



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

---

**Diseño de estrategia de comunicación visual para promocionar el Diplomado "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer", dirigido a personas del área metropolitana e interior del país, que facilita la Asociación Grupo Ermita, Alzheimer de Guatemala.**

---

Proyecto de Graduación desarrollado por  
**Valerie Adriana Rodríguez Ramos**  
Para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, septiembre de 2019



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

---

Diseño de estrategia de comunicación visual para promocionar el Diplomado "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer", dirigido a personas del área metropolitana e interior del país, que facilita la Asociación Grupo Ermita, Alzheimer de Guatemala.

---

Proyecto de Graduación desarrollado por  
**Valerie Adriana Rodríguez Ramos**  
Para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico

*"Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala."*



## **JUNTA DIRECTIVA**

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
**Decano**

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea  
**Vocal I**

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
**Vocal II**

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García  
**Vocal III**

Br. Andrés Cáceres Velazco  
**Vocal IV**

Br. Andrea María Calderón Castillo  
**Vocal V**

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca  
**Secretario Académico**

## **TRIBUNAL EXAMINADOR**

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
**Decano**

Lic. Marco Antonio Morales Tomas  
**Asesor Metodológico**

Licda. Miriam Isabel Meléndez  
**Asesora Gráfica**

Dr. Mario Antonio Luna de Florán  
**Tercer Asesor**

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca  
**Secretario Académico**



## AGRADECIMIENTO

**A mis padres**, quienes han sido mi fuente de apoyo incondicional. Quienes con mucho esfuerzo y sacrificio me acompañaron en todo momento, enseñándome a valorar cada esfuerzo. Por darme el ejemplo de trabajar duro para conquistar mis sueños y hacer siempre las cosas con amor y pasión. Agradezco su amor y su confianza en mí, por nunca cortarme las alas y enseñarme a conquistar mis sueños.

**A mi abuela**, quien ha sido un gran apoyo en mi vida siempre. Por enseñarme a ser una mujer responsable, honesta, sincera y trabajadora.

**A mis hermanos**, Cinthya y Daniel por apoyarme siempre moralmente. Por creer en mí y por ser quienes incentivan y me alientan a dar lo mejor de mí y así poder convertirme en un buen ejemplo para ellos.

**A mis amigos y compañeros**, por hacer cada momento único dentro y fuera de la Universidad en estos 5 años. Por el apoyo y esfuerzo que dieron junto a mí en cada curso. Gracias por haber hecho mi vida universitaria una de las mejores experiencias.

**A mis catedráticos**, por compartir sus conocimientos y experiencias, por exigirnos y motivarnos a dar lo mejor. Por creer en mí y en lo que era capaz de hacer.

**A mis asesores**, Lic. Marco Morales, Licda. Isabel Meléndez y al Dr. Mario Luna, por su orientación, apoyo y paciencia durante la realización de este proyecto.

**A Asociación Grupo Ermita**, Alzheimer de Guatemala, por permitirme ser parte de su grupo de trabajo y darme la oportunidad de aprender más. Agradezco a Cecilia López, directora administrativa de la Asociación, por brindarme siempre su apoyo y su cariño en todo el proceso.



# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
Antecedentes .....	16
Delimitación del problema de comunicación visual ....	18
Justificación del proyecto .....	20
Objetivos .....	22
<b>2. PERFILES</b>	<b>25</b>
Perfil de la Institución que se apoya .....	26
Caracterización del grupo objetivo .....	32
<b>3. PLANEACIÓN OPERATIVA</b>	<b>37</b>
Flujograma .....	38
Cronograma de trabajo .....	41
Previsión de recursos y costos .....	43

---

## **4. DEFINICIÓN CREATIVA 45**

Brief de diseño .....	46
Recopilación de referentes visuales .....	52
Descripción de estrategia de las piezas de diseño .....	54
Tabla comparativa de las ventajas y desventajas de piezas de diseño .....	56
Concepto creativo .....	58
Premisas de diseño .....	68

## **5. MARCO TEÓRICO 73**

La importancia del conocimiento acerca de los cuidados profesionales para personas con Alzheimer para afrontar la epidemia mundial de Demencias del 2050 .....	74
El papel del diseñador gráfico en la comunicación visual .....	78

## **6. PRODUCCIÓN GRÁFICA 83**

Primer nivel de visualización .....	84
Segundo nivel de visualización .....	92
Tercer nivel de visualización .....	100

---

## **7. PRESENTACIÓN FINAL DE LA PIEZA DISEÑADA** **107**

Propuesta fina .....	109
Plan de medios .....	110
Fundamentación .....	117
Modalidad de implementación .....	124
Costos .....	146

## **8. LECCIONES APRENDIDAS** **149**

Lecciones aprendidas .....	151
Conclusiones .....	152
Recomendaciones .....	155

## **9. REFERENCIAS** **157**

Fuentes consultadas .....	158
Índice de figuras .....	160

## **ANEXOS** **165**





# 1.

## INTRODUCCIÓN

- Antecedentes
- Problema de comunicación visual
- Justificación del proyecto
- Objetivos





## INTRODUCCIÓN

En Guatemala existen diversas ONG, instituciones de gobierno e instituciones no gubernamentales que luchan contra uno o varios problemas sociales que afectan a la población guatemalteca. Si bien, existen diversas ONG o institución no gubernativas, todas tienen en común su orientación hacia el desarrollo de la sociedad.

Estas instituciones también brindan un papel importante cuando hablamos de comunicación y de opinión pública, ya que las funciones que realizan ayudan a que la población se acerque a distinta información y datos sobre temas que muchas veces desconocen.

La Universidad San Carlos de Guatemala brinda apoyo a estas instituciones mediante sus estudiantes. Los futuros profesionales mediante la realización del Ejercicio Profesional Supervisado brindan la ayuda que estas instituciones necesitan, en el campo profesional que el estudiante se desempeñe. Para los estudiantes la realización de dicho proyecto es muy satisfactorio y retribuye el apoyo brindado de la población guatemalteca durante sus estudios.

La Asociación Grupo Ermita de Alzheimer de Guatemala es una organización dedicada a la mejora de la sociedad, enfatizando su trabajo en la calidad de vida de los pacientes con Alzheimer. Esta Asociación es la única entidad no lucrativa que ayuda a pacientes y familiares de pacientes con Alzheimer. El principal objetivo de la Asociación es vincular y organizar grupos de apoyo para familiares y cuidadores de personas de la tercera edad que padezcan algún tipo de demencia con énfasis en la enfermedad de Alzheimer, brindando evaluaciones y orientación para mejorar el cuidado y el manejo del paciente con esta enfermedad. Con el fin de mejorar el cuidado de adultos mayores, se inició el diplomado sobre el Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer. También cuentan con el servicio del Centro de día, el cual se mantiene a base de las ganancias adquiridas por el diplomado. En el Centro de día se brindan distintos servicios como terapia física, terapia recreativa, manualidades, Tai Chi, pintura y entre otras actividades.

Para brindarle un apoyo a la organización, se realizó una estrategia gráfica para promocionar, de una forma persuasiva, el diplomado sobre el Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer y así lograr la mayor cantidad de participantes, así también lograr que las personas se interesen por dicha enfermedad y mejorar la calidad de vida de estos pacientes.

## ANTECEDENTES

El Alzheimer es una enfermedad neurodegenerativa que se caracteriza por la pérdida de la función cerebral, afectando la memoria, el pensamiento, el comportamiento y la capacidad de la persona de llevar a cabo sus actividades diarias. Los primeros síntomas de esta enfermedad empiezan a aparecer en algunas personas a los 60 años, y aumenta con la vejez. Esta enfermedad es responsable de entre un 60% y un 80% de los casos de demencia.

La enfermedad de Alzheimer afecta a gran parte de la población de la tercera edad a nivel mundial. En el 2010 afectó a más de 35 millones de personas en todo el mundo, una cifra que se duplicará para 2030 y se triplicará para 2050, hasta alcanzar los 115 millones de personas afectadas, de acuerdo al Informe Mundial sobre Alzheimer 2010. Según este mismo informe, el aumento del número de personas con demencia será mayor en los países de ingresos bajos y medios, siendo Latinoamérica una de las regiones que se verán más afectadas. Para el 2010 existían más de 7,8 millones de personas afectadas con esta enfermedad, y se estima que para el 2050 existan más de 27 millones en toda Latinoamérica.

En el Informe ADI/Bupa, 'La demencia en América: El coste y la prevalencia del Alzheimer y otros tipos de demencia.' se estima que en el **2010 en Guatemala 42,582 personas padecían de Alzheimer**, de las cuales el 44% recibe asistencia informal, el 29% asistencia médica y el 27% asistencia social, teniendo un coste total de 106 millones de dólares en ese año. Estos costes aumentarán en paralelo con el número de casos **para el 2050, el cual se estima que tenga un 488% de aumento, es decir un total de 253,000 personas guatemaltecas con Alzheimer.**

El aumento de enfermos de Alzheimer también afectará a las familias, sobre todo a los cuidadores primarios. La OMS y el Banco Mundial estiman que para el año 2030 se necesitarán cubrir unos 40 millones de puestos de trabajo en el campo de la salud y unos 18 millones de cuidadores,

principalmente en países de bajos recursos, para dar una respuesta efectiva a esta necesidad. Para esto es fundamental que las personas cuenten con una formación profesional en relación a esta demencia para ser capaces de prevenir, diagnosticar, tratar y cuidar a este tipo de pacientes.

Es fundamental que el cuidador principal cuente con el conocimiento necesario para reducir la carga física y el estrés provocado por su trabajo. En comparación con los cuidadores de personas sin demencia, el doble de cuidadores de personas con Alzheimer manifiesta importantes dificultades emocionales, financieras y físicas. El 70% de los cuidadores no profesionales de personas con Alzheimer está en riesgo de padecer trastornos orgánicos y fisiológicos debido a la sobrecarga.

**En este contexto, y por la necesidad de acompañar e informar a las personas afectadas por la enfermedad de Alzheimer, nace Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala, desarrollando diversos proyectos que contribuyen a la concientización de la población guatemalteca acerca de la enfermedad de Alzheimer, motivando a participar en diversas actividades que informan y apoyan a toda persona relacionada con esta enfermedad. Asociación Grupo Ermita tiene como principal objetivo apoyar, ayudar, educar e informar a familiares, cuidadores, personal en salud y público en general, de la enfermedad de Alzheimer y del cuidado del enfermo, para así crear una sociedad guatemalteca consciente y responsable de sus adultos mayores.**

---

La desinformación en Guatemala acerca de la enfermedad de Alzheimer ha sido evidente en el lento avance que ha tenido el apoyo de pacientes y cuidadores. La escasez de centros de día, pocos profesionales especializados en esta enfermedad y cuidadores sin previo estudio atendiendo a pacientes con Alzheimer, son muestras del poco grado de conciencia que la sociedad guatemalteca ha tenido con esta enfermedad, provocando que la calidad de vida de estos pacientes sea deficiente y los cuidadores no profesionales estén en riesgo de padecer trastornos orgánicos y fisiológicos debido a la sobrecarga.

**Por medio de distintos servicios como grupos de apoyo para familiares y cuidadores, asesorías a las instituciones gubernamentales, autónomas y semiautónomas que se dedican al manejo de enfermo de alzheimer, proyectos que promueven educación en salud, actividades de autocuidado a las personas de tercera edad sanas y proyectos de apoyo a la investigación de las causas, tratamientos, prevención y cura de la enfermedad de alzheimer, Asociación Grupo Ermita de Alzheimer de Guatemala busca apoyar, educar e informar a familiares, cuidadores y público en general de la importancia del cuidado profesional del enfermo de Alzheimer y así fomentar responsabilidad y solidaridad en la sociedad hacia esta enfermedad, creando un alto grado de conciencia sobre el riesgo potencial de padecerla.**

## DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

La Asociación Grupo Ermita de Alzheimer de Guatemala cuenta distintos servicios de apoyo para enfermos de Alzheimer, como consultas médicas, terapia física, evaluaciones diagnósticas y tratamiento para el adulto mayor y enfermos con Alzheimer. En sus instalaciones, cuenta con un Centro de Día, llamado "Doña Rebe" en el cual se imparte terapia recreativa, manualidades, Tai Chi, terapia física, pintura, entre otras actividades, para mejorar la calidad de vida de sus pacientes.

Con el objetivo de crear mayor conciencia y mejorar el cuidado de adultos mayores, enfermos de Alzheimer, la Asociación Grupo Ermita inició el diplomado sobre el Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer, el cual está dirigido para profesionales de la salud, cuidadores, familiares y público en general que deseen aprender, con el fin de brindar bienestar tanto a cuidadores como a el enfermo de Alzheimer. Sin embargo este servicio no se ha dado a conocer de manera correcta, dificultando los procesos de comunicación y paralizando el cumplimiento de los objetivos de la Asociación, tomando en cuenta que este servicio es el principal ingreso económico de la Asociación. Los recursos gráficos y la comunicación visual para dar a conocer el diplomado han sido creados por los miembros de la Asociación, quienes no tienen conocimientos previos en el área de diseño o comunicación visual, creando materiales inadecuados. Este problema está presente desde el inicio del diplomado, en el año 2000 y hasta la fecha no cuenta con una solución para ser comunicado de forma visual. El diplomado cuenta con la colaboración académica de la Universidad Mariano Gálvez y con dos patrocinadores, Casa Médica y Universidad Galileo, los cuales patrocinan el diplomado en sus diferente medios de comunicación, utilizando distintos materiales gráficos, lo cual han provocando ruidos en la comunicación, creando confusión en las personas.

Por esta razón, es necesario solucionar el problema de comunicación visual que se presenta, para dar a conocer y crear interés en las personas a cerca del diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer. Este problema se solucionará por medio de conocimientos de comunicación visual, conceptualización, diseño gráfico y estudio del grupo objetivo para crear material gráfico que motive su participación y así incrementar el número de personas que asisten al diplomado, aumentado la calidad de vida de los cuidadores y de los enfermos de Alzheimer.





# JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

## TRASCENDENCIA DEL PROYECTO DE COMUNICACIÓN VISUAL

La Asociación Grupo Ermita de Alzheimer de Guatemala ha apoyado a los pacientes con Alzheimer y sus familiares por 22 años, brindándoles distintos servicios, entre los cuales se encuentra el diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer, el cual lleva más de catorce años siendo impartido, ayudando a mejorar la calidad de vida del paciente con la enfermedad de Alzheimer y apoyando a los familiares de estos brindándoles. Este diplomado es impartido en la Universidad Galileo de Guatemala y está certificado por esta institución desde sus inicios.

Este es el único diplomado acerca de los cuidados del adulto mayor con énfasis en la enfermedad de Alzheimer que se brinda para enfermeros, cuidadores, médicos y familiares de pacientes con Alzheimer en Guatemala, ya que no se cuenta con otra institución a nivel nacional que apoye a los pacientes con esta enfermedad, a pesar de ser saber que existen ochenta mil guatemaltecos con la enfermedad de Alzheimer.

Este año se implementó el diplomado en línea, el cual tiene como meta llegar a más personas interesadas que viven en el interior del país. Actualmente este diplomado cuenta con 15 personas inscritas.

Con la implementación de una estrategia gráfica para promocionar el diplomado de Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer se dará a conocer a nivel metropolitano y en interior del país, aumentando el número de personas interesadas.

El aumentar el número de participantes en el diplomado, ayudará a mejorar los ingresos económicos para la institución que subsiste a base de las ganancias adquiridas de este diplomado, mejorando la calidad de vida de los pacientes que asisten al Centro del día de la Asociación.

El principal objetivo del diplomado es mejorar la calidad de vida de los pacientes con Alzheimer, brindándoles los cuidados especiales que ellos necesitan. Con la mayor cantidad de participantes en el diplomado mayor será la calidad de vida que tendrá el paciente, mejor atención y cuidados especiales de parte de sus familiares, cuidadores y profesionales de la salud. Con la implementación del diplomado en línea se podrá mejorar la calidad de vida de los pacientes que residen en el interior del país.

La estrategia gráfica también creará una conciencia en las personas que tienen familiares o pacientes con Alzheimer, mostrándoles que los pacientes necesitan cuidados especiales que mejoren su calidad de vida, motivándolos a querer aprenderlos.

## INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Una estrategia gráfica promocional tiene como fin vender un producto o un servicio, como lo es en este caso, utilizando una serie de anuncios diferentes pero relacionados entre sí, los cuales aparecerán en distintos medios durante un periodo determinado, creando un llamado de atención y generando interés en las personas.

Actualmente el diplomado no cuenta con una estrategia gráfica para promocionar su diplomado, generando pocos participantes. El crear una estrategia gráfica para promocionar el diplomado ayudará a cumplir con los objetivos establecidos, aumentando la cantidad de participantes.

Al generar una unidad gráfica en las piezas realizadas se creará una mejor percepción del diplomado, haciendo que el mensaje llegue adecuadamente al público objetivo. Actualmente el diplomado cuenta con materiales promocionales que realiza cada patrocinador (Casa Médica y Universidad Galileo de Guatemala), sin embargo ninguna de estas tiene unanimidad gráfica, creando ruidos en la comunicación y poca credibilidad en el grupo objetivo. Al implementar una sola estrategia gráfica se logrará esa unidad gráfica que hará que el mensaje llegue al grupo objetivo de una mejor y más clara forma.

Por medio de una estrategia gráfica atractiva y con unidad gráfica se provocará un mayor impacto visual, generando mayor interés en las personas acerca del diplomado, y aumentando el número de posibles participantes.

## FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

La Asociación Grupo Ermita de Alzheimer de Guatemala llevó a cabo en el 2018, la planificación estratégica del XI Congreso Iberoamericano de Alzheimer, por lo cual ya cuenta con experiencia en la creación e implementación de una estrategia gráfica promocional.

Se tiene el apoyo de la Asociación en reuniones quincenales, al mismo tiempo, se tiene comunicación con ellos por distintos medios de comunicación (correo electrónico, whatsapp, llamada telefónica, etc), y apoyo en materiales necesarios.

La asociación cuenta con el apoyo de patrocinadores, Casa Médica y Universidad Galileo, los cuales brinda un espacio en sus distintos medios de comunicación para llevar a cabo el desarrollo del presente proyecto. También se cuenta con el apoyo de la Universidad Mariano Gálvez a través de la Escuela de Fisioterapia.

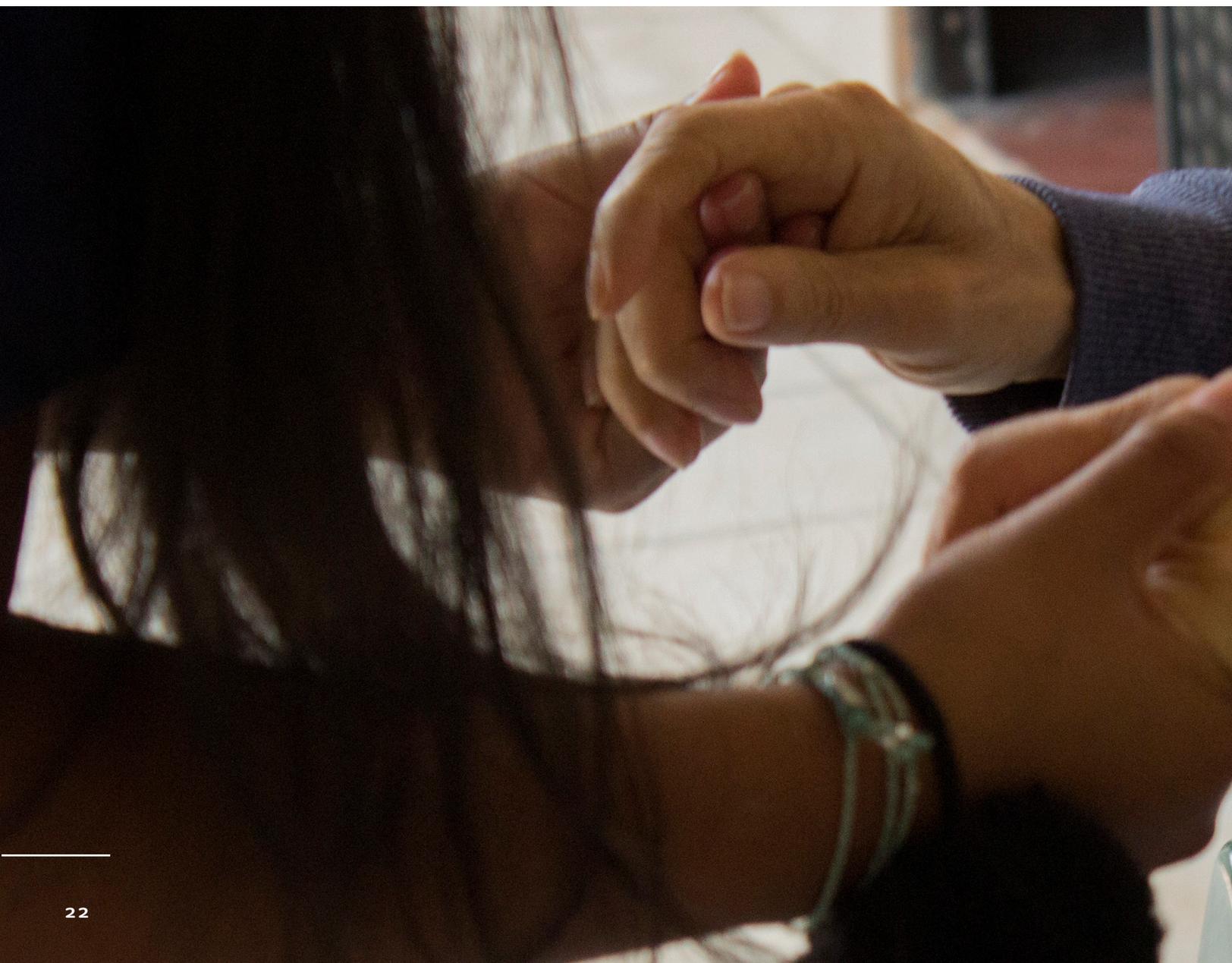
La Universidad de San Carlos de Guatemala, brinda apoyo a los estudiantes por medio de una asesoría técnica con especialistas en los temas de diseño gráfico. También asegura una infraestructura en la cual se puede realizar el proyecto.

Así bien se cuenta con el apoyo del estudiante proyectista, el cual cuenta con los conocimientos necesarios en diseño gráfico para llevar a cabo el proyecto.

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Ayudar a mejorar la calidad de vida de los enfermos de Alzheimer y pacientes de la Asociación Ermita de Alzheimer de Guatemala del área metropolitana e interior del país a través del diseño de material gráfico informativo para proceso de formación.



---

## OBJETIVO DE COMUNICACIÓN VISUAL

Desarrollar una estrategia de comunicación visual que motive a médicos, enfermeras, cuidadores, familiares de pacientes con Alzheimer y población en general del área metropolitana e interior del país a participar en el diplomado sobre el Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de alzheimer.

## OBJETIVO DE DISEÑO

Elaborar materiales gráficos digitales e impresos que permitan informar de forma adecuada acerca del diplomado sobre el Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de alzheimer y fomente su participación.





FISIOTERAPIA



# 2.

## PERFILES

- Perfil de la institución
- Perfil del grupo objetivo

# PERFIL DE LA INSTITUCIÓN QUE SE APOYA

**Nombre:** Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala.  
**Dirección:** 10 Avenida A 1-48 zona 1, Ciudad de Guatemala, Guatemala.  
**Teléfono:** 22320324 - 47083190  
**Dirección electrónica:** ermita.alzheimerguatemala@gmail.com  
**Facebook:** Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala

---

## Sector salud

El país más poblado del subcontinente centroamericano es Guatemala, según estimaciones hechas a partir de la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI) realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2006, el país cuenta con una población de 14 361 666 habitantes: 51.23% mujeres y 48.76% hombres. El 41% de la población es indígena; 51% del total vive por debajo de la línea de pobreza y 15.2 % en pobreza extrema. El 51.5% de la población habita en áreas rurales y 23% en la región metropolitana. De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud (OPS), en 2009 la esperanza de vida al nacer era de 70.5 años, 67.1 años para los hombres y 74.2 para las mujeres.

El sistema de salud de Guatemala está compuesto por un sector público y otro privado. El sector público comprende:

- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), el cual formalmente brinda atención a 70% de la población.
- El Instituto Guatemalteco del Seguro Social (IGSS), que ofrece cobertura a menos de 17.45% de la población vinculada con el empleo formal.
- La Sanidad Militar cubre a los miembros de las fuerzas armadas y la policía, incluyendo a sus familias, menos de 0.5% de la población.
- Otras instituciones gubernamentales participan de manera marginal en ciertas actividades de salud.

El 12 % de los guatemaltecos recurre al sector privado en busca de atención a su salud. En este sector participan organizaciones de la sociedad civil (OSC) y/o religiosas que operan sin fines de lucro. También existe un poco significativo sector de seguros privados de salud. De acuerdo con estimaciones del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), **las organizaciones no gubernamentales ofrecen cobertura a cerca de 18% de la población.** Los seguros privados cubren a menos de 8% de la población

De acuerdo al Informe Nacional de Desarrollo Humano 2009, en 2007 alrededor de 6% de la población no contaba con ningún acceso a servicios formales de atención a la salud.

---

---

## Historial de la institución

La asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala nace el 26 de agosto de 1996. Nace a raíz de que la madre de su fundadora, María Haydeé Amézquita López, comienza a padecer de todos los síntomas un tipo de demencia. Después de varios chequeos médicos con neurólogos y doctores guatemaltecos, Haydeé se da cuenta, por un programa de televisión, que su madre padece de una enfermedad llamada Alzheimer. Ella y su madre viajan a Chicago donde efectivamente, le diagnostican esta enfermedad. En ese momento en Guatemala no existía mayor información acerca de esta enfermedad, los neurólogos ya conocían esta enfermedad sin embargo nadie lo manejaba con total seguridad. Haydeé averigua todo acerca del Alzheimer en Chicago y al volver a Guatemala funda la Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala, con el objetivo de ayudar a las personas de la tercera edad y en particular a los que padecen de enfermedad de Alzheimer. Como parte de este objetivo se vinculan y organizan grupos de apoyo para familiares y cuidadores e personas de la tercera edad que padezcan algún tipo de discapacidad con énfasis en la enfermedad de Alzheimer y sus correlacionadas brindando evaluación y orientación para tratar de mejorar el cuidado y manejo del paciente.

Sus fechas más importantes son:

- El 26 de agosto de 1996 cuando se fundó
  - 1996 Presentación para pertenecer a la asociación de Alzheimer internacional.
  - 1996 La asociación fue aprobada y llega a ser miembro de la asociación internacional de Alzheimer.
  - 2000 Inicia la promoción de la salud en adultos, para la formación a través de cursos dirigidos a profesionales de la salud, enfermeros y cuidadores.
  - 2004 inicia el diplomado sobre el cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer.
  - 2003 Se fundó la asociación iberoamericana de Alzheimer y Asociación Ermita fue parte del grupo fundado.
  - 2014 Se abre el centro de día, ubicado en la 10 Av A 1-48 Zona 1, Ciudad de Guatemala.
  - 2015 Primera carrera "si te olvidó no me olvides".
-

---

## Filosofía

### Misión

La Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala tiene como misión proporcionar apoyo consejería, educación e información a familiares, cuidadores y público en general del cuidador y manejo del enfermo de Alzheimer y del adulto mayor. Fomentar un alto grado de conciencia, responsabilidad y solidaridad en la comunidad hacia el enfermo de Alzheimer y del adulto mayor.

### Visión

La principal visión de la Asociación es concientización y educación de la población guatemalteca en general y trabajadores de la salud en particular del conocimiento del segmento poblacional de la tercera edad y el riesgo potencial de padecer de un trastorno demencial (enfermedad de alzheimer).

### Objetivo General

La asociación grupo Ermita Alzheimer de Guatemala como entidad privada de servicio a la comunidad se constituyó con un principal objetivo, para la ayuda de las personas de tercera edad ancianos discapacitados y en particular las que padecen enfermedad de alzheimer.

### Objetivos específicos

- Vincular y organizar grupos de apoyo para familiares y cuidadores de personas de la tercera edad que padezcan algún tipo de discapacidad con énfasis en la enfermedad de alzheimer y sus correlacionadas brindando evaluaciones y orientaciones para tratar de mejorar el cuidado y manejo del paciente.
- Ayudar a las familias afectadas con enfermo de alzheimer
- Educar a la comunidad sobre la enfermedad de alzheimer.
- Asesorar a las instituciones gubernamentales, autónomas y semiautónomas que se dediquen al manejo de enfermo de alzheimer en lo referente evaluación, diagnóstico, tratamiento y manejo de los enfermos así como la asistencia educativa de los familiares.
- Auxiliar y promover la educación en salud y actividades de autocuidado a las personas de tercera edad sanas y/o discapacitadas con el fin de evitar la marginación social y económica.
- Apoyar la investigación de las causas, tratamientos, prevención y cura de la enfermedad de alzheimer.

### Población que atiende

La población meta de la asociación son adultos mayores que padecen de la enfermedad de Alzheimer en Guatemala. Familiares de pacientes con Alzheimer. Médicos profesionales, cuidadores y enfermeras que estén interesados en esta enfermedad.

---

## Servicios que presta

Actualmente brinda servicios de:

- Diplomados de cuidados del Adulto Mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.
- Consulta médica
- Evaluación, diagnóstico y tratamiento en el adulto mayor y enfermos con Alzheimer.
- Centro de día, Casa Doña Rebe
- Terapia física y recreativa

## Identidad y comunicación visuales

Actualmente existe un rebranding de la asociación el cual se lanzará en toda la promoción del Congreso Iberoamericano de Alzheimer, a realizarse en Guatemala y el cual está siendo organizado por la Asociación Grupo Ermita.

Los colores representan el movimiento en apoyo a las personas diagnosticadas con la



enfermedad de Alzheimer, así como el movimiento para investigación, concientización y sensibilización del tema. El color oficial a nivel mundial de la enfermedad del Alzheimer es el color morado.

### Color Principal



Pantone 258 C  
#904799

C: 50      R: 144  
M: 86      G: 71  
Y: 1        B: 153  
K: 0

### Color Secundario 1



Pantone 639 C  
#0093C9

C: 100      R: 0  
M: 20      G: 147  
Y: 10      B: 201  
K: 0

### Color Secundario 2



Pantone Cool Gray C  
# 646469

C: 61        R: 100  
M: 53      G: 100  
Y: 48      B: 105  
K: 19

La tipografía representa el trato amigable y accesible con los pacientes y sus familiares, complementándose con una tipografía secundaria más formal que representa el compromiso con el trabajo que realizan dentro de la Asociación.

### Nunito

**Bold**      **A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**

**Regular**    A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
                a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

**Números**    0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

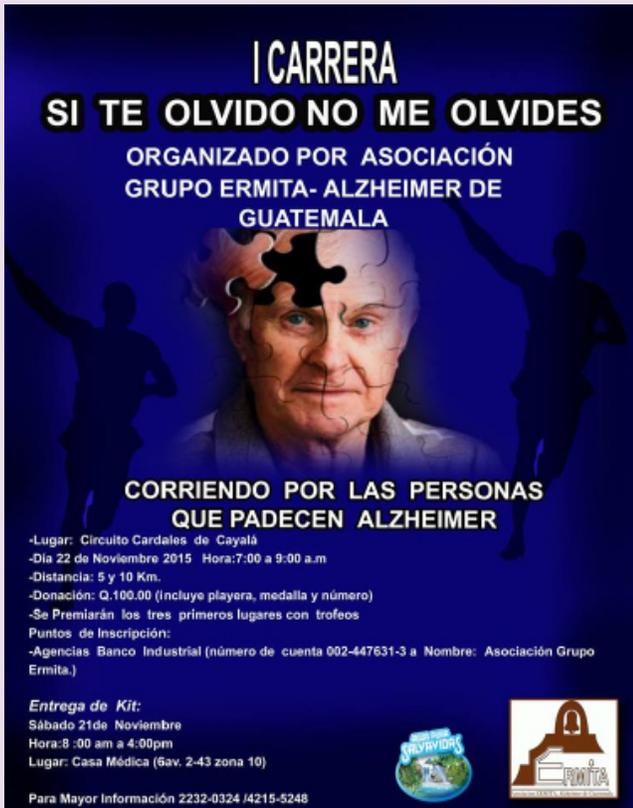


Figura 1  
Anuncio para la I Carrera Si te olvido no me olvides

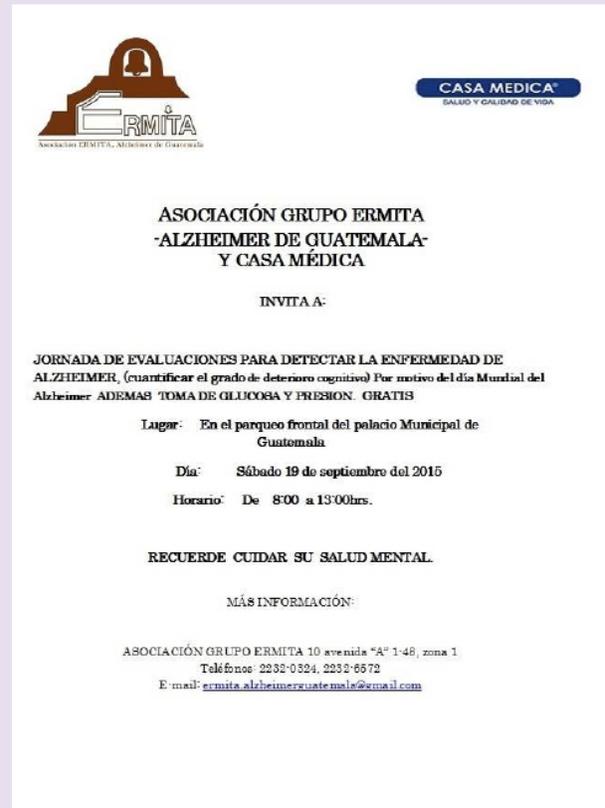


Figura 2  
Publicidad para jornada de evaluación.



Figura 3  
Publicidad para jornada de evaluación.

## Folletos informativos



Figura 4  
Trifoliar informativo de la Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala

## Objetivos de comunicación

No cuentan con una cultura comunicacional visual, no poseen con un área de comunicación, por lo tanto cuentan con poco material para darse a conocer. Su principal medio de comunicación es por medio de correo y facebook, sin embargo no se utilizan de forma adecuada. No utilizan materiales gráficos. No producen ningún material promocional para sus servicios.

# CARACTERIZACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo al que será dirigido el proyecto es muy amplio y heterogéneo, sin embargo todos concuerdan en el interés por aprender acerca de los cuidados del adulto mayor. En su mayoría han sido mujeres las que han participado en los diplomados anteriores, este está dirigido a todo público, pero existe principal interés en profesionales de la salud, quienes ya trabajan o desean trabajar con personas de la tercera edad y/o enfermos de Alzheimer y familiares responsables de los cuidados de los antes mencionados. Por esta razón se optó tener dos grupos objetivos, los cuales se presentan a continuación.

## Personas con familiares de la tercera edad, familiares de enfermos de Alzheimer.

### Características demográficas

Municipios del departamento de Guatemala, cabeceras departamentales del interior del país.

### Características sociodemográficas

El rango de edad es de 25 a 65 años, predomina el sexo femenino (80%) sobre el masculino (20%). Todos son de nacionalidad guatemalteca. Cuentan con un nivel de educación media y superior. Su idioma materno es el español. La mayoría ya son jefes de hogar, casados y con hijos.

### Características socioeconómicas

Sus ingresos mensuales son de aproximadamente Q2,900 en adelante. Se encuentra en el rango de nivel socioeconómico c, c+, b-. Residen en áreas urbanizadas de Quetzaltenango, Retalhuleu, Escuintla, Sacatepéquez, Chimaltenango, Izabal, Quiché, Chiquimula, Jutiapa, Jalapa, Baja Verapaz, Alta Verapaz, Suchitepéquez, Huehuetenango, Totonicapán, San Marcos, Sololá y Guatemala. En casas con todos los servicios, en colonias o barrios populares. Disponen de agua potable, energía eléctrica, artículos electrónicos, internet, radio, celulares smartphone, etc.

### Características psicográficas

Son amas de casa, dedica tiempo a su familia, cuida a su madre y/o padre. La mayoría ha dejado de estudiar o trabajar para dedicar tiempo completo al cuidado de su familiar adulto mayor. Disfrutan pasar tiempo con su familia y también disfrutan de actividades fuera de casa.

Entre los valores que poseen se puede mencionar la paciencia, la responsabilidad, el respeto, la honestidad, el cuidado, la maternidad, lealtad y el amor. Tienen acceso a internet y a redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube a través de una computadora propia o Smartphone.

Se sienten satisfechos de poder ayudar a su familiar. Son personas que están al pendiente de lo que alguien más pueda necesitar. Con actitud positiva. Son activas, positivas, confiables, sienten empatía por otras personas. Retienen mucho cansancio. A veces se sienten incomprendidos. Desean tener la mejor actitud siempre, aunque a veces no puede por su nivel de estrés y cansancio. Les interesan temas de salud, nutrición bienestar, etc.

Acostumbrados a la publicidad tradicional guatemalteca (televisión, radio, periódico, mupis y vallas). Imágenes llamativas, y con buena composición. Acabados gráficos de



Figura 5

calidad. Uso de internet y nuevas tecnologías.



Figura 6

### Relación entre el grupo objetivo y la Asociación:

La comunicación entre el grupo objetivo y la Asociación se da principalmente por medio de mensajes en redes sociales (Facebook y Whatsapp), llamadas telefónicas y correo electrónico. La mayoría busca información, ayuda y apoyo para su familiar con Alzheimer y para el cuidador principal, quien muchas veces son ellos mismos o bien buscan ayuda para terceras personas.

## Profesionales de la salud, cuidadores (as), enfermeros (as).

### Características demográficas

Municipios del departamento de Guatemala, cabeceras departamentales del interior del país.

### Características sociodemográficas

El rango de edad es de 25 a 50 años, predominando el sexo femenino (80%) sobre el masculino (20%). Todos son de nacionalidad guatemalteca. Cuentan con un nivel de educación media y superior. Su idioma materno es el español. Son profesionales de la salud, enfermeros y enfermeras, cuidadores de pacientes de la tercera edad y enfermos de Alzheimer, la mayoría trabajan en asilos o de forma particular.

### Características socioeconómicas

Sus ingresos mensuales son de Q2,900 en adelante. Cuentan con un nivel socioeconómico c, c+, b-. Residen en áreas urbanizadas de Quetzaltenango, Retalhuleu, Escuintla, Sacatepéquez, Chimaltenango, Izabal, Quiché, Chiquimula, Jutiapa, Jalapa, Baja Verapaz, Alta Verapaz, Suchitepéquez, Huehuetenango, Totonicapán, San Marcos, Sololá y Guatemala. En casas con todos los servicios, en colonias o barrios populares.

### Características psicográficas

Tienen un ritmo de vida ocupado y constante. Cuentan con poco tiempo en su fin de semana para recreación o descanso. Estudian y/o trabajan. Desea seguir aprendiendo e innovando en su trabajo.

Dedica aproximadamente 80 horas de trabajo a la semana. Le gusta su trabajo y busca como mejorar siempre, le gusta ayudar a su prójimo y realiza su trabajo con amor y dedicación. Se sienten satisfechos al hacer el bien, ayudan en lo que sea necesario.

Se involucran en actividades sociales. Les interesan los temas relacionados a salud, cuidados especiales, familia, nutrición y bienestar. Entre los valores que poseen se puede mencionar la paciencia, la responsabilidad, el respeto, la honestidad, el cuidado, la maternidad, lealtad y el amor.

Este tipo de personas trata de mantenerse actualizados en su área. Tienen acceso a internet y a redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube a través de una computadora propia o Smartphone. Le interesan temas como: tips acerca de cuidados especiales de personas de la tercera edad. Noticias actualizadas sobre el Alzheimer, cuidados especiales para personas de la tercera edad y enfermos de Alzheimer, recurso para mejorar en su trabajo, etc.

Son personas que están al pendiente de lo que alguien más pueda necesitar. Con actitud positiva. Son activas, positivas, alegres, confiables, sienten empatía por otras personas, muchas veces sienten que no se les retribuye como lo merecen. Caen muchas veces en frustración al no saber cómo ayudar a su paciente.

Acostumbrados a la publicidad tradicional guatemalteca (televisión, radio, periódico, mupis y vallas). Imágenes llamativas, y con buena composición. Acabados gráficos de calidad. Uso de internet y nuevas tecnologías.



Figura 7



Figura 8

## Relación entre el grupo objetivo y la Asociación

La comunicación entre profesionales de la salud y la Asociación se da, al igual que el primer grupo objetivo, de manera virtual, por medio de las redes sociales, Facebook y Whatsapp, también por medio de correo electrónico y llamadas telefónicas a la Asociación. Otro forma de comunicación es por medio de las redes sociales de los patrocinadores, Casa Médica y Universidad Galileo de Guatemala.



When it comes to aging, there are many different ways to live. Some people prefer to stay in their homes, while others prefer to move to a retirement community. The choice is yours, and it's important to consider all the options before making a decision. There are many benefits to living in a retirement community, including access to social activities, healthcare, and a safe and secure environment. However, it's also important to consider the costs and the level of independence you want to maintain. Take the time to research your options and talk to friends and family for advice. The goal is to find a place where you can live comfortably and enjoy the best of life in your later years.

There are many different ways to live in your later years. Some people prefer to stay in their homes, while others prefer to move to a retirement community. The choice is yours, and it's important to consider all the options before making a decision. There are many benefits to living in a retirement community, including access to social activities, healthcare, and a safe and secure environment. However, it's also important to consider the costs and the level of independence you want to maintain. Take the time to research your options and talk to friends and family for advice. The goal is to find a place where you can live comfortably and enjoy the best of life in your later years.



Presentación de la vida de esta mujer muestra que la esperanza de vida de las mujeres ha alcanzado e sobrepasado los 70 años por lo menos en 17 países de las Américas, entre otros a la de varias...

# 3.

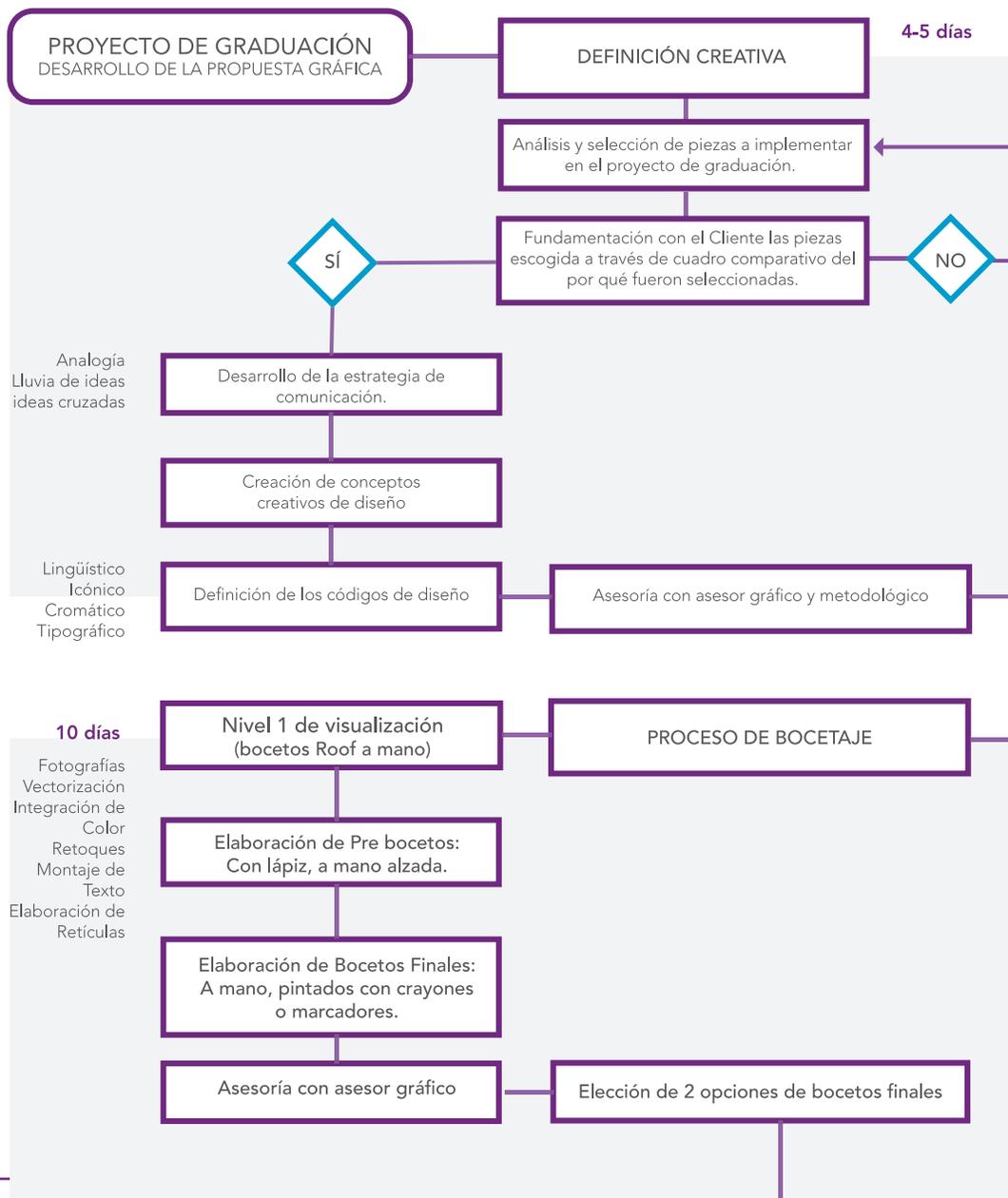
## PLANEACIÓN OPERATIVA

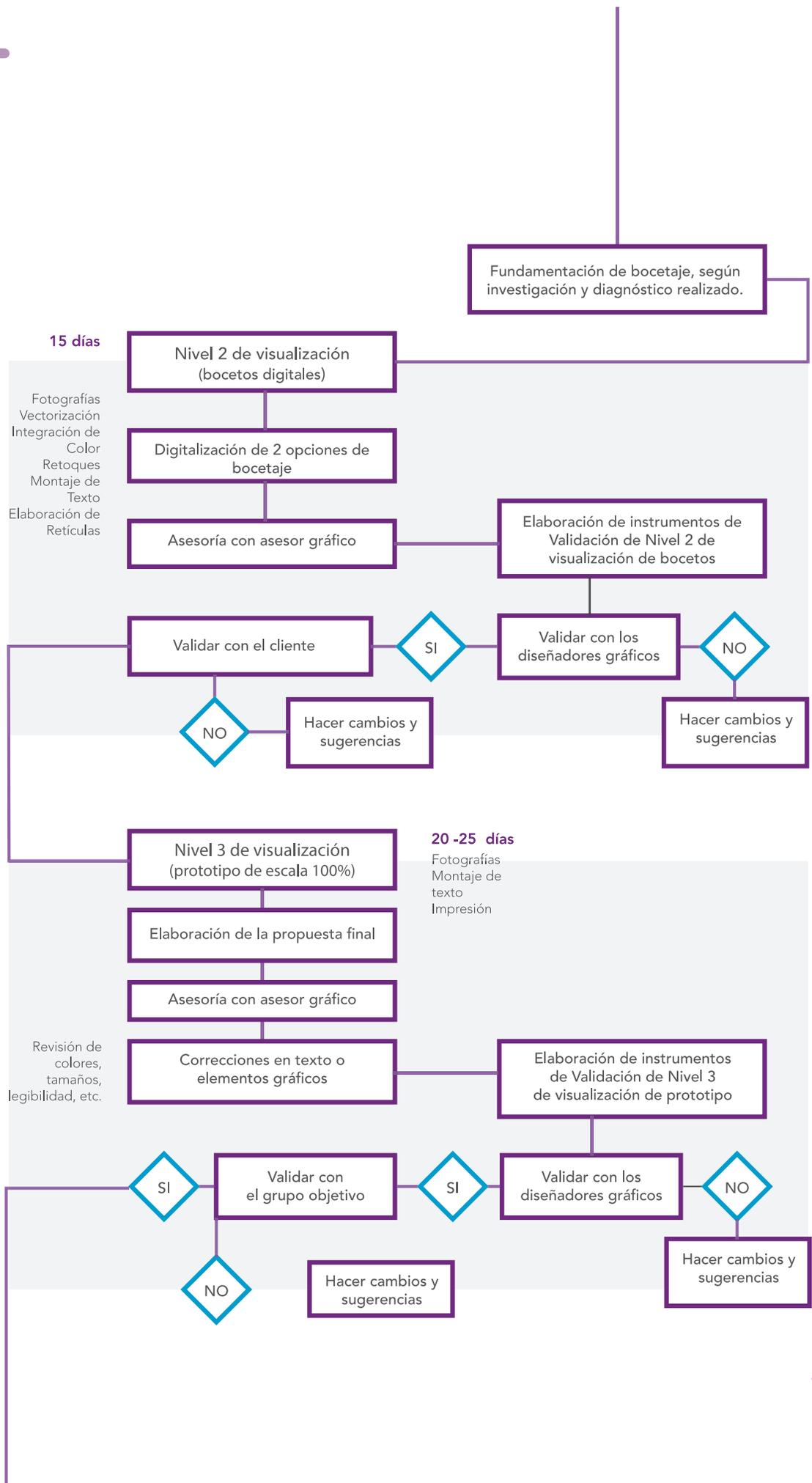
- Flujograma
- Cronograma de trabajo
- Previsión de recursos y costos

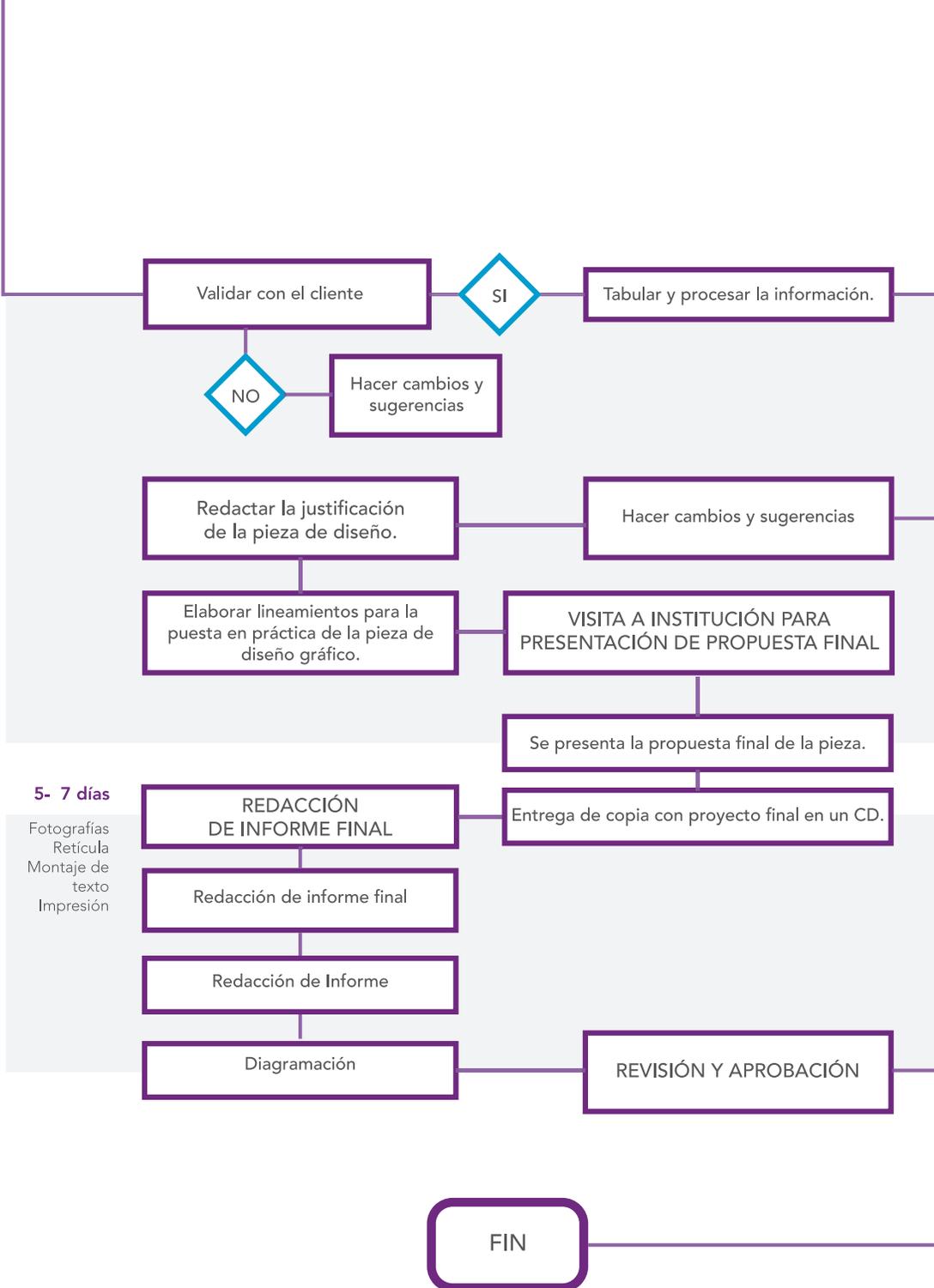
# FLUJOGRAMA

La planeación operativa consiste en definir los pasos a seguir para la aplicación del plan estratégico del proyecto a realizarse. Es una herramienta de gestión la cual facilita la coordinación de los recursos humanos, financieros y físicos. Su aplicación facilita la ejecución del proyecto ayudando a cumplir los objetivos establecidos.

El flujograma es una representación gráfica de los procesos a seguir para llevar a cabo un proyecto, ayudando a optimizar el proceso. En el siguiente flujograma de trabajo se muestra la gestión del proyectos, el cual nos permitió estimar el tiempo para su elaboración.



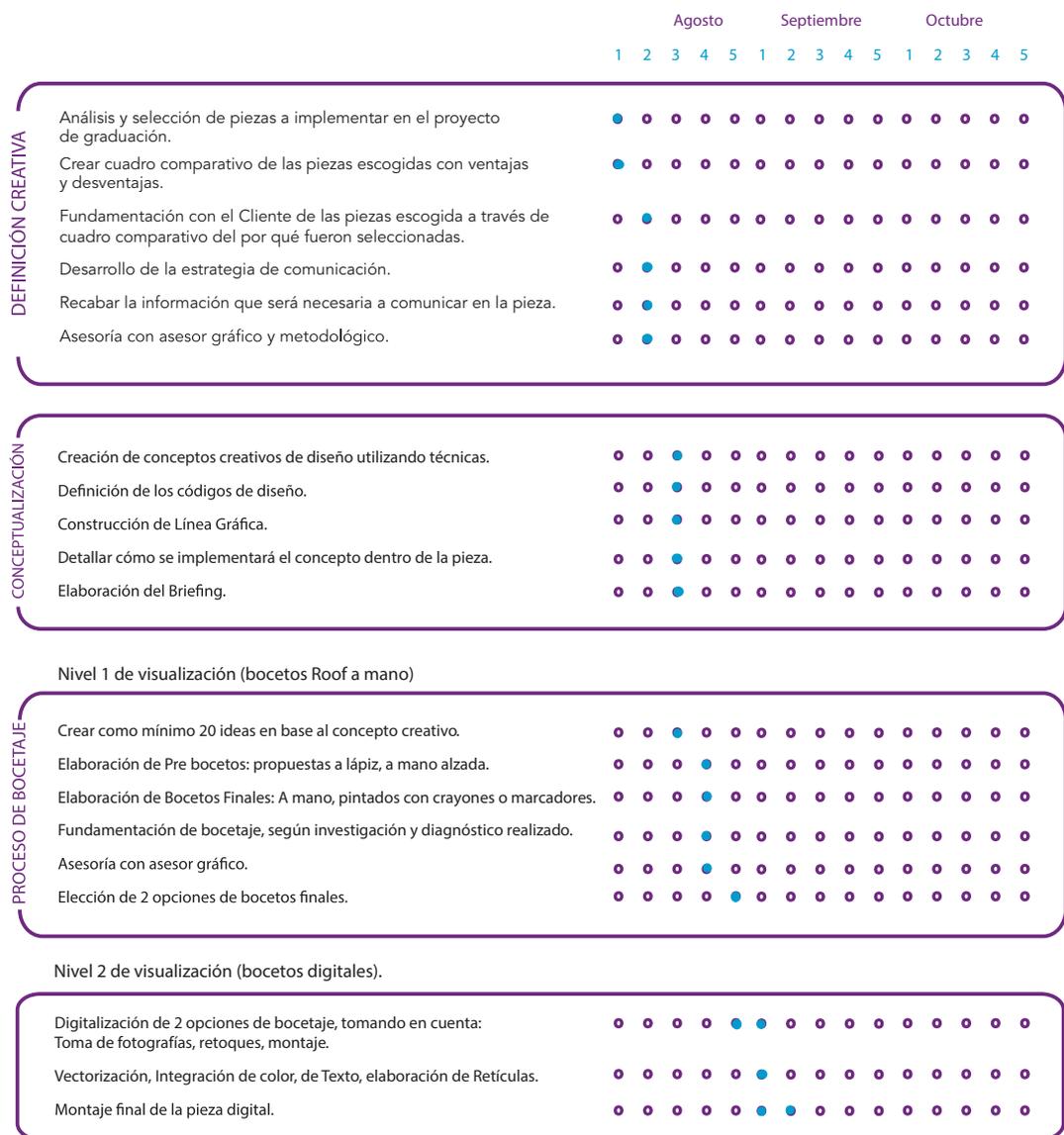




En el flujograma anterior se pueden observar los pasos a seguir desde la definición creativa hasta la elaboración del informe final. En cada sección se detallan los pasos que se llevaron a cabo para realizar el proyecto.

# CRONOGRAMA DE TRABAJO

El objetivo principal de un cronograma es la optimización del tiempo. Un cronograma funcional debe contener un conjunto de funciones y tareas que se deben llevar a cabo en un tiempo estipulado y bajo ciertas condiciones. El cronograma es una herramienta primordial al realizar un proyecto ya que garantizan una producción organizada. A continuación se muestra el cronograma con cada sección establecida en el flujograma anteriormente mostrado.



Elaboración de instrumentos de Validación de Nivel 2 de visualización de bocetos

Agosto      Septiembre      Octubre  
 1 2 3 4 5    1 2 3 4 5    1 2 3 4 5

Desarrollar una Encuesta para evaluar la funcionalidad del concepto y piezas del proyecto, dirigido al Cliente y a profesionales de Diseño gráfico.	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Correcciones del Asesor.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Validar con los diseñadores gráficos.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Validar con el cliente.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Tabulación de datos y elaboración de gráficos.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Hacer cambios y sugerencias.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Nivel 3 de visualización (prototipo de escala 100%)

Elaboración de la propuesta final.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Asesoría con asesor gráfico y metodológico.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Correcciones en texto o elementos gráficos.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Revisión de colores, tamaños, legibilidad, etc.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Elaboración de instrumentos de Validación de Nivel 3 de visualización de prototipo

Desarrollar una Encuesta para evaluar la funcionalidad del concepto y piezas del proyecto, dirigido al Cliente y a profesionales de Diseño gráfico.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Validar con los diseñadores gráficos.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Validar con los el grupo objetivo.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Validar con el cliente.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Tabular y procesar la información.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Hacer cambios y sugerencias.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Redactar la justificación de la pieza de diseño.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Elaborar lineamientos para la puesta en práctica de la pieza de diseño gráfico.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

VISTA A INSTITUCIÓN PARA PRESENTACIÓN DE PROPUESTA FINAL

Se presenta la propuesta final de la pieza.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Entrega de copia con proyecto final en un CD.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Redacción de informe final

Redacción de Informe.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Diagramación.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Revisión y aprobación.	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

# PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

Tener un estipulado de los recursos humanos y materiales ayudará a llevar a cabo el proyecto de una forma más ordenada y estratégica y así poder cumplir con objetivos planteados. A continuación, se enlistan los recursos que se consideran necesarios para el desarrollo y realización del proyecto.

## Recurso humano

- 1 especialistas en temas de Cuidados especiales para personas de la tercera edad y enfermos de Alzheimer.
- 1 asesor gráfico.
- 1 asesor metodológico.
- 1 diseñador gráfico.

## Recurso técnico

- Material informativo sobre Alzheimer y cuidados especiales para personas de la tercera edad.
- Material informativo sobre Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.
- Material informativo acerca de campañas promocionales.

## Equipo

- 1 computadora con programas de diseño gráfico (Adobe)
- 1 cámara fotográfica
- 1 impresora
- 1 tableta digital
- 1 teléfono celular

## Servicios

- Transporte
- Internet
- Telefonía móvil
- Energía eléctrica

## Materiales

- Lapiceros y lápices
- Papel
- Crayones
- Marcadores
- Rapidografos

La ejecución del proyecto requerirá fondos económicos para suministros, equipo, gastos de operación para movilización, etc. Se calculó el costo para el desarrollo del proyecto por tres meses con un costo estimado de Q4,070 (ver anexo 1).





# 4.

## DEFINICIÓN CREATIVA

- Brief de diseño
- Referentes visuales
- Estrategia de diseño
- Concepto creativo y premisas de diseño

# BRIEFING DE DISEÑO

La creatividad es la capacidad que tiene el ser humano de generar nuevas ideas o conceptos que habitualmente se producen para solucionar un problema de forma original. En la definición creativa planteamos las ideas principales para lograr los objetivos específicos de comunicación y diseño. Para poder cumplir con estos será necesario tomar en cuenta el problema y toda la información recopilada acerca del grupo objetivo, apoyándonos de distintas técnicas para desarrollar la solución adecuada.

El Briefing es un documento escrito que sirve como herramienta para llevar a cabo un proyecto. En este documento escrito se encuentra la mayor información necesaria del cliente, desde sus objetivos, su estrategia de comunicación (si cuenta con una), su público objetivo, sus servicios o productos, competencia, etc. con el objetivo de que toda la información proporcionada sea utilizada en el proyecto para tener resultados más acertados. El éxito del proyecto dependerá de la buena elaboración del briefing. Por ello a continuación se muestra el briefing elaborado para este proyecto.

## Descripción del cliente:



*Instalaciones de la Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala*

**Nombre de la institución:** Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala.  
**Dirección:** 10 Avenida A 1-48 zona 1, Ciudad de Guatemala, Guatemala.  
**Teléfono / Celular:** 22320324 - 47083190  
**Correo:** ermita.alzheimerguatemala@gmail.com  
**Redes sociales:** Asociación Grupo Ermita Alzheimer

### ¿Qué es Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala?

Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala, es una asociación sin ánimo de lucro, cuyo propósito es la ayuda al prójimo, ofreciendo apoyo, consejería, educación e información familiar a familiares, cuidadores, público en general y personal en salud, del cuidado del enfermo de Alzheimer y del adulto mayor, para una mejor y saludable calidad de vida.

La Asociación fue fundada el 26 de agosto de 1996. Nació por la necesidad de acompañar e informar a las personas que padecen la enfermedad del Alzheimer. Siendo la única asociación en Guatemala que apoya a familiares y pacientes de Alzheimer.

### Servicios que presta

- Diplomados de cuidados del Adulto Mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.
- Consulta médica
- .Evaluación, diagnóstico y tratamiento en el adulto mayor y enfermos con Alzheimer.
- Centro de día, Casa Doña Rebe
- Terapia física y recreativa

### Competencia directa

Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala **es la única asociación sin fines de lucro que apoya a pacientes con Alzheimer en Guatemala.**

Competencia de Diplomado o cursos con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas:

- Curso de Cuidadores de Adultos Mayores / Unidad Capacitaciones Medi Hogar



**Unidad Capacitaciones Medi Hogar**  
19 de abril

NO TE PIERDAS ESTA EXCELENTE OPORTUNIDAD DE CAPACITACION  
ULTIMOS DIAS DE INSCRIPCIONES GRATUITAS

Curso de Cuidadores de Adultos Mayores  
=====

Curso Teórico Práctico impartido por equipo multidisciplinario de Profesionales de la Salud

Prácticas en Centros Ambulatorios y Permanentes de Atención de Adultos Mayores en los municipios de San José Pinula, Palencia y varias zonas de la ciudad capital

Inscripcion GRATIS durante el mes de abril. mensualidades de Q 150.00  
 Dos horarios disponibles  
 Sábado de 13:00 a 15:00 horas  
 Domingo de 8:00 a 10:00 horas

Otros horarios disponibles a solicitud, también se imparte en centros interesados  
 Iniciamos en mayo 2018

Información e inscripciones en nuestra sede ubicada en la 8o. Ave 3-48 zona 2 de San José Pinula todos los días de 8:00 a 12:00 y de 14:00 a 18:00 horas.  
 Teléfono whatsapp 42478790 mail: cursosmedihogar@gmail.com

Figura 9

- Diplomado en Gerontología / Universidad Da Vinci de Guatemala



Figura 10

- Diplomado Universitario en Terapia de Soporte y Cuidados Paliativos / Universidad Panamericana



Figura 11

Sin embargo ninguno de los cursos y diplomados de la competencia cuenta con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.

---

## Identidad visual actual



Figura 12



Figura 13

Actualmente la Asociación cuentan con un rebranding, el cual fue lanzado en la campaña promocional del Congreso Iberoamericano de Alzheimer, y en redes sociales de la Asociación. Sin embargo hasta el momento la Asociación no cuentan con ningún material impreso con la nueva imagen.

## Antecedentes de comunicación visual

La Asociación Ermita de Alzheimer de Guatemala no ha realizado anteriormente ninguna campaña publicitaria para promocionar sus servicios. Su comunicación visual es escasa. Cuenta con poco material promocional del Diplomado en su redes sociales.

Patrocinadores del Diplomado, como Casa Médica realizan material promocional por su cuenta para dar a conocer el Diplomado en sus redes sociales.

### Producto:

Estrategia de comunicación

### Descripción del proyecto

Estrategia de comunicación para promocionar el diplomado "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de alzheimer".

### Especificaciones del proyecto

- La campaña de comunicación deberá ser lanzada antes del mes de enero del 2019.
- Deberá contener la línea gráfica del rebranding.
- Se patrocinará el diplomado en línea y presencial.
- Tomar en cuenta que no se contará con presupuesto establecido para este proyecto.
- Deberá promocionarse en sus redes sociales, como en los medios patrocinados (periódico y radio).

### Propósito

Dar a conocer el diplomado "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de alzheimer" presencial y en línea.

### **Objetivo clave del material gráfico**

Mejorar la comunicación entre la institución y su grupo objetivo por medio de una estrategia de comunicación para promocionar su servicio de Diplomado del “Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer”. Aumentando el número de participantes en el diplomado, al mismo tiempo que la calidad de vida de sus pacientes mejore.

### **Tono o imagen a transmitir**

Valores de apoyo, empatía y amor al prójimo. La asociación desea convertirse en un lugar de apoyo para pacientes y familiares con Alzheimer. Deberá tener un tono de voz amigable, servicial, formal pero no conservador.

**Fecha entrega:** 31 de octubre de 2018

**Fechas de primera presentación:** 15 - 30 de septiembre

**Fechas de segunda presentación:** 15 - 31 de octubre

**Formato:** Impreso y digital

### **Archivos que se necesitan:**

Logotipo de la Asociación y patrocinadores. Información completa del diplomado. Manual de normas gráficas del rebranding.

### **Medición de éxito del proyecto:**

Validación por encuesta.

**Presupuesto:** No disponen

## **Público objetivo:**

La Asociación brinda el Diplomado del “Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer” cualquier guatemalteco que desee aprender más acerca de estos cuidados especiales, pero existe principal interés en profesionales de la salud, quienes ya trabajan o desean trabajar con personas de la tercera edad y/o enfermos de Alzheimer y familiares responsables de los cuidados de los antes mencionados. Por esta razón se optó en tener dos grupos objetivos, los cuales se presentan a continuación.

### **1. Personas con familiares de la tercera edad, familiares de enfermos de Alzheimer:**

#### **Características demográficas:**

Residen en áreas urbanizadas de Quetzaltenango, Retalhuleu, Escuintla, Sacatepéquez, Chimaltenango, Izabal, Quiché, Chiquimula, Jutiapa, Jalapa, Baja Verapaz, Alta Verapaz, Suchitepéquez, Huehuetenango, Totonicapán, San Marcos, Sololá y Guatemala. En casas con todos los servicios, en colonias o barrios populares.

#### **Características sociodemográficas**

Tienen entre 25 a 65 años de edad, en su mayoría son mujeres, un 81% y hombres un 19%. De nacionalidad guatemalteca, con un nivel de educación media y superior. El 100% habla el idioma español. Regularmente son amas de casa y se encargan del cuidado de familiares de la tercera edad y/o pacientes con Alzheimer.

### **Características socioeconómicas**

Su nivel de Ingresos mensuales de Q2,900 en adelante. Clases social c, c+, b-.

### **Características psicográficas**

La mayoría ha dejado de estudiar o trabajar. Son amas de casa, dedica tiempo a su familia, cuida a su madre y/o padre. Son una hija (os) y madre dedicada 100%. Disfrutan pasar tiempo con su familia y de actividades fuera de casa. Les interesan los temas de salud, familia, nutrición, bienestar, etc. Entre los valores que poseen se puede mencionar la paciencia, la responsabilidad, el respeto, la honestidad, el cuidado, la maternidad, lealtad y el amor. Son activas, positivas, confiables, sienten empatía por otras personas. Retienen mucho cansancio. A veces se sienten incomprensibles. Desean tener la mejor actitud siempre, aunque a veces no puede por su nivel de estrés y cansancio.

Tienen acceso a internet y a redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube a través de una computadora propia o Smartphone. Les interesan ver temas de salud, nutrición bienestar, etc. Sin embargo aún lee el periódico y escuchan la radio.  
(Ver anexo 2)

## **1. Profesionales de la salud, cuidadores (as), enfermeros (as).**

### **Características demográficas:**

Residen en áreas urbanizadas de Quetzaltenango, Retalhuleu, Escuintla, Sacatepéquez, Chimaltenango, Izabal, Quiché, Chiquimula, Jutiapa, Jalapa, Baja Verapaz, Alta Verapaz, Suchitepéquez, Huehuetenango, Totonicapán, San Marcos, Sololá y Guatemala. En casas con todos los servicios, en colonias o barrios populares.

### **Características sociodemográficas**

Tienen entre 25 a 50 años de edad. Mujeres y Hombres, en su mayoría son mujeres. De nacionalidad guatemalteca y con nivel educativo medio y superior. El 100% habla el idioma español. Su estado civil es solteros y casados. Son enfermeros y enfermeras con pacientes de la tercera edad y enfermos de Alzheimer. Cuidadores de pacientes de la tercera edad y enfermos de Alzheimer y trabajadores de asilos, sin ningún estudio previo.

### **Características socioeconómicas**

Su nivel de ingresos mensuales es de Q2,900 en adelante. Clases social c, c+, b-.

### **Características psicográficas**

Tienen un ritmo de vida ocupado y constante. Cuentan con poco tiempo en su fin de semana para recreación o descanso. Estudian y/o trabajan. Desea seguir aprendiendo e innovando en su trabajo. Dedicar aproximadamente 80 horas de trabajo a la semana. Le gusta su trabajo y busca como mejorar siempre, le gusta ayudar a su prójimo y realiza su trabajo con amor y dedicación. Se sienten satisfechos al hacer el bien, ayudan en lo que sea necesario.

Se involucran en actividades sociales. Les interesan los temas relacionados a salud, cuidados especiales, familia, nutrición y bienestar. Entre los valores que poseen se puede mencionar la paciencia, la responsabilidad, el respeto, la honestidad, el cuidado, la maternidad, lealtad y el amor.

Tienen acceso a internet y a redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube a través de una computadora propia o Smartphone. Le interesan Son personas que están al pendiente de lo que alguien más pueda necesitar. Con actitud positiva.

## RECOPIACIÓN DE REFERENTES VISUALES

Se buscaron casos análogos sobre campañas de concientización y promoción de servicios de Alzheimer. Con la búsqueda realizada se obtuvieron los siguientes referentes visuales los cuales da una clara idea de lo que ya se ha hecho y cómo ha reaccionado el grupo objetivo ante estas.



Figura 14



Figura 15

¿Te imaginas olvidar el nombre de tu calle?  
#CallesEnBlanco

**Obra Social "la Caixa"**

**fundación pasqual maragall**

Con la colaboración de:  
Ajuntament de Barcelona

**Hoy miles de personas están sufriendo los primeros síntomas del alzhéimer**

La desorientación y el olvido de nombres comunes son algunos de los primeros síntomas del alzhéimer. En el Día Mundial del Alzhéimer, desde la Fundación Bancaria "la Caixa" rendimos homenaje a la labor imprescindible de las personas que trabajan e investigan para que esta enfermedad sea solo un recuerdo del pasado.

Impulsando proyectos como este, entre muchos otros, ayudamos a mejorar la salud de todo el mundo.

Colabora para hacerlo posible en [fpmaragall.org](http://fpmaragall.org)

*Con los Imprescindibles*

Figura 16

El Alzheimer ataca lo más preciado del ser humano, sus recuerdos.

Prevenir es ganar tiempo. Septiembre, Mes Mundial del Alzheimer.

[/consejopublicitarioargentino](https://www.facebook.com/consejopublicitarioargentino)  
[@consejopublarg](https://twitter.com/consejopublarg)  
[consejopublicitario.org](http://consejopublicitario.org)

Figura 17

## DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO

La Asociación Grupo Ermita cuenta con distintos servicios dentro y fuera de la Asociación, como Consulta médica, evaluación, diagnóstico y tratamiento en el adulto mayor y enfermos con Alzheimer, Centro de día Casa Doña Rebe, terapia física y el diplomado del "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer", el cual es el único en Guatemala que brinda conocimientos sobre cuidados para pacientes con alguna demencia, entre ellas el Alzheimer. Este diplomado está dirigido para cualquier persona que desee aprender sobre estos los cuidados especiales para las personas de la tercera edad y enfermos con Alzheimer. El diplomado está avalado por el Ministerio de Salud, la Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala y la Universidad Galileo.

En el año 2004 la Asociación inició el Diplomado del "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer", graduando hasta ahora, a su XXVI promoción. Desde que inició el diplomado ha surgido la necesidad de una estrategia de comunicación que dé a conocer este servicio. El diplomado ha sido promocionado en la red social de la Asociación, sin embargo dentro del personal de la Asociación Grupo Ermita no cuentan con conocimientos de comunicación visual, creando material inadecuado y poco funcional. Sus patrocinadores han creado material para la promoción de este diplomado, sin embargo no se utiliza de la mejor forma, ya que la Asociación cuenta con material diferente al de sus patrocinadores creando ruido en la comunicación y confusión en el mensaje. Actualmente la Asociación Grupo Ermita junto con la Universidad Galileo lanzaron el diplomado en línea, en el cual podrá contar con participantes del interior de país, y así poder llegar a crear mayor conciencia en las personas sobre

los cuidados necesarios para enfermos con alzheimer, aumentando la calidad de vida de estos. Este diplomado aún no cuenta con la cantidad de participantes establecidos, esto se debe a la falta de una estrategia de comunicación que lo dé a conocer.

La Asociación Grupo Ermita ha creado el Diplomado del "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer" para brindar un apoyo educativo a personas que están a cargo de estos cuidados especiales.

La estrategia de comunicación para promocionar el diplomado tiene como principal objetivo ayudar a mejorar la calidad de vida de los enfermos de Alzheimer, a través de cuidados especiales. Para tener un mayor número de participantes en este diplomado la Asociación Grupo Ermita debe crear conciencia en las personas acerca de los cuidados especiales que necesita una persona de la tercera edad y los enfermos de Alzheimer. La estrategia de comunicación debe comunicar y crear conciencia acerca de estas necesidades en las personas responsables.

El principal objetivo de la Asociación Grupo Ermita es ayudar a las personas de tercera edad, ancianos discapacitados y en particular las que padecen enfermedad de Alzheimer. El desarrollar una estrategia de comunicación visual para promocionar el diplomado "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer" motivará a su participación a médicos, enfermeras, cuidadores y familiares de pacientes con Alzheimer, aumentando el número de participantes, al mismo tiempo que la calidad de vida de los pacientes de estos mejorará, al igual que incrementarán las ganancias de la Asociación Grupo Ermita, ayudando a mejorar la calidad

de vida de los pacientes que atienden en su Centro de Día "Casa Doña Rebe", otro servicio que prestan dentro de la Asociación.

Para poder comunicar el mensaje de forma clara y sin ruidos se realizará una estrategia de comunicación para promocionar el diplomado. La estrategia de comunicación para promocionar un servicio tiene como objetivo aumentar las ventas del mismo, atraer la atención de los clientes y mejorar la imagen de marca. Es muy importante que los consumidores tengan toda la información que ellos necesitan para elegir o descartar nuestros servicios.

Para la realización de este proyecto se tendrá el apoyo del asesor metodológico, el cual verificará que los procesos se lleven de forma correcta para el cumplimiento de los objetivos planteados. Se contará con el apoyo de la asesora gráfica, misma que asesorará el Ejercicio Profesional Supervisado. La catedrática asesorará el proceso conceptual y que las premisas de diseño se cumplan. También se contará con el apoyo de un experto en el tema del Alzheimer, uno de los principales fundadores de la Asociación Grupo Ermita y del diplomado "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer", actualmente el presidente honorífico de la Asociación, el doctor Mario Luna de Florán, quien guiará en el proceso de comunicación, verificando y aprobando toda la información utilizada para la estrategia de comunicación. También será necesaria la colaboración del grupo objetivo y colegas de diseño gráfico para la validación de las piezas.

La campaña promocional será implementada principalmente en Facebook, por su bajo coste y su facilidad de uso, además que es el medio más

utilizado por el target. Se realizará un plan de contenidos promocional para dos meses, noviembre y diciembre, en facebook y los post (imagenes y videos) para ser publicados.

Al tener una base de datos con todos los posible compradores, leads, generada por la campaña realizada en facebook, se enviará por medio de correo electrónico, en formato pdf, toda la información necesaria del diplomado (Costo, requisitos, fechas, programa, etc). Esta base de datos será útil, más adelante, para informar de futuras actividades y servicios de la Asociación Grupo Ermita.

En el periódico, se realizarán dos publicaciones mensuales durante un mes (junio o julio). En la radio se tendrá presencia 15 veces al día por 20 días, en más de 5 emisoras de Emisoras Unidas, durante el mes de noviembre o diciembre. Al mismo tiempo dentro de las instalaciones de la Asociación se tendrá material impreso para dar mayor información a quienes llegan al lugar. Se debe tomar en cuenta que toda la información publicada será de interés para nuestro grupo objetivo.

Algunas piezas gráficas de la campaña serán publicadas de forma digital, es decir por medio de redes sociales como facebook y correo electrónico.

Se tendrá el patrocinio de medios tradicionales como la radio para la promoción del diplomado durante veinte días. También será publicada en medios tradicionales impresos, dos veces al mes en el periódico. Se implementarán materiales promocionales impresos dentro de la asociación se contará con material impreso para brindar mayor información acerca del diplomado.

## TABLA COMPARATIVA DE LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE PIEZAS DE DISEÑO

En base a una tabla comparativa de ventajas y desventajas, se tomó la decisión de cuál pieza era la más factible para ayudar a resolver el problema de comunicación visual de la Asociación Grupo Ermita.

<i>Material</i>	<i>Ventajas</i>	<i>Desventajas</i>
<i>Estrategia de comunicación promocional</i>	<p>Se puede llegar a más personas en menos tiempos.</p> <p>Se pueden realizar distintas piezas para llegar al grupo objetivo.</p> <p>La asociación conseguirá mucha visibilidad por medio de RRSS a poco coste.</p> <p>Una estrategia de comunicación refuerza el posicionamiento de la marca en la mente del consumidor.</p> <p>Ayudará a crear conciencia sobre el Alzheimer en más personas.</p> <p>Es responsable con el medio ambiente, pues será poco material impreso.</p> <p>Apoyo de distintos patrocinadores para medios tradicionales (radio y periódico).</p> <p>Apoyo de patrocinadores en sus RRSS.</p>	<p>Nueva imagen gráfica de la Asociación fue lanzada en el mes de agosto.</p> <p>Poco reconocimiento de la Asociación a nivel nacional.</p> <p>No se cuenta con un presupuesto establecido.</p>

<i>Material</i>	<i>Ventajas</i>	<i>Desventajas</i>
<i>Material audiovisual</i>	<p>Los contenidos audiovisuales permiten observar la realidad y visualizar de manera más sencilla, aumentando el número de espectadores.</p> <p>Tienen más facilidad de comprensión por su realismo.</p> <p>Fácil de compartir y poder ser viralizado.</p> <p>Es responsable con el medio ambiente ya que no se necesita imprimir ningún material.</p>	<p>Información dentro del video no podrá ser modificada.</p> <p>No se cuenta con presupuesto para general un material audiovisual.</p> <p>Congreso Iberoamericano de Alzheimer genera poco tiempo de parte de las autoridades de la Asociación.</p>
<i>Revista informativa</i>	<p>Se puede leer en cualquier momento y lugar.</p> <p>No se necesitan conocimientos electrónicos o diferentes dispositivos para poder leerlo.</p> <p>No se necesita electricidad o estar conectado a alguna red.</p> <p>Se puede informar de forma más extensa sobre el tema del Alzheimer, para crear mayor interés en las personas.</p> <p>Por medio de imágenes se puede crear un interés mayor y motivación a seguir leyendo e informándose.</p>	<p>Contenido demasiado denso que puede provocar desinterés en el usuario.</p> <p>Presupuesto limitado para su reproducción.</p> <p>No se cuenta con contenido propio para utilizar en la creación de una revista.</p>

## CONCEPTO CREATIVO

Un concepto es una representación mental de un objeto o hecho, es la idea que tenemos acerca de ese objeto o hecho. Cuando se habla de un concepto creativo se refiere a los lineamientos de una idea que figuran en una o más piezas de comunicación, con los cuales la idea llega a entenderse. Esta idea le da sentido a la pieza y actúa en complemento del insight. El concepto creativo surgió a partir del estudio de ambos grupos objetivos, mediante entrevistas, observación en el Centro de Día de la Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala, y demás recursos digitales.



---

## Mapas de empatía

### 1. Personas con familiares de la tercera edad, familiares de enfermos de Alzheimer.

#### Qué ve

En Guatemala hay muy poca información y apoyo para las personas con Alzheimer. Tiene el apoyo de su familia, sin embargo no saben cómo ayudarlo con los cuidados. Ven que en otros países tienen mayor apoyo los cuidadores principales de personas con Alzheimer. No sabe con quién hablar sobre esta enfermedad y busca muchas veces información en internet o en sus redes sociales. Ve mucho contenido que le brinda apoyo para cuidar a su familiar adulto mayor.

#### Qué escucha

Escucha los comentarios, consejos y tips que le brindan sus amigos y familia. Pone mucha atención a las indicaciones de los médicos y profesionales de la salud. Escucha muchas veces videos, ya que no cuenta con mucho tiempo, no los ve, solamente los escucha. Escucha los consejos de otros cuidadores que encuentra en internet o en sus redes sociales. Tips, consejos y novedades de la enfermedad de Alzheimer por medio de sus redes sociales, anuncios de radio, blogs, entrevistas, libros, etc.

#### Qué dice y hace

Lleva una vida muy ocupada, muchas veces en estado de estrés y cansancio por la sobrecarga de los cuidados. Necesita ayuda para manejar mejor su rutina y la de su familiar. No tiene tiempo para sí misma. Ama a su familiar y a pesar de todo el cansancio, estrés y sobrecarga ama cuidar de él.

#### Qué piensa y siente

Siente frustración al no saber qué hacer con su familiar con Alzheimer. Piensa que puede ayudarlo como debería. Se siente sin esperanza. Está perdiendo a su familiar y no puede detenerlo. Siente que está perdiendo su libertad. Siente cansancio, sobrecarga, estrés, tristeza, dolor y muchas veces depresión.

#### Esfuerzos

No sabe cómo cuidar a su familiar con Alzheimer. No tiene cura para esta enfermedad. Tiene que ser una persona fuerte para su familiar. Un país inconsciente sobre esta enfermedad. Poco apoyo familiar Situación económicamente inestable. Poco tiempo para sí misma. No sabría atender una emergencia médica.

#### Resultados

Brindar mejor apoyo a su familiar con Alzheimer. Mejorar la calidad de vida tanto de su familiar como de él o ella. Informarse mejor acerca de esta enfermedad.

## 2. Profesionales de la salud, cuidadores (as), enfermeros (as).

### Qué ve

Ambiente de trabajo con profesionales de la salud. Lee sobre temas de salud, cuidados de personas de la tercera edad, cuidados especiales para personas con alguna demencia. Se informa sobre las diferentes demencias. Ve referencias de cuidados profesionales en otros países. Lee revistas, informes, periódicos, blogs. Está al pendiente de sus redes sociales, sigue a páginas que hablen temas de salud o adulto mayor. Tiene su propia familia muchas veces. No cuenta con mucha información acerca de los cuidados profesionales para pacientes con Alzheimer.

### Qué escucha

Comentarios de sus familiares y amigos, entre ellos “Trabajas mucho, debes descansar más, admiro tu paciencia y entrega, ya haces todo lo que puedes”. Escucha comentarios de que el Alzheimer es una enfermedad difícil de llevar por la poca información que se tiene. Es una enfermedad dura y que necesita mucha dedicación, paciencia y amor. Escucha normalmente la radio, audios de whatsapp, podcast, música cuando puede.

### Qué dice y hace

Dice que su trabajo es muy cansado. Dedicar mucho tiempo a él. Su carrera necesita mucha paciencia y entrega. Sufre al ver a su paciente con esa enfermedad y no poder ayudarlo mejor. Tiene poco tiempo para su familia. Habla con todos los que puede acerca de esta enfermedad. Lo más importante para él o ella es su familia, su paciente y hacer bien su trabajo. Es confiable y responsable.

### Qué piensa y siente

Siente amor a su profesión. Ama al prójimo y siempre que puede brindar el apoyo necesario. Siente empatía hacia las demás personas. Se siente frustrado al no saber qué hacer con un paciente con Alzheimer. Siente que debe esforzarse más con los cuidados que necesita una persona con Alzheimer. Siente dolor al ver como la familia del paciente sufre con él. Se siente parte de la familia del paciente con Alzheimer.

### Esfuerzos

No sabe cómo tratar y cuidar a un paciente con Alzheimer. Teme no hacer bien su trabajo. Siente dolor al ser olvidado. Necesita más conocimientos acerca de la enfermedad de Alzheimer. En Guatemala existe poco apoyo para cuidadores de personas con Alzheimer. Miedo a no seguir aprendiendo más en temas relacionados a su carrera.

### Resultados

Más conocimientos y herramientas para poder hacer bien su trabajo. Mejor retribución económica en su trabajo. Plus en el sector de salud y cubrir la demanda. Más oportunidad de empleo. Ver mejoras en su trabajo.

## Insights

Un insight se podría describir en tres palabras como una verdad no revelada. Mediante un insight, la persona capta mejor el mensaje, por ello es utilizado para crear la solución a un problema de forma creativa. En base a un insight se pueden generar una serie de ideas. Un insight ayuda a motivar a una persona hacia una marca o producto. Para poder descubrir un insight es necesario colocarnos en el papel del consumidor, en sus situaciones, conocimientos y experiencias vividas. El insight es la vida diaria de nuestro consumidor mostrada en un anuncio. Es una situación obvia, que se convertirá en obvia en el momento en que lo descubrimos.

Para poder obtener los siguientes insights, se realizó una entrevista con los cuidadores del Centro de día de la Asociación Grupo Ermita, se analizaron entrevistas realizadas a cuidadores y familiares de Alzheimer, conversatorios, conferencias de familiares con esa enfermedad y se escucharon distintos podcasts de entrevistas con psiquiatras que atienden como pacientes a cuidadores y familiares de Alzheimer.

### **Personas con familiares de la tercera edad, familiares de enfermos de Alzheimer:**

- Tengo el dilema entre atender a mi propia familia o cuidar de mi madre enferma.
- Dejé mi trabajo para atender a mi madre.
- Odio ver a mi hija pequeña llorando porque no le dedico tiempo.
- Tenga la sensación de que perdí mi libertad.
- Me duele saber que mi madre ya no me recuerda.
- Sé que mi madre no olvida el cariño que le tenemos aunque olvide nuestro nombre.
- A veces me desespera ver a mi madre así, me duele.
- Es difícil ser fuerte para esto.
- Inconscientemente no quiero aceptar la enfermedad de mi madre/padre.
- De ser la hija pase a ser la madre.
- **No se como cuidar a mi mamá/papá con Alzheimer**
- Debo ser fuerte para ella.
- Mi madre solo es la fachada, interiormente no es la misma.
- La paciencia se me acaba, no veo mejoras, es todo lo contrario.

### **Profesionales de la salud, cuidadores (as), enfermeros (as):**

- No se como ayudar a mi paciente con su enfermedad (Alzheimer).
- Necesito saber sobre cuidados especiales para poder atender bien a mi paciente con Alzheimer.
- Me gustaría ayudar más a mi paciente.
- **No sé cómo cuidar a mi paciente con Alzheimer.**
- Sufro el dolor de mi paciente y sus familiares.
- Es muy duro que tu paciente no te reconozca ni reconozca todo el esfuerzo que haces por él.
- Me siento culpable porque no sé si hice algo bien por él.
- A los cuidadores no se nos ve, pero estamos ahí.
- Soy más que un cuidador para mi paciente
- El que cuida al enfermo de Alzheimer sufre con él

Al realizar una lista de Insight por cada grupo objetivo se llegó a la conclusión que ambos tenían en común un mismo Insight, ya que ambos tenían la misma necesidad, información sobre los cuidados especiales para personas con Alzheimer. Teniendo esto claro, se concluyó que el insight para el presente proyecto fuera **"Necesito ayuda para cuidar a una persona con Alzheimer"**. Ya que en su mayoría, las personas que cuidan a una persona con Alzheimer, el cuidador principal, no cuentan con conocimientos profesionales sobre estos cuidados, aun siendo profesionales de la salud, no se les prepara académicamente para enfrentarse ante esta enfermedad. Creando frustración, estrés, depresión, sobrecarga y otros factores psicológicos, físicos y emocionales que debe afrontar el cuidador ante el cuidado no profesional de una persona con Alzheimer.

## Definición del concepto creativo

Para poder llevar a cabo el proceso de definición de concepto creativo, se utilizaron cuatro técnicas para generar ideas, relaciones forzadas, Idear, Metáfora y Mapas mentales. Estos ayudaron al proceso de generar ideas y llevarlas más allá de lo común, convirtiéndolas en ideas originales. A continuación se muestra el proceso que se llevó a cabo en cada una de las técnicas y la definición.

### 1. Relaciones forzadas

Las relaciones forzadas es una técnica que ayuda a generar ideas más creativas, esta técnica fue desarrollada por Charles S. Whiting en 1958. Consiste en combinar lo conocido con lo desconocido, creando una nueva idea, más original. En la siguiente relación forzada se utilizó el problema para ser combinado con palabras buscadas al azar.

#### La descomposición

**Problema:** Patrocinar el diplomado "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de alzheimer".

Descomposición de los elementos:

#### *Alzheimer*

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| 1. Enfermedad   | 11. Paciente    |
| 2. Avance       | 12. Hija        |
| 3. Memoria      | 13. Madre       |
| 4. Familia      | 14. Ayuda       |
| 5. Conexiones   | 15. Sentimiento |
| 6. Degeneran    | 16. Atención    |
| 7. Célula       | 17. Olvido      |
| 8. Recuerdos    | 18. Dolor       |
| 9. adulto mayor | 19. Paciencia   |
| 10. Cuidados    | 20. Persona     |

*Selección de la palabra de la lista al azar:*

- |                  |                     |
|------------------|---------------------|
| 1. Foco          | 19. anteojos        |
| 2. alpes         | 20. enojar          |
| 3. cabecear      | 21. racimo          |
| 4. altura        | 22. intendente      |
| 5. archivar      | 23. pantuflas       |
| 6. avispa        | 24. foto            |
| 7. honrado       | 25. escena          |
| 8. actores       | 26. radiación       |
| 9. esponja       | 27. pierna          |
| 10. oficial      | 28. apuesta         |
| 11. despertar    | 29. croar           |
| 12. pozo         | 30. vibrar          |
| 13. delantal     | 31. comparsas       |
| 14. descendiente | 32. gorra           |
| 15. sacapuntas   | 33. galería de arte |
| 16. asientos     | 34. gramos          |
| 17. toneladas    | 35. cáscara         |
| 18. biblioteca   | 36. moda            |

La palabra "despertar". Se descompone en elementos clave:  
Despertar

- |                |                  |
|----------------|------------------|
| 1. Dormir      | 12. Sentimiento  |
| 2. Interrumpir | 13. Deseo        |
| 3. Sueño       | 14. Realidad     |
| 4. Surgir      | 15. Olvido       |
| 5. Manifestar  | 16. Impresión    |
| 6. Conciencia  | 17. Latente      |
| 7. Recordar    | 18. Relacionar   |
| 8. Agilidad    | 19. Inteligencia |
| 9. Aumentar    | 20. Despejar     |
| 10. Inicio     |                  |
| 11. Recuerdo   |                  |

Los elementos descompuestos se combinan entre sí:

#### Alzheimer

#### Enfermedad

- |                 |                 |                 |                  |
|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| 1. Enfermedad   | 11. Paciente    | 21. Dormir      | 31. Recuerdo     |
| 2. Avance       | 12. Hija        | 22. Interrumpir | 32. Sentimiento  |
| 3. Memoria      | 13. Madre       | 23. Sueño       | 33. Deseo        |
| 4. Familia      | 14. Ayuda       | 24. Surgir      | 34. Realidad     |
| 5. Conexiones   | 15. Sentimiento | 25. Manifestar  | 35. Olvido       |
| 6. Degeneran    | 16. Atención    | 26. Conciencia  | 36. Impresión    |
| 7. Célula       | 17. Olvido      | 27. Recordar    | 37. Latente      |
| 8. Recuerdos    | 18. Dolor       | 28. Agilidad    | 38. Relacionar   |
| 9. adulto mayor | 19. Paciencia   | 29. Aumentar    | 39. Inteligencia |
| 10. Cuidados    | 20. Persona     | 30. Inicio      | 40. Despejar     |

1. Recuerdos - Dormir: Recuerdos dormidos
2. Cuidados - Agilidad: Cuidadores ágiles
3. Perder - Sueño: Sueños perdidos
4. Enfermedad - Conciencia: Conscientes en la enfermedad
5. Recuerdos - Aumentar: Recuerdos aumentados
6. Familia - Conciencia: Familia consciente
7. Familia - Recordar: Recuerdo familiar
8. Cuidados - Recordar: Recordar es cuidar
9. Enfermedad - Inicio: Principiantes de la enfermedad
10. Hija - Conciencia: Hijos conscientes
11. Cuidados - Latente. Cuidados latentes
12. Madre - Dormir: Padres dormidos
13. Persona - Dormir: Personas dormidas
14. Sentimiento - Surgir: Sentimientos surgidos
- 15. Persona - Latente: Persona latente**
16. Recuerdo - Latente. Recuerdos latentes
17. Cuidados - Relacionar: Relacionando los cuidados
18. Memoria - Inteligencia: Memoria inteligente
19. Paciente - Olvido: Paciente en olvido
20. Cuidados - Despejar: Despejando dudas de cuidados

El resultado que se obtuvo de la técnica de relaciones forzadas fue "**Persona latente**".

## 2. Ideart

Ideart es una técnica de generación de ideas que utiliza estímulos visuales, como fotografías, ilustraciones, esculturas, habitualmente es utilizado con pinturas. Fue creada en el año 2000 por Franc Ponti, profesor de EADA. Ante una necesidad de solucionar un problema de manera creativa, se escoge de manera intuitiva un estímulo visual, como los anteriormente mencionados, que pueda generar analogías y asociaciones. En primer lugar se trata de describir la imagen y "jugar" con los conceptos que de ella puedan derivarse. Podemos construir historias, detectar aspectos ocultos, hacer comparaciones, etc. Luego como paso fundamental en la técnica, se tratará de "forzar" conexiones entre el foco creativo y la imagen. En ese momento juega un papel muy importante la capacidad analógica de la persona que realiza la técnica. Se pueden utilizar frases como: Esto se parece a nuestro problema en que... Este aspecto de la lámina o dibujo está relacionado con... ¿Y si hiciéramos como...? Nuestro nuevo producto es como...porque... Esta técnica se utiliza de forma individual o en equipo.

### *Problema a resolver:*

La Asociación Grupo Ermita de Alzheimer de Guatemala necesita promocionar su diplomado "Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de alzheimer" el cual se imparte de forma presencial y en línea.

### *Estímulos visual:*



Figura 18

Nombre: La última cena. Autor: Van Gogh

Se realizó una lista con aspectos que notamos en la pintura, estas se colocaron del lado izquierdo del cuadro, y del lado derecho creamos las conexiones de lo descrito en lo izquierdo con problema. En este caso se crearon conexiones con la enfermedad de Alzheimer, sus pacientes, las personas involucradas y los cuidados profesionales hacia estas personas.

Descripción de imagen	Conexiones
Es de noche	Un nuevo amanecer
Personas caminando juntas	Cuidarnos juntos
Personas comiendo en pareja	En pareja es mejor
La luz del restaurante ilumina la calle	Luz en tu camino
Las estrellas brillan en el cielo	Cuidados de ensueño
Las ventanas están abiertas	Abre tu mente
El suelo tiene muchas piedras	Un camino difícil
Los colores son llamativos	Cuidados con color
Tiene una perspectiva rara	Perspectiva diferente
Las últimas casas no se ven	<b>Cuidados que se ven</b>

Con base en la técnica de Idearte, se propuso el concepto **"Cuidados que se ven"**.

### 3. Metáfora

El pensamiento metafórico consiste en unir dos conceptos de forma que resulte una mejor comprensión de uno de ellos. Esta técnica creativa consiste en la unión de dos conceptos que a simple vista no tienen nada en común pero que cuando los analizamos nos damos cuenta que si tienen relación. Para poder practicar el pensamiento metafórico necesitamos responder las dos grandes preguntas: ¿A qué se parece esto? y ¿A qué no se parece esto?.

#### Alzheimer

¿A qué se parece esto?

- Dormir (Estado inconsciente) - Enfermedad inconsciente
- Recuerdo (están en la mente) - Sin recuerdos en la mente
- Sentimiento (estado de ánimo) - En estado de alzheimer
- Personal (afecta a las personas) - No es personal
- fotografía (imágenes de recuerdos) - recuerdos solo en fotografías

¿A qué no se parece esto?

- Agua (forma parte de los seres vivos) - El Alzheimer formado parte de tu vida
- Audífonos ( consta de dos piezas) - Juntos en la enfermedad
- Teléfono (Sistema de comunicación) - Comunicandome con el Alzheimer
- Perro ( fidelidad al ser humano) - Fiel ante la necesidad
- Corona (cabeza) - Con la mente en el Alzheimer

Basado en la técnica de Metáforas, se propuso el concepto **"Piezas juntas"**.

### 4. Mapa Mental

El mapa mental es un método que nos permite que otras ideas generen ideas y podamos ver cómo se conectan y se relacionen. Se debe escribir el tema central, luego se deben dibujar líneas radiales (conectores) en las que se escribe la relación que tienen con el tema central (Palabras clave). Las líneas radiales conectan ideas relacionadas con el tema central, lo ideal es que cada nueva idea está representada por un color. Cada nueva idea se convierte en origen de nuevas relaciones (nuevos conectores) con ideas que se van añadiendo siguiendo este procedimiento.

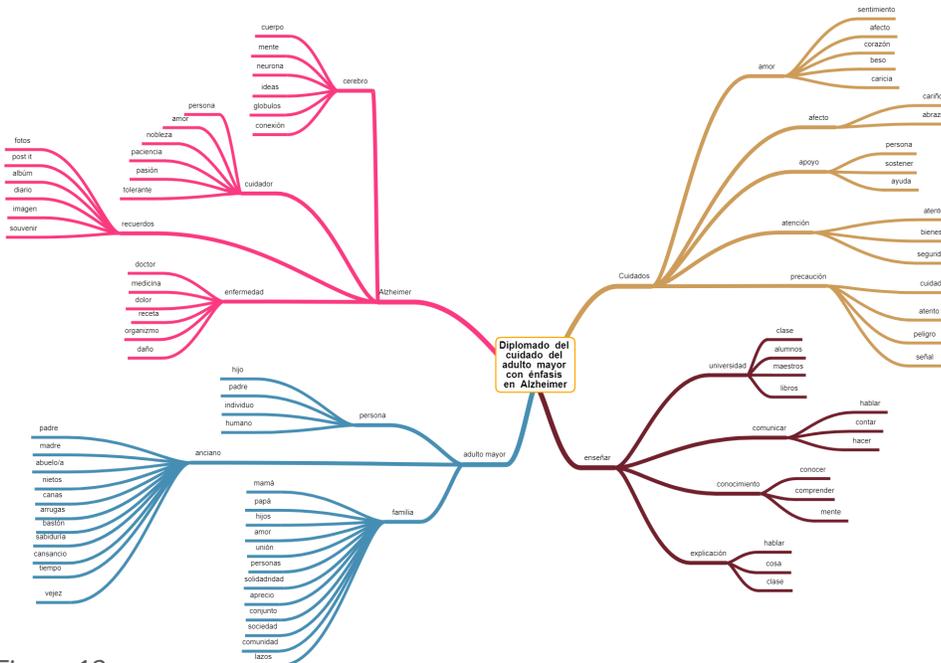


Figura 19

Como resultado de esta técnica se obtuvo el concepto creativo **“Hablemos en voz alta”**.

Siendo este último, **“Hablemos en voz alta”**, el escogido para la realización del proyecto. Se escogió como concepto creativo ya que es una frase que invita a las personas a realizar una acción, a hablar, y poder pedir ayuda, apoyo e información acerca de la enfermedad del Alzheimer, la cual es la necesidad principal del grupo objetivo.

Uno de los principales problemas que afrontan las personas al saber que su familiar padece de la enfermedad de Alzheimer es la escasa información sobre esta enfermedad y de cómo afrontarlo como familia. El cuidador principal se encuentra en una zona de desesperación y frustración al no saber cómo apoyar a su familiar y tiende a creer que debe afrontar solo (a) esa situación. Mediante este concepto se motivará a las personas a hablar acerca de esta enfermedad, sobre la necesidad de información, logrando que la Asociación cree un sentimiento de empatía con el grupo objetivo y al mismo tiempo pueda dar a conocer la necesidad de los cuidados profesionales para personas de la tercera edad con Alzheimer, y poder mejorar la calidad de vida, tanto del que padece esta enfermedad, como la del cuidador.

---

# PREMISAS DE DISEÑO

De acuerdo al manual de marca de la Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala se establecieron códigos visuales, los cuales se deben respetar, para mantener la imagen institucional. Algunas premisas de diseño que a continuación se muestran son especificaciones del manual de uso de marca seleccionados para la elaboración de este proyecto.

## Premisa tipográfica

La tipografía utilizada para titulares, según el manual de uso de marca de la Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala es Nunito. Para este proyecto se utilizó esta tipografía tanto en bold como en regular, para los distintos titulares, en piezas gráficas impresas y digitales. Para los textos se utilizó la tipografía Avenir LT Std. Esta última fue utilizada para textos por sus trazos geométricos, los cuales ayudan a su fácil lectura, al mismo tiempo que crea una fuerte y equilibrada combinación con la tipografía titular.

Nunito

Bold	<b>A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z</b> <b>a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z</b>
Regular	A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
Números	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 20

Avenir LT Std

### Avenir LT Std Medium

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

### Avenir LT Std Book

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Figura 21

## Premisa cromática

Se utilizarán los colores oficiales de la Asociación, ya establecidos en su manual de marca. Sus colores representan el movimiento en apoyo a las personas diagnosticadas con la enfermedad de Alzheimer, morado, así como el movimiento para investigación, concientización y sensibilización del tema. El color celeste al mismo tiempo es utilizado para productos y servicios de salud y bienestar. El color gris reemplaza al negro, creando una combinación suave y limpia.



Figura 22

### Premisa de formato

Para la realización de este proyecto se utilizaran distintos formatos, tanto impresos como digitales. A continuación se especifica el formato de cada uno.

	Medidas	Formato
<b>Facebook</b>		
Post cuadrados	1000x1000px	png
Canvas	Portada: 1200 x 628 px Imagen: 1080 x 1920 px	png
Portada video	820 x 462 px (20 segundos mínimo)	mp4
Portada imagen	820 x 312 px	png
Videos cuadrado	1000 x 1000 px	mp4
<b>Correo electrónico</b>		
Información de diplomado	800 x 600 px	png
Programa de diplomado	612 x 792 px	pdf
<b>Impreso</b>		
Periódico	Octavo de plana: 13.48 x 14.51 cm	pdf
Mupi	120 x 180 cm	pdf - .Ai
Revista	8.5 x 11 pulgadas	pdf
Afiche promocional	11 x 17 in	pdf para impresión

## Composición de elementos gráficos

Las fotografías deben cumplir con algunos requisitos para ser utilizadas en las diferentes piezas de diseño que se implementaran en la campaña promocional.

Deben ser fotografías en alta calidad. Tomadas con una cámara profesional, no menor de 1000px, full color. Las imágenes deben de ser propias. Deben reflejar distintos valores como amor, empatía, respeto o sinceridad.  
(Adjuntar ejemplos)

## Complementos ornamentales

De acuerdo al manual de marca de la Asociación, la iconografía, que a continuación se presenta, identifica las diferentes áreas de servicio de la Asociación. Se debe utilizar en las piezas a diseñar para mantener una igualdad con el material anteriormente realizado, y brindar así unidad gráfica a las piezas.



Figura 23

## Premisa Lingüística

### Voz

El tono de voz que se utilizó:

¿Cómo hablaría? en tono dulce, amable,

¿Tendría una voz fina o áspera? voz fina

¿Sería una voz ronca, chillona o seductora? ¿infantil, juvenil o madura? es una voz madura

¿Tendría algún acento en particular? Acento guatemalteco sin llegar al chapinismo.

### Tono

#### Objetivo final de esa comunicación

- Informar
- Enseñar cómo se hace algo
- Emocionar
- Vender
- Agradecer
- Empatizar con un cliente o usuario para que se sienta escuchado y atendido

#### El tono de la comunicación:

- Cercano
- Explicativo
- Testimonial
- Informativo
- Emocional
- Humilde
- Empático

## Premisa Escrita

Para generar los distintos mensajes, se tomó en cuenta la siguiente matriz, la cual sirvió como guía para generar contenido de valor para motivar el interés de las personas.

### Matriz para mensajes

"Escuchame"

"Yo te ayudo"

"Ahora me toca a mi"

"Mejor y saludable calidad de vida"

"Brindando el apoyo necesario"

### Estilo

Los mensajes deben reflejar el mismo estilo en todos, para poder tener una estrategia de comunicación completa y llegar a cumplir con los objetivos establecidos.

El estilos de los mensajes fue el siguiente:

¿Cómo sería su forma de hablar? Dulce, informativa, empática, amorosa, emotiva.

¿Qué tipo de vocabulario usaría? Familiar, simple, palabras fáciles de comprender.

¿Tendría muletillas? No

### Palabras clave

Para los mensajes se utilizó la siguiente lista de palabras claves y palabras a evitar, que ayudaron a generar mejor contenido de valor para el grupo objetivo:

- Cuidado
- Alzheimer
- Amor
- Ayuda
- Apoyo
- Bienestar
- Salud
- Mejorar
- Calidad de vida
- Adulto mayor
- Familia
- Importancia
- Conciencia
- Recuerdos
- Memoria

### Palabras a evitar

- Odio
- Rencor
- Desprecio
- Desgracia
- Trastorno mental
- Locura
- Enfermo mental
- Muerte
- Dolor

## Premisa sonora

La Asociación Grupo Ermita es una Asociación que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas por medio de la información, el apoyo y ayuda hacia los cuidadores y personas con Alzheimer, por ello constantemente comunica su voluntad de proteger y ayudar a los demás en sus medios de comunicación. Quiere transmitir empatía e inspirar tranquilidad, seguridad y confianza hacia las personas que los escuchan. Es por eso que sus premisas sonoras deben de contener información relevante, contenidos de valor, con tonos de voz que generen empatía con las personas, por ejemplo, tonos de voz de mujer, conversaciones entre mujeres y hombres, música motivacional, alegre, inspiradora y sonidos dulces.



A portrait of an elderly man with grey hair, a mustache, and glasses, wearing a dark blue Adidas jacket with white stripes on the sleeves. He is looking directly at the camera against a textured, reddish-pink wall. A semi-transparent white rounded rectangle is overlaid on the right side of the image, containing text and a list.

5.

## MARCO TEÓRICO

- Abordaje de la problemática social
- Diseño gráfico y comunicación visual

## LA IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS CUIDADOS PROFESIONALES PARA PERSONAS CON ALZHEIMER PARA AFRONTAR LA EPIDEMIA MUNDIAL DE DEMENCIAS DEL 2050

Se estima que cada tres segundo alguien en el mundo desarrolla alguna demencia y la enfermedad del Alzheimer es la causa más común en todo el mundo<sup>1</sup>, presentando múltiples problemas, lo cuales no solo afectan a los adultos mayores que la padecen, sino también los familiares y los cuidadores. Además esta enfermedad representa una carga económica importante para la sociedad, debido al alto costo de la atención médica y atención de cuidado formal e informal. También cabe destacar que debido al aumento en la esperanza de vida de las personas también va en aumento la cantidad de enfermos de demencia, convirtiéndola en una epidemia mundial para el 2050, sobre todo la región de Centroamérica, donde se deben tomar decisión desde ya para afrontarla de la mejor manera.

La demencia es un síndrome que describe un conjunto de síntomas que se desarrollan como resultado de daños en el cerebro. La enfermedad de Alzheimer es la demencia más frecuente en la población anciana, representando un 50% de las demencias<sup>2</sup>. "La Enfermedad de Alzheimer es una enfermedad degenerativa del Sistema Nervioso Central, caracterizada por demencia progresiva. Esta enfermedad se define como una entidad clínico-patológica; desde el punto de vista clínico suele presentarse con una pérdida de la memoria de comienzo sutil, seguido de una demencia lentamente progresiva con un curso que se prolonga durante varios años. Afecta aproximadamente al 2-5% de la población mayor de 65 años y a 10 -20 % de las personas mayores de 80 años. (De Figueredo, 1998, p.62). Conforme las etapas de esta enfermedad avanzan, la persona que la padece se vuelve más dependiente y necesita más de la ayuda de su cuidador principal. El impacto sobre la sociedad es considerable ya que la enfermedad no es solo un problema médico, sino

también un problema socioeconómico, con considerables consecuencias sobre la familia del enfermo y la sociedad.

50 millones de personas en todo el mundo están viviendo con demencia, del cual el 58% de las personas con estas enfermedades viven en países de ingresos bajos y medios. Este número se

triplicará en el 2050 teniendo un estimado de 152 millones de personas con demencia, de los cuales el 71% serán de países de ingresos bajos y medios, es decir dos tercios de la población con demencia<sup>3</sup>. Según la Organización Panamericana de la Salud, la esperanza de vida en América ha aumentado en más de 20 años tan solo en el último medio siglo. En 2020, América tendrá 200 millones de personas mayores, y más de la mitad vivirá en Latinoamérica y el Caribe. El envejecimiento de la población es el principal factor de la próxima epidemia de enfermedades crónicas no transmisibles, que se concentrará en los países de ingresos bajos y medios,

---

siendo Latinoamérica una de las regiones que se verán más afectadas por el cambio. Actualmente en Latinoamérica existen 7,8 millones de personas con demencia y se estima que aumentará a más de 27 millones en el 2050<sup>4</sup>.

En Latinoamérica los costes de la enfermedad se derivan de asistencia informal, asistencia médica directa y asistencia social, siendo la primordial la asistencia informal. Los costes directos de asistencia social solamente representan la cuarta parte, lo contrario de países con ingresos altos<sup>5</sup>. Una encuesta mundial de informantes realizada por la ADI para el Informe Mundial sobre Alzheimer de 2010, reveló que el 34% de las personas con demencia en países de ingresos altos vivían en residencias, es decir asilos, y en los países de ingresos bajos y medios solamente el 6%. Sin embargo es probable que haya un cambio en el origen de los costes, desde la asistencia informal familiar hacia los costes de asistencia remunerada en el hogar (cuidadores profesionales) y en las residencias (Centros de día y asilos). Teniendo en cuenta algunos factores como la disminución de la fertilidad, la emigración y la participación de las mujeres en el ámbito laboral, reducirán la disponibilidad de cuidadores informales y aumentarán la demanda de asistencia remunerada (cuidadores, enfermeras). Se prevé que la demanda de asistencia remunerada aumentará en paralelo con el número de casos de demencia.

Según el Informe ADI/Bupa octubre 2013, la demencia supuso en América un coste de 236.000 millones de dólares. Sin embargo, solo el 11% de estos costes (23.000 millones USD) corresponde a Latinoamérica y el Caribe, a pesar de que el 44% de las personas con demencia de la región viven en esa zona. Esto nos lleva a reflexionar acerca de que si estamos invirtiendo los suficientes recursos en la región para garantizar

que las personas con demencia y sus familiares reciban la asistencia y el apoyo adecuados.

En el 2010, Alzheimer's Disease International (ADI) calculaba la existencia en Guatemala, de 43,000 casos de demencia en todo el país. Para el 2030 se estima que haya un aumento de más del doble, llegando a los 99,000 casos y para el 2050 se estima que 253,000 personas padezcan de alguna demencia, siendo un aumento del 488%, la segunda más alta de Centroamérica<sup>6</sup>. Actualmente el gobierno de Guatemala en el artículo 34, de la Ley de Protección para las Personas de la Tercera Edad, establece que el CONAPROV tendrá a su cargo, en coordinación con las entidades públicas, autónomas y privadas competentes; la aplicación y cumplimiento de las disposiciones contempladas en la presente ley bajo el control y supervisión de la SOSEP, y para el efecto tiene como una de sus facultades: crear, proponer y promover políticas de la tercera edad a nivel nacional<sup>7</sup>. Sin embargo, actualmente no se cuenta con ningún apoyo de parte de el gobierno para la creación de planes de ayuda a los familiares y pacientes con demencias como el Alzheimer, contrario a lo que sucede en otros países, como por ejemplo España, donde el gobierno está obligado a brindar asistencia médica y asistencia de día a personas con esta demencia. Como consecuencia, las familias guatemaltecas de enfermos con Alzheimer, cubre la mayor parte de los gastos de su paciente.

En Guatemala, existen pocas instituciones que se dediquen a investigar y apoyar a enfermos de Alzheimer y a sus familiares, entre ellos podemos mencionar al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social por medio del Centro Atención Médica Integral al Pensionado (CAMIP), y Asociación Ermita Alzheimer de Guatemala.

El Centro de Atención Médica Integral al Pensionado (CAMIP) que es una dependencia del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS) se dedica a atender a personas adultos mayores pensionados (as), con discapacidades físicas y mentales propias de la edad u otra situación provocada por accidentes, dentro de su atención en la especialidad de Neurología, se dedica a la atención de personas con enfermedad de Alzheimer. También realiza actividades enfocadas hacia el enfermo de Alzheimer, y en algunos casos en la atención de los efectos sobre la persona cuidadora<sup>8</sup>.

La Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala, la cual pertenece a la Alzheimer International Association, es una institución no lucrativa, cuyo propósito es ayudar al prójimo ofreciendo apoyo, consejería, educación e información a familiares, cuidadores, personal en salud y público en general, acerca de esta enfermedad y del cuidado del enfermo de Alzheimer y de su cuidador principal. Asociación Grupo Ermita tiene claro que el cuidador pasa a ser el principal apoyo del enfermo, requiriendo todo el esfuerzo y dedicación, muchas veces permanente, obligándolo a renunciar a su forma de vida anterior. También está consciente de los desafíos a los que se enfrenta el cuidador, los cuales son constantes, ya que tiene que enfrentarse a los cambios en el nivel de capacidad.

Según la Guía Práctica de Cuidados para Personas Afectadas de la Enfermedad de Alzheimer y Otras Demencias, Colección Afal, investigaciones han demostrado que los cuidadores frecuentemente presentan mayor riesgo de sufrir depresión y otras enfermedades. De hecho, los cuidadores presentan en muchas ocasiones altos niveles de sobrecarga emocional, sintiéndose desconcertados, quemados, atrapados, agotados, sin fuerzas para continuar. Muchas veces sienten que la situación

de cuidado los supera y sobrepasa las habilidades que se tienen para hacerle frente de manera adecuada. Un 55% de los cuidadores desembocan en cuadros de depresión leve, moderada o grave, y un 42% en problemas de ansiedad, un 38,4% de los cuidadores consumen algún tipo de psicofármaco (generalmente ansiolíticos), y el 70% de los que lo hacen comenzaron la ingesta siendo cuidadores<sup>9</sup>, esto a causa de no recibir un apoyo adecuado de la familia, los amigos y la comunidad. Uno de los mayores retos que enfrentan las personas dedicadas a los cuidados es el comportamiento difícil de los mayores a las que atienden, para esto existen estrategias que favorecen estos cuidados, sobre todo para el manejo de conductas difíciles. Sin embargo los cuidadores se enfrentan a una responsabilidad de cuidar, y muchas veces se encuentran sin formación, ni conocimientos, lo cual les dificulta aún más la difícil tarea, apareciendo sentimientos de impotencia, culpabilidad, soledad, angustia, preocupación y desesperanza. Para ello, Asociación Grupo Ermita ha desarrollado un diplomado formal de entrenamiento para cuidadores de personas con esta enfermedad, el cual está dirigido a cuidadores de enfermos de Alzheimer y enfermedades relacionadas. El propósito del diplomado es orientar a las personas, ya sea familiares o cuidadores especializados, que tienen relación con un paciente afectado, permitiendo que estos desempeñen su rol en las mejores condiciones posibles, tanto para ellos mismos como para los familiares con demencia a los que prestan su ayuda.

El Alzheimer es uno de los principales retos de la salud pública y sociales a los que se enfrenta Guatemala, siendo Centroamérica la región más propensa a aumentar el número de afectados, y aunque los gobiernos y los responsables políticos no le prestan la atención suficiente, se debe crear

conciencia y garantizar desde ya el apoyo para las personas con demencia y sus cuidadores, dando mayor prioridad a esta enfermedad. Dado que aún no existe cura para esta enfermedad, ni tratamientos que alteren su progresión, existen muchas intervenciones útiles para aliviar los síntomas, mantener la personalidad y apoyar a los cuidadores, todo ello con el fin de mejorar la calidad de vida de los afectados y de

sus cuidadores. Mediante el apoyo a la investigación acerca de la prevención y el tratamiento, servicios clínicos accesibles a toda la población y sobre todo brindando el máximo apoyo profesional a los cuidadores mediante actividades y distintos proyectos a mediano y largo plazo, Guatemala logrará crear una sociedad consciente y preparada para la epidemia mundial de demencia del 2050.

## Referencias:

- <sup>1</sup> Asociación Mundial de Alzheimer (ADI)
- <sup>2</sup> Informe de Alzheimer's Disease International, *"Las consecuencias de la demencia análisis de prevalencia, incidencia, coste y tendencias"*, 2010
- <sup>3</sup> Informe de Alzheimer's Disease International September, 2018.
- <sup>4, 5, 6</sup> Informe ADI/Bupa, *'La demencia en América: El coste y la prevalencia del Alzheimer y otros tipos de demencia.'*, octubre 2013.
- <sup>7</sup> SOSEP. (s.f.). *"Comité Nacional de Protección a la Vejez"*.. 2017, de SOSEP Sitio web: [http://www.sosep.gob.gt/?page\\_id=735](http://www.sosep.gob.gt/?page_id=735)
- <sup>8, 9</sup> Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. *Plan operativo nacional de atención integral de la salud de las personas mayores* . Guatemala,1998. 60p.

## EL PAPEL DEL DISEÑADOR GRÁFICO EN LA COMUNICACIÓN VISUAL

La palabra comunicación se deriva del latín *communicare* que significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”. Es decir que la comunicación es un proceso entre dos o más personas, con el fin de transmitir o recibir información codificada, de cualquier tipo que esta sea: visual, auditiva, olfativa, gustativa, etc.

La comunicación visual relaciona a diferentes actores a partir de la articulación estratégica de códigos visuales, lingüísticos y recursos estéticos, permitiendo la transmisión y recepción de mensajes visuales, los cuales son percibidos por el sentido de la vista. Aunque el ser humano conoce varias formas de comunicación, la visual constituye la más directa y fácil de percibir. Por esta facilidad que proporcionan las imágenes de ser entendidas, el desarrollo de la comunicación visual es importante y fundamental en la comunicación general. Muchas veces la comunicación visual, como las demás, es intencionada. La comunicación puede ser tanto intencionada o no, es decir que todo lo que percibimos comunica<sup>1</sup>, para que exista comunicación necesariamente debe haber intencionalidad al formar el mensaje, de lo contrario las cosas solo significan<sup>2</sup>. Intencionada o no, la comunicación siempre debe tener un proceso, en donde se implica la participación del cinco elementos, el emisor, el codificador, el mensaje, el transmisor y el receptor.

El conocimiento de estos elementos establece la manera de actuar ante cada uno para que el proceso pueda cumplir su función adecuadamente. El emisor está constituido por la persona o conjunto de personas que quieren transmitir un mensaje, por ejemplo, una

institución no lucrativa que requiere de este proceso de comunicación para poder llegar a informar acerca de su servicio a la sociedad. El papel del codificador lo cumple el diseñador gráfico, que se encarga de codificar el mensaje visualmente en un lenguaje entendible para el usuario. El resultado material del diseño, lo que se le presenta al perceptor, es la conjugación misma de las ideas con las que se quiere llegar de manera entendible para el público. El mensaje es donde se concreta el trabajo de la codificación que utiliza distintos códigos lingüísticos e icónicos y que toma en cuenta las características tanto del emisor como del receptor que forman los extremos de la cadena comunicacional, pues entre ellos se establecerá la comunicación.

“El resultado del diseño – sea producto o mensaje – es la conjugación de los objetivos de la empresa, de las expectativas y motivaciones del público, y de unas intenciones precisas de comunicación”<sup>3</sup>. El medio difusor es el canal por el cual el mensaje se insertará en la sociedad, puede ser este impreso o digital. El medio transmisor posibilita que el mensaje llegue materialmente al destinatario, insertándose en un ambiente competitivo donde algunos mensajes logran llegar a su receptor y otros no. Los mensajes compiten con otros, produciendo ruido y muchas veces logran alterar o anular el mensaje. Por último el perceptor, es usuario final, para quien fue destinado el mensaje. Es un segmento de la población que posee determinadas características, y es para él, a quien finalmente el mensaje le parecerá útil y le llevará a una reacción o no. Ante tantos mensajes que recibe, cada uno pasa a través de una especie de filtros: sensorial, de acuerdo a las capacidades

---

físicas; operativas, de acuerdo a la edad del individuo y culturales. Cuando finalmente el mensaje llega al receptor, éste tendrá dos tipos de respuesta una interna de reflexión ante lo que recibió y una externa que se traduce en un comportamiento o respuesta energética ante el mensaje.

Como bien se dijo anteriormente, el papel del codificador, dentro del procesos de comunicación, lo cumple el diseñador gráfico, pues este se encarga de codificar el mensaje visualmente en un lenguaje entendible para el usuario, es decir que el la tarea del diseñador gráfico es la de satisfacer las necesidades de comunicación visual.

Si compara al diseñador gráfico con un médico y la necesidad de mantener con salud a sus pacientes el diseñador gráfico tiene la necesidad de comunicar visualmente a su audiencia. Para esto el diseñador debe tener los conocimientos necesario para codificar de forma correcta el mensaje, y así poder determinar que este funcione.

Para comprender mejor el trabajo del diseñador gráfico debe pensar más que este es el creador de un acto y no de una cosa, el énfasis no es solamente el diseño físico, pues éste sólo corresponde al medio. El diseñador gráfico diseña, principalmente, un evento o un acto en el cual el receptor interactúa con el diseño, decodifica el mensaje y produce la comunicación. El objetivo del diseñador gráfico es el diseño de situaciones comunicacionales. De aquí la importancia de estudiar el proceso comunicativo, sobre todo la interacción receptor-mensaje, lo que muchas veces confunde a las personas y a los mismo diseñadores, creyendo que la función principal de un diseñador es la interrelación de las formas visuales entre sí.

Si bien, la composición plástica es importante pero es sólo una herramienta, una manera de controlar la secuencia comunicacional que acontece en el

tiempo( no solamente en el espacio) y que está cargada de complejos elementos humanos asociados con lenguaje, experiencia, edad, aprendizaje, educación y memoria, entre otros aspectos de índole perceptual, intelectual, social, cultural y emotiva<sup>4</sup>.

Dado que el diseñador gráfico es un experto en la composición plástica y su principal objetivo es el diseño de situaciones comunicacionales, podríamos decir que el diseñador es un especialista en la comunicación visual, y para ello debe relacionarse con todos los pasos del proceso comunicacional, los cuales incluye diferentes aspectos, como definición del problema, delimitación de objetivos, concepción de estrategia comunicacional, visualización, producción, supervisión de producción y evaluación. Sin embargo, para la creación de los aspectos antes mencionados el diseñador debe tener conocimientos íntimos en áreas como lenguaje visual, comunicación, percepción visual, administración de recursos económicos y humanos, tecnología, medios y técnicas de evaluación, ya que todas estas áreas ayudan a que el diseñador vea más allá de un recorte perceptivo, y pueda ver con una mirada estratégica<sup>5</sup>.

Yves Zimmerman en su artículo sobre el pensamiento estratégico realizó algunas analogías entre las estrategias militares y las estrategias de diseño,

“La estrategia es un concepto que procede del ámbito militar. Significa la sistemática planificación y ejecución de una acción de guerra con el fin de vencer al adversario, valiéndose para ello de los medios disponibles. Es la formulación de una teoría relativa al desarrollo de una guerra que se lleva a la práctica. Ahora bien, la estrategia se aplica y se utiliza también en otros ámbitos, tal vez porque todo proceder que apunta a un determinado fin debe diseñar/ desarrollar estrategias para lograrlo. La publicidad, un ejemplo de “guerra pacífica” maneja incluso términos del ámbito militar (briefing, campaña, target).

Los signos, mensajes y eslóganes que emite ¿qué son sino la “munición” para librarla? puede enunciarse el conjunto de acciones que definen la estrategia a partir de cuatro conceptos rectores: El fin / diseño, El proyecto / diseño, Los medios /La acción. Esto significa que el proceso de pensamiento que siguen tanto el estratega como el diseñador se asienta sobre estos cuatro puntales: el conocimiento completo de una situación dada, en la que uno u otro es llamado a intervenir, conduce a la formulación del fin/diseño que se quiere conseguir. Para que su consecución sea factible, se elabora un proyecto/diseño basado en los medios disponibles. La característica de estos medios y el uso que se hace de ellos están esencialmente determinados por el fin que se persigue, por el concepto rector que guía y mueve (acción) el proyecto hacia su realización.” Es por esto que decimos que el diseñador gráfico tiene un pensamiento estrategia, pues crea estrategias, es decir, crea planes con coherencia, que determina acciones específicas de comunicación para lograr de manera más eficiente, y ordenada, objetivos previamente determinados, de acuerdo con las disponibilidades y recursos.

Para la creación de una estrategia de comunicación es imprescindible que existan objetivos determinados, pues estos nos dirán hacia donde queremos dirigirnos. Así bien, cómo debemos definir el punto al cual queremos llegar, también es esencial determinar el punto desde el cual estamos y para ello el diseñador debe realizar un análisis profundo y sistemático de la situación actual y poder crear una estrategia de comunicación eficiente para obtener los resultados establecidos. Definir si una estrategia de comunicación fue exitosa o no, dependerá de los objetivos planteados, muchas veces estos pueden ser cambios conductuales en campañas educativas, identificar instituciones, aumentar ventas cuando hablamos

de campañas publicitarias, etc. Todos estos pueden ser cambios políticos, de marketing o educativos, la comunicación puede aportar al cumplimiento de estos objetivos, sin embargo, debemos tomar en cuenta que no es la única ni la principal responsable. Por otro lado, una estrategia de comunicación bien formulada puede lograr informar algo a la audiencia, puede proponer un cambio de actitudes, promover nuevos hábitos de consumo, de comportamiento, etc<sup>6</sup>.

Según Jorge Frascara en su libro *Diseño gráfico y comunicación*, el campo el diseño gráfico abarca cuatro áreas fundamentales, cuyos límites se superponen principalmente a la actividad profesional. Las áreas propuestas son: diseño para información, diseño para persuasión, diseño para educación y diseño para administración. Al hablar de diseño persuasivo decimos que es el diseño de comunicación cuyo objetivo es influir sobre la conducta del público. El diseño persuasivo incluye tres áreas fundamentales: la publicidad (comercial y no comercial), propaganda (política e ideológica) y comunicación de interés social (salud, higiene, seguridad, prevención de accidentes etcétera). En la publicidad comercial el diseñador gráfico tiene un papel sumamente importante, pues contribuye a la comercialización de productos y servicios de consumo. Sin embargo en el área de publicidad el diseñador no se encuentra solo, pues es apoyado por la investigación de mercado que muchas veces se basa en distintas disciplinas como la economía, sociología, psicología de la conducta y la psicología experimental, en este último, es el diseñador quien interfiere como intérprete visual de los contenidos, convirtiéndose un consejero en material de comunicación visual, siempre tomando en cuenta los argumentos objetivos, publicitarios y no solo en base de principios estéticos.

Muchas veces el diseñador trabaja en diseños con elementos aislados, o debe basarse en sistemas visuales ya establecidos o crear un sistema visual. En el caso de una estrategia de comunicación publicitaria, el diseñador debe establecer una serie de elementos que mantengan relación entre ellos o establecer pautas aplicables a otros elementos. El concepto de sistema de elementos ayuda a comprender mejor el trabajo del diseñador y cómo su trabajo establece un análisis de la situación de cada pieza que él deba diseñar. El diseño de estos sistemas también requiere habilidades especiales para categorizar la información de forma clara y mediante un abstracción precisa.

El trabajo del diseñador muchas veces es categorizado de acuerdo a sus dimensiones físicas, plano, espacio y movimiento. El plano, son esos trabajos aislados, de los cuales hablamos anteriormente, por ejemplo:

afiches, boletos, volantes, tapas de libros, etc, y los secuenciales como revistas, periódicos, moodboard, etc. Al referirnos al espacio, nos referimos a envases, puntos de venta, señalización, exposición, etc. y finalmente el movimiento son muchas veces diseños multimedia, como anuncios de tv, cine, cortometrajes, etc.

Podemos decir que el diseñador es un ingeniero de comunicación, pues su principal objetivo es ayudar a que el usuario pueda ver más claramente el mensaje yendo más allá de la estética de los mensajes. El diseñador trabaja desde la interpretación, el ordenamiento hasta la presentación visual de los mensajes, tiene que ver con la planificación y estructuración de la comunicación, con su producción y con su evaluación. Sin embargo debemos tener claro que el diseñador no es la fuente de los mensajes que comunica sino su intérprete.

## Referencia:

- <sup>1</sup> Fue un artista y diseñador italiano, que contribuyó en muchos fundamentos de las artes visuales, no visuales, del diseño industrial y gráfico.
- <sup>2</sup> De formación autodidacta, es comunicólogo, sociólogo, diseñador, investigador y metodólogo. Es uno de los fundadores europeos de la Ciencia de la Comunicación Visual.
- <sup>3, 4</sup> Costa, J.; Moles, A. . (2014). Diseño y Publicidad: El nuevo reto de la comunicación. México: Trillas.11
- <sup>5</sup> Camusso, M. Gastaldo, S. Marchetti V.. (2012). Estrategias en la Producción de Comunicaciones Visuales. En comunicación visual gráfica 1(3). Argentina: S N.
- <sup>6</sup> Camusso, M. Gastaldo, S. Marchetti V.. (2012). Estrategias en la Producción de Comunicaciones Visuales. En comunicación visual gráfica 1(3). Argentina: S N.



# 6.

## PRODUCCIÓN GRÁFICA

- Primer nivel de visualización
- Segundo nivel de visualización
- Tercer nivel de visualización

## PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

En base al concepto *"Hablando en voz alta"*, se realizaron propuestas para la imagen de la Estrategia de comunicación para promocionar el diplomado del cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer.

El claim de una campaña, es una frase fácil de recordar que ayuda a que esta sea memorable. Podríamos decir que es "un slogan" de la campaña. Para la estrategia de comunicación para promocionar el diplomado se hizo uso del Claim. Luego de realizar una lista de posibles nombres, se selecciona la más acorde al grupo objetivo, al concepto creativo Hablemos en voz alta y el insight encontrado, "Necesito ayuda para cuidar a una persona con Alzheimer". El claim con mayor empatía hacía ambos grupos objetivos fue: "Yo también necesitaba AYUDA". En base a este se realizó el diseño, el cual servirá para unificar toda la estrategia promocional del diplomado.



Figura 24



Figura 25

Figura 26

Se utilizaron elementos que representaran el verbo HABLAR y AYUDA, como el megáfono, las burbujas de conversación, las manos e iconos como ayuda emocional (corazón) y de salud (cruz). Los colores implementados son los colores de la asociación, el morado, siendo el color oficial de la enfermedad del Alzheimer.

Para los íconos utilizados en la estrategia de comunicación promocional, se realizaron una serie de bocetos basados en el concepto creativo hablando en voz alta, los cuales fueron utilizados tanto en las piezas digitales como impresas, estos con el fin de utilizar una misma línea gráfica que unifique toda a estrategia de comunicación. Los íconos siguen la misma línea gráfica de la Asociación, vectores lineales, de color morado y celeste.



Figura 27

La **tipografía** a utilizar tanto en el claim como en el diseño en general es la oficial de la Asociación Grupo Ermita, Nunito, la cual es una tipografía muy amigable por sus remates redondos, al mismo tiempo que no deja de ser legible. La tipografía a utilizar en los textos es Avant medium y para resaltar textos Avant bold. Es una tipografía hecha especialmente para texto, sus remates ayudan a la continuación de la lectura, legible tanto en artes digitales como en artes impresos.

**YO TAMBIÉN  
NECESITABA  
AYUDA...**

YO TAMBIÉN  
NECESITABA  
AYUDA...

Para la imagen de la estrategia de comunicación promocional en el primer nivel de bocetaje se realizaron dibujos representando **fotografías y vectores**, por la cultura visual del grupo objetivo. Estas imágenes eran muy limpias, fondos de colores sólidos, para representar limpieza y cuidados de la salud.

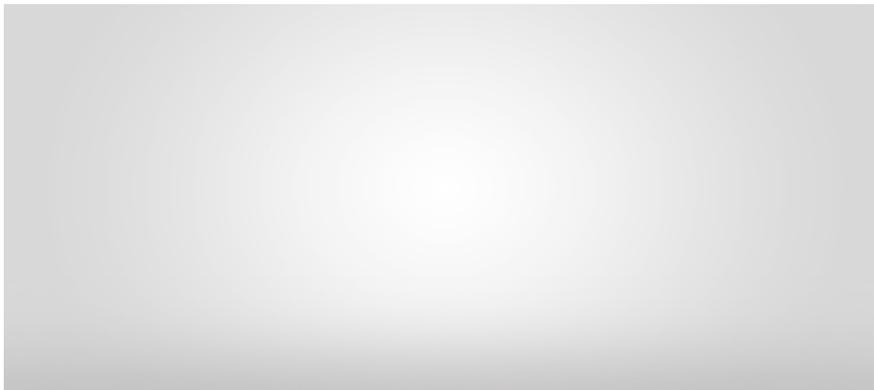
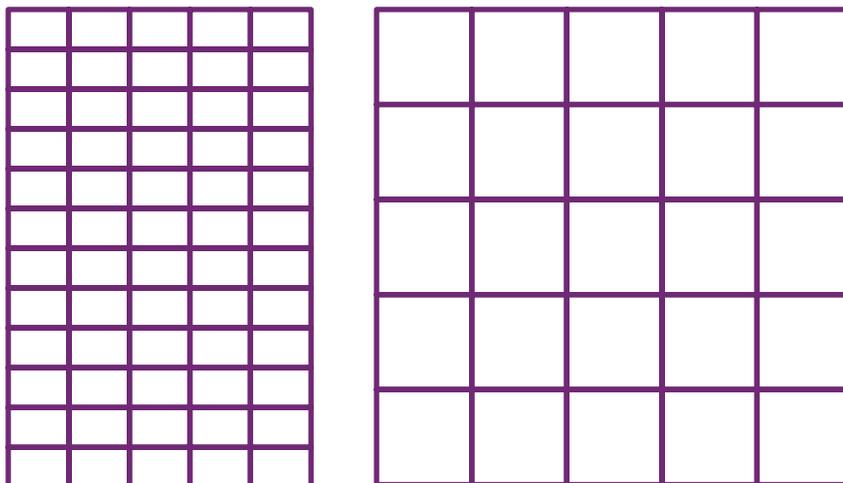


Figura 28

La **retícula** a utilizada fue modular, de 5 x 12, encajando cada elemento dentro de esta, para tener un orden y un diseño limpio. En los artes cuadrados, utilizados para redes sociales, la retícula será al igual, modular de 5 x 5.



Para la realización del Key visual, el cual es el diseño base que sirve de guía o referencia visual para la estrategia de comunicación, se bocetó tres ideas diferentes las cuales se presentan a continuación:

En la primera propuesta se utilizará fotografías presentando a los cuidadores, familiares o terapeutas que se relacionan con el adulto mayor y con pacientes de Alzheimer. Los elementos para representar el concepto "Hablando en voz alta" es presentar a cada persona involucrada con esta enfermedad y como cada uno habla acerca de su experiencia necesitando la ayuda. En el copy hablará sobre su necesidad según su cercanía con el enfermo, por ejemplo, la cuidadora: Claim: Yo también necesitaba AYUDA... Copy: para cuidar a mi PACIENTE con Alzheimer.

Los colores a utilizar serán los oficiales de la Asociación, estos se utilizarán tanto en textos como en la ropa de las personas. La información de colocarán en la parte inferior izquierda y los logotipos inferior derecha.



Figura 29  
Boceto primer nivel, propuesta 1, Key visual.



Figura 30  
Boceto primer nivel, propuesta 1, artes para redes sociales.

En la segunda propuesta, al igual que en la primera, se utilizará fotografías de cada persona involucrada con el cuidado del adulto mayor con Alzheimer, mencionando su experiencia con los cuidados del paciente y empatizando con los grupos objetivos. Serán fotografías muy limpias, fondos sólidos, color blanco con degradado gris. El claim se colocará en la parte superior, y la información del diplomado debajo de este. Los logotipos se colocarán en la parte inferior. Los elementos de la Asociación son el círculo representando a la Asociación y el cuadrado representando a los cuidadores y familiares de los pacientes con Alzheimer, es por ello que se colocaron estos elementos dentro del arte.

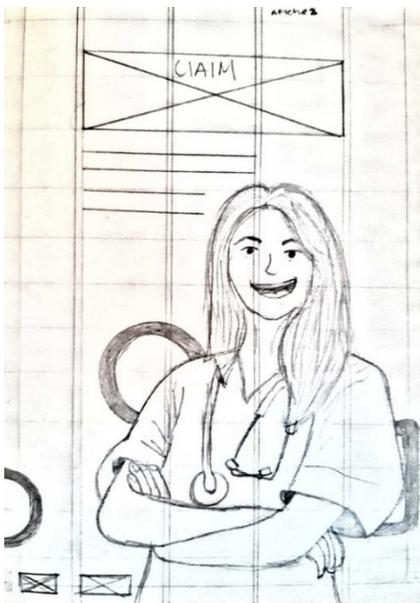


Figura 31  
Boceto primer nivel, propuesta 2, key visual.



Figura 32  
Boceto primer nivel, propuesta 2, artes para redes sociales.

En la tercera propuesta, se utilizarán fotografías o mockup de conversaciones, donde el cuidador, familiar o terapeuta piden ayuda sobre como cuidar a un paciente con Alzheimer. En este diseño se representa el concepto en las burbujas del chat, empatizando con los grupos objetivos. En esta propuesta se utilizarán distintas ventanas de conversaciones de distintas redes sociales. La tipografía a utilizar dentro del mockup será la oficial de cada red social. Se utilizará el diseño del claim para unificar toda la estrategia. Al igual que el diseño anterior se utilizarán los elementos de la Asociación Grupo Ermita, el círculo y el cuadrado.

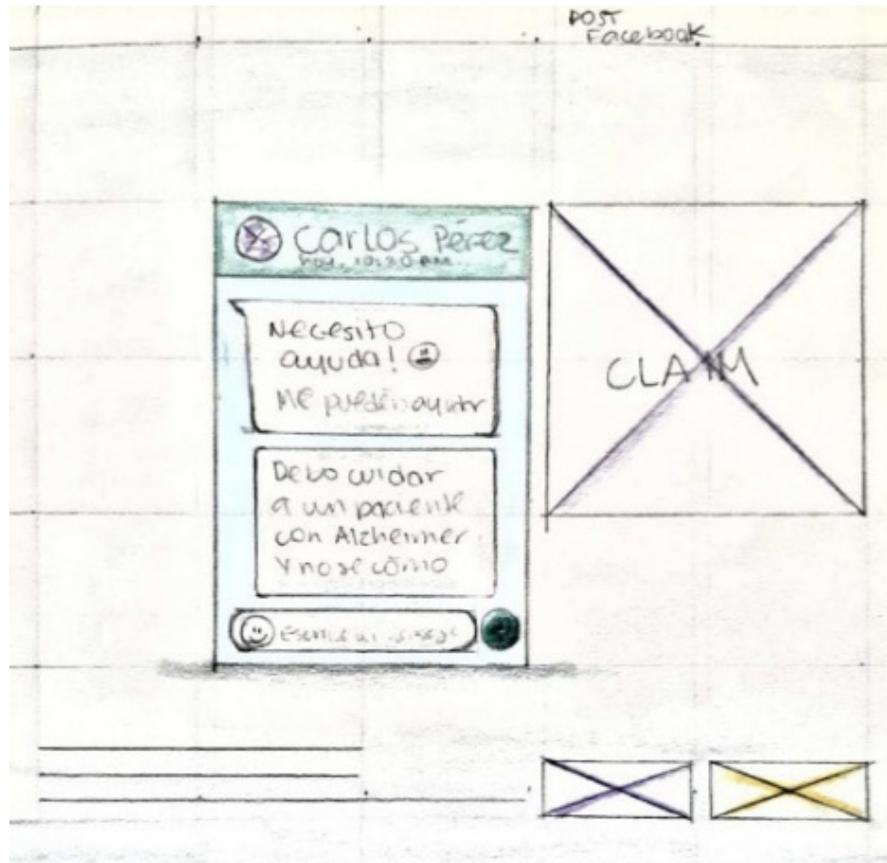


Figura 33  
Boceto primer nivel, propuesta 3, key visual.

## Fundamentación de la decisión final de este nivel

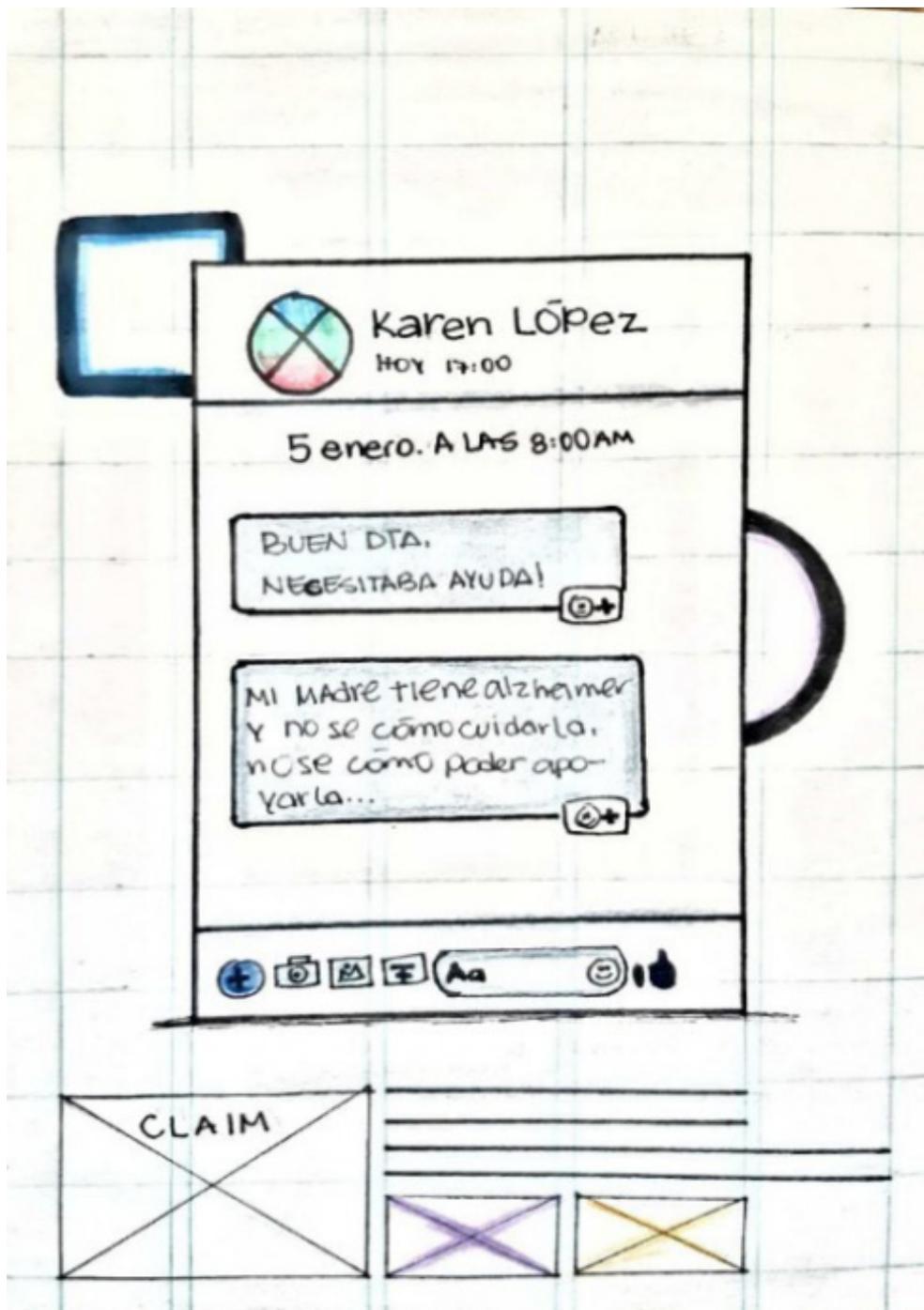


Figura 34  
Boceto primer nivel, propuesta 3 key visual.

Se concluyó que la mejor propuesta es la tercera ya que fue la de mayor puntaje al realizar la autoevaluación, tomando en cuenta distintos aspectos tanto del diseño, como el concepto e insight (*Ver anexo 4*). El diseño de la tercera propuesta fue adecuada a lo que se desea transmitir, la necesidad de información que tienen los grupos objetivos acerca de los cuidados del adulto mayor con Alzheimer, y por la misma necesidad buscan información en las diferentes redes sociales o en internet, pues no encuentran o desconocen acerca del diplomado del cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer

Instrucciones: Se autoevaluará cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en la siguiente matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTA GRÁFICA 1				
		1	2	3	4	5
ASPECTOS A EVALUAR		1	2	3	4	5
1.	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.				x	
2.	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.			x		
3.	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.					x
4.	Legibilidad: Cualidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.				x	
5.	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				x	
6.	Cultura visual: Toma en cuenta y es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo.					x
7.	Estilización: Muestra un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; toda la composición es estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.			x		
8.	Diagramación: La composición presenta un orden lógico, así mismo el lector puede entenderlo claramente.				x	
9.	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, favorece la lectura y se relaciona al diseño.					x
10.	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					x
<b>Subtotal</b>				<b>6</b>	<b>16</b>	<b>20</b>
<b>Total</b>						<b>42</b>

Figura 35  
Instrumento de autoevaluación

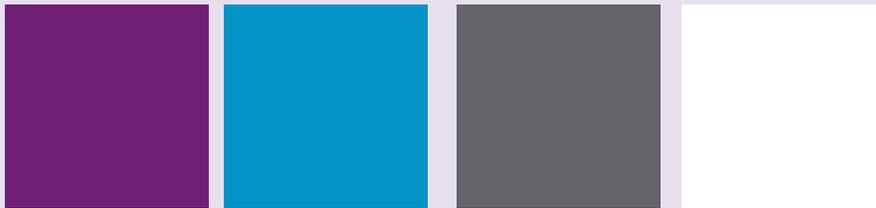
El diseño es captado rápidamente por el usuario, lo que ayuda a que el mensaje sea fácilmente recordado. Respecto al texto, según su ubicación dentro de la retícula, puede ser leído fácilmente. Tiene un valor armónico, agradable y estético, sin embargo es necesario corregir la composición gráfica. Para el uso de las imágenes se tomó en cuenta la cultura visual del grupo objetivo, utilizando imágenes limpias y claras, comunes en la vida diaria del grupo objetivo. La composición presenta un orden lógico, ayudando al lector a entenderlo claramente. La paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y la Asociación Grupo Ermita.

## SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN

En este nivel de visualización los bocetos elegidos serán realizados de manera digital. Al realizar el Key Visual de la Estrategia de comunicación para promocionar el diplomado del cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer se utilizaron las siguientes

### Premisas de diseño

Los **colores** que se utilizaron, tanto en artes impresos como en digitales son los colores institucionales, el color morado (C:50 M:86 Y:1 K:0 / R:144 G:71 B:153 ) y celeste (C:100 M:20 Y:10 K:0 / R:0 G:147 B:201). Para los textos se utilizó el color blanco (C:0 M:0 Y:0 K:0 / R:255 G:255 B:255) y en algunos casos un tono de gris. El diseño del claim fue creado en base a estos colores, para no perder la línea gráfica que Asociación Grupo Ermita está trabajando actualmente.



La **tipografía** utilizada en los artes digitales e impresos será la tipografía oficial de la Asociación, Nutito. Se utilizará en su versión black y bold para títulos y subtítulos. Para los textos, como información del diplomado e información de la Asociación se utilizó la tipografía Avenir LT Std.

### Nunito Black

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789**

### Nunito Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789**

Avenir LT Std Medium  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Avenir LT Std Book  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Los **íconos** utilizados para toda la estrategia promocional están basados en el concepto creativo "Hablemos en voz alta". Son vectores lineales, fáciles de reconocer por el grupo objetivo. Fueron creados en base a la línea gráfica que ha estado trabajando Asociación Grupo Ermita en su nueva imagen. Estos vectores serán de color morado y celeste, y representan las palabras: ayuda, salud, amor, hablar. En el nivel 1 de visualización se escogieron los más convenientes, los cuales se digitalizaron y se presentan a continuación:

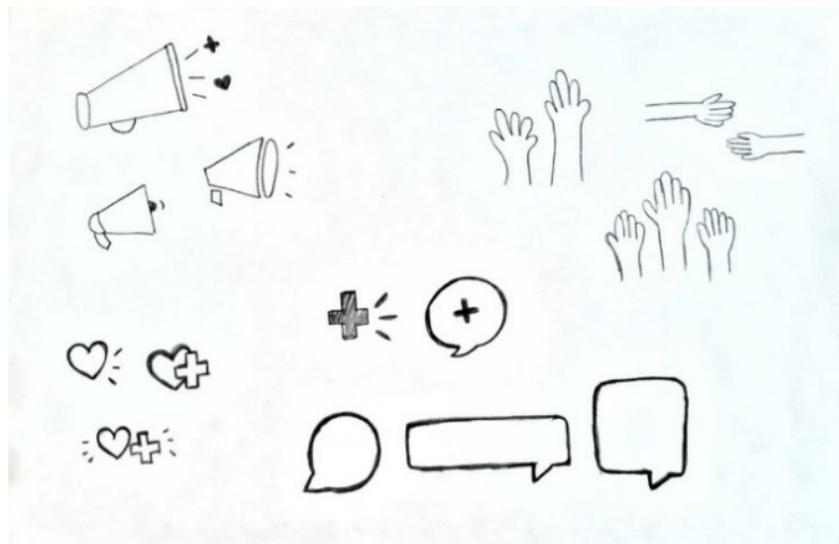


Figura 36



Figura 37

Para el diseño del **Claim**, la frase fácil de recordar de la campaña, se escogieron tres opciones de bocetaje en el primer nivel de visualización. Estas propuestas se mejoraron, en base a las observaciones obtenidas con la autoevaluación, creando tres opciones de bocetaje digital:



Figura 38



Figura 39

Tomando en cuenta al grupo objetivo, *insight* y concepto creativo se realizó de nuevo



Figura 40

una autoevaluación, para elegir el más pertinente de los tres para la estrategia de comunicación. Se tomó en cuenta si la técnica creativa utilizada era pertinente para un resultado acertado, si el *insight* se tomaba en cuenta y se podía observar en el diseño y el tratamiento visual y si cumplía con el objetivo de comunicar el sentimiento de empatía con los grupos objetivos, llegando a la conclusión de que el mejor sería el siguiente, ya realizados los cambios que se observaron en la autoevaluación:



Figura 41

Al realizar la coevaluación con los especialistas en publicidad, se tomaron en cuenta sus observaciones para realizar los cambios pertinentes en el diseño del claim. Se modificó la palabra "necesitaba" por "necesito", en las observaciones dadas se concluyó que utilizar un verbo en pasado puede prestarse a interpretaciones de algo que ya sucedió y ha cumplido su cometido. Por su parte utilizar un verbo en presente ayuda a una identificación más directa por parte del G.O. generando, a través de la frase, un slogan que seguramente se transmitirá de manera verbal entre sus participantes. No es lo mismo decir "yo necesité ayuda" (y desconocer si se le brindó) y "yo necesito ayuda" teniendo clara la búsqueda de una solución a una necesidad actual. Otras de las observaciones dadas por los especialistas fue que el diseño es muy agradable estéticamente y sí cumple con el objetivo trazado para la campaña, empatizar con el grupo objetivo.



Figura 42

## Key Visual

En el nivel de visualización anterior se eligieron dos propuestas de Key visual, el cual es el diseño base que sirve de guía visual para la estrategia de comunicación, las cuales se corrigieron con base a la autoevaluación realizada en nivel 1 de visualización. Para el nivel 2 de visualización, se desarrollaron dos propuestas de key visual digitales, las cuales se muestran a continuación:



Figura 43



Figura 44

Fotografías utilizadas de referencia, tomadas de [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com) / **Propuesta 1**



Figura 45

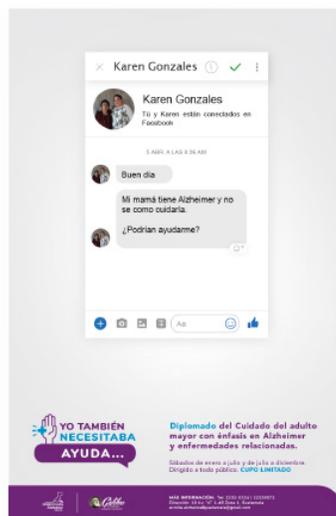


Figura 46

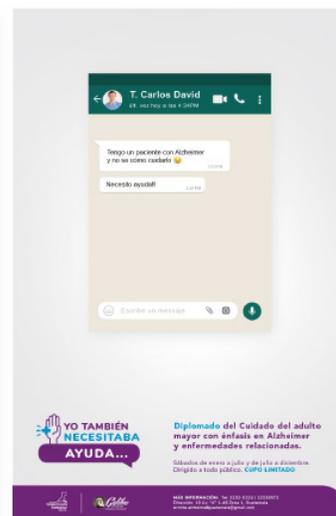


Figura 47

## Propuesta 2

## Fundamentación de la decisión final de este nivel

Para poder tomar la decisión de elegir una de las dos propuestas se realizó una coevaluación de nivel 2 de visualización, con el primer grupo de expertos en diseño gráfico (*Ver anexo 5*). Con base a esta se llegó a la conclusión que la mejor propuesta de key visual para el grupo objetivo y para el cumplimiento de los objetivos establecidos sería la propuesta 2.

La idea de la propuesta 2 es más innovadora que la propuesta 1, generando más empatía con el grupo objetivo abocando al insight “necesito ayuda para cuidar un paciente con Alzheimer”, siendo las redes sociales y el internet el primer lugar donde se busca ayuda. Aunque muchas veces son las personas de la tercera edad quienes necesiten asistir al diplomado por sus esposos (as), los hijos o nietos son quienes les informan acerca de estos servicios. Siendo estos el mercado meta, es decir el destinatario ideal de la campaña y a quienes debemos dirigirnos.

Al concluir que la propuesta 2 era la más conveniente para el grupo objetivo, fue enviada al segundo grupo de expertos en diseño gráfico en el área de publicidad y mercadeo, para realizar coevaluación en base al key visual (*ver anexo 6*). Para ello se presentó el proyecto desde sus inicios hasta la resolución de las propuestas gráficas. Permitiendo evaluar, no solo las piezas sino también el proyecto, proceso, estrategia de comunicación y el diseño.

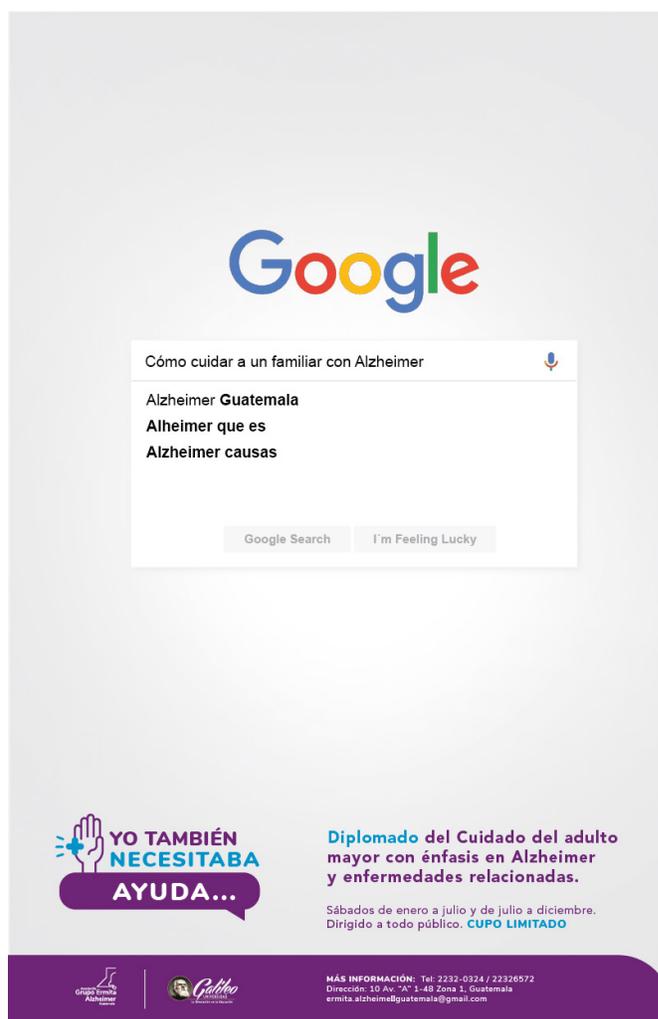


Figura 45

Experto 3: Lic. Juan Pablo Meléndez. / Desarrollo de marca y estudio de mercado.

Instrucciones: Se autoevaluará cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en la siguiente matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTA GRÁFICA 1					OBSERVACIONES
		1	2	3	4	5	
ASPECTOS A EVALUAR		1	2	3	4	5	
1.	La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.				x		1. Justificar el texto para transmitir orden y formalidad. 2. Analizar propuestas de formato cuadrado y orientación horizontal.
2.	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.				x		N/A
3.	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.					x	Excelente manejo de fondo.
4.	Legibilidad: el texto puede ser leído fácilmente				x		1. Cuidar la segunda línea de texto (texto en blanco) para evitar que se vuelva ilegible al momento de reducir la imagen..
5.	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza, tiene un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				x		N/A
6.	Cultura visual: Toma en cuenta y es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo.				x		1. Encontrar más plataformas (imágenes, copys, fotografías etc) con las cuales el G.O. se sienta identificado, a manera de tener una cantidad considerable de variaciones de la misma pieza y con ello evitar la repetición.
7.	Estilización: Muestra un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; toda la composición es estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				x		N/A
8.	Diagramación: La composición presenta un orden lógico, así mismo el lector puede entenderlo claramente.				x		1. Excelente manejo de peso y jerarquía visual.
9.	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, favorece la lectura y se relaciona al diseño.				x		1. Cuidar los puntos de tipografía de acuerdo a su plataforma de publicación.

Figura 48

Algunas observaciones que indicaron los expertos fueron las siguientes:

- Se sugiere que el copy se justifique para transmitir orden y formalidad.
- Ya que lo que se desea es generar inscripciones al diplomado, es necesario colocar una llamada a la acción, que ayude a entender con mayor facilidad de que se trata la campaña, ej. ¡Inscríbete ya!
- El mensaje puede ser memorable, aunque no las marcas, ya que los logos están colocadas en la parte inferior de manera reducida.
- Resaltar la información de contacto para que la gente sepa a donde abocarse, sobre todo cuidar la segunda línea de texto para evitar que se vuelva ilegible al momento de reducir la imagen.
- Cuidar los puntos de tipografía de acuerdo a su plataforma de publicación.
- Encontrar más plataformas (imágenes, copys, fotografías etc) con las cuales el G.O. se sienta identificado, a manera de tener una cantidad considerable de variaciones de la misma pieza y con ello evitar la repetición.
- Se sugiere el uso de fotografías en algunos artes que sirvan de apoyo.

Con respecto al color, uno de los expertos comentó “Según AlanSwann (en su libro "El Color En El Diseño Gráfico") el Púrpura tiene una connotación intelectual. Misma que para este proyecto puede ser fundamentado como el proceso de conocimiento y estudio que la institución está brindando a sus colaboradores”.

10. U	so del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					x	1. Según AlanSwann (en su libro "El Color En El Diseño Gráfico") el Púrpura tiene una connotación intelectual. Misma que para este proyecto puede ser fundamentado como el proceso de conocimiento y estudio que la institución está brindando a sus colaboradores.
<b>CLAIM</b>							
11.	La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.					x	1. Considerar modificar la palabra "necesitaba" por "necesito"; utilizar un verbo en pasado puede prestarse a interpretaciones de algo que ya sucedió y ha cumplido su cometido. Por su parte utilizar un verbo en presente ayuda a una identificación más directa por parte del G.O. generando, a través de la frase, un slogan que seguramente se transmitirá de manera verbal entre sus participantes. No es lo mismo decir "yo necesité ayuda" (y desconocer si se le brindó) y "yo necesito ayuda" teniendo clara la búsqueda de una solución a una necesidad actual.
12. F	ijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, vectores y composición, para facilitar lo que se quiere transmitir.					x	N/A
13. C	omposición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza, tiene un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x	N/A

Figura 49

En base a esta sugerencias y observaciones, se realizaron lo cambios pertinentes y se diseñaron las demás piezas de toda la estrategia de comunicación para promocionar el diplomado del cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer.

## TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

En el nivel 3 de visualización se realizaron las modificaciones del key visual, el diseño base que sirve de guía o referencia visual para la estrategia de comunicación, en base a las observaciones dadas por los expertos.

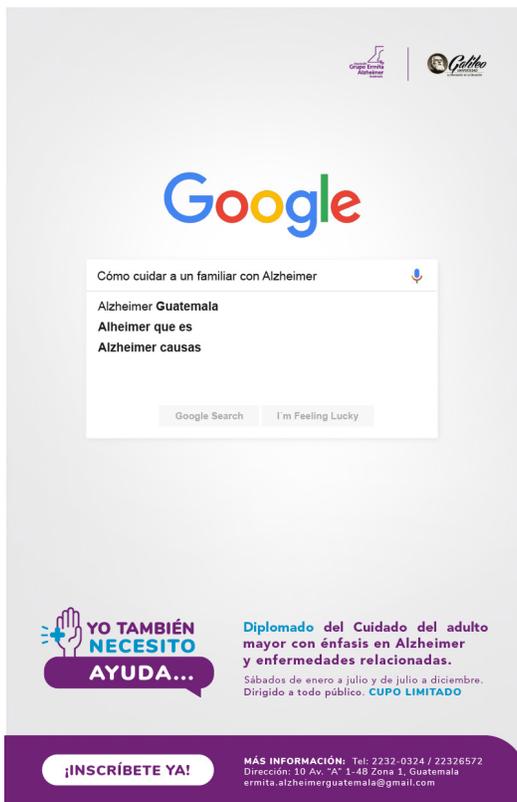


Figura 50



Figura 51

Se colocó una llamada a la acción dentro del diseño, y se encerró dentro dentro de una figura geométrica de color blanco para resaltar mejor la frase y llamar la atención, lo cual es el objetivo de la llamada a la acción. Los logotipos se colocaron en distinta posición, en la parte superior derecha, en un fondo claro, donde tienen mejor visibilidad y en un tamaño más grande.

Para la información de contacto, se utilizó un tamaño mayor en la tipografía, resaltando aún más los datos, evitando que sea ilegible al momento de reducir la imagen.

## Fundamentación de la decisión final de este nivel

Se realizó la validación con el grupo objetivo, en la cual se utilizó una encuesta de once preguntas en relación a la cromatología, concepto, forma, tipografía, etc. de las piezas gráficas. Para esta validación se necesitó la ayuda de la Asociación, en la cual se brindó el espacio y el tiempo para encuestar a un grupo de estudiantes del diplomado de distintas promociones. La muestra se realizó a una muestra de 25 personas entre 20 a 52 años, en su mayoría de sexo femenino (86 %), entre ellos cuidadoras profesionales, psicólogos (as), amas de casa con adultos mayores, médicos, enfermeros (as), etc. (Ver anexo 7)



*Figura 52*  
*Encuesta realizada a estudiantes del diplomado del Cuidado del Adulto Mayor con Énfasis en Alzheimer, 2018*

*A continuación se presentan los resultados obtenidos representados en gráficas y el análisis de cada uno:*

Entre las observaciones dadas, el 9.5% de las encuestadas cree que el mensaje no está claro, pues se deben presentar dos tipos de modalidades al año, y crea confusión, ya que se da a entender que dura 1 año.

El 14.3 % de las personas no entiende o en dónde se le presente alguna duda en el diseño de las piezas gráficas. En las observaciones comentaron que la información acerca del diplomado crea confusión.

El 100% considera que las tipografía es legible, simple y clara.

El 100% de las personas consideran que el color utilizado en la letra es agradable, ya que son colores agradables a la vista y llaman la atención, pero no son muy fuertes.

Todos los encuestados consideran que los colores utilizados en los afiches llaman la atención, pues son llamativos y alegres.

Al 71% de las personas encuestadas les pareció visualmente atractivo el diseño de las piezas gráficas, pues no contiene texto o imágenes, es decir ruido, que desvíe su atención, y consideran agradable que se utilicen un tema como google pues es lo que muchos usan para buscar información sobre los temas que desconoces, creando empatía con el grupo objetivo.

El 76% de las personas se sienten identificadas con el diseño, uno de las observaciones del por qué se identificaban fue "porque muestra lo que muchos hacemos cuando no conocemos o no sabemos qué hacer en una situación, siempre recurrimos a las redes sociales que en muchos casos son de ayuda y en muchos otros no".

El 100% considera que las tipografía es legible, simple y clara.

El 90% de las personas consideran que las piezas gráficas motivan a las personas a conocer más acerca del diplomado, pues consideran que las piezas de diseño llama la atención, el que no sea un diplomado común genera curiosidad y las piezas lo hacen ver más interesante. También despierta interés por el color y la mano con el signo +.

Una de las personas encuestadas consideran que el mensaje principal de las piezas gráficas es "que no solo necesitan ayuda las personas enfermas sino que también los que estamos a su alrededor y no sabemos nada sobre el tema y buscan ayuda y no saben qué hacer y cómo sobrellevar esta enfermedad que ataca a su familiar o amigo"  
Otros comentarios sobre la pregunta ¿Cuál le parece que sea el mensaje principal de esta campaña publicitaria? fueron:

- Cuidados sobre el alzheimer
- Diplomado y día de clases
- El que la gente se interese por el diplomado
- Tener conocimientos en el cuidado del adulto mayor
- El cuidado del adulto mayor con Alzheimer y otra a enfermedades
- Enfermedad de Alzheimer
- Poder ayudar a los familiares que padecen de esta enfermedad y darles apoyo
- Necesito ayuda, el saber que cuento con una asociación que brinda estos servicios



Figura 53  
Encuesta realizada a estudiantes del diplomado del Cuidado del Adulto Mayor con Énfasis en Alzheimer, 2018.

Algunos cambios sugeridos fueron tener en cuenta el tamaño de la letra según el lugar donde se use. Realizar otras propuestas similares, siempre yendo en la misma línea gráfica. Corregir la información del diplomado para no crear confusión en las fechas en que se lleva a cabo y colocar los datos de contacto más legibles.

Otras respuestas a la pregunta sobre ¿Qué cambios recomienda que se le pueden hacer a los afiches? fueron:

- Quizás realizar otro similares
- Logos mas grandes, apenas se ven.
- Todo está bien
- Lo veo bastante completo
- Letra no tan delgada, a larga distancia podría no leerse.
- Ninguno
- Más información
- Agregar horario y costo
- Me parece excelente sólo cambiar la duración del diplomado. La opción de buscar en Google y de whatsapp es lo ideal

Luego de haber elaborado la validación para el tercer nivel de visualización, se ha tomado la decisión que los únicos elementos a modificar son los datos de contacto, en el cual se colocó la información más legible y se añadió el ícono de facebook, uno de los principales medio de comunicación.



Figura 54

La información acerca del diplomado se mejoró, para evitar confusión en las personas. Para esto se realizaron varias propuesta de copy, en la cual se optó por colocar únicamente la información importante:

7. ¿Se siente usted identificado dentro de esta campaña?

	1	2	3	4	5	
No me siento identificado	<input type="radio"/>	Si me siento identificado				

¿Por qué?

Figura 55

También a base de sugerencia se realizaron más opciones para no repetir las mismas piezas gráficas:

Logo of Grupo Ermita Alzheimer and Galileo.

Google

Cómo cuidar a un familiar con Alzheimer

Alzheimer Guatemala  
Alzheimer que es  
Alzheimer causas

Google Search I'm Feeling Lucky

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**  
Sábados de enero a julio y de julio a diciembre. Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

MÁS INFORMACIÓN: Tel: 2232-0324 / 22326572  
Dirección: 10 Av. "A" 1-48 Zona 1, Guatemala  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 56

Logo of Grupo Ermita Alzheimer and Galileo.

Karen Gonzales  
Tú y Karen están conectados en Facebook

5 ABR. A LAS 8:36 AM

Buen día

Mi mamá tiene Alzheimer y no sé como cuidarla.

¿Podrían ayudarme?

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**  
Sábados de enero a julio y de julio a diciembre. Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

MÁS INFORMACIÓN: Tel: 2232-0324 / 22326572  
Dirección: 10 Av. "A" 1-48 Zona 1, Guatemala  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 57

Logo of Grupo Ermita Alzheimer and Galileo.

Redactar

De sofiamiranda\_psicologia@gmail.com

Para ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Necesito ayuda

Buen día,

Necesito ayuda, tengo un paciente con Alzheimer y no sé cómo apoyarlo. ¿Podrían brindarme ayuda?

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas**  
Avalado por el Ministerio de Salud  
Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

PARA MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 58

Logo of Grupo Ermita Alzheimer and Galileo.

+502 41274763  
Ult. vez: hoy a las 4:34PM

Quisiera info. Mi mamá cuida a mi papá con Alzheimer, pero ella no sabe cómo cuidarlo bien 😊

¿Podrían ayudarla?

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

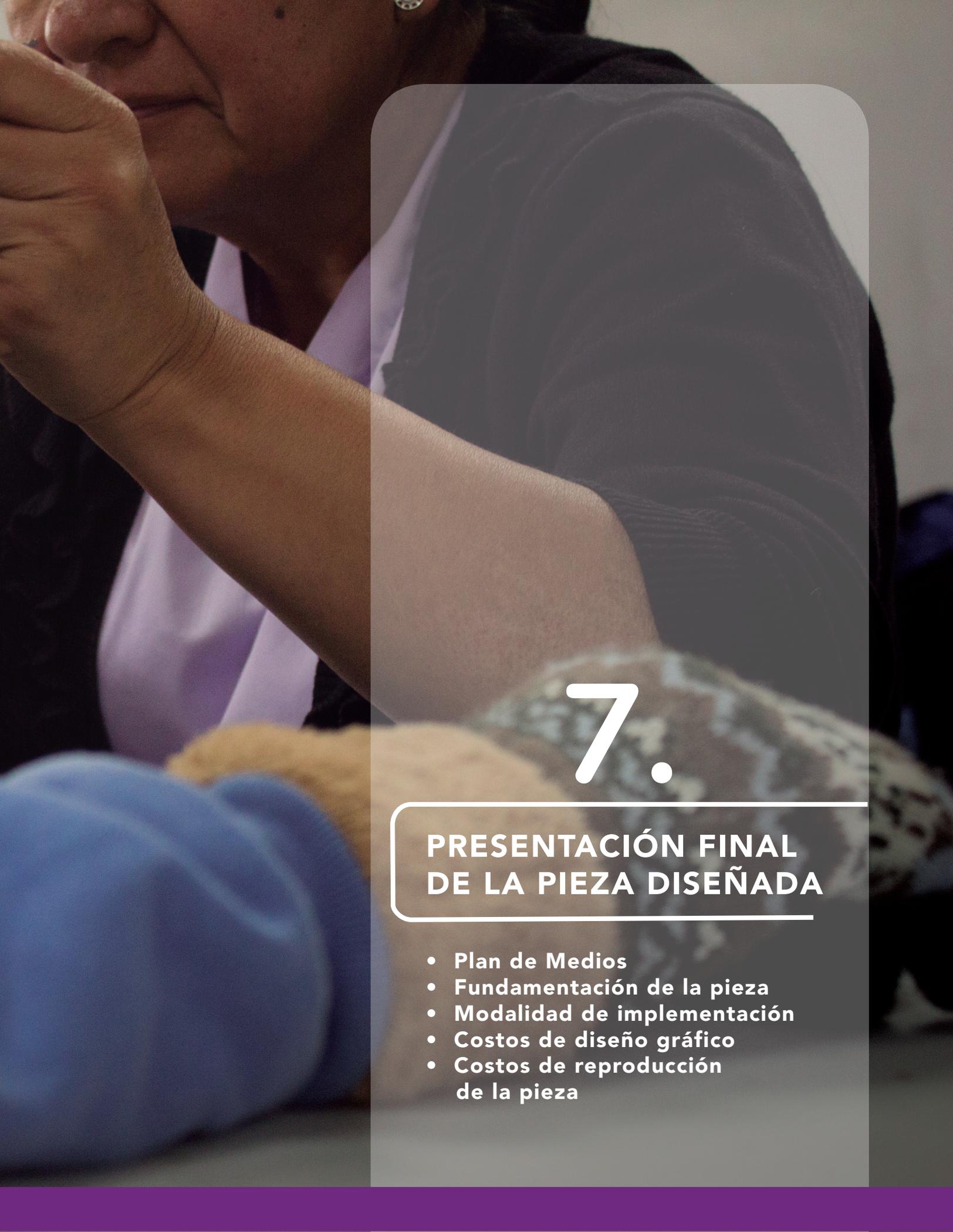
**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas**  
Avalado por el Ministerio de Salud  
Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

PARA MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 59



A woman in a white lab coat is looking at a document. The image is partially obscured by a dark grey overlay on the right side, which contains text and a list. The woman's face is partially visible on the left, and her hand is near her chin. The background is slightly blurred, showing what appears to be a patterned surface.

# 7.

## PRESENTACIÓN FINAL DE LA PIEZA DISEÑADA

- Plan de Medios
- Fundamentación de la pieza
- Modalidad de implementación
- Costos de diseño gráfico
- Costos de reproducción de la pieza



# PROPUESTA FINAL

## Estrategia de comunicación promocional para el Diplomado del Cuidado del Adulto Mayor con Énfasis en Alzheimer

### Objetivos de estrategia de comunicación

#### Objetivos Aspiracionales:

Lanzar el Diplomado del Cuidado del Adulto mayor con énfasis en Alzheimer dentro de la sociedad guatemalteca y en el plazo de diez años se cuente con cuidadores conscientes y responsables antes los cuidados de esta enfermedad mejorando la calidad de vida tanto del paciente como el cuidador.

#### Objetivos de Negocio:

Incrementar el número de participantes Diplomado del Cuidado del Adulto mayor con énfasis en Alzheimer.

#### Objetivos de Marketing:

Dar a conocer el servicio del Diplomado del cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer.

Aumentar el nivel de engagement entre público y marca por medio de un buen plan de contenidos que cree empatía, que inspire, que despierte sus sentidos, que dé a conocer el servicio.

#### Objetivos de Comunicación:

Empatizar y conectar emocionalmente con el público objetivo para conseguir que tengan afinidad, empatía y engagement con la Asociación Grupo Ermita y el Diplomado del Cuidado del Adulto mayor con énfasis en Alzheimer.

Lograr un mínimo de 50 participantes en el Diplomado del Cuidado del Adulto mayor con énfasis en Alzheimer en un plazo de 2 meses.

# PLAN DE MEDIOS

CATEGORIA	MES 1			
	EXPECTACIÓN		LANZAMIENTO	
	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4
<b>Facebook</b>				
<i>Campaña promocional</i>	Expectación	Expectación	Correo	Whatsapp
<i>Contenido de valor</i>	Alzheimer en Guatemala	Cuidados para cuidadores	Cómo afecta al cuidador	Consejos para el cuidador
<i>Información de diplomado</i>	Expectación	Expectación	Qué es el diplomado	Qué aprenderas en el dipomado
<i>Eventos</i>		Entrevista en radio	Entrevista en radio	Charla informativa
<b>Mailing</b>				
<i>Newsletter</i>	Alzheimer en Guatemala	Info. de cuidadores preparados	Cómo afecta al cuidador	Consejos para el cuidador
<i>mailing promocional</i>		Expectación	Correo	Whatsapp
<b>Radio</b>				
<i>Promoción</i>		Entrevista en la radio		
<i>Anuncio</i>	Anuncio		Anuncio	
<b>Prensa</b>				
<i>Promoción</i>			Anuncio	
<b>Mupi</b>				
<i>Promoción</i>			Google	
<b>Revista</b>				
<i>Promoción</i>			Anuncio	

MES 2			
MANTENIMIENTO		MANTENIMIENTO	
semana 1	semana 2	semana 3	semana 4
<b>Facebook</b>			
Expectación	Expectación	Correo	Whatsapp
Alzheimer en Guatemala	Cuidadores preparados	Cómo afecta al cuidador	Frase cuidado del cuidador
Expectación	Expectación	Qué es el diplomado	Más información
Charla informativa			
<b>Mailing</b>			
Alzheimer en Guatemala	Info. de cuidadores preparados	Cómo afecta al cuidador	Consejos para el cuidador
	Expectación	Correo	Whatsapp
<b>Radio</b>			
	Entrevista en la radio		
Anuncio		Anuncio	
<b>Prensa</b>			
		Anuncio	
<b>Mupi</b>			
		Messenger	
<b>Revista</b>			
		Anuncio	

## Facebook

Facebook			
CATEGORIA	TEMA	FORMATO	URL
<b>MES 1</b>			
<b>SEMANA 1 EXPECTACIÓN</b>			
<i>Campaña promocional</i>	<i>Expectación / Yo también busco ayuda</i>	<i>png</i>	
<i>Contenido de valor</i>	<i>Alzheimer en Guatemala</i>	<i>png</i>	
<i>Información de diplomado</i>	<i>Expectación / Yo también quiero ayuda</i>	<i>png</i>	
<i>Eventos</i>			
<b>SEMANA 2 EXPECTACIÓN</b>			
<i>Campaña promocional</i>	<i>Expectación / Yo también deseo ayuda</i>	<i>png</i>	
<i>Contenido de valor</i>	<i>Información de la necesidad de cuidarse como cuidadores de pacientes con Alzheimer</i>	<i>png</i>	<a href="https://knowalzheimer.com/wp-content/uploads/2017/03/03-Curso-Cuidadores-Alzheimer-M3.pdf">https://knowalzheimer.com/wp-content/uploads/2017/03/03-Curso-Cuidadores-Alzheimer-M3.pdf</a>
<i>Información de diplomado</i>	<i>Expectación Preguntas</i>	<i>png</i>	
<i>Eventos</i>	<i>Entrevista en radio</i>	<i>png / evento</i>	
<b>SEMANA 3 LANZAMIENTO</b>			
<i>Campaña promocional</i>	<i>Lanzamiento / Correo</i>	<i>png</i>	
<i>Contenido de valor</i>	<i>Cómo afecta emocionalmente al cuidador</i>	<i>png</i>	
<i>Información de diplomado</i>	<i>Qué es el diplomado</i>	<i>png</i>	
<i>Eventos</i>	<i>Entrevista en radio</i>	<i>png</i>	

SEMANA 4 LANZAMIENTO			
<b>Campaña promocional</b>	youtubeWhatsapp	png	
<b>Contenido de valor</b>	Los 10 nunca que un cuidador debe respetar	png	
<b>Información de diplomado</b>	Qué aprenderas en el diplomado	png	
<b>Eventos</b>	Charla informativa - Necesito ayuda para cuidar a una persona con Alzheimer	png	

## MES 2

SEMANA 1 MANTENIMIENTO			
<b>Campaña promocional</b>	Diplomado más info	png	
<b>Contenido de valor</b>	Alzheimer 2030	png	
<b>Información de diplomado</b>	Quiénes imparten el Diplomado	png	
<b>Eventos</b>	Charla informativa - Necesito ayuda para cuidar a una persona con Alzheimer	png	

SEMANA 2 MANTENIMIENTO			
<b>Campaña promocional</b>	Anuncio / Youtube	png	
<b>Contenido de valor</b>	Tips de lenguaje para personas con Alzheimer	png	
<b>Información de diplomado</b>	Promociones hasta ahora del diplomado	png	
<b>Eventos</b>			

SEMANA 3 MANTENIMIENTO			
<b>Campaña promocional</b>	Diplomado más información	png	
<b>Contenido de valor</b>	Actividades para hacer con enfermos de alzheimer	png	<a href="https://aiudo.es/ejercicios-para-el-alzheimer/">https://aiudo.es/ejercicios-para-el-alzheimer/</a>
<b>Información de diplomado</b>	Preguntas frecuentes del diplomado	png	
<b>Eventos</b>			

SEMANA 4 MANTENIMIENTO			
<i>Campaña promocional</i>	<i>Anuncio / Google</i>	<i>png</i>	
<i>Contenido de valor</i>	<i>Frase cuidado del cuidador</i>	<i>png</i>	
<i>Información de diplomado</i>	<i>Más Información</i>	<i>png</i>	
<i>Eventos</i>			

## Email

Email			
CATEGORIA	TEMA	FORMATO	URL
<b>MES 1</b>			
SEMANA 1 EXPECTACIÓN			
<i>Newsletter</i>	<i>Información sobre Alzheimer Guatemala</i>	<i>png</i>	
<i>mailing promocional</i>			
SEMANA 2 EXPECTACIÓN			
<i>Newsletter</i>	<i>Información de la necesidad de cuidarse como cuidadores de pacientes con Alzheimer</i>	<i>png</i>	<a href="https://knowalzheimer.com/wp-content/uploads/2017/03/03-Curso-Cuidadores-Alzheimer-M3.pdf">https://knowalzheimer.com/wp-content/uploads/2017/03/03-Curso-Cuidadores-Alzheimer-M3.pdf</a>
<i>mailing promocional</i>	<i>Expectación / Yo también busco ayuda</i>	<i>png</i>	
SEMANA 3 LANZAMIENTO			
<i>Newsletter</i>	<i>Reflexión acerca de como afecta emocionalmente al cuidador</i>	<i>png</i>	
<i>mailing promocional</i>	<i>Post promocional / Correo</i>	<i>png</i>	
SEMANA 4 LANZAMIENTO			
<i>Newsletter</i>	<i>Los 10 nunca que un cuidador debe respetar</i>	<i>png</i>	
<i>mailing promocional</i>	<i>Post promocional / información</i>	<i>png</i>	

<b>MES 2</b>			
<b>SEMANA 1 MANTENIMIENTO</b>			
<i>Newsletter</i>	<i>Alzheimer 2030</i>	<i>png</i>	
<i>mailing promocional</i>	<i>Quiénes imparten el Diplomado</i>	<i>png</i>	
<b>SEMANA 2 MANTENIMIENTO</b>			
<i>Newsletter</i>	<i>Tips de lenguaje para personas con Alzheimer</i>	<i>png</i>	
<i>mailing promocional</i>	<i>Info de los temas a tratar en el diplomado</i>	<i>png</i>	
<b>SEMANA 3 MANTENIMIENTO</b>			
<i>Newsletter</i>	<i>Consejo para cuidador de alzheimer</i>	<i>png</i>	
<i>mailing promocional</i>	<i>Cuántas promociones lleva el diplomado</i>	<i>png</i>	
<b>SEMANA 4 MANTENIMIENTO</b>			
<i>Newsletter</i>	<i>Cómo se debe cuidar el cuidador</i>	<i>png</i>	
<i>mailing promocional</i>	<i>Info de los profesores del diplomado</i>	<i>png</i>	

## Prensa

<b>MES 1</b>			
<b>SEMANA 3 LANZAMIENTO</b>			
<i>Promoción</i>	<i>Anuncio / Google</i>	<i>pdf / Ai</i>	
<b>MES 2</b>			
<b>SEMANA 1 MANTENIMIENTO</b>			
<i>Promoción</i>	<i>Anuncio / Correo</i>	<i>pdf / Ai</i>	

## Mupi

<b>MES 1</b>			
<b>SEMANA 3 LANZAMIENTO</b>			
<i>Promoción</i>	<i>Anuncio / Google</i>	<i>pdf / Ai</i>	

<b>MES 2</b>			
SEMANA 1 MANTENIMIENTO			
<i>Promoción</i>	<i>Anuncio / Messenger</i>	<i>pdf / Ai</i>	

## Revista

<b>MES 1</b>			
SEMANA 3 LANZAMIENTO			
<i>Promoción</i>	<i>Anuncio / Google</i>	<i>pdf / Ai</i>	

<b>MES 2</b>			
SEMANA 1 MANTENIMIENTO			
<i>Promoción</i>	<i>Anuncio / Correo</i>	<i>pdf / Ai</i>	

# FUNDAMENTACIÓN

## Concepto Creativo

### “Hablemos en voz alta”

El concepto creativo para la Estrategia de comunicación promocional para el Diplomado del Cuidado del Adulto Mayor con Énfasis en Alzheimer, tiene como fin empatizar con los grupos objetivos, creando una comunidad donde puedan hablar acerca de la enfermedad y las necesidades que tienen en común, al mismo tiempo que se les ofrece una solución para sus necesidades, el diplomado. Cada pieza diseñada tiene un objetivo, informar acerca de la enfermedad del Alzheimer, con contenido de valor.

#### Fundamentación de la pieza

Con base en las validaciones realizadas a Profesionales en Diseño Gráfico y el Grupo Objetivo, a continuación, se presenta propuesta final de la estrategia de comunicación para el Diplomado del Cuidado del Adulto Mayor con Énfasis en Alzheimer, con todas sus correcciones y observaciones pertinentes.

## Claim

El Claim, el cual consiste en una frase memorable del servicio, utilizado como un lema o un eslogan de la campaña fue implementado en la estrategia de comunicación del diplomado con la frase “Yo también necesito ayuda”, para crear empatía y una conexión con el grupo objetivo.

Esta frase fue creada a base del insight encontrado en ambos grupos objetivos, “Necesito ayuda para cuidar a una persona con Alzheimer”. Se realizaron correcciones a base de las observaciones de los expertos en diseño gráfico. A continuación, se muestra la pieza final:



Figura 60

Los tres puntos al final invitan a que cada persona termine la frase con lo que necesita ayuda. Se utilizaron elementos como una burbuja de conversación para representar el concepto creativo el cual es “Hablando en voz alta”. La mano con el icono de salud representa a cada persona que necesita ayuda para cuidar a un paciente con Alzheimer y no sabe cómo pedir ayuda o donde encontrarla.

El Claim de la estrategia de comunicación empatiza con el grupo objetivo, motivandolo a preguntar y pedir ayuda sobre el cuidado de las personas mayores con Alzheimer.

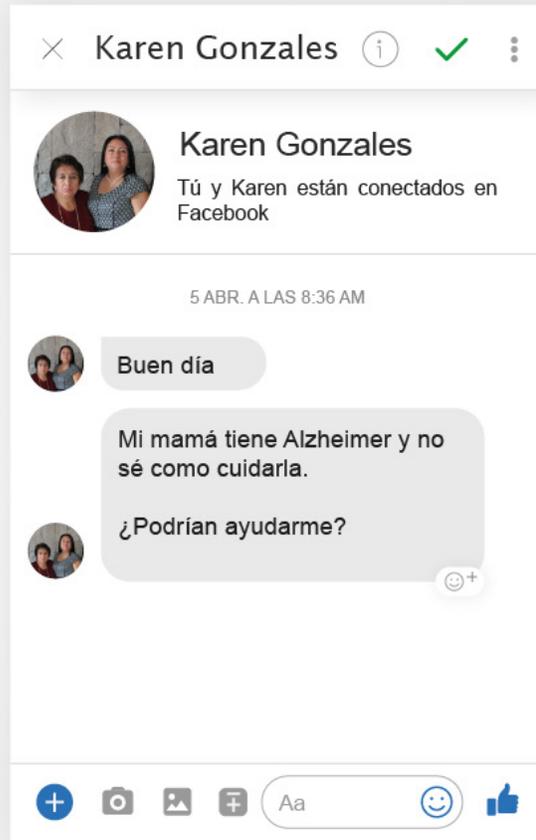
## Key visual

El Key visual es un diseño base el cual sirve de guía para una campaña. Su función principal es dar una idea de qué elementos, tipografías y paleta de colores se utilizarán luego para todos los anuncios y diseños. La propuesta del siguiente Key visual es el resultado de las distintas validaciones realizadas. Las piezas diseñadas muestran los diferentes tipos de forma que el grupo objetivo utiliza para buscar información acerca de los cuidados de las personas mayores con Alzheimer. Se realizaron cuatro propuestas:

- Google
- WhatsApp
- Messenger
- Correo electrónico

The key visual is a vertical rectangular graphic with a light gray background. At the top right, there are two logos: 'Grupo Ermita Alzheimer' and 'Galileo'. In the center, the Google logo is displayed in its multi-colored font. Below it is a white search bar with the text 'Cómo cuidar a un familiar con Alzheimer' and a microphone icon. The search results show 'Alzheimer Guatemala', 'Alzheimer que es', and 'Alzheimer causas'. Below the search bar are two buttons: 'Google Search' and 'I'm Feeling Lucky'. At the bottom left, there is a purple speech bubble containing a white hand icon with a plus sign and the text 'YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...'. To the right of this is the text 'Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.' followed by 'Sábados de enero a julio y de julio a diciembre. Dirigido a todo público. CUPO LIMITADO'. At the bottom, there is a dark purple banner with a white button that says '¡INSCRÍBETE YA!' and contact information: 'MÁS INFORMACIÓN: Tel: 2232-0324 / 22326572 Dirección: 10 Av. "A" 1-48 Zona 1, Guatemala ermita.alzheimerguatemala@gmail.com'.

Figura 61



**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**

Sábados de enero a julio y de julio a diciembre. Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

**MÁS INFORMACIÓN:** Tel: 2232-0324 / 22326572  
Dirección: 10 Av. "A" 1-48 Zona 1, Guatemala  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 62

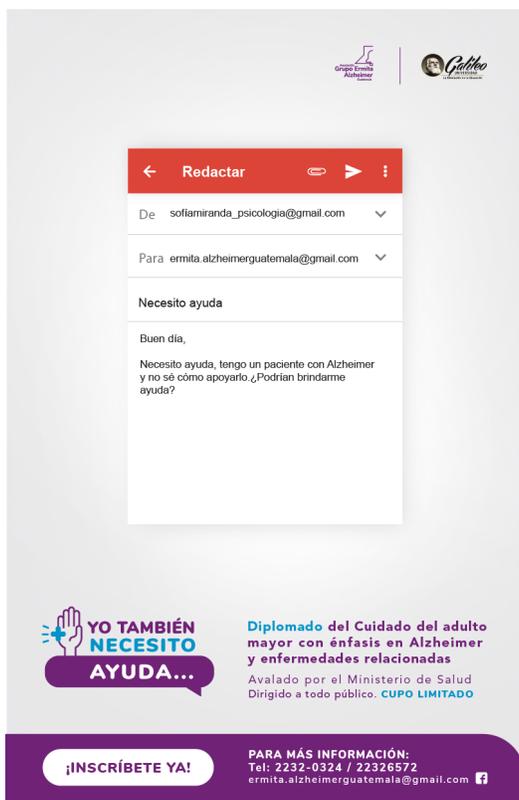


Figura 63



Figura 64

El Key visual fue realizado en formato vertical, pues la mayoría de las adaptaciones del diseño tienen formato similar. El Key visual está compuesto por una imagen central, la cual es el medio que el grupo objetivo utiliza para comunicarse y pedir ayuda. En la parte superior se colocaron los logotipos para una mejor visualización de estos. La parte inferior contiene la información más importante del diplomado y el Claim de la campaña.

Se colocó una llamada a la acción para que el grupo objetivo comprenda mejor el mensaje, evitando confusión en este. Los datos de contacto se colocaron de una manera más limpia y ordenada, a base de las observaciones del grupo objetivo.

El grupo objetivo pertenece al arquetipo "cuidador", el cual busca productos o servicios que ayuden al cuidado de sus seres queridos, es por esto que en los distintos Key visual se mantiene una línea gráfica limpia y simple, representando seguridad, bienestar y salud.

## Cromatología

En las distintas piezas gráficas se utilizaron los colores de la nueva línea gráfica de la Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala, los cuales consisten en una combinación del color morado, celeste, y blanco. Esta armonía de color utilizada es agradable y tiene un buen impacto visual en el grupo objetivo.

El color morado, como lo mencionó anteriormente un profesional del diseño gráfico, este color tiene una connotación intelectual, misma que para este proyecto es conveniente ya que se trata de un servicio en el cual se brindan conocimientos a cuidadores. Al mismo tiempo el color morado es representativo de la enfermedad de Alzheimer, otro factor clave por el cual fue implementado en las piezas gráficas.

El color blanco y morado es utilizado en los titulares, dependiendo del contenido y el medio utilizado varía en las piezas estos dos colores, buscando un alto contraste para permitir una cómoda legibilidad del texto.



Figura 65

Para el color del fondo de cada pieza se utilizó un degradado de negro al 20% y blanco, para crear un espacio limpio, el cual connota limpieza, salud, bienestar, combinando perfectamente con los colores utilizados (morado, celeste y blanco).

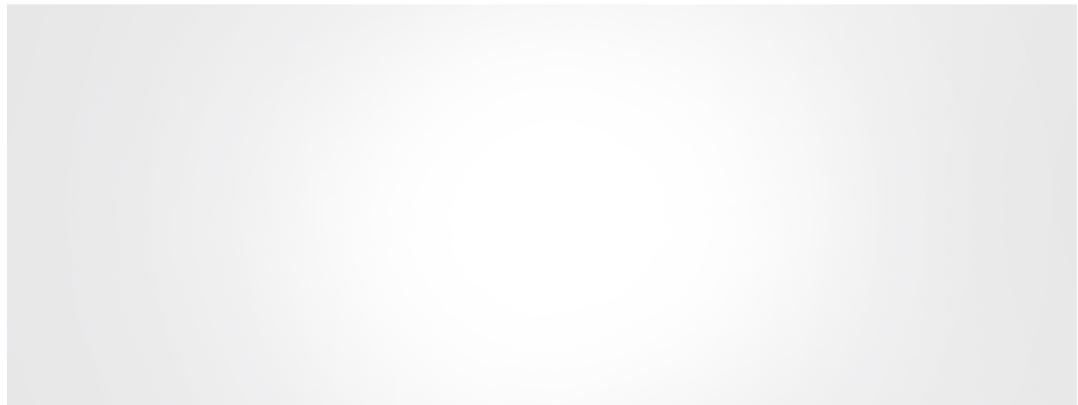


Figura 66

## Tipografía

La selección de la tipografía titular fue seleccionada en base al manual de normas gráficas de la Asociación Grupo Ermita, en el cual la tipografía **Nunito** se debe utilizar para titulares. La tipografía secundaria fue seleccionada a base de varios criterios, como la legibilidad, la combinación entre ambas tipografías y que fueran acorde a la línea gráfica, al mismo tiempo que pudieran destacar en jerarquía de textos. Para esta se seleccionó la tipografía **Avenir LT Std**, en sus versiones **black**, **medium** y **Roman**. Esta última tipografía brinda un buen recorrido visual.

7. ¿Se siente usted identificado dentro de esta campaña?

	1	2	3	4	5	
No me siento identificado	<input type="radio"/>	Si me siento identificado				

Figura 67

En base a las observaciones del grupo objetivo se utilizó la tipografía Avenir LT Std black en la información de contacto, para que resaltaré más y al mismo tiempo fuera más legible. Para el Claim y la llamada a la acción se utilizó la tipografía Nunito para crear más interés en el grupo objetivo.



Figura 68

## Imagen

Se utilizaron vectores para representar los diferentes medios de comunicación y redes sociales que utiliza el grupo objetivo para buscar ayuda. Estos ya forman parte de la cultura visual del grupo objetivo. El utilizar vectores permitió modificar elementos e información dentro de estos para alcanzar los objetivos establecidos. Los vectores no contienen demasiados detalles debido a los medios en los que serán utilizados. Los vectores son simples, planas, sin texturas para que el grupo objetivo pueda leerlo fácilmente.

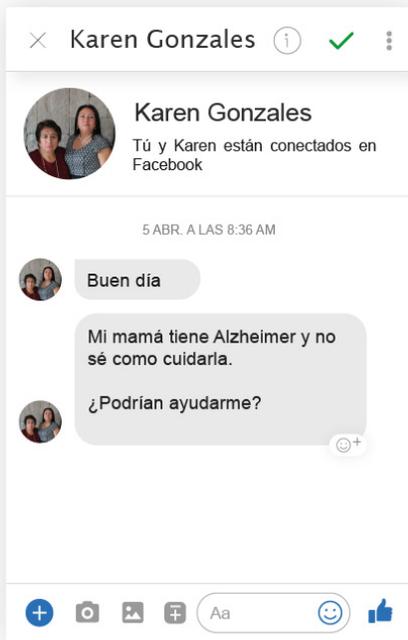


Figura 69

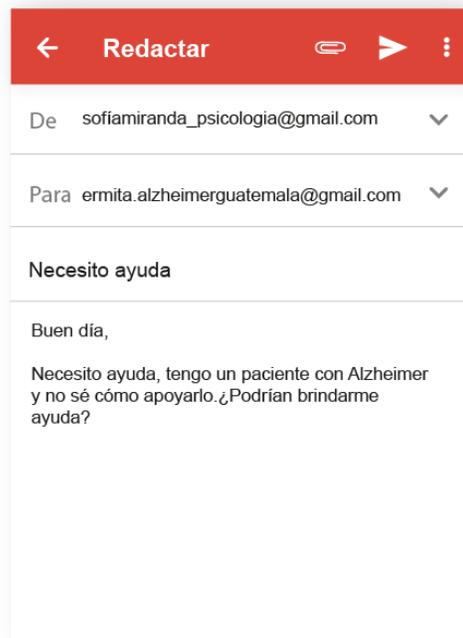


Figura 70

## Formato

El formato varía según el medio en el que será publicada la estrategia de comunicación. A continuación se describen de forma detallada los formatos utilizados:

- Facebook:
  - Publicaciones sin pauta: 1000 x 1000 px
  - Portada de página: 820 x 312 px
  - Canvas portada: 1200 x 628 px
  - Canvas imagen interna: 1080 x 1920 px
  - Correo:
  - Mailing: 600 x 800 px
  - Revista:
  - Hoja carta: 8.5 x 11 pulgadas
  - Periódico:
  - Octavo de plana: 13.48 x 14.51 cm
  - Mupi:
  - 120 x 180 cm
-

## MODALIDAD DE IMPLEMENTACIÓN

La estrategia de comunicación del Diplomado del Cuidado del Adulto Mayor con Énfasis en Alzheimer se divide en tres fases: expectativa, lanzamiento y mantenimiento.



### Fase 1: Expectativa

Para esta fase se utilizará la fan page de Facebook de la Asociación de Grupo Ermita de Alzheimer Guatemala, se generará contenido para atraer la atención del grupo objetivo mediante frases como:

“Yo también busco ayuda”, “Yo también quiero ayuda”, “Yo también deseo ayuda”.

También se generará contenido de valor con información relevante acerca de los cuidados necesarios con los pacientes de Alzheimer e información acerca de esta enfermedad. También se enviará mediante correo electrónico artes de expectación y contenido de valor en el newsletter.

Esta fase tendrá una duración de 2 semanas.

### Medios digitales:

#### Facebook:



Figura 71

Publicación en la fan page de Asociación Grupo Ermita Alzheimer



Figura 72



Figura 73



Figura 74  
Publicación en la fan page de Asociación Grupo Ermita Alzheimer

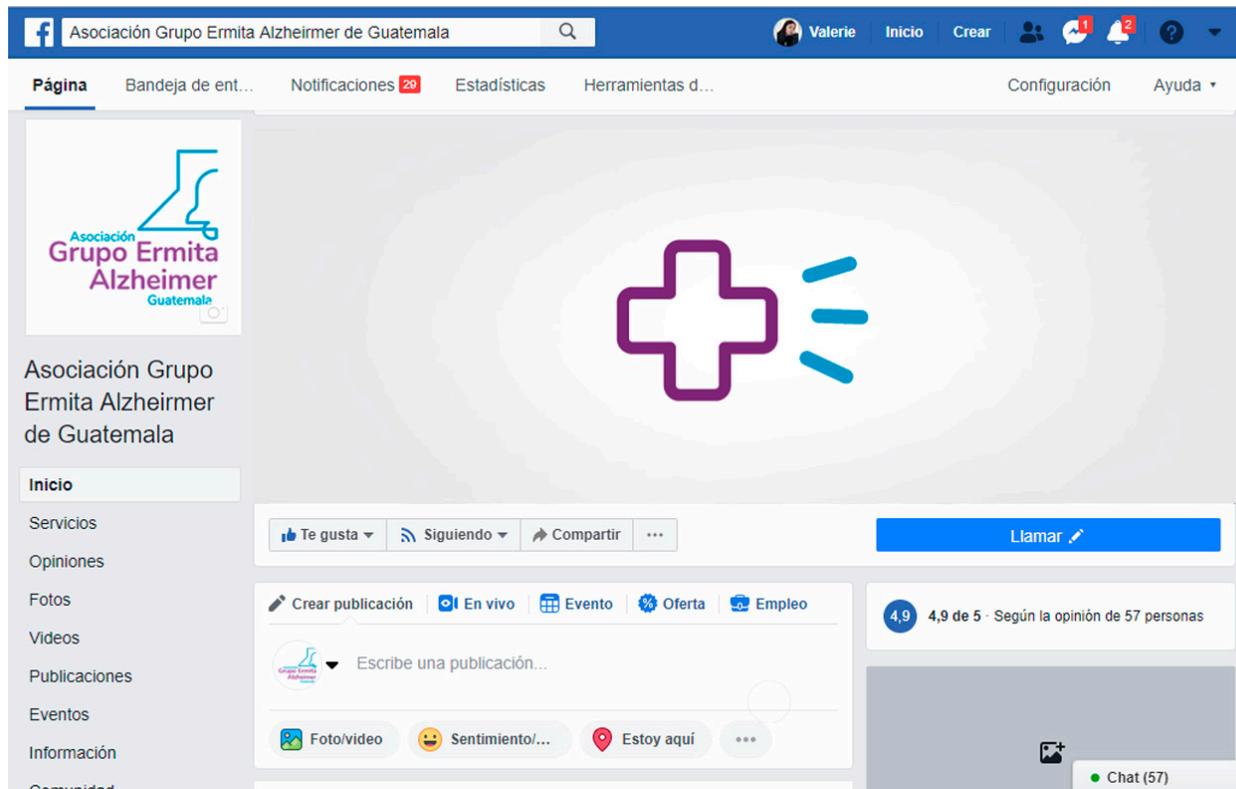


Figura 75  
Mockup portada de la fan page de Asociación Grupo Ermita Alzheimer



Figura 76



Figura 77

Mockup publicación en la fan page de Asociación Grupo Ermita Alzheimer

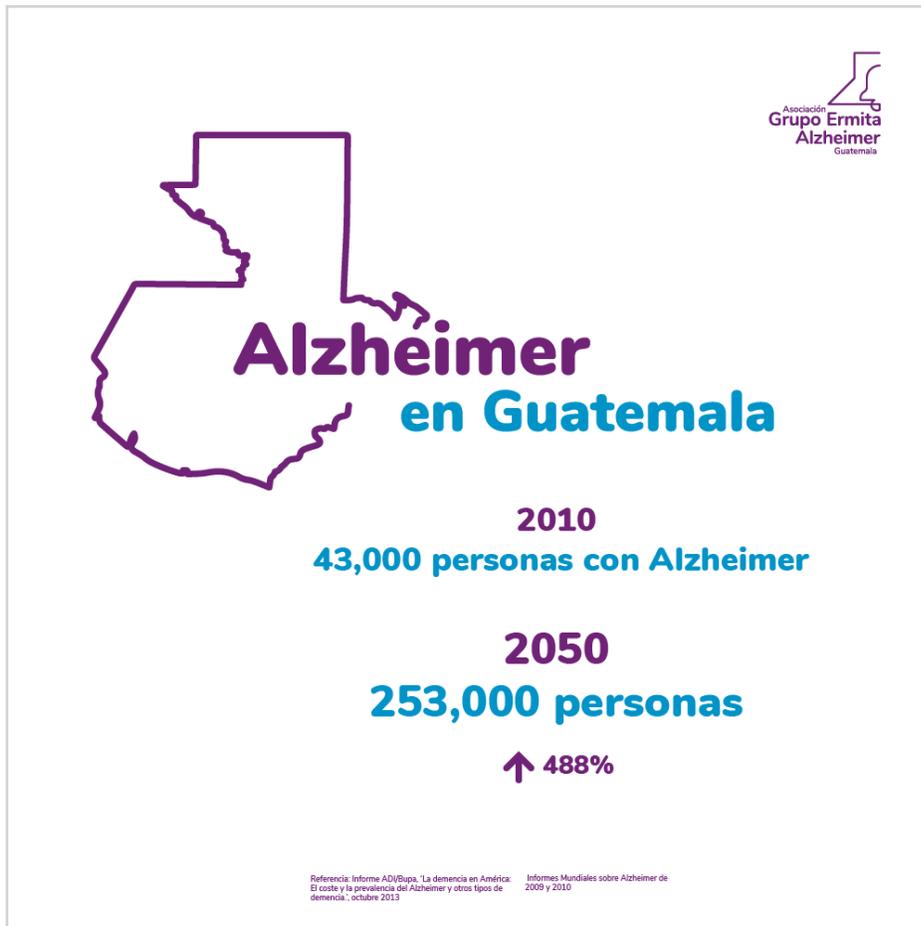


Figura 78  
Publicación en la fan page de Asociación Grupo Ermita Alzheimer



Figura 79



Figura 80

Mailing:



**¡CÚENTANOS!**

**¿QUÉ DUDAS TIENES  
SOBRE EL ALZHEIMER?**



Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala

Figura 81



Figura 82

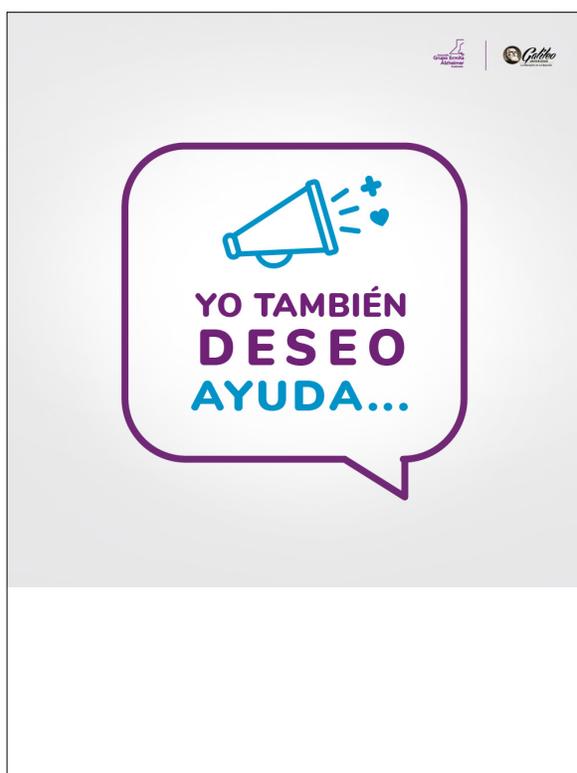


Figura 83

### Síntomas del estrés del cuidador

- Enfadarse con la persona enferma y con los demás, o con los tratamientos que no se demuestran eficaces.
- Apartarse de la vida social y de las actividades placenteras. Sentir ansiedad ante el futuro y el día a día y negar la enfermedad.
- Padeecer depresión por las cargas físicas y emocionales que soporta, y que afectan a su capacidad y habilidad para luchar.
- Fatiga, que impide completar las tareas necesarias.
- Falta de sueño, ocasionada por el exceso de preocupaciones.
- Irritabilidad y cambios de humor por el desgaste que padece, que propician reacciones negativas.
- Falta de concentración para realizar las tareas habituales.
- Problemas de salud, tanto físicos como mentales.
- Tristeza por la situación que está viviendo.
- Soledad, sobre todo si el enfermo es el cónyuge.
- Vergüenza por algunos comportamientos del enfermo, que hay que superar hablando con otras personas con el mismo problema.
- Impotencia porque, a pesar de los esfuerzos, la enfermedad es progresiva.

Fuente: Adaptada de Crespo M y López J, 2003

Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala

Figura 84



## Fase 2: Lanzamiento

En esta fase crearon diferentes piezas gráficas para promocionar la campaña las cuales serán divulgados a través de redes sociales (Facebook) y los medios tradicionales: mupis, anuncios en prensa, revistas y afiches en los lugares más concurridos por el grupo objetivo. Esta fase tendrá una duración de 2 semanas.

A continuación se muestran las diferentes piezas diseñadas para cada medio:

### Medios digitales e impresos: Facebook:

The image shows a Facebook advertisement for a diploma in the care of the elderly, with a focus on Alzheimer's and related diseases. The ad features a purple speech bubble with a hand icon and the text "YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...". It includes logos for "Grupo Ermita Alzheimer" and "Galileo". The central part of the ad is a screenshot of an email draft titled "Necesito ayuda" (I need help), with the body text: "Buen día, Necesito ayuda, tengo un paciente con Alzheimer y no sé cómo apoyarlo. ¿Podrían brindarme ayuda?". At the bottom, there is a purple button that says "¡INSCRÍBETE YA!".

Figura 85  
Publicación en la fan page de Asociación Grupo Ermita Alzheimer




El **70%** de los cuidadores no profesionales de personas con alzheimer están en riesgo de padecer **trastornos orgánicos y fisiológicos** debido a la **sobrecarga**

Los más frecuentes son de origen muscular, enfermedades cardiovasculares, problemas respiratorios y gastrointestinales.

Figura 86






Este Diplomado tiene como **objetivo preparar** personas en el cuidado del Adultos Mayores con énfasis en la enfermedad de **Alzheimer**.

MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572 / ermita.alzheimerguatemala@gmail.com / 

Figura 87




**"No puedo cuidar de nadie,**

Figura 88

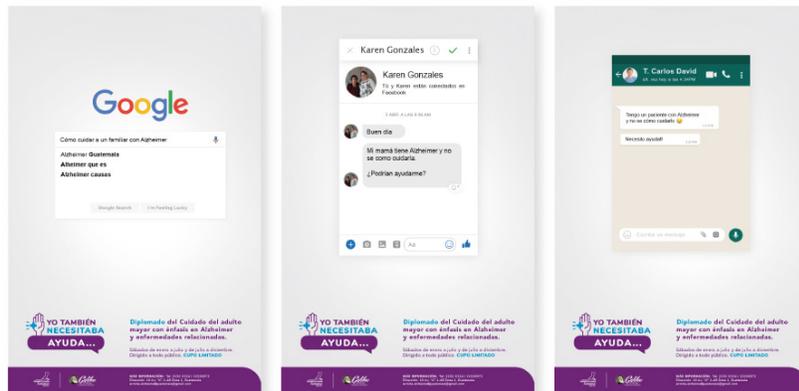


Figura 89

## Los 10 “nunca” que el cuidador debe respetar

Manejo de los SÍNTOMAS psicológicos y conductuales

- 1.**  
No discutas con la persona enferma, ponte de acuerdo con ella.
- 2.**  
No trates de razonar con ella, distrae su atención.
- 3.**  
No te avergüences.
- 4.**  
No trates de darle lecciones, serénala.
- 5.**  
No le pidas que recuerde, rememórale las cosas y los hechos.

Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala

Figura 90



Figura 91

YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...

¿QUÉ TEMAS APRENDERÉ DURANTE EL DIPLOMADO?

MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572 / ermita.alzheimerguatemala@gmail.com / 

Figura 92

YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...



- Procesos de Envejecimiento.
- Aspectos Sociales de la enfermedad de Alzheimer.
- Patologías más frecuentes en el adulto mayor.
- Procesos Neurológicos.
- Enfermedades Demenciales y Enfermedad de Alzheimer.

MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572 / ermita.alzheimerguatemala@gmail.com / 

Figura 93

YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...

- Salud Oral.
- Farmacología.
- Rehabilitación Integral en el Adulto Mayor.
- Movilización.
- Urgencias Geriátricas.
- Nutrición, entre otros.



MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572 / ermita.alzheimerguatemala@gmail.com / 

Figura 94

YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...

**CHARLA INFORMATIVA SOBRE EL ALZHEIMER**

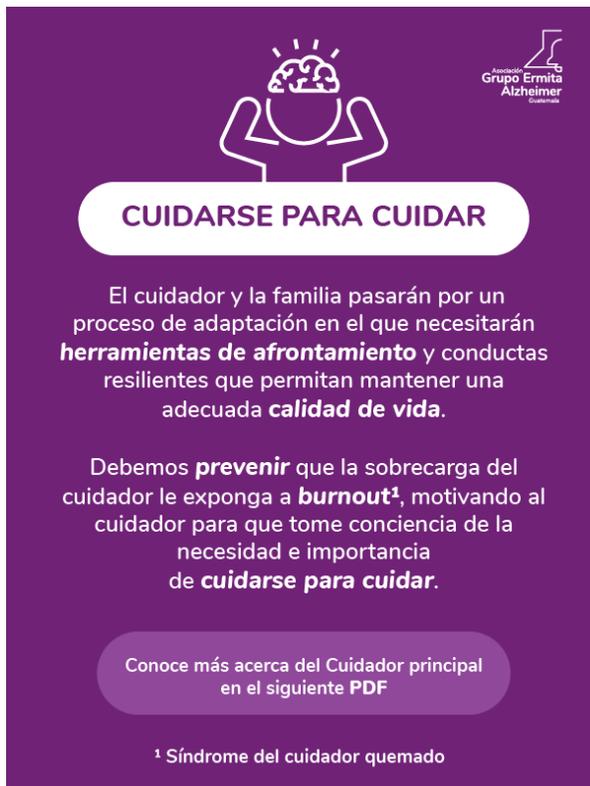
Conoce más acerca de esta enfermedad y de los cuidados necesarios para pacientes y cuidadores.

**Confirma tu cupo**

MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572 / ermita.alzheimerguatemala@gmail.com / 

Figura 95

# Mailing:



Asociación  
Grupo Ermita  
Alzheimer

## CUIDARSE PARA CUIDAR

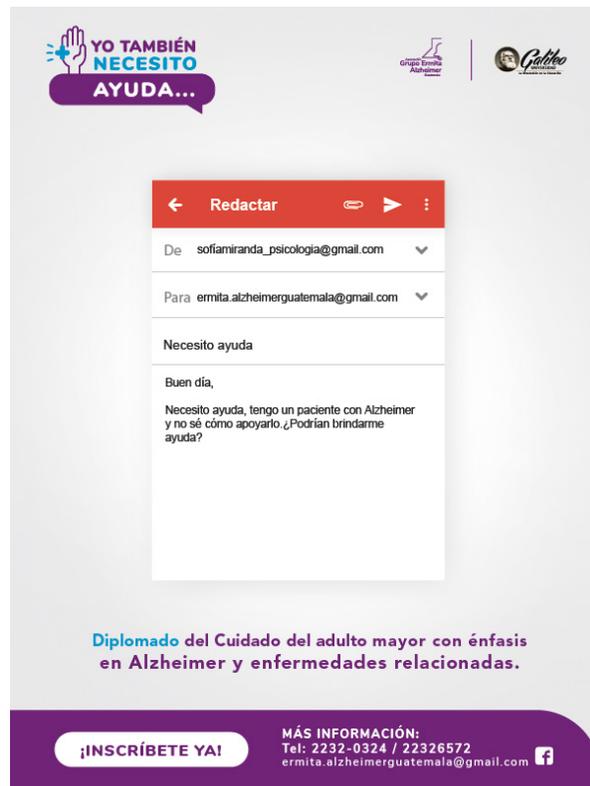
El cuidador y la familia pasarán por un proceso de adaptación en el que necesitarán **herramientas de afrontamiento** y conductas resilientes que permitan mantener una adecuada **calidad de vida**.

Debemos **prevenir** que la sobrecarga del cuidador le exponga a **burnout<sup>1</sup>**, motivando al cuidador para que tome conciencia de la necesidad e importancia de **cuidarse para cuidar**.

Conoce más acerca del Cuidador principal en el siguiente PDF

<sup>1</sup> Síndrome del cuidador quemado

Figura 96



Asociación Grupo Ermita Alzheimer | **Galileo**

← Redactar → ⋮

De sofiamiranda\_psicologia@gmail.com

Para ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Necesito ayuda

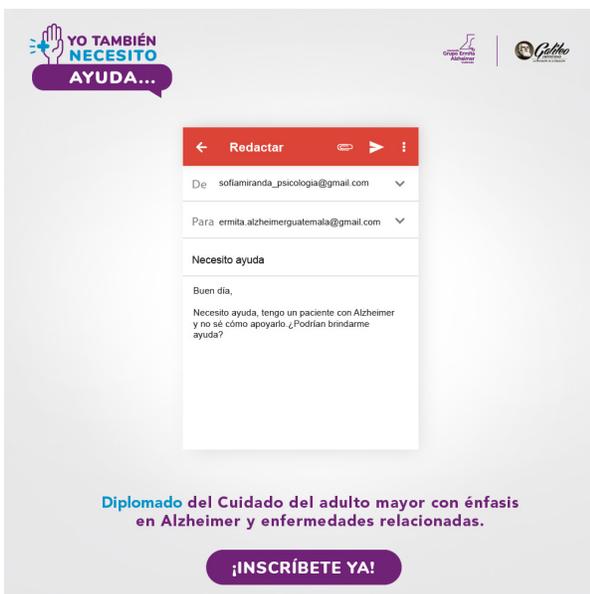
Buen día,  
Necesito ayuda, tengo un paciente con Alzheimer y no sé cómo apoyarlo. ¿Podrían brindarme ayuda?

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**

**¡INSCRÍBETE YA!**

**MÁS INFORMACIÓN:**  
Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 97



Asociación Grupo Ermita Alzheimer | **Galileo**

← Redactar → ⋮

De sofiamiranda\_psicologia@gmail.com

Para ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Necesito ayuda

Buen día,  
Necesito ayuda, tengo un paciente con Alzheimer y no sé cómo apoyarlo. ¿Podrían brindarme ayuda?

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**

**¡INSCRÍBETE YA!**

Figura 98



Figura 99

Prensa:

YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...

Grupo Ermita Alzheimer

Galileo

Google

Cómo cuidar a un familiar con Alzheimer

Alzheimer Guatemala  
Alzheimer que es  
Alzheimer causas

Google Search I'm Feeling Lucky

Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.

Avalado por el Ministerio de Salud  
Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com  
Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala

Figura 100

Mupi:

YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...

Grupo Ermita Alzheimer

Galileo

Google

Cómo cuidar a un familiar con Alzheimer

Alzheimer Guatemala  
Alzheimer que es  
Alzheimer causas

Google Search I'm Feeling Lucky

Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.

**¡INSCRÍBETE YA!**

Grupo Ermita Alzheimer

Galileo

Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com  
Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala

Figura 101

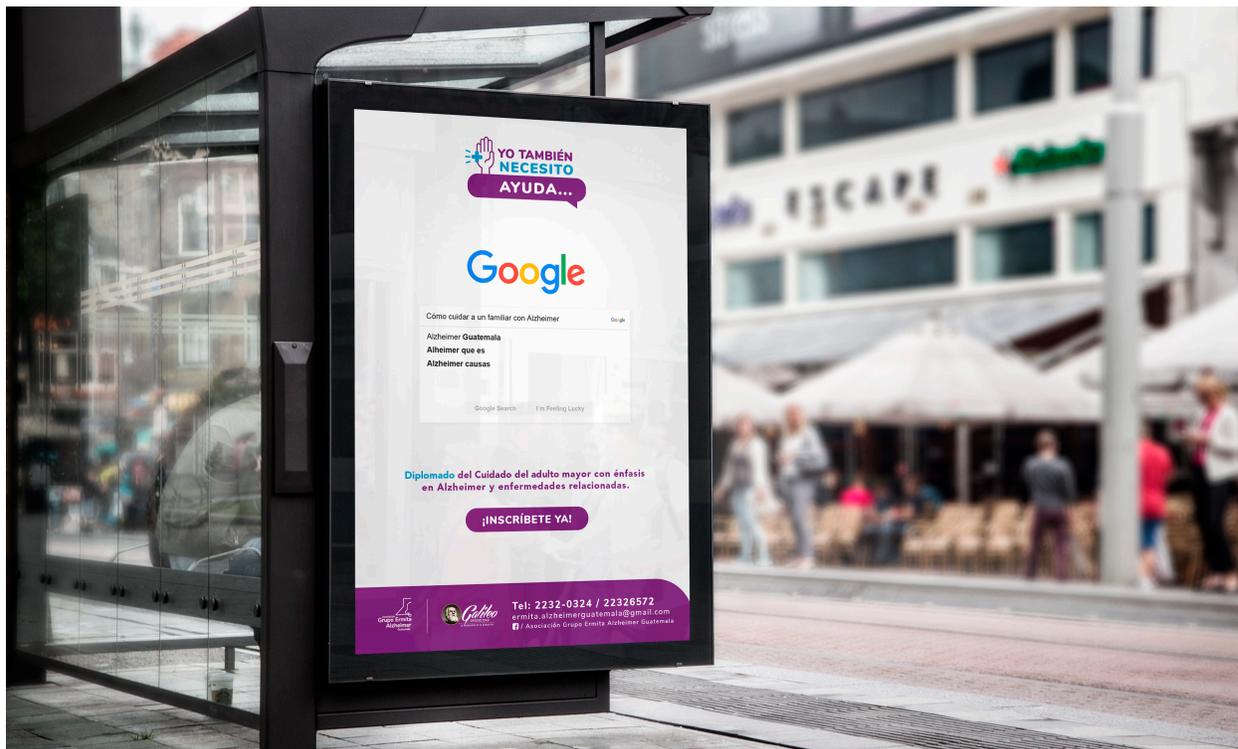


Figura 102

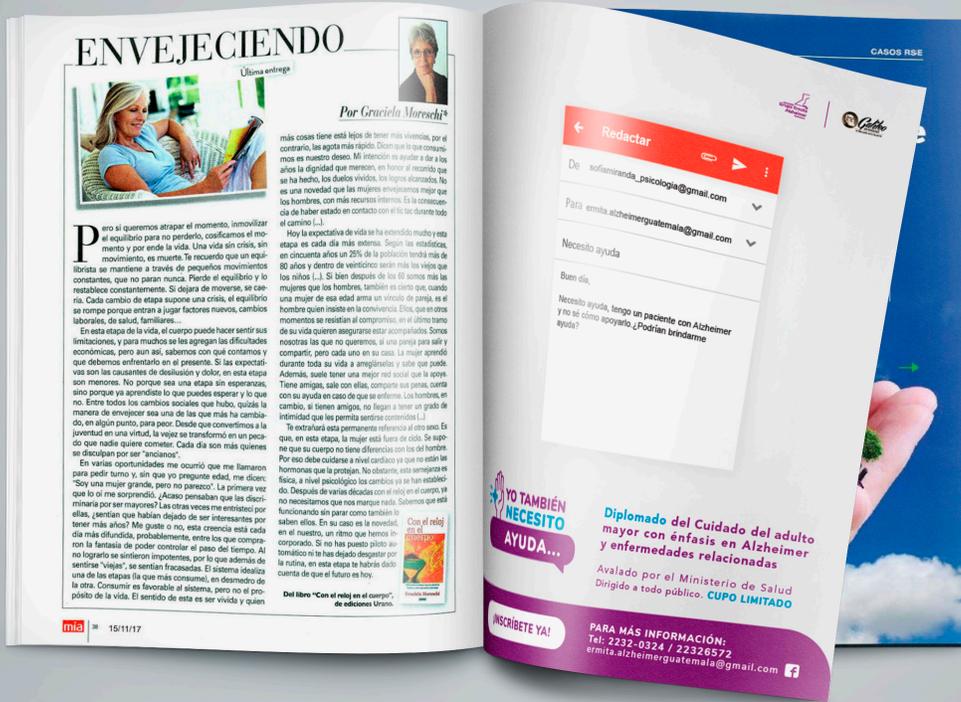


Figura 103

## Afiches Promocionales:



Figura 104

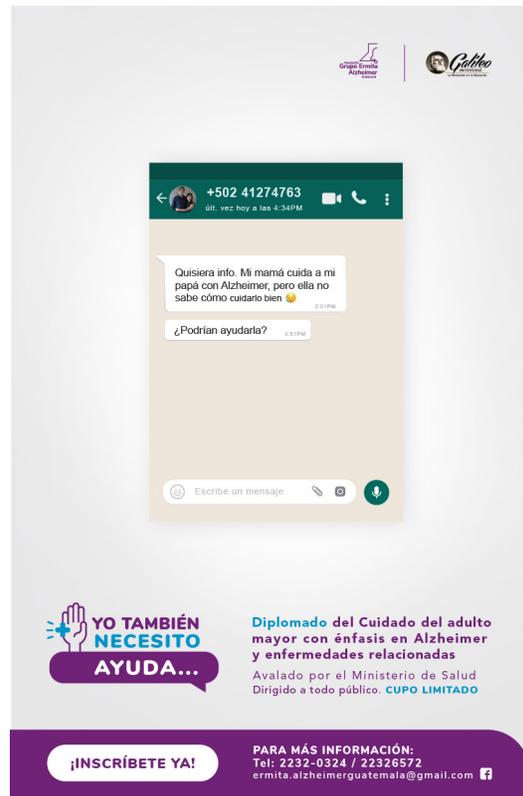


Figura 105

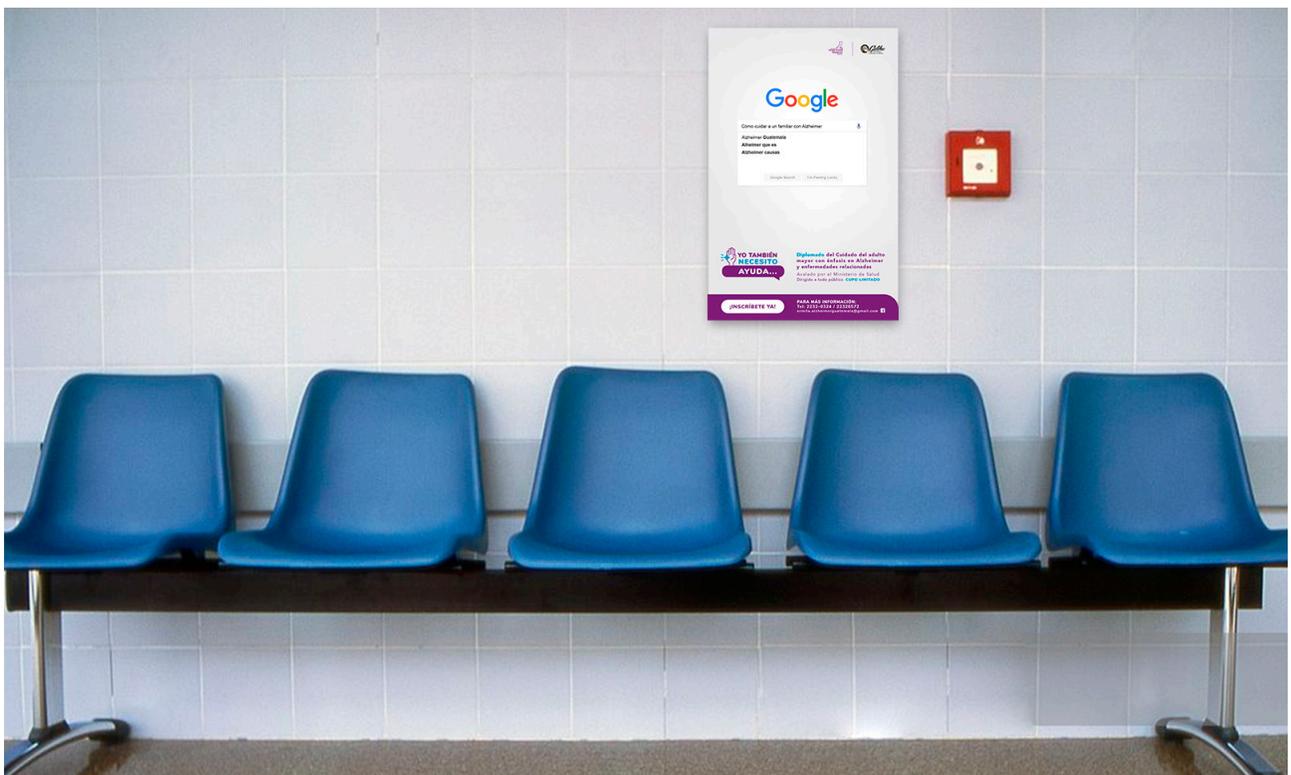


Figura 106



### Fase 3: Mantenimiento

En esta fase se reforzará la información acerca del diplomado, publicando en la fan page de la Asociación Grupo Ermita y enviando por correo electrónico a las personas que se desean suscribir al newsletter, contenido con información relevante sobre el diplomado, horario, temas, profesores, etc.

Al mismo tiempo se publicará contenido de valor sobre tips de cuidados para personas con Alzheimer y cuidados para el cuidador, datos importantes, novedades etc. Esta fase tiene una duración de cuatro semanas.

A continuación se presentan las piezas a utilizar en esta fase:

#### Medios digitales e impresos:

##### Facebook:

The graphic is a vertical rectangular post with a light purple background. At the top right, there are two logos: 'Grupo Ermita Alzheimer' and 'Galileo'. In the center, there is a large blue heart outline with three horizontal purple lines to its right. Below this is a dark purple speech bubble containing the text '¡TE ESPERAMOS!' in white. Underneath the speech bubble, the text 'CHARLA INFORMATIVA SOBRE EL ALZHEIMER' is written in blue and purple. Below that, a purple paragraph reads 'Conoce más acerca de esta enfermedad y de los cuidados necesarios para pacientes y cuidadores.' At the bottom of the main content area, the text 'Confirma tu cupo' is written in blue. The bottom of the graphic is a dark purple bar with white text: 'MÁS INFORMACIÓN: Tel: 2232-0324 / 22326572 / ermita.alzheimerguatemala@gmail.com /'.

Figura 107



**YO TAMBIÉN  
NECESITO  
AYUDA...**

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**  
Avalado por el Ministerio de Salud  
Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

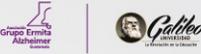
**MÁS INFORMACIÓN:**  
Tel: 2232-0324 / 22326572 / [ermita.alzheimerguatemala@gmail.com](mailto:ermita.alzheimerguatemala@gmail.com) / 

Figura 108




Para el **2030** se prevé que habrán **99,000** personas con **Alzheimer** en Guatemala, aumentando la demanda de **cuidadores profesionales**

Figura 109

**¿QUIÉNES IMPARTEN  
EL DIPLOMADO?**

- Médico Geriatra
- Médico Neurólogo
- Médico Psiquiatra
- Médico Fisiatra
- Licenciado en Terapia Física
- Licenciado en Psicología
- Licenciado en Nutrición
- Licenciado en Gerontología
- Licenciado en Enfermería

**MÁS INFORMACIÓN:**  
Tel: 2232-0324 / 22326572 / [ermita.alzheimerguatemala@gmail.com](mailto:ermita.alzheimerguatemala@gmail.com) /

Figura 110





Figura 117

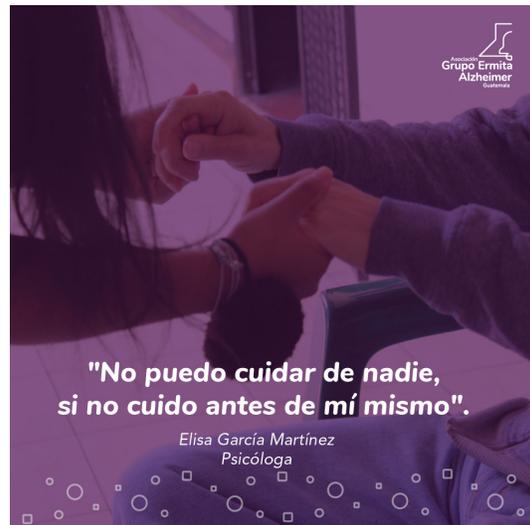


Figura 118

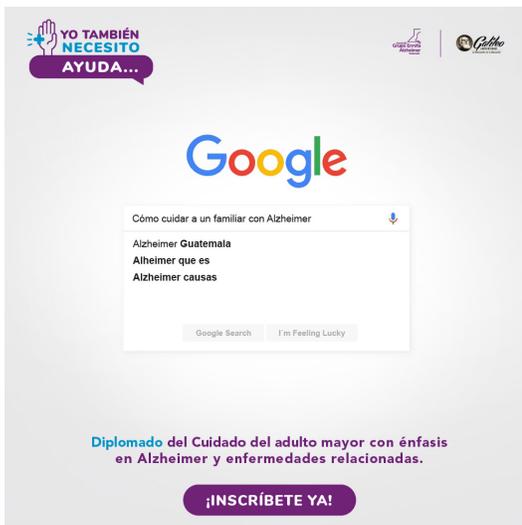


Figura 119



Figura 120

# Mailing:

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

Grupo Ermita Alzheimer | Galileo

+502 41274763  
Últ. vez hoy a las 4:34PM

Quisiera info. Mi mamá cuida a mi papá con Alzheimer, pero ella no sabe cómo cuidarlo bien 😊 3:51PM

¿Podrían ayudarla? 3:51PM

Escribe un mensaje

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**

**¡INSCRÍBETE YA!**

MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 121

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

Grupo Ermita Alzheimer | Galileo

**¿QUIÉNES IMPARTEN EL DIPLOMADO?**

- Médico Fisiatra
- Médico Geriatra
- Médico Neurólogo
- Médico Psiquiatra
- Licenciado en Terapia Física
- Licenciado en Psicología
- Licenciado en Nutrición
- Licenciado en Gerontología
- Licenciado en Enfermería

**¡INSCRÍBETE YA!**

MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 122

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

Grupo Ermita Alzheimer | Galileo

**Más de XXV promociones graduadas**

Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.

Figura 123

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

Grupo Ermita Alzheimer | Galileo

**¿QUÉ TEMAS APRENDERÉ DURANTE EL DIPLOMADO?**

- Procesos de Envejecimiento.
- Aspectos Sociales de la enfermedad de Alzheimer.
- Patologías más frecuentes en el adulto mayor.
- Procesos Neurológicos.
- Enfermedades Demenciales y Enfermedad de Alzheimer.
- Salud Oral.
- Farmacología.
- Rehabilitación Integral en el Adulto Mayor.
- Movilización.
- Urgencias Geriátricas.
- Nutrición, entre otros.

**¡INSCRÍBETE YA!**

MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 124

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**

El Diplomado se impartirá en dos modalidades:  
**1. De enero a julio / 2. De julio a diciembre.**  
 Duración de 6 meses Semi-presenciales  
 (2 sábados al mes último mes de estudio presentarse todos los sábados), de 8:00 a 13:00 hrs.

Avalada por la Universidad Galileo y el Ministerio de Salud Pública.

La donación es de **Q4,020.00**  
 (matrícula **Q500.00** +6 mensualidades de **Q. 587.00**),

**GASTOS ADICIONALES**

Uniforme	Q250.00
PIn de la promoción	Q35.00
Esfigmomanómetro y estetoscopio	Q200.00

*Este Diplomado tiene como objetivo preparar personas en el cuidado del Adultos Mayores con énfasis en la enfermedad de Alzheimer.*

**¡INSCRÍBETE YA!**

MÁS INFORMACIÓN:  
 Tel: 2232-0324 / 22326572  
 ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 125

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

**REQUISITO A PRESENTAR EL DÍA DE INSCRIPCIÓN:**

- 2 Fotocopia de DPI legible y agrandada.
- 1 fotografías tamaño cédula a color o blanco y negro.
- 1 fotocopia del diploma del último grado cursado (6to mínimo)

**¡INSCRÍBETE YA!**

MÁS INFORMACIÓN:  
 Tel: 2232-0324 / 22326572  
 ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 126

**Consejos para cuidarte como cuidador:**

- Duerme de 7-8 horas al día.
- Realiza ejercicio por lo menos 1 vez a la semana.
- Evita el aislamiento.
- Realiza actividades fuera de casa.
- Mantenga las aficiones e intereses que antes tenías.
- No descuides la atención del resto de tu familia.
- Organiza tu tiempo.



Figura 127

**"No puedo cuidar de nadie, si no cuido antes de mí mismo".**

*Elisa García Martínez  
 Psicóloga*

Figura 128

## Prensa:

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

Grupo Ermita Alzheimer

Galileo

**Redactar**

De sofiamiranda\_psicologia@gmail.com

Para ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Necesito ayuda

Buen día,  
Necesito ayuda, tengo un paciente con Alzheimer y no sé cómo apoyarlo. ¿Podrían brindarme ayuda?

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**

Avalado por el Ministerio de Salud  
Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com  
f / Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala

Figura 129

## Mupi:



Figura 130

## Revista:



Figura 131

## Afiches Promocionales:

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**

Sábados de enero a julio y de julio a diciembre. Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

MÁS INFORMACIÓN: Tel: 2232-0324 / 22326572  
Dirección: 10 Av. "A" 1-48 Zona 1, Guatemala  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 132

**YO TAMBIÉN NECESITO AYUDA...**

**Diplomado del Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y enfermedades relacionadas.**

Avalado por el Ministerio de Salud  
Dirigido a todo público. **CUPO LIMITADO**

**¡INSCRÍBETE YA!**

PARA MÁS INFORMACIÓN:  
Tel: 2232-0324 / 22326572  
ermita.alzheimerguatemala@gmail.com

Figura 133

# COSTOS

## Costos de diseño

### Servicios Profesionales:

- Creación de campaña promocional y estrategia general de Comunicación **Q35,000**
- Estrategia de medios digitales **Q12,000**
- Adaptación y elaboración de materiales para Afiches **Q700.00\***
- Afiches adaptados para Fanpage de Facebook **Q700.00\***
- Imágenes para mailing **Q700.00\***

**Total de costos de la campaña Q59,600.00**

**\* Costos con fines demostrativos.**

## Costos de reproducción:

- Creación de campaña publicitaria y estrategia general de Comunicación en Agencia de Publicidad **Q58,000**
- Estrategia de medios digitales en agencia de publicidad: **Q12,000**
- Divulgación en medios urbanos, mupis: **Q24,000**
- Divulgación en medios impresos, prensa y revista: **Q20,000**
- Impresión de 150 Afiches: **Q1,500**

(Ver Anexo 12)







# 8.

## LECCIONES APRENDIDAS

- Lecciones aprendidas
- Conclusiones
- Recomendaciones



## LECCIONES APRENDIDAS

- 1.** Durante el inicio del proceso, es indispensable realizar una planificación donde se desarrollen todos los aspectos a realizar durante el periodo de elaboración del proyecto, para así se desarrolle satisfactoriamente y se cumplan los objetivos planteados. La planificación evitará descuidar cualquier detalle y prevenir algún problema.
- 2.** El tiempo de entrega de cada etapa es un aspecto muy importante de tomar en cuenta durante cualquier proyecto, al igual que los gastos que este involucra. Tanto para el diseñador como para la asociación. Se deben dejar claros al inicio de todo proyecto.
- 3.** Es importante llevar un registro de todas las actividades realizadas durante el proyecto, pues servirán de prueba de todo el proceso que se realizó. Estos registros servirán de sustento y evidencia para poder validar la evolución del proyecto.
- 4.** Una buena relación entre la asociación y el diseñador se debe considerar como un aspecto muy importante. Tener una constante comunicación logrará desarrollar el proyecto de manera más eficaz y el ambiente de trabajo será más armonioso entre los colaboradores.
- 5.** Conocer muy bien al grupo objetivo al que va dirigido el proyecto es fundamental al momento de realizar el proyecto, pues estos aspectos se tomarán en cuenta en la etapa de visualización y al momento de ser validados tendrán mejor respuesta.
- 6.** Para la fase de validación se deben realizar con anterioridad los instrumentos a utilizar, por ejemplo, la encuesta que responderá el grupo objetivo. Las preguntas realizadas en el instrumento deben responder a los objetivos establecidos para el diseño de las piezas, ya que las respuestas ayudarán a que estos se logren alcanzar. Para esto es muy importante que el asesor metodológico supervise estos instrumentos y de sus observaciones.
- 7.** Durante el proceso de validación, la Asociación brindó todo el apoyo necesario, tanto en tiempo como en lugar para facilitar cada etapa de validación de la estrategia de comunicación para el Diplomado de Cuidados del Adulto Mayor con Énfasis en Alzheimer. Para esta fase es importante tomar en cuenta que se debe planificar con anticipación, para poder tener el mayor número de participantes y pueda ser válida la muestra.
- 8.** Es importante la toma de fotografías para evidenciar cada etapa, ya que estas serán la evidencia de cada proceso y evolución del proyecto.
- 9.** Durante el desarrollo del proyecto, es importante tomar en cuenta la opinión de los tres asesores, ya que esto ayudará a mejorar el proyecto durante el proceso y a mejorarlo en cada etapa.

## CONCLUSIONES

- El material diseñado cumple con el objetivo de ayudar a mejorar la calidad de vida de los enfermos de Alzheimer y pacientes de la asociación Ermita de Alzheimer de Guatemala dando a conocer uno de los servicios más importantes que esta Asociación brinda a la sociedad guatemalteca, el Diplomado del cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer y otras demencias, el cual ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas con Alzheimer y sus cuidadores.
- Por medio del desarrollo de una estrategia de comunicación visual se logra explicar con claridad y así facilitar la información acerca del servicio del Diplomado al mismo tiempo que pueden ser difundidas en diferentes medios digitales e impresos. Las piezas diseñadas para la estrategia de comunicación visual sobre el diplomado generan empatía con médicos, enfermeras, cuidadores, familiares de pacientes con Alzheimer y población en general del área metropolitana e interior del país a participar en el diplomado sobre el Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de alzheimer, creando una conexión emocional, y logrando despertar el interés acerca de este servicio .
- La creación de la estrategia visual para promocionar el diplomado del cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer cumple el objetivo de apoyar y mejorar los procesos de comunicación evitando que existan ruidos en está, dando a conocer este servicio de una forma clara y precisa. Siendo comprobada a través de la validación obtenidas durante el proceso de producción.
- La necesidad del diseño gráfico en las Asociaciones sin lucro, es de suma importancia para generar mayor número de oportunidades de desarrollo social. El proyecto realizado para la Asociación Grupo Ermita Alzheimer de Guatemala ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas con Alzheimer, sus familias y personas involucradas con estos, incrementando el número de personas informadas acerca de este servicio y aumentando el número de participantes.
- El resultado de este proyecto es satisfactorio y favorable, tanto para la Asociación como para el grupo objetivo. Cada pieza de diseño elaborada responde a los objetivos planteados, tomando en cuenta las validaciones del grupo objetivo, asesores y expertos del diseño gráfico







# RECOMENDACIONES

## Para la institución

- Continuar con las redes sociales activas, como se ha tenido hasta el momento, ya que es el principal medio de comunicación con el grupo objetivo. Comunicar siempre las actividades a realizar y detallar con claridad la forma en que pueden participar en estas actividades para lograr un mayor número de participantes.
- La creación de un sitio web ayudará a mejorar la comunicación con el grupo objetivo, al mismo tiempo ayudará a darse a conocer a más personas y permitirá la implementación de donaciones, tanto nacionales como internacionales.
- Implementar la nueva imagen de la Asociación en todos sus medios de comunicación así dentro de la Institución.

## Para los estudiantes

- Para la implementación del presente proyecto se debe tomar en cuenta la séptima parte de este proyecto, "PRESENTACIÓN FINAL DE LA PIEZA DISEÑADA", en el cual se presenta la modalidad de implementación del proyecto. Presentando el plan de medio para toda la campaña, el cual tiene un tiempo de implementación de dos meses.
- Se deben tomar en cuenta los costos de reproducción de las piezas diseñadas, los cuales son un aproximado basado en cotizaciones realizadas durante el mes de octubre del 2018.
- Tomar en cuenta que cada pieza está diseñada para implementarse de forma integrada, ya que una enlaza con otra y de no ser realizada de acuerdo al plan de medios esta no cumplirá su objetivo.



# 9.

## REFERENCIAS

## FUENTES CONSULTADAS

- AFAL. (2006) *Los cuidados informales a un enfermo de Alzheimer. El cuidador familiar*. Ed. AFALcontigo. Madrid.
- Alzheimer's Association (2018). *¿Qué es la Enfermedad de Alzheimer?*  
Recuperado de [https://www.alz.org/espanol/about/que\\_es\\_la\\_enfermedad\\_de\\_alzheimer.asp](https://www.alz.org/espanol/about/que_es_la_enfermedad_de_alzheimer.asp)
- Alzheimer's Disease International.  
<http://www.alz.co.uk.com>.
- Alzheimer's Disease International.  
<http://www.alz.co.uk.com>. Assisted Living Training Sistem. *Guía de atención para la enfermedad de Alzheimer para la vivienda asistida*. Virginia: 2000. 170p.
- Bird, T. D. *Enfermedad de Alzheimer y otras demencias primarias*. En: Fauci, Anthoni S. *Principios de Medicina Interna*. 14ª. ed. México: Interamericana, 1998. t 2 (pp 2672-2680).
- Buena Vida. (21 de Septiembre de 2015). *Todo sobre el alzhéimer. Salud y Familia*. Recuperado de <http://www.prensalibre.com/vida/salud-y-familia/todo-sobre-el-alzeimer>
- Camusso, M. Gastaldo, S. Marchetti V.. (2012). *Estrategias en la Producción de Comunicaciones Visuales*. En comunicación visual gráfica 1(3). Argentina: S N.
- Costa, J.; Moles, A. . (2014). *Diseño y Publicidad: El nuevo reto de la comunicación*. México: Ttrillas.
- Crespo, M. y López, J. (en prensa). *Guía práctica para la mejora del estado emocional en cuidadores*. Madrid: Pirámide.
- García Uceda, M. (2011). *Las claves de la publicidad*. (7a.Ed.). Madrid. ESIC. Guía práctica de cuidados para personas afectadas de la enfermedad de Alzheimer y otras demencias. Colección Afal.
- INE. *Proyecciones del INE al 30 de junio de 2010* [consultado 2010 octubre 28]. Recuperado de: <http://www.ine.gob.gt/index.php/demografia-y-poblacion/42-demografiaypoblacion/207-infodemo2010>
- "Informe ADI/Bupa. (2013). '*La demencia en América: El coste y la prevalencia del Alzheimer y otros tipos de demencia*.'.
- Informe de Alzheimer's Disease International. (2010). *"Las consecuencias de la demencia análisis de prevalencia, incidencia, coste y tendencias"*.
- Instituto Nacional de Estadística. *Encuesta Nacional de Condiciones de Vida 2006* [consultado 2010 octubre 28]. Recuperado de: [http://www.ine.gob.gt/descargas/ENCOVI2006/Resultados\\_Nacionales.pdf](http://www.ine.gob.gt/descargas/ENCOVI2006/Resultados_Nacionales.pdf)
- Instituto Nacional sobre el Envejecimiento (3 mayo 2018). *Temas de salud. Enfermedad de Alzheimer*. Recuperado de <https://medlineplus.gov/spanish/alzheimersdisease.html>
- La enfermedad de Alzheimer y trastornos relacionados. *Guía para cuidadores Administración de Servicios para ancianos y adultos*. Washington State, Department of Social & Health Services.
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. *Plan operativo nacional de atención integral de la salud de las personas mayores* . Guatemala,1998. 60p.
- Morelli, L. *Avances en la enfermedad de Alzheimer*. <http://www.cienciahoy.org/hoy41/protei4.htm>
- MSPAS. *Plataforma de Información Social Integrada de Guatemala* [consultado 2010 septiembre 13]. Recuperado de: <http://200.6.193.201/businessobjects/enterprise115/desktoplaunch/InfoView/logon/logon.object>

---

Muñoz, J. J. (2004). *Nuevo diccionario de publicidad, relaciones públicas y comunicación corporativa*. (1a.Ed.) Buenos Aires, Libros en red.

Organización Panamericana de la Salud. *Situación de Salud en las Américas: Indicadores Básicos 2009* [consultado 2010 octubre 24]. Recuperado de: [http://www.paho.org/per/index.php?option=com\\_content&task=view&id=852&Itemid=558](http://www.paho.org/per/index.php?option=com_content&task=view&id=852&Itemid=558)

Redacción Buena Vida. (18 de Junio de 2016). *¿Tiene un paciente con alzhéimer en casa?, así lo puede apoyar. Salud y Familia*. Recuperado de <http://www.prensalibre.com/vida/salud-y-familia/cuando-el-alzheimer-llega-a-casa>Redacción

SOSEP. (s.f.). *"Comité Nacional de Protección a la Vejez"*.. 2017, de SOSEP Sitio web: [http://www.sosep.gob.gt/?page\\_id=735](http://www.sosep.gob.gt/?page_id=735)

UNICEF. *Panorama Guatemala* [consultado 2010 noviembre 3] Recuperado de: [http://www.unicef.org/spanish/infobycountry/guatemala\\_statistics.html](http://www.unicef.org/spanish/infobycountry/guatemala_statistics.html)

VV.AA. (2006). *Guía para Familiares de enfermos de Alzheimer: "Querer cuidar, saber hacerlo"*. Ayuntamiento de Madrid. Madrid.

# ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 1.** Asociación Ermita Alzheimer de Guatemala (2017) Carrera si te olvido no me olvides. [Gráfico] Recuperado de [https://www.facebook.com/pg/Asociaci%C3%B3n-Grupo-Ermita-Alzheimer-de-Guatemala-606916579402556/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Asociaci%C3%B3n-Grupo-Ermita-Alzheimer-de-Guatemala-606916579402556/photos/?ref=page_internal)

**Figura 2.** Asociación Ermita Alzheimer de Guatemala (2017) Evaluaciones gratuitas [Gráfico] Recuperado de <https://www.facebook.com/606916579402556/photos/a.606943522733195/812464032181142/?type=3&theater>

**Figura 3.** Asociación Ermita Alzheimer de Guatemala (2017) Día Mundial Del Alzheimer [Gráfico] Recuperado de <https://www.facebook.com/606916579402556/photos/a.606943522733195/715578045203075/?type=3&theater>

**Figura 4.** Asociación Ermita Alzheimer de Guatemala (2015) Trifoliar informativo [Gráfico]

**Figura 5.** PilasMucha\_gtv (6 de octubre de 2017). En Twitter [Gráfico]. S. F. De [https://twitter.com/pilasmucha\\_gtv](https://twitter.com/pilasmucha_gtv)

**Figura 6.** El pais de los jovenes (8 de marzo de 2016). La fiesta del verano llega a McDonald's [Gráfico]. Recuperado de: <https://www.elpaisdelosjovenes.com/centro-de-noticias/centro-de-relaciones-publicas>

**Figura 7.** Chevrolet. (2016). CHEVROLET SPARK LIFE [Gráfico]. Recuperado de: <http://www.chevrolet.com.co/spark-life-carro-economico.html>

**Figura 8.** Argasesores. (15 noviembre de 2016). ARG ASORES DE SEGUROS [Gráfico]. Recuperado de: <https://argasesores.wordpress.com/autorizaciones-medicas-por-la-web-de-coomeva-medicina-prepagada/>

**Figura 9.** Cuidado de Adultos Mayores. (2017) Facebook [Gráfico]. Recuperado de: <https://www.facebook.com/adultosmayoresmedihogar/>

**Figura 10.** Universidad de Da Vinci. (2018) Página web oficial [Gráfico]. Recuperado de: <https://udv.edu.gt/carrera/diplomado-en-gerontologia/>

**Figura 11.** Universidad Panamericana. (2018) Página web oficial [Gráfico]. Recuperado de: <https://www.upana.edu.gt/ciencias-psicologicas/carreras/diplomado-universitario-en-terapia-de-soporte-y-cuidados-paliativos/>

**Figura 12.** Asociación Ermita Alzheimer de Guatemala (2014) Logotipo versión antigua. [Gráfico] Recuperado de <https://www.facebook.com/606916579402556/photos/a.606939952733552/606939962733551/?type=1&theater>

**Figura 13.** Asociación Ermita Alzheimer de Guatemala (2018) Logotipo versión antigua. [Gráfico] Recuperado de <https://www.facebook.com/606916579402556/photos/a.606939952733552/1876922569068611/?type=1&theater>

**Figura 14.** Agencia: Wurmser Ogilvy & Mather, Guatemala. (2014) "Si pudieran ayudarse solos no te lo pediríamos a ti". Gráfico] Recuperado de <https://files.merca20.com/uploads/2014/09/Alz04.jpg>

**Figura 15.** Christian Urcia, Jorge Bryson (2014) Campaña de alzheimer. [Gráfico] Recuperado de [https://www.adsoftheworld.com/media/print/apعاد\\_face\\_4](https://www.adsoftheworld.com/media/print/apعاد_face_4)

**Figura 16.** Fundación Pasqual Maragall (2017) Campaña 'CarrersEnBlanc. [Gráfico] Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20170919/431407649999/una-campana-deja-en-blanco-calles-de-barcelona-para-empatizar-con-enfermos-de-alzheimer.html>

**Figura 17.** Consejo Publicitario Argentino (2014) "El Alzheimer ataca lo más preciado del ser humano, sus recuerdos. Prevenir es ganar tiempo". [Gráfico]. Recuperado de <https://www.dossiernet.com.ar/articulo/campana-del-consejo-publicitario-argentino-y-fwk-por-el-mes-mundial-del-alzheimer/2487>

**Figura 18.** Van Gogh. La última cena. [Pintura]

**Figura 19.** Rodríguez, V. (2018) Mapa Mental. [Gráfico]

**Figura 20.** López, A. (2017) Imagen corporativa Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala [Manual de marca] [Guatemala]

**Figura 21.** López, A. (2017) Imagen corporativa Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala [Manual de marca] [Guatemala]

**Figura 22.** López, A. (2017) Imagen corporativa Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala [Manual de marca] [Guatemala]

**Figura 23.** López, A. (2017) Imagen corporativa Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala [Manual de marca] [Guatemala]

- Figura 24.** Rodríguez, V. (2018) Boceto de Claim.[Gráfico]
- Figura 25.** Rodríguez, V. (2018) Boceto de Claim. [Gráfico]
- Figura 26.** Rodríguez, V. (2018) Boceto de Claim. [Gráfico]
- Figura 27.** López, A. (2017) Imagen corporativa Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala [Manual de marca] [Guatemala]
- Figura 28.** Rodríguez, V. (2018) Boceto de imagen de fondo. [Gráfico]
- Figura 29.** Rodríguez, V. (2018) Boceto primer nivel de visualización propuesta 1. [Gráfico]
- Figura 30.** Rodríguez, V. (2018) Boceto primer nivel de visualización propuesta 1. [Gráfico]
- Figura 31.** Rodríguez, V. (2018) Boceto primer nivel de visualización propuesta 2. [Gráfico]
- Figura 32.** Rodríguez, V. (2018) Boceto primer nivel de visualización propuesta 2. [Gráfico]
- Figura 33.** Rodríguez, V. (2018) Boceto primer nivel de visualización propuesta 3. [Gráfico]
- Figura 34.** Rodríguez, V. (2018) Boceto primer nivel de visualización propuesta 3. [Gráfico]
- Figura 35.** Rodríguez, V. (2018) Autoevaluación. [Gráfico]
- Figura 36. Rodríguez, V. (2018) Boceto de iconos. [Gráfico]
- Figura 37.** Rodríguez, V. (2018) Boceto digital de iconos. [Gráfico]
- Figura 38.** Rodríguez, V. (2018) Segundo nivel de bocetaje, Claim. [Gráfico]
- Figura 39.** Rodríguez, V. (2018) Segundo nivel de bocetaje, Claim. [Gráfico]
- Figura 40.** Rodríguez, V. (2018) Segundo nivel de bocetaje, Claim. [Gráfico]
- Figura 41.** Rodríguez, V. (2018) Segundo nivel de bocetaje, Claim. [Gráfico]
- Figura 42.** Rodríguez, V. (2018) Bocetaje final de segundo nivel validación, Claim. [Gráfico]
- Figura 43.** Rodríguez, V. (2018) Segundo nivel de bocetaje, Key Visual propuesta 1. [Gráfico]
- Figura 44.** Rodríguez, V. (2018) Segundo nivel de bocetaje, Key Visual propuesta 1. [Gráfico]
- Figura 45.** Rodríguez, V. (2018) Segundo nivel de bocetaje, Key Visual propuesta 2. [Gráfico]
- Figura 46.** Rodríguez, V. (2018) Segundo nivel de bocetaje, Key Visual propuesta 2. [Gráfico]
- Figura 47.** Rodríguez, V. (2018) Segundo nivel de bocetaje, Key Visual propuesta 2. [Gráfico]
- Figura 48.** Rodríguez, V. (2018) Validación con expertos. [Gráfico]
- Figura 49.** Rodríguez, V. (2018) Validación con expertos. [Gráfico]
- Figura 50.** Rodríguez, V. (2018) Material después de cambios. [Gráfico]
- Figura 51.** Rodríguez, V. (2018) Material después de cambios. [Gráfico]
- Figura 52.** Martínez, A. (2018) Validación de Key visual, G.O. Estudiantes de Diplomado de Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer. [Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala ]. [Gráfico]
- Figura 53.** Martínez, A. (2018) Validación de Key visual, G.O. Estudiantes de Diplomado de Cuidado del adulto mayor con énfasis en Alzheimer. [Asociación Grupo Ermita Alzheimer Guatemala ]. [Gráfico]
- Figura 54.** Rodríguez, V. (2018) Material antes de cambios. [Gráfico]
- Figura 55.** Rodríguez, V. (2018) Material antes de cambios. [Gráfico]
- Figura 56.** Rodríguez, V. (2018) Material antes de cambios. [Gráfico]
- Figura 57.** Rodríguez, V. (2018) Material antes de cambios. [Gráfico]

**Figura 58.** Rodríguez, V. (2018) Material antes de cambios. [Gráfico]

**Figura 59.** Rodríguez, V. (2018) Material antes de cambios. [Gráfico]

**Figura 60.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Claim. [Gráfico]

**Figura 61.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Key Visual 1. [Gráfico]

**Figura 62.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Key Visual 2. [Gráfico]

**Figura 63.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Key Visual 3. [Gráfico]

**Figura 64.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Key Visual 4. [Gráfico]

**Figura 65.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Cromatología. [Gráfico]

**Figura 66.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Cromatología. [Gráfico]

**Figura 67.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Tipografía. [Gráfico]

**Figura 68.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Tipografía. [Gráfico]

**Figura 69.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Imagen. [Gráfico]

**Figura 70.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Imagen. [Gráfico]

**Figura 71.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook. [Gráfico]

**Figura 72.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook. [Gráfico]

**Figura 73.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook. [Gráfico]

**Figura 74.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook. [Gráfico]

**Figura 75.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook Mockup. [Gráfico]

**Figura 76.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook Mockup. [Gráfico]

**Figura 77.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook Mockup. [Gráfico]

**Figura 78.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook Mockup. [Gráfico]

**Figura 79.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook. [Gráfico]

**Figura 80.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Facebook. [Gráfico]

**Figura 81.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Mailing [Gráfico]

**Figura 82.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Mailing [Gráfico]

**Figura 83.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Mailing [Gráfico]

**Figura 84.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Expectativa Mailing [Gráfico]

**Figura 85.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 86.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 87.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 88.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 89.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 90.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 91.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 92.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 93.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 94.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 95.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Facebook [Gráfico]

**Figura 96.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Mailing [Gráfico]

**Figura 97.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Mailing [Gráfico]

**Figura 98.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Mailing [Gráfico]

**Figura 99.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Mailing [Gráfico]

**Figura 100.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Prensa [Gráfico]

**Figura 101.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Mupi [Gráfico]

**Figura 102.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Mupi Mockup [Gráfico]

**Figura 103.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Revista Mockup [Gráfico]

**Figura 104.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Afiches promocionales [Gráfico]

**Figura 105.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Afiches promocionales [Gráfico]

**Figura 106.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Lanzamiento Afiches promocionales Mockup [Gráfico]

**Figura 107.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 108.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 109.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 110.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 111.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 112.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 113.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 114.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 115.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 116.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 117.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 118.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 119.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 120.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Facebook [Gráfico]

**Figura 121.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Mailing [Gráfico]

**Figura 122.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Mailing [Gráfico]

**Figura 123.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Mailing [Gráfico]

**Figura 124.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Mailing [Gráfico]

**Figura 125.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Mailing [Gráfico]

**Figura 126.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Mailing [Gráfico]

**Figura 127.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Mailing [Gráfico]

**Figura 128.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Mailing [Gráfico]

**Figura 129.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Prensa [Gráfico]

**Figura 130.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Mupi [Gráfico]

**Figura 131.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Revista [Gráfico]

**Figura 132.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Afiches promocionales [Gráfico]

**Figura 133.** Rodríguez, V. (2018) Pieza final, Mantenimiento Afiches promocionales [Gráfico]





# ANEXOS

# ANEXO 1

Tabla de previsión de costos de proyecto

---

Gasto	Descripción	Total Q
Gastos administrativo	Energía Eléctrica	Q600
	Internet	Q600
	<i>Subtotal</i>	<i>Q1,200.00</i>
Materiales	Lapiceros y lápices	Q10.00
	Papel	Q25.00
	Grapas	Q5.00
	Crayones	Q50.00
	Rapidografos	Q30.00
	Impresiones	Q200.00
	<i>Subtotal</i>	<i>370.00</i>
Viáticos	Transporte	Q1,000
	Alimentos	Q1,500
	<i>Subtotal</i>	<i>Q2,500.00</i>
<b>Costo estimado</b>		<b>Q4,070.00</b>

---

## ANEXO 2

Buyer persona Grupo objetivo 1  
Cuidadores y familiares de personas con Alzheimer

---

### Buyer Persona

**Personas con familiares de la tercera edad, familiares de enfermos de Alzheimer**



#### **Carolina Martinez**

Tiene entre 20 y 40 años

Residen en áreas urbanizadas (Departamentos de Guatemala)

Es madre de 1 a 3 hijos

Tiene un nivel socioeconómico c, c+, b-

Es ama de casa, cuida a su madre y/o padre con Alzheimer.

Dedica su tiempo a su familia.

Es una hija y madre dedicada 100%

Les interesan los temas de salud, familia, nutrición, bienestar, etc.

Es paciente, la responsable, respetuosa, honesta, maternal, leal y el amorosa.

Tienen acceso a internet y usa las redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube a través de una computadora propia o Smartphone.

Les interesan ver temas de salud, nutrición bienestar, etc. Sin embargo aún lee el periódico y escuchan la radio.

Consume: Tips acerca de la enfermedad de Alzheimer, innovación esta enfermedad.

Noticias actualizadas sobre el Alzheimer. Apoyo para sus familiares, etc.

Es una persona muy activa, positiva, siente mucha empatía por otras personas.

Retienen mucho cansancio. A veces se sienten incomprensibles. Desean tener la mejor actitud siempre, aunque a veces no puede por su nivel de estrés y cansancio.

# ANEXO 3

Buyer persona Grupo objetivo 2  
Profesionales de la salud

---

## Buyer Persona

**Profesionales de la salud, cuidadores (as), enfermeros (as).**



### **María Zabala**

Tiene entre 25 y 50 años

Es cuidadora /o enfermera de adultos mayores.

Residen en áreas urbanizadas (Departamentos de Guatemala)

Es madre de 1 a 3 hijos

Tiene un nivel socioeconómico c, c+, b-

Dedica aproximadamente 80 horas de trabajo a la semana.

Le gusta su trabajo y busca como mejorar siempre.

Tienen un ritmo de vida ocupado y constante. Cuentan con poco tiempo en su fin de semana para recreación o descanso.

Les gusta involucrarse en actividades sociales y todo lo relacionado a temas de salud, cuidados especiales, familia, nutrición, bienestar.

Es una persona paciente, responsable, respetuosa, honesta, leal y el amorosa.

Este tipo de personas trata de mantenerse actualizados en su área.

Tienen acceso a internet y a redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube a través de una computadora propia o Smartphone.

Le interesan temas como: tips acerca de cuidados especiales de personas de la tercera edad. Noticias actualizadas sobre el Alzheimer, cuidados especiales para personas de la tercera edad y enfermos de Alzheimer, recurso para mejorar en su trabajo, etc.

Son personas que están al pendiente de lo que alguien más pueda necesitar. Con actitud positiva.

Son activas, positivas, alegres, confiables, sienten empatía por otras personas, muchas veces sienten que no se les retribuye como lo merecen. Caen muchas veces en frustración al no saber cómo ayudar a su paciente.

---

# ANEXO 4

Modelo de instrumento de autoevaluación

Instrucciones: Se autoevaluará cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en la siguiente matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTA GRÁFICA 1				
ASPECTOS A EVALUAR		1	2	3	4	5
1.	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.					
2.	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.					
3.	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.					
4.	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					
5.	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					
6.	Cultura visual: Toma en cuenta y es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo.					
7.	Estilización: Muestra un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; toda la composición es estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.					
8.	Diagramación: La composición presenta un orden lógico, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					
9.	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, favorece la lectura y se relaciona al diseño.					
10.	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					
<b>Subtotal</b>						
<b>Total</b>						

# ANEXO 5

Modelo de instrumento de Coevaluación 1 (Grupo 1 de expertos en el tema de diseño)

## Experto 2

Instrucciones: Se evaluará cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en la siguiente matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTA GRÁFICA 1					PROPUESTA GRÁFICA 2				
ASPECTOS A EVALUAR		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.										
2.	El tratamiento visual es el adecuado.										
3.	El insight identificado es pertinente al grupo objetivo.										
4.	Toma en cuenta y es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo.										
5.	El diseño propuesto es innovador.										
6.	El concepto propuesto es apropiado para la necesidad del cliente.										
7.	Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.										
8.	La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, favorece la lectura y se relaciona al diseño.										
<b>Subtotal</b>											
<b>Total</b>											

# ANEXO 6

Modelo de instrumento de Coevaluación 2 (Grupo 2 de expertos en el tema de diseño)

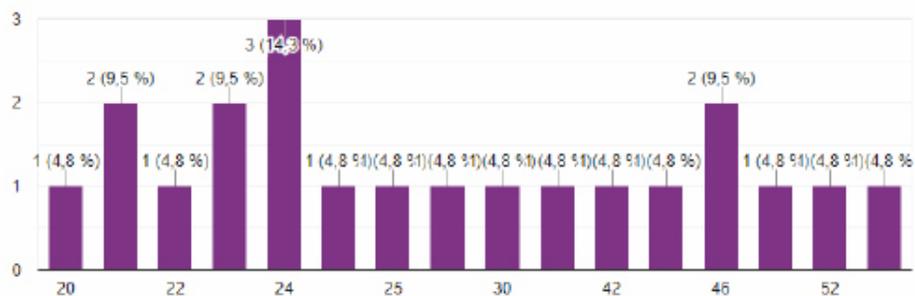
Instrucciones: Se autoevaluará cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en la siguiente matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTA GRÁFICA 1					OBSERVACIONES
ASPECTOS A EVALUAR		1	2	3	4	5	
1.	La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.						
2.	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.						
3.	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.						
4.	Legibilidad: el texto puede ser leído fácilmente						
5.	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza, tiene un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.						
6.	Cultura visual: Toma en cuenta y es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo.						
7.	Estilización: Muestra un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; toda la composición es estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.						
8.	Diagramación: La composición presenta un orden lógico, así mismo el lector puede entenderlo claramente.						
9.	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, favorece la lectura y se relaciona al diseño.						
10.	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.						
<b>CLAIM</b>							
11.	La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.						
12.	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, vectores y composición, para facilitar lo que se quiere transmitir.						
13.	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza, tiene un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.						

# ANEXO 7

Validación con el grupo objetivo

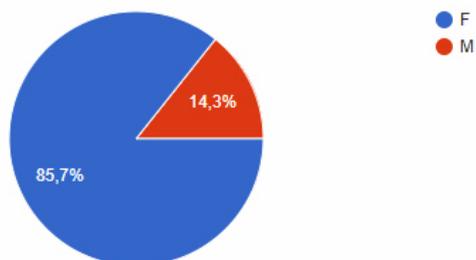
## Edad

21 respuestas



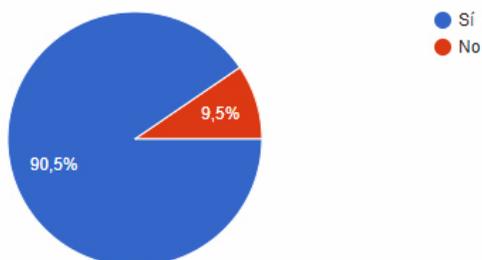
## Género

21 respuestas



## ¿El contenido del mensaje es claro?

21 respuestas



## ¿Por qué?

14 respuestas

Porque indica que no están solos en la necesidad de ayuda y que hay recursos y uno de esos es capacitarse en el diplomado

Porque se entiende el insight de cuando se desconoce de un tema, lo primero que se hace es buscar en un medio digital.

Esta enfocado directamente a lo que se requiere

Son preguntas directas, que solicitan ayuda a una enfermedad específica

Lo veo realmente claro y explícito

Porque lo primero que hacemos muchos al no saber como cuidar o tratar a las personas con diferentes problemas es buscarlo en google, ya sea para ayudarnos a nosotros o a amigos y conocidos y no solo los pacientes necesitan ayuda sino todos los que estamos a su alrededor ya que no es una enfermedad muy mencionada y me encanta que este este diplomado

Se entiende que es sobre el alzheimer

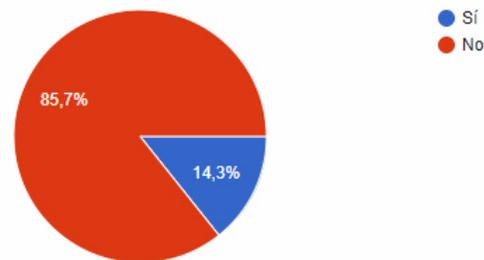
Pues especifican todo muy bien

Debe presentar dos tipos de modalidades ya que se da a entender que dura 1 año

Se distingue lo que trata de decir y en que manera nos pudiera ayudar

## ¿Hay algo que no entiende o en dónde se le presente alguna duda?

21 respuestas



## ¿En qué se le presentan dudas?

4 respuestas

No dudas

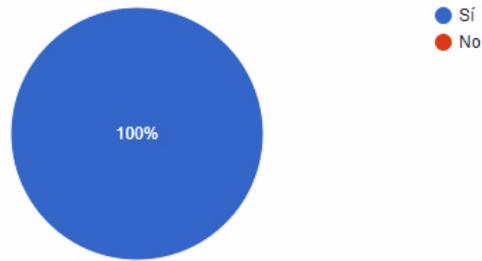
En la forma del diplomado presentar dos modalidades, enero a junio opción A y julio a diciembre opción B

Diplomado 2 cursos al año

En la información

## ¿Cree que la letra es fácil de leer?

21 respuestas



## ¿Por qué?

13 respuestas

La letra está poco pequeña

Porque es una tipografía con formas claras e interlineado adecuado.

Es clara la descripción

Es simple y clara

Es claro el tamaño grande y el color es llamativo

Es clara, se ve bien

Tiene el tamaño adecuado

Esta de acorde a mi visión

Pero debe resaltar la dirección y teléfono

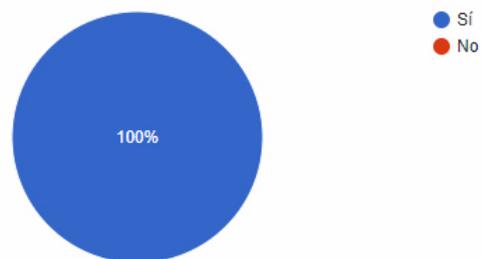
Se entiende

Legible, buen tamaño de la letra

Está en molde

## ¿El color utilizado en la letra le parece agradable?

21 respuestas



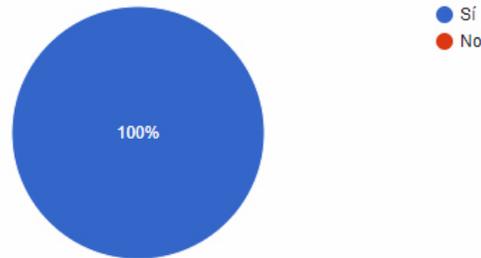
## ¿Por qué?

10 respuestas

- Porque contrasta muy bien
- Son colores agradables a la vista y llaman la atención
- El color es llamativo pero no fuerte
- Es legible
- Es visible y llama la atención
- Es un color que no lastima y se es posible leer
- Colores adecuados
- Se lee mejor
- Color pastel

## ¿Los colores utilizados en los afiches llaman su atención?

21 respuestas



## ¿Por qué?

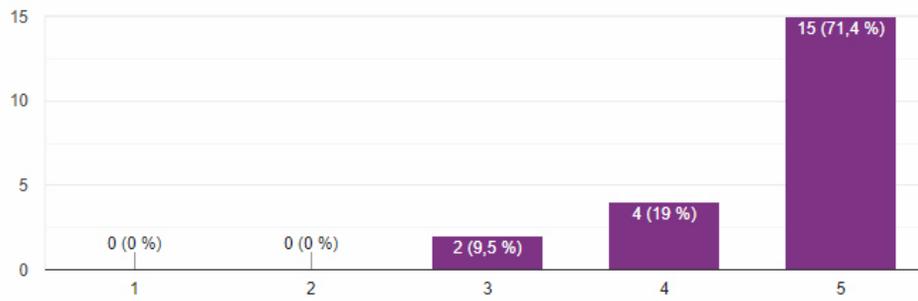
8 respuestas

- Porque se ven muy limpios
- Porque son los medios mas actuales para comunicarse
- Son llamativos y alegres
- Por los colores
- Por que es lo primero que se mira
- Son llamativos
- Se identifica el color lila en la gráfica del anuncio
- Se siente familiar

## ¿Le parece visualmente atractivo?



21 respuestas



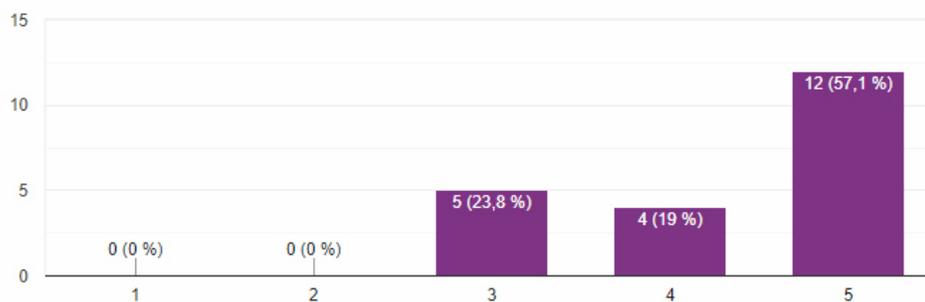
## ¿Por qué?

12 respuestas

- Muy limpio, contiene todos los mensajes principales, tiene CTA y un Insight
- En el primer afiche llama la atención Google todos acudimos a el para buscar
- Por el tipo de letra, color y diseño
- Por lo visto soy los colores
- Los colores combinan
- No tiene muchas cosas que desvíe nuestra atención, y me encanta que utilicen algo como google que lo que muchos usamos para buscar información sobre los temas que no sabemos.
- Por que es grande y de color llamativo
- Muy buen material
- Mejorar resaltado en el título del diplomado, el teléfono y la dirección electrónica
- Como introducción al tema
- Muy lindo color
- Buena presentación

## ¿Se siente usted identificado dentro de esta campaña?

21 respuestas



## ¿Por qué?

21 respuestas

Porque soy cuidadora de una persona mayor

Porque me interesaría saber más al verlos

Porque cuando no se algo, lo primero que hago es googlearlo

Mi abuelo materno padecio la enfermedad

Tal vez no! Porque no tengo conocimiento del tema

Porque los colores debido a que es el con el que se identifica la enfermedad de alzheimer

Si, porque muestra lo que muchos hacemos cuando no conocemos o no sabemos que hacer en una situación, siempre recurrimos a las redes sociales que en muchos casos son de ayuda y en muchos otros no.

Porque es una enfermedad que le podría pasar a cualquier persina cercana y que mejor que saber donde aprender de eso y estar preparado y preparar a los demas.

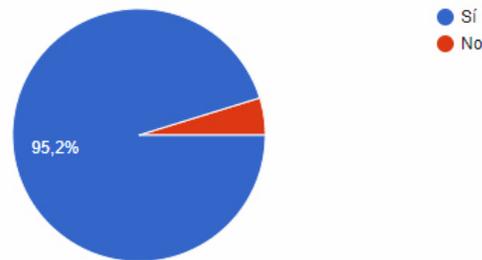
Me interesa saber del tema

Diplomado clases

Por muchas razones

Si estas piezas gráficas estuvieran en el medio publicitario (mupis, vallas, revistas, afiches, redes sociales, correo electrónico), ¿usted se interesaría por esta información?

21 respuestas



## ¿Por qué?

9 respuestas

Me llamarían la atención los visuales, más no la información ya que no me veo interesado en esos temas.

Para conocer mas sobre esta enfermedad y poder ayudar a quien lo necesite.

Es una enfermedad que no la conozco, pero me gustaría saber más del tema

Porque están bien adaptadas a la actualidad, a lo que vemos en el día a día, las redes sociales son algo que llaman mucho la atención.

Por el tema

Sin interesantes y llamativas

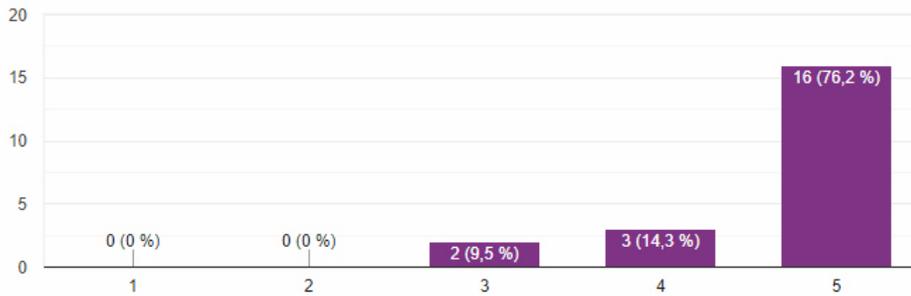
Me identifico con buscar en Google cuando no sé

Es motivador saber que no estoy sola en esto

Porque si no hay publicidad no se da a conocer los cuidados a nuestros seres queridos mayores

## Le parece que los afiches motivan a las personas a conocer más acerca del diplomado 📄

21 respuestas



## ¿Por qué?

8 respuestas

- Pienso que sí, ya que hay muchas personas afuera cuidando adultos mayores sin saber como hacerlo.
- Llama la atención porque no es común este diplomado
- Es interesante
- Despierta interés por el color y la mano con el signo +
- Por que todos podemos tener un familiar con esa patologia o conocido
- Pues es algo nuevo e innovador
- Identifica el diplomado
- Sí, porque la curiosidad es buena. Te ayuda a saber más como vivir una buena calidad de vida

## ¿Cuál le parece que sea el mensaje principal de esta campaña publicitaria?

21 respuestas

- Me parece muy bonito el mensaje es claro y excelente
- El diplomado de capacitación a cuidadores de adultos mayores y que todos los cuidadores necesitamos ayuda y capacitarnos
- Que tanto el cuidador como el paciente necesitan ayuda.
- Dar a conocer mas a fondo el tema de esta enfermedad que muchos desconocen.
- Es sobre el cuidado de los familiares que padezcan esta enfermedad
- Cuidadores específicos para cada paciente diagnosticado con enfermedad de alzheimer
- Crear conciencia en la población que no sabemos nada de Alzheimer a pesar de estar inmersos en el ámbito de la salud
- Que no solo necesitan ayuda las personas enfermas sino que también los que estamos a su alrededor y no sabemos nada sobre el tema y buscan ayuda y no saben que hacer y como sobre llevar esta enfermedad que ataca a su familiar o amigo.
- Cuidados sobre el alzheimer
- Diplomado y día de clases

## ¿Qué cambios recomienda que se le pueden hacer a los afiches?

21 respuestas

Ninguno

Tamaño de la letra y alguna figura de algún anciano

No, quizás realizar otro similares

Logos mas grandes, apenas se ven.

Todo esta bien

lo veo bastante completo

Letra no tan delgada, a larga distancia podria no leerse.

Ninguno

Mas información

Agregar horario y costo

Mmm ninguno

Me parece excelente sólo cambiar la duración del diplomado. La opción de buscar en Google y de whatsapp es lo ideal



Guatemala, abril 29 de 2019.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **VALERIE ADRIANA RODRÍGUEZ RAMOS**, Carné universitario: **201401100**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA PROMOCIONAR EL DIPLOMADO "CUIDADO DEL ADULTO MAYOR CON ÉNFASIS EN ENFERMEDAD DE ALZHEIMER", DIRIGIDO A PERSONAS DEL ÁREA METROPOLITANA E INTERIOR DEL PAÍS, QUE FACILITA LA ASOCIACIÓN GRUPO ERMITA, ALZHEIMER DE GUATEMALA**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

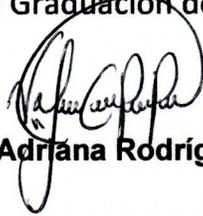
LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com



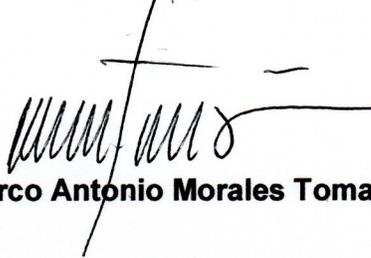
**“Diseño de estrategia de comunicación visual para promocionar el Diplomado  
“Cuidado del adulto mayor con énfasis en enfermedad de Alzheimer”, dirigido a  
personas del área metropolitana e interior del país, que facilita la Asociación  
Grupo Ermita, Alzheimer de Guatemala”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



**Valerie Adriana Rodríguez Ramos**

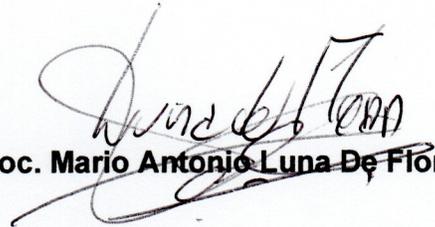
Asesorado por:



**Lic. Marco Antonio Morales Tomas**



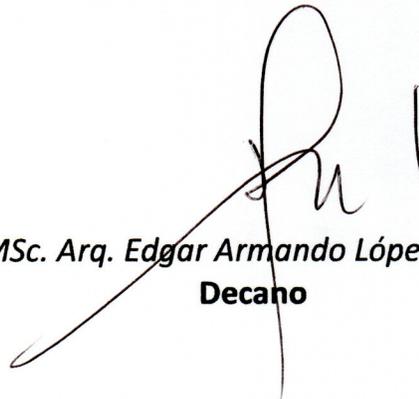
**Licda. Miriam Isabel Melendez Sandoval**



**Doc. Mario Antonio Luna De Florian**

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



**MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos**  
**Decano**



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA