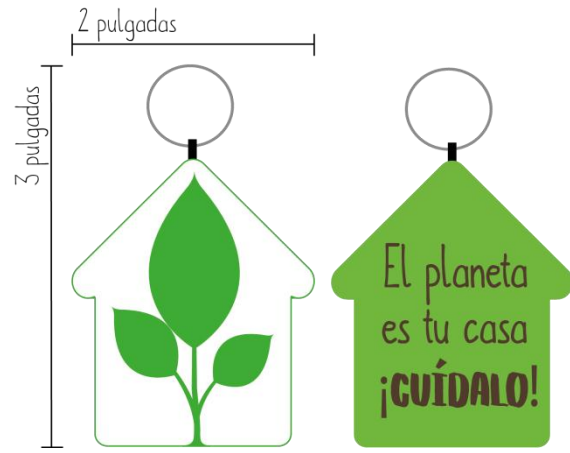
- **Sticker**



- **Gafete**



- **Llavero**



CAPÍTULO X

Producción, reproducción y distribución



CAPÍTULO X: Producción, reproducción y distribución

1.1 Plan de costos de elaboración

TOTAL DE HORAS TRABAJADAS	25 HORAS (LUNES A VIERNES)
TOTAL DE SEMANAS TRABAJADAS	4 SEMANAS (LUNES A VIERNES)
PRECIO POR HORA	Q 25.00
TOTAL COSTOS DE ELABORACIÓN	Q 2,500.00

Para la elaboración de las piezas gráficas del proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente, fue necesario ejecutar el proceso creativo correspondiente, desde identificar el problema, hacer el respectivo brief de la empresa, investigar todo lo concerniente al problema, emplear técnicas de diseño, realizar el bocetaje, así como digitalizar los materiales en software de diseño, evaluar y validarlo efectuar los cambios sugeridos para finalmente llegar al resultado final.

10.2 Plan de costos de producción

REALIZACIÓN DE PROPUESTA PRELIMINAR	30 HORAS
CAMBIOS SOLICITADOS	5 HORAS
REALIZACIÓN DE ARTE FINAL	10 HORAS
DESGASTE DE EQUIPO DE CÓMPUTO	40 HORAS
PRECIO POR HORA	Q 25.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q 2,125.00

La producción de los materiales gráficos se originó en la idea de crear material útil e informativo para el grupo objetivo, seguidamente se trabajó en la propuesta preliminar que fue evaluada por el cliente, expertos y grupo objetivo; se procedió a realizar los cambios sugeridos por los mismos, para luego dar paso al arte final. Todo lo descrito anteriormente, junto con el desgaste de cómputo, se calculó con el número de horas trabajadas, agregándole a esto la elaboración del arte final con su mejor resolución lista para su óptima reproducción.

10.3 Plan de costos de reproducción

COSTO DE REPRODUCCIÓN	PRECIO
Pin redondo	Q 6.50.
Lona vinílica	Q 75.00
Separador en papel textcote full color (cuatro en cada hoja)	Q 7.50
Regla en papel textcote full color (cuatro en cada hoja)	Q 7.50
Stickers full color en adhesivo (12 en cada hoja)	Q 7.50
Afiche en papel textcote	Q 275.00
Volante en papel couché full color	Q 7.50
Gafete en material PVC	Q 25.00
Llavero de plástico	Q 10.00
Banner digital para Facebook	Q 0.00
TOTAL COSTO DE REPRODUCCIÓN DE MATERIALES	Q421.50

Los materiales serán impresos. En la tabla anterior se detalla el precio por impresión de cada pieza, se tomaron como referencia cotizaciones de tres empresas de diseño y/o publicidad, para conocer el costo de los materiales en cuanto a reproducción y artes.

10.4 Plan de costos de distribución

DISTRIBUCIÓN	0 HORAS
TOTAL COSTOS DE DISTRIBUCION	Q0.00

Los materiales de reciclaje y cuidado del medio ambiente serán distribuidos por los catedráticos y autoridades del Colegio a cada estudiante del mismo, no se utilizarán medios de comunicación masivos, alternativos ni virtuales, por ende no existen costos de distribución.

10.5 Margen de utilidad

TOTAL COSTOS DE ELABORACIÓN	Q 2,500.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q 2,125.00
TOTAL COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q 421.50
TOTAL COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q0.00
TOTAL DE COSTOS	Q 5,046.50

10.6 IVA

MARGEN 20%	Q1,009.30
MARGEN 20% + TOTAL DE COSTOS	Q 6,055.80
IVA 12%	Q 605.60

Al total de costos se le incluyó el 20% de utilidad, más el 12% de Impuesto al Valor Agregado IVA, impuestos respectivos al pequeño contribuyente, por lo tanto deben pagarse al facturar.

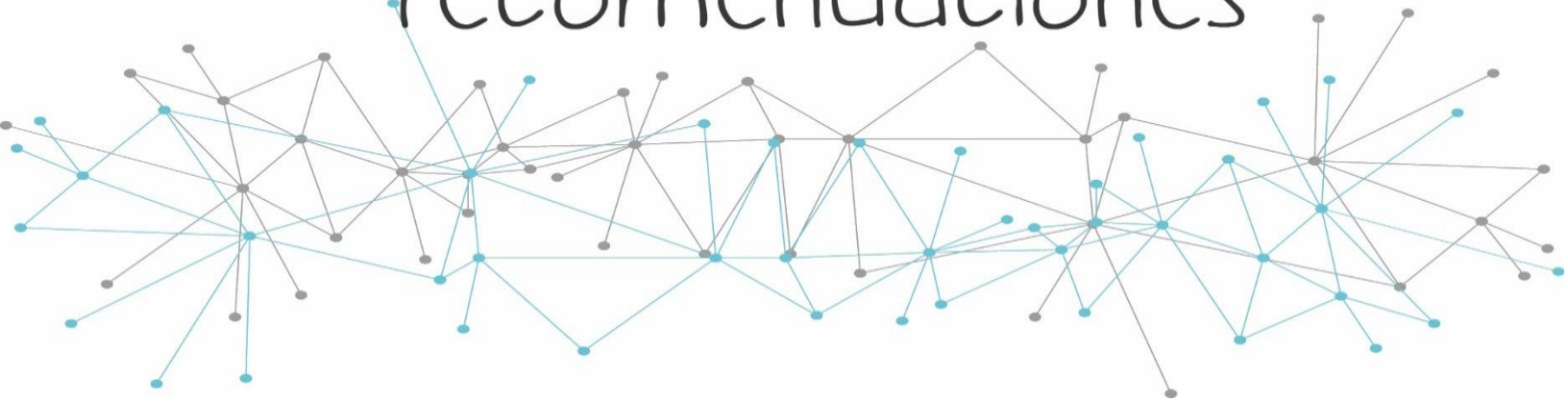
10.7 Cuadro con resumen general de costos

TOTAL DE COSTOS	Q 5,046.50
MARGEN 20%	Q 1,009.30
SUBTOTAL	Q 6,055.80
IVA 12%	Q 605.60
TOTAL	Q 6,661.40

Ver anexo J: Cotizaciones

CAPÍTULO XI

Conclusiones y recomendaciones



CAPÍTULO XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se diseñó material gráfico para el reciclaje y cuidado del medio ambiente, en los alumnos del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida del Municipio de Comapa, Departamento de Jutiapa.

11.1.2 Se investigaron los conceptos básicos de diseño publicitario para fundamentar el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente, dirigido a los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida del Municipio de Comapa, Departamento de Jutiapa.

11.1.3 Se recopiló información acerca de la educación, el reciclaje y el cuidado del medio ambiente, para concienciar a los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida del Municipio de Comapa, Departamento de Jutiapa.

11.1.4 Se seleccionó la información necesaria acerca del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para utilizarla en los materiales gráficos que se elaborarán como herramientas educativas para los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida.

11.1.5 Se ilustró con dibujos cada pieza grafica del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para darlo a conocer a los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida.

11.1.6 Se unificaron los elementos gráficos que se utilizarán en cada pieza, para facilitar la comprensión en los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida.

11.1.7 Se diagramaron los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para presentarlo y lograr un cambio de actitud en los estudiantes del establecimiento educativo Liceo Cristiano Manantial de Vida.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Diseñar material para el reciclaje y cuidado del medio ambiente, periódicamente, para lograr mejores resultados en los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida.

11.2.2 Crear campañas sociales cada cierto tiempo dentro del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida.

11.2.3 Llevar control minucioso para la correcta distribución y reproducción de los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente.

11.2.4 Que la página del Colegio en Facebook tenga movimiento de las actividades que se realizan en el establecimiento.

11.2.5 Dar seguimiento a los resultados obtenidos con la problemática del reciclaje y cuidado del medio ambiente.

11.2.6 Re imprimir los materiales para evitar el deterioro y falta de atención de los estudiantes.

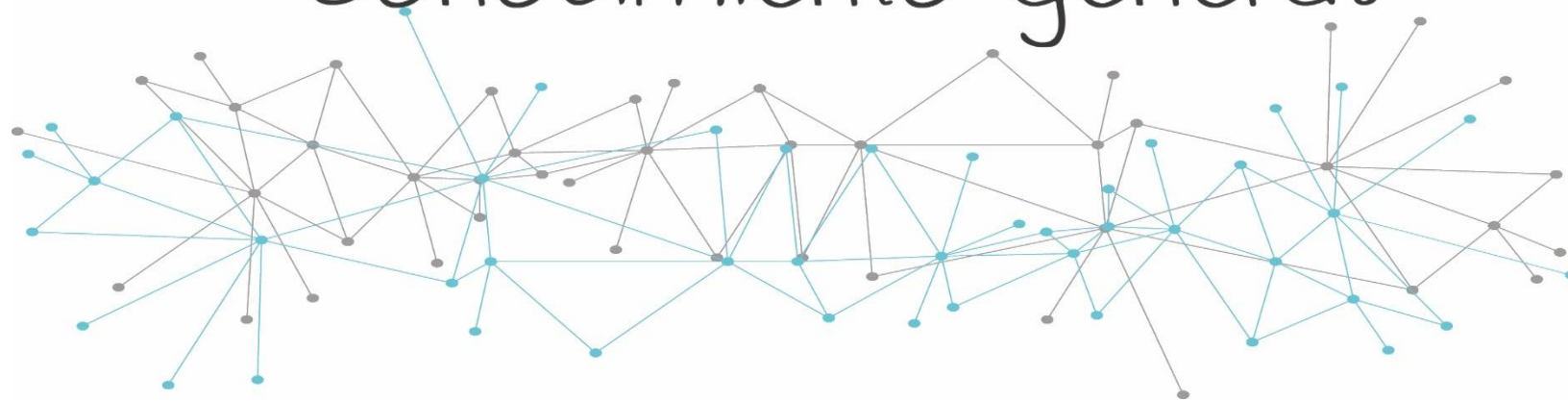
11.2.7 Que la versión digital de los materiales, sean publicados en la página oficial en Facebook del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida.

11.2.8 Capacitación al personal de la institución para su total preparación en cuanto a la problemática que se trata en los materiales gráficos.

11.2.9 Que la impresión de los materiales gráficos sea óptima, en cuanto a tintas y papel de calidad como couché y papel fotográfico mate o brillo, esto para que sea duradero y genere impacto en los estudiantes.

CAPÍTULO XII

Conocimiento general



CAPÍTULO XII: Conocimiento general

Comunicación y Diseño



COMUNICACIÓN

Se empleó la comunicación en todo el proyecto, de manera escrita y visual. Se redactó toda la información recabada para la elaboración exitosa del proyecto.



SOFTWARE

El área de software es de las más importantes, se hizo uso del software de Adobe Illustrator y en algunos detalles se utilizó Adobe Photoshop.



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercados se aplicó al momento de recabar la información necesaria para definir el grupo objetivo y sus necesidades.



ESTADÍSTICA

Se empleó la estadística descriptiva para obtener los resultados de las investigaciones que se realizaron a diferentes grupos.



TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En el área de técnicas de investigación se llevaron a cabo investigaciones como los conceptos fundamentales concernientes al proyecto en general.



VISUALIZACIÓN GRÁFICA

En visualización gráfica se elaboró el respectivo proceso de bocetaje para la realización de los materiales gráficos.



CREATIVIDAD

La creatividad fue de gran utilidad en la elaboración de las piezas gráficas, se llevaron a cabo distintos procesos que conforman la creatividad.



LENGUAJE Y GRAMÁTICA

El lenguaje y gramática se empleó para redactar de manera correcta la información que conforma el proyecto y sus materiales gráficos.



COMUNICACIÓN SOCIAL

La comunicación social se empleó al momento de definir el tema del proyecto e identificar la problemática social que aqueja al grupo objetivo.

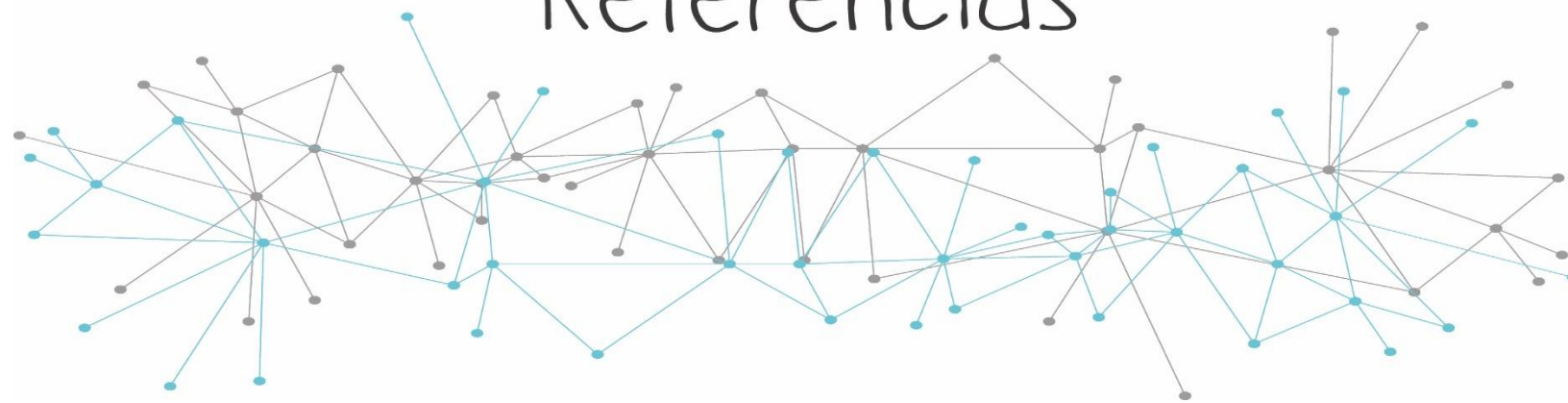


MATEMÁTICAS

Las matemáticas se integraron al proyecto al momento de elaborar el capítulo de costos y reproducción, pues se calculó el IVA y margen de utilidad.

CAPÍTULO XIII

Referencias



CAPÍTULO XIII: Referencias

13.1 Referencias bibliográficas

Brundtland, G. H. (1986). Nuestro Futuro Común.

Buen, J. d. (s.f.). Manual de diseño editorial. Santillana.

Casalmiglia, A. (s.f.). El concepto de integridad en Dworkin.

Chavez, N. (s.f.).

Chiavenato. (s.f.).

Conceptos de Diseño Gráfico. (s.f.).

Diccionario de pedagogía y psicología. (s.f.).

Diccionario Garzanti. (1965).

Diccionario médico. (s.f.).

Editora Educativa. (s.f.). Guatemala.

Educativa, E. (s.f.). Ciclo de educación diversificada Publicidad. Guatemala:

Editora Educativa.

Enciclopedia de la Psicología 2. (s.f.). OCEANO.

Enciclopedia de la Psicología 4. (s.f.). OCEANO.

- Fernandez, L. (1994). Instituciones educativas. Dinámicas institucionales en situaciones críticas. Paidós.
- Garrido, F. J. (s.f.). Comunicación de la Estrategia. Barcelona, España.
- Harris, A. (s.f.). Fundamentos de la tipografía.
- Kautsky, K. (s.f.). Orígenes y Fundamentos del Cristianismo.
- Lemus, L. A. (s.f.). Pedagogía. Piedra Santa.
- Maletzke, G. (1992). Sociología de la comunicación social. Quito, Ecuador: Quipus.
- Masaútis, M. B. (2011). Definiciones referidas a la estructura del Sistema Educativo.
- Ministerio de Fomento, E. (s.f.). CALIDAD nivel 1. Madrid, España.
- Mulder, M. (s.f.). Competencia: la esencia y la utilización del concepto en la formación profesional inicial y permanente .
- Nueva Enciclopedia Autodidáctica. (s.f.). Lexus.
- Orth, S. (s.f.). La integridad.
- Sánchez, H. S. (2016). Manual de Gestión y Administración Educativa. Editorial Magisterio.
- Septién, D. V. (s.f.). Educación Privada en México. México.
- Shepard, J. M. (2014). Sociología. Limusa.

TIEMPO, C. E. (2002). El libro de los VALORES. Bogotá, Colombia: EL TIEMPO.

Tol, M. S. (2009). Manual de comunicación para estudiantes universitarios.

UNAM, I. d. (s.f.). Ser humano, sociedad y cultura. México.

Velez, M. (2001). El diseño gráfico. Granada.

Yantorno, A. (s.f.).

Referencias biblioweb

A2sistemas. (s.f.). Obtenido de <http://www.a2sistemas.com/2009/11/13/contraste-principios-basicos-del-diseno/>

brayanmj.com. (s.f.).

Apreciación del arte. (s.f.). Obtenido de

<https://sites.google.com/site/apreciaciondelarteprepa/home/modulo-ii/el-dibujo-definicion-y-conceptos>

art-belensambucety.com. (s.f.). Obtenido de <http://art-belensambucety.com/el-dibujo-conceptos-basicos/>

artedinamico. (s.f.). Obtenido de

https://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=695&categoria=1

artenihilista.com. (s.f.). Obtenido de <http://artenihilista.com/2010/01/concepto-y-caracteristicas.html>

Banco de la República Actividad Cultural. (s.f.). Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_comunicacion

Bernal, D. D. (s.f.). Obtenido de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/williamsoler/arte_y_pedagogia.pdf

imprensaonline24.es. (s.f.). Obtenido de <https://imprensaonline24.es/el-contraste-repeticion-alineacion-y-proximidad-en-el-diseno-grafico/#Contraste>

Bybee. (1991). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura UNESCO. Obtenido de <http://tallerdesustentabilidad.ced.cl/wp/wp-content/uploads/2015/04/UNESCO-El-concepto-de-sustentabilidad.pdf>

Ceruti, A. (2016). Universitat de Valencia. Obtenido de <http://www.uv.es/uvweb/master-politica-gestion-direccion-organizaciones-educativas/es/master-universitario-politica-gestion-direccion-organizaciones-educativas/-es-escuela-concertada-1285903808564/GasetaRecerca.html?id=1285969485304>

Chavez, N. (s.f.). Obtenido de <http://www.villamercedino.com.ar/index.php/catedras-ifdc-vm-movil/disenio-2/103-capitulo-1-el-diseno-conceptos-y-definiciones>

Chueque, M. G. (s.f.). Principios de Administración. Obtenido de

www.elergonomista.com/28nov04.html

cisologo. (s.f.). Obtenido de <http://cisolog.com/sociologia/que-es-la-sociologia/>

Comunicación educativa. (s.f.). Obtenido de

<http://comunicacioneducativauiem.com/2011/01/113-funciones.html>

conceptodefinicion.de. (s.f.). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/sociedad/>

Conceptos, D. (2017). DeConceptos.com. Obtenido de

<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/colegio>

Coombs. (1971). OpenCourseWare Universidad de Sevilla. Obtenido de

http://ocwus.us.es/didactica-y-organizacion-escolar/organizacion-del-centro-escolar/temas/2/pagina_10.htm

CreceNegocios. (2014). CreceNegocios. Obtenido de

<http://www.crecenegocios.com/que-es-y-como-hacer-publicidad/>

Cuaderno de Maestra. (s.f.). Obtenido de

<http://www.cuadernodemaestra.es/tag/concepto-de-colegio/>

DeConceptos.com. (s.f.). Obtenido de [http://deconceptos.com/ciencias-](http://deconceptos.com/ciencias-sociales/cristianismo)

[sociales/cristianismo](http://deconceptos.com/ciencias-sociales/cristianismo)

DefiniciónABC. (s.f.). Obtenido de

<https://www.definicionabc.com/general/integridad.php>

Diccionario enciclopédico de arte y arquitectura. (s.f.). Obtenido de
<http://www.arts4x.com/spa/d/proporci%C3%B3n/proporci%C3%B3n.htm>

Diseño gráfico, estudio freelance argentino. (s.f.). Obtenido de
<http://www.dgenerator.com/disenio-editorial.html>

Diseño IV. (s.f.). Obtenido de <http://disenoiv.com/5-principios-basicos-de-disenio-editorial/>

diseñosocial.org. (s.f.). Obtenido de <http://diseñosocial.org/2015-11/>

EcuRed. (s.f.). Obtenido de https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_social

Educación Guatemala. (2017). Obtenido de
<https://educacionguatemala.wikispaces.com/2.+Definici%C3%B3n+de+Sistema+Educativo>

Educación, M. d. (s.f.). Ministerio de Educación Guatemala. Obtenido de
<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-82752.html>

Escolares.net. (2014). Obtenido de <http://www.escolares.net/sin-categoria/emisor-y-receptor/>

Fontana, R. (s.f.). Obtenido de <https://coerulea.wordpress.com/2007/09/19/11/>

FotoNostra. (s.f.). Obtenido de <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>

Frascara, J. (s.f.). Obtenido de

<http://www.villamercedino.com.ar/index.php/catedras-ifdc-vm-movil/disenio-2/103-capitulo-1-el-disenio-conceptos-y-definiciones>

Gestiopolis. (s.f.). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/informacion-comunicacion-y-aprendizaje/>

Giddens, A. (s.f.). Obtenido de

<https://sociofilosofia.wordpress.com/2016/01/28/sociologia-por-anthony-giddens/>

Henz. (s.f.). educar es dar vida. Obtenido de

<http://educaresdarvida.tico.com/2011/06/11/conceptos-de-algunos-autores-importantes-en-educacion/>

Hubert. (s.f.). Obtenido de

<https://pochicasta.files.wordpress.com/2009/10/concepto-educar.pdf>

Importancia. (s.f.). Obtenido de <https://www.importancia.org/dibujo.php>

Inventaria. (2013). Obtenido de

<https://inventariacomunicacionsocial.wordpress.com/2012/03/31/que-es-la-comunicacion-social/>

Juran, J. (1993). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1283/calidad.html>

Kotler, P. (s.f.). Obtenido de <https://www.merca20.com/definicion-de-publicidad/>

Marx, K. (1818-1883). galeon.com. Obtenido de

<http://presentaciosociologi.galeon.com/productos2268722.html>

Mentes alternas. (s.f.). Obtenido de [https://mentesalternas.com/2015/11/la-](https://mentesalternas.com/2015/11/la-comunicacion.html)

[comunicacion.html](https://mentesalternas.com/2015/11/la-comunicacion.html)

Olavarría, V. (s.f.). Diseño de ambiente y objetos. Obtenido de

<https://es.scribd.com/doc/173776750/Victor-Papanek-y-el-Diseno-Social>

ONU MUJERES. (s.f.). Obtenido de [http://www.unwomen.org/es/what-we-](http://www.unwomen.org/es/what-we-do/leadership-and-political-participation/media)

[do/leadership-and-political-participation/media](http://www.unwomen.org/es/what-we-do/leadership-and-political-participation/media)

Oxfam Intermón. (s.f.). Obtenido de [http://oxfamintermon.org/definicion-de-](http://oxfamintermon.org/definicion-de-sostenibilidad-sabes-que-es-y-sobre-que-trata/)

[sostenibilidad-sabes-que-es-y-sobre-que-trata/](http://oxfamintermon.org/definicion-de-sostenibilidad-sabes-que-es-y-sobre-que-trata/)

Pastrana, A. (s.f.). UNO. Obtenido de [http://mx.unoi.com/2014/09/30/una-persona-](http://mx.unoi.com/2014/09/30/una-persona-competente-sabe-puede-y-quiere/)

[competente-sabe-puede-y-quiere/](http://mx.unoi.com/2014/09/30/una-persona-competente-sabe-puede-y-quiere/)

Pedagogía. (s.f.). Obtenido de <http://pedagogia.mx/concepto/>

Portal Educativo. (2009). Obtenido de [https://www.portaleducativo.net/septimo-](https://www.portaleducativo.net/septimo-basico/300/Factores-Comunicacion-Emisor-Mensaje-Receptor-Codigo-Canal-Contexto)

[basico/300/Factores-Comunicacion-Emisor-Mensaje-Receptor-Codigo-Canal-](https://www.portaleducativo.net/septimo-basico/300/Factores-Comunicacion-Emisor-Mensaje-Receptor-Codigo-Canal-Contexto)

[Contexto](https://www.portaleducativo.net/septimo-basico/300/Factores-Comunicacion-Emisor-Mensaje-Receptor-Codigo-Canal-Contexto)

Regader, B. (s.f.). Psicología y mente. Obtenido de

<https://psicologiaymente.net/social/psicologia-social-que-es#!>

Rokeach. (1992). Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Generales
CICAG. Obtenido de

<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewArticle/512/1255>

Schutte, T. F. (s.f.). Obtenido de <http://ivansanchez.hol.es/sp/disenio.html>

Significados. (s.f.). Significados. Obtenido de

<https://www.significados.com/cristianismo/>

sinaps. (s.f.). Obtenido de <https://www.sinnaps.com/gestion-proyectos/funciones-elementos-de-la-comunicacion>

Solo Psicología. (s.f.). Obtenido de <http://solopsicologia.com/la-teoria-de-la-gestalt/>

staff creativa. (s.f.). Obtenido de <http://www.staffcreativa.pe/disenio-editorial-definicion/>

Thompson, I. (2008). PromonegocioS.net. Obtenido de

<https://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>

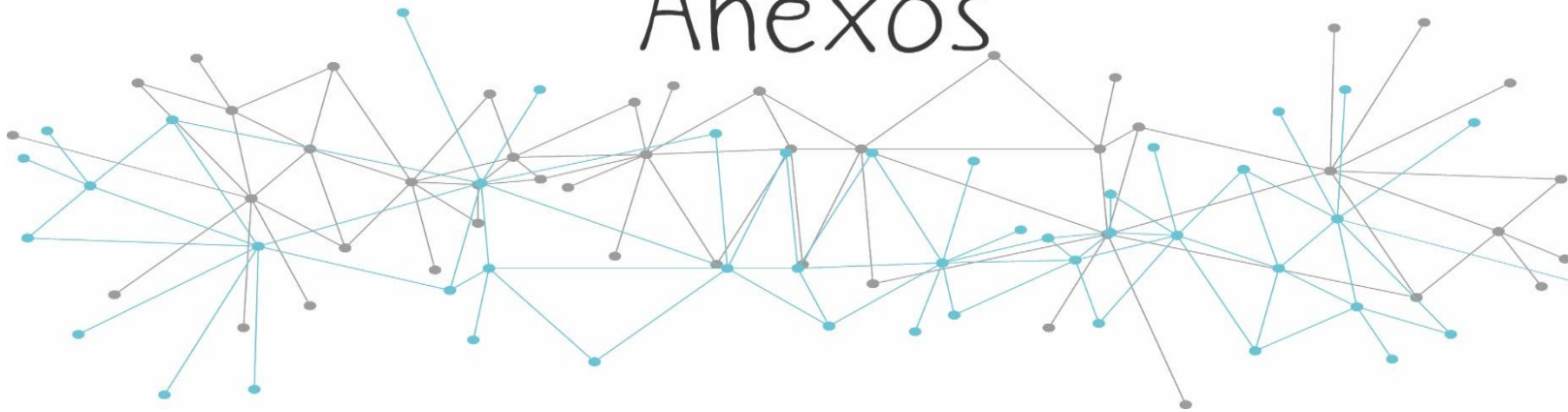
webnova. (s.f.). Obtenido de <http://www.webnova.com.ar/teoria-del-disenio-minimalista/>

Werther, W. (s.f.). Obtenido de <http://admusach.tripod.com/doc/comunicacion.htm>

www.minimo.com. (s.f.). Obtenido de <http://www.minimo.com/2010/11/que-es-el-minimalismo.html>

CAPÍTULO XIV

Anexos



CAPÍTULO XIV: Anexos

14.1 Anexo A: Definición de tema

DEFINICIÓN DE TEMA			
¿QUÉ?	¿A TRAVÉS DE QUE?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?
Diseño	Piezas gráficas - Afiches - Volantes - Llaveros - Separadores - Reglas	Concienciar, educar y orientar sobre el reciclaje y cuidado del medio ambiente.	Estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida. Niños de 6 a 12 años.
<p>Redacción de tema:</p> <p>“Diseño de material gráfico, como herramienta de orientación para incentivar e implementar la práctica del reciclaje de desechos sólidos para el cuidado del medio ambiente, en los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, del Municipio de Comapa departamento de Jutiapa”.</p>			

14.2 Anexo B: Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño

TALLER DE DESARROLLO DE REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir, lo que el cliente solicita.

Ejemplo:

No se cuenta con	<i>La empresa tal no cuenta con un manual de identidad corporativa que le permita unificar su marca en el mercado centroamericano.</i>
No existe	Un departamento de comunicación y diseño encargado para las respectivas actividades, en el Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida.
No se tiene	Material gráfico que muestre la importancia de reciclar y cuidar el medio ambiente, en el Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida.
Se carece de	Educación y conciencia ecológica en la mayoría de los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida
No hay	Publicidad de ningún tipo en el Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida.
Hace falta	La elaboración de materiales que muestren gráficamente la importancia del reciclaje y de cuidado del medio ambiente.

14.3 AnexoC: Taller de desarrollo de objetivos

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General		Diseñar	Material gráfico	Para el reciclaje y cuidado del medio ambiente	Para los estudiantes del Liceo Cristiano Manantial de Vida
Específico		Investigar	Conceptos básicos de diseño publicitario	Para fundamentar el proyecto	Para los estudiantes del Liceo Cristiano Manantial de Vida
Específico		Recopilar	Información acerca de educación, reciclaje y cuidado el medio ambiente	Para concienciar	A los estudiantes del Liceo Cristiano Manantial de Vida
Específico		Seleccionar	Información necesaria del reciclaje y cuidado del medio ambiente	Para utilizarla en los materiales gráficos	A los estudiantes del Liceo Cristiano Manantial de Vida
Específico		Ilustrar	Cada pieza del reciclaje y cuidado del medio ambiente	Para darlo a conocer	A los estudiantes del Liceo Cristiano Manantial de Vida
Específico		Unificar	Elementos gráficos	Para facilitar la comprensión	En los estudiantes del Liceo Cristiano Manantial de Vida
Específico		Diagramar	Materiales del reciclaje y cuidado el medio ambiente	Para presentarlo y lograr un cambio de actitud	En los estudiantes del Liceo Cristiano Manantial de Vida

14.4 Anexo D: FODA

FODA	
Nombre de la empresa: <u>Liceo Cristiano Manantial de Vida</u>	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Experiencia en educación- Personal docente calificado- Instalaciones adecuadas	<ul style="list-style-type: none">- Oportunidad de crecimiento- Oportunidad de promover cambios y valores- Oportunidad de cambiar la práctica de malos hábitos.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Falta de equipo tecnológico- Ausencia de departamento de comunicación- Falta de publicidad	<ul style="list-style-type: none">- Competencia (Colegio de Superación Integral)- Autoridades municipales- Gobierno de Guatemala

14.5 Anexo E: Brief



BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	<u>Wenderly Birzabith Najarro Contreras</u>	
No. de Carné:	<u>13002939</u>	Celular: <u>5496-8181</u>
Email:	<u>wnajarro20_94@hotmail.com</u>	
Proyecto:	<u>Diseño de material gráfico educativo, para incentivar la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, dirigido a los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida. Comapa, Jutiapa, Guatemala 2018.</u>	

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	<u>Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida</u>	
Dirección:	<u>Entrada principal, Comapa, Jutiapa, Guatemala</u>	
Email:	<u>mdevidaComapa@gmail.com</u>	Tel: <u>5017-1001</u>
Contacto:	<u>Armando Rodríguez</u>	Celular: <u>5672-7734</u>
Antecedentes:	<u>El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, es una institución educativa ubicada en el municipio de Comapa, departamento de Jutiapa. Fundada el 26 de noviembre de 1997, según resolución No. 184 – 97, teniendo hasta hoy, 17 años de funcionamiento, por sus salones han pasado más de 3,000 alumnos de dicho municipio; es una institución educativa de nivel primario, enfocada en promover los valores fundamentales en la sociedad, principalmente en el Municipio de Comapa.</u>	
Oportunidad identificada:	<u>El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida, no cuenta con material gráfico que motive a practicar el reciclaje y cuidar el medio ambiente, debido a la ausencia de esta práctica, se identificó la oportunidad de incentivar a los estudiantes a actuar de manera ecológica.</u>	

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Formar personas integrales, competentes y comprometidas con Dios, consigo mismas y con la sociedad, a través de un sistema educativo fundamentado en la palabra de Dios y buenos valores, de calidad, accesible a todos y sostenible.

Visión: Ser una institución educativa basada en el cristianismo, reconocida municipalmente por su calidad humana y su alto rendimiento académico.

Delimitación geográfica: Municipio de Comapa, Jutiapa.

Grupo objetivo: Niños de 4 a 14 años de edad.

Principal beneficio al grupo objetivo: Educación de calidad y valores espirituales y morales.

Competencia: Colegio de Superación Integral CSI - Escuela Rural Mixta Silvia Rivera de García

Posicionamiento: Nivel alto de posicionamiento, siendo el Colegio con mas experiencia en el Municipio.

Factores de diferenciación: Infraestructura, experiencia en educación, personal altamente calificado, seguridad, ambiente agradable, formación a base de valores espirituales y morales, ubicación geográfica.

Objetivo de mercadeo: Dar a conocer la importancia del reciclaje y cuidado del medio ambiente, y así lograr un cambio de actitud y conciencia en las personas a las cuales va dirigido el mensaje.

Objetivo de comunicación: Informar, y educar al grupo objetivo sobre la importancia del reciclaje y cuidado del medio ambiente, de manera gráfica y entretenida para su mejor y mayor comprensión.

Mensajes claves a comunicar: Reciclaje adecuado de los desechos, cuidado del medio ambiente, conciencia, educación y hábitos ecológicos.

Estrategia de comunicación: Informar y educar de manera entretenida y muy gráfica al grupo objetivo que son niños, evitando el uso de texto excesivo, solo lo necesario para completar el mensaje.

Reto del diseño y trascendencia: Ser aceptado e implementado en el diario vivir de los estudiantes y lograr un cambio de actitud en ellos y en las personas a quienes transmitirán el mensaje.

BRIEF

Materiales a realizar: Afiches, volantes, trifoliar, valla publicitaria, anuncio para Facebook,
separador y stickers.

Presupuesto: El Colegio cuenta con los recursos necesarios para la ejecución de este proyecto.

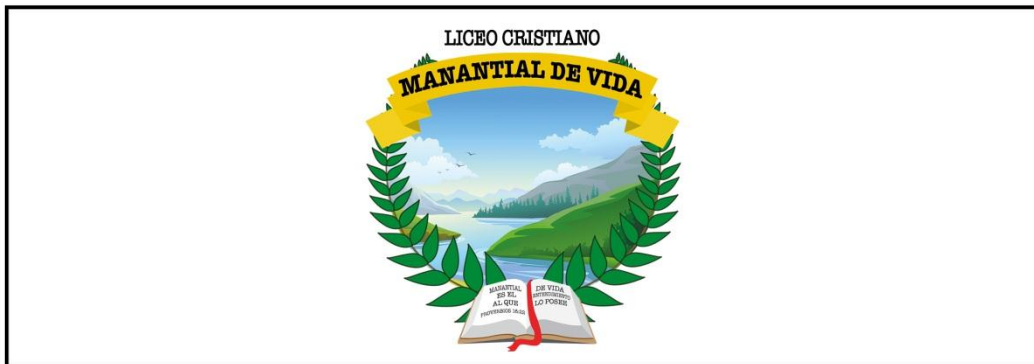
DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Los colores corporativos oficiales son el verde y blanco. En el logotipo predominan los
colores en tonos azules, el color verde, amarillo, blanco y negro.

Tipografía: La tipografía utilizada en los textos que incluye el logotipo es "Another Typewriter".
Esta fuente se posiciona dentro de la familia Serif.

Forma: El logotipo esta compuesto por formas onduladas que entre, montañas, agua, montes, nubes y
hojas conforman un paisaje, el mismo hace alusión al nombre "Manantial de Vida".

LOGOTIPO



Fecha: _____

14.6 Anexo F: Tabla de Niveles Socioeconómicos 2009/Multivex

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

14.7 Anexo G: Encuesta perfiles psicográfico y conductual



CUESTIONARIO PSICOGRÁFICO Y CONDUCTUAL

Instrucciones: A continuación usted encontrará un conjunto de preguntas que se refieren al comportamiento psicológico para una muestra de la población del Municipio de Comapa, entre sus comportamientos se refiere principalmente a hábitos, hobbies, actividades y costumbres marca con una X al lado de la que consideres acorde a su comportamiento.

Nombre: _____ Género: M F Edad: _____

1. ¿Sabes que es el reciclaje?
Si
No
2. ¿Qué has hecho para ayudar al medio ambiente?
 - a. Separar los residuos de comida
 - b. Ahorrar agua
 - c. Nada
3. ¿Tiras la basura en la vía pública?
Si
No
4. ¿Clasificas la basura que se genera en tu casa?
Si
No
5. ¿Te interesas en actividades que promuevan el reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Si
No
6. ¿Cuántos residuos contaminantes desechas en un día?
 - a. Poco
 - b. Regular
 - c. Mucho
7. ¿Sabes que es la contaminación ambiental?
Si
No
8. ¿Te gusta practicar el orden y limpieza?
Si
No
Más o menos

9. ¿Te gustaría que en tu Colegio se realicen campañas de limpieza y reciclaje?

Si
No

10. Test de temperamento

¿Con que temperamento se identifica más?

Sanguíneo

Colérico

Flemático

Melancólico

Alegre

Independiente

Tranquilo

Emocionalmente sensible

Amistoso

Visionario

Confiable

Trabajador

Hablador

Productivo

Organizado

Perfeccionista

Expresivo

Decidido

Objetivo

Estratega

14.8 Anexo H: Encuesta de validación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE GRADUACIÓN



Nombre: _____ Genero: F M Edad: _____

Profesión: _____ Experto: Cliente: Grupo Objetivo:

ENCUESTA DE VALIDACIÓN DEL PROYECTO

Diseño de material gráfico educativo, para incentivar la práctica del reciclaje y el cuidado del medio ambiente, dirigido a los estudiantes del Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida. Comapa, Jutiapa, Guatemala 2018.

Antecedentes

El Colegio Liceo Cristiano Manantial de Vida es una institución educativa, fundada en 1995, en el Municipio de Comapa, Departamento de Jutiapa, Ciudad de Guatemala; dicha institución ha dedicado gran parte de su esfuerzo a formar estudiantes con valores y principios. La misión de la institución es formar personas integrales, competentes y comprometidas con Dios, consigo mismas y con la sociedad, a través de un sistema educativo fundamentado en la palabra de Dios y buenos valores; de calidad, accesible a todos y sostenible.

Instrucciones: Según los antecedentes anteriormente descritos, se le presentarán una serie de piezas graficas digitales; en base a dichas piezas, se le plantean las siguientes preguntas de validación, las cuales deberá contestar según su criterio, marcando una X dentro de la forma.

Parte Objetiva

1. ¿Considera que es necesario investigar los conceptos básicos de diseño publicitario para fundamentar el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente?
SI NO
2. ¿Considera que es necesario recopilar información acerca de la educación, el reciclaje y el cuidado del medio ambiente, para concienciar a los estudiantes?
SI NO
3. ¿Considera importante seleccionar la información necesaria acerca del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para utilizarla en los materiales gráficos que se elaborarán como herramientas educativas?
SI NO
4. ¿Considera que es necesario ilustrar con dibujos cada pieza grafica del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para darlo a conocer a los estudiantes?
SI NO

5. ¿Considera que es importante unificar los elementos gráficos que se utilizarán en cada pieza, para facilitar la comprensión en los estudiantes?
SI NO

6. ¿Considera importante diagramar los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para presentarlo y lograr un cambio de actitud en los estudiantes?
SI NO

Parte Semiológica

7. ¿Cómo considera usted los colores utilizados en los materiales para el reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

8. ¿Cómo percibe usted las formas utilizadas en los materiales para el reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy convenientes Poco convenientes Nada convenientes

9. ¿Siente que los diseños elaborados para el reciclaje y cuidado del medio ambiente son?
Muy atractivos Poco atractivos Nada atractivos

10. ¿Cómo percibe usted los tipos de letra utilizados en los materiales?
Muy legibles Poco legibles Nada legibles

11. ¿Cómo considera la utilización de los iconos representativos del reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy funcionales Poco funcionales Nada funcionales

Parte operativa

12. ¿Siente usted que los tamaños de letra en los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente, para los estudiantes son?
Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

13. ¿Cómo considera la utilización de los iconos representativos del reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy funcionales Poco funcionales Nada funcionales

14. ¿Cómo considera los diseños de los materiales del reciclaje y cuidado del medio ambiente?
Muy funcionales Poco funcionales Nada funcionales

15. ¿Según su criterio, las piezas elaboradas para el reciclaje y cuidado del medio ambiente; en cuanto a tipos de piezas, tamaños y medidas son?
Muy adecuadas Poco adecuadas Nada adecuadas

16. ¿Considera que los títulos utilizados en los materiales son?

Muy convenientes

Poco convenientes

Nada convenientes

Observaciones:

Agradecimientos totales a usted por colaborar en el proyecto del reciclaje y cuidado del medio ambiente, tomándose el tiempo para contestar esta encuesta.

14.9 Anexo I: Fotografías de encuestados

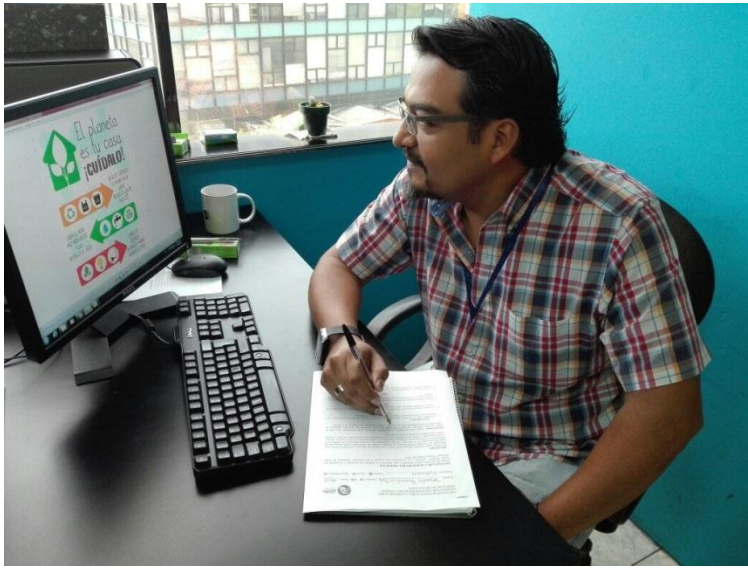
14.9.1 Expertos



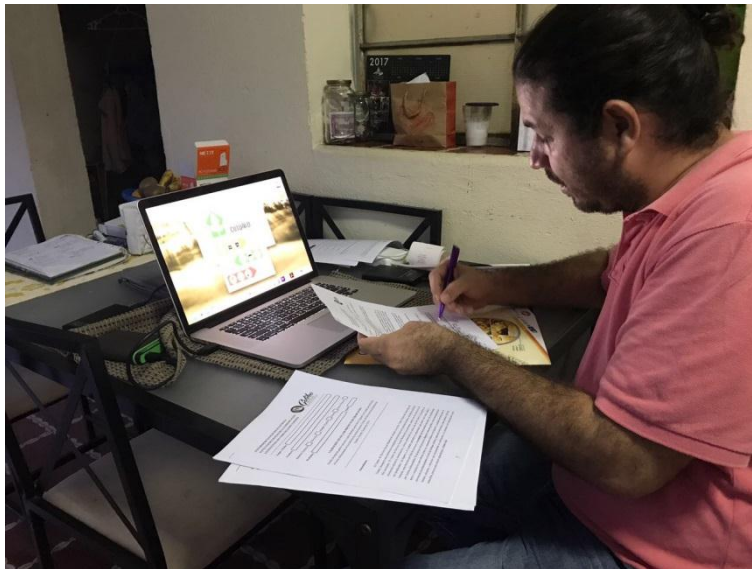
Lic. David Antonio Castillo Cobos – Experto en comunicación, diseño y producción.



Lic. Marlon Maviel Cruz Barrios – Experto en diseño gráfico



Lic. Manlio Buonafina Zea – Experto en comunicación y publicidad



Lic. Carlos José Zapparolli – Experto en comunicación y diseño



Lic. Jorge Lionardo Ardón Vividor – Experto en comunicación y diseño

14.9.2 Cliente




Bianca Vanesa Eguizabal Martínez – Administradora y catedrática de la institución.

14.9.3 Grupo objetivo



14.10 Anexo J: Cotizaciones

14.10.1 Guatemala MARKETING



19 de octubre de 2017

Cotización de Diseño Gráfico Personalizado

-Pin redondo de 1 pulgada	Q50.00
-Vinil de 39x79 pulgadas	Q125.00
-Separador de 2x9 pulgadas	Q75.00
-Regla de 2x9 pulgadas	Q75.00
-Stickers de 2x3 pulgadas	Q50.00
-Afiche de 24x36 pulgadas	Q125.00
-Volante de 6x8 pulgadas	Q100.00
-Gafete de 3 pulgadas de diámetro	Q75.00
-Llaveros de 2x3 pulgadas	Q75.00

Total de Inversión Q750.00

1A AVENIDA SUR #21, LA ANTIGUA GUATEMALA
www.guatemalamarketing.com

14.10.2 Last Minute El Naranja



Last Minute El Naranja <elnaranja@lastminute.net.gt>

Ayer, 4:20 p.m.

Usted ↕

Que tal buena tarde

Aca le dejo los precios que trabajamos lo único que no trabajamos son los llaveros al contrario trabajamos todo.

Saludos

Att: Eduardo Alvarado

Pin redondo

3 pulgadas: Q. 12.00

6 centímetros: Q. 8.00

1 pulgada: Q. 6.50

Vinil adhesivo mt 2: Q. 85.00

Lona vinilica mt 2: Q. 75.00

Separadores caben 4 en una hoja.

Impresion carta en papel especial: Q. 7.50

Impresion en papel bond: Q. 5.50

Regla

Impresion full color en texcote carta 4 en una hoja : Q.7.50

Stickers 12 en cada hoja

Impresion full color en adhesivo blanco: Q. 7.50

Afiche 24x36

Texcote, opalina full color Q. 275.00

Volante 1 en una hoja

Full color papel bond Q. 5.50

Blanco y negro Q. 1.00

Papel couche full color Q. 7.50

Papel couche b/n Q. 3.00

Gafete

Pvc Q. 25.00 c/u

14.10.3 Reforma Branding

1/2

Fecha: 19 de octubre del 2017
Cliente: Wenderly Najarro Contreras
Proyecto: Artes

Objetivos y alcance del proyecto

Desarrollar e implementar herramientas que complementen el apoyo promocional y comercial del proyecto.

Servicios

1. Artes

- Conceptualización
- Diseño gráfico
- Manejo de color
- Edición de imágenes
- Entrega en formato solicitado
- Coordinación de impresión
- Incluye:
 - * Pin redondo
 - * Vinil de 39x79 pulgadas
 - * Separador de 2x9 pulgadas
 - * Regla de 2x9 pulgadas
 - * 1 Sticker de 2x3 pulgadas
 - * Afiche de 24x36 pulgadas
 - * Volante de 6x8 pulgadas
 - * Gafete de 3 pulgadas de diámetro
 - * 1 Llavero de 2x3 pulgadas

Valor:

Q4,725.00 IVA Incluido

Forma de Pago:

70% adelanto
30% contra entrega



Contacto:

2/2

Alejandra Blanco
tel. 4218-6146
alejandra@reformabranding.com
www.reformabranding.com

ESTA PROPUESTA TIENE UNA VALIDEZ DE 15 DÍAS

Limitaciones del Documento:

Este proyecto ha sido preparado por la empresa REFORMA con el fin de ayudar a los destinatarios a considerar y evaluar su deseo de mejorar su desempeño empresarial en conjunto con la rentabilidad del negocio.

REFORMA renuncia a cualquier responsabilidad de la interpretación de este documento por las partes interesadas. La información contenida en este documento es presentada por REFORMA como confidencial para uso únicamente en relación con su consideración de la oportunidad de negocios.

Se solicita que las partes interesadas no divulguen y/o distribuyan información presentada en este documento. REFORMA no asume obligación alguna de brindar al receptor ninguna información adicional. Este documento incluye propiedad intelectual exclusiva de la empresa REFORMA, así mismo, las cifras de la propuesta serán específicas para este proyecto específico.