



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de
Diseño Gráfico
Arquitectura

Universidad de **San Carlos de Guatemala**
Facultad de **Arquitectura**
Escuela de **Diseño Gráfico**

Campaña Publicitaria para dar a conocer el Programa de Estimulación Temprana en Niños de 0 a 3 años
“**Con Tus Hijos Cumple**” de la Municipalidad de Guatemala



Proyecto de Graduación presentado por
Astrid Beatriz Zúñiga Pimentel
para optar al título de
Licenciada en Diseño Gráfico con énfasis en Publicidad
Egresada de la Facultad de Arquitectura de la
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, marzo de 2014.

Nómina de Autoridades

Junta Directiva

Decano

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Vocal I

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea

Vocal II

Arq. Edgar Armando López Pazos

Vocal III

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

Vocal IV

Br. Carlos Alberto Mendoza Rodríguez

Vocal V

Br. José Antonio Valdez Mazariegos

Secretario

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Director de la Escuela de Diseño Gráfico

Lic. Francisco Chang

Tribunal Examinador

Decano

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Asesora I

Lic. Ana María Saavedra

Asesora II

Lic. Margarita Tobar

Asesora III

Lic. Aura Marina Rodríguez

Secretario

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Dedicatoria

El presente Proyecto lo dedico a:

Dios

Por ser mi guía y fortaleza para seguir adelante en todo momento.

Mi esposo

Por su amor, apoyo y palabras de aliento para culminar este sueño que nos forjamos juntos.

Mi familia

Mis papás, hermanos, cuñada, suegros y sobrinos, por su apoyo incondicional en todo momento.

Amigos

Por estar siempre dispuestos a brindarme su ayuda, en especial a Lussiana Paredes y Lorena Loarca.

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por darme la oportunidad de desenvolverme como profesional.

Escuela de Diseño Gráfico

Por creer en mí para el desarrollo del presente proyecto.

Mis asesores

Por su paciencia, apoyo y dirección en la realización del proyecto.

Índice

Capítulo I

1.1 Antecedentes.....	13
1.2 Definición del Problema.....	14
1.3 Justificación.....	15
1.3.1 Magnitud del Problema.....	15
1.3.2 Trascendencia.....	16
1.3.3 Vulnerabilidad.....	17
1.3.4 Factibilidad.....	18
1.4 Objetivos.....	19
1.4.1 Objetivo General.....	19
1.4.2 Objetivos Específicos.....	20

Capítulo II

2.1 Perfil del Cliente.....	22
2.1.2 Propósitos.....	23
2.1.2.1 Visión.....	23
2.1.2.2 Misión.....	23
2.1.2.3 Objetivo General.....	23

Índice

2.1.2.4 Objetivos Estratégicos.....	24
2.1.2.5 Objetivos Específicos.....	25
2.2 Metodología.....	25
2.3 Cultura Visual.....	26
2.4 Cronograma de Trabajo.....	26
2.5 Perfil del Cliente.....	27
2.5.1 Características Psicográficas.....	28

Capítulo III

3 Marco Teórico.....	29
3.1 Relevancia del Programa.....	30
3.2 Incidencia del Diseño Gráfico.....	36

Índice

Capítulo IV

4.1 Flujograma.....	43
---------------------	----

Capítulo V

5 Definición Creativa.....	44
5.1 Análisis y Selección de Piezas.....	45
5.1.1 Conceptualización.....	45
5.1.2 Objetivos de Campaña.....	45
5.1.3 Estrategias de Campaña.....	46
5.1.4 Estrategias de Comunicación.....	47
5.1.5 Selección de Piezas a diseñar.....	48
5.1.6 Piezas a diseñar.....	50
5.2 Ventajas y Desventajas.....	51
5.3 Desarrollo del Concepto Creativo.....	56
5.3.1 Selección del Concepto.....	61

Índice

5.4 Código de Diseño.....	62
5.4.1 Código Tipográfico.....	62
5.4.2 Código Cromático.....	63
5.4.3 El Color.....	63
5.4.4 Armonía y Contraste.....	66
5.4.5 Significado del Color.....	64
5.4.6 Colores Complementarios.....	65
5.4.7 Recomendaciones para Titulares.....	66
5.4.8 Colores para Cuerpo de texto.....	68
5.5 Diagramación.....	69
5.5.1 Retícula.....	69
5.5.2 Tipos de Retícula.....	69
5.5.3 Retícula Modular.....	70
5.5.4 Área de Texto horizontal.....	71
5.5.5 Área de Texto vertical.....	72

Índice

Capítulo VI

6 Proceso de Validación.....	73
6.1 Nivel 1.....	74
6.1.1 1ra. Validación con el cliente.....	74
6.1.2 Instrumento de validación.....	80
6.2 Nivel 2.....	87
6.2.1 Visualización.....	87
6.2.2 Material para Validación con G.O.....	89
6.2.2.1 Instrumento de Validación.....	90
6.2.2.2 Análisis e Interpretación.....	93
6.2.2.3 Comprobación y Eficacia.....	98
6.3.1 Validación con Expertos y Cliente.....	99
6.4 Expertos.....	102
6.4.1 Proceso de Validación con Expertos.....	103
6.4.2 Resultados de Validación con Expertos..	104
6.4.3 Resumen de Sugerencias.....	106
6.5 Cliente.....	107

Índice

6.5.1 Validación con el Cliente.....	107
6.5.2 Resultados con el Cliente.....	110
6.5.4 Resumen de Sugerencias.....	116
6.6 Piezas Gráficas Finales.....	118
6.7 Presentación de Resultados.....	119
6.7.1 Piezas Gráficas.....	119
6.7.1.1 Cartel Publicitario.....	119
6.7.1.2 Volante.....	121
6.7.1.3 Trifoliar.....	122
6.7.1.4 Playera.....	123
6.7.1.5 Gorra.....	124
6.7.1.6 Mochila.....	124
6.7.1.7 Bolsa para Mercado.....	126
6.7.1.8 Manta Vinílica.....	127
6.7.1.9 Exhibidor Portátil.....	128
6.8 Presupuesto.....	134
6.8.1 Cotización.....	135
6.8.2 Presupuesto Anual.....	137

Índice

Capítulo VII

7. Lecciones Aprendidas, Conclusiones y Recomendaciones.....	138
7.1 Lecciones Aprendidas.....	139
7.2 Conclusiones.....	140
7.3 Recomendaciones.....	141
Bibliografía.....	142
Glosario.....	145
Anexos.....	146

Presentación

Actualmente en la Municipalidad de Guatemala existe el programa “Con tus Hijos Cumple”, dirigido a la atención de la Primera Infancia. Este proyecto persigue alcanzar a la población infantil desde su concepción hasta los tres años de edad, con énfasis en el mejoramiento de salud, nutrición, educación y protección y se enfoca en el fortalecimiento de las capacidades naturales de las familias.

El programa está centrado en el niño y la niña menores de seis años de edad desde su concepción y enfocado en la familia. Sus acciones están encaminadas a crear cambios positivos y duraderos en las prácticas cotidianas relacionadas con el cuidado y atención de este grupo poblacional.

Se basa en la comunicación-reflexión-acción (se construye y se comparte los conocimientos, se reflexiona sobre los mismos y se ponen en práctica, para luego

nuevamente reflexionar y enriquecer lo aprendido). En el programa, la participación de las madres y padres de familia es fundamental, pues es a partir de ellos y con ellos es que se construye el Programa.

Para este proyecto se eligió el tema de salud (estimulación temprana en niños de 0 a 3 años) para el cual se está planteando crear una Estrategia de Comunicación Visual, ya que actualmente no cuenta con ninguna y es necesario e importante implementarla, para lograr que las familias de la ciudad capital se enteren y se inscriban en este programa para el beneficio de sus hijos y que los niños reciban acciones que favorezcan su desarrollo integral. (López, 2009)

Capítulo Introducción

En el presente capítulo se hace una recopilación de la situación analizada y de la necesidad de desarrollar materiales gráficos para la divulgación del Programa de Estimulación.



Antecedentes

El nacimiento de un nuevo miembro de la familia trae como consecuencia cambios importantes en la forma de vida de esta, ya que el recién nacido se convierte en el centro de atención al cual hay que brindarle amor, alimentación y cuidados para que pueda crecer y desarrollarse en un ambiente agradable y propiciar de esta manera el crecimiento. Por ello es importante que en las primeras etapas del desarrollo de los niños exista una supervisión del crecimiento y desarrollo, vinculada con la estimulación temprana para los infantes.

Los estímulos bien dirigidos son de gran importancia para potenciar el crecimiento y desarrollo del menor, y a su vez permiten la detección oportuna de las desviaciones en este proceso. Por tal motivo surge el interés de la Coordinación General de la Secretaría de Asuntos Sociales de la Municipalidad de Guatemala de crear el Programa Municipal “Con tus hijos”, dirigido a la atención de la Primera Infancia, que consiste en un programa pedagógico con carácter interdisciplinario elaborado por pedagogos, psicólogos, especialistas en crecimiento y desarrollo,

en deporte, etc. Y así preparar a las familias para que a partir de su experiencia, estimulen el desarrollo integral de sus hijos e hijas, ya que en la edad de 0 a 3 años se encuentra el período más significativo en la formación del niño. En esta etapa la estimulación es capaz de ejercer la acción más determinante sobre el desarrollo, precisamente por actuar sobre formaciones que están en franca fase de maduración. (López, 2009)

El Programa de estimulación temprana actualmente no cuenta con una estrategia de comunicación visual y esto da como resultado que no sea reconocido por el grupo objetivo.

Para tratar dicho problema, se realiza un análisis dirigido a dar una solución al Programa y se elabora una Campaña Publicitaria que está conformada por piezas creativas y una adecuada estrategia de comunicación, para promoverlo y lograr que las familias de las zonas 7, 18 y 19 de la ciudad capital se enteren de que existe una buena opción para el desarrollo integral de sus hijos.

Definición del Problema

El Programa de Estimulación Temprana en Niños de 0 a 3 años, “Con tus Hijos Cumple” de la Municipalidad de Guatemala, actualmente carece de una estrategia de comunicación y de piezas visuales para su respectiva promoción.

Esto da como resultado que las familias a quien va dirigido este programa no se enteren de que existe una forma gratuita de estimular a los niños, desde su nacimiento hasta los seis años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas y psíquicas.

1.3.1

Magnitud del Problema

En el municipio de Guatemala, según el Perfil Sociodemográfico del Municipio de Guatemala 2010, viven 404,286 personas comprendidas entre los cero y seis años de edad; de las cuales, un 20% vive en viviendas precarias, y de estas, el 66%, en condiciones de hacinamiento e insalubridad. Especialmente en los municipios del interior del país y en la capital se destacan las zonas 18, 21 y 25, esto da como resultado que en la mitad de los municipios rurales en Guatemala (44 %), la mayoría de la población (más del 75%) vive en pobreza.

Estos mismos estudios ponen de manifiesto que muchos niños y niñas son dejados al cuidado de hermanos mayores, de personas ajenas al grupo familiar y en el peor de los casos solos en sus hogares, debido que ambos padres se dedican a actividades productivas, lo que incide negativamente en su desarrollo y los exponen desde temprana edad a los riesgos de la calle. (UNICEF, 2010)

1.3.2

Trascendencia

Estudios realizados en el marco del Programa Combate a la Pobreza Urbana, en los asentamientos de la ciudad capital, demuestran que existe una marcada carencia de servicios sociales encaminados a la atención de la niñez. Esta carencia tiene efectos que limitan las posibilidades de desarrollo integral a que todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho y que se refleja en los índices de baja escolaridad, para lo cual si existiera una Estrategia de Comunicación Visual para el Programa de Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años, las familias se enterarían y se preocuparían por llevarlos a dicho programa y habría un beneficio y un desarrollo integral para los niños. (López, 2009)

Como aporte a la solución de esta problemática, se propone crear, ejecutar y desarrollar una Campaña Publicitaria que logre comunicar un mensaje a través de diversas piezas de diseño (trifoliar, volante, cartel publicitario, etc.) y así llegar al grupo objetivo conformado por las familias de las zonas 7 (Península Bethania), zona 18 (Asentamiento Nueva Jerusalén) y zona 19 (Colonia La Florida) y así concientizar y darles a conocer la importancia de su participación, en compañía de sus hijos, en el Programa de Estimulación Temprana.

1.3.3

Vulnerabilidad

El diseño gráfico tendrá intervención en el Programa de Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años de la Municipalidad de Guatemala, ya que es una herramienta básica de comunicación acompañada de una estrategia que busca transmitir el mensaje de una forma efectiva.

A través de la creación de diversas piezas gráficas que forman parte de la Campaña Publicitaria, se dará a conocer el proyecto y al mismo tiempo se brindará información de la importancia que tiene un niño al ser estimulado. Esta campaña está dirigida a las familias (especialmente de las zonas 7, 18 y 19), donde actualmente se desarrolla este proyecto, de manera que se logre obtener una mayor visibilidad y, sobre todo, lograr que se inscriban más familias.

1.3.4

Factibilidad

Para llevar a cabo este proyecto se cuenta con el apoyo total de la Secretaría de Asuntos Sociales de Patricia de Arzú, esposa del alcalde de la ciudad de Guatemala, ya que proporcionará presupuesto y toda la información que sea necesaria para implementarla a nivel gráfico. La Secretaría también cuenta con información específica que servirá para poder trabajar cualquier material que solicite.

Se propone un plan de trabajo, que consiste en una visita semanal a esta entidad, para analizar el desarrollo de las actividades del programa, así como los problemas secundarios que se susciten en el transcurso del presente proyecto, y de esta forma alcanzar una mejora continua.

1.4

Objetivos

1.4.1

Objetivo General

- 😊 Diseñar una Campaña Publicitaria del Programa de Estimulación Temprana para niños de 0 a 3 años “Con tus Hijos Cumple” de la Municipalidad de Guatemala, para dar a conocer el Proyecto a las familias de las zonas 7, 18 y 19 de la ciudad.

1.4.2

Objetivos Específicos

- 😊 Diseñar material gráfico, con información del Programa de Estimulación Temprana para niños de 0 a 3 años, para darlo a conocer a las familias de la zona 7 (Península Bethania), zona 18 (Asentamiento Nueva Jerusalén) y zona 19 (Colonia La Florida), de la ciudad.
- 😊 Diseñar un exhibidor portátil, que contenga información e instrumentos que se utilizan en las terapias para el Programa de Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años y de las zonas 7, 18 y 19 de la ciudad.

Capítulo

Perfil del cliente

El presente capítulo contiene la descripción del Programa de Estimulación Temprana “Con tus Hijos Cumple” de la Municipalidad de Guatemala, así como los detalles del grupo objetivo hacia quien será dirigida la Campaña propuesta.



2.1

Perfil del cliente

Dentro de los ejes fundamentales que la Municipalidad de Guatemala ha definido en su plan de Desarrollo Guatemala 2020, se determina dar continuidad al trabajo dirigido a la niñez con acciones que favorezcan su desarrollo integral. Con esta determinación nace el Programa “Con tus Hijos Cumple”, el cual persigue alcanzar a la población infantil desde su concepción hasta los seis años de edad, con énfasis en el mejoramiento de salud, nutrición, educación y protección, a través de un modelo no tradicional centrado en el fortalecimiento de las capacidades naturales de las familias.

El programa está centrado en el niño y la niña menores de tres años de edad desde su concepción y enfocado a la familia. Sus acciones están encaminadas a crear cambios positivos y duraderos en las prácticas cotidianas relacionadas con el cuidado y atención de este grupo poblacional.

Se basa en la comunicación-reflexión-acción (se construye y se comparte los conocimientos, se reflexiona sobre los mismos y se ponen en práctica para luego nuevamente reflexionar y enriquecer lo aprendido). En el programa, la participación de las madres y padres de familia es fundamental, pues es a partir de ellos y con ellos que se construye el Programa. (López, 2009)

El trabajo se realizará a través de reuniones una vez por semana, en el Centro o lugar que se defina como cede del mismo. En estas reuniones se trabajarán temas de protección, salud, nutrición, atención educativa, estimulación temprana y fortalecimiento de valores. La labor del equipo se extenderá a los espacios cotidianos de los participantes a través de visitas domiciliarias. (López, 2009)

Ubicación: Avenida Centroamérica 18-21, zona 1.

2.1.2

Propósitos

2.1.2.1

Visión

Según López (2009), “Las niñas y niños de cero a tres años de edad, del Municipio de Guatemala, se desarrollan integralmente con la participación activa de sus familias”

2.1.2.2

Misión

Garantizar el acceso de los niños y niñas de cero a tres años de edad del municipio de Guatemala, en mayor grado de vulnerabilidad, a servicios primarios de salud, educación y nutrición, que favorezcan su desarrollo integral.

2.1.2.3

Objetivo General

Contribuir al desarrollo integral de las niñas y niños de cero a tres años de edad, que no asisten a instituciones infantiles en las áreas identificadas para la implementación del Programa.

2.1.2.4

Objetivos Estratégicos

😊 Participación

Promover la participación de la familia y la comunidad en el desarrollo integral de la Primera Infancia.

😊 Protección

Promover el desarrollo de capacidades socio-emocionales positivas de las familias.

😊 Capacitación productiva

Facilitar procesos de formación y capacitación productiva que mejoren la calidad de vida de las participantes y sus familias.

😊 Salud

Mejorar los conocimientos, actitudes y prácticas en salud de las familias participantes, con énfasis en el grupo materno-infantil.

😊 Nutrición

Promover y apoyar intervenciones nutricionales y de higiene para mejorar el estado nutricional de los niños y niñas de cero a seis años, de las áreas priorizadas.

😊 Actividades

Evaluación del estado nutricional.
Evaluación de la situación alimentaria y nutricional.
Educación alimentaria y nutricional.

2.1.2.5

Objetivos Específicos

😊 Educación

Propiciar el desarrollo de habilidades y destrezas cognitivas, afectivas y sociales, de los niños y niñas de cero a seis años de edad, de las áreas priorizadas.

😊 Actividades

Estimulación temprana en las diferentes áreas de desarrollo.
Educación Inicial no escolarizada.
Recreación.

2.2

Metodología

😊 Atención de grupos de 20 personas cada uno, de lunes a viernes, 2 veces por semana.

😊 Atención a niños de 0 a 3 años y de 4 a 6 años.

😊 El horario variará según la preferencia de los beneficiarios en horario preferente de 7 a 15 horas.

😊 Atención a gestantes, madres y responsables. (López, 2009: 35)



2.3

Cultura Visual

El programa cuenta con promoción actualmente por medio de la página web oficial de la municipalidad de Guatemala y correos electrónicos.

2.4

Cronograma de trabajo

La programación mensual en que se trabaja el programa es:

		Grupo	Asistencia
Programa Con tus Hijos Cumple	Etapa de Estimulación	Embarazadas, madres y niños de 0 a 1 año	1 vez por semana
		Madres y niños de 1 a 3 años de edad	1 vez por semana
	Etapa Inicial	Madres y niños de 4 años	Madres 1 vez por semana y niños todos los días
	Etapa Preescolar	Madres y niños de 4 años y 7 meses a 6 años con 9 meses	Madres 1 vez por semana y niños todos los días

2.5

Perfil del Cliente

Aspectos geográficos

- 😊 **País**
Guatemala.
- 😊 **Ubicación**
Avenida Centro América, 18-56, zona 1.
- 😊 **Residencia**
Área metropolitana.
- 😊 **Zonas**
7, 18 y 19.
- 😊 **Colonias**
Península Bethania, Asentamiento Nueva Jerusalén y La Florida.

Características Sociodemográficas

- 😊 **Edad**
De 15 a 40 años.

- 😊 **Género**
Femenino.

- 😊 **Creencias religiosas**
Catolicismo, Cristianismo, entre otras.

- 😊 **Estado civil**
Solteros y casados.

Características Socioeconómicas

- 😊 **Clase social**
Baja.

2.5.1

Características Psicográficas

Grupo objetivo



Los padres de familia son de un nivel socioeconómico bajo y salen desde temprano todos los días a trabajar generalmente en jornadas de 8 horas y más. Preparan a los niños para llevarlos a la escuela o, si son muy pequeños, se quedan en casa con la abuela, la tía u otra persona ajena, que puede no darle los cuidados necesarios. Cuando regresan a su casa del trabajo, se ocupan de las tareas del hogar, pero no se enteran de cómo pasó el día su niño, si comió bien, si durmió, etc. Por falta de tiempo, ignorancia u otras circunstancias no le prestan el interés necesario, con el resultado de que el desarrollo integral del niño sea más lento en comparación con el de un niño estimulado por sus padres.

Capítulo

Marcó Teórico

El presente capítulo se describe la relevancia social del contenido a comunicar y la incidencia del diseño gráfico en el contexto del proyecto social.



3.1

Relevancia de un programa de Estimulación Temprana en Niños de 0 a 3 años

El impacto de la estimulación temprana es tal que se considera un requisito básico para el óptimo desarrollo del cerebro del niño o niña, ya que potencia sus funciones cerebrales en todos los aspectos (cognitivo, lingüístico, motor y social).

Nuestro cerebro requiere información que le ayude a desarrollarse. Su crecimiento depende de la cantidad, tipo y calidad de estímulos que recibe; las capacidades no se adquieren sólo con el paso del tiempo. El niño o niña precisa recibir estos estímulos a diario, desde el momento de su nacimiento. Si recibe estímulos pobres, de una forma irregular o en cantidad insuficiente, el cerebro no desarrolla adecuadamente sus capacidades al ritmo y con la calidad que cabría esperar. Por otro lado, una estimulación temprana, abundante, periódica y de buena calidad nos garantiza un ritmo adecuado en el proceso de adquisición de distintas funciones cerebrales. (Sternberg, 1998)

El concepto de “estimulación temprana” empieza a usarse en 1959 para enfocar la necesidad de atención especializada de niños y niñas que nacen en condiciones de alto riesgo biológico y social, y en la que se trata de ayudar especialmente a los que provienen de familias marginales, carenciadas o necesitadas, dirigida más que todo a niñas y niños. (Sternberg, 1998)

Actualmente, un 75% de la población de niños y niñas en Guatemala proviene de hogares de escasos recursos económicos de la ciudad. Viven en ambientes con numerosos factores de riesgo ambiental que limitan el desarrollo cognoscitivo. Actualmente existe una marcada carencia de servicios sociales encaminados a la atención de la niñez, razón por la cual se ha implementado desde hace mucho tiempo el programa “Estimulación Temprana” en diversos centros de la capital. (MINEDUC, 2008)

La Estimulación Temprana es toda aquella actividad de contacto o juego con un bebé o niño que propicie, fortalezca y desarrolle adecuada y oportunamente sus potenciales humanos, mediante la repetición útil de diferentes eventos sensoriales que aumentan el control emocional, proporcionando al niño una sensación de seguridad y goce; y por la otra, amplían la habilidad mental, que le facilita el aprendizaje, ya que desarrolla destrezas para estimularse a sí mismo a través del juego libre y del ejercicio de la curiosidad, la exploración y la imaginación. (Labriola, 2009)

Domínguez (2001) dice acerca de este concepto: “La estimulación temprana quiere decir, precisamente, en su momento, no antes ni después. Durante esos períodos el niño está más apto para aprender determinadas destrezas o emociones. A un niño se le puede enseñar a sentirse seguro de sí mismo desde que nace si establecemos para él un horario fijo en todo sentido, con sus horas de sueño, sus horas de alimentación, de baño... Desde entonces estamos a la vez fomentando en él la seguridad que brinda el tener orden en la vida.” (p.23)

Piaget (1969) menciona que el dinamismo motor y los concretos aprendizajes motrices están estrechamente ligados a la actividad mental infantil.

Cuando a un niño se le proporcionan medios más ricos y vastos para desarrollarse, florece en él un interés y una capacidad para aprender sorprendente. Por tal razón es fundamental que los padres y madres de familia, y más adelante los educadores, le brinden al niño y la niña un ambiente rico para poder despertar sus energías ocultas. Con eso se logrará en un futuro niños y niñas con mayor seguridad en sí mismos, más investigadores, audaces y capaces de ir en busca de la satisfacción de sus propias necesidades, teniendo con esto aprendizajes significativos, lo cual quiere decir que el aprendizaje tenga un sentido real para el niño y la niña, dejando atrás el aprendizaje mecánico y vacío, que posteriormente llevará a muchos al fracaso escolar.

Con lo que describe Domínguez y Piaget, se puede concluir que es sumamente importante el entorno donde se desarrolle la persona durante su infancia, ya que esto influye en que genere su propia personalidad, su ubicación en la familia y luego en la sociedad, como también es considerable que los padres conozcan el momento ideal para empezar su estimulación para reforzar su cuerpo y preparar su mente para futuros aprendizajes.

La Ley de Educación Nacional, Decreto Legislativo 12-91, en el artículo 29, establece los niveles de educación inicial y preprimaria como parte del Subsistema de Educación Escolar. En el artículo 43 define en el primer nivel la Educación Inicial como la que comienza desde la concepción del niño y la niña hasta los tres años de edad, procurando su desarrollo integral y apoyando a la familia para su plena formación.

“Los programas educativos en Guatemala se enfocan a través de la Reforma Educativa impulsada por la cartera del Ministerio de Educación, la que contempla aspectos de vital importancia para mejorar los programas educa-

tivos. Tal es el caso de los Programas de Estimulación Temprana que poseen un enfoque de los Derechos del Niño, los cuales se practican y ejecutan integralmente con niños, niñas, personal y padres de familia.” (Sánchez, 2010: 36)

En la ciudad capital de Guatemala, se ubican 116 centros de las diferentes instituciones, ubicados en 17 zonas. La mayor cantidad de centros es del Programa Hogares Comunitarios con 73 centros que corresponden al 63.48% del total en la ciudad capital. El área con mayor cobertura es la zona 6 con 26 centros que corresponde a un 22.6%. Un estudio que se llevó a cabo hace 10 años indica que era la zona 1 la que contaba con mayor cantidad de centros. Esto evidencia que la cobertura ha ido cambiando y se han implementado más centros en las zonas 6 y 7, consideradas demográficamente densas. Las zonas que no tienen ningún centro o programa de atención son: 15, 16, 17, 20, 22, 23 y 24. (Gutiérrez, 2012)

En dichos centros, puede notarse que la mayoría de niños y niñas atendidos, según UNICEF (2010), son en su mayoría son ladinos (73.23%), en tanto que la niñez indígena atendida equivale solamente al 26.77%. El porcentaje de niñas atendidas es de 50.25% y el de niños de 49.75% a nivel nacional.

El Programa Municipal “Con Tus Hijos Cumple” actualmente se desarrolla en las zonas 7, 18 y 19, y está dirigido a la atención de la primera infancia. Consiste en un programa pedagógico con carácter interdisciplinario elaborado por pedagogos, psicólogos, especialistas en crecimiento y desarrollo, en deporte, etc.; y está enfocado en preparar a las familias para que a partir de su experiencia, estimulen el desarrollo integral de sus hijos e hijas, ya que en la edad de 0 a 3 años está el período más significativo en la formación del niño, pues en esta etapa la estimulación es capaz de ejercer la acción más determinante sobre el desarrollo, precisamente por actuar sobre formaciones que están en franca fase de maduración. (Myers, 1998)

El proceso de aprendizaje en este programa involucra la participación del padre de

familia, donde se le orienta sobre el proceso de estimulación temprana que debe realizar en el ámbito familiar, logrando mejorar el ambiente de cada familia a través de los temas desarrollados.

La metodología aplicada en el programa es la siguiente:

- Dinámica y trabajo grupal:

Se coloca a los padres e hijos en rueda para realizar ejercicios con diferentes instrumentos, como pelotas, juegos de mesa, etc. para desarrollar la motricidad en los niños(as).

- Exposición teórica:

En una pizarra se les explica a los padres de familia los ejercicios que tienen que realizar en casa con los niños(as) para seguir estimulándolos, y al final se les brinda un folleto donde gráficamente están ejemplificados los estímulos para una mejor comprensión.

- Plenaria:

Se escoge a un grupo de padres de familia y se explica un tema específico referente a la estimulación.

- **Dramatizaciones:**

Las personas encargadas del Programa de Estimulación les explican a los padres de familia en compañía de sus hijos la forma adecuada de cómo se deben de realizar los ejercicios para que la estimulación sea más efectiva y se refuerce en casa.

- Resolución de dudas y a la vez son orientados en la elaboración de un juguete que aportan para su hijo e hija. (López, 2009)

Para poder llevar a cabo en cualquier centro el programa de Estimulación Temprana se debe realizar una planificación de actividades, estimulándose en forma general las siguientes áreas:

- **Motor grueso:** Comprende todos los movimientos del cuerpo y acciones.
- **Viso-motriz:** Comprende todos los movimientos finos para mejorar el desarrollo efectivo emocional de niños y niñas.
- **Lenguaje:** Comprende la forma de comunicación con todo ser viviente y busca garantizar el desarrollo de un proceso educativo de calidad para niños y niñas.

- **Socioemocional:** Es la relación con las personas que lo rodean en el medio social y su adaptación.

La estimulación temprana busca estimular al niño y la niña de una forma apropiada, no pretende hacerlo en forma temprana (antes de tiempo), con el fin de ofrecerles una amplia gama de experiencias que sirvan como base para futuros aprendizajes. Todo aprendizaje se basa en experiencias previas, entonces, mediante la estimulación se le proporcionarán situaciones que le inviten al aprendizaje. La idea es abrir canales sensoriales para que el niño y la niña adquieran mayor información del mundo que le rodea, dando énfasis en sus áreas de desarrollo y al mismo tiempo ir estimulando la atención, la memoria y el lenguaje.

Estudios genéticos dicen que la inteligencia está determinada en un 80% por la herencia y en un 20% por el medio ambiente, por lo tanto, lo que se puede hacer por los niños es sorprendente. Estos estudios han informado a los educadores que el cerebro tiene una evolución

desmedida en los primeros años de vida, por lo tanto, es el momento justo donde el aprendizaje tendrá una fuerza impresionante, de ahí la necesidad de una “Estimulación Temprana”.

Es fundamental que los padres, madres de familia y educadores le brinden al niño y la niña un ambiente rico para poder despertar sus energías ocultas. Los niños y las niñas necesitan de padres con una actitud positiva y de decisión, ya que los niños y niñas con padres con actitud positiva y que los han inscrito en programas de estimulación (82.76%) presentan un desarrollo psicomotor normal, en comparación a los niños con padres con una actitud negativa ante la estimulación temprana (39.47%) que presentan riesgo en el desarrollo psicomotor. (Gutiérrez, 2012)

Con la estimulación temprana se logrará en un futuro niños y niñas con mayor seguridad en sí mismos, más investigadores, seguros, audaces y capaces de ir en busca de la satisfacción de sus propias necesidades, teniendo con esto aprendizajes significativos, lo cual quiere de-

cir que el aprendizaje tenga un sentido real para el niño y la niña, dejando atrás el aprendizaje mecánico y vacío. Por tal razón mejorarán el desempeño escolar primario y hasta secundario, aumentarán sus perspectivas de productividad y de ingresos futuros y reducirán la probabilidad de convertirse en una carga social y de salud pública y presupuestaria para la sociedad.

Un estudio realizado a nivel nacional determina por medio de un informe anual las siguientes estadísticas: Los niños menores de 3 años que reciben estimulación mejoran en las siguientes áreas: 35% en el desarrollo; 20% en el área motora, 17% en el de coordinación, 25% en el área de lenguaje y 15% en el área social. (Gutiérrez, 2012)

Con estas estadísticas se puede determinar que al inscribir a los niños en programas de estimulación temprana se obtendrán sin lugar a duda niños exitosos.

3.2

Incidencia del diseño en la divulgación de Programas de Estimulación Temprana

En la actualidad, el mundo está lleno de diversas formas de pensar, de vivir, de disfrutar y de expresarse. Dicha diversidad es lo que permite que se explote al máximo la creatividad para sobresalir actualmente en la competencia publicitaria que se vive día con día y así marcar una diferencia. Esto da como resultado que se pueda observar en la ciudad distintos mensajes creativos brindados por empresas y organizaciones que buscan dar algún tipo de información o mensaje a través de material publicitario impreso, como banners, afiches, mantas, etc. Este material también se combina con el medio más efectivo y actualizado en este momento, las famosas “Redes Sociales”, para así lograr llegar al grupo objetivo de una manera diferente y no utilizar las formas convencionales, con la finalidad de que los mensajes lleguen de una forma

más efectiva y destaquen entre tanta publicidad que constantemente se recibe.

En el extenso mundo de la publicidad, el saber elegir los mejores componentes, por así decirlo, para generar las mejores estrategias de comunicación ha sido crucial desde siempre.

Al momento de analizar la publicidad hoy en día, es importante considerar que uno de los aspectos más importantes a evaluar son las tendencias que se emplean actualmente para lograr que se conozca cómo es, en este caso, El Programa de Estimulación Temprana, ya que si no se tiene una evolución, la efectividad al generar un mensaje será errónea.

La innovación y la creatividad actualmente se han convertido en una herramienta estratégica para cualquier empresa o institución que quiera dar a conocer algo. La creatividad es un factor determinante en cualquier entidad que busca lograr transmitir un mensaje de una forma innovadora.

Según especialistas, más de 30,000 estímulos se reciben por parte de las marcas diariamente, de los cuales alcanzamos realmente a captar muy pocos, lo cual nos obliga a ser más creativos y audaces. (Geifman, 2014)

La creatividad tiene varios significados según diferentes autores:

Sternberg (1999) define a la persona creativa como aquella que genera ideas relativamente nuevas de alta calidad. Un producto es original cuando no es predecible, aunque depende del público al que se le presente.

Para que una persona sea creativa debe disponer de seis recursos necesarios (Sternberg, 1999):

- Inteligencia.
- Conocimiento.

- Estilos de pensamiento (capacidad de usar la inteligencia).
- Personalidad. Asumir riesgos y superar obstáculos.
- Motivación. Puede ser extrínseca o intrínseca.
- Contexto medioambiental.

Por otro lado, Vigotsky (2013) considera que la conducta del ser humano puede ser de dos tipos: reproductora o creadora. La reproductora se limita a repetir lo ya existente, mientras que en la creadora entre en juego la imaginación, que es la clave de la creatividad.

Este autor centra su trabajo en la creatividad en el arte, encontrando cuatro principios necesarios para la creatividad artística, relacionados cada uno de ellos con un período de la infancia:

- Actividad creadora de la imaginación relacionada directamente con la riqueza y variedad de la experiencia.
- Relación entre los productos imaginados y determinados fenómenos de la realidad.

Emoción, presente en un doble sentido. Todo sentimiento tiende a manifestarse.

“Ley del signo emocional común” y “Ley de la representación emocional de la realidad”

- Crear algo totalmente nuevo, donde el aspecto intelectual y el emocional resultan necesarios por igual.

Con lo que describen Sternberg y Vigotsky, se puede concluir que la actitud de una persona creativa es aquella capaz de producir ideas originales; es decir, nuevas, sorprendentes o inusuales y que den una solución eficaz a un problema determinado.

El ser creativo es la habilidad y necesidad de hacer algo de valor. Puede ser grande. Puede ser pequeño. Hacer algo nuevo, diferente, que sorprenda, que haga pensar, que haga sonreír, es hacer algo bello, es contar una historia, es expresarse. Se trata de ser apasionado. Crear algo que los demás puedan usar es compartir la creatividad. Lo que viene de la creatividad viene de la inspiración, inspiración que se encuentra en el mundo en el que

se vive hoy. Todo esto es una característica esencial para toda persona que busca comunicar acerca de una problemática social, ya que se debe de diseñar materiales con un concepto diferente para que sean atractivos y puedan trascender y ser compartidos al grupo objetivo. (Tendencias del marketing que se llevarán en el 2014, s.f.).

Según Ferrer (2010), “La creatividad en medios impresos tiene todas las propiedades de ser el medio idóneo. Está disponible tanto en pequeñas como grandes cantidades, es de fácil acceso, engancha, y es versátil y creativo. Los estudios demuestran que la publicidad impresa es el doble de eficaz que la televisión para los minoristas, ya que los catálogos y revistas permiten a una marca conectar con sus clientes hasta 25 minutos por sesión.” (p.33)

La tendencia y la confianza en estos últimos años es la publicidad online, que es un medio cibernético que une a las personas de una manera más fácil y rápida, como también una técnica para poder comunicarse con los diferentes mercados.

Este medio sigue aumentando y proliferando, sobre todo en lo más novedoso hoy en día, en las Redes Sociales (facebook, twitter, YouTube, etc.)

Es algo muy dinámico. Redes como facebook y twitter permiten interactuar con los clientes o fans. A muchos clientes les gusta tener un servicio accesible las 24 horas del día donde puedan expresarse. Ya sea que los comentarios sean positivos o negativos, el cliente puede ver cómo la marca o empresa responde y demuestra que le importa lo que piensa.

Tener una presencia en internet a través de las Redes Sociales, es más que tratar de vender un producto. Se busca que exista una presencia dinámica que llame la atención de los consumidores de todas las edades. Así también de crear un vínculo y una red de seguidores que confían y apoyan a la marca o empresa.

Las redes sociales son ya factores claves en los planes de publicidad de las empresa. Pero lamentablemente, aunque sea una forma más efectiva y más novedosa hoy en día, no aplica en la Campaña Publicitaria que se está proponiendo en este proyecto, ya que se realizó un estudio previo para determinar el grupo objetivo a quien se dirige

esta Campaña y se determinó que no tiene acceso a internet y aparatos inteligentes.

Para definir una estrategia de comunicación, se debe de tomar en cuenta los recursos que posee la institución y así acoplarse al presupuesto designado.

Debido a lo mencionado anteriormente para dar a conocer el Programa de Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años, se considera que el medio más efectivo para la divulgación de este proyecto es la publicidad impresa.

En la publicidad impresa, el mensaje transmitido a través de cualquier medio y material de comunicación tiene como fin que las personas comprendan rápidamente lo que se desea transmitir, de modo que el mensaje llegue más rápido a su destino. Para que esto suceda, Munari (1973) indica que debe existir un proceso previo a la realización de los materiales de comunicación en los que se toman en cuenta dos elementos: el físico, en el cual entra el color, la textura, la forma y la simetría, y el psicológico, en el cual se encuentra el mensaje dado mediante un concepto creativo que hace que el anuncio llame la atención.

Un material de comunicación visual es un modo de expresión absolutamente capital en publicidad, debido a sus tres características: rapidez, seducción y capacidad de memorización, en el cual el mensaje que se desee transmitir se debe de planear en los canales de comunicación.

Toda campaña publicitaria debe de poseer una estrategia que se define como “lo que se quiere decir” a la audiencia; ésta implica que tanto la campaña como el mensaje deberán ser tolerantes, consistentes y sólidos, porque persiguen objetivos que se relacionan con los gustos, valores, intereses, expectativas y todo aquello que implica la primacía y el juicio de la audiencia. En diseño de un cromo publicitario se exige un vocabulario adecuado, excelente redacción de textos, óptima selección de colores, imágenes apropiadas y evidentemente, un medio de difusión conveniente. (Geifman, 2014).

La estrategia a utilizar en este proyecto será el uso del material impreso. Las piezas gráficas que conforman la campaña son: cartel publicitario, volante, trifoliar, manta y artículos promocionales, en el cual se transmitirá el beneficio y la importancia que tiene la Estimulación Temprana en el niño y la niña, mediante un texto

breve y con el apoyo de fotografías atractivas.

Otra estrategia estará conformada por los artículos promocionales, y ayudará a que exista un posicionamiento de la institución y programa en el grupo objetivo. Cualquiera que sea el producto que se elija para representar el programa servirá como una herramienta muy efectiva para exposición y promoción, ya que el estar impreso tanto el nombre del programa como la institución o empresa interesada se logrará que estén presentes en la mente del grupo objetivo.

El diseño de estas piezas creativas y la selección de una adecuada estrategia de comunicación son herramientas básicas para poder cambiar actitudes e informar a las personas sobre las diversas problemáticas sociales que hoy en día existen en nuestro país y así forjar mejores personas que puedan aportar algo a esta sociedad.

Para la divulgación de esta Campaña Publicitaria se desea crear un vínculo directo con las familias, por lo que es clave que las diversas piezas impresas y los artículos promocionales contengan infor-

mación importante que se quiere comunicar, ya que todo esto se repartirá de puerta en puerta, en una forma personalizada, para obtener un posicionamiento en la mente de las familias.

La evolución que ha tenido la publicidad a lo largo del tiempo y los medios que se deben de utilizar por ser los más efectivos han logrado el posicionamiento de una marca o una empresa de un modo más fácil y atractivo. Asimismo, se comprende que una estrategia de comunicación no solo se basa en el concepto que es bonito; sino el saber la forma de darlo a conocer, ya que a la medida que el mundo evoluciona, la tecno-

logía también. Conocer lo más actual en el mundo del diseño gráfico es importante, aunque muchas veces lo más actualizado en publicidad no se pueda aplicar en determinadas campañas publicitarias, como el caso de la presente propuesta.

En resumen, el diseño gráfico, la publicidad y la comunicación social deben ir estrechamente ligados para lograr un mensaje eficaz que pueda generar los cambios conductuales deseados.

La publicidad hoy en día está sujeta a cambios de forma y medio que se experimenta en este siglo.

Capítulo Planeación Operativa

En el presente capítulo se describe y define cómo será realizado todo el proceso del Proyecto de Graduación, con fecha y hora, hasta llegar a la culminación del mismo.

IV



Capítulo V

Definición Creativa

En el presente capítulo se describe el análisis y selección de piezas a diseñar, como también sus ventajas y desventajas, el concepto creativo de diseño y los códigos a utilizar.



5.1

Análisis y selección de piezas a diseñar

5.1.1

Conceptualización

El objetivo del presente proyecto es el promover el Programa de Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años “Con Tus Hijos Cumple”, a través de una Campaña Publicitaria con una acción social.

Para lograrlo es necesario llevar a cabo una investigación científica y de campo.

Con esta recopilación de datos es posible determinar el Concepto Creativo, mismo que podrá ponerse en práctica a través de la implementación de una Estrategia de Comunicación.

5.1.2

Objetivos de Campaña

- ☺ Informar a los usuarios sobre el programa de Estimulación Temprana, con materiales gráficos que conforman la Campaña Publicitaria y así despertar el interés a las familias para que participen.
- ☺ Fortalecer al grupo objetivo con una norma continua.

5.1.3

Estrategias de Campaña

Diseñar material gráfico impreso y digital con la información necesaria para transmitir al grupo objetivo la importancia de recibir estimulación para el desarrollo integral de sus hijos e hijas, especialmente en la edad de 0 a 3 años, período más significativo en la formación del niño.

Este material (bifolios, volantes, afiches, trifolios, entre otros) será pauta-do en medios impresos.

Se imprimirá y se distribuirá folletos en forma personalizada para tener un contacto directo con el grupo objetivo y al mismo tiempo se dará a conocer el Programa mediante piezas gráficas que contengan información sobre la estimulación en general, es decir, preguntas

como ¿qué es la estimulación?, ¿cuáles son los beneficios que tiene?, ¿cuáles son las consecuencias de su ausencia?, con el fin de incentivarlos y así lograr despertar un interés para que los padres o las personas que estén a cargo se inscriban e inscriban a sus niños.

Parte fundamental de la estrategia será diseñar un exhibidor portátil que se coloque en las diversas actividades que la Municipalidad realiza en las zonas 7 (Península Bethania), zona 18 (Asentamiento Nueva Jerusalén) y zona 19 (Colonia La Florida) y así puedan conocer un poco de qué se trata el Programa de Estimulación.

5.1.4

Estrategias de Comunicación

Toda estrategia de comunicación debe de estar compuesta por dos ejes, el informativo y el comunicativo, que son dos puntos importantes que se desean lograr con esta Campaña Publicitaria, y así llegar a las familias que residen en la zona mencionadas y transmitirles la información sobre el Programa gratuito, en el cual sus hijos pueden tener la estimulación temprana que necesitan para su desarrollo.

5.1.5

Selección de piezas a diseñar

5.1.6

Piezas a Diseñar

Las piezas elegidas para diseñar son:

Volante

Es de fácil recordación para la gente, ya que la mayoría de la gente lo conserva o se lo traslada a otra persona que lo necesite.

Tiene gran cantidad de espacio para poner el texto necesario. Es importante saber atraer la atención de quien lo lee, demasiado texto suele causar aburrimiento, pero como se pueden poner imágenes, logotipos, etc., se puede hacer más dinámico. Los volantes serán promocionales o para una actividad determinada. Se repartirán en los sectores donde se desarrolla este Programa. Por último son medios de muy bajo costo. Se repartirán 2 veces por semana y se mandará a imprimir en papel bond de 80 grs.

Cartel Publicitario

En un cartel publicitario se comunicará algún evento futuro o situación actual o simplemente se promocionará el Programa. Generalmente el cartel es de tamaño grande, por ejemplo 11 x 17 plg., ya que ostenta una considerable dimensión para que sea bien apreciado y notado por el público al cual va dirigido y con intención de atraer más de lo ordinario. Este debe contener siempre una foto o imágenes para que sea más atractivo al público. Se colocará en los centros donde se desarrolla el Programa, como también en lugares aledaños a este, Alcaldías Auxiliares, Centros Comerciales, etc. Se colocará 1 vez al mes y se imprimirá en papel textcote.

Trifoliar

Hay que recordar que un trifoliar es un folleto gráfico en el que se publica infor-

mación acerca de una empresa o institución, está conformado por tres caras que se produce al doblar dos veces una hoja, y así se obtiene una pieza con un total de seis divisiones. Se utilizará en forma vertical y con los paneles superpuestos de manera que forme un perfil al estar cerrado. Su medida usualmente es de 8.5 x 11.0 cm. Se colocará información de todo el Programa Con Tus Hijos Cumple y en él se desarrollará el tema de estimulación temprana. Se distribuirá en las Escuelas o Institutos de la zona 7, 18 y 19, como también en las Alcaldías Auxiliares y centros comerciales. Se repartirá una vez por semana y será impreso en papel couche de 100 grs.

Playera Promocional

Es un artículo promocional en el cual se colocará el logo o alguna frase creativa que esté asociada al programa y que tendrá como principal objetivo la promoción

del Programa en general o algo específico. Será diseñada para los padres de familia y niños que estén inscritos y será un obsequio de parte de la institución. Permitirá promocionar a la institución y al mismo tiempo recordarle permanentemente a los padres el Programa. También se puede utilizar como estrategia a la hora de lanzar la Campaña de Divulgación. La playera será de 100% algodón, con serigrafía y se repartirá 2 veces al año.

Bolsas para mercado

Estas serán exclusivamente para las madres. Su diseño tendrá de un lado el logotipo del Programa y del otro lado una frase que amarre con el logo. Se obsequiará a las madres que estén inscritas y así se logrará que exista una presencia de la institución a cualquier lado que se dirijan, se dirija. Se repartirá 1 vez al año y será de tela tipo costal o manta.

Mochila

Se diseñará una mochila pequeña para los niños o niñas que estén inscritos en el Programa como un incentivo para ellos y promoción para la institución. Llevará el logo acompañado de una frase escrita como que el niño estuviera expresándose, por ejemplo: “Herramientas para toda la vida.” Se regalarán en las sedes, 1 vez al año.

Manta vinílica

La lona o manta vinílica es material que tiene poliéster con recubrimiento de PVC para poder imprimir sobre ésta directamente.

Por su resistencia tiene mayor duración por lo que se utiliza para tensar en rótulos de identificación de negocios, vallas, promociones, instituciones, entre otros.

Esta servirá para promover los jardines actuales y los futuros que se inaugurarán próximamente en zona 12 y 13.

Se colocarán en los postes de luz y en esquinas estratégicas de las zonas 7, 18 y 19.

Gorra

La gorra es un artículo promocional que resulta muy eficaz a la hora de promocionar las marcas debido a que es un artículo de uso común y que puede ser utilizada de manera cotidiana, además de que se encuentran muy fácilmente a la vista de las personas. Las gorras promocionales que son del estilo beisbol son las que más se utilizan para publicidad debido a la forma que tienen. Por otro lado ofrecen muchas posibilidades de jugar tanto con los diseños de la imagen que se desee plasmar como con las combinaciones de colores y el estampado, ya que este puede ser bordado o simplemente adherido.

Exhibidor Portátil

Está diseñado para mostrarle a las personas en qué consiste el programa de Estimulación Temprana, a través de un escenario que cuenta con los diversos elementos que se utilizan en las terapias y así al ingresar las familias puedan tener un momento de experiencia con sus hijos y darse cuenta del contenido del programa, para incentivarlos a que se inscriban.

5.2

Ventajas y Desventajas del tipo de piezas a diseñar

Toda Campaña Publicitaria está formada por diversas piezas de diseño para mantener la atención y buscar que los mensajes sean trascendentes.

La Campaña de divulgación que se propone en este proyecto busca facilitar la toma de conciencia e informar de manera memorable la importancia de la Estimulación en los infantes. Para que esto se cumpla es necesario diseñar y evaluar una estrategia de comunicación y cada una de sus piezas para que los mensajes sean efectivos y lleguen al receptor, que es el público objetivo.

Piezas	Ventajas	Desventajas
<p>Cartel Publicitario</p>	<ul style="list-style-type: none"> 😊 El cartel lleva poco texto, por lo cual es de fácil lectura. 😊 Lleva imágenes para que sea más atractivo al público. 😊 La información es precisa. 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 El cartel solo es para peatones. 😊 Dependiendo el lugar donde se coloque podría sufrir deterioro por circunstancias del clima.
<p>Trifoliar Promocional</p>	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Debe de llevar bastante texto relevante a comunicar. 😊 Es la carta de presentación y promoción de una empresa. 😊 Tiene el espacio necesario para dar la información esencial sobre una empresa y su función. 😊 La inclusión de imágenes le permite a los receptores formarse una idea sobre las características y la importancia de lo que se quiere transmitir. 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Lleva mucho texto. 😊 Por ser compacto se puede extraviar fácilmente. 😊 El costo es elevado.

<p>Playera</p>	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Se le puede dar varias funcionalidades: promoción, obsequio, activación, etc. 😊 El tiempo de exposición de la marca es mucho mayor que el de cualquier otro tipo de publicidad. 😊 El artículo promocional será usado y no desechado como cualquier otro. 😊 Presencia permanente de la institución o producto. 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 La serigrafía de las playeras suele desgastarse con el uso. 😊 El costo es elevado.
<p>Bolsas para mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Tiene doble funcionalidad: La promoción y el uso que el grupo objetivo le quiera dar. 😊 Contacto directo con el grupo objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Con el uso constante se va deteriorando la serigrafía. 😊 El grupo objetivo le puede dar un uso diferente al que fue concebido.
<p>Volante</p>	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Su distribución es rápida, ya que va de mano en mano en el grupo objetivo. 😊 Es una forma económica de entregar información o promover algo. 😊 Lleva imágenes para que sea más atractivo al público. 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Tiene poca área para colocar información. 😊 Solo cubre cierto sector o área a donde se quiere llegar, no las distintas zonas de la capital.

<p>Mochila Promocional</p>	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Será un incentivo para el grupo objetivo. 😊 Servirá de promoción a la institución. 😊 Contacto directo con el grupo objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 El deterioro por el uso inadecuado. 😊 El costo es elevado.
<p>Manta Vinílica</p>	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Constituye un buen recordatorio para los mensajes o información que se desea transmitir. 😊 Permite la exposición constante de la marca a un mismo público. 😊 Colocada en lugares estratégicos, es de gran impacto para el grupo objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Es un mensaje fugaz. 😊 Existen problemas de ubicación, ya que es complicado elegir las mejores localizaciones, debido a que estas suelen estar contratadas por los grandes anunciantes. 😊 Su colocación en la vía pública provocan un impacto que contamina el ambiente en forma visual.
<p>Gorra Promocional</p>	<ul style="list-style-type: none"> 😊 Tiene doble funcionalidad: La promoción y el uso que el grupo objetivo le quiera dar. 😊 El grupo objetivo que recibe un artículo promocional recuerda la marca. 😊 El artículo promocional será usado y no desechado como cualquier otro. El bajo costo. 	<ul style="list-style-type: none"> 😊 No la utilice el grupo objetivo. 😊 Artículo fácil de extraviar.

Exhibidor Portátil	<ul style="list-style-type: none">😊 Interacción del grupo objetivo y la marca.😊 Promoción y divulgación de la marca o producto.😊 El montaje es fácil.😊 El mensaje va directo.	<ul style="list-style-type: none">😊 El clima.😊 El deterioro del material con que está elaborado.
---------------------------	--	---

5.3

Desarrollo del Concepto Creativo

Para poder llegar a la conceptualización creativa existen diversas técnicas que se pueden aplicar para obtener el concepto de diseño. En este proyecto se proponen tres:

Arte de Preguntar

Técnica creativa desarrollada por Alex Osborn con el fin de conseguir una mayor eficacia en la aplicación del Brains-torming. Para lo cual se realizará un listado de preguntas todas relacionadas al tema central como a continuación se presentan. (Thompson, 2008)

¿Qué es la estimulación?

Es un grupo de técnicas para el desarrollo de las capacidades y habilidades de los niños.

¿Con quién se realiza la estimulación? Usualmente con la mamá, papá o asesora.

¿De dónde proviene la estimulación? Surge a mediados del siglo pasado con

la intención de atender a niños con alguna deficiencia o aquellas madres que tuvieron problemas durante el embarazo.

¿A quién se le debe de aplicar la estimulación?

A los niños y niñas y a las madres embarazadas.

¿Para quién es la estimulación?

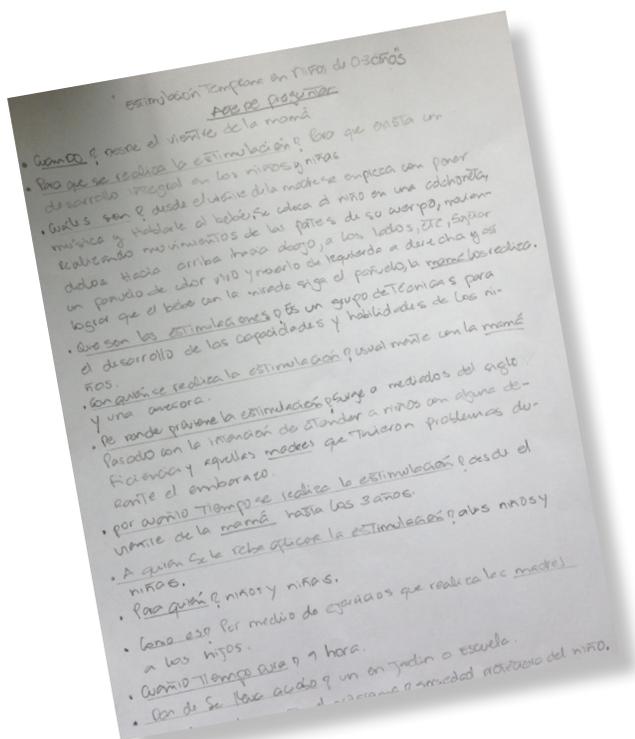
Para el bebé, niño y niña.

¿Cómo es la estimulación?

Por medio de un circuito de ejercicios que se le aplican al niño con ayuda de la madre o padre.

¿Cuánto dura la terapia de estimulación?

En la institución dura 2 horas a la semana y aparte se dejan ejercicios para realizar en casa.



Arte de Preguntar

¿Dónde se lleva a cabo la estimulación?

En el Jardín infantil y en casa.

¿En qué otro lugar está el programa de estimulación?

En la Sociedad Protectora del niño.

¿Cuántas veces a la semana se practica la estimulación?

3 veces por semana.

Luego de realizar las preguntas, se obtuvieron diversas respuestas y se anotaron en una hoja de papel. Estas respuestas sirvieron para obtener una idea más amplia de lo que se quiere transmitir y de este modo se logró definir lo siguiente:

Concepto

“Mamás felices” y “Familias realizadas”

Insight

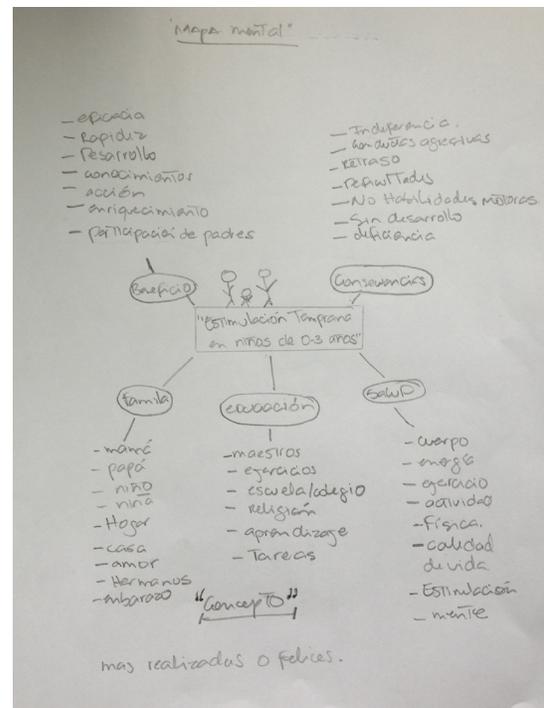
Al ver que sus hijos se están desarrollando en todas las áreas, física, motora, etc., las madres estarán felices y las familias, realizadas.

Mapas Mentales

Esta es una técnica creativa desarrollada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia, que tiene como principal aplicación la generación de ideas por medio de la asociación. (Thompson, 2008)

Para aplicar la técnica, en una hoja en blanco se colocó la idea principal, es decir, el tema central que es “Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años de edad”. Luego, alrededor se anotó palabras e imágenes claves, relacionadas o que se podían asociar al tema, como por ejemplo: beneficio, consecuencias, familia, educación y salud, de estos temas se derivan otras ideas:

- 😊 Familia (mamá, papá, niño, niña, casa, amor, hermanos, embarazo, etc.)
- 😊 Educación (maestros, ejercicios, escuela, tareas, inteligencia, religión, etc.)
- 😊 Salud (cuerpo, energía, calidad, de vida, mente, ejercicio, actividad, etc.)



- 😊 Consecuencias (sin desarrollo, indiferencia, retraso, no habilidades, etc.)
- 😊 Beneficios (acción, motivación, rapidez, aprendizaje, estimulación, etc.)

Luego se organiza toda la información que se genera a partir del tema central y así se logra diversas soluciones de una manera más rápida y clara, los resultados son:

Concepto

“Para toda la vida”, “Dura toda la Vida”

Insight

Los beneficios que obtendrán los niños, les servirán durante toda su vida.

Da Vinci

Esta técnica creativa se basa principalmente en imágenes mentales, es decir, en la realización de representaciones mentales de alguna situación, escenario o problema. De esta manera la imaginación pasa a ser la herramienta principal de trabajo, que necesita ser potenciada, con regularidad y persistencia, mediante unos sencillos ejercicios para dar lugar a la aparición de novedosas ideas.

(Thompson, 2008)

Como primer paso se pensó en el problema, que es la falta de promoción del programa de estimulación temprana en niños de 0 a 3 años, para lo cual se dejó fluir las imágenes en la mente, como por ejemplo:

- Un papá y una mamá teniendo en brazos a un niño.
- Una madre embarazada.
- Un niño en medio de papá y mamá.
- Dos niños de ambos sexos rodeando a papá y mamá, etc.

Se escribe todo esto en un papel y se reflexiona sobre él por unos minutos, tomando en cuenta sus diferentes aspectos.

De esta manera se creó un escenario en la mente y empezaron a fluir ideas que representan el problema, tras lo cual se tomó una hoja y se empezó a ilustrar o bocetar imágenes alegóricas a esto. Luego para cada dibujo que se hizo se pensó en una palabra que tuviera relación y así poder amarrar la imagen, siempre pensando que las ideas surgidas serán la solución a nuestro problema central, como por ejemplo:

- Madre embarazada: ilusión, alegría, bebé.
- Mamá y papá con el niño en brazos: protección, cariño, amor, etc.

Y se obtuvo como resultado:

😊 **Concepto**

“Creciendo Juntos”, “Calidad de Vida”, “Madres Consentidas”

😊 **Insight**

La conexión de madre a hijo por medio del Programa de estimulación.



Da Vinci

Selección de Concepto

Luego de aplicar las técnicas se obtuvo 3 conceptos creativos diferentes, para la Campaña de Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años, que son:

El primer concepto es “Para toda la vida” (acompañada al inicio de palabras como Aprendizaje, Conexión, de modo que se resalte los beneficios de la estimulación, para que se obtenga un titular como por ejemplo: “Aprendizaje para toda la vida.”

El segundo concepto sería el representar por medio de imágenes los resultados obtenidos de la estimulación, como por ejemplo, “Soy un Arquitecto,” “Soy un Deportista,” titulares que lleven conexión con las imágenes, de manera que incentiven al grupo objetivo a inscribir a sus hijos para que en un futuro sean personas productivas para la sociedad.

El tercer concepto será el de “Amamos con responsabilidad,” con esto se quiere decir que el tener un hijo es una gran responsabilidad, y como padres se tiene la obligación de velar por su educación y todo lo que sea necesario para que el niño pueda desarrollarse.

El concepto más adecuado para promover el Programa de Estimulación Temprana es “**Para toda la vida**”. Con esta frase se quiere transmitir al grupo objetivo que todo lo que aprenda o reciba el niño o niña desde temprana edad le servirá para siempre, ya que la estimulación temprana le trae muchos beneficios al infante para su desarrollo.

5.4

Códigos de Diseño

Los códigos a utilizar en este Proyecto están basados en el Manual de Identidad Gráfica proporcionado por la Municipalidad de Guatemala.

Helvética

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Bold Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Light Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

5.4.1 Código Tipográfico

La Tipografía ayuda a distinguir visualmente grupos de textos, y de esta manera ayuda al receptor a decodificar la información.

Para el siguiente Proyecto, la única tipografía que se utilizará en la campaña es la Helvética en sus diferentes formas, según las directrices del Manual de la Municipalidad de Guatemala.

HELVÉTICA es una tipografía “Palo seco”, lo que hace sus rasgos muy legibles, incluso en la confección de texto seguido. El uso de solo esta tipografía es obligatorio en todas las publicaciones, puede utilizarse en sus diferentes versiones.

5.4.2

Código Cromático

5.4.3

El Color

La aplicación del color, tanto en un grafismo como en la tipografía, es una de las herramientas más importantes y más versátiles, dado que las variaciones y combinaciones dentro de un espectro pueden emplearse para modificar la perspectiva del material visual. De modo similar, una variación en la tonalidad del color puede suponer una diferencia cuando hay restricciones.

5.4.4

Armonía y Contraste

El concepto de armonía significa aplicar un conjunto de colores que esté compuesto por la misma gama o tono. El contraste consiste en combinar colores diferentes para expresar ideas específicas o transmitir sensaciones variadas, por ejemplo, claros y oscuros, cálidos y fríos, etc.

La gama de colores seleccionada para esta campaña está basado en el Manual de Identidad Gráfica de la Municipalidad de Guatemala.

A continuación se especifican los colores permitidos a utilizar, sus porcentajes y su significado que fundamentan la selección del código cromático.

PANTONE 375C
C 45 M 0 Y 100 K 0

El verde “Muni” es uno de los mayores activos de la identidad gráfica municipal y debe ser utilizado siempre como color principal o debe tener protagonismo dentro de los materiales gráficos que se elaboren.

Solamente podrá utilizar el PANTONE 375 C cuando el material sea impreso a 5 tintas.

5.4.5 Significado del Color

PANTONE Blue 072 CVC
C 100 M 100 Y 7 K 11

Aunque la paleta de colores permite usar un amplio espectro de opciones, se recomienda utilizar un azul como este, debido a su compatibilidad visual con el verde “Muni”.

El color azul es un color fresco, tranquilizante y se le asocia con la mente, a la parte más intelectual de la mente.

El azul ayuda a controlar la mente, a tener claridad de ideas y a ser creativos.



PANTONE 375C



PANTONE Blue 072 CVC

5.4.6 Colores Complementarios

Los colores complementarios se aplicarán en los artes solamente como cintillos o elementos gráficos que hagan referencia a datos importantes o deban resaltar

del resto del diseño para que el receptor del mensaje identifique que es la información de su interés.



5.4.7

Recomendaciones para titulares según fondo de color

Los titulares y cuerpos de texto deben mantener los colores corporativos (verde y azul), blanco o gris.



PANTONE Blue 072 CVC



PANTONE 065 CVC



PANTONE 375C

Sobre fondo verde
El texto principal deberá colocarse en blanco y textos secundarios en gris.



Blanco
Gris
CO M0 Y0 K 50

Sobre fondo blanco
El texto deberá colocarse únicamente en verde y gris.



Verde
PANTONE
Gris 375
CO M0 Y0 K 50

Sobre fondo azul
El texto deberá colocarse únicamente en verde y blanco.



Verde
PANTONE
Blanco 375

Sobre imagen o fotografía
El texto deberá colocarse únicamente en verde y blanco.



Blanco
Verde
PANTONE 375

5.4.8

Colores Asignados para cuerpo de textos

No está permitido utilizar ningún otro color para cuerpos de texto sobre fondo blanco.

El Negro

Es el símbolo del silencio, del misterio, confiere nobleza y elegancia. El negro representa también autoridad y fortaleza. Contrasta muy bien con colores brillantes.

El Azul

Es un color fresco, tranquilizante y se le

asocia con la mente, a la parte más intelectual de la mente. El azul ayuda a controlar la mente, a tener claridad de ideas y a ser creativos.

El Gris

Es un color asociado con la independencia, la auto-suficiencia, el auto-control, porque es un color que actúa como escudo de las influencia externas.



NEGRO

C	0
M	0
Y	0
K	100



PANTONE Blue 072 CVC

C	100
M	100
Y	7
K	11



GRIS 70

C	0
M	0
Y	0
K	70

5.5 Diagramación

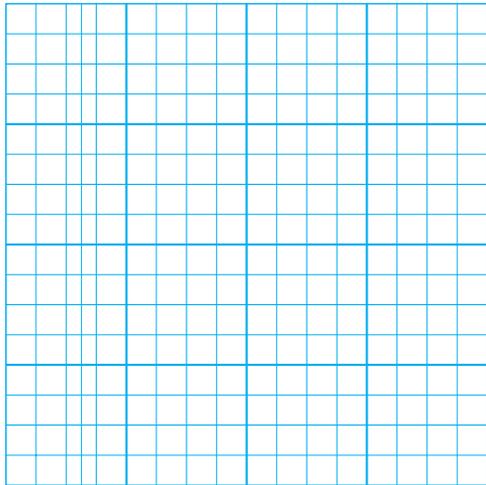
5.5.1 Retícula

Es la división geométrica de un área de diseño, en columnas, espacios y márgenes medidos con precisión. Las columnas representan las zonas verticales que alinean los textos. Adicionalmente es importante considerar los siguientes aspectos antes de realizar una composición o un diseño.

- 😊 Contemplar los márgenes al inicio del bocetaje.
 - 😊 Visualizar los espacios que van a quedar en blanco.
 - 😊 No utilizar demasiadas tipografías.
 - 😊 Considerar el ancho de las columnas.
 - 😊 Considerar que la retícula constituye una guía para el diseñador, sin embargo, debe ser flexible y no limitar su creatividad.
- 😊 Conocer el formato y orientación del papel a utilizar.

5.5.2 Tipos de Retícula

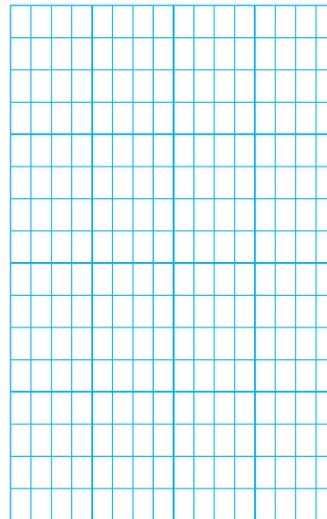
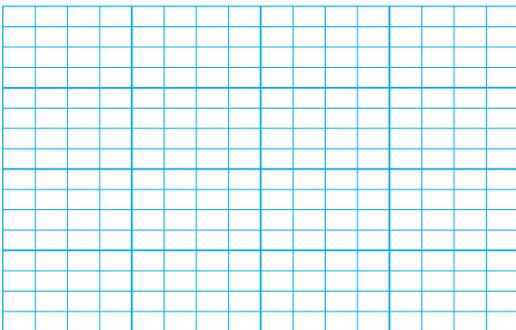
- 😊 Retícula de Manuscrito.
- 😊 Retícula de Columnas.
- 😊 Retícula Modular.
- 😊 Retícula Jerárquica.



5.5.3 Retícula Modular

Este tipo de retícula es la que se aplica en todos los diseños para la Municipalidad de Guatemala, ya que facilita la diagramación de imágenes y textos dentro del área de diseño. Esta retícula está estructurada a base de cuadrados perfectos divididos en mitades de mitades. Esta retícula se aplicará para cualquier diseño.

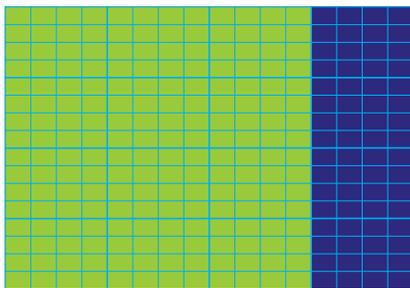
El Master Grid podrá adaptarse a todo tipo de layouts, verticales y horizontales.



5.5.4

Área de Texto Horizontal

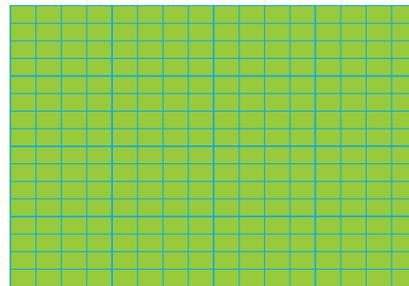
Área de texto en 3/4 de página



Ejemplo de Área de texto en 3/4 de página



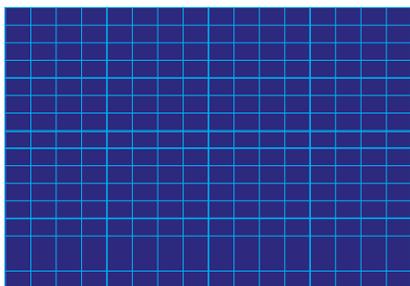
Área de texto en Página completa



Ejemplo de Área de texto en Página completa



Área de gráfica en Página completa



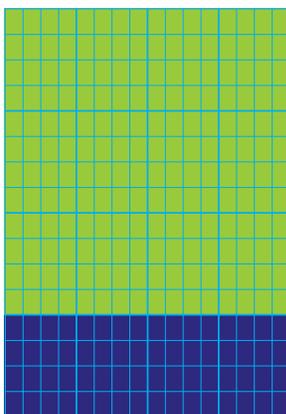
Ejemplo de Área de gráfica en Página completa



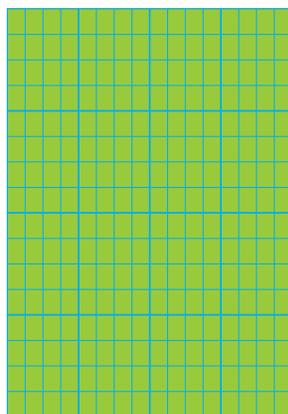
5.5.5

Área de Texto Vertical

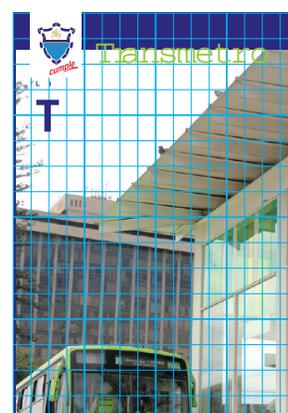
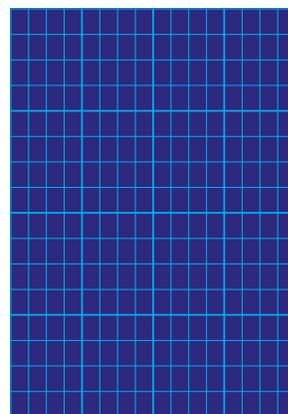
Área de texto en 3/4 de página



Área de texto en Página completa



Área de gráfica en Página completa



Capítulo VI

Proceso de Producción Gráfica y Validación

En el presente capítulo se describen los resultados de la validación de la propuesta gráfica, para lo cual fue necesario consultar con una muestra del grupo objetivo, cliente y expertos.



6.1

Nivel 1 de Visualización y Validación

6.1.1

Visualización y desarrollo de Bocetos 1a. Validación con el cliente

CARTEL PUBLICITARIO



A continuación se presentan los tres conceptos en bocetos, con técnica a lápiz, para ser validados por el cliente, tomando siempre en cuenta en los diseños el Manual de Identidad de la Municipalidad de Guatemala. Los conceptos son:

1er. Concepto

El boceto está en una proporción de un cartel publicitario, en posición vertical, basándose en el concepto “Para toda la vida”, utilizando el juego de palabras al inicio de la frase, como “Aprendizaje” o “Conexión”, a modo de resaltar los beneficios de la estimulación y tomando en cuenta la estrategia de comunicación que es un titular sencillo y directo, acompañado de una fotografía grande y que llame la atención. En la parte de abajo va un cintillo con el contacto del Programa y su respectivo logotipo.

Código Tipográfico

Para cumplir con la primera caracterización de códigos de diseño, la tipografía utilizada en el titular y cuerpo de texto es será solamente la letra Helvetica en sus diferentes formas. Es de estilo sencillo y del tipo sans serif o sin remates.

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Bold Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Código Cromático

Para el código cromático se hará uso de los siguientes PANTONES:

Pantone 375C

El verde “Muni” es uno de los mayores activos de la identidad gráfica municipal y debe ser utilizado siempre como color principal o debe tener protagonismo dentro de los materiales gráficos que se elaboren.

PANTONE Blue 072 CVC

Se recomienda utilizar un azul como este, debido a su compatibilidad visual con el verde “Muni”.

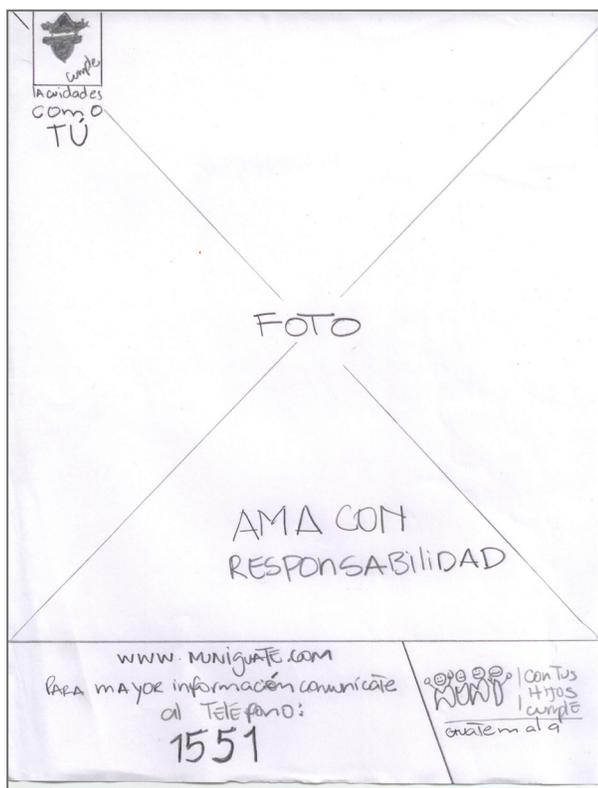


PANTONE 375C



PANTONE Blue 072 CVC

CARTEL PUBLICITARIO



20. Concepto

El segundo boceto está en una proporción de un cartel publicitario, en posición vertical, basándose en el concepto “Ama con responsabilidad”. Con este titular y la foto se busca hacer conciencia en los padres de familia, especialmente en el grupo objetivo que son las madres, acerca de la gran responsabilidad que es el tener un hijo y de la obligación que tienen de velar por su educación y todo lo que sea necesario para que el niño pueda desarrollarse plenamente. Se colocó el titular grande en la parte inferior de la foto y abajo va un cintillo con el contacto del Programa y su respectivo logotipo.

Código Tipográfico

Para cumplir con la primera caracterización de códigos de diseño, la tipografía utilizada en el titular y cuerpo de texto es será solamente la letra Helvetica en sus diferentes formas. Es de estilo sencillo y del tipo sans serif o sin remates.

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Bold Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Código Cromático

Para el código cromático se hará uso de los siguientes PANTONES:

Pantone 375C

El verde “Muni” es uno de los mayores activos de la identidad gráfica municipal y debe ser utilizado siempre como color principal o debe tener protagonismo dentro de los materiales gráficos que se elaboren.

PANTONE Blue 072 CVC

Se recomienda utilizar un azul como este, debido a su compatibilidad visual con el verde “Muni”.

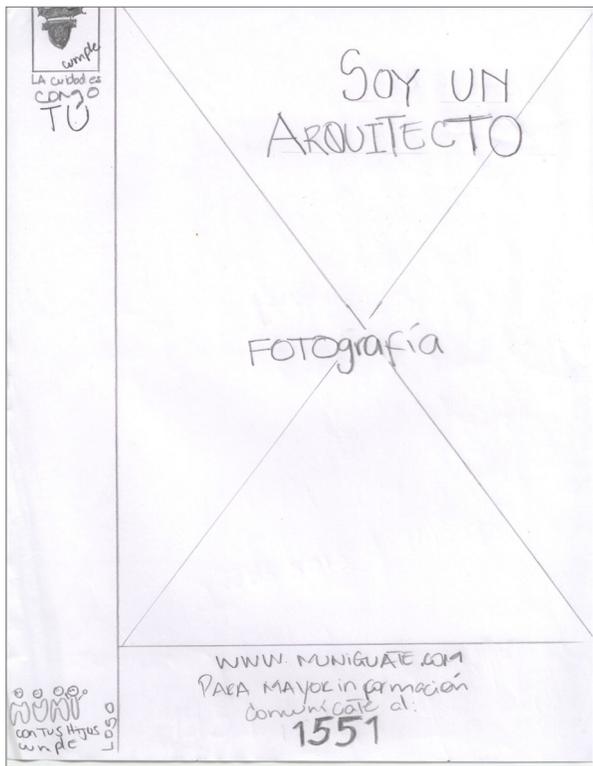


PANTONE 375C



PANTONE Blue 072 CVC

CARTEL PUBLICITARIO



3er. Concepto

El tercer boceto está en una proporción de un cartel publicitario, en posición vertical, basándose en el concepto “Soy”, complementándola con las palabras “un Arquitecto”, “un Médico”, “un Deportista”, entre otras, para que quede el titular “Soy un Arquitecto” con este titular combinado “Soy un Arquitecto”, “Soy un Médico”, etc. Con este titular y la foto se desea lograr captar la atención de los padres, ya que con este afiche podrán ver el reflejo de sus hijos a futuro, unos profesionales. Se colocó el titular grande en la parte inferior de la foto y abajo va un cintillo con el contacto del Programa y su respectivo logotipo.

Código Tipográfico

Para cumplir con la primera caracterización de códigos de diseño, la tipografía utilizada en el titular y cuerpo de texto es será solamente la letra Helvetica en sus diferentes formas. Es de estilo sencillo y del tipo sans serif o sin remates.

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Bold Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvetica Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Código Cromático

Para el código cromático se hará uso de los siguientes PANTONES:

Pantone 375C

El verde “Muni” es uno de los mayores activos de la identidad gráfica municipal y debe ser utilizado siempre como color principal o debe tener protagonismo dentro de los materiales gráficos que se elaboren.

PANTONE Blue 072 CVC

Se recomienda utilizar un azul como este, debido a su compatibilidad visual con el verde “Muni”.



PANTONE 375C



PANTONE Blue 072 CVC

6.1.2

Instrumento de validación

El instrumento utilizado para la validación de los bocetos a mano es una Tabla de Medición, proporcionada en el 6o. semestre de la carrera, por la Lic. Yadira Aguilar, que consiste en la descripción de todos los aspectos fundamentales que se deben de tomar en cuenta en un diseño. Se le presentó al cliente (Lic. Angie Escobar, encargada del Programa de Estimulación Temprana) y se colocaron 10 puntos básicos con un lenguaje adecuado a nuestro cliente, para que pudieran evaluar el diseño y la comunicación. Estos son: Color, Tipografía, Diagramación, Fijación, Composición, Legibilidad, Impacto, Innovación, Ima-

gen y Equilibrio. Esta tabla funciona a través de una calificación por medio de puntos (Con valor de 10 puntos en cada inciso) y abajo de la tabla está colocada una descripción breve de cada concepto a evaluar. El cliente deberá colocar la puntuación que considere adecuada. En base a los resultados individuales se podrá observar los aspectos que están bien aplicados y los que se deben mejorar si los resultados son bajos, para así lograr que el mensaje a comunicar o transmitir llegue de una forma eficaz al grupo objetivo.

Tabla de Medición aplicada al cliente

Validación: Colocar de 0 a 10 puntos en cada una de las casillas que a continuación se les presenta, para evaluar el concepto creativo aplicado en las piezas. En

la parte inferior encontrará el significado de cada uno de los puntos que serán evaluados.

	Color	Tipografía	Diagramación	Fijación	Composición	Legibilidad	Impacto	Innovación	Imagen	Equilibrio
Punteo máximo 10										
	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10

Color

Se evalúa si los colores utilizados son los adecuados para el grupo objetivo, si existe una armonía y si corresponde al Manual de Identidad de la Municipalidad de Guatemala.

Tipografía

Se evalúa si el tipo de fuente utilizada es de acorde al concepto, si es legible y si corresponde al Manual de Identidad de la Municipalidad de Guatemala.

Diagramación

Si el layout está diseñado en base a la retícula que usan en la Municipalidad de Guatemala.

Fijación

Evaluar si el mensaje es suficientemente fuerte para posesionarse en la mente del grupo objetivo.

Composición

Se evalúa si existe una distribución o disposición de todos los elementos que se incluirán en el diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada.

Legibilidad

Se evalúa si la posición o forma en que está escrito el mensaje, si es funcional y legible para el grupo objetivo.

Impacto

Se evalúa que el mensaje a comunicar logre una reacción ante el grupo objetivo.

Innovación

Se evalúa si se aplican ideas nuevas que sean atractivas en el diseño, respetando siempre el Manual de Identidad de la Municipalidad de Guatemala.

Imagen

Se evalúa si las fotografías colocadas van de acuerdo al tema.

Equilibrio

Se evalúa si cada forma o figura representada sobre un papel se comporta como un peso visual, porque ejerce una fuerza óptica. Una composición se encuentra en equilibrio si los pesos de los distintos elementos que la forman se compensan entre sí.

Luego de validar los 3 conceptos por el cliente (Lic. Angie Escobar, encargada del Programa de Estimulación Temprana), los resultados que se obtuvieron, fueron los siguientes:

CARTEL PUBLICITARIO

Resultado Tabla de Medición



Color	Tipografía	Diagramación	Fijación	Composición	Legibilidad	Impacto	Innovación	Imagen	Equilibrio	Resultado
9	9	10	10	8	7	8	9	10	9	89%



Color	Tipografía	Diagramación	Fijación	Composición	Legibilidad	Impacto	Innovación	Imagen	Equilibrio	Resultado
7	9	10	8	8	7	7	9	7	9	81%



Color	Tipografía	Diagramación	Fijación	Composición	Legibilidad	Impacto	Innovación	Imagen	Equilibrio	Resultado
8	9	10	7	6	7	5	9	6	6	73%

Boceto con más punteo

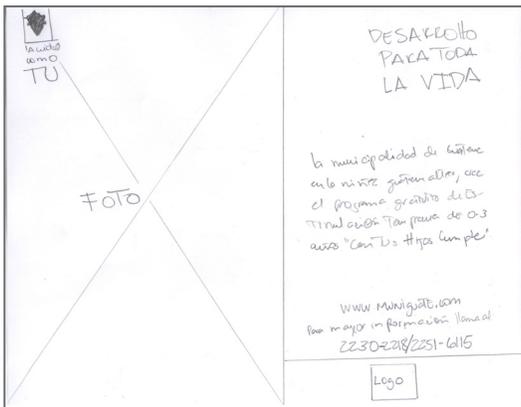
El boceto que más punteo obtuvo en base a los resultados del cliente es el siguiente:

Cartel Publicitario

89%

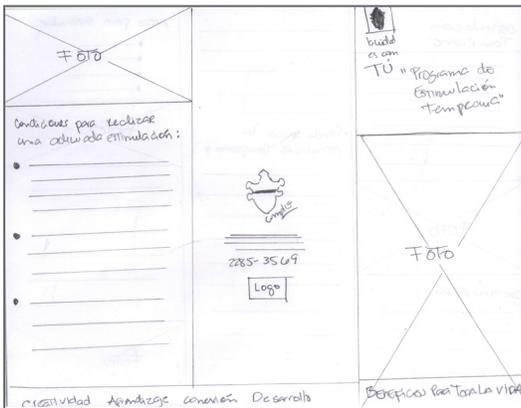


Bocetos de las piezas gráficas

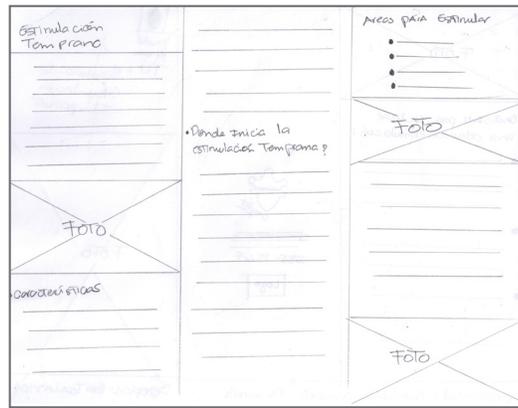


Volante

Los siguientes bocetos son todas las piezas gráficas que integran la Campaña Publicitaria para promover el Programa de Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años, aplicando el mismo concepto y línea gráfica en todo. Más adelante se digitalizarán.



Trifoliar tiro



Trifoliar retiro



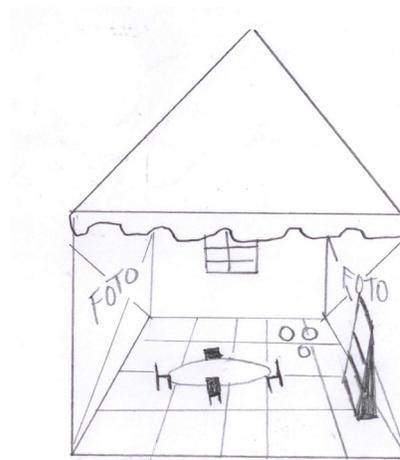
Gorra



Bolsa para mercado



Bolsón



Kiosko

Nivel 2 de Visualización y Validación

6.2.1

Visualización

A continuación se encuentra ya digitalizado el boceto que obtuvo el mayor puntaje para la respectiva validación.

Concepto

“Para toda la vida,” utilizando el juego de palabras al inicio de la frase como Aprendizaje, Conexión, de modo que se resalten los beneficios de la estimulación.

Aprendizaje para Toda la vida

La ciudad es como TÚ

Para mayor información comunícate a la Secretaría de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde
2230-2218 / 2251-6115

CON TUS HIJOS CUMPLE
MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

Cartel Publicitario Digitalizado

Código Cromático

Se utilizarán los pantone especificados en el Manual de Identidad de la Municipalidad de Guatemala que son:

PANTONE 375C

C 45 M 0 Y 100 K 0

El verde “Muni” es uno de los mayores activos de la identidad gráfica municipal y debe ser utilizado siempre como color principal o debe tener protagonismo dentro de los materiales gráficos que se elaboren.

PANTONE Blue 072 CVC

C 100 M 100 Y 7 K 11

Aunque la paleta de colores permite usar un amplio espectro de opciones, se recomienda utilizar un azul como este, debido a su compatibilidad visual con el verde “Muni”



PANTONE 375C



PANTONE Blue 072 CVC

Código Tipográfico

Para el siguiente Proyecto la única tipografía que se utilizará en la campaña es la Helvetica en sus diferentes formas, según las especificaciones del Manual de la Municipalidad de Guatemala.

Helvética

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Bold Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Light Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

6.2.2

Material para validación con una muestra del grupo objetivo

Este es el material gráfico seleccionado para ser validado por el grupo objetivo.

Cartel Publicitario
11x17 pulgadas



6.2.2.1

Instrumento de validación

Para validar la pieza gráfica se tomó una muestra del grupo objetivo, usando como herramienta la encuesta.

Encuesta

Es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado. (Sánchez, 2011)

La encuesta que se utilizó fue de 13 preguntas cerradas, dirigidas a determinar la opinión de los informantes sobre la importancia de la Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años, como también la eficacia de las piezas diseñadas.

A continuación se presenta la estrategia de investigación y las técnicas utilizadas para la recolección de información y su respectiva interpretación.

1. Las piezas gráficas para la Campaña Publicitaria fueron presentadas a 30 personas.

2. Se comprobó el resultado que se obtuvo del mensaje gráfico a través de un instrumento de medición (encuesta).

3. Se hizo un análisis a través de la tabulación del instrumento.

4. Para obtener los resultados finales, se analizan e interpretan en conjunto los resultados presentados por las 30 personas.

Encuesta para validación Grupo objetivo



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Encuesta sobre la "Estimulación Temprana en Niños de 0-3 años"

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que considere que es correcta para usted.

1. ¿Conoce usted qué es la Estimulación Temprana?

SI NO

2. ¿Tiene a su cargo el cuidado de algún niño?

SI NO

3. ¿Considera que los padres de familia pueden ayudar al desarrollo del niño?

SI NO

4. ¿Le interesa conocer acerca del tema de estimulación temprana?

SI NO

5. ¿Conoce alguna institución donde exista el Programa de Estimulación Temprana?

SI NO

6. ¿Comprende el tema del cual habla este material?

Está claro Es confuso

Encuesta para validación

Grupo objetivo

7. ¿Le fue fácil leer los textos?

Si la letra está clara No, la letra se pierde

8. ¿Cómo cataloga en mensaje que se esta transmitiendo en este material?

Simple y entendible Confuso y aburrido

9. ¿Qué impresión le provocó el material?

Me llamo la atención No me causo interés

10. ¿Qué le parecen las fotografías?

Son de acuerdo al tema No tienen que ver con el tema

11. ¿Cómo le parece el contenido de este material?

Adecuado Inapropiado

12. ¿Se siente identificado con este tema?

Me interesa No me interesa

13. ¿Considera que este material podría convencer a los padres de familia para que se interesen en el desarrollo del niño?

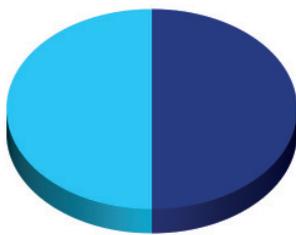
SI NO

6.2.2.2

Análisis e interpretación de Resultados

PREGUNTA No.1

¿Conoce usted qué es la Estimulación Temprana?

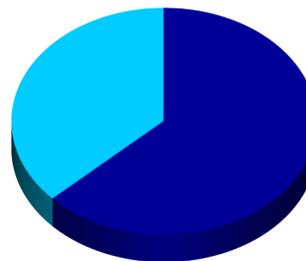


SÍ: 50% NO: 50%

El 50% de las personas encuestadas conoce el tema y el 50% restantes, no.

PREGUNTA No.2

¿Tiene a su cargo el cuidado de algún niño?

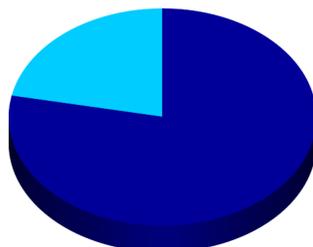


SÍ: 63% NO: 37%

El 63% de las personas encuestadas tiene a su cargo niños y el 37% restante, no.

PREGUNTA No.3

¿Considera que los padres de familia pueden ayudar al desarrollo del niño?

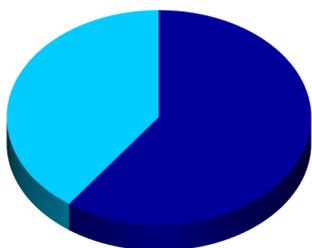


SÍ: 75% NO: 25%

El 75% de las personas encuestadas está de acuerdo en que los padres pueden influir en el desarrollo del niño y el 25% restante considera que no pueden intervenir.

PREGUNTA No.4

¿Le interesa conocer acerca del tema de estimulación temprana?

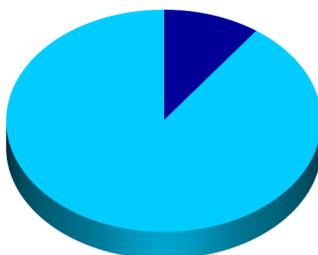


SÍ: 60% NO: 40%

El 60% de las personas encuestadas está interesado en conocer más a fondo el tema de estimulación y el 40% restante opina que no les interesa.

PREGUNTA No.5

¿Conoce alguna institución donde exista el Programa de Estimulación Temprana?

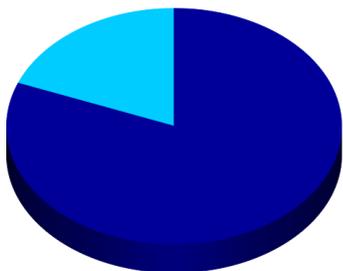


SÍ: 10% NO: 90%

El 10% de las personas encuestadas conoce alguna institución donde se desarrolla el Programa de Estimulación Temprana y el 90% desconoce las instituciones encargadas de este Proyecto.

PREGUNTA No.6

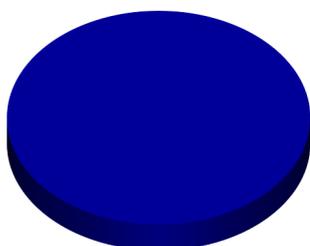
¿Comprende el tema del cual habla este material?



El 85% de las personas encuestadas captó rápidamente del tema que se está hablando y el 15% restante no tiene conocimiento del tema.

PREGUNTA No.7

¿Le fue fácil leer los textos del material?



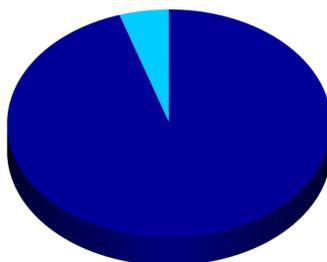
Sí, la letra está clara:
100%

El 100% de las personas encuestadas comprende bien el texto y lo lee fácilmente.

La letra se pierde:
0%

PREGUNTA No.8

¿Cómo cataloga el mensaje que se está transmitiendo en este material?

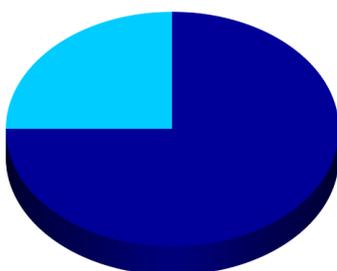


Simple y entendible: 95% Confuso y aburrido:
5%

El 95% de las personas encuestadas considera que el mensaje es de fácil comprensión y el 5% restante lo siente confuso y aburrido.

PREGUNTA No.9

¿Qué impresión le provocó el material?



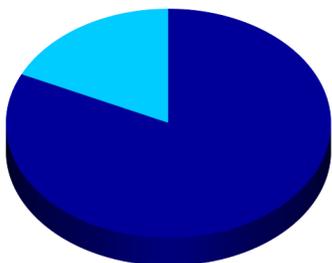
Me llamó la atención:
75%

No me causó interés:
25%

El 75% de las personas encuestadas está de acuerdo en que el material les pareció atractivo y el 25% restante considera que no les interesó.

PREGUNTA No.10

¿Qué le parecen las fotografías?



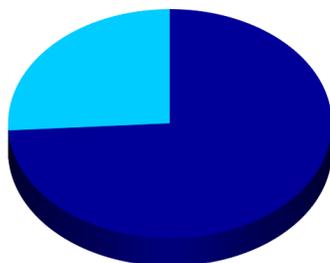
Al 82% de las personas encuestadas le gustan las fotografías y al 18% restante no le parece que vayan con el tema.

Son de acuerdo al tema: 82%

No tienen que ver con el tema: 18%

PREGUNTA No.11

¿Cómo le parece el contenido de este material?



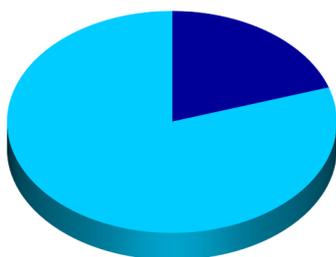
Al 74% de las personas encuestadas le gustó el contenido de las piezas gráficas y el 26% restante lo encuentra inapropiado.

Adecuado: 74%

Inapropiado: 26%

PREGUNTA No.12

¿Se siente identificado con este tema?

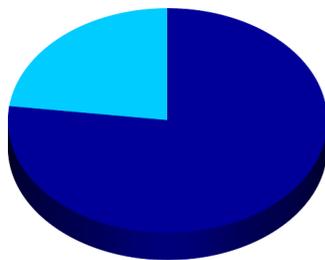


El 80% de las personas encuestadas no tiene interés en conocer el tema y el 20% restante está dispuesto a conocer más de la estimulación.

No me interesa: 80%

PREGUNTA No.13

¿Considera que este material podría convencer a los padres de familia para que se interesen en el desarrollo del niño?



Sí:77%

NO: 23%

El 77% de las personas encuestadas considera que puede despertar más interés en ellos y al 23% restante no lo motiva.

6.2.2.3

Comprobación y eficacia de la propuesta gráfica final

Luego de aplicar la encuesta para validar la pieza gráfica con el grupo objetivo, se obtuvo los siguientes resultados:

- 😊 Se debe de diseñar más piezas gráficas para promover más el programa de manera que las personas se motiven a conocer acerca de este tema.
- 😊 Colocar más información específica de las zonas donde se desarrolla este Programa y así podrán llamar, inscribirse o resolver dudas.
- 😊 Incluir material promocional en la Campaña Publicitaria.
- 😊 Realizar un sesión de fotos para madres embarazadas que también reciben estimulación e incluirla en el material gráfico.

Nivel 3 de Visualización y Validación

6.3.1

Validación y Visualización con expertos y clientes

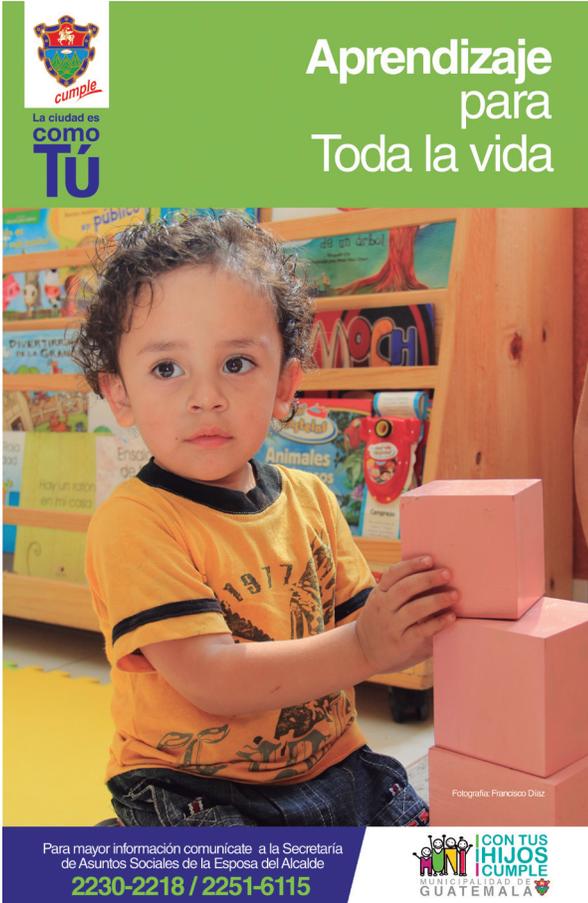
Se eligió 1 pieza gráfica (cartel publicitario) para ser validada por tres expertos en diseño y por el cliente, el diseño se basa en el Manual de Identidad de la Municipalidad de Guatemala.

El concepto que se aplicará para todas las piezas gráficas es la frase “**Para Toda la Vida**”, por ser una expresión motivadora para las familias, utilizando el famoso Top of Heart, complementándola con una palabra que represente los beneficios de la estimulación, como lo es Seguridad, Independencia, Creatividad, etc.

Por medio del titular e imagen se busca transmitir en este afiche a los padres de familia de la zona 7, 18 y 19, todos los frutos que lograrán desarrollar sus hijos si asisten al Programa de Estimulación Temprana de la Municipalidad de Guatemala.

A continuación se presenta el uso de códigos utilizados y la pieza gráfica validada.

Cartel publicitario para Validación y Visualización por expertos y clientes




La ciudad es como **TÚ**

**Aprendizaje
para
Toda la vida**

Fotografía: Francisco Díaz

Para mayor información comunícate a la Secretaría de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde
2230-2218 / 2251-6115


CON TUS HIJOS CUMPLE
MUNICIPALIDAD DE GUATEMALÁ

Código Cromático

Se utilizarán los pantone especificados en el Manual de Identidad de la Municipalidad de Guatemala que son:

PANTONE 375C

C 45 M 0 Y 100 K 0

El verde “Muni” es uno de los mayores activos de la identidad gráfica municipal y debe ser utilizado siempre como color principal o debe tener protagonismo dentro de los materiales gráficos que se elaboren.

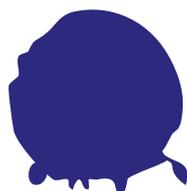
PANTONE Blue 072 CVC

C 100 M 100 Y 7 K 11

Aunque la paleta de colores permite usar un amplio espectro de opciones, se recomienda utilizar un azul como este, debido a su compatibilidad visual con el verde “Muni”.



PANTONE 375C



PANTONE Blue 072 CVC

Código Tipográfico

Para el siguiente Proyecto la única tipografía que se utilizará en la campaña es la Helvética en sus diferentes formas, según las especificaciones del Manual de la Municipalidad de Guatemala.

Helvética

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Bold Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Helvética Light Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

6.4

Expertos

6.4.1

Proceso de Validación con expertos

Cada área en específico tendrá un valor de 0 a 10 puntos y los expertos deberán colocar la puntuación que consideren adecuada. En base a los resultados individuales es posible observar los aspectos que están bien aplicados y lo que se deben de mejorar si los resultados son bajos, para así lograr que el diseño cumpla con todo y lograr un alto impacto social.

Para la validación de estas piezas gráficas, se le solicitó a 3 expertos en el Área de Diseño Gráfico que brindaran su opinión profesional para poder mejorar los diseños, ya que siempre es necesario tener otra opinión que pueda enriquecer el material.

Se contó con los siguientes expertos para la validación:

- 😊 **Lic. Emperatriz Pérez**, docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- 😊 **Lic. Wendy Gonzáles**, egresada de la Universidad de San Carlos, actualmente trabaja en Freelance.
- 😊 **Astrid Aragón**, egresada de la Universidad de San Carlos, con título de Técnico en Diseño Gráfico, actualmente labora en Cajas y Empaques de Guatemala.

A continuación se presenta la tabla de medición utilizada con los 3 expertos en Diseño Gráfico:

Validación: Colocar de 0 a 10 puntos en cada una de las casillas que a continuación se les presenta, para evaluar el concepto creativo aplicado en las piezas. En la parte inferior encontrará el significado de cada uno de los puntos que serán evaluados.

	Equilibrio	Color	Tipografía	Diagramación	Fijación	Contraste	Composición	Memorabilidad	Legibilidad	Pertinencia
Punteo máximo 10										
	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10

Equilibrio: Se evalúa si cada forma o figura representada sobre un papel se comporta como un peso, un peso visual, porque ejerce una fuerza óptica. Una composición se encuentra en equilibrio si los pesos de los distintos elementos que la forman se compensan entre sí.

Color: Se evalúa si los colores utilizados son los adecuados para el grupo objetivo y si existe una armonía.

Tipografía: Se evalúa si el tipo de fuente utilizada es de acorde al concepto y si es legible.

Diagramación: Si el layout está diseñado en base a una retícula.

Fijación: Se evalúa si el mensaje e imágenes son suficientemente fuertes para posicionarse en la mente de las personas y así crear un top of mind.

Contraste: Se evalúa si existe atracción o excitación del público observador, mediante la combinación de diferentes intensidades o niveles de contraste, en el color, el tamaño, la textura, etc.

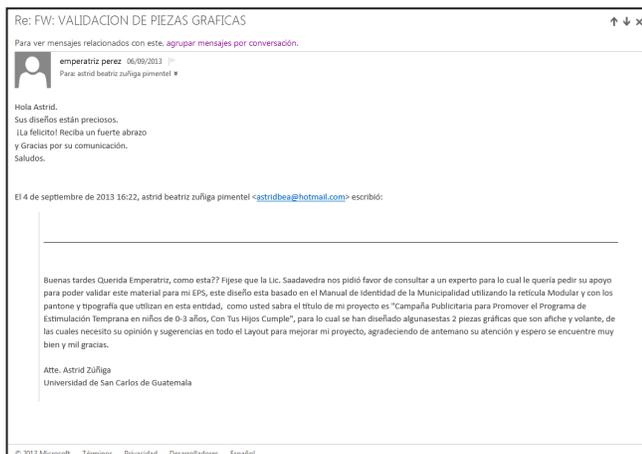
Memorabilidad: Es memorable el diseño si se logra asociarlo con un recuerdo o evento importante.

Legibilidad: Se evalúa si la posición o forma en que está escrito el mensaje es funcional y legible para el grupo objetivo.

Pertinencia: Se refiere a la forma en que la propuesta guarda relación con el tema que se está tratando y si es adecuada al grupo objetivo.

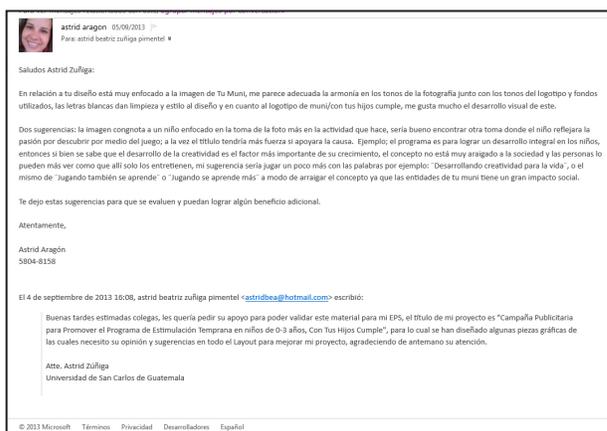
6.4.2 Resultados de Validación por expertos

Los expertos proporcionaron sus observaciones por correo electrónico y respondieron a la tabla de medición sobre los aspectos importantes de las piezas de diseño. Los resultados fueron los siguientes:



Observaciones de la Lic. Emperatriz Pérez

Observaciones de Astrid Aragón



Buenos días colega, a continuación mi opinión sobre sus piezas gráfica:

Afiche

En si todo el afiche se ve bastante limpio, la foto quedo con muy buena resolución y encierra bien el mensaje que se está transmitiendo. Quizá se le vería mejor la tipografía como se la coloco en el volante en la parte de la fotografía y un poco más grande "aprendizaje" y el logo de la municipalidad un poco más pequeño y agrandar un poco más los cuadros tanto azul como el de color blanco, o quizás que queden mitad mitad para que se vea más el logo de "con tus hijos cumple" y el número 1551 se leería muy bien un poco más pequeño. Otra opción pudiera ser también en cuanto a la tipografía que en el recuadro verde solo que un poco más pequeño fuera la palabra aprendizaje y el resto en la fotografía, podría ser. Los colores combinan bastante bien; en general me gusta mucho, solo tome en cuenta esos detalles y perfecto. La sugerencia de los cuadros azul y blanco si creería que se te verían mejor si reduces un poco el cuadro azul y agrandas el blanco.

Observaciones de la
Lic. Wendy Gonzáles

Resultado Tabla de Medición

Validación: Colocar de 0 a 10 puntos en cada una de las casillas que a continuación se les presenta, para evaluar el concepto creativo aplicado en las piezas. En la parte inferior encontrará el significado de cada uno de los puntos que serán evaluados.

	Equilibrio	Color	Tipografía	Diagramación	Fijación	Contraste	Composición	Memorabilidad	Legibilidad	Pertinencia	
Lic. Emperatriz Pérez	9	10	10	10	10	9	10	10	10	10	
Wendy Gonzáles	8	10	10	9	7	8	9	9	10	10	Punteo máximo 10
Lic. Astrid Aragón	9	9	8	9	8	10	9	8	8	9	
	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	

6.4.3

Resumen de sugerencias por expertos

Dentro de los cambios sugeridos por los expertos en diseño, surgieron los siguientes puntos a tomar en cuenta en las piezas gráficas:

- 😊 Colocar la palabra “aprendizaje” más grande para que resalte.
- 😊 Agrandar un poco más los recuadros azul y blanco, para que se vea más el logo de “con tus hijos cumple” y el número 1551 se leería más también.
- 😊 Cambiar la foto presentada por otra que exprese más la actividad realizada. Sería bueno encontrar otra toma donde el niño reflejara la pasión por descubrir por medio del juego y así el título tendría más fuerza.
- 😊 Incluir imágenes de embarazadas, ya que la estimulación inicia en esa etapa.

6.5.1 Validación y Visualización por el cliente

Para la validación de las piezas gráficas con el cliente, se hizo uso del instrumento de la encuesta, ya que es uno de los métodos más utilizados en la investigación. Consiste en un estudio de obtención de datos a partir de realizar un conjunto de preguntas dirigidas a cierto grupo de personas. Es un instrumento que tiene como ventaja que no se necesitan personas preparadas para la recogida de información. Las respuestas servirán para mejorar las piezas y determinar si se está cumpliendo con las normas de diseño de la Municipalidad y si el mensaje que se desea transmitir está claro. Por otra parte, servirá para estandarizar datos y realizar un análisis estadístico.

Se le presentó la encuesta a la coordinadora del Programa de Estimulación Temprana, Lic. Angie Escobar, y a 10 empleados más que laboran actualmente en la institución. La encuesta consistía en una boleta con 10 preguntas cerradas, las cuales determinaron la opinión de los informantes sobre las piezas gráficas realizadas.

A continuación se presenta la encuesta con los respectivos resultados obtenidos. Esta información servirá para mejorar los diseños.

Encuesta para validación con el cliente



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
PROYECTO DE GRADUACIÓN 2013
VALIDACIÓN DE MATERIAL GRÁFICO IMPRESO**

INSTRUCCIONES:

Marque con una X la respuesta que considere que es correcta para usted.

1. ¿Considera que la fotografía va de acuerdo con el tema de Estimulación?

SI NO

2. ¿Cree usted que los colores utilizados en el material cumple con el Manual de Identidad Gráfica de la Municipalidad de Guatemala?

SI NO

3. ¿Cree usted que la información de la institución está completa para que se informen las familias?

Completa Incompleta

4. ¿Cree usted que el concepto que se desea transmitir en el cartel está claro?

Claro Confuso

5. ¿Considera que el logotipo del Programa Con Tus Hijos Cumple visualmente se distingue?

SI NO

6. ¿Considera usted que el cartel visualmente esta recargado de imágenes y texto?

Recargado Limpio

Encuesta para validación con el cliente

7. ¿Cree usted que el concepto que se está manejando en el material, llegará de una manera clara a su receptor?

SI NO

8. ¿Aparte del cartel que otra pieza gráfica considera importante para la promoción del Programa de Estimulación?

Volante bifoliar Trifoliar Manta

9. ¿Cree que el diseño de un cartel es adecuado para promover el Programa?

Adecuado Inadecuado

10. ¿Considera que con el diseño del afiche se está incentivando a los padres de familia a que los niños y niñas asistan al Programa?

SI NO

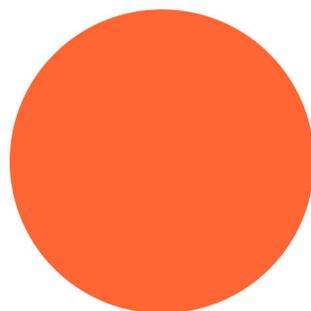
6.5.2

Resultados de Comprobación por el cliente

Análisis e interpretación de resultados

Pregunta No. 1

¿Considera que la fotografía va de acuerdo con el tema de Estimulación?

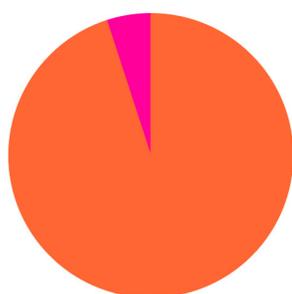


El 100% de las personas encuestadas considera que la fotografía va de acuerdo al tema.

SÍ: 100% NO: 0%

Pregunta No. 2

¿Cree usted que los colores utilizados en el material cumplen con el Manual de Identidad Gráfica de la Municipalidad de Guatemala?

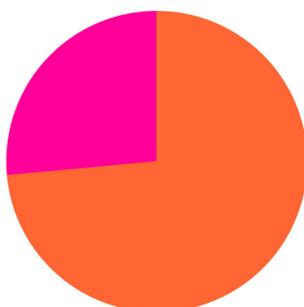


SÍ: 95% NO: 5%

El 95% de las personas encuestadas considera que el material cumple con el Manual y el 5% restante considera que no.

Pregunta No. 3

¿Cree usted que la información de la institución está completa para que se informen las familias?

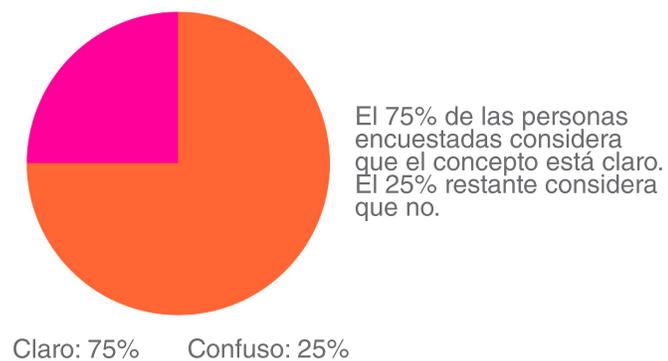


SÍ: 75% NO: 25%

El 75% de las personas encuestadas considera que sí esta completa y el 25% restante considera que no.

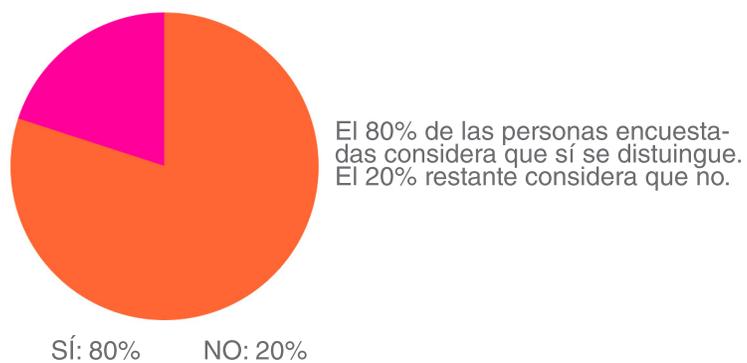
Pregunta No. 4

¿Cree usted que el concepto que se desea transmitir en el afiche está claro?



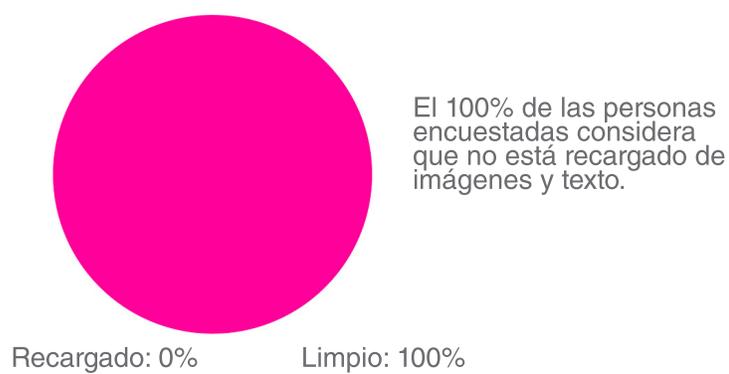
Pregunta No. 5

1. ¿Considera que el logotipo de Con tus Hijos Cumple visualmente se distingue?



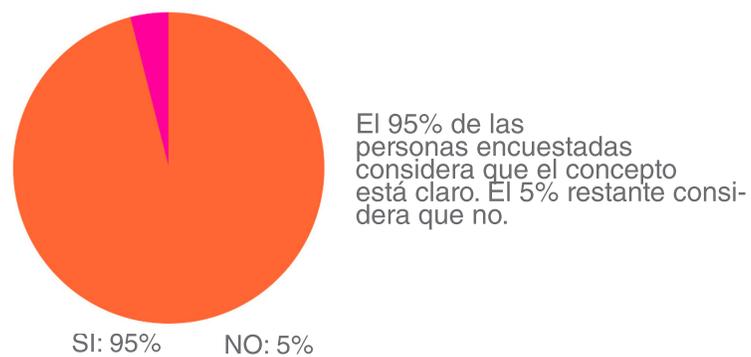
Pregunta No. 6

¿Considera usted que el cartel visualmente está recargado de imágenes y texto?



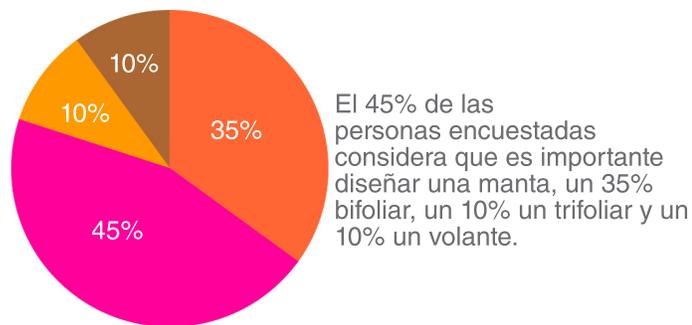
Pregunta No. 7

¿Cree usted que el concepto que se está manejando en el material llegará de una manera clara a su receptor?



Pregunta No. 8

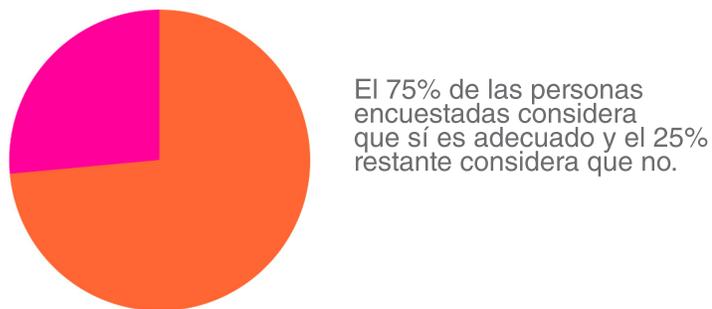
Aparte del cartel, ¿qué otra pieza gráfica considera importante para la promoción del Programa de Estimulación?



Volante: 10% Bifoliar: 35% Trifoliar: 10% Manta: 45%

Pregunta No. 9

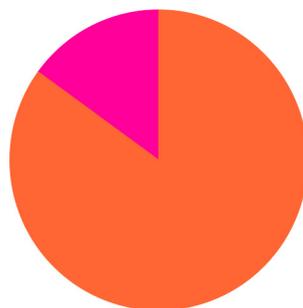
¿Cree que el diseño de un cartel es adecuado para promover el Programa?



Completa: 75% Incompleta: 25%

Pregunta No. 10

¿Considera que con el diseño del cartel está incentivando a los padres de familia a que los niños y niñas asistan al Programa?



El 85% de las personas encuestadas considera que sí incentiva. El 15% restante considera que no.

Claro: 85% Confuso: 15%

6.5.3

Resumen de sugerencias por el cliente

Los cambios sugeridos por el cliente se tomarán en cuenta para mejorar las piezas gráficas. Los puntos que sugirieron son:

- 😊 Diseñar una manta vinílica.
- 😊 Agrandar el logotipo del programa Con tus Hijos Cumple.
- 😊 Colocar la página principal de Municipalidad de Guatemala.
- 😊 Expandir todo el cintillo.

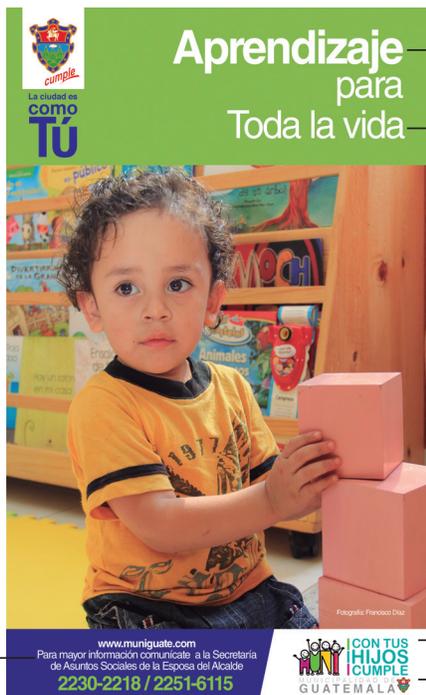
6.5.4

Resultados de piezas gráficas en base a instrumentos de validación por expertos y clientes

Se toma la decisión de realizar los siguientes cambios en cartel publicitario, en base a la Tabla de Medición con expertos y en la encuesta validada por el cliente, tomando en cuenta siempre la normas del Manual de Identidad de la Municipalidad. A continuación se presenta el arte con los cambios sugeridos más relevantes.

Cartel Publicitario

Se colocó más información de la institución



Expansión de la letra

Disminución de la letra

Expansión del cintillo

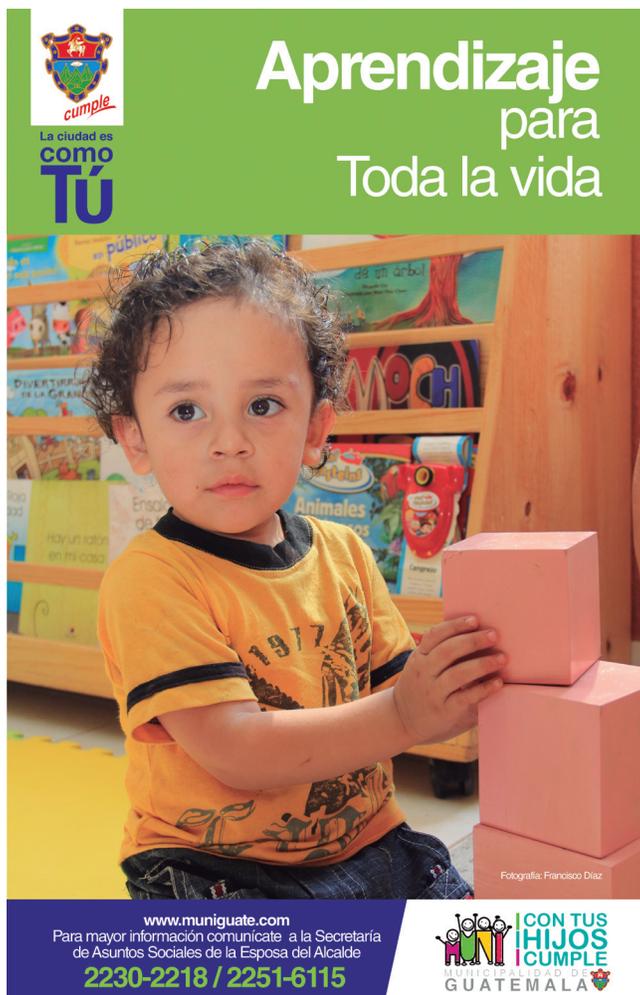
Expansión del logotipo ConTu Hijos Cumple

6.6

Piezas gráficas finales

Con los cambios sugeridos por los expertos, la pieza quedó así:

Cartel Publicitario



The poster features a central photograph of a young child with curly hair, wearing a yellow t-shirt, sitting on a yellow mat and stacking pink blocks. The background shows a wooden bookshelf filled with colorful children's books. The top of the poster has a green header with the text 'Aprendizaje para Toda la vida' in white. On the left side of the header is the logo for 'La ciudad es como TÚ' which includes a coat of arms and the word 'cumple' in red. At the bottom left, there is contact information: 'www.muniguate.com', 'Para mayor información comunícate a la Secretaría de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde', and the phone numbers '2230-2218 / 2251-6115'. At the bottom right is the logo for 'CON TUS HIJOS CUMPLE' with the text 'MUNICIPIO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA' below it. A small credit 'Fotografía: Francisco Díaz' is visible in the bottom right corner of the photo area.

Aprendizaje
para
Toda la vida

La ciudad es
como
TÚ

cumple

Fotografía: Francisco Díaz

www.muniguate.com
Para mayor información comunícate a la Secretaría
de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde
2230-2218 / 2251-6115

CON TUS HIJOS CUMPLE
MUNICIPIO DE LA CIUDAD DE
GUATEMALA

Presentación de Resultados

6.7.1 Piezas gráficas finales

A continuación se presentan las piezas gráficas finales para elaborar la Campaña Publicitaria para promover El Programa de Estimulación Temprana en niños 0 a 3 años “Con tus Hijos Cumple” de la Municipalidad de Guatemala.

6.7.1.1 Cartel publicitario

El cartel publicitario se utilizará para promoción del Programa de Estimulación, que generalmente es de tamaño grande para que sea visualmente mejor apreciado. Se diseñarán tres carteles diferentes, manteniendo el mismo concepto y que contengan la misma información.

**Aprendizaje
para
Toda la vida**



www.muniguate.com
Para mayor información comuníquese a la Secretaría de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde
2230-2218 / 2251-6115

CON TUS HIJOS CUMPLE GUATEMALA

**Conexión
para
Toda la vida**



www.muniguate.com
Para mayor información comuníquese a la Secretaría de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde
2230-2218 / 2251-6115

CON TUS HIJOS CUMPLE GUATEMALA

**Creatividad
para
Toda la vida**



www.muniguate.com
Para mayor información comuníquese a la Secretaría de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde
2230-2218 / 2251-6115

CON TUS HIJOS CUMPLE GUATEMALA

Tamaño
11x17 pulgadas

Carteles
Publicitarios

6.71.2 Volante

El volante será promocional y se repartirá a las familias de las zonas 7, 18 y 19, donde actualmente se desarrolla el Programa. Llevará información básica para dar a conocer el Programa de Estimulación y el contacto para obtener más información.




La ciudad es como **TÚ**

Desarrollo para Toda la vida

La Municipalidad de Guatemala enfocado en la niñez Guatemalteca, crea El Programa gratuito de Estimulación Temprana de 0-3 años "Con Tus Hijos Cumple", con el objetivo de lograr un desarrollo integral en los niños y niñas.

www.muniguate.com
Para mayor información comunícate a la Secretaría de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde
2230-2218 / 2251-6115


1000 CON TUS HIJOS CUMPLE
MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

Fotografía: Francisco Díaz

Tamaño
8.5x5.5 pulgadas

6.71.3 Trifoliar

El trifoliar será promocional y se repartirá al público objetivo. Se utilizará para promover y al mismo tiempo informar, ya que dentro de su contenido se desarrollará el tema de la Estimulación Temprana y sus beneficios. También llevará el contacto de la institución para que se inscriban.

Tamaño
8.5x11 pulgadas

Condiciones para realizar una adecuada estimulación:

- Organizar un ambiente adecuado y propicio para el aprendizaje. Hay que fomentar al niño un clima agradable, controlado, que lo motive y a su vez que despierte su atención. Es importante que haya luz, en la posible natural y una temperatura adecuada.
- Respetar la disposición del niño, es fundamental buscar el momento para realizar la estimulación. Los padres su tarea que consisten en buenas observaciones de las actitudes, gestos o expresiones del niño que indiquen el estado de ánimo por el cual está atravesando. No es bueno realizar la estimulación cuando el niño está llorando, con hambre o con sueño, pero no debemos obligarlo a que realice las actividades y ejercicios de estimulación.
- Tener en cuenta el ritmo de aprendizaje del niño, cada niño tiene su propio ritmo de aprendizaje. Debemos estimular para propiciar el desarrollo de todas las habilidades en el momento adecuado. Para cada etapa de crecimiento existen capacidades que deben ser desarrolladas.

La decisión de llevar a la práctica un plan de estimulación, depende de los padres. En los primeros años es donde la plasticidad cerebral es máxima, etapa en la cual podemos afianzar todos los mecanismos de aprendizaje.

Programa de Estimulación Temprana
"Con tus Hijos Cumple"

Beneficios para toda vida

Creatividad Aprendizaje Conexión Desarrollo Valores Seguridad

Secretaría de Asuntos Sociales de la Espina del Alcalde
Avenida Centro América, 18-56, zona 1
Teléfono: 2220-3218 / 2251-115

¡JUEGA CON TUS HIJOS CUMPLE!

Estimulación Temprana

Es toda actividad de contacto o juego con un niño o niña que propicie, fortalezca y desarrolle sus potencialidades humanas. La estimulación oportuna se utiliza con el fin de poder desarrollar al máximo las capacidades cognitivas, físicas, psíquicas, motoras y sensoriales del niño. Tiene además el objetivo de poder aprovechar toda la capacidad de aprendizaje y adaptabilidad que tiene el cerebro del ser humano en beneficio puro y exclusivamente del bebé.

¿Cuántas son las áreas a Estimular?

- Motora gruesa
- Motora fina
- Desarrollo del pensamiento
- Social afectivo
- Lenguaje
- Higiene

¿Donde da inicio la Estimulación Temprana?

Cuando nace el niño, la estimulación debe iniciarse de manera espontánea en casa. Desde que el niño nace ya nos encontramos con sus respuestas y aunque éstas sean de una manera automática a los estímulos externos, son los reflejos con los que viene dotado todo ser humano. Los primeros años de vida son esenciales para el desarrollo vital de una persona, ya que en esta etapa la genética y las experiencias con el entorno perfilan la arquitectura del cerebro y diseñan el comportamiento humano. Se estimula a través del tacto con masajes, abrazos, besos, caricias, contacto visual, comunicación verbal. El contacto físico es muy importante y todos los niños y niñas lo necesitan.

Características:

Tiene lugar mediante la repetición útil de diferentes eventos sensoriales que aumentan el control emocional, proporcionando al niño o niña, una sensación de seguridad.

A través de diferentes ejercicios y juegos podremos proporcionar al bebé una serie de estímulos repetitivos. De esta manera se potenciarán todas las funciones cerebrales, permitiendo el desarrollo armónico del bebé.

6.7.1.4 Playera

La playera será un artículo promocional y se regalará exclusivamente a las madres que residen en las zonas 7, 18 y 19, como también a las que ya pertenecen a este Programa. Contiene el logotipo del Programa y un mensaje dirigido a ellas que dice “Guía para toda la vida”, con el fin de enfatizar la función que tienen sobre sus hijos, el ser una guía para ellos.



Adelante



Atrás

6.7.1.5 Gorra

La gorra es un artículo promocional que se les obsequiará a los papás, para estimularlos a involucrarse en la Estimulación de sus hijos.

Se le colocó el logotipo de la institución y un mensaje que dice “Guía para toda la vida”, para que recuerden la responsabilidad que tienen con los infantes.



Adelante



Atrás

6.7.1.6 Mochila

Esta mochila se repartirá a los niños que formen parte de este programa, para que les sirva en su taller de estimulación, ya en ella podrán guardar las herramientas o instrumentos que utilicen o darle el uso que ellos necesiten. Se le colocó el mensaje de “Herramientas para toda Vida”, tiene como fin que los niños y padres estén concientes que lo aprendido en el Programa les servirá por el resto de sus vidas. Se incluirá el logotipo del Programa.



6.71.7 Bolsa para mercado

Este artículo promocional es una bolsa de mercado y se usará para promoción exclusivamente con las madres, con el objetivo de dar a conocer el programa y que también sea un artículo útil para ellas.



Adelante



Atrás

6.71.8

Manta Vinílica

Esta servirá para promover los jardines actuales en la zona 7, 18 y 19 y los futuros que se inaugurarán próximamente en zona 12 y 13.

Se colocarán en los postes de luz y en esquinas estratégicas de estas zonas.



1.50 m

Desarrollo para Toda la vida

Programa gratuito de Estimulación Temprana en niños de 0-3 años
"Con Tus Hijos Cumple", se preocupa por el desarrollo integral en los niños y niñas.

www.muniguate.com
Para mayor información comunícate a la Secretaría de Asuntos Sociales de la Esposa del Alcalde
2230-2218 / 2251-6115

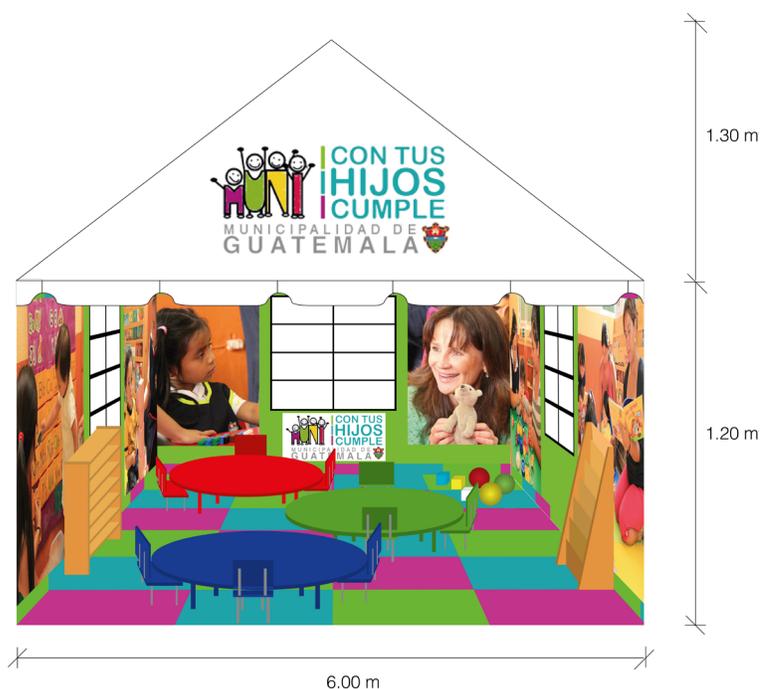
**CON TUS HIJOS CUMPLE**
MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

3.0 m

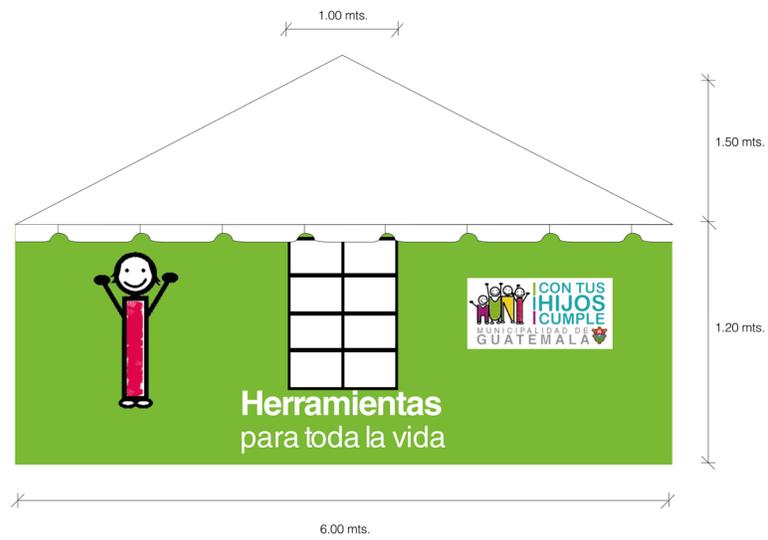
6.7.1.9 Exhibidor Portátil

Se colocará en las diversas actividades que organiza la Municipalidad, con el fin de mostrarle a las familias en qué consiste el programa de Estimulación Temprana. Consiste en un escenario que cuenta con los diversos elementos que se utilizan en las terapias para que las familias puedan tener una experiencia preliminar de convivencia con sus hijos que motive su inscripción.

Vista Frontal



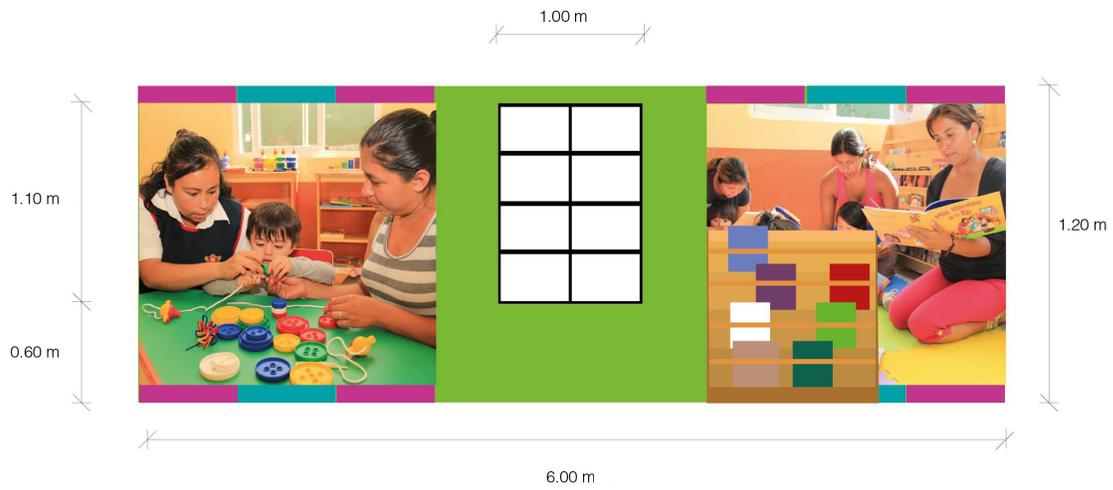
Lateral Exterior Izquierdo



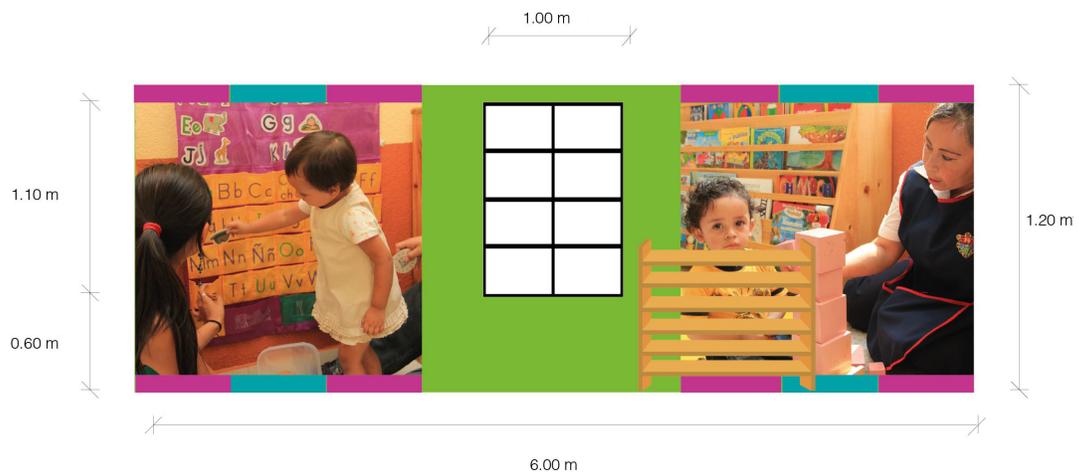
Lateral Exterior Derecho



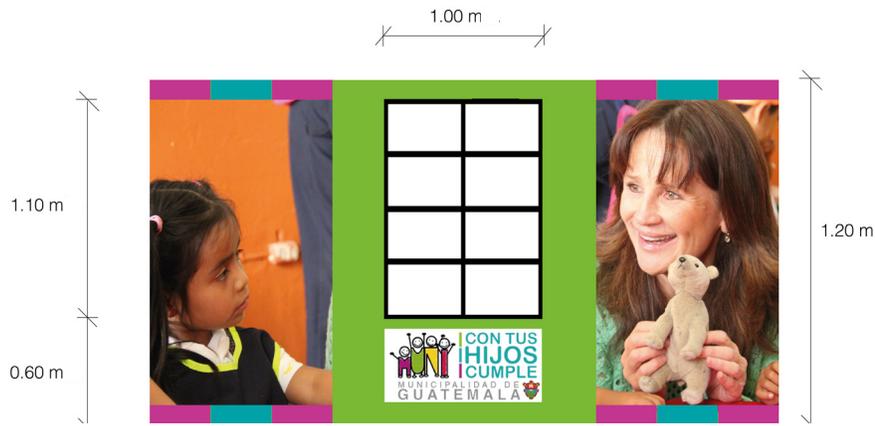
Lateral Interior Derecho



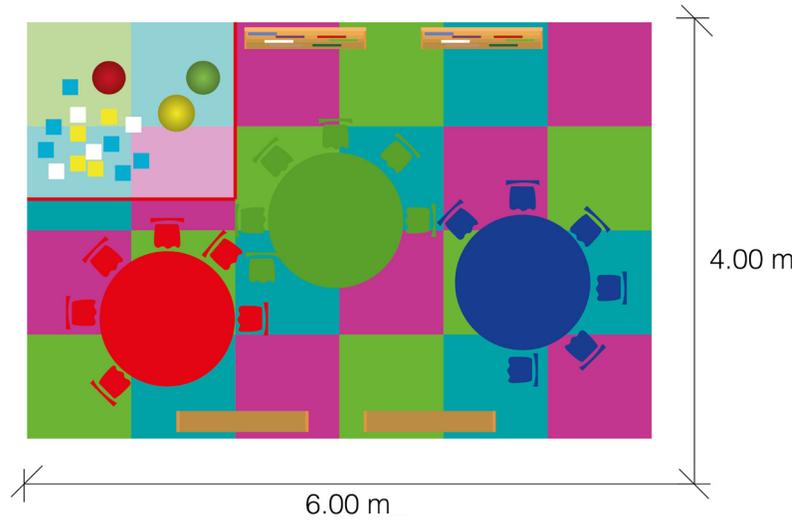
Lateral Interior izquierdo



Tracera Interna



Vista Aérea



Exhibidor en 3D





6.8 Presupuesto

El presupuesto está basado en función del diseño estratégico para la Campaña Publicitaria para el Programa de Estimulación Temprana en Niños de 0 a 3 años, “Con tus Hijos Cumple” de la Municipalidad de Guatemala. La propuesta estratégica consiste en un Plan Operacional anual, ya que solamente en un lapso prolongado se podrá comprobar la eficacia de cada una de las piezas en sus respectivos medios sugeridos.



6.8.1 Cotización

COTIZACIÓN

Guatemala, 27 de septiembre del 2013



**Señores
MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA
Ciudad**

Estimada Astrid Zúñiga:

A continuación presento nuestra propuesta:

Impresión de Afiches con las siguientes características:

- Impresión full color tiro
- Tamaño 11 X 17
- En papel cartulina
- Cantidad: 6,000
- Precio unidad: Q.3.00
- **TOTAL: Q. 18,000.00**

Impresión de Afiches con las siguientes características:

- Impresión full color tiro
- Tamaño 8.5 X 5.5
- En papel cartulina
- Cantidad: 12,000
- Precio unidad: C. 0.12
- **TOTAL: Q. 140,000.00**

Impresión de Trifoliales con las siguientes características:

- Impresión full color tiro y retiro
- Tamaño 8.5 X 11
- En papel couche
- Cantidad: 12,000
- Precio unidad: C. 0.50
- **TOTAL: Q. 6,000.00**

Impresión de Playeras con las siguientes características:

- Impresión full color tiro y retiro
- Tallas: M,L, Y XL
- En 100% algodón
- Cantidad:3,000
- Precio unidad: Q.25.00
- **TOTAL: Q. 75,000.00**

Impresión de Gorra con las siguientes características:

- Impresión full color tiro y retiro
- Tallas: única talla
- En 100% algodón
- Cantidad: 1,000
- Precio unidad: Q.10.00
- **TOTAL: Q. 10,000.00**

Impresión de Mochila con las siguientes características:

- En Tela impermeable
- Cantidad: 6,000
- Precio unidad: Q.25.00
- **TOTAL: Q. 15,000.00**

Impresión de Bolsa para mercado con las siguientes características:

- En Tela de fibra plástica reciclada
- Impresión full color tiro y retiro
- Cantidad: 3,000
- Precio unidad: Q.15.30
- **TOTAL: Q. 45,900.00**

Impresión de 3 lonas vinílicas con las siguientes características:

- En Vinil
- Impresión full color tiro y retiro
- Cantidad: 3
- Precio unidad: Q.351.49
- **TOTAL: Q. 1,054.47**

Este precio ya incluye el IVA.

Observaciones:

1. Tiempo de entrega a convenir.
2. Cliente proporciona diseños en forma digital.

Sin más que agradecer su atención a la presente,

Atentamente,

Acceptado por el cliente:

Fernando Toledo

6.8.2 Presupuesto Anual

CANTIDAD	PIEZAS DE DISEÑO	MEDIO DE PUBLICACIÓN	DESCRIPCIÓN DE MATERIAL	FRECUENCIA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
3	Carteles	Medio impreso (Litografía)	Tamaño 11x17 plgs. Papel Texcote, calibre 120 gms, full color.	6,000 unidades, de los 3 diseños de carteles, anuales.	Q. 3.00	Q. 18,000.00
1	Volante	Medio impreso (Litografía)	Tamaño 8.5 x5.5 plgs. Papel bond, impresión solo tiro, calibre 80 gms, full color.	12,000 unidades anuales	Q. 0.12	Q. 1,440.00
1	Trifoliar	Medio impreso (Litografía)	Tamaño 8.5 x11 plgs. Papel couche, impresión tiro y retiro, calibre 80 gms, full color.	12,000 unidades anuales	Q. 0.50	Q. 6,000.00
1	Playera	Medio impreso (Serigrafía)	Tela 100% algodón, tallas S, M, L y XL, con diseño adelante y atrás, full color.	3,000 unidades anuales	Q. 25.00	Q. 75,000.00
1	Gorra	Medio impreso (Serigrafía)	Tela 100% algodón, única talla, con diseño adelante y atrás, full color.	1,000 unidades anuales	Q.10.00	Q.10,000.00
1	Mochila	Medio impreso (Serigrafía)	Tela impermeable, full color.	6,000 unidades anuales	Q.25.00	Q.15,000.00
1	Bolsa para Mercado	Medio impreso (Serigrafía)	Tela de fibra plástica reciclada (tipo costal) con diseño adelante y atrás, full color.	3,000 unidades anuales	Q.15.30	Q.45,900.00
3	Lonas para Exhibidor	Medio impreso (Rotulación)	Material Vinil	1 unidad anual	Q.351.49	Q.1,054.47
Honorarios Profesionales						Q.21,000.00
TOTAL						Q.193,394.47

Capítulo VII

Lecciones Aprendidas

El presente capítulo se describe todo el enriquecimiento que se obtuvo en todo el proceso del Proyecto.



7.1

Lecciones aprendidas

- 😊 Se trabajó con Retícula Modular, que es la que se aplica para todos los diseños de la Municipalidad de Guatemala, ya que cuando se trabaja en una institución se debe de investigar si existe un Manual de Identidad Gráfica. Es necesario conocer al cliente a través de la investigación previa para poder presentar una propuesta adecuada a sus parámetros establecidos y a sus tendencias gráficas.
- 😊 Las tendencias de marketing más efectiva en el 2014 son las Redes Sociales (Facebook, Twitter y Youtube), ya que favorecen el contacto entre individuos para divulgar algún tipo de información. Aunque estas sean las últimas tendencias de Publicidad, para la problemática presentada que es la falta de promoción o divulgación del Programa de Estimulación Temprana Con Tus Hijos Cumple, no aplica, ya que la mayoría del público objetivo a quien va dirigido este proyecto no tiene acceso al internet y aparatos inteligentes, por tal razón se eligió solo material impreso para ser repartido al grupo objetivo de una forma personalizada.
- 😊 Se aplicaron nuevas técnicas para desarrollar del Concepto Creativo, ya que para poder llegar a una conceptualización, las técnicas que se aplicaron son la de Da Vince y El Arte de Preguntar, para así lograr obtener mi concepto de diseño y el insight para la Campaña Publicitaria. El cambio en el medio gráfico es constante y acelerado, por lo que resulta indispensable conocer y utilizar la mayor cantidad posible de técnicas generadoras de ideas y estimuladoras de la creatividad, para mantener la calidad y la innovación de los productos gráficos ofrecidos.

7.2

Conclusiones

- 😊 Con la aplicación de la Campaña Publicitaria de Estimulación Temprana en niños de 0 a 3 años, se divulgará el programa para que los usuarios conozcan la importancia y los beneficios de este proyecto.
- 😊 El material gráfico diseñado se utilizará para informar a las familias involucradas en el programa (de las zonas 7, 18 y 19) acerca de la importancia y necesidad de la estimulación temprana, y que de esta manera los niños puedan desarrollar habilidades físicas, mentales y sociales desde el vientre materno.
- 😊 El aporte de este proyecto de investigación es el diseño de un exhibidor portátil, que es el eje principal de la Campaña Publicitaria propuesta, cuyo objetivo es que las familias puedan conocer los materiales o instrumentos utilizados en el programa de estimulación temprana, y de esta forma despertar el interés de los niños, padres o personas encargadas para que se inscriban.

7.3

Recomendaciones

- 😊 Se recomienda a la Municipalidad de Guatemala realizar alianzas estratégicas con entidades extranjeras, para obtener patrocinios que permitan llevar a cabo Campañas publicitarias o cualquier otro tipo de estrategias de Promoción.
- 😊 Se recomienda a los futuros estudiantes de Proyecto de Graduación que desarrollen piezas y estrategias creativas y novedosas, evitando las tradicionales, si el grupo objetivo lo permite.
- 😊 Se recomienda a la Escuela de Diseño Gráfico que se elabore un plan de continuidad o seguimiento luego de la ejecución de la Campaña, para ver los resultados obtenidos del mensaje a divulgar con el grupo objetivo, mediante las diversas piezas gráficas.

Referencias

Arbainza, Jorge. (2010). Las técnicas de investigación online. Recuperado el 13 de septiembre del 2013, de <http://www.iprofesional.com/notas/139733-Cul-es-el-mejor-da-para-lanzar-una-campaa-en-redes-sociales>

Buceta, N. (2013). Marketing de España. España.

Calvert, Margaret.(2011). Señalética. Recuperada el 09 de septiembre del 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Se%C3%B1al%C3%A9tica>

Domínguez (2001). Programa para la familia dirigido al desarrollo integral del niño: orientaciones de tres a seis meses. Ediciones Aljibe. La Habana Cuba.

Ferrer, Ramón (2010). Estimulación temprana en niños con baja visión. Recuperado el 16 de octubre del 2013, de <http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/135/182>

Geifman, Abraham. (2014). Merca 2.0. Recuperado el 22 de octubre del 2013, de <http://www.merca20.com/5-ideas-para-implementar-redes-sociales>

Gutiérrez, L. (2012). La atención a las necesidades educativas especiales y a los niños en su edad preescolar. Colombia.

Instituto Nacional de Estadística. (2010) Perfil Sociodemográfico del Municipio de Guatemala. Volumen II. Guatemala.

Knop, F. (2008). El Diseño Gráfico como herramienta de comunicación Social. Buenos Aires Argentina.

Labriola, María. (2009). Claves para el desarrollo en la primera infancia. Paidós. Buenos Aires Argentina.

López, L. (2009). Propuesta Guardería Infantil, para asentamientos Nueva Jerusalén. Guatemala.

MINEDUC, (2008). Niños y jóvenes una educación de calidad. Recuperado el 2 de febrero del 2014, de http://www.mineduc.gob.gt/portal/contenido/anuncios/boletinmineduc_info/documents/Boletin_No3.pdf

Munari, Bruno. (1973). Los fundamentos del proceso del diseño. Recuperado el 5 de noviembre del 2013, de <http://graffica.info/bruno-munari-y-los-fundamentos-del-proceso-del-diseno>

Municipalidad de Guatemala. (2009). Programa Municipal de Atención a la Primera Infancia. Guatemala. Editorial Municipal.

Myers, Dasvid. (1998). Etapas de desarrollo de la estimulación temprana. Recuperado el 8 de noviembre del 2013, de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/flhr/etapas_desarrollo.html

Oconell, María. (2012). La medición de la inversión en marketing. Recuperado el 12 de septiembre del 2013, de <http://blogs.peru21.pe/edicionlimitada/2012/12/las-10-principales-tendencias.html>

Piaget, Jean. (1969). La Estimulación Temprana como instrumento para el desarrollo de la inteligencia. Recuperado el 23 de enero del 2014 de, <http://www.slideshare.net/SaraMM/la-estimulacin-temprana-como-instrumento-para-el-desarrollo-presentation>

Sánchez Hipola, C. (2010). Responsabilidad familiar y profesional en la prevención y atención temprana. España.

Sternberg, Jorge, (1998). La Estimulación Temprana en niños de 0 a 6 años. Editorial. España.

Tendencias del Marketing que se llevarán en 2014. (2013). Recuperado el 4 de febrero del 2014 de, <http://www.puromarketing.com/42/18259/moda-tendencias-marketing-llevaran-2014.html>

Thompson, Ivan. (2009). Historia de la Publicidad. Recuperado el 19 de agosto del 2013, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-historia.htm>

Tobar, Valle, Chang, Antillón. (2011). Folleto Campañas Publicitarias. Diseño Visual V/Seminario de Graduación 2004. FARUSACpágs.1-8)

Trister, C.(2005). Como estimular el cerebro infantil, una Guía para Padres. Teaching Strategies. Washington.

UNICEF. (2010). Perfil Sociodemográfico del Municipio de Guatemala. Santillana. Guatemala.

Vigotsky, L. (2013). Pensamiento y Lenguaje. Editorial Pueblo y Educación. La Habana.

Glosario

😊 **Psicosociales**

Es un término que hace alusión a la conjunción de 2 disciplinas, la Psicología y el Trabajo Social.

😊 **Infante**

Niño que aún no ha llegado a los siete años de edad.

😊 **Desarrollo socioemocional**

Es una fase de la edad. A medida que su propia identidad empieza a desarrollarse, querrá tomar decisiones, hacer las cosas por sí mismo y puede que sea muy insistente.

😊 **Cognitivo**

Es aquello que pertenece o que está relacionado con conocimiento, aprendizaje e información.

😊 **Observacional**

Simplemente es observar las conductas que espontáneamente ejecutan los sujetos.

😊 **Top of Heart**

Es un término para indicar la preferencia que el consumidor tiene por su marca y una forma de medir su grado de cariño. Esta preferencia es un claro indicativo de que el consumidor comprará la marca.

😊 **Gestante**

Es aquella persona que está embarazada.

Anexos

 <p>Foto</p>	<p>DESARROLLO PARA TODA LA VIDA</p>
	<p>Programa de estimulación Temprana de 0-3 años, "con Tus hijos cumple", Se preocupa por el desa- rrollo integral en las niñas.</p>
	<p>www.muniguate.com</p> <hr/> <hr/> <p>2230-2218/2251-6115</p>
	<p>Logo</p>



“Campana Publicitaria para dar a conocer el Programa de Estimulación Temprana en Niños de 0 a 3 años Con tus Hijos Cumple de la Municipalidad de Guatemala”

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes and a horizontal line at the end.

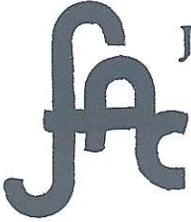
Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

A handwritten signature in black ink, written in a cursive style.

Lic. Ana María Saavedra
ASESOR

A handwritten signature in black ink, written in a cursive style.

Astrid Beatriz Zuñiga Pimentel
SUSTENTANTE



JULIO FERNANDO AVENDAÑO C.
LICENCIADO EN LETRAS

Guatemala, 10 de marzo de 2014.

Escuela de Diseño Gráfico,
Facultad de Arquitectura,
Universidad de San Carlos de Guatemala.

A quien interese:

Tengo el honor de saludarlo y al mismo tiempo informarle que, en mi calidad de profesional en formalidades lingüísticas, he revisado la ortografía, la redacción y el estilo del proyecto de graduación titulado:

**Campaña Publicitaria
para dar a conocer el Programa
de Estimulación Temprana en Niños de 0 a 3 años
“Con Tus Hijos Cumple”
de la Municipalidad de Guatemala**

Asimismo, que he respetado la semántica y la metalingüística correspondientes al aspecto técnico de la especialidad, con el fin de conservar su contexto. Y que he ratificado en segunda revisión las correcciones realizadas en el trabajo presentado.

Por tanto, hago constar que:

Astrid Beatriz Zúñiga Pimentel

Ha efectuado satisfactoriamente las correcciones requeridas por mi persona en los aspectos de ortografía, redacción y estilo en su proyecto de graduación.

Atentamente,

Julio Fernando Avendaño C.
Licenciado en Letras
Colegiado activo No. 13238

Julio Fernando Avendaño C.
LICENCIADO EN LETRAS
— Colegiado No. 13238 —



Campaña Publicitaria para dar a conocer el Programa de Estimulación Temprana en Niños de 0 a 3 años “**Con Tus Hijos Cumple**” de la Municipalidad de Guatemala



Universidad de San Carlos de Guatemala

