

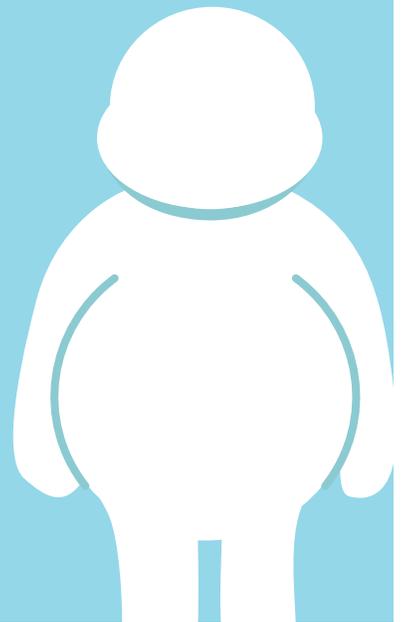
2016/USAC

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



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

## **Campaña para prevenir la obesidad infantil en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala**



**Proyecto de Graduación realizado por:  
Evelyn Alejandra Contreras Estrada  
al conferírsele el Título de  
Licenciada en Diseño Gráfico  
con énfasis en Publicidad  
Guatemala, febrero 2016**



2016/USAC

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



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

# **Campaña para prevenir la obesidad infantil en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala**

**Proyecto de Graduación realizado por:  
Evelyn Alejandra Contreras Estrada  
al conferírsele el Título de  
Licenciada en Diseño Gráfico  
con énfasis en Publicidad  
Guatemala, febrero 2016**

---

El autor es el único responsable de las doctrinas sustentadas, contenido y originalidad del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

# Nómina de autoridades

---

Decano	MCs. Byron Alfredo Rabé Rendón
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. Héctor Adrián Ponce Ayala
Vocal V	Br. Luis Fernando Herrera Lara
Secretario académico	MCs. Arq. Publio Rodríguez Lobos

## TRIBUNAL EXAMINADOR

Decano	MCs. Byron Alfredo Rabé Rendón
Secretario	MCs. Arq. Publio Rodríguez Lobos
Examinador	Licda. Claudia Anabella Leal Rivera
Examinador	Licda. Ana Carolina Aguilar Castro De Flores
Examinador	Dra. Sandra Barahona



# Índice

Dedicatoria	7
Presentación	9
Capítulo 1	
Antecedentes	13
Problema	15
Justificación	15
Magnitud	15
Trascendencia	15
Factibilidad	15
Vulnerabilidad	16
Objetivos	17
Capítulo 2	
Perfil de la organización	21
Grupo objetivo	25
Capítulo 3	
Conceptos fundamentales	29
Proceso Creativo	34
Spice	37
POEMS	37
Insights	37
Conceptualización	38
Lluvia de ideas	39
Selección de medios	40
Bocetaje y Propuesta gráfica	41
Capítulo 4	
Validación	49
Propuesta gráfica y fundamentación	53
Conclusiones	63
Lecciones aprendidas	64
Lineamiento para la puesta en práctica	65
Medios y formas de distribución	65
Presupuesto	66
Bibliografía	67
Glosario	69
Anexos	71



# Dedicatoria

A Dios por darme la vida y salud para permitirme llegar a este punto logrando uno de mis objetivos profesionales, por brindarme su amor incondicional, su infinita bondad y por darme a la familia que tengo.

A mis padres Marco Antonio e Hilda que son mi pilar y por quienes estoy en este punto, por su ayuda y apoyo incondicional, por motivarme a superarme siendo una mejor persona, por inculcarme su sabiduría y principios, así como por sus consejos y el creer en mí.

A mis hermanos Alex<sup>†</sup>, Arlen y Lucia por la ayuda que me han brindado, por ayudarme cuando lo he necesitado incluso cuando no lo necesitaba, por estar conmigo en todo momento y formarme el carácter que poseo.

A toda mi familia, en general, la cual me ha brindado su ayuda y apoyo, sus consejos y cariño, especialmente a mis abuelas por el incondicional amor y educación que me brindaron y por estar siempre conmigo.

A mis amistades que me han acompañado en los momentos más difíciles como los más felices de mi vida, que hemos luchado por llegar a esta meta y que a pesar de los pesares la amistad se hace más fuerte.

A mis docentes, en especial a aquellos que me han motivado a buscar la cúspide de mis estudios, aunque no haya sido un camino sencillo ni corto, me han mostrado su apoyo y ayuda a lo largo de mi carrera universitaria y profesional.

A la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la salud (OPS/OMS) por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de hacer este trabajo con ellos, por permitirme crecer de manera profesional en mi área.



# Presentación

El objetivo del presente trabajo es contribuir en prevenir la obesidad infantil, así mismo, conocer las consecuencias de tener una alimentación cargada de azúcares y grasas, lo que es un problema que ha ido en aumento en los últimos años y no se le ha dado la debida importancia, talvez porque Guatemala es uno de los países con mayor índice de desnutrición en el mundo.

La obesidad infantil se asocia con una mayor probabilidad de muerte y discapacidad prematuras en la edad adulta. Los niños con sobrepeso u obesos tienen mayores probabilidades de seguir siendo obesos en la edad adulta y de padecer a edades más tempranas enfermedades no transmisibles como la diabetes o las enfermedades cardiovasculares.

Se presentan una serie de propuestas gráficas las cuales llama la atención de las personas por su diagramación, los colores que se utilizan y, lo más importante, el contenido ya que, en unos informa el problema que conlleva al niño de 0 a 14 años, así como otro que posee información del daño que le hace el consumo de azúcares y grasas en el organismo humano.

Se trabaja conjuntamente con la Organización Panamericana de la salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS) en Guatemala, ya que se reconoce que la prevalencia creciente de la obesidad infantil se debe a cambios sociales. La obesidad infantil se asocia fundamentalmente a la dieta malsana y a la escasa actividad física, pero no está relacionada únicamente con el comportamiento del niño, sino también, cada vez más con el desarrollo social y económico y las políticas en materia de agricultura, transportes, planificación urbana, medio ambiente, educación y procesamiento, distribución y comercialización de los alimentos.

La OPS/OMS promueve una iniciativa regional de salud pública para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia, con el fin de unificar esfuerzos en la región y de brindar apoyo a los Estados Miembros por medio de estrategias documentadas y desarrollando marcos de trabajo.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1

Capítulo



# Capítulo 1

## ANTECEDENTES

Al exceso de grasa acumulada en el cuerpo de una persona se le llama obesidad, se puede dar por genética, problemas psicológicos, ambientales, etc.; pero no se asocia únicamente a la ingesta de alimentos en grandes proporciones también a la falta de actividad física. Este problema siempre va a resultar en una perturbación para la persona debido a que el exceso de peso conduce a grandes problemas de salud ya que se corre el riesgo de sufrir diabetes, hipertensión arterial, trastornos cardiacos, como otras complicaciones físicas.

En la actualidad, el índice de masa corporal (IMC) de una persona se debe al ritmo de vida actual, la falta de ejercicio y alimentarse de forma poco saludable, consumiendo alimentos ricos en grasas y azúcares así como el tener una vida sedentaria, lo que lo conlleva a ser más propensos a padecer de obesidad. Aunque antes se creía que el sobrepeso y la obesidad eran sinónimos de buena alimentación y condiciones saludables de vida, se ha comprobado que esa creencia es un factor que incide en el desarrollo de múltiples enfermedades, esta considerado como una epidemia porque no solo afecta la vida de la persona sino que también de quienes la rodean ya que la enfermedad constituye un estigma social por la discriminación y bullying recibidos. Se debe tomar en cuenta que hay una gran diferencia entre nutrición y alimentación, ya la nutrición es el conjunto de procesos por los cuales el cuerpo humano recibe, transforma y utiliza los nutrientes contenidos en los alimentos y la alimentación es un proceso voluntario, educable y muy influenciado por factores sociales, económicos, culturales, etc.

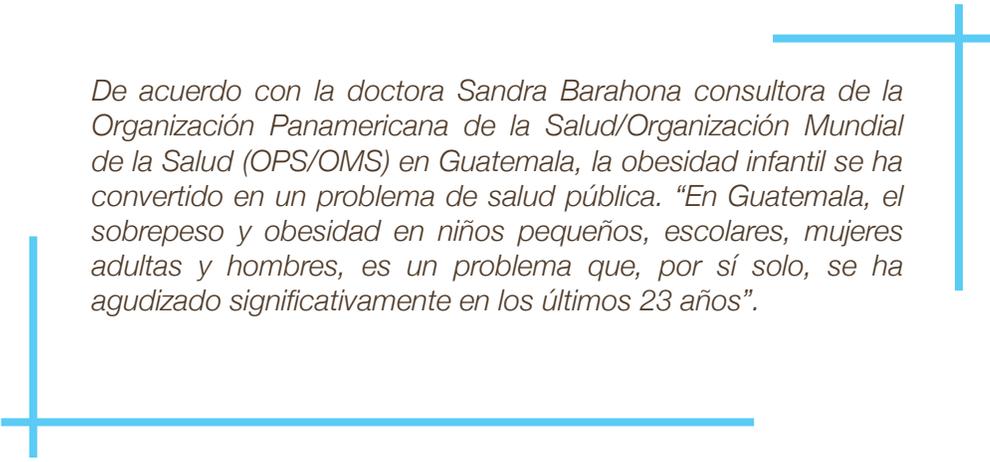
La obesidad infantil se asocia a una mayor probabilidad de muerte y discapacidad prematuras en la edad adulta. Los niños con sobrepeso u obesidad tienen mayores probabilidades de seguir siendo obesos en la edad adulta y de padecer a edades más tempranas

enfermedades no transmisibles como la diabetes o las enfermedades cardiovasculares. En Guatemala es un problema que se ha ido agudizando por los últimos 23 años, siendo un país en desarrollo a provocado que más padres y niños descuiden su alimentación y actividad física. La obesidad parece ser un estigma que persigue de por vida a quienes la sufren, incluyendo a quienes consiguen superarla, son muy frecuentes en ese grupo de personas las actividades deportivas o gimnásticas, así como la alimentación responsable, buscando no regresar a la etapa de la obesidad y mejorar su salud llevando un estilo de vida saludable y activo.

La OPS/OMS promueve una iniciativa regional de salud pública para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia, con el fin de unificar esfuerzos en la región y de brindar apoyo a los Estados Miembros por medio de estrategias documentadas y desarrollando marcos de trabajo.

Los patrones de crecimiento infantil de la OMS ayudarán a vigilar y evaluar el estado nutricional de los lactantes y niños pequeños. Cuando se aplican a una población entera, las tasas altas de niños con insuficiencia ponderal o sobrepeso señalan la existencia de riesgos para la salud y problemas nutricionales en toda la población. Los patrones servirán, por consiguiente, como instrumento diagnóstico para determinar la existencia de tendencias perjudiciales para la salud. Además, los patrones de crecimiento infantil de la OMS ayudarán a detectar tendencias en los niños a desarrollar insuficiencia ponderal o sobrepeso, mediante la medición de la tasa de ganancia o pérdida de peso. Los nuevos patrones ayudarán, por consiguiente, a vigilar y frenar el creciente fenómeno mundial de desnutrición y sobrealimentación, conocido también como la doble carga de la malnutrición. **(Patrones de crecimiento infantil de la OMS , Nota descriptiva no. 4, 2008)**

Debido a que Guatemala es un país en la que parte de su población vive en extrema pobreza y un gran porcentaje de niños están desnutridos, la obesidad infantil no es de gran importancia para muchos de los guatemaltecos, a pesar de experimentar un alarmante aumento de niños obesos, siendo la ingesta de azúcares, grasas y falta de actividad física unos de los factores principales de este problema, aún no se trabaja un método efectivo para la prevención de la obesidad infantil en Guatemala.



*De acuerdo con la doctora Sandra Barahona consultora de la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS) en Guatemala, la obesidad infantil se ha convertido en un problema de salud pública. “En Guatemala, el sobrepeso y obesidad en niños pequeños, escolares, mujeres adultas y hombres, es un problema que, por sí solo, se ha agudizado significativamente en los últimos 23 años”.*

## DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La OPS/OMS no cuenta con suficientes herramientas que permitan promover entre los padres la prevención de la obesidad infantil en Guatemala y de los daños que ocasionan en el organismo que conllevan a diversos problemas de salud.

## JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

### MAGNITUD

La Ciudad de Guatemala, es la capital de la República de Guatemala. La ciudad se encuentra localizada en el área sur-centro del país y cuenta con una gran cantidad de áreas verdes. De acuerdo con el último censo realizado en el departamento de Guatemala habitan 3, 207,587 personas; su población oscila en: 0-14 años: 38,1%, 15-64 años: 58%, 65 años y más: 3,9%. Se calculó en el 2010 que 4.9% de 38.1% de la población infantil sufre de obesidad, por lo que se espera que en los próximos años sea menos del 1% de la población infantil que sufra de dicho problema.

*(Instituto Nacional de Estadísticas - INE - 2012)*

### TRASCENDENCIA

Datos proporcionados por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, (MSPAS), dan cuenta que los casos de sobrepeso en niños se incrementaron alarmantemente, pues en el 2007 solamente se registraron 32 casos, mientras que en el 2008 se detectaron 179, en menores de uno a 14 años, mostrando un aumento de 147 menores con sobrepeso en solamente un año. Según estadísticas realizadas en el 2012 mostraron que una de las principales causas de muerte es por infarto agudo con 16.8%, mientras que un 5.4% muere por insuficiencia cardiaca, ambos problemas relacionados con la obesidad los cuales podrían prevenirse al poseer una adecuada información de los daños ocasionados por tener una malnutrición y las consecuencias fatales para la salud.

### FACTIBILIDAD

Esta campaña cuenta con el apoyo de la OPS/OMS, una agencia internacional de Naciones Unidas especializada en la salud pública, brinda cooperación técnica y financiera, moviliza asociaciones para mejorar la salud y la calidad de vida en los países de las Américas. Trabajan en diversos temas de la salud para prevenir las enfermedades no transmisibles (diabetes, cáncer, enfermedades respiratorias, cardiovasculares y obesidad), actualmente se cuentan con fondos necesarios para llevar a cabo este proyecto.

## VULNERABILIDAD

Las ENT constituyen una causa importante de mortalidad y morbilidad de la población guatemalteca. La mayoría de estas enfermedades, se pueden prevenir promoviendo una alimentación más saludable, incrementando los niveles de actividad física y desalentando el consumo del tabaco y la exposición al humo de tabaco.

Las acciones de promoción de la salud tienen una dimensión comunicacional que las atraviesa transversalmente, por lo que consideramos indispensable acompañar estas iniciativas con una adecuada estrategia de comunicación. Las estrategias dependerán de las características particulares del municipio, el aspecto sanitario que se aborde y la creatividad. La promoción de la salud es un trabajo interdisciplinario que permite el enriquecimiento mutuo de los actores intervinientes en su planificación. Para comenzar a planificar una campaña comunicacional de promoción de la salud, se deben definir los objetivos sanitarios que se desean alcanzar, y en función de ello se realiza un diagnóstico de situación que describa la realidad de la que se parte. Esto permite plantear los objetivos comunicacionales y las líneas de acción más pertinentes para alcanzarlos.

La obesidad infantil podría minimizarse por medio de la realización de una campaña acerca de lo grave que es el problema, el aporte del diseño gráfico es de suma importancia debido a que sin este el traslado de la información al grupo objetivo se dificulta y no se transfiere de una manera en el que se pueda difundir adecuadamente la información a matrimonios jóvenes que inicien una familia, con niños de 1 a 14 años, debido a que estos podrán fomentar e inculcar en sus hijos el tener una buena alimentación. Los matrimonios jóvenes son una gran fortaleza y dan oportunidad, en lo referente a la motivación en la próxima generación para cuidar no solo su alimentación sino también su salud, es por esta manera que sin el aporte del diseño gráfico se tendría solamente la información sin un medio más selecto de trasladarla

# OBJETIVOS

## GENERAL

Elaborar una campaña gráfica para la prevención de la obesidad infantil en la ciudad de Guatemala, dirigida a hombres y mujeres de 28 a 38 años.

## ESPECÍFICOS

Desarrollar piezas gráficas indicando las consecuencias y daños que causa la obesidad infantil sensibilizando al grupo objetivo para que estas cumplan con la función requerida de prevención.

Creación de piezas publicitarias para actualizar las redes sociales y los medios electrónicos que la organización utiliza permitiendo el traslado de información de una forma más directa.

Informar al grupo objetivo por medio de material gráfico impreso y digital así como actividades que promuevan la salud para evitar llegar a la obesidad.



PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

2

Capítulo



# Capítulo 2

## PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

La Oficina Panamericana de la Salud (OPS), fundada en 1902, es la agencia de salud pública internacional más antigua del mundo. Brinda cooperación técnica y moviliza asociaciones para mejorar la salud y la calidad de vida en los países de las Américas. La OPS es el organismo especializado en salud del Sistema Interamericano y actúa como Oficina Regional para las Américas de la OMS. Junto con la Organización Mundial de la Salud, la OPS es miembro del sistema de las Naciones Unidas.

*(Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud - OPS/OMS - 2014)*

### LA OPS/OMS EN GUATEMALA

La OPS/OMS tiene una Representación en Guatemala desde el año 1943. Esta Representación trabaja en conjunto con autoridades gubernamentales, instituciones académicas y científicas, organizaciones de la sociedad civil, gobiernos locales, organizaciones no gubernamentales y organismos de cooperación bilateral y multilateral.

La Representación de Guatemala de la OPS/OMS trabaja en las siguientes áreas programáticas:

- Liderazgo y gestión
- Enfermedades transmisibles y vigilancia
- Enfermedades no transmisibles y promoción de la salud
- Salud en el ciclo de vida
- Sistemas y Servicios de salud
- Análisis, sistemas de información y equidad

Desde su creación la OPS ha colaborado con el acceso a información científica, desarrollo de centros de documentación e investigación; y acceso a bibliotecas virtuales en salud pública. Se encuentra ubicado en Diagonal 6, 10-50, zona 10 - Edificio Interaméricas World Financial Center, torre norte, 4º nivel.

## 2.1. VALORES, VISIÓN, Y MISIÓN.

La agencia de salud internacional más antigua del mundo, es la Secretaría de la OPS. La Secretaría está comprometida a ofrecer apoyo técnico y liderazgo a los Estados Miembros de la OPS en su empeño de alcanzar la meta de Salud para Todos y sus valores inherentes. Con este fin, los siguientes valores, visión y misión, guían el trabajo de la Secretaría.

### VALORES

Equidad. Lucha por la imparcialidad y la justicia mediante la eliminación de las diferencias que son innecesarias y evitables.

Excelencia. Logro de la más alta calidad en lo que hacemos.

Solidaridad. Promoción de intereses y responsabilidades compartidas, facilitando esfuerzos colectivos para alcanzar metas comunes.

Respeto. Aceptación de la dignidad y la diversidad de los individuos, grupos y países.

Integridad. Garantía de un desempeño transparente, ético y responsable.

### VISIÓN.

La Oficina Sanitaria Panamericana será el mayor catalizador para asegurar que toda la población de las Américas goce de una óptima salud y contribuir al bienestar de sus familias y sus comunidades.

### MISIÓN.

Liderar esfuerzos colaborativos estratégicos entre los Estados Miembros y otros aliados, para promover la equidad en salud, combatir la enfermedad, y mejorar la calidad y prolongar la duración de la vida de los pueblos de las Américas.

### ÁREA DE COBERTURA

La oficina de OPS/OMS en Guatemala se instaló en 1943 y fue la segunda oficina establecida en el continente. La Organización ha cooperado en los diferentes procesos del sector salud que han tenido impacto en la mejora de las condiciones de vida de la población. Con el devenir del desarrollo científico y tecnológico progresivo de las últimas décadas y las crecientes demandas de salud de la sociedad, la OPS se ha erigido como agente catalizador, en el escenario de la política sanitaria continental y global. El derecho a la salud, la salud para todos, la equidad, la solidaridad y el panamericanismo, son las banderas que ha reivindicado para movilizar las voluntades de los países, y así responder a las necesidades de salud de sus propios habitantes.

El intercambio de información y experiencias entre los países miembros de la OPS ha sido un motor crucial en estos y otros progresos en la salud. La coyuntura actual es un verdadero reto y la oportunidad para renovar los compromisos y los ideales de la Organización, para contribuir a robustecer las políticas nacionales de salud del Estado guatemalteco y construir colectivamente, una visión de largo plazo sobre la salud y el bienestar de la población, especialmente de la que vive en situación de pobreza, en el área rural y la población indígena.

## 2.2. CULTURA COMUNICACIONAL VISUAL

Se cuenta con un centro de prensa de información pública, cuentan con materiales de difusión como: afiches, trifoliales, videos, galerías fotográficas, así como boletines mensuales: El boletín mensual de la Representación OPS/OMS en Guatemala es un producto pensado como un canal de comunicación entre la oficina, sus contrapartes y con el público en general. Cuentan con página web: <http://paho.org/gut>, como de Facebook: <https://www.facebook.com/opsomsguate>, y youtube: [https://www.youtube.com/channel/UCp7xrE\\_Pr9ISOPEFEuHnp7g](https://www.youtube.com/channel/UCp7xrE_Pr9ISOPEFEuHnp7g)

### LOGOTIPOS

El logo de la OMS Oficina Regional para las Américas debe incluirse junto o debajo del logo de la OPS en los productos de información publicados por la OPS. Ambos logos deben estar en el mismo idioma que el producto de información en el que aparecen.



Organización  
Panamericana  
de la Salud



Organización  
Mundial de la Salud

OFICINA REGIONAL PARA LAS Américas



Organización  
Panamericana  
de la Salud



Organización  
Mundial de la Salud

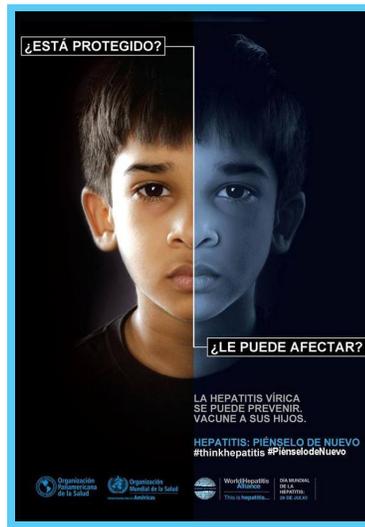
OFICINA REGIONAL PARA LAS Américas

### ESTUDIO GRÁFICO VISUAL

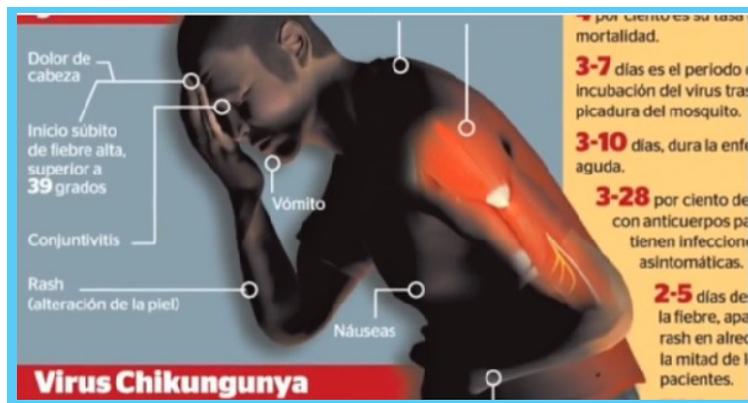
Campaña lanzada por medio de facebook en apoyo a la lactancia materna que se celebra anualmente del 1 al 7 de agosto



28 de julio, Día Mundial Contra la Hepatitis, campaña lanzada por medio de Facebook dando detalles e información acerca de la hepatitis.



Publicación de prensa y entrevista encontrada en youtube, realizada por la OPS/OMS acerca del virus del chikungunya dando a conocer sus síntomas, tratamiento y formas de prevenirlo.



# GRUPO OBJETIVO

La campaña va dirigida a hombres y mujeres del área metropolitana de la ciudad de Guatemala, con el fin de disminuir el consumo de azúcares y grasas en la familia y así poder prevenir primordialmente la obesidad infantil promoviendo la actividad física.

## PERFIL GEOGRÁFICO

Región. Ciudad capital  
Población. 992,541 habitantes

## PERFIL DEMOGRÁFICO

Edad. 28 a 38 años  
Genero. Masculino y femenino  
Estado civil. Casados y solteros

## PERFIL SOCIOECONÓMICO

Ingresos. Q5,000 – Q10,000  
Clase social. Media  
Educación. Diversificado y universitarios.

## PERFIL PSICOGRÁFICO

### Estilo de vida.

Personas con hábitos de consumo alimenticios básicos, como comida casera a base de la pirámide alimenticia, y no básicos como los restaurantes de comida rápida sirviendo comida prefabricada, dependientes del trabajo con motivación a tener un mejor puesto laboral pero con falta de motivación al ahorro.

### Valores.

Son irresponsables con su salud, obsesivos al trabajo, competitivos para avanzar laboralmente, derrochadores en el ámbito alimenticio.

## PERFIL CONDUCTUAL

### Intereses.

Trabajar con la aspiración a superarse, ver televisión, frecuentan centros comerciales y lugares públicos así como de comidas rápidas.

### Hábitos de consumo.

Realizan compras tanto para el hogar como personal tendiendo a ser personas consumistas y materialistas, acostumbran a consumir alimentos fuera de casa.

### Cultura visual.

Ven los programas de moda en televisión por cable y películas de estreno, escuchan una diversa programación en las emisoras de radio y se mantienen al día de lo que ocurre en el mundo por medio de la internet que la encuentran en sus computadores como en sus teléfonos inteligentes; la publicidad en la calle debe ser corta ya que se observa durante el tráfico camino al trabajo o a sus casa.



CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE

3

Capítulo



# Capítulo 3

## CONCEPTOS FUNDAMENTALES

### DIMENSIÓN CONCEPTUAL

En 2012, más de 40 millones de niños menores de cinco años de edad en el mundo tenían sobrepeso. Si bien el sobrepeso y la obesidad tiempo atrás eran considerados un problema propio de los países de ingresos altos, actualmente ambos trastornos están aumentando en los países de ingresos bajos y medianos, en particular en los entornos urbanos. En los países en desarrollo con economías emergentes (clasificados por el Banco Mundial en países de ingresos bajos y medianos) la prevalencia del sobrepeso y la obesidad infantiles en niños preescolares es superior al 30%. En los países en desarrollo viven más de 30 millones de niños con sobrepeso y en los países desarrollados 10 millones.

*(Organización Mundial de la Salud - OMS - 2013)*

La causa fundamental del sobrepeso y la obesidad es un desequilibrio energético entre calorías consumidas y gastadas. En el mundo, se ha producido:

- Un aumento en la ingesta de alimentos hipercalóricos que son ricos en grasa, sal y azúcares pero pobres en vitaminas, minerales y otros micronutrientes, y
- Un descenso en la actividad física como resultado de la naturaleza cada vez más sedentaria de muchas formas de trabajo, de los nuevos modos de desplazamiento y de una creciente urbanización.

A menudo los cambios en los hábitos de alimentación y actividad física son consecuencia de cambios ambientales y sociales asociados al desarrollo y de la falta de políticas de apoyo en sectores como la salud; agricultura; transporte; planeamiento urbano; medio ambiente; procesamiento, distribución y comercialización de alimentos, y educación.

Existen estudios sobre la obesidad infantil y el Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá (INCAP) realizado en Guatemala, determinó que 1 de cada 20 niños de entre los 0 y los 5 años tiene obesidad, eso es el 5.4% de la población infantil; estos sufren de una inadecuada alimentación proporcionada por los padres lo que los inclina a ser candidatos a sufrir de enfermedades prematuras como es la obesidad.

Los malos hábitos alimenticios puede llevar a un exceso de consumo de azúcares y grasas lo cual puede provocar problemas de salud.

1. Desde 1980, la obesidad se ha más que doblado a nivel mundial.
2. En 2008, 1400 millones de adultos (de 20 y más años) tenían sobrepeso. Dentro de este grupo, más de 200 millones de hombres y cerca de 300 millones de mujeres eran obesos. En 2008, el 35% de las personas adultas de 20 o más años tenían sobrepeso, y el 11% eran obesas.
3. El 65% de la población mundial vive en países donde el sobrepeso y la obesidad se cobran más vidas de personas que la insuficiencia ponderal.
4. En 2012, más de 40 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso.
5. La obesidad puede prevenirse.

El sobrepeso y la obesidad se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud. IMC es un indicador simple de la relación entre el peso y la talla que se utiliza frecuentemente para identificar el sobrepeso y la obesidad en los adultos. Se calcula dividiendo el peso de una persona en kilos por el cuadrado de su talla en metros ( $\text{kg}/\text{m}^2$ ).

La definición de la OMS es la siguiente:

- Un IMC igual o superior a 25 determina sobrepeso.
- Un IMC igual o superior a 30 determina obesidad.

El IMC proporciona la medida más útil del sobrepeso y la obesidad en la población, puesto que es la misma para ambos sexos y para los adultos de todas las edades. Sin embargo, hay que considerarla a título indicativo porque es posible que no se corresponda con el mismo nivel de grosor en diferentes personas.

El sobrepeso y la obesidad son el sexto factor principal de riesgo de defunción en el mundo. Cada año fallecen alrededor 3,4 millones de personas adultas como consecuencia del sobrepeso o la obesidad. Además, el 44% de la carga de diabetes, el 23%

*En el estudio de Schulze (2010), se comprobó que la ingestión de 450 Kcal a partir de bebidas azucaradas a base de frutas producía un significativo aumento del IMC, aumento que no se produjo cuando la misma cantidad de fruta era consumida en forma sólida.*

*Los niños con sobrepeso u obesos tienen mayores probabilidades de seguir siendo obesos en la edad adulta y de padecer a edades más tempranas enfermedades no transmisibles.*

de la carga de cardiopatías isquémicas y entre el 7% y el 41% de la carga de algunos cánceres son atribuibles al sobrepeso y la obesidad.

A continuación se presentan algunas estimaciones mundiales de la OMS correspondientes a 2008:

- 1400 millones de adultos de 20 y más años tenían sobrepeso.
- De esta cifra, más de 200 millones de hombres y cerca de 300 millones de mujeres eran obesos.
- En general, más de una de cada 10 personas de la población adulta mundial eran obesas.

### **¿Cuáles son las consecuencias comunes del sobrepeso y la obesidad para la salud?**

Un IMC elevado es un importante factor de riesgo de enfermedades no transmisibles, como:

- las enfermedades cardiovasculares (principalmente cardiopatía y accidente cerebrovascular), que en 2012 fueron la causa principal de defunción;
- la diabetes;
- los trastornos del aparato locomotor (en especial la osteoartritis, una enfermedad degenerativa de las articulaciones muy incapacitante),
- algunos cánceres (del endometrio, la mama y el colon).

El riesgo de contraer estas enfermedades no transmisibles crece con el aumento del IMC. La obesidad infantil se asocia con una mayor probabilidad de obesidad, muerte prematura y discapacidad en la edad adulta. Pero además de estos mayores riesgos futuros, los niños obesos sufren dificultad respiratoria, mayor riesgo de fracturas e hipertensión, y presentan marcadores tempranos de enfermedad cardiovascular, resistencia a la insulina y efectos psicológicos.

*(Obesidad y sobrepeso, Nota descriptiva N°311, 2014 )*

La epidemia de obesidad en los niños esta afectando a todos los continentes. Según el informe 2010 de Association for the Study of Obesity/International Obesity Task Force (IASO/IOTF), se estima que a nivel mundial entre 40 y 50 millones de niños en edad escolar se clasifican como obesos y 200 millones padecen exceso de peso. Esta proporción representa el 10% de los niños del mundo.

La obesidad infantil se asocia a una mayor probabilidad de muerte y discapacidad prematuras en la edad adulta. Los niños con sobrepeso u obesos tienen mayores probabilidades de seguir siendo obesos en la edad adulta y de padecer a edades más tempranas enfermedades no transmisibles como la diabetes o las enfermedades cardiovasculares.

El riesgo de la mayoría de las enfermedades no transmisibles resultantes de la obesidad depende en parte de la edad de inicio y de la duración de la obesidad. La obesidad en la infancia y la adolescencia tienen consecuencias para la salud tanto a corto como a largo plazo.

La OMS reconoce que la prevalencia creciente de la obesidad infantil se debe a cambios sociales. La obesidad infantil se asocia fundamentalmente a la dieta malsana y a la escasa

actividad física, pero no está relacionada únicamente con el comportamiento del niño, sino también, cada vez más con el desarrollo social y económico y las políticas en materia de agricultura, transportes, planificación urbana, medio ambiente, educación y procesamiento, distribución y comercialización de los alimentos.

El problema es social y por consiguiente requiere un enfoque poblacional, multisectorial, multidisciplinar y adaptado a las circunstancias culturales. Al contrario de la mayoría de los adultos, los niños y adolescentes no pueden elegir el entorno en el que viven ni los alimentos que consumen.

Asimismo, tienen una capacidad limitada para comprender las consecuencias a largo plazo de su comportamiento. Por consiguiente necesitan una atención especial en la lucha contra la epidemia de obesidad.

El sobrepeso, la obesidad y las enfermedades no transmisibles conexas son en gran medida prevenibles. Se acepta que la prevención es la opción más viable para poner freno a la epidemia de obesidad infantil, dado que las prácticas terapéuticas actuales se destinan en gran medida a controlar el problema, más que a la curación. El objetivo de la lucha contra la epidemia de obesidad infantil consiste en lograr un equilibrio calórico que se mantenga a lo largo de toda la vida.

***(Alarmante consumo de bebidas azucaradas y su asociación con la obesidad infantil, 2013)***

## DIMENSIÓN ÉTICA

Los medios de comunicación social ejercen una enorme influencia en todas partes, así la publicidad que usa estos medios como vehículo, posee una poderosa fuerza de persuasión, modeladora de actitudes y comportamientos en el mundo de hoy. La ética implica necesariamente hablar de la práctica de valores y de principios, que permiten al ser humano orientar su actuación hacia su bienestar físico y psicológico sin abusar de sus capacidades al brindar piezas honestas como directas. Siendo la ética una materia compleja que entrelaza la idea de la responsabilidad hacia la sociedad con una amplia gama de consideraciones relevantes sobre el carácter y la felicidad del individuo. La verdadera prueba de ética en sí, es cuanto reflexionamos sobre estas cuestiones, cambiamos nuestra forma de actuar al mismo tiempo que cambiamos nuestra manera de pensar. Sócrates, el “padre” de la filosofía, propuso que la gente por naturaleza hará el “bien” si sabe qué es lo correcto. De esa manera la OPS/OMS evita la utilización de fotografías de personas especialmente de los niños en el área de la publicidad y comunicación para evitar el mal uso intencionado de estas.

Se debe reflexionar sobre los problemas éticos que se generan socialmente por la producción y el uso de alimentos transgénicos o genéticamente modificados obtenidos por la biotecnología, como la ley Monsanto, la cual iría a ser implementada en Guatemala.

La denominada “Ley Monsanto” garantiza la exclusividad de derechos de propiedad intelectual aplicado a semillas. Concede las patentes a personas individuales o jurídicas nacionales e internacionales, de cualquier país miembro de la Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales (UPOV), las cuales podrán apropiarse del patrimonio genético tangible e intangible. Una transnacional como Monsanto –que maneja alrededor del 60 por ciento del mercado global- podría adueñarse de los códigos genéticos de las

variedades locales, tales como maíz y frijol. Luego, se necesitaría su autorización (comprarle) para plantar esas semillas, bajo amenaza de criminalización, multa e incluso privación de la libertad. La comunidad guatemalteca deroga la ley Monsanto y de esa manera se protege la seguridad alimentaria del país. Cada país debe buscar su propia forma de regularizar los intereses comerciales que guían esta nueva tecnología, los riesgos ecológicos y para la salud humana, y la posibilidad de introducir nuevas plagas, para evitar abusos por empresas transnacionales, evitar riesgos y proteger sectores vulnerables.

*(La Ley Monsanto se impuso en Guatemala, públicosgt.com, 2014)*

## DIMENSIÓN FUNCIONAL.

Los estilos de vida están determinados por procesos sociales, tradicionales, hábitos, conductas y comportamientos de los individuos y grupos de población que conllevan a la satisfacción de las necesidades humanas para alcanzar la calidad de vida. Entre los estilos de vida que afectan la salud y con ello la calidad de vida de las personas, se encuentran la ingesta de alimentos con alto nivel de grasas y azúcares como una vida sedentaria, provocando factores de riesgo como estrés, diabetes y obesidad entre otras; se trata de enfocar en la publicidad que promueve ese estilo de vida en: 30 minutos o gratis, agranda tu menú por Q2, obtén un carro nuevo sin intereses y contrarrestarla al orientar al grupo objetivo a realizar lo contrario, tener una vida más activa, comer saludablemente y con esto transmitir tanto a ellos como a sus hijos y familiares una vida plena y saludable evitando la obesidad en adultos como principalmente en niños.

Los medios a utilizar son los llamados medios auxiliares o complementarios, éstos medios afectan a un menor número de personas en un momento dado; estos medios a utilizar son medios en exteriores o publicidad exterior: es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre como lo son los mupies y sticker; publicidad directa o correo directo: este medio auxiliar o complementario consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual, los cuales se utilizan en redes sociales, cuyo propósito es facilitar la comunicación y la interacción entre pares y con una audiencia pública y participativa en la que usan herramientas que permiten a cualquier persona publicar y tener acceso al contenido, como: Facebook, twitter, blog's y correos electrónicos; publicidad interior: consiste en medios visuales colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente, esta publicidad se coloca en: afiches, banners y volantes.

## DIMENSIÓN ESTÉTICA.

Los colores que se encuentran en el área de salud y bienestar son poco variados, por lo que la composición tendrá una amplia gama de colores atractivos que connotan salud, vida, energía, bienestar, como el azul, café, naranja y rojo.

La tipografía que se aplicará para la elaboración de la campaña será en Palo Seco que es una de las 7 familias de la tipografía (tipos de letras). Este tipo de letra no tiene serif y es utilizada actualmente para la lectura. En cuanto a su estética esta clase de tipografía es muy juvenil y moderna. Para la realización de una composición se toma en cuenta el orden en que deben colocarse los elementos, para esto se utilizará una jerarquía que dará a conocer el concepto principal que parte de los elementos más importante a lo menos importantes.

## PROCESO CREATIVO

Un perfil de personaje es una herramienta, desarrollada durante la fase de investigación, que contiene información escrita y gráfica sobre un determinado grupo de personas. Se utiliza en el proceso de diseño para simular la formación de ideas y para ayudar en la toma de decisiones.

*(“Metodología del diseño”. Ambrose – Harris. 2010)*

Un perfil de personaje se construye mediante palabras clave y características que definan al público objetivo. A este perfil se le puede añadir pistas visuales como la construcción de una imagen de la vida que lleva un personaje ficticio representativo del grupo. Esto puede incluir los coches que conducen, dónde van de vacaciones, la tecnología que usan, sus aspiraciones y sus peculiaridades. Se trata de la construcción de un modelo mental, que se consigue a través de la investigación de los hábitos y patrones de consumo del grupo, lluvias de ideas y otros procesos para identificar y definir las características fundamentales del grupo.

### SPICE

Para identificar aspectos relevantes y significativos del grupo objetivo a partir del conocimiento de sus necesidades más profundas se recurre a la técnica SPICE (social, physical, identity, communication, emotional) que en español es: social, psicológico, intelectual, comunicación y emocional del grupo objetivo al que se desea llegar.

**S**

Es un hombre de 35 años trabajador, dedicado a su familia, casado con Carmen desde hace 9 años juntos tienen dos hijos Pablo de 8 años e Isabel de 5 años.

**P**

No le gusta mucho ejercitarse, los fines de semana prefiere compartir con su familia ya sea pidiendo comida a domicilio o saliendo a algún lugar. A pesar de ser un adicto a su trabajo trata de no ser consumido por el.

**I**

En su lugar de trabajo es conocido y apreciado por su forma de ser, trata de ayudar al prójimo pero tampoco le gusta que abusen de eso. Una de sus mayores motivaciones es superarse académicamente para darle un mejor futuro a su familia.

**C**

Prefiere enterarse de las noticias por internet pero cuando tiene la oportunidad lee algún periódico, le gusta estar enterado de lo que ocurre con sus deportes favoritos y cuando ve la televisión busca el partido del momento.

**E**

Disfruta de compartir con su esposa e hijos al igual que con el resto de su familia, siempre busca la manera de distraerse cada fin de semana junto a sus seres queridos aunque algunas veces prefiere simplemente salir con sus amigos.

Se diseñó dos personajes, en base a nuestro grupo objetivo de ambos sexos; se creó a Omar y Carmen, una pareja de recién casado iniciando una familia; en ellos se describió su vida de manera integral y holística, en el cual se visualizó como personas reales.

**S**

Es una mujer de 33 años dedicada en todo sentido sobretodo a su familia, casada con Omar desde hace 9 años juntos tienen dos hijos Pablo de 8 años e Isabel de 5 años.

**P**

Esta dispuesta a darle lo mejor a su familia, es muy amorosa y a veces tiende a ser muy protectora, no le gusta mucho los que aceres del hogar por lo que tiene quien lo haga.

**I**

Es muy colaboradora y trabajadora pero prefiere estar mas tiempo con sus hijos que en la oficina, no se preocupa de lo monetario ya que junto con el salario de Omar les alcanza para llevar su estilo de vida.

**C**

Le gusta mucho la tecnología como medio de comunicación pero prefiere sentir el papel de un periódico, cuando tiene tiempo ve algún programa de televisión especialmente de noticias, y le gusta hablar por teléfono.

**E**

Disfruta de compartir un buen momento con sus hijos especialmente con Omar, le gusta reunirse con su mamá y el resto de su familia y estar en un ambiente agradable.

## POEMS

Es una matriz que basa su estudio en las Personas, Objetos, Ambientes, Mensaje y medio y Servicios que rodean al grupo objetivo. Conocida por sus siglas en inglés (People, Objects, Environments, Messages and Media, Services). En ella se definen y comprende las necesidades y se describen aspectos desde la perspectiva del grupo objetivo.

Para visualizar a Omar y Carmen (los personajes) desde una perspectiva amplia se utilizaron los siguientes factores:

<b>P</b>	Colegas de trabajo, familiares, amistades
<b>O</b>	Computadores, radio, teléfono móvil, automóvil, televisión
<b>E</b>	Centros comerciales, restaurantes, escuelas, plazas
<b>M</b>	Vía internet (aplicaciones, redes sociales, correo), volantes, banners, entre otros
<b>S</b>	Periódicos, Suscripciones a revistas y temas de interés en internet.

## INSIGHT

Es un conocimiento colectivo: Situaciones, conocimientos y experiencias vividas por el consumidor. Es la conexión emocional que la campaña de comunicación logra activar en el grupo objetivo para que se sienta totalmente identificado con el mensaje/producto y tenga una respuesta efectiva e inmediata a corto plazo.

Para este proyecto se sacaron 3 insights y se hizo definiendo el hecho y el beneficio.

Hecho	Beneficio	Insights
Los “premios” como consecuencias de la obesidad	Una vida más saludable y con energía	Cuando hace caso lo premio con chucherías y golosinas
El ejemplo de los padres reflejado en sus hijos	Una nueva generación alimentándose adecuadamente	Es más práctico y fácil el comprar las cosas que prepararlas
Los vehículos como medio de transporte provocando sedentarismo	Nos facilitan el traslado de un lado a otro y nos ahorran tiempo	Prefiero ir en carro que caminar 5 cuadras

## CONCEPTUALIZACIÓN

Es la orientación final y la dirección ideológica que se le da a un problema de comunicación. Es el establecer “cómo comunicar lo que se va a decir”, ya que se debe determinar cuál será la forma más efectiva de hacer llegar el mensaje a los consumidores. Es la determinación del Mensaje Correcto para una Audiencia Objetivo en particular, un enfoque de Mensaje que presenta los Objetivos Publicitarios. Luego de analizar los insights se trabaja en un concepto creativo para cada insight.

*(Estrategias creativas (campana) Presentación (On-line). 2013)*

### INSIGHT 1

#### **Prefiero ir en carro que caminar 5 cuadras**

##### **Técnica creativa. Scamper**

Es una lista de verificación (checklist) generadora de ideas basada en verbos de acción que sugieren cambios en un producto existente, servicio o proceso. Estos verbos indican posibles formas de mejorar un producto, servicio o proceso existente haciendo cambios. Adaptar. Altera, cambia la función, usa una parte de otro elemento.

Prefiero ir en carro que caminar 5 cuadras. Proteger.

Se vive en una sociedad en que por comodidad o “seguridad” se prefiere ir en carro de X lugar a X lugar, no hay demasiada motivación en salir de la rutina y pasear o trasladarse en bicicleta o patines o algún otro medio de transporte en el que al mismo tiempo que se cuida la salud se cuida del medio ambiente.

### INSIGHT 2

#### **Es más práctico y fácil el comprar las cosas que prepararlas**

##### **Técnica creativa. Personificación**

Un diseño personifica los objetivos, atributos o características particulares de una empresa, un producto o un servicio con un recurso gráfico reconocible. Se crean recursos gráficos que personifican las cualidades, de modo que los consumidores o los clientes se identifiquen emocionalmente con ellos.

*(“Metodología del diseño”. Ambrose – Harris. 2010)*

Es más práctico y fácil el comprar las cosas que prepararlas. Consecuencias.

Normalmente las empresas de comida rápida ofrecen servicios en los que entregaran una comida en 30 minutos o es gratis, así como, por Q2 adicionales se aumenta el menú, etc. Se desconoce de toda la información que se pueda obtener acerca de la comida que se consume así como la cantidad de grasa o azúcares como de calorías.

### INSIGHT 3

#### **Cuando hace caso lo premio con chucherías y golosinas**

##### **Técnica creativa. Modificación**

Los diseños cuentan una historia en un instante gráfico congelado. La modificación es un aspecto clave del diseño que transforma el texto y las imágenes de manera que les infunde significado.

Dos en uno. Los recursos gráficos pueden comunicar dos mensajes a la vez dentro de un contexto establecido por el diseño. Esto se puede lograr al efectuar variaciones sutiles en objetos fácilmente reconocibles.

*(“Metodología del diseño”. Ambrose – Harris. 2010)*

Cuando hace caso lo premio con chucherías y golosinas. Salud.

Cuando se premia a un niño porque hizo algo bien se le está condicionando de que cada vez que haga algo bien va a recibir una recompensa y cuando no se le premie el niño se revelara hasta conseguir lo que quiere, hay que educar a los niños que cuando se da un premio no es porque siempre se le va a dar algo, lo mejor que se puede hacer en estos casos es dar un premio hecho en casa, un abrazo o demostrar lo orgullosos que se encuentran algo que no sea necesariamente material o alimenticio.

## Lluvia de Ideas.

La lluvia de ideas (brainstorming) consiste en el enfoque de un grupo objetivo que desarrolla ideas y origina soluciones durante la fase de ideación. Busca generar muchas ideas diferentes que posteriormente se reducen a unas pocas posibilidades para su posible desarrollo. Se utilizó una lluvia de ideas general para los tres conceptos ya que estos van dirigidos a prevenir la obesidad infantil.

*(Pixel creativo (On-line). 2010)*

Rechazo	miedo	timidez	angustia
Nervios	estrés	depresión	enojo
Frustración	daño	enfermedad	problema
Comida	sodas	chocolates	dulces
Pizza	jugos	azúcar	chucherías
Galletas	donas	hamburguesas	papas fritas
Sedentarismo	automóvil	agotamiento	fatiga
Comodidad	Posicionamiento	entrega	moda
Aceptación	estima	calorías	grasas
Banalidad	interés	frustración	antojos
Promoción	facilidad	autoestima	derroche
Corazón	honestidad	expresión	silencio
Muerte	poder	existencia	irresponsabilidad
Vida	equilibrio	odio	frustración
Cambio	necesidad	expresión	afrontar
Deseo	orgullo	discriminación	ira
Vacío	esperanza	convivencia	consecuencias
Futuro	economía	conciencia	prevención
Proteger	salud	fortaleza	niñez

**Primer filtro.** sirve para seleccionar las palabras que tienen mayor relación con el tema principal.

Corazón	salud	aceptación	problema
Daño	calorías	agotamiento	grasas
Vida	estima	enfermedad	autoestima
Niñez	comida	irresponsabilidad	afrontar
Proteger	cambio	consecuencias	comodidad
Futuro	interés	sedentarismo	prevención

**Segundo filtro.** se asocian las palabras seleccionadas entre sí, es decir, que mensaje transmiten.

Corazón	proteger	prevención	problema
Comida	calorías	consecuencias	autoestima
Futuro	salud	aceptación	cambio

**Tercer filtro.** Es para responder dos interrogantes que surgieron en respuesta a la problemática.

¿Qué desea el grupo objetivo?

Salud                      prevención                      aceptación                      proteger

¿Qué se requiere para lograr ese deseo?

Cambio                      autoestima                      consecuencias                      futuro

## Conceptos Finales.

1. Protejamos nuestro cuerpo
2. Consecuencias de la obesidad
3. Comida saludable

# SELECCIÓN DE MEDIOS

Para apoyar la campaña se elaboró un cuadro comparativo de los diferentes medios que se utilizan para la difusión de un proyecto.

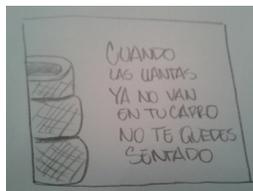
Medios	Ventajas	Desventajas	Justificación / Selección
Banner	Ahorran costos, forma de llamar la atención al público con el motivo que se busca, selectividad geográfica	No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico, no da seguridad de resultados inmediatos.	Es uno de los mejores medios para lucir nuestra creatividad e ingenio, donde se puede llamar la atención de todas las clases de público y llegar a todas las mentes que se quieren captar.
Mupies	Facilidad de transmisión de mensaje; Bajo costo; Buena selectividad por localización. Se cuenta con apoyo de algunas organizaciones para proporcionar dicha publicidad.	No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico. Se le critica por constituir un peligro para el tránsito.	Se selecciona este medio, por su transmisión de información directa, muy utilizada y apropiada para calles, centros comerciales, lugares públicos, entre otros.
Afiche	Bajo costos, audiencia selectiva y cautiva.	No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico, son muy numerosos.	Se selecciona este medio por su transmisión de información de forma directa y apropiada
Redes Sociales	Ahorro monetario por la facilidad de transmisión de mensajes.	No selectivo en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico. Llega a toda la población que posea alguna red social	Se selecciona este medio por su transmisión de información de forma directa y económica.
Periódicos	Gran cobertura en mercados locales, alta credibilidad, información actualizada	Costo elevado, baja calidad, vida corta, no es selectivo a los grupos socioeconómicos.	Es un medio con muy buena cobertura para la selección de mensajes, aunque el costo sea elevado.

# PROCESO DE BOCETAJE

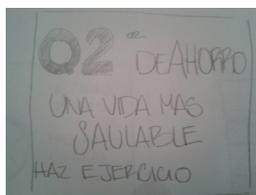
Se dio inicio con un proceso de bocetaje de 9 propuestas de diseño, utilizando 3 conceptos diferentes cada uno de ellos a mano para previamente digitalizar.

Al iniciar el proceso de digitalización se fueron modificando las propuestas de cada concepto conforme se iba avanzando en la etapa de bocetaje hasta llegar a la pieza final.

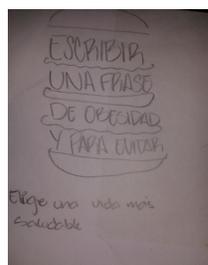
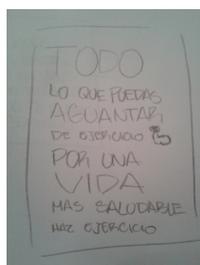
## Concepto 1. Protejamos nuestro cuerpo



## Concepto 2. Consecuencias de la obesidad



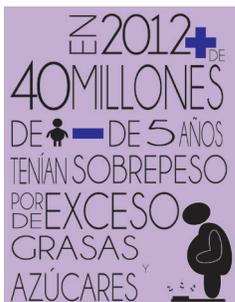
## Concepto 3. Comida saludable



### Etapa de bocetaje 1

Se mejoran las ilustraciones hechas a lápiz y se presentan las siguientes propuestas.

#### Concepto 1



#### Concepto 2



Concepto 3



Etapa de bocetaje 2

De las bocetos anteriores se cambia la edición y diagramación para hacer unos diseños más simples y llamativos.

Concepto 1



Concepto 2



Concepto 3



Etapa de bocetaje 3

De las anteriores propuestas se eligió el concepto 2, se hicieron cambios en la presentación a manera de simplificar la información y hacerla más concreta e informativa.



## FASE I. AUTOEVALUACIÓN

Para la depuración de bocetos se trabajó con una tabla de autoevaluación, la cual contiene distintos principios que debían ser evaluados en cada una de las piezas, dando a cada una de estas especificaciones un puntaje de 0 a 3. En donde 0 es igual a no hay evidencia del factor requerido, 1 si es baja, 2 si es moderada y 3 si está bien.

Se trabajo en los siguientes conceptos:

Salud. Comida saludable.

Consecuencias. Consecuencias de la obesidad.

Proteger. Protejamos nuestro cuerpo.

### **Mil maneras de premiarlos.**

Concepto que busca evitar el consumo innecesario de productos comunes con abundancia en azúcares, grasas o calorías.

### **Aliméntalos sanamente.**

Concepto que pretende brindar información de los productos que se consumen con regularidad.

### **Cambia la rutina.**

Concepto que surge del cuidado que se debe de tener hacia la salud de las personas promoviendo la actividad física para evitar enfermedades.

## PROCESO DE DESARROLLO.

Continuamente se presentan las propuestas con mayor puntaje y las que llenaban la mayoría de la características.

Con los conceptos.

Aliméntalos sanamente

Cambia la rutina

1.1



2.1



3.1



Versión	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Diagramación	Diseño Tipográfico	Uso de color	Total
1.1	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	21
1.2	3	3	2	1	2	1	1	2	1	2	18
1.3	3	3	1	2	1	1	1	2	2	1	17

## FASE II. EVALUACIÓN ENTRE PROFESIONALES.

Esta fase se inició con 2 conceptos y 2 diseños, para la depuración de estos se recurrió a una validación por medio de profesionales realizada por medio de internet con profesionales graduados de diversas universidades entre un rango de edad de 29 – 36.



60%  
Propuesta 1.  
- EL diseño tuvo aceptación sin embargo surgieron observaciones sobre la ilustración utilizada  
- El mensaje es comprensible y legible.

40%  
Propuesta 2.  
- EL diseño no tuvo aceptación dentro de la validación.  
- El mensaje no es claro y preciso.  
- Se sugirió unificar las dos propuestas.



# FASE III. PROPUESTA GRÁFICA PRELIMINAR

Luego de las validaciones entre profesionales, surgieron diversos cambios en mejora del diseño y la presentación por lo cual se fusionaron los conceptos para crear la siguiente propuesta.

## OBESIDAD INFANTIL

### Hábitos Alimenticios

1 menú de comida rápida  
**1.340 kcal**



 <b>270</b> Galleta kcal oreo	 <b>240</b> Coca cola kcal
 <b>380</b> Starbucks kcal Mocha	 <b>760</b> Chocolate kcal caliente
 <b>250</b> Té frío kcal embotellado	 <b>550</b> McFlurry kcal oreo

Se recomiendan **150 minutos** semanales de actividad física aeróbica moderada

 **#DESAFIOVIDASALUDABLE**

## ¿Sabes las consecuencias?

### OBESIDAD INFANTIL



LA OBESIDAD PODRÍA ASOCIARSE CON ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES ALZHEIMER Y OSTEOPOROSIS

Previniedo la obesidad  
**#DESAFIOVIDASALUDABLE**



## OBESIDAD INFANTIL

### APROXIMADAMENTE



**200 MILLONES**  
de hombres





**300 MILLONES**  
de mujeres



**50 MILLONES**  
de niños

SON OBESOS

- La obesidad:
- Es una enfermedad crónica
- Inicia en la infancia y puede continuar en la edad adulta
- Malos hábitos alimenticios
- Falta de actividad física

 **#DESAFIOVIDASALUDABLE**

De las propuestas anteriores se realizaron nuevas propuestas más gráficas y con mayor diseño.

### ¿Conoces las consecuencias?

DE LA **OBESIDAD INFANTIL**

Problemas respiratorios  
Insomnio  
Fatiga en la actividad física  
Diabetes  
Obesidad adulta  
Muerte prematura  
Discapacidad  
Problemas cardíacos e hipertensión  
fracturas  
Baja autoestima

**Hábitos alimentarios saludables**

- Hacer de **3 a 5** comidas al día
- Disminuir el consumo de azúcares
- Aumentar el consumo de frutas y verduras
- Disminuir el consumo de grasas
- Realizar **30** minutos al día de actividad física

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

### ¿Conoces las consecuencias?

DE LAS **COMIDAS CON AZÚCARES**

Muerte prematura  
Deshidrata a los recién nacidos  
Hiperactividad  
Obesidad adulta  
Irritabilidad  
Dificultad para concentrarse

**Hábitos alimentarios saludables**

- Hacer de **3 a 5** comidas al día
- Reducir el número de calorías
- Aumentar el consumo de frutas y verduras
- Disminuir el consumo de grasas
- Realizar **30** minutos al día de actividad física

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

### ¿Conoces las consecuencias?

DE LAS **COMIDAS CON GRASAS**

Muerte prematura  
Alimentación desequilibrada  
Hígado graso  
Obesidad adulta  
Colesterol y triglicéridos elevados  
Falta de actividad física

**Hábitos alimentarios saludables**

- Hacer de **3 a 5** comidas al día
- Disminuir el consumo de azúcares
- Aumentar el consumo de frutas y verduras
- Limitar los refrigerios entre comidas
- Realizar **30** minutos al día de actividad física

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

**VALIDACIÓN Y PROPUESTA GRÁFICA**

**4**

**Capítulo**



# Capítulo 4

## VALIDACIÓN

Para finalizar el proceso de eficacia de la propuesta gráfica seleccionada se aplicó una prueba para validar tanto el mensaje como los elementos de diseño de la campaña. Existen muchos métodos y técnicas para la validación y aceptación de la eficacia de la propuesta grafica del grupo objetivo; la técnica utilizada en esta campaña fue el FOCUS GROUP.

### FOCUS GROUP

Es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales. Consiste en la reunión de un grupo de personas, entre 6 y 12, con un moderador, investigador o analista; encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión. Su labor es la de encauzar la discusión para que no se aleje del tema de estudio. Las preguntas son respondidas por la interacción del grupo en una dinámica en que los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.

*(Grupo focal (On-line). 2014)*

Validación. El método de validación utilizado fue de preguntas directas al grupo objetivo.

## COMPROBACIÓN DE EFICACIA



54%

1

### Perfil del informante:

Para la realización y comprobación de la aceptación de los elementos gráficos se realizó la actividad del FOCUS GROUP con diversos grupos, entrando en ellos el grupo objetivo así como la organización y la validación entre diseñadores gráficos previamente realizada, con un nivel académico universitario aprobado y profesionales ejerciendo. La actividad se realizó en diferentes días de manera presencial y por medio de encuestas en internet, obteniendo así los datos proporcionados por los asistentes.

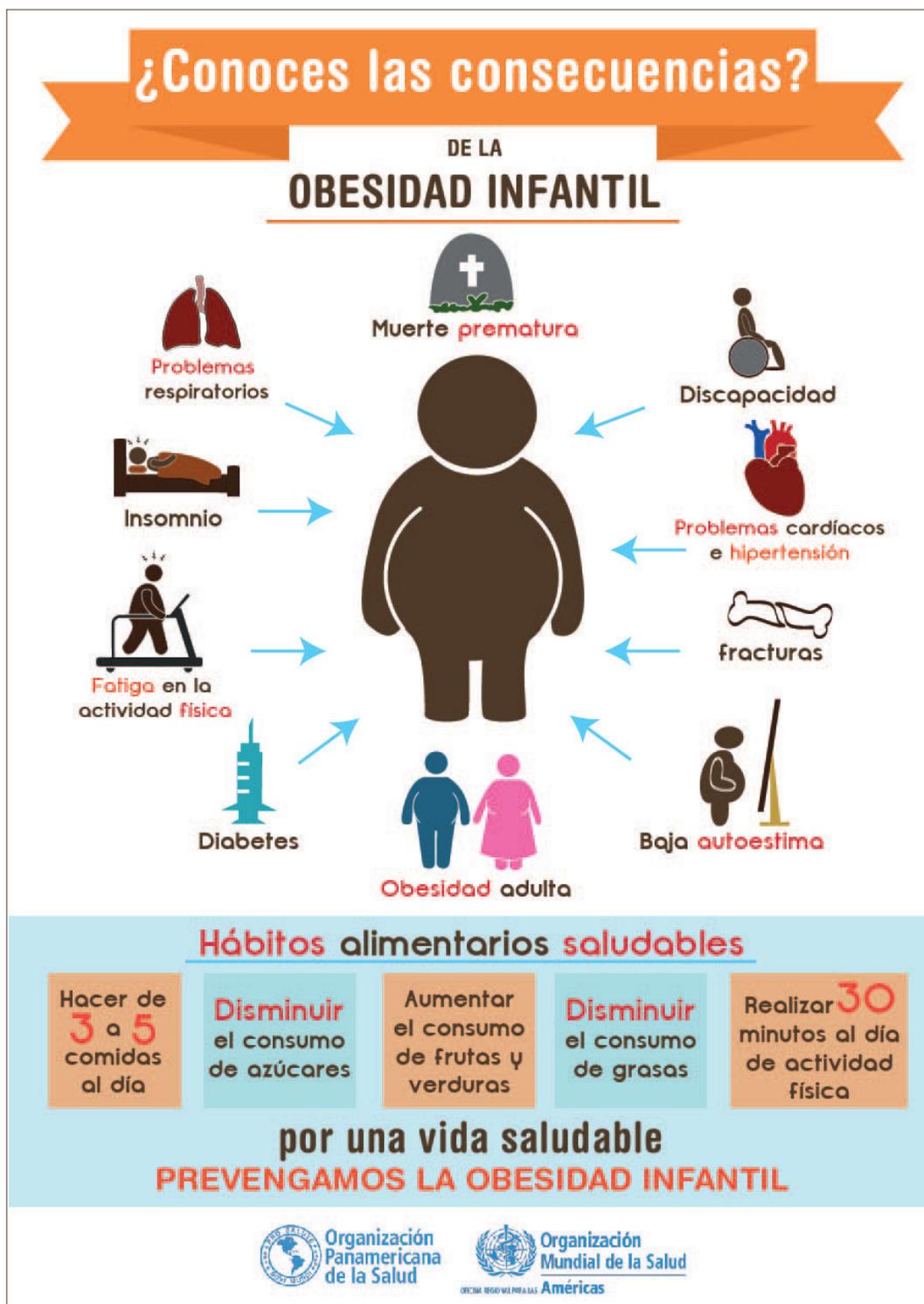
Las conclusiones y recomendaciones obtenidas por los asistentes al FOCUS GROUP fueron:

1. El mensaje de la propuesta gráfica llegó con la claridad deseada, y el impacto esperado del daño que provoca la obesidad cumpliendo así el objetivo deseado.
2. Las piezas gráficas tuvieron una aceptación óptima y adecuada, ya que lograron transmitir el mensaje deseado.
3. La propuesta gráfica instó a que los asistentes se interesaran por el tema y prestaran más interés en el mismo.
4. Los asistentes en el FOCUS GROUP respaldaron la campaña de prevención por medio de su participación y la invitación a familiares, amigos y conocidos de cuidar su salud.



46%

2



Según la actividad, los participantes llegaron a la conclusión de que la propuesta No. 1 es la que más llena las expectativas para la comunicación de la campaña. Así como se considero que haciendolo más gráfico se lograba captar más la información de una forma directa y comprensible.

# Previendo LA Obesidad infantil

Una persona con obesidad es aquella que tiene un índice de Masa Corporal (IMC) mayor a 30

Hay tres tipos de obesidad dependiendo del IMC

- de 30 a 34.9 obesidad Grado 1
- de 35 a 39.9 obesidad Grado 2
- de 40 en adelante obesidad Grado 3 u obesidad Mórbida

Formula para obtener el IMC  $\text{Peso/Altura}^2$

En **2010** alrededor de **40 millones** de niños menores de **cinco años** tenían sobrepeso a nivel mundial

Provoca:

- Muerte prematura
- Baja autoestima
- Insomnio
- Discapacidad
- Problemas respiratorios
- Diabetes
- Fatiga en la actividad física

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

## Previendo LA Obesidad infantil

Una persona con obesidad es aquella que tiene un índice de Masa Corporal (IMC) mayor a 30

Provoca:

- Muerte prematura
- Baja autoestima
- Discapacidad
- Insomnio
- Problemas respiratorios
- Diabetes
- Fatiga en la actividad física
- Obesidad adulta

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

## Previendo LA Obesidad infantil

**Causas**  
Malos hábitos alimentarios comiendo en exceso azúcares y grasas

A mayor equilibrio mejor salud

**Evitar enfermedades**  
Si no realizas una dieta saludable puede que tengas problemas en tu organismo tanto a corto como a largo plazo

Si no realizas una dieta saludable puede que tengas problemas en tu organismo tanto a corto como a largo plazo

**Solución**  
Con **15 minutos** al día de actividad física y buena alimentación

CUERPO SANO MENTE SANA

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

## Previendo LA Obesidad infantil

Con **15 minutos** al día de actividad física y buena alimentación se previene

- Diabetes
- Muerte prematura
- Discapacidad
- Obesidad adulta
- Coolesterol y triglicéridos elevados

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

Luego de presentar las nuevas propuestas se llego a la conclusión de que era un tema muy llamativo, pero que se necesita verlo más gráfico para que no se pierda el interés tan facilmente por lo que se concluyo el cambiar la imagen y características pero dejando la información principal atrayendo la atención del grupo objetivo.

# PROPUESTA GRÁFICA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Los conceptos utilizados fueron: aliméntalos sanamente y cambia la rutina; se unieron dichos conceptos para informar a hombres y mujeres con niños acerca de las consecuencias que causan los azúcares y grasas en el organismo con el objetivo de prevenir el incremento de la obesidad infantil y crear hábitos saludables.

## FUNDAMENTOS DE LOS ELEMENTOS DE DISEÑO

**Tipografía.** En la pieza es uno de los elementos que forma parte importante. Se maneja tipografía sans serif para facilitar la lectura de esta. En cuanto estética, esta clase de tipografía es más juvenil y atractiva.

HelvéticaRoundend-Condensed Bold es la tipografía principal utilizada en todas las piezas.

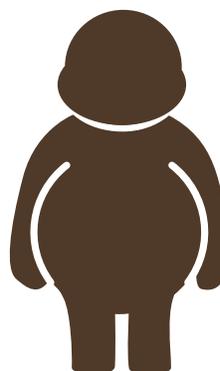
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zk  
1234567890**

Al igual que la tipografía Opificio en Bold para el texto informativo.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zk  
1234567890**

**Ilustración.** Este es el principal atractivo y centro de enfoque de la pieza la representación pictográfica de un niño, la ilustración es simple.

**Pictograma.** Se colocaron las figuras representando cada consecuencia.



**Colores.** Los colores utilizados en las piezas se usaron para llamar la atención así como por ser colores de agrado tanto para hombres y mujeres. El color de fondo es blanco y naranja para el titular así como celeste en las piezas alternas.



C=0 M=0 Y=0 K=0  
R=225 G=225 B=225  
Pantone= FCFBFA

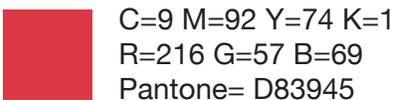
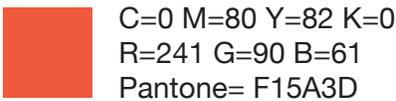
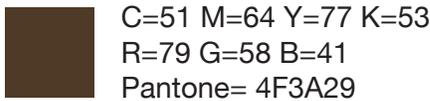


C=0 M=55 Y=85 K=0  
R=246 G=139 B=61  
Pantone= F68B3D



C=54 M=0 Y=0 K=0  
R=93 G=204 B=245  
Pantone= 5DCCF5

Para la ilustración de igual manera se utilizó un color que llamara la atención y fuera unisex.



En la tipografía fueron tres colores utilizados mostrados, tomando colores fuertes para el mensaje principal haciendo que sobresalga el diseño.

**Diagramación o Recorrido visual.** En todas las piezas se maneja la misma jerarquía de diagramación, iniciando con el enfoque central que es el titular incluyendo el pictograma al centro rodeado de los datos y gráficas de estos.

**Código Lingüístico.** En lo que respecta a cuestiones idiomáticas en las consecuencias, es de hacer notar que los padres se involucren con el daño que genera el consumo de azúcares y grasas en el organismo, que en ellos entre consciencia el bienestar futuro de sus hijos.

En la elaboración del diseño se estudio y analizó los daños que acontecen en la obesidad para impactar al lector.

**A continuación se presentan las adaptaciones de la campaña publicitaria.**



La diagramación continúa con conceptos alimentarios y el mensaje de cierre en prevención de la obesidad infantil.

Terminando con el área de logos, que representan a la OPS/OMS en Guatemala.

# MUPIE

Esta pieza es una de las principales dentro de la campaña, por su tamaño puede ser colocada en cualquier superficie. En lugares estratégicos que el grupo objetivo frecuenta diariamente. Por ser un medio que debe de ser de lectura rápida se dividió la información en varias piezas, para así atraer más la atención del grupo objetivo y de los que se conducen por el lugar.



## VERSIONES

# Previniendo LA Obesidad infantil

Con **15 minutos** al día de actividad física y buena alimentación se previene

Diabetes

Colesterol y triglicéridos elevados

Muerte prematura

Discapacidad

Obesidad adulta

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

# Previniendo LA Obesidad infantil

Provoca:

Una persona con obesidad es aquella que tiene un Índice de Masa Corporal (IMC) mayor a 30

Fatiga en la actividad física

Baja autoestima

Problemas respiratorios

Insomnio

Diabetes

Muerte prematura

Discapacidad

Obesidad adulta

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

# BANNER

Esta pieza debido a su ubicación (las entradas de los centros educativos), es vista desde la distancia por el grupo objetivo, llamando así su atención con dos piezas diferentes en las que muestran los diversos daños que causan en los niños las obesidad y así sentirse atraídos por el mensaje.



VERSIONES

# Previendo LA Obesidad infantil

Una persona con obesidad es aquella que tiene un Índice de Masa Corporal (IMC) mayor a 30

Hay tres tipos de obesidad dependiendo del IMC

- 1 de 30 a 34.9 obesidad Grado 1
- 2 de 35 a 39.9 obesidad Grado 2
- 3 de 40 en adelante obesidad Grado 3 u obesidad Mórbida

Formula para obtener el IMC:  $\text{Peso/Altura}^2$

En 2010 alrededor de 40 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso a nivel mundial

Provoca:

- Muerte prematura
- Baja autoestima
- Insomnio
- Discapacidad
- Problemas respiratorios
- Diabetes
- Fatiga en la actividad física

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

# Previendo LA Obesidad infantil

**Causas**

Malos hábitos alimentarios comiendo en exceso azúcares y grasas

A mayor equilibrio mejor salud

**Evitar enfermedades**

Si no realizas una dieta saludable puede que tengas problemas en tu organismo tanto a corto como a largo plazo

Si no realizas una dieta saludable puede que tengas problemas en tu organismo tanto a corto como a largo plazo

**Consecuencias**

- Colesterol y triglicéridos elevados
- Muerte prematura
- Discapacidad
- Diabetes

**Solución**

Con 15 minutos al día de actividad física y buena alimentación

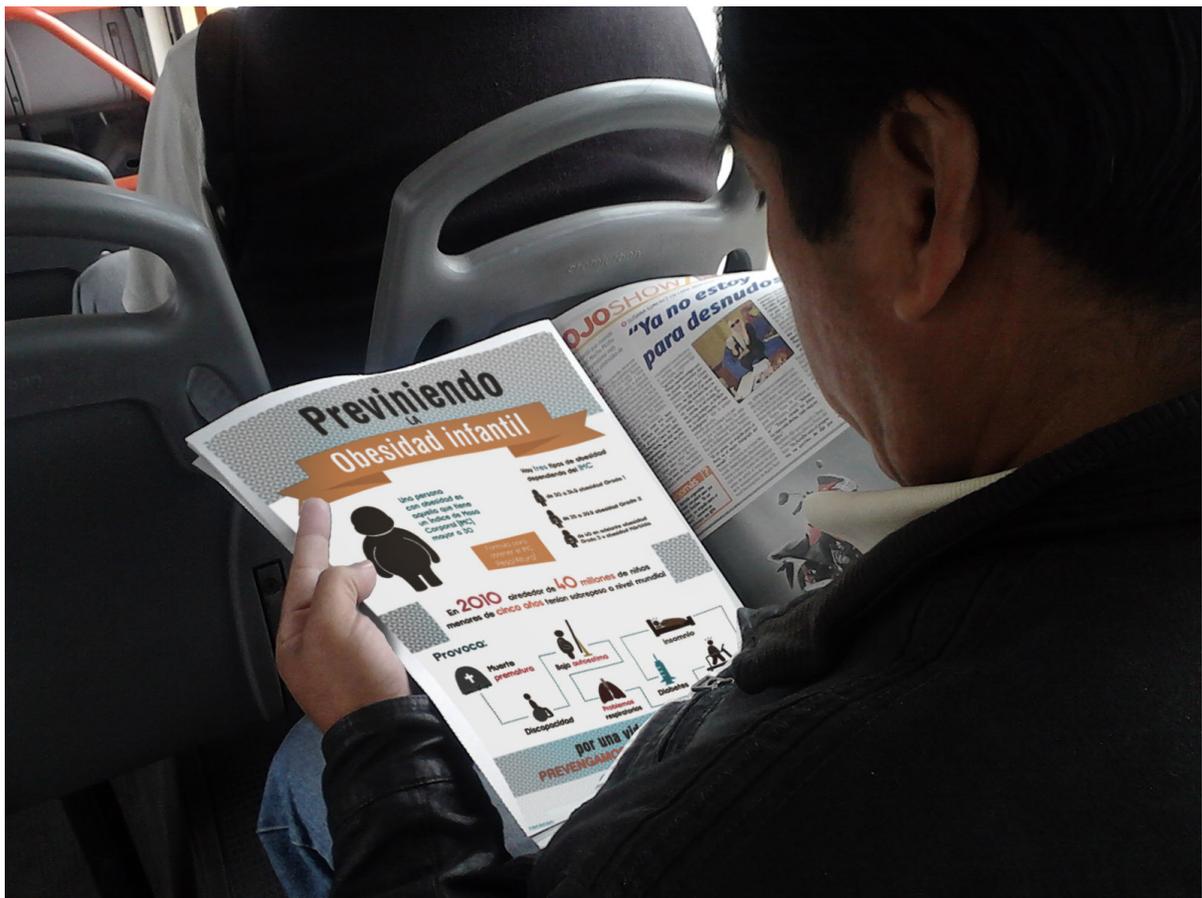
CUERPO SANO MENTE SANA

Por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

# PRENSA

Su función principal es llamar la atención más detenidamente del grupo objetivo ya sea de forma impresa, como digital, para que así se informen sobre las consecuencias de la obesidad infantil y poder crear un cambio en la sociedad.



# AFICHE

Esta pieza practica y esencial debido a que se puede colocar en cualquier lugar y al llamar la atención se lee y analiza detenidamente el mensaje, sigue la misma diagramación que el banner con la única diferencia que en este la información se coloca de manera completa ya no hay un límite de tiempo en específico para la lectura.

En este medio se colocarán todas las piezas realizadas.



# VERSIONES

## Previendo LA Obesidad infantil

Una persona con obesidad es aquella que tiene un Índice de Masa Corporal (IMC) mayor a 30

Formulo para obtener el IMC  $\frac{\text{Peso}}{\text{Altura}^2}$

Hoy tres tipos de obesidad dependiendo del IMC

- de 30 a 34.9 obesidad Grado 1
- de 35 a 39.9 obesidad Grado 2
- de 40 en adelante obesidad Grado 3 u obesidad Mórbida

En 2010 alrededor de 40 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso a nivel mundial

Provoca:

- Muerte prematura
- Baja autoestima
- Insomnio
- Discapacidad
- Problemas respiratorios
- Diabetes
- Fatiga en la actividad física

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

## Previendo LA Obesidad infantil

Con 15 minutos al día de actividad física y buena alimentación se previene

- Diabetes
- Colesterol y triglicéridos elevados
- Muerte prematura
- Discapacidad
- Obesidad adulta

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

## Previendo LA Obesidad infantil

**Causas**  
Malos hábitos alimentarios comiendo en exceso azúcares y grasas

A mayor equilibrio mejor salud

**Evitar enfermedades**  
Si no realizas una dieta saludable puede que tengas problemas en tu organismo tanto a corto como a largo plazo

Si no realizas una dieta saludable puede que tengas problemas en tu organismo tanto a corto como a largo plazo

**Consecuencias**  
Colesterol y triglicéridos elevados  
Muerte prematura  
Discapacidad  
Diabetes

**Solución**  
Con 15 minutos al día de actividad física y buena alimentación

CUERPO SANO MENTE SANA

por una vida saludable  
**PREVENGAMOS LA OBESIDAD INFANTIL**

Organización Panamericana de la Salud | Organización Mundial de la Salud

# REDES SOCIALES

Se plantea la utilización de redes sociales debido a su bajo costo y su facilidad de transmisión de mensaje.



Facebook

Twitter



Página web

El único problema es que se debe de tener la autorización de la sede central en Washington para poder colocar imágenes y publicidad en internet.

# CONCLUSIONES

Después de un proceso en el cual se definieron objetivos y estrategias de comunicación, se concluye en la elaboración creativa de la campaña para la prevención de la obesidad infantil en la ciudad de Guatemala promoviendo la actividad física y la disminución de azúcares y grasas.

La propuesta llevada a cabo proyecta como mejorar el tipo de alimentación a base de un consumo controlado como de ejercicio físico y de esa manera alcanzar un estilo de vida saludable para toda la familia.

Los medios de difusión utilizados demuestran eficacia ya que son de los más utilizados por el grupo objetivo, por lo que demuestra una aceptación del mensaje de una forma más directa.

De acuerdo con las reacciones del grupo objetivo las piezas de diseño cumplen con la eficacia de motivar a crear conciencia de evitar el consumo excesivo de azúcares y grasas para prevenir la obesidad infantil.

Lo descrito anteriormente se puede comprobar en lo siguiente:

En la etapa de validación de las propuestas se pudo comprobar en base a los resultados la aceptación que el grupo objetivo tuvo al proyecto.

El concepto utilizado tuvo como respuesta el interés e inquietud del consumo de calorías en diversos productos de consumo frecuente y el daño que ocasionan.

# LECCIONES APRENDIDAS

---

La obesidad es un problema que afecta tanto a las personas adultas como a los niños de cualquier nivel socioeconómico. A pesar de que Guatemala es un país en vías de desarrollo la obesidad infantil es un problema que ha ido en aumento a lo largo de los últimos años, esto debido en parte al avance tecnológico que aumenta la publicidad y el consumismo, así como también los hábitos alimentarios que cambian conforme el estilo de vida que va adaptando a su entorno y la falta de actividad física.

Es por esta razón que se desea provocar con el proyecto el hacer consciencia acerca de los contrastes alimentarios que existen en Guatemala por in lado la mal nutrición y obesidad como por otro lado la desnutrición. Aunque la desnutrición es un tema que se conoce es de importancia mencionarlo ya que el contraste se da en el mismo sector, es por este motivo que se desea erradicar la mentalidad que un niño gordo es un niño sano

# Lineamientos Puesta en Práctica

## MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

Material	Medio de difusión	Quién	Duración	Como / Lugar
Afiche	Publicidad interior	Padres de familia, niños y encargados	Material para utilizar por tiempo indefinido	Serán colocados y distribuidos en los centros educativos y sus alrededores
Banner	Publicidad Exterior	Peatones y automovilistas	Material para utilizar por tiempo indefinido	Serán colocados en puntos estratégicos dentro y fuera de los centros educativos de los niños
Mupie	Publicidad Exterior	Peatones y automovilistas	Se lanzará en un período de 3 a 4 meses	Serán colocados en puntos estratégicos de la ciudad como los caminos a centros educativos con mayor afluencia vehicular
Redes Sociales	Publicidad Interior	Padres de familia, niños, encargados, algún familiar	Material para utilizar por tiempo indefinido	Serán colgados al sitio web como demás páginas sociales con previa aprobación de la sede central.
Periódico	Publicidad Interior	Padres de familia, niños, encargados, algún familiar	Se lanzará esporádicamente en un período de 3 meses	Se colocarán las imágenes del lado izquierdo de las páginas entre los días lunes y miércoles.

El primer material que saldrá es el banner con una duración de dos semanas para crear expectativas siguiendo el afiche y una semana después se coloca el mupie siguiendo el resto de las piezas; no se definen fechas exactas ya que el proyecto debe de estar previamente aprobado por la sede central.

# ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE REPRODUCCIÓN Y PRESUPUESTO

A continuación se presenta los medios sugeridos para la campaña de comunicación los cuales serán:

Pieza	Reproducción o publicación	Tamaño	Soporte	Color	Presupuesto	
Mupis	Impresión digital	1 x 2.3 metros	Vinil adhesivo backlight	Impresión Full color	Impresión de 20 mupis más arrendamiento	Q.7,780. <sup>00</sup> (Impresión) Q. 1,680. <sup>00</sup> (arrendamiento)
Banner	Impresión digital	0.8 x 2 metros	Manta vinilica calibre 12	Impresión Full color	Impresión de 20 banner	Q3,200. <sup>00</sup>
Afiche	Impresión digita	11 x 17 pulgadas	Opalina calibre 125	Impresión Full color	Impresión de 40 afiches	Q2,600. <sup>00</sup>
Prensa	Impresión digital	10 x 14 pulgadas	Papel recuperado calibre 52	Impresión Full color	Impresión por 1 día del lado izquierdo	Q37,200. <sup>00</sup>
Redes Sociales	Página web	250 x 250 pixeles	Archivo digital en JPG	No aplica	Cuatro banners electrónicos de las diferentes propuestas	Q0. <sup>00</sup>
					Diseño de campaña publicitaria	Q8,000. <sup>00</sup>
					<b>TOTAL</b>	<b>Q60,060.00</b>

- El diseño forma parte de una donación por la estudiante Evelyn Alejandra Contreras Estrada, por el desarrollo de el proyecto de graduación y EPS, previo a obtener el título de licenciada en diseño gráfico.

# BIBLIOGRAFÍA

- Metodología del diseño. Ambrose – Harris. Parramón Arquitectura y Diseño. 2010 Parramón Ediciones, S.A.

## REFERENCIAS WEB

- Alarmante consumo de bebidas azucaradas y su asociación con la obesidad infantil (2011)  
<http://www.audyn.org.uy/sitio/repo/arch/Nutricinfebrero.pdf>
- Commission on Ending Childhood Obesity  
<http://www.who.int/dietphysicalactivity/end-childhood-obesity/facts/es/>
- Estrategias creativas (campaña) Presentación.  
Transcript <http://es.slideshare.net/RAFAELSANCHEZ81/estrategias-creativas-campaa>
- Grupo focal  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo\\_focal](http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_focal).
- INE (2012)  
Ciudad De Guatemala.  
<http://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas/2013-10-30-16-43-37>
- La Ley Monsanto se impuso en Guatemala.  
<http://publicogt.com/2014/08/10/la-ley-monsanto-se-impuso-en-guatemala/>
- La OPS/OMS en Guatemala  
[http://www.paho.org/gut/index.php?option=com\\_content&view=article&id=24&Itemid=389](http://www.paho.org/gut/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=389)

- Obesidad y sobrepeso,  
Nota descriptiva N°311 Mayo de 2014.  
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>
- Patrones de crecimiento infantil de la OMS.  
Nota descriptiva no. 4.  
¿Cómo pueden los patrones de crecimiento infantil de la OMS ayudar a frenar la malnutrición?. [http://www.who.int/childgrowth/4\\_doble\\_carga.pdf?ua=1](http://www.who.int/childgrowth/4_doble_carga.pdf?ua=1)

# GLOSARIO

## Alimentación.

Es la ingestión de alimento por parte de los organismos para proveerse de sus necesidades alimenticias, fundamentalmente para conseguir energía y desarrollarse. No se debe confundir alimentación con nutrición, ya que esta última se da a nivel celular y la primera es la acción de ingerir un alimento.

## Boceto.

Apuntes iniciales previos al arte final, dibujo o maquetación manual para visualización de un concepto, sugieren el grafismo de un trabajo impreso.

## Calorías.

Son la unidad de medida que se usa para saber la cantidad de energía que nos aportan los alimentos y son necesarias porque nos proporcionan la energía que nuestro organismo requiere para funcionar adecuadamente.

## Cardiopatía.

Enfermedades propias de las estructuras del corazón o del resto del sistema cardiovascular. Habitualmente se refiere a la enfermedad cardíaca producida por asma o por colesterol.

## Desnutrición.

Enfermedad causada por una dieta inapropiada, con una deficiencia en la ingesta de calorías y proteínas.

## Encuesta.

Serie de preguntas con el fin de obtener información estadística de generalidades de la población.

## Focus group.

Conjunto de personas tomadas de un grupo objetivo, para la observación y obtención de datos.

## Grupo objetivo.

En mercadeo y publicidad es un grupo de la población con características específicas al que va dirigida diversa información (productos, campañas publicitarias, etc.).

## INE.

instituto Nacional de Estadísticas

**Insight.**

Es una alternativa para evitar la repetición de atributos diferenciándose de la competencia y creando un vínculo emocional consumidor-marca.

**Insuficiencia ponderal.**

Es un término que se refiere a estar por debajo del peso que se considera saludable.

**Malnutrición.**

Existe una deficiencia, exceso o desbalance en la ingesta de uno o varios nutrientes que el cuerpo necesita (ejemplo: vitaminas, hierro, yodo, calorías, entre otros).

**Masa corporal.**

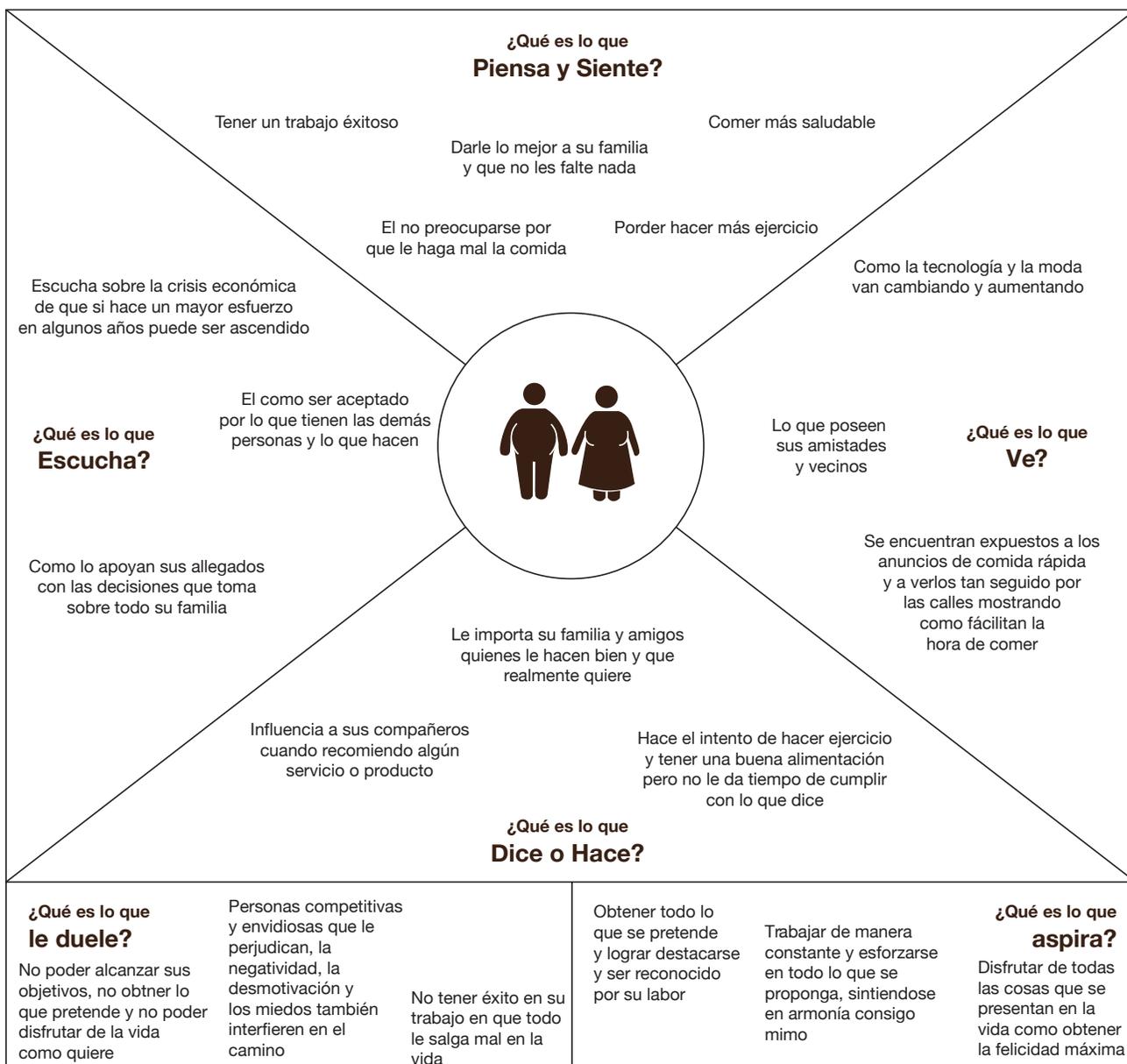
Es una medida estadística del peso de una persona con respecto a su altura. Se utiliza para determinar si una persona está por encima o por debajo del peso recomendado.

**Nutrición.**

Proceso biológico en el que los organismos asimilan los alimentos y los líquidos necesarios para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales.

# Anexos

## MAPA DE EMPATÍA



# ENCUESTA



Fecha. \_\_\_\_\_  
Sexo. M. F.

Responda las siguientes preguntas fundamentando su respuesta. Agradezco su colaboración.

¿Conoce el impacto social que genera la obesidad infantil?

Si. \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_  
Porque. \_\_\_\_\_

¿Las piezas publicitarias llaman su atención?

Si. \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_  
Porque. \_\_\_\_\_

¿Qué sensación le provoca la información dada en las piezas publicitarias?

Si. \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_  
Porque. \_\_\_\_\_

¿Las piezas gráficas lo motivan a cambiar sus hábitos alimenticios?

Si. \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_  
Porque. \_\_\_\_\_

¿Las piezas gráficas lo motivan a hacer un cambio de vida saludable?

Si. \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_  
Porque. \_\_\_\_\_

¿Las piezas gráficas le dejan un mensaje claro?

Si. \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_  
Porque. \_\_\_\_\_

# COTIZACIONES



Guatemala, 26 de Noviembre de 2014

Estimada: Evelyn Contreras

A continuación le presento la cotización solicitada:

Cantidad	Descripción del artículo	Precio por unidad	Precio total
1	Manta impresa en alta resolución para X Banner de 1 x 2 metros.	Q. 125.00	Q. 125.00
1	X Banner completo (manta y estructura) de 1 x 2 metros. Impresión en alta resolución. No incluye diseño.	Q. 415.00	Q. 415.00

**NOTA:**

- ◆ Si desea que nosotros le apoyemos con el diseño, el valor del mismo es de: Q150.00
- ◆ Pago de Contado.
- ◆ Servicio a domicilio.

Atentamente,  
Marcella Urías  
Tel. 5206-9079  
[ventas@avantysolutions.com](mailto:ventas@avantysolutions.com)  
[www.avantysolutions.com](http://www.avantysolutions.com)

## Compu Club

...dedicado a tu éxito!

Hola te envié los precios de los 3 tipos de papel (couche no trabajamos)  
Opalina Q417.50  
Bond Q 83.50  
120 grms. Q125.25

Compu Club, Guatemala  
Tel. 2442-5265  
[www.compuclub.com.gt](http://www.compuclub.com.gt)

# PRENSA LIBRE

## TARIFAS PÁGINAS INTERIORES

Módulos Interiores	Q475.00
Full Color (sin posición)	Q36,480.00
B/N (Sin posición)	Q22,800.00
Full Color / Posición Preferencial	Q42,180.00
B/N Posición Preferencial	Q28,500.00

Módulos: 48  
 Recargo Color: 60%  
 Recargo Posición: 25%

	Lunes y Jueves	Martes/Miércoles/Viernes	Sábado/Domingo
Contraportada	Q45,400.00	Q41,900.00	Q38,000.00
Página 7 o 9	Q44,700.00	Q40,800.00	Q36,700.00
Página 11	Q43,500.00	Q39,600.00	Q35,100.00
Página 13 o 15	Q42,400.00	Q38,500.00	Q33,400.00
Página Espacio de Opinión	Q42,400.00	Q38,500.00	Q33,400.00
Página Redes Sociales	Q41,500.00	Q37,200.00	Q33,400.00
Página 25 y Aperturas	Q40,700.00	Q35,900.00	Q33,400.00
Contraportada Interior	Q40,700.00	Q35,900.00	Q33,400.00

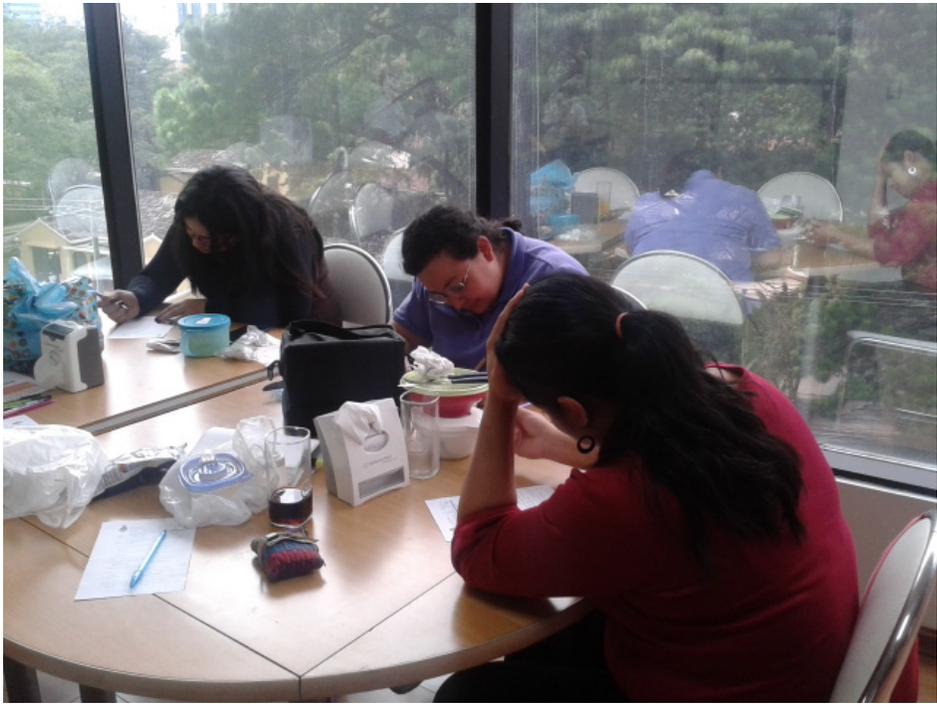
\* Tamaño Mínimo de 6 Módulos  
 \*\* US\$75.00 Por cada módulo

## MÓDULOS PÁGINAS INTERIORES

<b>2M X 3M</b> MEDIDA Ancho: 3.222" Alto: 4.583"	<b>2M X 4M</b> MEDIDA Ancho: 3.222" Alto: 6.166"	<b>2M X 6M</b> MEDIDA Ancho: 3.222" Alto: 9.333"	<b>2M X 8M</b> MEDIDA Ancho: 3.222" Alto: 12.5"	<b>3M X 3M</b> MEDIDA Ancho: 4.916" Alto: 4.583"	<b>3M X 4M</b> MEDIDA Ancho: 4.916" Alto: 6.166"	<b>3M X 6M</b> MEDIDA Ancho: 4.916" Alto: 9.333"
<b>3M X 8M</b> MEDIDA Ancho: 4.916" Alto: 12.5"	<b>4M X 3M</b> MEDIDA Ancho: 6.611" Alto: 4.583"	<b>4M X 4M</b> MEDIDA Ancho: 6.611" Alto: 6.166"	<b>4M X 6M</b> MEDIDA Ancho: 6.611" Alto: 9.333"	<b>4M X 8M</b> MEDIDA Ancho: 6.611" Alto: 12.5"	<b>6M X 4M</b> MEDIDA Ancho: 10" Alto: 6.166"	<b>6M X 6M</b> MEDIDA Ancho: 10" Alto: 9.333"
<b>6M X 8M</b> MEDIDA Ancho: 10" Alto: 12.5"						

201220213 Ana Luisa González Vargas  
 201220244 Joseph Ernesto López Barrientos  
 201220351 José Carlos Sierra Villagran  
 201220363 Luis Fernando Velásquez Montenegro  
 201220390 Nathalia Daniela Salán Calderón

# FOCUS GROUP



# PRESENTACIÓN





FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

MSc. Arquitecto  
Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he leído y revisado el Proyecto de Graduación titulado **"CAMPAÑA PARA PREVENIR LA OBESIDAD INFANTIL EN EL ÁREA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE GUATEMALA"** al conferírsele el Título de Licenciada en Diseño Gráfico, con énfasis en Publicidad, de la estudiante **EVELYN ALEJANDRA CONTRERAS ESTRADA**, carné **200816993**.

Dicho trabajo ha sido corregido en el aspecto ortográfico, sintáctico y estilo académico; por lo anterior, la Facultad tiene la potestad de disponer del documento como considere pertinente.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los diecinueve días de noviembre de dos mil quince.

Agradeciendo su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

*Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández*  
COL. No. 4509  
COLEGIO DE HUMANIDADES

  
Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández  
Profesor Titular No. de Personal 16861  
Colegiado Activo 4,509



**Campaña para prevenir la obesidad infantil  
en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala**  
Proyecto de Graduación desarrollado por:



Evelyn Alejandra Contreras Estada

Asesorado por:



Dra. Sandra Barahona



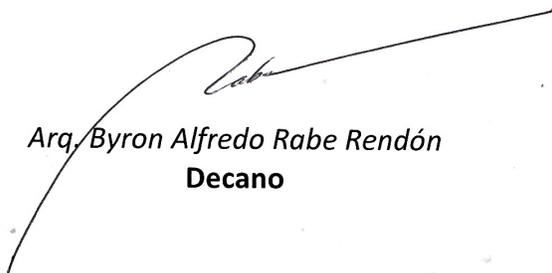
Licda. Carolina Aguilar



Licda. Claudia Leal

Imprímase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano





