



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**

**Campaña de comunicación visual digital para
informar a la población guatemalteca capitalina
acerca de las labores y programas que realiza el
Instituto Neurológico de Guatemala**

**Presentado por:
Mónica Isabel Arana Batres**

Guatemala, octubre de 2019.



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Campaña de comunicación visual digital para
informar a la población guatemalteca capitalina
acerca de las labores y programas que realiza el
Instituto Neurológico de Guatemala**

Presentado por:
Mónica Isabel Arana Batres

Al conferírsele título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, octubre de 2019.

“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

Decano: MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Vocal I: Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal II: Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal III: MSc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal IV: Br. Andrés Cáceres Velazco
Vocal V: Br. Andrea María Calderón Castillo
Secretario: Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

Tribunal Examinador

Decano: MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Secretario: Arq. Marco Antonio de León
Asesor Metodológico: Licda. Anggely Enríquez Cabrera
Asesor Gráfico: Licda. Carolina Aguilar
Tercer asesor: Licda. Fabiola López

AGRADECIMIENTOS



A mi familia: Gracias por enseñarme todo en la vida, por hacerme la persona que soy hoy, por apoyarme en todo momento en mi carrera y en mi vida, por haberme enseñado que mi aprendizaje era una de las cosas más importantes ypreciadas que podían dejarme y por enseñarme a ser una persona fuerte y bondadosa.

A mis amigos: Gracias por haber pasado este viaje juntos, por las palabras de apoyo, por alegrar los días malos con risas y alegría y por lograr cumplir esta meta.

A mis asesoras: Gracias por toda la ayuda, el apoyo y la guía que me brindaron a través de sus conocimientos y experiencia, me fueron de gran ayuda en la realización de este proyecto.

Al Instituto Neurológico de Guatemala por haberme brindado la oportunidad de trabajar con ellos, por toda la amabilidad y disposición que me mostraron y por apoyarme en todo momento.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala por brindarme la oportunidad de haberme formado como una profesional.

ÍNDICE



Capítulo 1: Introducción	
Antecedentes	15
Definición y delimitación del problema	16
Justificación del problema	17
-Trascendencia del Proyecto	
-Incidencia del Diseño Gráfico	
-Factibilidad del Proyecto	
Objetivos del proyecto	18
-General	
-Específicos	
Capítulo 2: Perfiles	
Perfil de la organización	23
Perfil del Grupo objetivo	28
Capítulo 3: Planeación operativa	
Flujograma del Proceso	33
Cronograma de Trabajo Proceso Creativo	36
Capítulo 4: Marco teórico	
Dimensión Social y Ética	41
Dimensión Estética y Funcional	43
Capítulo 5: Definición Creativa	
Brief de diseño	49
Códigos visuales: Connotaciones de los Elementos de Diseño	50
Descripción de la estrategia de aplicación de la pieza	51
Insight	53
Concepto Creativo	56
Capítulo 6: Proceso de producción gráfica	
Previsualización	60
Nivel de visualización 1	64
Nivel de visualización 2	72
Nivel de visualización 3	76
Propuesta Gráfica Final fundamentada	82
Vista preliminar de la Pieza Gráfica	85
Lineamientos para la puesta en práctica	97
Honorarios	103
Capítulo 7: Lecciones aprendidas	107
Capítulo 8: Conclusiones	111
Capítulo 9: Recomendaciones	115
Fuentes consultadas	119
Glosario	125
Anexos	129

PRESENTACIÓN

Existen diferentes términos y definiciones para referirse a una persona que cuenta con problemas físicos, intelectuales o sensoriales. El término más usado es “persona con discapacidad” desde esta perspectiva, la discapacidad queda definida por la interacción de la persona con los impedimentos que se le presentan en su entorno.

Esta terminología está sustentada por la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y lo importante es que las mismas personas con discapacidad han sido las que participaron en su formulación. (Naciones Unidas, 2007).

Para poder tener cierto acuerdo en cuanto a términos, la Organización Mundial de la Salud (2001), define:

- Deficiencia es toda pérdida o anomalía, permanente o temporal, de una estructura o función psicológica, fisiológica o anatómica. Incluye la existencia o aparición de una anomalía, defecto o pérdida de una extremidad, órgano o estructura corporal, o un defecto en un sistema funcional o mecanismo del cuerpo.

- Discapacidad es “toda restricción o ausencia debida a una deficiencia, de la capacidad de realizar una actividad en la forma o dentro del margen considerado normal para el ser humano”. Puede ser temporal o permanente, reversible o irreversible. Es una limitación funcional, consecuencia de una deficiencia, que se manifiesta en la vida cotidiana. La discapacidad se tiene. La persona “no es” discapacitada, sino que “está” discapacitada.

- Minusvalía es una situación desventajosa para un individuo determinado, consecuencia de una deficiencia o discapacidad, que limita o impide el desempeño de un rol que es normal en su caso en función de la edad sexo y factores sociales y culturales.

Un aproximado del 15% de las personas a nivel mundial cuentan con alguna discapacidad física, intelectual o sensorial, asimismo, una de cada cinco personas, de entre las más pobres en países de bajos ingresos, son personas con discapacidad. (OMS y Banco Mundial, 2011).

El estado de pobreza hace vulnerables a las personas, ya que son más propensas a tener alguna discapacidad algunos ejemplos serían los cuidados prenatales que no son adecuados o por la desnutrición en la infancia,

la presencia de una persona con discapacidad en un entorno con carencias económicas le genera limitantes culturales, de infraestructura, sociales y políticas. Parece que la relación entre la pobreza y la discapacidad es una situación crítica de riesgo para la población.

Pese a la ausencia de data desgregada, confiable y comparativa, el Informe Mundial sobre la Discapacidad alcanza incluso a aducir que el 82% de las personas con discapacidad en el sur global, viven en condiciones de pobreza (OMS y Banco Mundial, 2011).

Pareciera ser una problemática que debe ser abordada y atendida mediante políticas y programas que apoyen a la reducción de la pobreza, al acceso eficaz a los sistemas de salud y a la educación inclusiva. Desde la perspectiva de Soldatic y Grech (2014), la mayoría de los gobiernos del mundo, las organizaciones de desarrollo internacional y los miembros de la sociedad civil que trabajan en actividades de desarrollo internacional, están todos de acuerdo sobre la importancia de la inclusión de las personas con discapacidad en los procesos de desarrollo, la travesía para llegar a la meta continúa siendo vista como un desafío.

En países como Guatemala resaltan las duras barreras enfrentadas por las personas con discapacidad y el porque de la necesidad de actuar está motivado por la urgencia del momento y no por la previa planeación. Es alarmante que la discapacidad no sea un tema de relevancia entre la investigación centralizada de otros temas más visibles o sobre poblaciones mencionadas en diversos textos, incluyendo género, pobreza, medios de sustento, conflicto, raza e incluso salud, pocos son los esfuerzos para incurrir como mínimo en las muchas interseccionalidades.

El tema de la discapacidad intelectual en varios contextos de Guatemala, continúa siendo producto del conocimiento boca a boca creado y perpetuado por los pobladores.

A lo largo de este proceso el conocimiento de como viven las personas con discapacidad, los sistemas en los que reciben educación inclusiva, la información sobre sus diagnósticos y como lidian con su entorno, siguen siendo temas no profundizados en la sociedad, teniendo serias consecuencias sobre las políticas, la incidencia y los servicios que reciben, mismos que continúan causando su exclusión social.

Capítulo:

Introducción

Antecedentes
Definición y delimitación del problema
Justificación del proyecto
Objetivos del proyecto



ANTECEDENTE

La discapacidad intelectual es una condición de vida que se caracteriza principalmente por la limitación en el funcionamiento intelectual y en la capacidad de adaptación a los entornos. Los grados de discapacidad intelectual se clasifican en leve, moderada, grave y múltiple, esta última se refiere a la presencia de más de una discapacidad. (Plena inclusión, 2016)

El Instituto Neurológico de Guatemala, es una institución privada no lucrativa, fundada en el año 1961 en la ciudad capital, por un grupo de padres y médicos interesados en brindar educación especial y terapias de apoyo a niños y jóvenes de escasos recursos con discapacidad intelectual, para potenciar sus habilidades y destrezas.

Su principal objetivo es lograr a través de programas educativos, desarrollar integralmente a cada persona, favoreciendo así el avance de sus habilidades, aspectos psicoafectivos, intelectuales y motrices, dichos programas son llevados a cabo gracias al apoyo de donadores y voluntarios externos. Sus servicios van dirigidos a niños, jóvenes y adultos con discapacidad intelectual, desde los 6 meses de edad, con el apoyo constante de sus padres, se espera una pronta inclusión al ámbito familiar, escolar, laboral y social. (Instituto Neurológico de Guatemala, 2018).

Los proyectos y programas de inclusión del instituto se manejan mediante el concepto de Ciclo vital, que incluye los niveles:

- Estimulación temprana
 - Educación especial
 - Inclusión escolar
 - Talleres ocupacionales
 - Inclusión laboral
 - Vida independiente
 - Trabajo social
 - Orientación familiar
 - Psicología
 - Deporte
 - El programa de Autismo (PUNTEA)
- A la vez combina los distintos niveles de intervención con servicios de apoyo como: (OMS, 2001)
- **Integración sensorial:** desarrollo a nivel emocional, cognitivo, motor y comunicativo.
 - **Fisioterapia:** la ciencia del tratamiento a través de medios físicos, ejercicio terapéutico, masoterapia y electroterapia.
 - **Terapia de lenguaje:** es la especialidad dentro del campo de la rehabilitación que se encarga de la evaluación, diagnóstico y tratamiento de las alteraciones en voz, audición, habla, lenguaje, aprendizaje y los aspectos de la motricidad oral
 - **Terapia ocupacional:** el conjunto de técnicas, métodos y actuaciones que, a través de actividades aplicadas con fines terapéuticos, previene y mantiene la salud, favorece la restauración de la función, suple los déficits invalidantes y valora los supuestos comportamentales y su significación profunda para conseguir la mayor independencia y reinserción posible del individuo en todos sus aspectos: laboral, mental, físico y social.

PROBLEMA



El problema que se presenta en el Instituto Neurológico de Guatemala, es la comunicación ineficaz de los diversos proyectos y programas que realizan, esto a causa de contenido gráfico carente del impacto visual necesario para generar respuesta en la población.

Durante el transcurso del año el instituto desarrolla diversos proyectos y programas para dar a conocer la institución y para la recaudación de fondos los cuales son promocionados a través de redes sociales; la mayoría del contenido gráfico (ver anexo 13) generado por la institución no es de autoría propia o no cuenta con el impacto visual que se requiere para atraer al grupo objetivo esto a causa de que no cuentan con un profesional que se encargue de generar dicho contenido de los proyectos, actividades y programas promocionados en las redes sociales, los cuales son:

- Programa Padrinos para becas educativas
- Donaciones en especie y económicas
- JUANNIO
- Eventos
- Voluntariado
- Redes de apoyo

Actualmente cuentan con un presupuesto de Q4.2 millones por año, recibimos un 20% del Fondo Extraordinario del MSPAS, 8% a través del Programa Padrinos, 12% donaciones por colegiatura, 60% por Recaudación mediante eventos y donaciones. (ver anexo 8)

La problemática de la comunicación ineficaz se ha presentado desde la fundación de la institución y se presenta de forma regular porque constantemente promocionan sus actividades, programas y eventos para obtener donaciones ya que estas conforman una gran parte de su presupuesto con el porcentaje de un 80% de su totalidad

JUSTIFICACIÓN



TRASCENDENCIA DEL PROYECTO

El Instituto Neurológico de Guatemala, a través de sus programas, brinda el apoyo necesario a las personas con discapacidad, apoyar su labor mediante la realización de esta campaña junto con una estrategia de redes la cual les permita seguir generando contenido propio en sus redes sociales para así aumentar las posibilidades de recibir los recursos que necesitan para brindar educación especial y terapias de apoyo a niños, jóvenes y adultos con discapacidad intelectual y así apoyarlos en su desarrollo integral y darles una oportunidad de ser incluidos en la sociedad.

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

El material a realizarse será expuesto en redes sociales y el personal de la institución será quien proporcione la información; a su vez el personal podrá darle seguimiento a las publicaciones, ya que el Instituto cuenta con el equipo de cómputo y el acceso a internet necesario para ello, no se necesitan recursos monetarios para sustentar el proyecto ya que todo será realizado de manera digital y el uso de redes sociales es gratuito, pero se contempla la posibilidad de una iniciativa de interés propio de buscar el posible apoyo de entidades externas para la divulgación de la campaña en otros medios digitales.

INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO

Se contribuye en la definición de una línea gráfica para la comunicación visual en medios digitales a través de los códigos visuales del color, imagen, movimiento y diagramación, para crear contenido atractivo, según un estudio de MDC Advertising (2018) las publicaciones que contienen imágenes, imágenes con movimiento y audiovisuales reciben un 94% más de tráfico en las redes sociales, lo cual es fundamental ya que el objetivo es que el contenido sea compartido y pueda llegar a viralizarse y así dar a conocer la institución y sus diversas actividades para que la población guatemalteca esté informada acerca de la labor social que esta realiza y así incrementar la cantidad de personas que asisten a sus actividades.

OBJETIVOS



OBJETIVO GENERAL (SOCIAL)

Contribuir con el desarrollo integral y la inclusión social de las personas con discapacidad intelectual de la ciudad de Guatemala que asisten al Instituto Neurológico de Guatemala.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **De comunicación Visual**
Informar a la población guatemalteca acerca de las actividades y programas que realiza el Instituto Neurológico de Guatemala, para que se solidarice con la institución y brinde su apoyo en la recaudación de fondos y el voluntariado.
- **De Diseño Gráfico**
Diseñar y definir una imagen gráfica para la comunicación visual en sus medios digitales que les permita seguir generando contenido propio en sus redes sociales para informar a la población guatemalteca.

Capítulo:

Perfiles

Perfil de la organización
Perfil del Grupo objetivo

2

ORGANIZACIÓN



PERFIL DEL CLIENTE

INSTITUTO NEUROLÓGICO DE GUATEMALA

- Dirección: 8a avenida 6-50 zona 11
- Tel. 24711613 - 24710899
- Sitio Web: <http://www.institutoneurologicodeguatemala.org/>
- Contacto: Fabiola López Barbero – Coordinadora de Comunicación y RRPP
- Correo: rpp@institutoneurologicodeguatemala.org

INDUSTRIA



LA DISCAPACIDAD EN GUATEMALA

De acuerdo con la II Encuesta Nacional de Discapacidad (ENDIS 2016), el 10.2% de personas en Guatemala tienen alguna discapacidad, el problema al que se enfrentan estas personas en Guatemala es la exclusión social, evidenciada en la falta de acceso a una educación en un ambiente adaptado y con los materiales adecuados a sus necesidades y la falta de oportunidades laborales.

Mucho de esto se debe a que la mayor parte de personas con discapacidad pertenecen a familias que se encuentran en los niveles socioeconómicos C3, D1 y D2 (medio y bajo) en estos hogares con carencias es más probable para las madres tener embarazos de alto riesgo o con los cuidados inadecuados, aumentando la posibilidad de tener un hijo con alguna discapacidad.

Esto también incide en la falta de recursos económicos para seguir los tratamientos y la educación que el niño necesita ya que estos son demasiado costosos para las familias, agregando el hecho de que la mayoría de padres biológicos de los niños con discapacidad no viven en el mismo hogar que él, disminuyendo así sus oportunidades de un ingreso económico mayor.

HISTORIA



En los años 60's las personas con discapacidad eran totalmente excluidas de la sociedad, por esta razón, un grupo de padres de familia entusiastas y comprometidos, se reúnen en torno a la amistad y a la determinación de encontrar un mejor futuro para la niñez con discapacidad intelectual y es así como fundan el Instituto Neurológico de Guatemala -ING-.

El 21 de julio de 1961, por Acuerdo Gubernativo se logró la personería jurídica y aprobación de los primeros estatutos del Instituto. El 21 de agosto del mismo año, fue electa la primera Junta Directiva, que tomó posesión el 6 de septiembre, en sesión realizada en el Club Rotario de Guatemala, entidad que se comprometió y desde entonces apadrinó al Instituto.

En febrero de 1962, el Instituto abre las puertas de su centro de educación especial y las clínicas de

diagnóstico; con 12 alumnos, 1 maestro y 2 niñas. La comunidad educativa fue aumentando paulatinamente y al final de ese año se contaba con 44 alumnos.

Gracias a las gestiones que se realizaron ante el Gobierno de la República de Guatemala, el 25 de octubre de 1968, fue concedido un terreno de 12,000 varas cuadradas, en usufructo; actualmente ocupamos esta área contigua a la emergencia del Hospital Roosevelt, zona 11 de la Ciudad de Guatemala.

En esa época, aún no existía la intervención y educación para niños con necesidades educativas especiales en Guatemala, por lo que el ING se torna en la organización pionera en Guatemala.

En la actualidad, no solo ha crecido en su comunidad educativa y en la cobertura, sino que en la calidad de los servicios que se ofrecen.

VISIÓN

Somos líderes, trabajamos con profesionalismo, excelencia y vocación de servicio en pro del desarrollo integral de la persona con discapacidad; velando por sus derechos y su pronta inclusión a la sociedad

MISIÓN

Brindamos servicios profesionales de educación especial y terapias, con el objetivo de potenciar las habilidades y destrezas de las personas con discapacidad intelectual, para lograr su plena inclusión social, mejorando así su calidad de vida y la de sus familias.

OBJETIVOS

- Potenciar habilidades y destrezas en los niños y jóvenes para fortalecer los procesos de inclusión en la vida familiar, social y laboral.
- Orientar a los padres y familiares para que sean los primeros educadores de sus hijos.
- Informar, sensibilizar y concientizar a la comunidad sobre la temática, problemática de la discapacidad intelectual y las necesidades de inclusión de esta población.
- Crear los mecanismos necesarios de coordinación interinstitucional, logrando un enriquecimiento mutuo y una mejor atención a la población guatemalteca con discapacidad intelectual.
- Servir como centro de práctica técnica profesional para estudiantes de universidades del país.

VALORES

- Honestidad
- Respeto
- Integridad
- Responsabilidad
- Espíritu
- Vocación de servicio
- Profesionalismo.

SERVICIOS

Brindamos servicios de educación especial y terapias de apoyo a bebés, niños y jóvenes con discapacidad intelectual; leve y moderada.

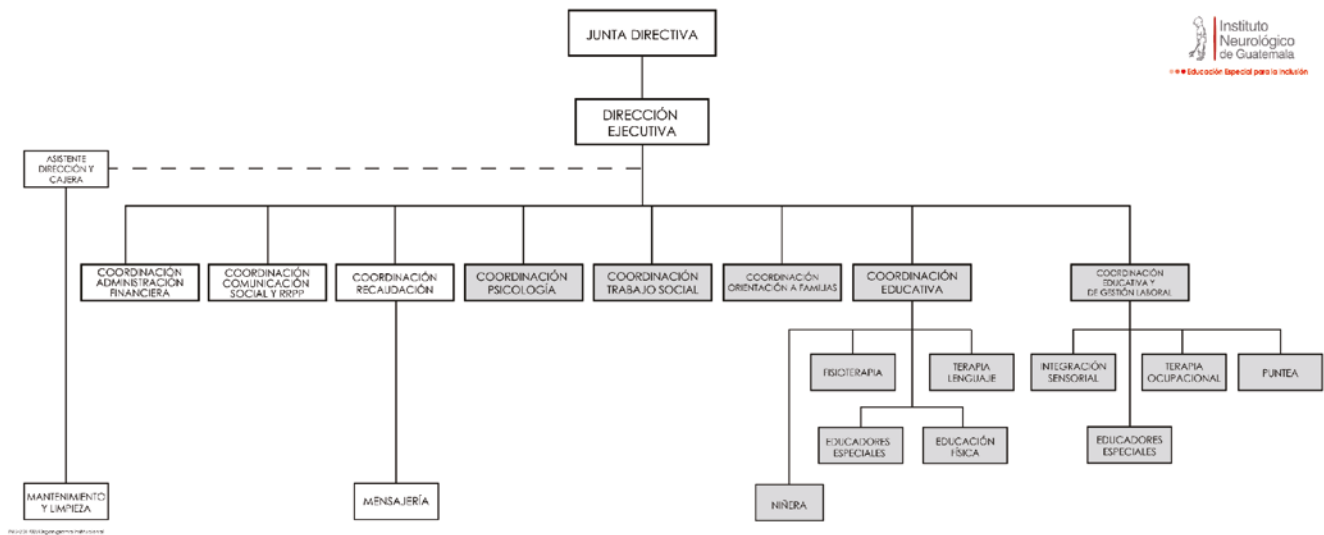
GRUPO OBJETIVO

Toda la población guatemalteca que cuente con alguna discapacidad intelectual; leve o moderada.

IDENTIDAD VISUAL / ANTECEDENTES GRÁFICOS

La institución cuenta con un manual de normas gráficas (anexo 14) y una página web realizados por una agencia de diseñadores gráficos, todo el contenido que se publica en sus redes sociales es realizada por la coordinadora del departamento de comunicación social y recursos humanos de la institución, departamento con el cual se está trabajando para concluir el análisis, algunos de los ejemplos se muestran en el anexo 13 de este documento.

ORGANIGRAMA



GRUPO OBJETIVO

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El grupo objetivo está conformado por la media de la población de la ciudad capital de Guatemala que se calculó con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10% sobre el dato estadístico de la población guatemalteca en la ciudad capital proporcionado por los datos del INE (ver anexo 12), el cual tuvo un resultado de 68 personas a quienes se les aplicó una encuesta online como instrumento de valoración; estos son los análisis de los resultados:

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

El grupo objetivo habita en la ciudad de Guatemala la cual tiene un extensión territorial de 695 km², el país tiene una población estimada de 16,176,133 millones de habitantes, de los cuales 3,353,951 millones habita en el casco urbano. (INE,2018).

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

- Edad: el rango de edades de las personas del grupo objetivo es de 18 a 40 años.
- Sexo: el 45.8% son hombres y 54.2% mujeres.
- Formación académica: 8.3% Primaria, 4.2% Nivel básico, 12.5% diversificado y 75% estudios universitarios.
- Ocupación: el 8.3% desempeña cargos de gerencias, el 66.7% labora en puestos ejecutivos para alguna empresa, el 20.8% posee negocios propios como ventas, el 3.3% son estudiantes universitarios.
- Función y responsabilidad familiar: el mayoría de las personas son padres de familia y representan el sostén del hogar, mientras que los estudiantes la mayor parte de ellos, aún reciben la ayuda financiera de sus familias y no tienen responsabilidades económicas. (ver anexo 5).

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

El 29.2% tiene un ingreso menor de Q.3,400.00, el 45.8% entre Q.3,400.00 a Q.7,200.00 y el 25% más de Q.7,200.00 lo cual según Cotto (2015) los clasifica en los niveles socioeconómico C3, D1 y D2 (medio y bajo), por sus hábitos de consumo se puede notar que emulan las modas extranjeras, aunque tienen una herencia de costumbres y culturas bastante definida, lo cual los posiciona en una clase social baja y media por ser personas que gastan en servicios básicos así como también de forma frecuente gastan en artículos de moda para ser aceptados socialmente. (ver anexo 6).

CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

Tienen un estilo de vida agitada por que la mayoría trabaja, otros se dedican a sus estudios o realizan ambos y entre las actividades de entretenimiento en las que participan se encuentran visitas a centros comerciales, cine, uso de redes sociales, chat, tv, radio, música compartir con familiares, amigos, los deportes y en menor cantidad, las actividades al aire libre y culturales.

Este grupo de personas no tiene hábito de lectura, tienen preferencia por los materiales audiovisuales o plataformas web los que les producen un mayor interés que los materiales impresos.

RELACIÓN ENTREG.O. E INSTITUCIÓN

Las personas encuestadas indicaron conocer las labores que realiza el Institución Neurológico de Guatemala pero al momento de preguntar sobre si estaban informados de las actividades que realizan para recaudar fondos, el 66.7% mencionaron que no tenían conocimiento de ellas. (ver anexo 7).

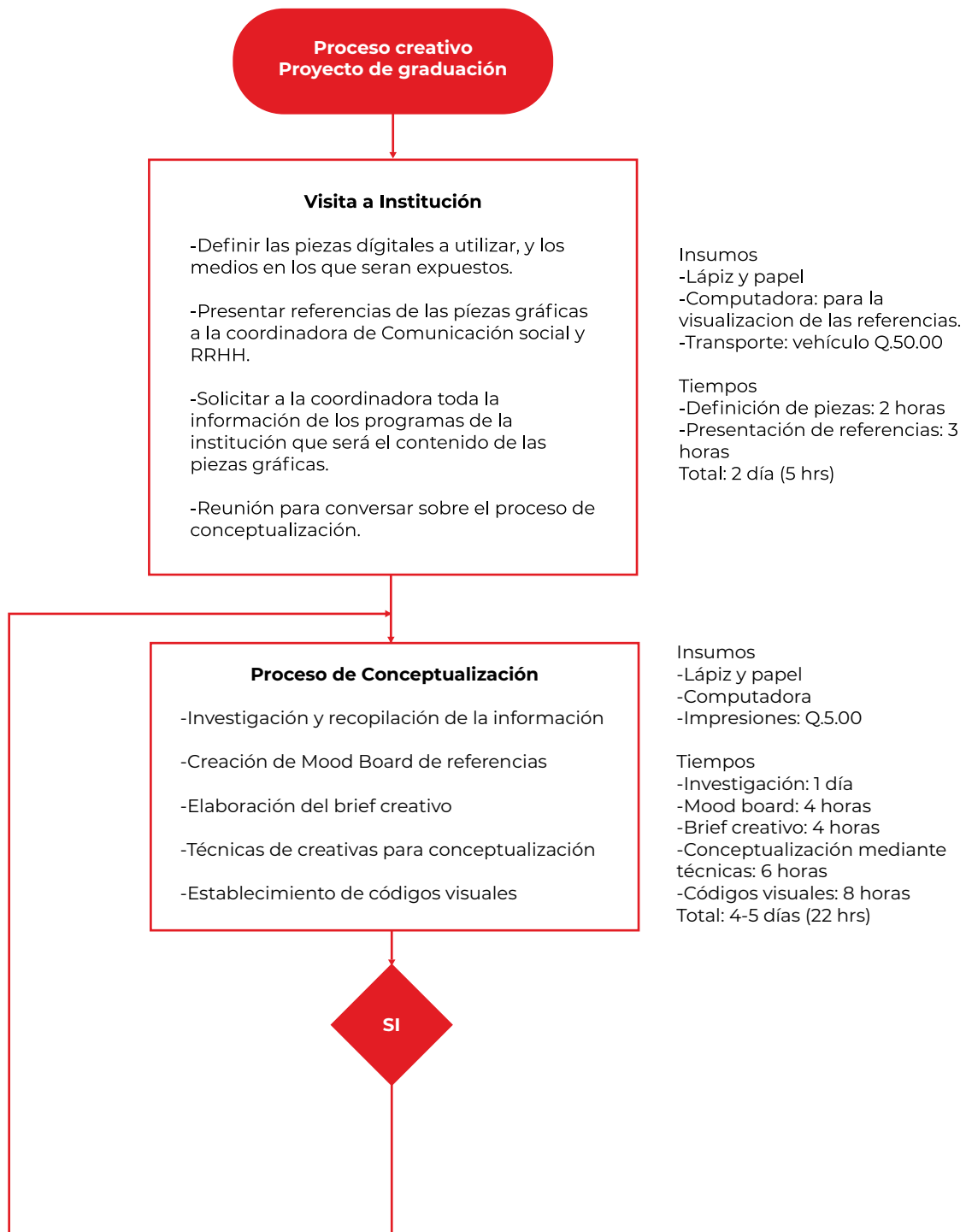
Capítulo:

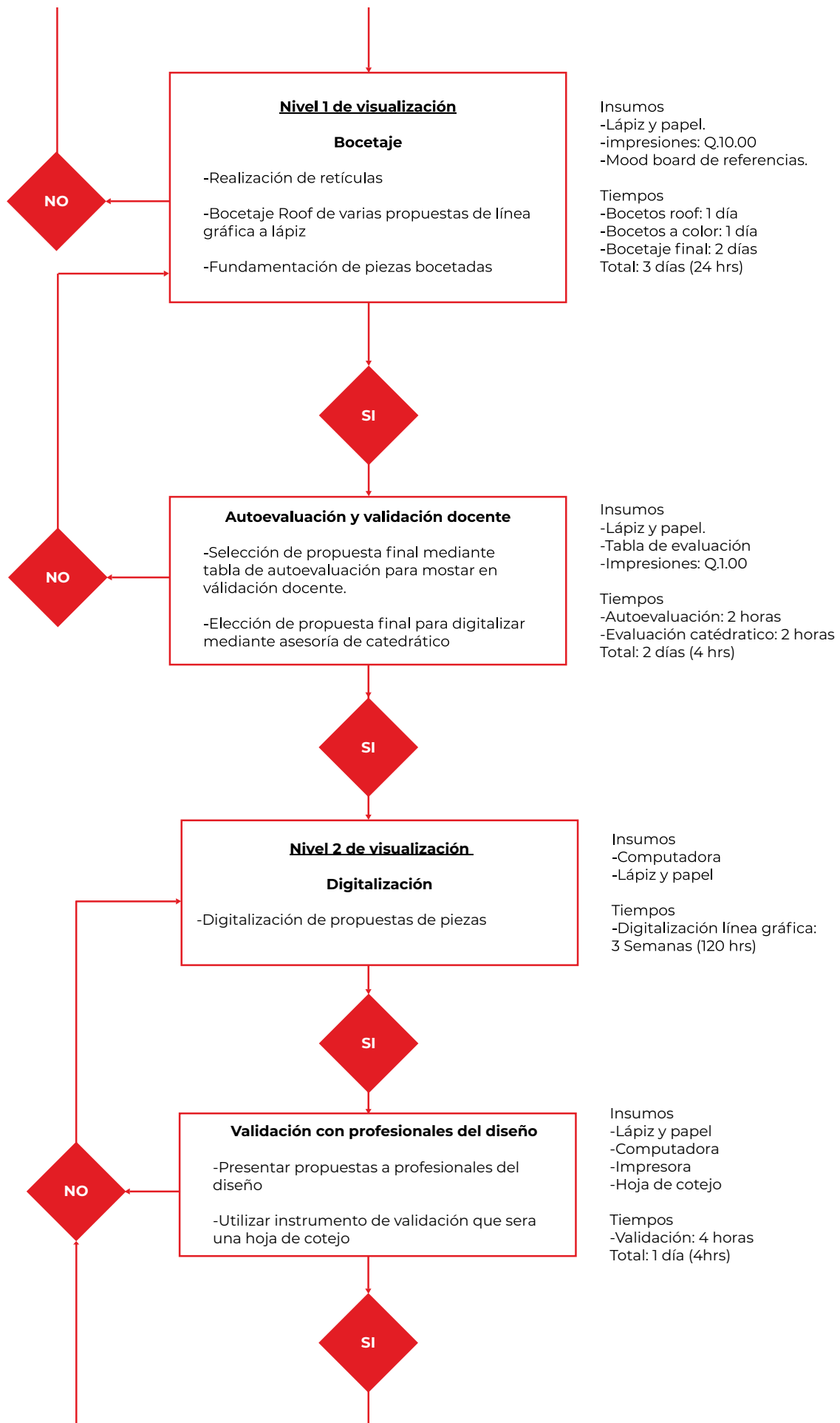
Planeación Operativa

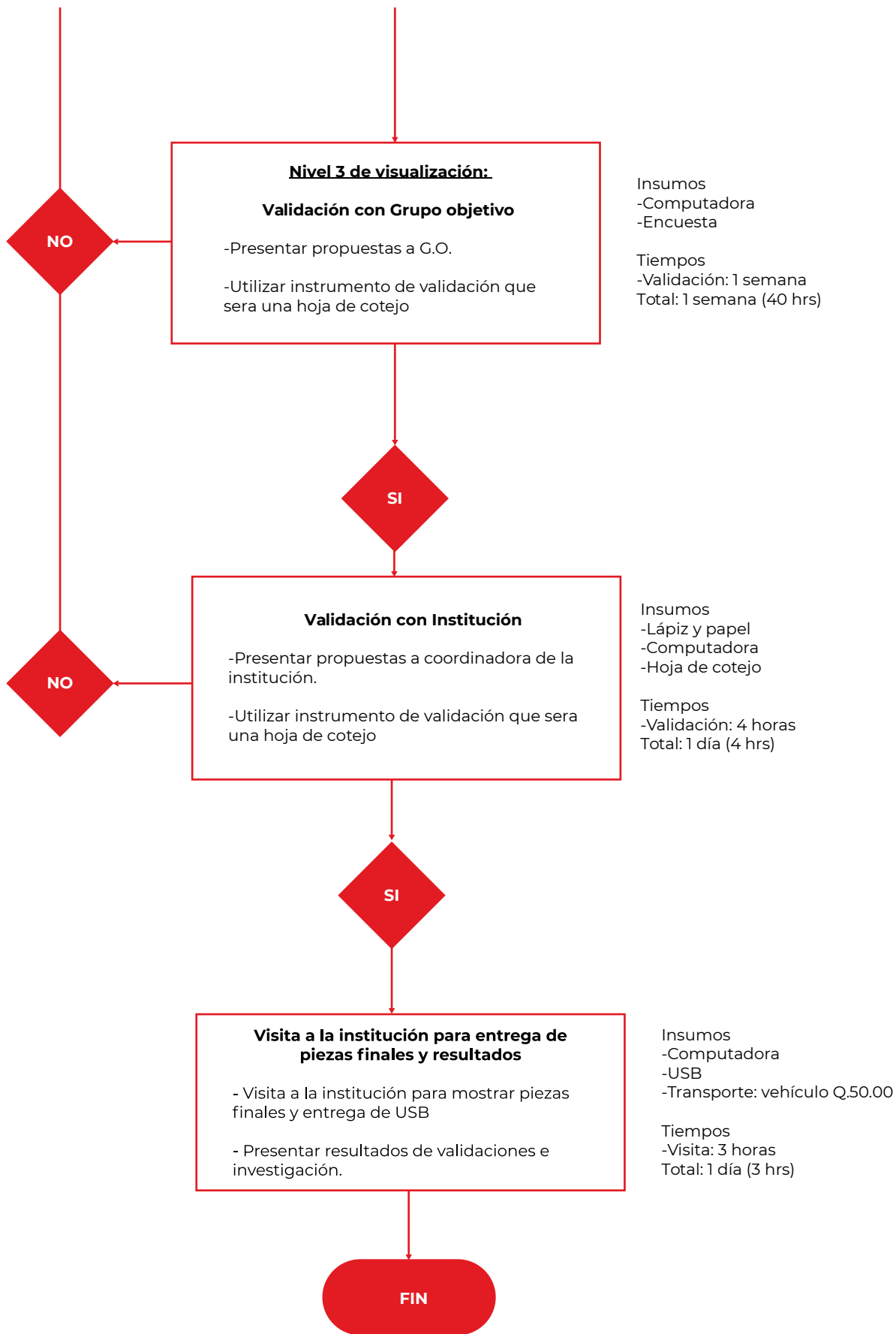
Flujograma del Proceso
Cronograma de Trabajo Proceso Creativo

3

FLUJOGRAMA







CRONOGRAMA

AGOSTO

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
			1	2	3	4
			VISITA A LA INSTITUCIÓN			
5	6	7	8	9	10	11
INVESTIGACIÓN Y RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN TEÓRICA DEL TEMA						
12	13	14	15	16	17	18
INVESTIGACIÓN Y RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN TEÓRICA DEL TEMA						
19	20	21	22	23	24	25
INVESTIGACIÓN Y RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN TEÓRICA DEL TEMA						
26	27	28	29	30	31	
CONCEPTUALIZACIÓN						

SEPTIEMBRE

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
						1
2	3	4	5	6	7	8
CONCEPTUALIZACIÓN						
9	10	11	12	13	14	15
NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN						
16	17	18	19	20	21	22
NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN						
23	24	25	26	27	28	29
NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN						

OCTUBRE

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
30	1	2	3	4	5	6
NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN						
7	8	9	10	11	12	13
NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN						
14	15	16	17	18	19	20
NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN						
21	22	23	24	25	26	27
NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN						
28	29	30	31			

NOVIEMBRE

DOMINGO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
ENTREGA DE PIEZAS FINALES						
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Capítulo:

Marco teórico

Dimensión Social y Ética
Dimensión Estética y Funcional

4

DIMENSIÓN SOCIAL Y ÉTICA

LA EDUCACIÓN ESPECIAL EN GUATEMALA

La educación especial y terapias de apoyo van destinadas a estudiantes con necesidades especiales ya sea por discapacidades intelectuales, físicas o sensoriales, la UNESCO (1988) define al sujeto de la educación especial como aquel alumno que no alcanza o que es improbable que alcance, a través de las acciones educativas normales, los niveles educativos sociales y otros apropiados a su edad. La educación especial y las terapias de apoyo engloban un conjunto de espacios físicos adaptados y servicios que pueden ser proporcionados en función de satisfacer las necesidades de dichos estudiantes.

En Guatemala los estudiantes con discapacidad deben enfrentarse a la situación de contar con una educación especial pública carente de calidad educativa ya sea por la poca preparación docente, falta de insumos que se requieren para un adecuado proceso de enseñanza-aprendizaje y que la existencia de materiales educativos, libros de texto entre otros es casi nula en este país, además de que en la mayoría de los casos ni maestros ni padres de familia reportan la situación, lo que hace más difícil apoyarlos. El 50% de la población con discapacidad es analfabeta con peor porcentaje para las mujeres y solo el 14% de los niños con discapacidad acuden a un centro educativo. (ENDIS 2016).

Instituciones privadas sin fines de lucro como, la institución con la que se estará colaborando, que es el Instituto Neurológico de Guatemala, y otras como la Fundación Margarita Tejada, ANINI, Asociación Guatemalteca por el Autismo, Síndrome De Rett Guatemala, etc, se encargan de brindar servicios especializados a personas con discapacidad ya sea a bajo costo o de forma gratuita.

Actualmente el Instituto Neurológico de Guatemala atiende a familias que se ven afectadas por una economía familiar baja, según un estudio socioeconómico realizado por la institución (2016), se indica que el 86% de dichas familias tiene un ingreso menor al de los 3 mil quetzales mensuales, el 65% de ellas tiene un núcleo familiar con más de 5 integrantes y casi el 73% viven en una vivienda alquilada o compartida.

La institución obtiene los fondos necesarios para llevar a cabo sus programas mediante apoyo del Ministerio de Salud Pública, donaciones particulares y actividades de recaudación que ellos organizan y que a veces cuentan con el apoyo de empresas u organizaciones, por lo que es importante crear un posicionamiento de la institución que sea eficiente en la población capitalina guatemalteca para dar a conocer los atributos, características y beneficios de sus programas y servicios, así como promocionar e informar sobre las diversas actividades, proyectos y programas de donaciones que realizan, esto se logrará mediante una estrategia de marketing digital de instituciones no lucrativas.

MARKETING DIGITAL DE INSTITUCIONES NO LUCRATIVAS

El marketing no empresarial se define como “un conjunto de actividades de intercambio, básicamente de servicios e ideas, que son llevadas a cabo fundamentalmente por instituciones sin ánimo de lucro, bien sean públicas o privadas” (Kotler & Armstrong, 2007).

“El marketing es una filosofía corporativa destinada a enfocar a toda la organización hacia el mercado y hacia las relaciones humanas. Su fin no son las

ventas, sino es establecer y mantener relaciones a largo plazo, las cuales van a generar a la empresa beneficios y una posición competitiva sostenible". (Navarro, 2008)

Este concepto de marketing se debería mantener tanto en organizaciones lucrativas como en no lucrativas, existiendo entre ambas una diferencia importante: el fin principal de las primeras es crecer y obtener una rentabilidad y beneficio, las segundas tienen un fin social, actúan en interés de la comunidad y sin ánimo de lucro.

Kotler y Armstrong (2007) distinguen que una de las siguientes divisiones del marketing no empresarial es el marketing de instituciones no lucrativas que comprende el conjunto de actividades de intercambio que realizan las organizaciones.

Si a este concepto de marketing para instituciones sin fines de lucro se le agrega el concepto de marketing digital, se obtendrá una estrategia de comunicación en medios digitales orientada a las necesidades de instituciones sin fines de lucro.

La mercadotecnia digital es un concepto muy amplio que engloba todas aquellas acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan en los medios y canales de internet: webs, blogs, redes sociales, plataformas de vídeo, foros, etc.

Selman (2017) nos describe que las dos características que integran la mercadotecnia digital son: la personalización y la masividad. Los medios digitales permiten detallar los perfiles de los usuarios, tanto demográficos como psicográficos ya que es posible analizar un grupo de individuos más numeroso y de forma más detallada, esto es lo que se conoce como personalización y la masividad nos permite tener esas alcance con menor presupuesto y con la capacidad de darle una definición más específica a los mensajes que se transmiten.

Este enfoque de marketing para instituciones sin fines de lucro expuesto en medios digitales puede servir a las instituciones públicas o privadas para procurar su supervivencia económica y social, contar con una campaña es parte fundamental de la estrategia de comunicación, inclusive hoy en día, es más importante que los medios tradicionales y algunos de los medios digitales más relevantes del momento son las redes sociales.

Las redes sociales se convertido en un elemento fundamental para estas instituciones para

conectarse con la sociedad y con las empresas porque estas permiten una potencial interacción a nivel masivo, expandir su acción e influencia, dar a conocer sus proyectos e iniciativas y para intercambiar conocimientos. Son primordiales para generar conciencia sobre su causa e incrementar los fondos y/o donantes, mientras más personas se enteren de la causa, mayor la probabilidad de incrementar las donaciones, todo esto a bajo costo y de manera interactiva e inmediata.

Según el Informe Nonprofit Communications Trends Report (2013) las organizaciones sin fines de lucro tienen mayor presencia en Facebook con un porcentaje del 98%, Twitter 62%, mientras que YouTube con 42% y LinkedIn con 24% de utilización, esto significa que la comunicación a través de las redes constituye un factor clave para las Fundaciones y ONGs.

Estrategias de las organizaciones en las redes sociales son:

- Establecer una comunicación directa, más rápida, eficiente y económica con los seguidores.
- Lograr mayor interacción y participación de los interesados.
- Generar una difusión diaria, instantánea y directa, apuntando al público adecuado.
- Brindar mayor independencia de los medios tradicionales para difundir los mensajes.
- Promoción de campañas y eventos a través de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.
- Generar mayor concientización y captación de fondos.
- Lograr traspasar las fronteras de los países y recibir apoyo y ayuda económica de distintos lugares.
- Generar trabajo conjunto y establecer redes de ONGs, Instituciones y empresas que apoyan una causa común o causas similares, a nivel local, nacional, regional o internacional.

Es importante que las organizaciones tengan muy claros cuáles son sus objetivos a comunicar y deberán generar el contenido tratando de darle una emotividad de forma natural, así es como las entidades sin fines de lucro también pueden maximizar las redes sociales para el cumplimiento de su misión.

DIMENSIÓN ESTÉTICA Y FUNCIONAL

TENDENCIA

En las palabras de Ángelo Uslenghi, (2006): “Las tendencias son el resultado de la observación y el estudio detallado de las necesidades de la sociedad moderna. Nuestro entorno se convierte en una fuente de ideas creativas, además de expresar necesidades concretas...”

Las tendencias dentro del diseño gráfico son una serie de grupos de un cierto estilos que el diseño en si va adoptando, que se han adaptado a los tiempos y han cambiado sus métodos de creación y de transmisión, se encuentran en continua evolución y marcan el estilo de los diseños y futuras creaciones, esto a causa de los avances tecnológicos y métodos utilizados, hoy en día siendo estas utilizadas para crear imágenes adaptadas y en concordancia con el contexto en el que se diseña el material gráfico.

En la campaña a realizarse para el Instituto Neurológico de Guatemala se utilizará la tendencia de flat design en la cual se basarán el resto de elecciones en los demás códigos visuales.

Flat Design

Esta tendencia surge del principio de “menos es más”, en el que se eliminan y reducen las decoraciones en una composición. Como su propio nombre lo dice, es un diseño plano. No se hace uso de gradientes, texturas o sombras.

Los elementos gráficos se colocan en una misma composición y adquieren relevancia según la tipografía, la retícula y el color. Esta tendencia tiene una estética moderna y es muy popular por responder a las necesidades de los medios digitales.

ESTILO DE FOTOGRAFÍA

La fotografía de retrato es la modalidad fotográfica que se encarga de capturar la esencia de una persona ya sea destacando la mirada, la pose o sus cualidades físicas en general y transmitir su estado de ánimo u otro tipo de sensaciones. También se utiliza para contextualizar a alguien en un escenario concreto o explicar un suceso a través de las personas a las que afecta.

Este estilo será utilizado para fotografiar a los estudiantes que asisten al instituto para generar empatía con el grupo objetivo.

RETÍCULA

“La retícula tipográfica es un regulador proporcional para composiciones, tablas, imágenes, etc. la dificultad está en: encontrar el equilibrio, la máxima adecuación a una regla con la máxima libertad posible o el máximo de constantes con la mayor variación posible” (Gerstner, 1961)

En la campaña a realizarse para el Instituto Neurológico de Guatemala se utilizará una retícula modular para crear las composiciones de los elementos.

Retícula Modular

Tiene divisiones horizontales y verticales constantes a partir de una rejilla base, dichas divisiones crean modulos los que se utilizan como limitantes en la composición y permiten supeditar los elementos en un ritmo común.

Estos modulos disponen la posición de las imágenes y del texto, los cuales pueden ocupar uno o más modulos dentro de la composición.

CROMATOLOGÍA

El Instituto Neurológico de Guatemala cuenta con una paleta de colores institucionales que son rojo, gris y negro,

Analizando la psicología del color, desde el punto de vista de Heller (2008):

El rojo simboliza el poder, la acción, color al que se asocia con la vitalidad, la ambición y la sanación.

El gris se le asocia con la independencia, la auto-suficiencia, el auto-control, porque es un color bastante neutro.

El negro es el único que no es capaz de absorber el color blanco, porque lo que existe una ausencia total de color, se asocia con la elegancia y el orden.

También se hará uso de una paleta cromática correspondiente a la tendencia de diseño seleccionada que es flat design, con colores saturados y que contrasten, siendo en su mayoría colores primarios y secundarios.

TIPOGRAFÍA

“Es un conjunto de caracteres, letras, números, símbolos, puntuación, etc. que tienen el mismo diseño característico” (Ambrose y Harris, 2005).

La tipografía es de suma importancia al momento de diseñar, ya que permite darle el carácter y connotaciones al diseño, así como brindan refuerzo visual a los gráficos de las piezas potencializando el simbolismo de su concepto y tendencia.

En la campaña a realizarse para el Instituto Neurológico de Guatemala se utilizará una tipografía sans serif.

Tipografías sans serif

Se caracterizan por la ausencia de remates y sus trazos finos, tienden a reflejar una imagen moderna, limpia, o minimalista.

Las fuentes sans serif son consideradas la mejor opción para el diseño de piezas gráficas digitales, ya que son más legibles que las fuentes serif cuando se proyectan para su visualización en pantallas, incluso en tamaños pequeños y son limpias en tamaños grandes.

Capítulo:

Definición creativa

Brief de diseño
Códigos visuales: Connotaciones de los
Elementos de Diseño
Descripción de la estrategia de aplicación
de la pieza
Insight
Concepto Creativo



BRIEF

- Cliente (Institución)
Instituto Neurológico de Guatemala
- Cliente Inmediato (Departamento)
Coordinación de comunicación social y RRPP
- ¿Qué hace?
Brinda educación especial y terapias de apoyo a niños y jóvenes de escasos recursos con discapacidad intelectual
- ¿Para qué lo hace?
Para lograr a través de programas educativos, desarrollar integralmente a cada persona, favoreciendo así el avance de sus habilidades, aspectos psicoafectivos, intelectuales y motrices.
- ¿Qué relación tiene con el DG Editorial/Multimedia/ Publicitario?
Tiene relación con el diseño gráfico publicitario ya que se realiza contenido para reforzar la imagen de la institución y establecer una relación con el grupo objetivo para así generar beneficios para la institución y una posición competitiva sostenible.
- Grupo Objetivo (Primario / Secundario)
 - Primario
El grupo objetivo está conformado por la media de la población de la ciudad capital de Guatemala en un rango de edades de 18 a 50 años
 - Secundario
Las familias de las personas que asisten al instituto para recibir educación especial y terapias de apoyo
- Estrategia de Comunicación
Campaña de comunicación visual digital para informar a la población guatemalteca acerca de las labores y programas que realiza el Instituto Neurológico de Guatemala.
- Producción (Contenido)
Se realizarán piezas como GIFS animados, posts con imágenes (fotografía o ilustración), vídeos cortos e infografías, con información técnica de los diagnósticos, de la institución programas de ayuda; así como la exposición del día a día de las personas que asisten a la institución.
- Presentación (Diseño)
Se presentará a través de una estrategia de redes que englobe todo el contenido a realizar.
- Distribución
Medios digitales, puntualmente redes sociales.
- Presupuesto
La institución no cuenta con presupuesto para la realización del proyecto ya que su presupuesto se ve destinado a la cobertura de los programas de desarrollo integral, pero al ser mediante redes sociales, no necesita financiamiento ya que la misma institución se encargará de la distribución en dichos medios digitales.

CÓDIGO VISUALES: CONNOTACIONES

ASPECTO ESTÉTICO

- Flat design
- Tipografías sans serif
- Minimalismo
- Iconos
- Colores vibrantes y planos
- Fotografía retrato
- Formas geométricas
- Motion graphics

ASPECTO DIDÁCTICO

- Infografías para mostrar de forma más comprensible la información de los diagnósticos que trata la institución.
- Mostrar la realidad de la vida de las personas con discapacidad intelectual para que se puede conocer desde su punto de vista.
- Elaborar información que oriente a las personas sobre la discapacidad intelectual en el ámbito social para eliminar estereotipos.

ASPECTO MORFOLÓGICO

- Informativa: se busca que la población esté informada sobre que es la discapacidad intelectual, los diagnósticos que existen, a que se dedica la institución, cuales son sus programas en pro de las personas con discapacidad intelectual esto mediante imágenes figurativas acompañadas de texto informativo.
- Testimonial: se expondrán los casos de las personas con discapacidad intelectual mediante entrevistas cortas que tengan originalidad y que estén acompañados de música para proporcionar ritmo y acentuar las emociones que se quieren proyectar.
- Sugestiva:
 - Propaganda: se tratara de influir en las actitudes de las personas para que se unan a la causa de la institución ya sea como voluntarios o donantes.

ASPECTO SINTÁCTICO

- Contenidos visuales: Se hará uso de post con imágenes y texto, haciendo uso de colores institucionales que son rojo, gris y negro así como otra paleta de diversos colores con bastante saturación y luminosidad, la tipografía utilizada será sans serif e iconografía flat debido a la tendencia flat design que se utilizará por ser medios digitales y al ser informativo se utilizará el texto como refuerzo o para ampliar la información con respecto a las imágenes.

ASPECTO SEMÁNTICO

- Todos los contenidos de las piezas que formarán parte de la campaña, tendrán un significado informativo, como un grupo de mensajes emitidos al grupo objetivo para ampliar los conocimientos y crear un cambio en los comportamientos del mismo y se tratará de evitar que sean polisémicas para no crear confusión en el grupo objetivo.

ESTRATEGIA DE LA PIEZA DE DISEÑO

PREGUNTAS

- **¿Qué?**
El Instituto Neurológico de Guatemala tiene la necesidad de crear contenido visual que logre una comunicación eficaz en redes sociales para informar a la población del área capitalina de los diversos diagnósticos que tratan y de los proyectos y programas que realizan, el contenido actual que manejan es escaso y carente de impacto visual ya que no cuentan con un profesional que lo genere y la mayoría del contenido con el que cuentan no es su propia autoría.
- **¿Para qué?**
La campaña permitirá informar al grupo objetivo de una manera fácil y económica, con alto impacto y alcance; los medios digitales le permitirán compartir información importante con la sociedad para comunicar sobre su causa y a la vez les permitirá solicitar donaciones.
- **¿Con qué?**
Se realizarán piezas como GIFS animados, posts con imágenes (fotografía o ilustración), videos cortos e infografías, ya que investigaciones demuestran que estos contenidos son más atractivos y generan más interacciones con los usuarios de los medios digitales.
- **¿Con quiénes?**
El Instituto Neurológico de Guatemala, la Coordinadora de comunicación social y relaciones públicas de la institución, docentes de EPS y Proyecto 2 y población del área capitalina guatemalteca.
- **¿Cuándo?**
La campaña se realizará en el transcurso de los meses de agosto a octubre del presente año, pero la aplicación de la misma será el próximo año después del proceso de evaluación y correcciones pertinentes por parte de la Unidad de EPS.
- **¿Dónde?**
En casa, Instituto Neurológico de Guatemala y en la Universidad de San Carlos de Guatemala.

CUADRO COMPARATIVO

PIEZA: GIFS ANIMADOS .

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none">• Aumentan el tiempo de permanencia en el medio digital por su efecto “autoloop”. Además, la reiteración del mensaje es muy efectiva para ayudar a que la información quede en la memoria.• Puede llegar a ser contenidos empático que ayude a conectar con el grupo objetivo desde un enfoque emocional.• Ayudan a construir una imagen moderna de la institución, se vuelve más interesante así atrayendo nuevos seguidores.• El peso de los archivos es considerablemente menor al de un video, por lo que subirlo o descargarlo no consume muchos datos.• Algunas redes sociales los han incorporado como acceso rápido para ser compartidos.• Se logra sintetizar mensajes en sólo un par de minutos.	<ul style="list-style-type: none">• Diseñarlo toma más tiempo y recursos que una imagen fija, ya que se debe considerar la continuidad de la imagen.• La ejecución debe realizarse en distintos programas lo que aumenta su dificultad de realización.• El formato GIF está limitado a una profundidad de colores de 8 bit, por lo que algunas imágenes pueden terminar teniendo una pérdida de calidad de resolución.• Algunos navegadores muestran estas animaciones de manera diferente, la velocidad de conexión puede afectar la manera en que un gif se ve, conexiones más lentas proporcionan una la reproducción más lenta

POSTS CON IMÁGENES (FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN)

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none">• Son directos, hablan de un contenido específico y se centran en un tema. Permite al usuario de tu página obtener información de un vistazo.• Es fácil adaptar el formato en dispositivos móviles.• Son más fáciles de ejecutar, por lo que es posible generar más contenido de este tipo.• Simplificar temas que por escrito parecen complejos.	<ul style="list-style-type: none">• Pueden ser un poco escuetos en cuanto a contenido si no se saben elaborar apropiadamente.• Se debe realizar un cantidad considerable de ellos puesto a que se deben estar subiendo a la red de forma constante diariamente para conseguir la atención de los usuarios.

INSIGHT

FACTORES INDIVIDUALES PSICOLÓGICOS

- CULTURA

Tienen bastante arraigadas sus costumbres y tradiciones, con un vasto patrimonio cultural expresado mayormente en fiestas y celebraciones muchas de ellas con tendencias religiosas, difunden su cultura transmitiendo experiencias y conocimientos de una generación a otra.

- ESTATUS

El grupo objetivo tiende a seguir las modas extranjeras a pesar de tener una fuerte herencia cultural. Por ser de clase social media alta, media y baja son personas que gastan tanto en servicios básicos como en artículos de moda aun si no cuentan con el nivel socioeconómico para costearlos, todo con el objetivo de para ser aceptados socialmente o para sentir que pertenecen a un clase social superior.

- FACTOR AFECTIVO

El grupo objetivo se ve unido por el sentimiento de rechazo a las injusticias ocurridas en el país, a causa de las carencias y problemas que existen en Guatemala, la que ha sido un factor común en la actualidad es el problema de la corrupción del gobierno, el aumento de la violencia y la delincuencia, crean un sentimiento colectivo.

- NECESIDAD

Sus necesidades son:

- Autorrealización: su mayor aspiración es sentirse plenos en todos los ámbitos, que cada uno de los aspectos de su vida como el trabajo, la familia, las relaciones interpersonales, etc., puedan estar bajo control y sentirse satisfechos con sus decisiones y acciones.

- Autoestima: desean ser considerados como personas exitosas y de liderazgo por el resto de la sociedad, están en constante búsqueda del respeto y la admiración de sus semejantes.

- Sociales: buscan la aprobación de las personas en su entorno, a causa de un deseo de pertenencia, quieren sentirse amados y aceptados por sus círculos familiares, de amistades o laborales.

- Seguridad: desean estabilidad económica e independencia laboral, con los cuales puedan asegurarse un nivel de vida mejor para ellos y sus familias.

- Fisiológicas o básicas: necesitan alimentos, higiene personal, cuidados de la salud, horas de sueño adecuadas y toda necesidad que el cuerpo requiere para funcionar de forma adecuada.

- MASIFICACIÓN

El grupo objetivo se ve inmerso en la masificación al adquirir los productos o servicios que el mercado puede ofrecerle basando sus compras o adquisiciones en decisiones que son instintivas y subjetivas, siempre guiadas por la percepción que ellos les dan y no por el producto disponible, es por eso que siguen tendencias y modas momentáneas y están dispuestos a visitar lugares solo porque el resto de personas lo hacen.

- TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

En el sector del casco urbano se tiene bastante acceso a la tecnología pero esta a su vez se ve influenciada por los aspectos económicos y sociales, mientras una parte de la población hace uso de ella como herramienta facilitadora, el resto no tiene acceso a ella por su situación financiera o porque no tienen el conocimiento de como utilizarla.

- PERTENENCIA

El grupo objetivo desea sentirse parte de su entorno imita a las personas que lo rodean para satisfacer ese sentimiento de pertenencia y muchas veces se deja influenciar por ellos.

GRUPOS DE INFLUENCIA

- LA FAMILIA

Es en el primer grupo en el que se habla sobre discapacidad intelectual, ciertas familias inculcan las enseñanzas sobre inclusión social e informan sobre la discapacidad intelectual.

Aunque la mayoría de los núcleo de las familias guatemaltecas no abordan los temas sobre la discapacidad intelectual, aunque los familiares tengan la información pertinente esta no suele ser tema de conversación en el hogar ya que representa un tema tabú o simplemente no se le da la importancia que merece.

Esto repercute en que no se enseña en el hogar una cultura de inclusión, cuando se encuentran con una persona con discapacidad intelectual toman la decisión de ignorarla, acompañada de frases como `no mires´ o `sigue caminando´. Esa actitud refuerza los conceptos de indiferencia y el rechazo.

En otros casos debido a la ignorancia que existe respecto a este tema, algunos padres malinterpretan la inclusión o aceptación de los niños con discapacidad intelectual y creen que deben enseñar a sus hijos a ser serviles o sentir lástima, otros inculcan el concepto de que son personas enfermas o en el peor de los casos que la discapacidad intelectual es contagiosa.

- CENTROS EDUCATIVOS / LOS AMIGOS / TRABAJO

En los centros educativos se obtienen mejor información sobre la discapacidad intelectual y los docentes hablan a sus alumnos estos temas, a nivel primario el centro educativo puede llegar a ser

el primer lugar en el que se puede tener contacto con una persona con discapacidad intelectual (en caso que no lo haya tenido en el núcleo familiar), lastimosamente algunos establecimientos no integran a estudiantes con alguna discapacidad intelectual porque no cuentan con las adaptaciones en sus instalaciones o los docentes no están capacitados para la educación inclusiva.

A nivel de educación superior y en el ambiente laboral es más difícil la inclusión de personas con discapacidad intelectual a causa de los estereotipos sociales o porque no tienen la oportunidad, por lo tanto la convivencia de personas sin discapacidad y personas con discapacidad en este punto se ve reducida; el G.O. en este nivel posee mayor madurez y un mejor conocimiento de la discapacidad intelectual por que poseen un mayor acceso a la información, pero siempre existe cierto nivel de ignorancia debido a la extensa cantidad de esta y la complejidad de ciertos temas.

- MEDIOS / INFLUENCIADORES

Cumplen con su función de informar sobre la discapacidad intelectual al público guatemalteco, ya sea apoyando causas en pro de la inclusión social o exponiendo los casos en los que se han violentado sus derechos.

Aunque en algunos casos, la exposición de dicha información se hace en base a acontecimientos que, en razón de su interés actual, ganan la atención de las personas en un momento dado como una estrategia para ganar espectadores, causando que las personas no se vean inmersas en el tema sino que solo sea una noticia momentánea para ellos.

ACTITUDES, MOTIVACIONES INTERESES

- ACTITUDES

Las personas de población guatemalteca capitalina se caracterizan por ser trabajadores, siempre están dispuestos a participar en nuevos negocios o ámbitos laborales y tienen una visión emprendedora, poseen mucha creatividad y energía positiva las cuales les ayudan a buscar y proponer soluciones para situaciones complicadas o poner mucha atención en actividades que requieran de la utilización de sus habilidades y talentos. Suelen manejar los problemas siempre con buen sentido del humor.

Están dispuestos a brindar su ayuda al más necesitado en momentos de dificultad, suelen mostrar una actitud caritativa en pro de la comunidad afectada. Tienen un profundo sentimiento de nacionalismo por su país y rechazan las injusticias que ocurren en él mostrando un comportamiento de unidad colectiva como sociedad.

Reconocen ser impuntuales y que llegan a procrastinar sus obligaciones la mayoría de las veces, también sienten orgullo por los lugares turísticos y las tradiciones de su país.

- MOTIVACIONES

Laborales: buscan la remuneración económica de un empleo, desarrollo profesional para mejorar la posición dentro del lugar de trabajo, independencia profesional ya que desean ser sus propios jefes, aumentar el nivel de ingresos que tienen, la creación de una empresa o negocio que facilite la independencia económica.

Familiares: buscan brindar estabilidad y seguridad tanto económica como emocional a la familia.

Educativas: desean obtener un grado de educación superior para elevar sus oportunidades de éxito laboral y económico o porque tienen la iniciativa de aprender para mejorar sus aptitudes, habilidades y capacidades.

Sociales: buscan la aprobación dentro de su entorno y dentro de la comunidad y un sentido de justicia por la situación social que vive el país

- INTERESES

El grupo objetivo tiene intereses personales como pasar tiempo en familia o amigos, el sentimiento de explorar nuevos lugares ya que aumenta la frecuencia con la que viajan, en adquirir la tecnología más reciente y en cambiar la situación de crisis social por la que está pasando Guatemala.

- INSIGHT FINAL

“NO DEBO JUZGAR A UNA PERSONA CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL POR LOS ESTEREOTIPOS SOCIALES”

CONCEPTO CREATIVO

TÉCNICA CREATIVA

SCAMPER

Se trata de una técnica creativa que se utiliza para dar otra perspectiva a una idea, abordar el problema desde un ángulo diferente. (Eberle, 1996).

Cada una de las letras del título es también la letra inicial de las frases de la palabra que componen el uso de la lista de verificación. Las premisas se definen mediante 7 conceptos, los cuales conforman las siglas de SCAMPER:

Substitute, Combine, Adapt, Modify, Putt o other uses, Eliminate y Reverse

Lo que traducido al español quiere decir, Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner otros usos, Eliminar y Reordenar.

APLICACIÓN DE LA TÉCNICA

S = Sustituir

¿Qué puede ser sustituido?

- La información carente de impacto visual
- El concepto de que las personas con discapacidad son niños aun en la adultez

C = Combinar

¿Qué ideas se pueden combinar?

- La inclusión social y el contenido puramente informativo.

A = Adaptar

¿Qué idea se puede incorporar?

- Hacer un llamado de acción mediante el estímulo emocional manteniendo la naturaleza racional.

M = Magnificar / Modificar

¿Qué se puede sobredimensionar?

- El factor empático que las personas se vean identificadas con la situación
- Mostrar a las personas con discapacidad intelectual como son en realidad
- El concepto de autonomía para las personas con discapacidad intelectual

P = Poner

¿Qué se puede agregar?

- Colocar otra perspectiva para que la población visualice un nuevo concepto sobre la discapacidad intelectual

E = Eliminar

¿Qué hay que eliminar?

- Los estereotipos sociales hacia las personas con discapacidad intelectual
- Las barreras de comunicación con el G.O
- La desinformación sobre la discapacidad intelectual
- El tabú que implica hablar sobre discapacidad

R = Reorganizar

¿Cambiar la mentalidad?

- Las ideas erróneas sobre la discapacidad intelectual
- Las percepciones hacia las personas con discapacidad intelectual

PROPUESTAS DE CONCEPTOS

- Discapacidad, no es incapacidad.
- Hablemos de discapacidad
- Todos somos distintos
- Ser diferentes nos hace iguales

CONCEPTO FINAL

“HABLEMOS DE DISCAPACIDAD”

Capítulo:

Proceso de producción gráfica

Previsualización
Nivel de visualización 1
Nivel de visualización 2
Nivel de visualización 3
Propuesta Gráfica Final fundamentada
Vista preliminar de la Pieza Gráfica
Lineamientos para la puesta en práctica
Honorarios



PREVISUALIZACIÓN



Las piezas que serán imágenes y gifs se segmentaron según el tipo de contenido que manejan, estos se dividirán en: contenido Institucional que contendrá información sobre la institución, sus programas y proyectos, contenido informativo que contendrá información sobre el tema y subtemas de la discapacidad intelectual y contenido de interacción para generar reacciones en el grupo objetivo.

DESCRIPCIÓN CONCEPTO CREATIVO

“HABLEMOS DE DISCAPACIDAD”

Este concepto engloba la situación en la que se ve el tema de la discapacidad, en el que el problema de la discriminación surge como consecuencia de la ignorancia del tema y a su vez esta ignorancia es causada por la falta de comunicación que explique el complejo tema de la discapacidad.

TENDENCIA



FLAT DESIGN

Esta tendencia se caracteriza por la sencillez en los elementos y el uso de formas geométricas para la creación de gráficos, surge para simplificar los elementos visuales que se exponen en dispositivos digitales ya que estos mantienen su funcionalidad tanto en dispositivos grandes como en pantallas de móviles a la vez que brinda un aspecto moderno y vivaz que resulta elegante a la vista.

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

También se caracteriza por el uso de colores planos y llamativos para generar contraste y la tipografía debe ser sans-serif para mantener la sencillez del diseño.

TEMA



DISCAPACIDAD INTELECTUAL

La Asociación Americana de discapacidades intelectuales y del desarrollo (2010) brinda la siguiente definición sobre la discapacidad intelectual: “La discapacidad intelectual se caracteriza por limitaciones significativas tanto en funcionamiento intelectual, como en conducta adaptativa, tal y como se ha manifestado en habilidades adaptativas, conceptuales y prácticas. Esta discapacidad se origina antes de los 18 años”.

Esto significa que una persona con discapacidad intelectual aprende y se desarrolla con más lentitud que otras personas dependiendo de su diagnóstico y de la gravedad medida según el funcionamiento adaptativo, pero que con las oportunidades correctas y el entorno adecuado puede desarrollar sus aptitudes para ser independiente y un ciudadano autónomo.

El tema de la discapacidad intelectual en varios contextos de Guatemala, continúa siendo producto del conocimiento boca a boca creado y perpetuado por los pobladores. A lo largo de

este proceso el conocimiento de como viven las personas con discapacidad, los sistemas en los que reciben educación especial, la información sobre sus diagnósticos y como lidian con su entorno, siguen siendo temas no profundizados en la sociedad, teniendo serias consecuencias sobre las políticas, la incidencia y los servicios que reciben, mismos que continúan causando su exclusión social. “El miedo, la superstición, y la ignorancia son hechos que determinan el aislamiento de las personas con discapacidad y el retraso en su desarrollo” (ODHAG; 2005).

SECCIONES PRINCIPALES



MATERIAL PUBLICITARIO

Plan de redes sociales

- Calendario de posteo
- Descripción de hora y fecha de publicación
- Detalle del Contenido posteado

Guía de uso de contenidos

- Plantillas
- Uso de elementos editables
- Cintillos y logos
- Textos
- Tratamiento de imagen
- Paleta de colores

Contenidos

- Contenidos
- Institucionales
- Informativos
- Interacción

Objetivo

Aumento de interacciones con los seguidores en los posteos, el plan fue diseñado con una duración de 3 meses en los cuales se desea una probabilidad de aumento de interacciones de un 5% sobre los porcentajes evaluados en el último mes. (Ver anexo 15).

Audiencia

- Seguidores: 10,751
- Locaciones: 95.11% Guatemala y 4.89% Extranjero (Ver anexo 16)
- Género: 78% mujeres y 21% hombres
- Rangos de edades: mayor porcentaje en rangos de 18-40 años (Ver anexo 17)

Actividad

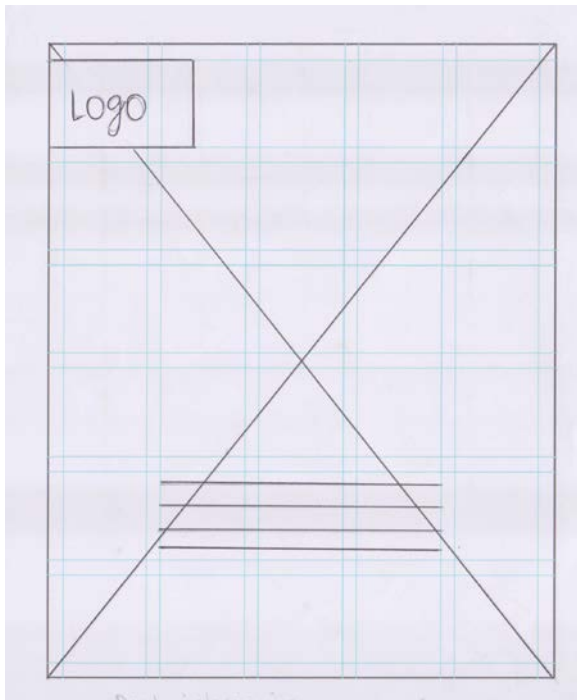
Interacciones, Visitas, Alcance e Impresiones (Ver anexo 18).

NIVEL DE PRODUCCIÓN GRÁFICA 1



Post con poco texto

1.



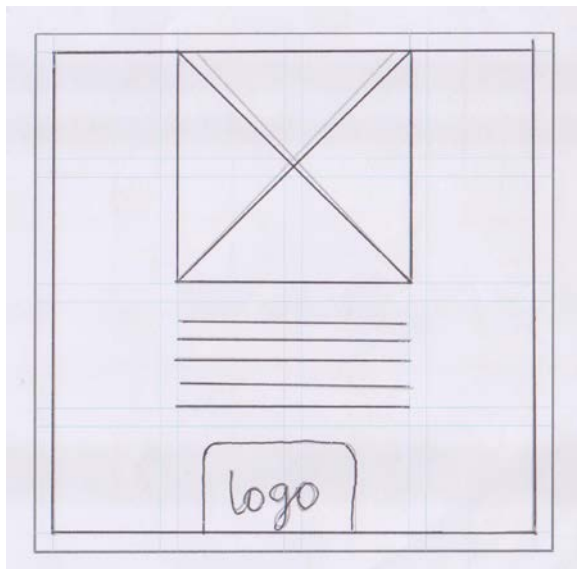
Retícula modular, imagen de fondo para darle mayor importancia, el logo en la parte superior dentro de un recuadro de reservado y texto en la parte inferior.

2.



Retícula modular, fondo de color plano, el texto ocupa mayor área y el logo en la parte superior dentro de un recuadro de reservado.

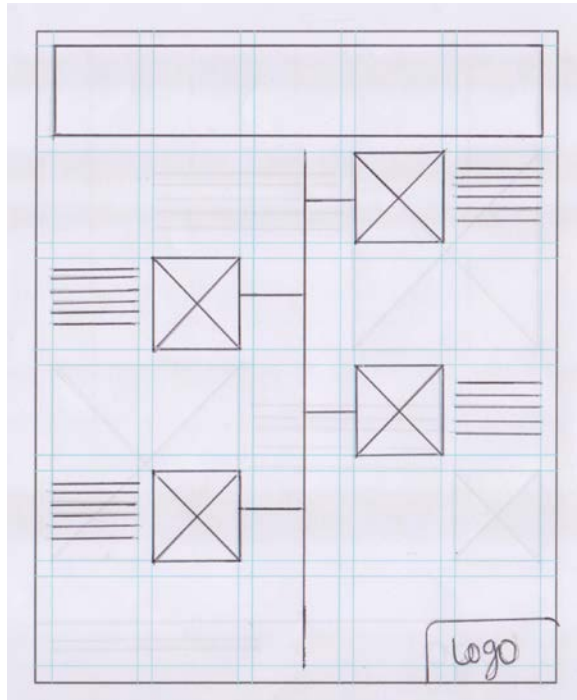
3.



Retícula modular, imagen y texto a una columna y el logo en la parte superior dentro de un recuadro de reservado.

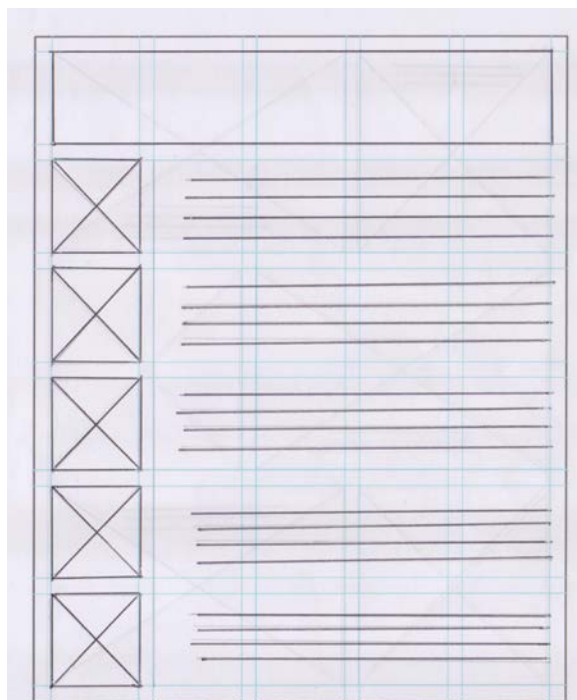
Post con mucho texto

1.



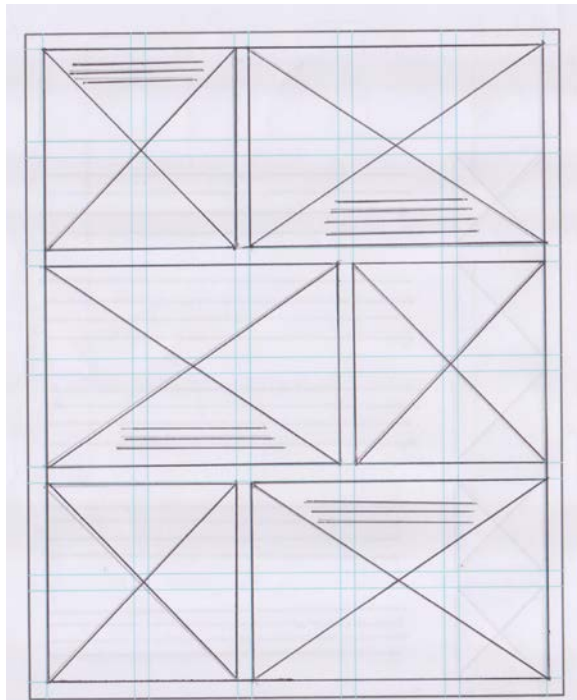
Retícula modular, titular en la parte superior para darle jerarquía, información estructurada de forma lineal acompañado de iconografía y el logo en la parte inferior dentro de un recuadro de reservado.

2.



Retícula modular, titular en la parte superior para darle jerarquía, texto a una columna tipo manuscrito acompañado de iconografía.

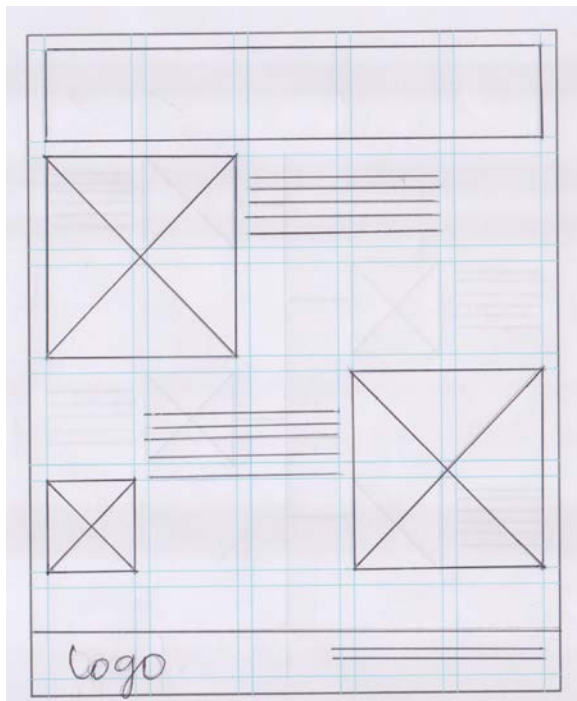
3.



Retícula modular, uso de iconografía acompañada de texto seccionado por bloques de color plano.

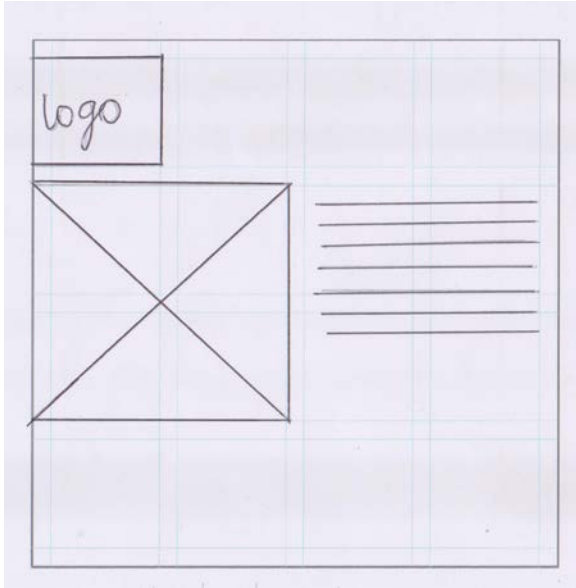
Post con texto e imagenes

1.



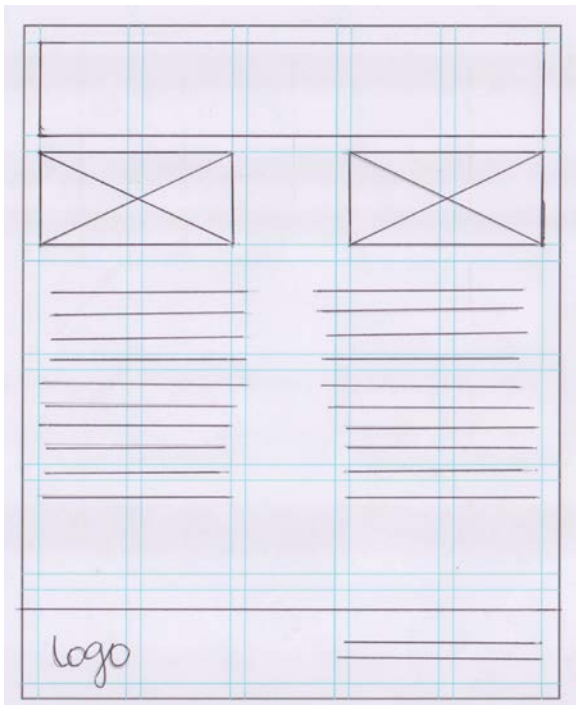
Retícula modular, titular en la parte superior para darle jerarquía, imagen y texto a tres columnas y logo en parte inferior en un cintillo de reservado.

2.



Retícula modular, imagen y texto a dos columnas y el logo en la parte superior dentro de un recuadro de reservado.

3.



Retícula modular, titular en la parte superior para darle jerarquía, imagen y texto a dos columnas y logo en parte inferior en un cintillo de reservado.

EVALUACIÓN

La autoevaluación permitió determinar cuál de las propuestas desarrolladas reúnen las condiciones necesarias para ser funcionales y utilizarlas en el nivel de producción gráfica 2.

Se aplicaron los siguientes instrumentos de evaluación:

Post con poco texto

Aspectos evaluados	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Memorabilidad			X
Legibilidad		X	
Composición		X	
Abstracción		X	
Diagramación	X		
Uso de la imagen	X		
Jerarquía		X	X
	3	4	2

Post con mucho texto

Aspectos evaluados	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Memorabilidad			X
Legibilidad	X		
Composición		X	X
Abstracción	X		
Diagramación	X		X
Uso de la imagen			X
Jerarquía		X	X
	3	2	5

Post con texto e imagenes

Aspectos evaluados	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Memorabilidad		X	X
Legibilidad		X	X
Composición	X	X	
Abstracción		X	
Diagramación	X		
Uso de la imagen			X
Jerarquía		X	
	2	5	3

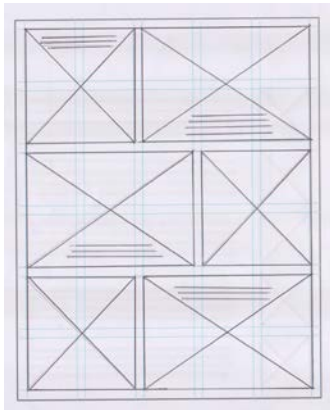
RESULTADOS

Estas son las propuestas que al ser evaluadas mediante el instrumento se ajustan de forma técnica y objetivamente a los requerimientos del proyecto:



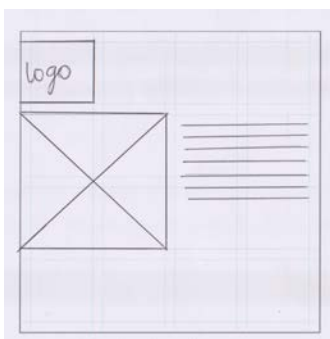
1. Post con poco texto:

OPCIÓN 2: Retícula modular, fondo de color plano, el texto ocupa mayor área y el logo en la parte superior dentro de un recuadro de reservado.



2. Post con mucho texto:

OPCIÓN 3: Retícula modular, uso de iconografía acompañada de texto seccionado por bloques de color plano.



3. Post con texto e imágenes:

OPCIÓN 2: Retícula modular, imagen y texto a dos columnas y el logo en la parte superior dentro de un recuadro de reservado.

NIVEL DE PRODUCCIÓN GRÁFICA 2



Post con poco texto



Retícula modular, fondo de color plano, en el texto se utilizó la tipografía Montserrat en sus estilos black y regular, y el logo en la parte inferior en negativo.

Post con mucho texto



Retícula modular, contenido seccionado por bloques de color plano, uso de iconografía acompañada de texto, la tipografía usada fue Montserrat en sus estilos black para titulares y semibold para cuerpos de texto para darle jerarquía, y los logotipos y fuentes de información en negativo dentro de un cintillo de color plano en la parte inferior.

Post con texto e imagenes



Retícula modular, imagen y texto a dos columnas, la tipografía usada fue Montserrat en sus estilos black para titulares y semibold para cuerpos de texto para darle jerarquía y los logotipos y fuentes de información en negativo dentro de un cintillo de color plano en la parte inferior.

VALIDACIÓN PROFESIONALES

-**Técnica:** se utilizó la técnica de grupo focal y una escala de valoración como instrumento de validación en ambas (ver anexo 19).

-**Muestra:** Validación 1: fue realizada con el estudio creativo Wiro con una muestra de 3 profesionales. Validación 2: fue realizada con profesionales del diseño invitados por los catedráticos con una muestra de 5 profesionales.

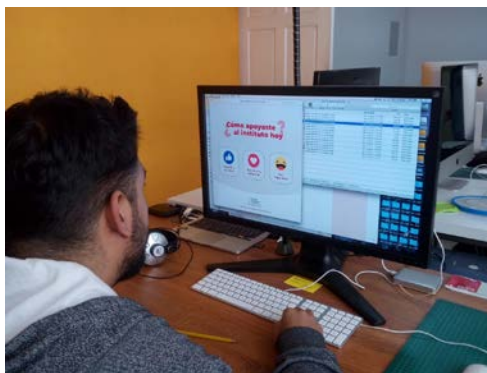
-**Aspectos evaluados:** En dichas validaciones se evaluaron los aspectos jerarquía visual, paleta cromática, selección tipográfica, construcción reticular, recorrido visual, versatilidad, calidad gráfica, vigencia, legibilidad, singularidad,

ajuste tipológico, suficiencia de las piezas gráficas realizadas.

-**Proceso:**

Validación 1: se realizó en el estudio creativo Wiro en la cual se les presentó las visualizaciones de las piezas gráficas a los profesionales y se procedió a compartirles el link del instrumento de validación el cual se realizó de forma digital. Validación 2: se realizó una presentación digital la cual se mostró frente al grupo de profesionales en una presentación grupal y se procedió a compartirles el link del instrumento de validación aplicado anteriormente.

VALIDACIÓN 1: Estudio Creativo Wiro



VALIDACIÓN 2: Profesionales invitados de los catedráticos



RESULTADOS



Algunas de las observaciones de los profesionales del diseño fueron:

- Verificar la ortografía.
- Verificar el tamaño del logotipo para que exista un tamaño uniforme en todas las visuales.
- Más integridad a los elementos.
- Trabajar más en la legibilidad de los elementos.
- Mucha información en un post, realizar más posts y reducir la información en cada uno para que sea más conciso.
- Buscar opciones más relajadas con alguna paleta más clara para relajar la vista.

DECISIÓN FINAL

En base a los resultados del instrumento de validación (Ver anexo 20) y en las observaciones, se tomaron las decisiones de cambiar la paleta de colores en las piezas y utilizar los colores institucionales en diferentes gamas para darle una visualización más neutra y sintetizar el contenido de los posts creando más piezas para mejorar la legibilidad.

NIVEL DE PRODUCCIÓN GRÁFICA 3



Post con poco texto



Retícula modular, cambio a uso de colores institucionales para una propuesta más relajada, en el texto se utilizó la tipografía Montserrat en sus estilos black y regular, y el logo en la parte inferior.

Post con mucho texto



Retícula modular, cambio a uso de menos bloques de texto para no saturar el contenido, la tipografía usada fue Montserrat en sus estilos black para titulares y semibold para cuerpos de texto para darle jerarquía y los logotipos y fuentes de información en negativo dentro de un cintillo de color plano en la parte inferior.

Post con texto e imagenes



Retícula modular, cambio a uso de colores institucionales para una propuesta más relajada, texto a dos columnas teniendo mayor integración dentro de la imagen, la tipografía usada fue Montserrat en sus estilos black y semibold para darle jerarquía y los logotipos y fuentes de información en negativo dentro de un cintillo de color plano en la parte inferior.

VALIDACIÓN INSTITUCIÓN



-**Técnica:** se utilizó la técnica de grupo focal con una escala de valoración como instrumento de validación (ver anexo 23).

-**Muestra:** realizada con la licda. Fabiola López quien es la Coordinadora de Comunicación y RRPP y ha sido la jefa inmediata durante el proyecto en la institución

-**Aspectos evaluados:** En dichas validaciones se evaluaron si los materiales comunican la

identidad de la institución, si los colores utilizados la identifican, si son aplicables para la institución, si son reproducibles, si la institución cuenta con el equipo y recursos, para continuar con la realización de los materiales.

-**Proceso:** Se envió una presentación con las visualizaciones de las piezas gráficas y el instrumento de validación mediante un correo electrónico a la Coordinadora de Comunicación y RRPP.

VALIDACIÓN 2: Con la Institución



RESULTADOS



En base a los resultados del instrumento de validación y en las observaciones (Ver anexo 22), se llegó a la conclusión de que los materiales como fueron presentados si comunican la identidad de la institución y que si son aplicables y reproducibles, ya que la institución si cuenta con el equipo, recursos, personal y conocimientos para continuar con la realización de los materiales.

DECISIÓN FINAL

Los materiales al cumplir de forma satisfactoria con los aspectos evaluados, se tomo la decisión de no realizar cambios en cuanto a estos aspectos de funcionalidad evaluados dentro de las piezas ya que no los requieren.

VALIDACIÓN

G.O.

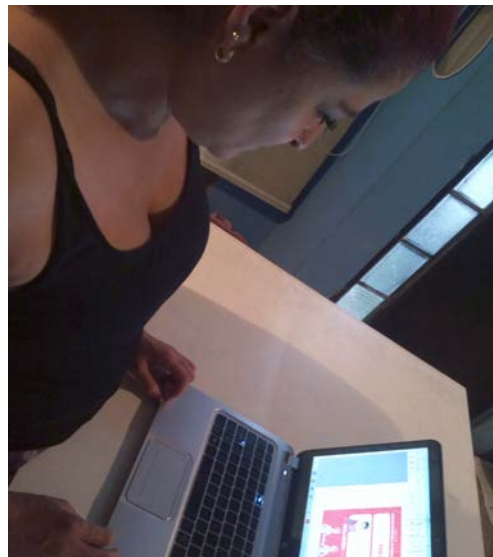
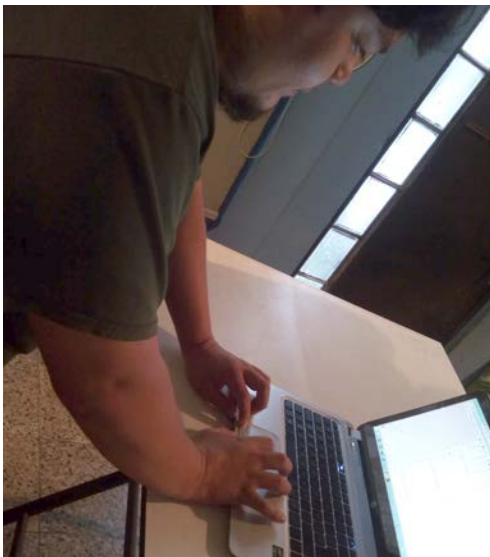
-**Técnica:** se utilizó la técnica de grupo focal con una escala de valoración como instrumento de validación (ver anexo 23).

-**Muestra:** 3 personas que representan los rangos de edades de los porcentajes de los seguidores (ver anexo 17).

-**Aspectos evaluados:** En dichas validaciones se evaluaron los aspectos de legibilidad de los textos, uso apropiado del color y la imagen y claridad del mensaje.

-**Proceso:** Se reunió a las personas para que evaluaran las piezas gráficas mediante una presentación que contenía las visualizaciones y se procedió a aplicarles el instrumento de validación el cual se realizó de forma digital.

VALIDACIÓN 1: Grupo objetivo



RESULTADOS



Algunas de las observaciones que el grupo objetivo dio fueron que el uso de los colores e imágenes es muy bueno, aunque la carga de texto es un poco cansado para la lectura.

DECISIÓN FINAL

En base a los resultados y observaciones del instrumento de validación (Ver anexo 24), se tomaron las decisiones de sintetizar aún más el contenido textual para mejorar la legibilidad y agregar call to action a los posteos.

PROPUESTA GRÁFICA FINAL



Post con poco texto



Retícula modular, cambio a uso de colores institucionales para una propuesta más relajada, en el texto se utilizó la tipografía Montserrat en sus estilos black y regular, y el logo en la parte inferior.

Post con mucho texto



Retícula modular, cambio a uso de menos texto para no saturar el contenido, la tipografía usada fue Montserrat en sus estilos black para titulares y semibold para cuerpos de texto para darle jerarquía y los logotipos y fuentes de información en negativo dentro de un cintillo de color plano en la parte inferior.



Post con texto e imagenes



Retícula modular, cambio a uso de colores institucionales para una propuesta más relajada, texto a dos columnas teniendo mayor integración dentro de la imagen, la tipografía usada fue Montserrat en sus estilos black y semibold para darle jerarquía y los logotipos y fuentes de información en negativo dentro de un cintillo de color plano en la parte inferior.



FUNDAMENTACIÓN

TIPOGRAFÍA

La tipografía utilizada fue Montserrat por la variedad tan completa de estilos que tiene es adecuada para brindar jerarquía visual en los textos sin necesidad de utilizar otra tipografía.

MONTSERRAT

Thin	<i>Thin Italic</i>
ExtraLight	<i>ExtraLight Italic</i>
Light	<i>Light Italic</i>
Regular	<i>Italic</i>
Medium	<i>Medium Italic</i>
Semibold	<i>Semibold Italic</i>
Bold	<i>Bold Italic</i>
ExtraBold	<i>ExtraBold Italic</i>
Black	<i>Black Italic</i>

CROMATOLOGÍA

La paleta principal de colores utilizada fue la institucional ya que se buscó la relación del contenido con la imagen institucional actual, también para lograr limpieza en el diseño se usaron fondos blanco o gris para darle dinamismo y un toque que muestra seriedad y elegancia.



Y como paleta secundaria se utilizaron colores vibrantes en sus diferentes gamas evocando a la tendencia flat.



ICONOGRAFÍA

Los íconos utilizados fueron simples y acorde a la tendencia elegida que es flat design mantienen una figura simple, siendo más legibles en medios digitales, así como llamativos para el grupo objetivo.



VISTA PRELIMINAR DE LAS PIEZAS GRÁFICAS

VISUALIZACIÓN INSTAGRAM



VISUALIZACIÓN FACEBOOK



VISUALIZACIÓN TWITTER



Discapacidad Intelectual

Se caracteriza por limitaciones en el funcionamiento intelectual y en la capacidad de adaptación a los entornos



*FUENTE: Instituto Neurológico de Guatemala  

Posteo informativo - 1

Cómo ocurre la Discapacidad Intelectual

Puede originarse antes o durante el parto o por enfermedades graves en la infancia



*FUENTE: Discapacidad Intelectual: Para Inclusión  

Posteo informativo - 2

Cómo se clasifica la Discapacidad Intelectual

Leve, moderada, grave y múltiple (presencia de más de una discapacidad)



*FUENTE: Discapacidad Intelectual: Para Inclusión  

Posteo informativo - 3



La discapacidad intelectual es una enfermedad



La discapacidad intelectual es una condición de vida



*FUENTE: El Síndrome de Down - Down España  

Posteo informativo - 4

Autismo

Grupo de complejos trastornos del desarrollo cerebral, abarca afecciones como autismo, síndrome de Asperger, etc.



*FUENTE: Preguntas y respuestas sobre los trastornos del espectro autista (TEA): Organización Mundial de la Salud (OMS)  

Posteo informativo - 5

Cómo ocurre el Autismo

La evidencia científica indica que existen diversos factores, tanto genéticos como ambientales



*FUENTE: Preguntas y respuestas sobre los trastornos del espectro autista (TEA): Organización Mundial de la Salud (OMS)  

Posteo informativo - 6

Mito

Todos son siempre son cariñosos



Verdad

Son como cualquier persona, hay días buenos y malos



*FUENTE: El Síndrome de Down - Down España

Instituto Guatemalteco de Estadística y Censos

Hablemos de Discapacidad

Posteo informativo - 7

¿sabías qué?

Según estimaciones de estudios, un niño de cada 160 padece un **trastorno del espectro autista**.



*FUENTE: Preguntas y respuestas sobre los trastornos del espectro autista (TEA) - Organización Mundial de la Salud (OMS)

Instituto Guatemalteco de Estadística y Censos

Hablemos de Discapacidad

Posteo informativo - 8

El AUTISMO se caracteriza por



dificultades en la **la comunicación y la interacción**

*FUENTE: Preguntas y respuestas sobre los trastornos del espectro autista (TEA) - Organización Mundial de la Salud (OMS)

Instituto Guatemalteco de Estadística y Censos

Hablemos de Discapacidad

Posteo informativo - 9

¿sabías qué?

En Guatemala alrededor de

250,000 personas

tienen **Discapacidad* intelectual**



*FUENTE: Encuesta Nacional de Discapacidad - ENDS-2006

Instituto Guatemalteco de Estadística y Censos

Hablemos de Discapacidad

Posteo informativo - 10

Mito

Son ángeles caídos del cielo



Verdad

Son personas como todos con aciertos y errores



*FUENTE: El Síndrome de Down - Down España

Instituto Guatemalteco de Estadística y Censos

Hablemos de Discapacidad

Posteo informativo - 11

Síndrome de Down

es una alteración genética que se produce por la presencia de un cromosoma extra (el cromosoma es la estructura que contiene el ADN) o una parte de él



*FUENTE: El Síndrome de Down - Down España

Instituto Guatemalteco de Estadística y Censos

Hablemos de Discapacidad

Posteo informativo - 12

¿sabías qué?

Cómo ocurre el Síndrome de Down

Las personas con síndrome de Down tienen tres cromosomas en el par 21 en lugar de los dos que existen habitualmente.



FUENTE: El Síndrome de Down - Down España  

Posteo informativo - 13

¿sabías qué?

La expectativa de vida hoy en día de personas con Síndrome de Down a incrementado a

60 años



FUENTE: El Síndrome de Down - Down España  

Posteo informativo - 14

¿sabías qué?

Se estima que viven



6 millones

de personas con síndrome de Down en todo el mundo

FUENTE: El Síndrome de Down - Down España  

Posteo informativo - 15

Mito

No tendrán trabajo, ni pareja



Verdad

Tienen una profesión, una vida en pareja y proyectos como todo el mundo



FUENTE: El Síndrome de Down - Down España  

Posteo informativo - 16

Mito

Son niños eternos



Verdad

Se comportan de acuerdo a su edad



FUENTE: El Síndrome de Down - Down España  

Posteo informativo - 17

¿Qué es el
**Instituto Neurológico
de Guatemala?**



www.institutoneurologicodeguatemala.org



Somos una institución privada
no lucrativa, fundada en el año

1961

Brindamos educación especial
y terapias a las personas
con discapacidad intelectual



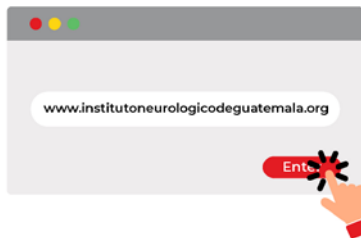
Posteo institucional - 1 - Reel de imágenes

para su
INCLUSIÓN
en la sociedad



¿**Qué diagnósticos
atendemos?**

Visita nuestro website para más
información



www.institutoneurologicodeguatemala.org



Posteo institucional - 2

¿**En dónde puedes
encontrarnos?**



9a. Av. 5-51 Zona 11

*A un costado de los Campos del Roosevelt, en la garita Casa Ronald McDonald

www.institutoneurologicodeguatemala.org



Posteo institucional - 3

Actualmente asisten
364*
 alumnos al instituto

www.instituto-neurologico-cuamilla.org



Posteo institucional - 4 - Reel de imágenes



138 226

La mayoría se encuentra entre los 17 y los 40 años, quienes esperan un espacio en la sociedad para demostrar sus capacidades y habilidades.



HORARIO DE ATENCIÓN
lunes a viernes
8:00 a 16:00 hrs

www.instituto-neurologico-cuamilla.org



Posteo informativo - 5

LLÁMANOS
2474-1178
 y conoce más
 de nuestros programas

www.instituto-neurologico-cuamilla.org



Posteo informativo - 6

NUESTROS
Servicios de Apoyo

- INTEGRACIÓN SENSORIAL
- FISIOTERAPIA
- TERAPIA DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
- TERAPIAS OCUPACIONALES
- TRABAJO SOCIAL
- ORIENTACIÓN FAMILIAR
- PSICOLOGÍA
- PUNTEA



www.instituto-neurologico-cuamilla.org



Posteo informativo - 7

www.instituto-neurologico-cuamilla.org



Posteo informativo - 8



Integración sensorial

Para fortalecer las destrezas de los alumnos interviniendo el procesamiento de la información sensorial y mejorar sus respuestas adaptativas.



Posteo informativo - 9



Fisioterapia

Se desarrollan estrategias terapéuticas para obtener el mayor nivel de funcionalidad en niños y jóvenes, que presentan deficiencias motoras y baja tonicidad muscular.



Posteo informativo - 10



Terapia ocupacionales

Con el fin de permitir la participación en los roles de la comunidad y otros ambientes para mejorar la calidad de vida y encaminarse hacia la independencia.



Posteo informativo - 11



Terapia de lenguaje

Para generar una intención comunicativa, aplicando sistemas alternativos de comunicación, así como de vocabulario.



Posteo informativo - 12



Orientación familiar

Nuestro objetivo es acompañar a las familias o cuidadores en los distintos procesos formativos y evolutivos de sus hijos



Posteo informativo - 13



Trabajo social

Debido a que nuestros alumnos están becados, se definen los apoyos económicos que el alumno requiere para garantizar la constancia en su educación



Posteo informativo - 14



Psicología

Nuestro objetivo es dar intervención periódica, así como el seguimiento a la evolución de los alumnos



Posteo informativo - 15

CONTENIDO INTERACTIVO



Posteo interactivo - 1



Posteo interactivo - 2



Posteo interactivo - 3



Posteo interactivo - 4



Posteo interactivo - 5



Posteo interactivo - 6



Posteo interactivo - 7



Posteo interactivo - 8



Posteo interactivo - 9



Posteo interactivo - 10



Posteo interactivo - 11



Posteo interactivo - 12



Posteo interactivo - 13



Posteo interactivo - 15



Posteo interactivo - 16



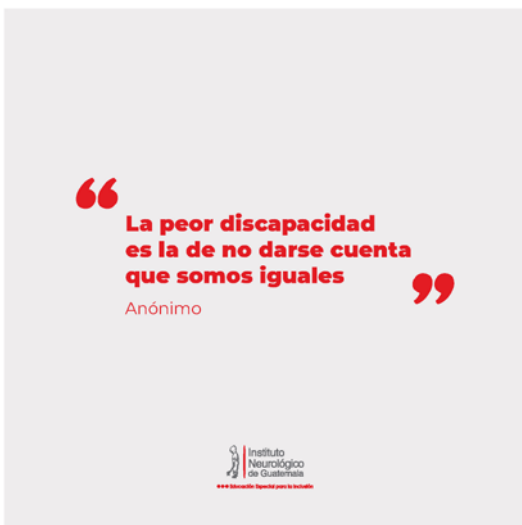
Posteo interactivo - 17



Posteo interactivo - 18



Posteo interactivo - 19



Posteo interactivo - 20



Posteo interactivo - 21

LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRACTICA

PROCESO DE REPRODUCCIÓN

Se crearon guías de las secciones principales para marcar los lineamientos a seguir al momento de la reproducción de las piezas gráficas, en las cuales se especificaba los usos en la tipografía, imagen, márgenes e iconografía a utilizar.



PROCESO DE DIVULGACIÓN

Se creó una guía de plan de redes con una duración de 3 meses en la cual se hizo una calendarización de posts detallando el día, horario, tipo de contenido, código de imagen y la red social a publicar.

ENERO

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

 INSTITUCIONAL  INFORMATIVO  INTERACTIVO

ENERO

Publicación		Detalle contenido		
Día	Horario	Tipo de contenido	Código Imagen	Red Social a publicar
Miércoles / 02	9:00 am	Interactivo	Interactivo-00	Facebook / Instagram
Sábado / 05	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-01	Facebook / Instagram
Domingo / 06	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-02	Facebook / Instagram
Lunes / 07	7:00 pm	Institucional	Institucional-01	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 09	11:00 am	Informativo	Informativo-01	Facebook / Instagram / Twitter
Viernes / 11	11:00 am	Informativo	Informativo-02	Facebook / Instagram / Twitter
Sábado / 12	12:00 pm	Interacción	Interactivo-03	Facebook / Instagram
Domingo / 13	12:00 pm	Interacción	Interactivo-04	Facebook / Instagram
Miércoles / 16	7:00 pm	Institucional	Institucional-02	Facebook / Instagram / Twitter
Viernes / 18	11:00 am	Informativo	Informativo-03	Facebook / Instagram / Twitter
Sábado / 19	7:00 pm	Institucional	Institucional-03	Facebook / Instagram / Twitter
Lunes / 21	7:00 pm	Institucional	Institucional-04	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 23	11:00 am	Informativo	Informativo-04	Facebook / Instagram / Twitter
Viernes / 25	7:00 pm	Institucional	Institucional-05	Facebook / Instagram / Twitter
Sábado / 26	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-05	Facebook / Instagram
Domingo / 27	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-06	Facebook / Instagram
Lunes / 28	7:00 pm	Institucional	Institucional-06	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 30	11:00 am	Informativo	Informativo-05	Facebook / Instagram / Twitter

FEBRERO

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

INSTITUCIONAL
 INFORMATIVO
 INTERACTIVO

FEBRERO

Publicación		Detalle contenido		
Día	Horario	Tipo de contenido	Código Imagen	Red Social a publicar
Viernes/01	9:00 am	Interactivo	Interactivo-07	Facebook / Instagram
Sábado / 02	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-08	Facebook / Instagram
Domingo / 03	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-09	Facebook / Instagram
Lunes / 04	7:00 pm	Institucional	Institucional-07	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 06	11:00 am	Informativo	Informativo-06	Facebook / Instagram / Twitter
Viernes / 08	11:00 am	Informativo	Informativo-07	Facebook / Instagram / Twitter
Sábado / 09	12:00 pm	Interacción	Interactivo-10	Facebook / Instagram
Domingo / 10	12:00 pm	Interacción	Interactivo-11	Facebook / Instagram
Martes / 12	7:00 pm	Institucional	Institucional-08	Facebook / Instagram / Twitter
Jueves / 14	11:00 am	Interactivo	Interactivo-12	Facebook / Instagram
Viernes / 15	7:00 pm	Informativo	Informativo-08	Facebook / Instagram / Twitter
Lunes / 18	7:00 pm	Institucional	Institucional-09	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 20	11:00 am	Informativo	Informativo-09	Facebook / Instagram / Twitter
Viernes / 22	7:00 pm	Institucional	Institucional-10	Facebook / Instagram / Twitter
Sábado / 23	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-13	Facebook / Instagram
Domingo / 24	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-14	Facebook / Instagram
Lunes / 25	7:00 pm	Institucional	Institucional-06	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 27	11:00 am	Informativo	Informativo-10	Facebook / Instagram / Twitter

MARZO

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

INSTITUCIONAL
 INFORMATIVO
 INTERACTIVO

MARZO

Publicación		Detalle contenido		
Día	Horario	Tipo de contenido	Código Imagen	Red Social a publicar
Viernes/01	9:00 am	Interactivo	Interactivo-15	Facebook / Instagram
Sábado / 02	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-16	Facebook / Instagram
Domingo / 03	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-17	Facebook / Instagram
Lunes / 04	7:00 pm	Institucional	Institucional-07	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 06	11:00 am	Informativo	Informativo-06	Facebook / Instagram / Twitter
Viernes / 08	11:00 am	Informativo	Informativo-07	Facebook / Instagram / Twitter
Sábado / 09	12:00 pm	Interacción	Interactivo-18	Facebook / Instagram
Domingo / 10	12:00 pm	Interacción	Interactivo-19	Facebook / Instagram
Lunes / 11	7:00 pm	Institucional	Institucional-08	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 13	11:00 am	Informativo	Informativo- 08	Facebook / Instagram / Twitter
Viernes / 15	11:00 am	Informativo	Informativo-09	Facebook / Instagram / Twitter
Sábado / 16	11:00 am	Interactivo	Interactivo-20	Facebook / Instagram
Domingo / 17	11:00 am	Interactivo	Interactivo-21	Facebook / Instagram
Lunes / 18	7:00 pm	Institucional	Institucional-09	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 20	12:00 pm	Informativo	Informativo-10	Facebook / Instagram / Twitter
Jueves / 21	12:00 pm	Interactivo	Interactivo-22	Facebook / Instagram / Twitter
Sábado / 23	12:00 pm	Informativo	Informativo-11	Facebook / Instagram / Twitter
Lunes / 25	7:00 pm	Institucional	Institucional-10	Facebook / Instagram / Twitter
Miércoles / 27	11:00 am	Informativo	Informativo-12	Facebook / Instagram / Twitter

PROCESO DE MEDICIÓN DE RESULTADOS

Luego de hacer uso de los materiales gráficos en las redes sociales de la institución poniendo en práctica los lineamientos antes mencionados, se podrá medir los resultados mediante el análisis de las gráficas que se muestran en las plataformas, en las cuales se ve proyectado el porcentaje de interacción del público (análisis al momento de la investigación ver anexo 15) y así se analizará si la proyección estimada de un incremento en el 10% de interacción en un lapso de 3 meses fue cumplida.

HONORARIOS

El total de los honorarios es una donación para el Instituto Neurológico de Guatemala, ya que la campaña realizada forma parte del Proyecto de Graduación como procedimiento académico y aporte a la sociedad.

Producto o servicio	Descripción	Costos
Insumos	Impresiones	Q 15.00
	Herramientas de oficina	Q 10.00
	Transporte y Gasolina	Q 150.00
	Depreciación equipo	Q 1,750.00
Servicios Técnicos	Edición fotográfica y Post-producción	Q 30.00 x 40 fotos = Q 1,200.00
Servicios profesionales	Investigación y recopilación de la información teórica del tema.	5-25 ago. 4 hrs x d Q 10,000
	Proceso de conceptualización.	26 ago/8 sep 4 hrs x d Q 2,000.00
	Bocetaje de propuestas.	16-22 sep. 4 hrs d Q 1,000.00
	Digitalización de propuestas.	23 sep 6 oct 4 hrs d Q 5,000.00
	Plan de redes y estrategia	16-22 sep. 4 hrs d Q 2,600.00
Validaciones. y análisis de datos.	7-27 oct 4 hrs d Q 1,600.00	
TOTAL		Q 25,325.00

Capítulo:
Lecciones aprendidas

7

LECCIONES



PROCESO DE GESTIÓN

- Es importante mantener un constante contacto con el jefe inmediato de la institución con la que se realizará el EPS, ya que esto permitirá una mejor gestión al momento de solicitar apoyo por parte de la institución.
- Se debe solicitar la información necesaria para la realización del proyecto de forma anticipada, es preferible si se solicita en el tiempo de la realización investigativa así en el proceso de realización gráfica se puede utilizar el contenido real.
- Saber limitar las peticiones de piezas que realizará para institución, así se podrá concluir el proyecto en el tiempo estipulado siguiendo la calendarización y este no se hará más extenso.

PRODUCCIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

- Se debe analizar determinadamente la elección de medios para la transmisión de una campaña, pues esto influye en gran medida en la aceptación y fijación del mensaje.
- Un proceso de bocetaje previo es crucial para poder fundamentar las piezas que se van a presentar, haber realizado una proyección previa permitirá presentar una pieza de mejor calidad.

Capítulo:

Conclusión

8

CONCLUSIONES



LOGRO

- Informar acerca de los programas del Instituto Neurológico de Guatemala es una manera para contribuir con quienes tienen una discapacidad intelectual, les permite a sus familias estar informadas sobre qué educación deben brindarles.
- En cuando al proceso de producción gráfica es importante mantener un orden en los procesos para concretar una pieza que cumpla con las expectativas de la institución.

IMPACTO

- Tener una mejor comunicación en redes sociales le permite al instituto tener mejor comunicación con los usuarios, esto les permite incrementar la asistencia de las personas a sus actividades.
- Tener un diseñador gráfico dentro de una institución sin fines de lucro siempre será un beneficio para la realización de sus proyectos, muchas instituciones no le dan importancia al cambio que un buen diseño crearía en su imagen.

Capítulo:

Recomendaciones

9

RECOMENDACIONES



A LA INSTITUCIÓN

- Seguir las instrucciones de la guía para realizar una adecuada reproducción.
- Darle continuidad a la línea gráfica de las piezas a realizar en el futuro para que todas se vean con la misma calidad gráfica.
- Verificar la ortografía en los textos de las piezas.
- Al exportar o guardar las imágenes debe ser a una resolución de 72 dpi, para que las imágenes no sean muy pesadas y puedan ser cargadas a la red con facilidad.

A LOS ESTUDIANTES DE DISEÑO GRÁFICO

- Es de suma importancia realizar los procesos establecidos en el flujograma y el calendario en el orden y tiempo en el que se programaron para no tener problemas con la realización de las fases, ya que no hacerlo repercutirá en la acumulación de trabajo.
- Ser insistentes al momento de la solicitud de la información o el cumplimiento de alguna fase por parte del jefe inmediato, puede llegar a ser difícil ya que ud. pensará que es inoportuno pero es necesario recalcarle a su jefe inmediato que debe cumplir con sus funciones.
- Buscar con anticipación a su tercer asesor le será de mucha ayuda al momento de presentarle el proceso investigativo para recibir asesoría ya que al ser un punto de vista profesional inmerso en el tema, le hará correcciones puntuales y acertadas.

A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

- A los coordinadores de la Escuela de Diseño Gráfico, que con méritos y esfuerzo dedican su tiempo a educar, replantear la planificación y organización del tiempo en cuanto al curso del Proyecto de Graduación 2 y EPS, sugiriendo que se proponga un lapso de manejo del proyecto más apropiado, aunque eso significará sacrificar las vacaciones de medio año de los estudiantes, ya que muchos estudiantes también trabajan lo que hace sumamente difícil cumplir con todas la obligaciones.
- La clase de EPS debería cursarse en IX ciclo, así el X sería exclusivo del proyecto A, permitiendo entregar trabajos de mejor calidad porque se tendrá más enfoque y tiempo a un solo proyecto.

FUENTES CONSULTADAS

FUENTES CONSULTADAS

LIBROS, REVISTAS.

- Eberle, Bob. (1996). Scamper: Games for Imagination Development. [e-book]. Recuperado de: https://books.google.com.gt/books?id=OGmx_jr64RMC&printsec=frontcover&dq=eberle+scamper+1996&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKewjvhb2HiKreAhUKtIMKHSfHBGAQ6AEIkjAA#v=onepage&q=eberle%20scamper%201996&f=false (31 Ago. 2018)
- Gerstner, Kari. (1961) Diseñar programas. [Libro] Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España. (20 Ago. 2018)
- Grech, S. (2016). Disability and Poverty in the Global South: Renegotiating Development in Guatemala. [e-book]. Suiza. Editorial Springer International Recuperado de: [https://books.google.com.gt/books?id=ttN2DQAAQBAJ&pg=PA18&lpg=PA18&dq=Grech,+S.+\(2015\)+Disability+and+Poverty+in+the+Global+South:+Renegotiating+Development+in+Guatemala.+Londres:+Palgrave.&source=bl&ots=D8jOQTXaDV&sig=P5SI0ZvOll6nvfMyEakiUPUT-cM&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKewjxOulmrrZAhUKtlkKHw7CwIQ6AEISDAE#v=onepage&q=Grech%2C%20S.%20\(2015\)%20Disability%20and%20Poverty%20in%20the%20Global%20South%3A%20Renegotiating%20Development%20in%20Guatemala.%20Londres%3A%20Palgrave.&f=false](https://books.google.com.gt/books?id=ttN2DQAAQBAJ&pg=PA18&lpg=PA18&dq=Grech,+S.+(2015)+Disability+and+Poverty+in+the+Global+South:+Renegotiating+Development+in+Guatemala.+Londres:+Palgrave.&source=bl&ots=D8jOQTXaDV&sig=P5SI0ZvOll6nvfMyEakiUPUT-cM&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKewjxOulmrrZAhUKtlkKHw7CwIQ6AEISDAE#v=onepage&q=Grech%2C%20S.%20(2015)%20Disability%20and%20Poverty%20in%20the%20Global%20South%3A%20Renegotiating%20Development%20in%20Guatemala.%20Londres%3A%20Palgrave.&f=false) (19 Feb. 2018).
- Heller, Eva. (2008) Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. [e-book] Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España. (20 Ago. 2018)
- Selman, H. (2017). Marketing digital. [e-book]. Editorial Ibukku. Recuperado de: <https://books.google.com.gt/books?id=kR3EDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Marketing+Digital&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKewjU9un39oHdAhXitlkKHTWwBRkQ6AEIkzAB#v=onepage&q=Marketing%20Digital&f=false>. (19 Ago. 2018).

DOCUMENTOS VARIOS Y PUBLICACIONES

- Diagnóstico Nacional de Salud. (2016) [archivo PDF]. Guatemala, Guatemala. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. Recuperado de <http://www.mspas.gob.gt/index.php/component/jdownloads/category/90-reforma-al-sector-salud?Itemid=-1> (17 Feb. 2018).
- Informe de la II Encuesta Nacional de Discapacidad en Guatemala (ENDIS) (2016) [archivo PDF]. Recuperado de: https://drive.google.com/file/d/0B7g_RIKlyL0TVGdOVEVnRzN2Y3M/view (20 Feb. 2018)
- Instituto Neurológico de Guatemala (2016). Plan de trabajo para la provisión de servicios de salud, en apoyo al ministerio de salud pública y asistencia social para el ejercicio fiscal 2017 (POA). Ciudad de Guatemala, Guatemala. [archivo PDF]. Recuperado de: http://www.institutoneurologicodeguatemala.org/wp-content/uploads/2018/08/02_POA_2017.pdf (17 Ago. 2018).
- Informe Nonprofit Communications Trends Report (2013). [archivo PDF]. Recuperado de: <https://nonprofitmarketingguide.com/freemembers/2013npcommtrendsreport.pdf> (20 Ago. 2018).
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2007). Marketing. [archivo PDF]. México: Editorial Pearson. Recuperado de: <https://brandingconsultinggroup.files.wordpress.com/2018/01/marketing-version-para-latinoamerica-kotler-phillip-armstrong-gary.pdf> (17 Ago. 2018).
- Naciones Unidas (2007) Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad. Nueva York, Estados Unidos. [archivo PDF]. Recuperado de: <http://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tcccovns.pdf> (17 Feb. 2018).
- Navarro, A. (2008). Marketing de Organizaciones no Lucrativas. Dirección de Marketing. [archivo PDF]. Recuperado de: <http://docplayer.es/5439248-Marketing-de-organizaciones-no-lucrativas.html> (18 Ago. 2018).
- Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala. (ODHAG) (2005). Personas con discapacidad y condiciones de exclusión en Guatemala. [archivo PDF] Recuperado de: http://www.odhag.org.gt/pdf/R_PERSONAS_CON_DISCAPACIDAD.pdf (24 Oct. 2018)

- Organización Mundial de la Salud. (2001). Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud. [archivo PDF]. Recuperado de: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/43360/1/9241545445_spa.pdf (18 Feb. 2018). Organización Mundial de la Salud y Banco Mundial (2011). Informe Mundial sobre la Discapacidad. Suiza, Ginebra: ONU. [archivo PDF]. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/jmlp2609/informe-mundial-sobre-la-discapacidad> (19 Feb. 2018).
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Informe sobre Desarrollo Humano (2015). Washington DC, EE.UU. Editorial Communications Development Incorporated. [archivo PDF]. Recuperado de: <http://www.gt.undp.org/> (6 Ago. 2018).
- UNESCO (1988). Terminología de la Educación Especial. París, Francia. [archivo PDF]. Recuperado de: <https://es.unesco.org/> (17 Ago. 2018).

PÁGINAS WEB

- Estudio Mique. (2017). Diseño gráfico plano o flat design. [Sitio Web]. Recuperado de: <https://mique.es/disenio-grafico-plano-o-flat-design/> (24 Oct. 2018)
- Instituto Neurológico de Guatemala. (2018). Instituto Neurológico de Guatemala: Sobre nosotros. [online]. Recuperado de: <http://www.institutoneurologicodeguatemala.org/> (3 Feb. 2018)
- Instituto Nacional de Estadística de Guatemala. (2018). Instituto Nacional de Estadística de Guatemala: Estadísticas. [online]. Recuperado de: <https://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas/tema-indicadores> (20 Feb. 2018).
- MDG Advertising. (2018) Case Studies. [online] Recuperado de: <https://www.mdgadvertising.com/marketing-advertising-case-studies/> (20 Feb. 2018).
- Procuraduría de los Derechos Humanos. (2010). Procuraduría de los Derechos Humanos: Biblioteca Digital. [online] Recuperado de <https://www.pdh.org.gt/> (9 Feb. 2018).
- Real Academia de Española.(RAE) (2018). Diccionario de la Lengua Española. [online] Recuperado de <http://dle.rae.es/> (19 Abr. 2018)
- Soldatic, K. y Grech, S. (2014) Transnationalising Disability Studies: Rights, Justice and Impairment. Disability Studies Quarterly. [Online]. Recuperado de: <http://dsq-sds.org/article/view/4249/3588> (19 Feb. 2018).
- Sistema de información sobre la primera infancia en América. (2018). Ley de Atención a las Personas con Discapacidad. [online] Recuperado de: <http://www.sipi.siteal.iipe.unesco.org/> (9 Feb. 2018).
- Sánchez, J. (2013). El 'flat design' una tendencia creciente en diseño gráfico. [online]. Recuperado de: <https://www.freelancer.es/community/articles/flat-design-tendencia-diseno>

GLOSARIO

GLOSARIO

Términos obtenidos del sitio oficial de la Real Academia Española (RAE, 2018)

A

- **Anatómica:** Constitución o disposición de un ser vivo o de alguna de sus partes
- **Autónomo:** Condición de quien, para ciertas cosas, no depende de nadie.
- **Autismo:** Trastorno del desarrollo que afecta a la comunicación y a la interacción social, caracterizado por patrones de comportamiento restringidos, repetitivos y estereotipados.

C

- **Connotación:** Dicho de una palabra: Conllevar, además de su significado propio o específico, otro de tipo expresivo o apelativo.

D

- **Desigualdad:** Cualidad de desigual.
- **Discapacidad:** Manifestación de una discapacidad. Personas con discapacidades en las extremidades.

E

- **Ética:** Recto, conforme a la moral
Entorno: Conjunto de características que definen el lugar y la forma de ejecución de una aplicación.

- **Estereotipo:** Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.

I

- **Inclusión:** Acción y efecto de incluir.

F

- **Fisiológica:** pertinente de las funciones de los seres orgánicos.

P

- **Peyorativas:** Dicho de una palabra o de un modo de expresión: Que indica una idea desfavorable.
- **Psicológica:** Síntesis de los caracteres espirituales y morales de un pueblo o de una nación.

ANEXOS

ANEXO 1

Análisis FODA de la Institución.

Fortalezas	Oportunidades
- Contacto en la institución -Asesoramiento de un profesional en el tema	- Solicitan voluntariado en diseño gráfico -Son varias las áreas en las que se puede colaborar
Debilidades	Amenazas
-No cuentan con presupuesto fijo. -Que no puedan brindar el contenido	-Que se extienda mucho el proyecto por las necesidades de la institución.

ANEXO 2

- Plan de Acción: Diagnóstico

Aspecto a evaluar	Individuo	Fuente de Información / Instrumento	Lugar / Vía	Fecha
Información General	-----	Fuente Interna	Página web	02/02/2018
Comunicación y diseño	Coordinadora de Comunicación y RRPP	Fuente Interna / Entrevista	Institución	06/02/2018
Áreas de oportunidad	Coordinadora de Comunicación y RRPP	Fuente Interna / Cuestionario	Correo electrónico	12/02/2018

ANEXO 3

- Plan de Acción: Perfil del Grupo Objetivo

Aspecto a evaluar	Individuo	Fuente de Información / Instrumento	Lugar / Vía	Fecha
Información grupo objetivo de la institución	G.O. de la institución	Fuente externa	Institución / Encuesta	08/03//2018
Información grupo objetivo del problema	G.O. del problema	Fuente externa	Online	20-29/03/2018

ANEXO 4



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

Encuesta aplicada a la media de la población de la Capital de Guatemala.

Con el objetivo de la obtención de información acerca del grupo objetivo para la realización del diagnóstico de protocolo del Ejercicio Profesional Supervisado de Diseño Gráfico (EPSDG)

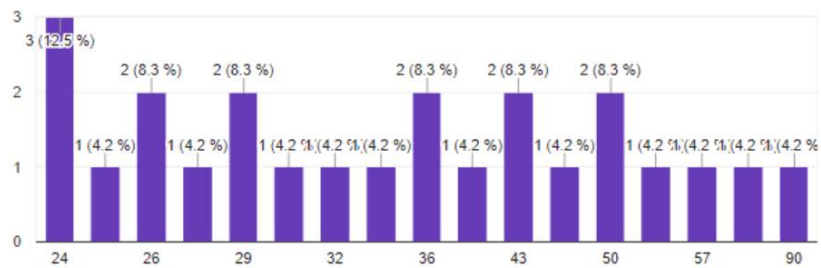
1. Edad
2. Género
3. Nivel académico
4. Estado civil
5. ¿Tiene hijos?
6. En cuestiones laborales usted:
7. ¿Cuál es su rango de ingresos?
8. ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?
9. ¿Qué marcas consume diariamente? (Alimentos, higiene, servicios, etc.)
10. ¿Ha escuchado hablar sobre la discapacidad intelectual?
11. ¿Sabe usted a que se dedica el Instituto Neurológico de Guatemala?
12. ¿Conoce alguna actividad que realice el Instituto Neurológico de Guatemala para recaudar fondos?
13. Si su respuesta fue afirmativa en la pregunta anterior: ¿Qué actividad conoce?

Gráficas de resultados de encuesta

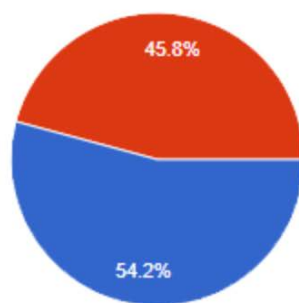
ANEXO 5

- Características Sociodemográficas

Edad

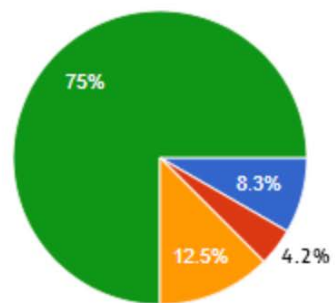


Género



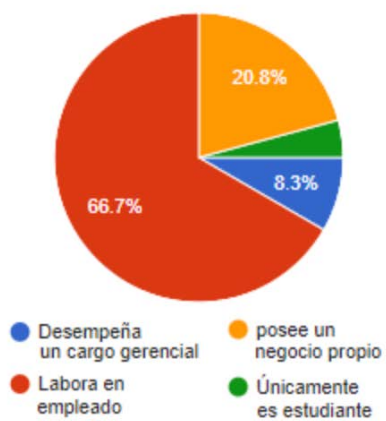
● Mujer
● Hombre

Nivel académico

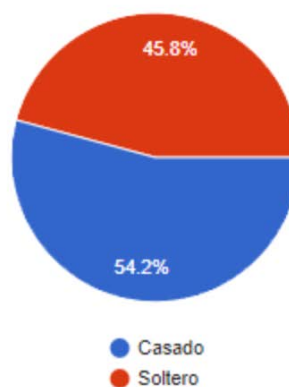


● Primaria
● Secundaria
● Diversificado
● Universidad

En cuestiones laborales usted:



Estado civil



ANEXO 6

- Características Socioeconómicas

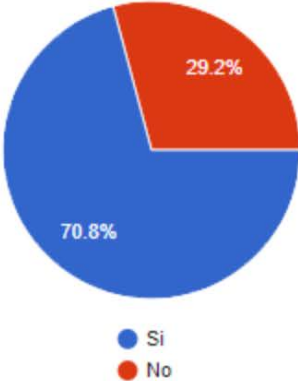
¿Cuál es su rango de ingresos?



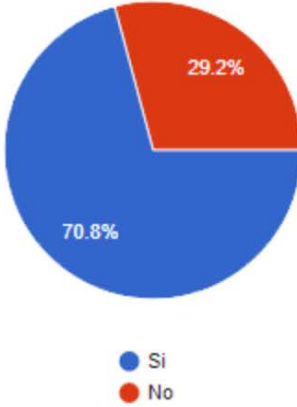
ANEXO 7

- Relación entre G.O e Institución

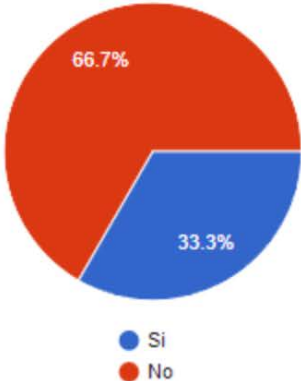
¿Sabe usted a que se dedica el Instituto Neurológico de Guatemala?



¿Ha escuchado hablar sobre la discapacidad intelectual?



¿Conoce alguna actividad que realice el Instituto para recaudar fondos?



ANEXO 8



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

Cuestionario aplicado a la Coordinadora de Comunicación y RRPP del Instituto Neurológico de Guatemala

Con el objetivo de la obtención de información acerca del Instituto Neurológico de Guatemala para el diagnóstico de las necesidades.

1) ¿A cuántos niños y jóvenes ayuda la institución actualmente?

- **Actualmente (2018) 325, adjunta estadística.**

2) ¿Cuál es el rango de edades de los niños y jóvenes?

- **Adjunta estadística**

3) ¿Cuántos catedráticos imparten clases en su institución?

- **Laboramos 61 personas, 51 mujeres y 10 hombres.**

40 del área académica, educadores y técnicos

4 Asesores y 7 personal administrativo

4) ¿Cuántos y qué cursos se imparten?

- **No impartimos cursos, lo que se brindan son servicios como educación especial, terapias de apoyo (terapia de lenguaje, ocupacional, integración sensorial...), talleres ocupacionales, Programa de Autismo (PUNTEA) Observar en página web "Nuestros Programas" <http://www.institutoneurologicodeguatemala.org/programas/>**

5) ¿Ellos poseen materiales pedagógicos para impartir sus cursos?

- **No por casa editorial. Si porque son elaborados por los mismos educadores.**

- ¿Con qué materiales pedagógicos cuentan?

- **Debemos elaborarlos**

- ¿Por qué?

- **No existen en Guatemala libros de trabajo o académicos para la educación especial de personas con discapacidad intelectual**

6) ¿Cuántos terapeutas ayudan a en la institución?

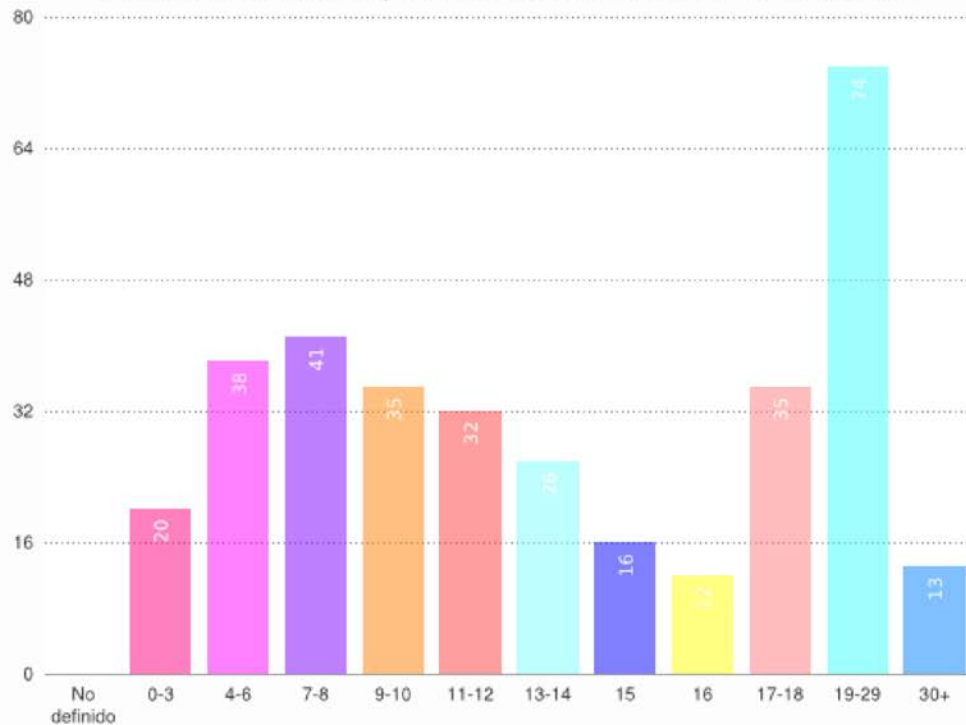
- **3 terapeutas de fisioterapia, 8 terapeutas entre ellos; terapeutas ocupacionales, de lenguaje, de integración sensorial.**

7) ¿Qué tipos de terapia brindan?

- **Por favor revisar en la página web**

<http://www.institutoneurologicodeguatemala.org/programas>

Gráfica de Estudiantes por Edad hasta el Cuarto Trimestre del 2017



0	No definido No definido	0	0.00
1	0-3 0-3	20	5.85
2	4-6 4-6	38	11.11
3	7-8 7-8	41	11.99
4	9-10 9-10	35	10.23
5	11-12 11-12	32	9.36
6	13-14 13-14	26	7.60
7	15 15	16	4.68
8	16 16	12	3.51
9	17-18 17-18	35	10.23
10	19-29 19-29	74	21.64
11	30+ 30+	13	3.80
Total (12 detalle de registros)			
TOTAL		342	100.00

ANEXO 9

-Mapa de empatía

¿Qué piensa y siente?

Sus pensamientos se centran en ayudar a su familia, superarse en el ámbito educativo y aspiran a un mejor nivel de vida

¿Qué escucha?

Este grupo de personas no tiene hábito de lectura, tienen preferencia por los materiales audiovisuales o plataformas web los que les producen un mayor interés que los materiales impresos.

¿Qué ve?

Visitan centros comerciales, cine, uso de redes sociales, chat, tv, radio, música compartir con familiares, amigos, los deportes y en menor cantidad, las actividades al aire libre y culturales.



¿Qué habla y hace?

Tienen un estilo de vida agitada por que la mayoría trabaja, otros se dedican a sus estudios o realizan ambos

ANEXO 10

- Preguntas para la identificación del problema

1. El problema: comunicación ineficaz de las diversas actividades y programas que desarrollan para la recaudación de fondos y el apoyo de voluntariado.

2. Definición Conceptual:

- Integración sensorial: desarrollo a nivel emocional, cognitivo, motor y comunicativo.
- Fisioterapia: la ciencia del tratamiento a través de medios físicos, ejercicio terapéutico, masoterapia y electroterapia.
- Terapia de lenguaje: es la especialidad dentro del campo de la rehabilitación que se encarga de la evaluación , diagnóstico y tratamiento de las alteraciones en voz, audición, habla, lenguaje, aprendizaje y los aspectos de la motricidad oral
- Terapia ocupacional: el conjunto de técnicas, métodos y actuaciones que, a través de actividades aplicadas con fines terapéuticos, previene y mantiene la salud, favorece la restauración de la función, suple los déficit invalidantes y valora los supuestos comportamentales y su significación profunda para conseguir la mayor independencia y reinserción posible del individuo en todos sus aspectos: laboral, mental, físico y social.

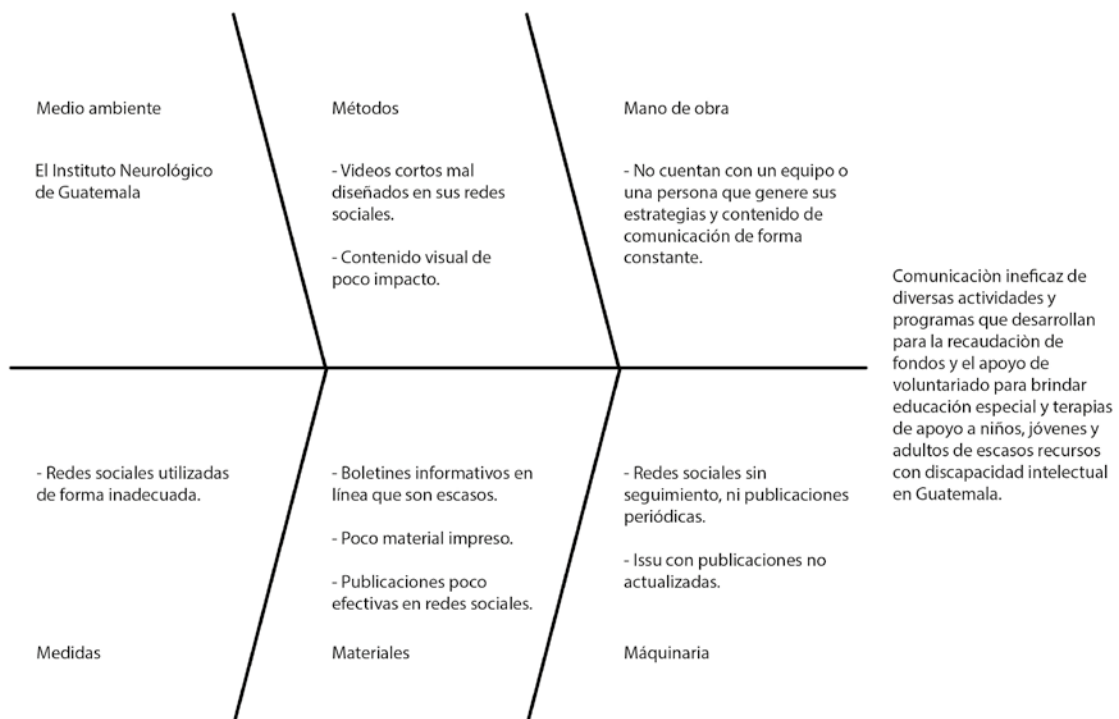
3. Recursos Disponibles: un presupuesto de Q4.2 millones por año, recibimos un 20% del Fondo Extraordinario del MSPAS, 8% a través del Programa Padrinos, 12% donaciones por colegiatura, 60% por Recaudación mediante eventos y donaciones, equipo de cómputo propio de la institución.

4. Espacio Físico y Geográfico: Guatemala, Ciudad de Guatemala, área urbana

5. Tiempo: el problema se ha presentado desde la fundación de la institución y se presenta de forma regular

ANEXO 11

Diagrama de Ishikawa



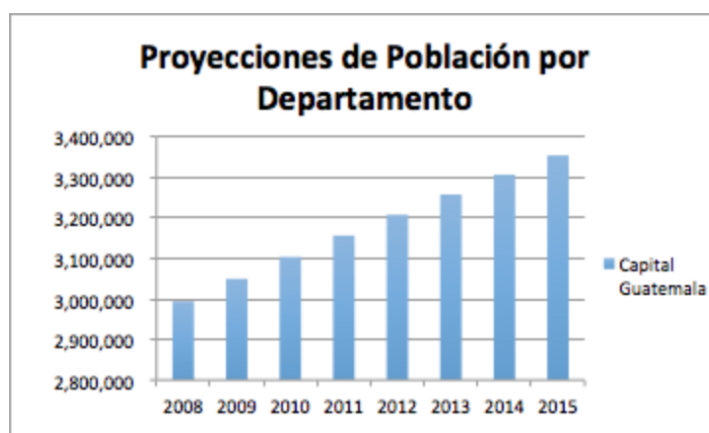
Proyecciones de población por departamento.

Estadísticas con las proyecciones de población de la República de Guatemala, desagregada por sexo, realizadas en base a los resultados de los censos de población realizados por el INE y proyecciones de tasas (INE, 2018).

Proyecciones de Poblacion por Departamento

Años	Total República	Guatemala
2008	13,677,815	2,994,047
2009	14,017,057	3,049,601
2010	14,361,666	3,103,685
2011	14,713,763	3,156,284
2012	15,073,375	3,207,587
2013	15,438,384	3,257,616
2014	15,806,675	3,306,397
2015	16,176,133	3,353,951

Instituto Nacional de Estadística de Guatemala. (2018). *Proyecciones de población por departamento*. [online]. Recuperado de:
<https://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas/tema-indicadores>




ANEXO 13

Antecedentes gráficos



#UnDíaParaDar
#GuatemalaGives 28 · NOV · 17

Que a veces no
**quiera que
me hables,**
no quiere decir que no
necesite tu ayuda



Ingresa a www.hipgive.org dona a nuestro proyecto **TECNOLOGÍA AZUL** para la comunicación y aprendizaje de los niños (as) con Autismo.

Instituto Neurológico de Guatemala

PUNTEA
programa autismo

DONACIONES EN Efectivo con tarjeta de crédito o débito. Más información en nuestras redes sociales.

Trabajamos para que sus
**SUS HABILIDADES
APAREZCAN**
Lo que hacemos con amor, se multiplica y cambia sus vidas



 Instituto
Neurológico
de Guatemala

●●● Educación Especial para la Inclusión

Instituto Neurológico de Guatemala. *Contenido en redes sociales.* [online].
Recuperado de:
<https://www.facebook.com/InstitutoNeurologicoDeGuatemala/>



●●● Educación Especial para la Inclusión

El **Instituto Neurológico de Guatemala** es institución privada no lucrativa, desde 1961 brinda educación especial y terapias a niños y jóvenes con discapacidad intelectual, beneficiándoles a ellos y a sus familias. Actualmente, estamos transformando la vida de 265 bebés, niños y jóvenes, quienes a través de los servicios que ofrecemos; desarrollan sus habilidades y capacidades, orientadas a su pronta inclusión.

Queremos transformar la vida de muchísimos más, porque **#JuntosHaremosLaDiferencia**, generando sonrisas y sobre todo aportando para lograr miles de sueños.

55 años caminando hacia la inclusión.

#TómameEnCuenta


Nuestra causa es fomentar la plena integración de los niños y jóvenes con Discapacidad Intelectual a la sociedad guatemalteca




Instituto
Neurológico
de Guatemala

●●● Educación Especial para la Inclusión

COLOR

 Pantone 1797 (c0 m100 y 99 k4)

 Pantone 7540 (c0 m0 y0 k72)

 Negro 100%



TIPOLOGÍA:

Century Gothic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Regular | **Bold** | *Italic*

VARIACIONES PERMITIDAS



Uso con tinta negra



●●● Educación Especial para la Inclusión



VARIACIONES NO PERMITIDAS



FOTOGRAFÍA:






Uso de fotografías oficiales, deberá incluir crédito.

Ej. Nombre del alumno | Estudiante del Instituto Neurológico de Guatemala

<https://www.dropbox.com/sh/5tpbm0iesh3gcyk/AAAfUC1Vq985kqL0N9u8wtDYa?dl=0>

Logotipo del Programa PUNTEA

COLOR

-  Pantone 1797 (c0 m100 y 99 k4)
-  Pantone 7540 (c0 m0 y0 k72)
-  Pantone 355 (c94 m0 y100 k0)
-  Pantone 274 (c100 m100 y0 k28)
-  Pantone 313 (c100 m0 y8 k13)



TIPOLOGÍA:

Renogare-Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

YZ 1234567890

ÚNICAS VARIACIONES PERMITIDAS



VARIACIONES NO PERMITIDAS



COMBINACIÓN DE LOGOTIPOS



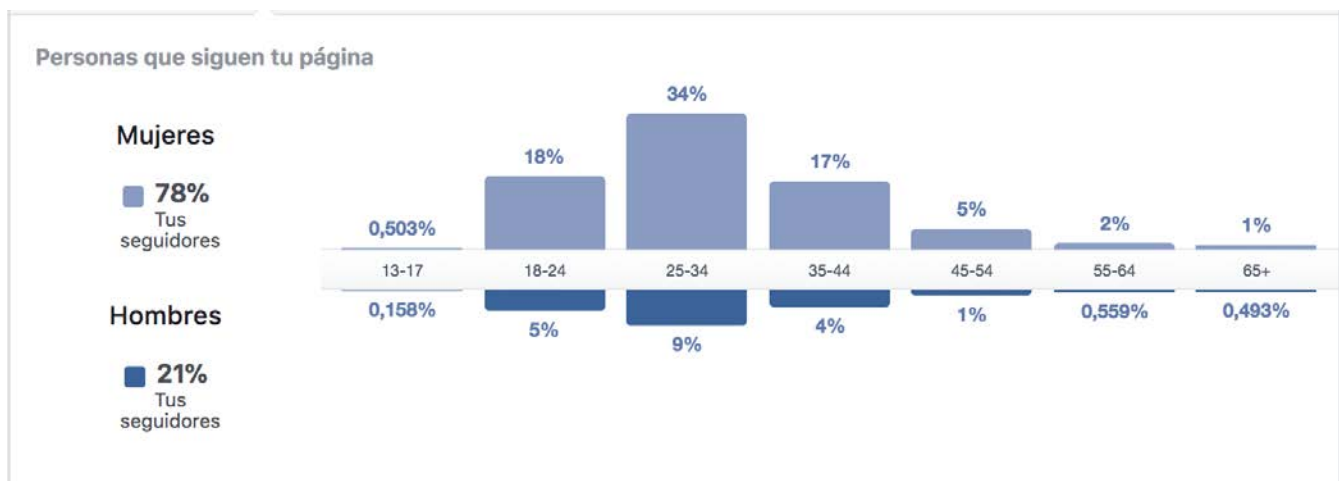
ANEXO 15

							Alcance: orgánico/pagado	Porcentaje de participación
Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar		
24/10/2018 19:10	#MiMetaEs traer una medalla			386	8%	Promocionar evento		
24/10/2018 16:39	Cada uno de nosotros tiene			709	7%	Promocionar publicación		
23/10/2018 16:35	¿Confirmaste tu participación?			530	4%	Promocionar publicación		
23/10/2018 14:15	#PiensaEnInclusión en el			2,1K	12%	Promocionar publicación		
23/10/2018 12:12	😊 Así nos disfrutamos en			1,7K	9%	Promocionar publicación		
23/10/2018 10:10	#JuntosHaremosLaDiferencia			538	4%	Promocionar publicación		
22/10/2018 20:40	"La #EducaciónInclu			753	3%	Promocionar publicación		
22/10/2018 13:47	🙌 Esta semana tendrá			560	7%	Promocionar publicación		
19/10/2018 07:40	Cada año, el 19 de octubre se			975	6%	Promocionar publicación		
19/10/2018 07:30	¡Nada mejor que tu pequeño			2K	5%	Promocionar publicación		
19/10/2018 07:24	Instituto Neurológico de			67	143%	Promocionar publicación		
17/10/2018 12:33	⚠️ Al Contratar a una persona			1,1K	7%	Promocionar publicación		
16/10/2018 15:46	Compartimos esta valiosa			4,3K	6%	Promocionar publicación		
16/10/2018 08:56	Nos encontramos en			892	6%	Promocionar publicación		
16/10/2018 07:30	Comenta con un ≤ 3 si crees que			468	6%	Promocionar publicación		
13/10/2018 14:29	Agradecemos a Prensa Libre por			485	23%	Promocionar publicación		
13/10/2018 10:28	#AyudandoAquienesAyudan el			1,4K	8%	Promocionar publicación		
10/10/2018 10:10	¡¡Ven HOY y disfruta junto a			849	3%	Promocionar publicación		
09/10/2018 14:10	¡¡Ven con nosotros a este			1,1K	6%	Promocionar publicación		
09/10/2018 13:33	🙌 #FamiliaNG presentamos el			1,8K	7%	Promocionar publicación		
08/10/2018 07:21	Todo sucede por algo. Confía y			1,5K	6%	Promocionar publicación		
04/10/2018 15:03	Gracias amigos de #Bantrab y Z			1,5K	11%	Promocionar publicación		
04/10/2018 15:01	Agradecemos de corazón a Z			1,2K	12%	Promocionar publicación		
04/10/2018 12:58	#SabíasQué al igual que tú,			1K	7%	Promocionar publicación		
04/10/2018 10:45	Participamos en el evento			759	8%	Promocionar publicación		

ANEXO 16

País	Tus seguidores	Ciudad	Tus seguidores	Idioma	Tus seguidores
Guatemala	10.243	Guatemala (ciudad), G...	7.868	Español	8.063
Estados Unidos de Am...	215	Mixco, Guatemala Dep...	277	Español (España)	2.365
México	60	Quetzaltenango, Guate...	230	Inglés (Estados Unidos)	275
Argentina	42	Villa Nueva, Guatemal...	123	Español (México)	13
El Salvador	25	Antigua Guatemala, Sa...	116	Inglés (Reino Unido)	11
España	24	Escuintla (municipio), ...	93	Portugués (Brasil)	10
Venezuela	19	Cobán, Alta Verapaz, ...	79	Francés (Francia)	7
Colombia	16	Huehuetenango, Depar...	63	Italiano	6
Honduras	15	Chimaltenango, Chimal...	61	Árabe	4
Perú	14	Amatitlán, Guatemala (...)	46	Alemán	3

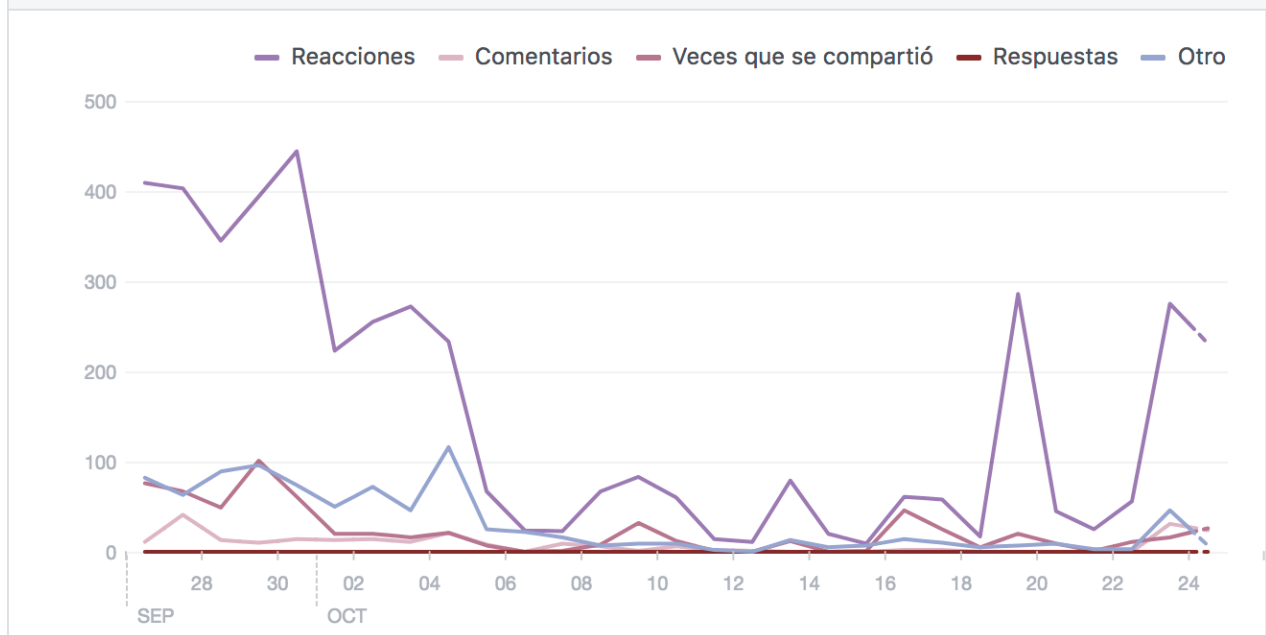
ANEXO 17



ANEXO 18

Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



Instrumento de validación aplicado a profesionales del diseño.

Con el objetivo de validar las propuestas gráficas del proyecto de graduación: Campaña de comunicación visual para informar a la población guatemalteca acerca de las labores y programas que realiza el Instituto Neurológico de Guatemala.

En los siguientes enunciados seleccione la opción numérica en base a los valores.

1= EXCELENTE 2=MUY BUENO 3=BUENO 4=DEFICIENTE

*Obligatorio

1. Nombre

2. Jerarquía Visual *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

3. Paleta Cromática *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

4. Selección Tipográfica *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

5. Construcción reticular *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

6. Recorrido Visual *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

7. Versatilidad *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

8. Calidad Gráfica *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

9. Vigencia (contemporaneidad de los elementos) *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

10. Legibilidad (los signos son claros y de fácil lectura) *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

11. Singularidad (los elementos satisfacen un grado de diferenciación) *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

12. Ajuste Tipológico (cumple con la función identificadora del paradigma sectorial) *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

13. Suficiencia (Los elementos son los necesarios, hay excesos o faltas) *

Selecciona todos los que correspondan.

- 1
- 2
- 3
- 4

14. Observaciones

ANEXO 20

RESULTADOS DE INSTRUMENTO - VALIDACIÓN PROFESIONALES

1= EXCELENTE

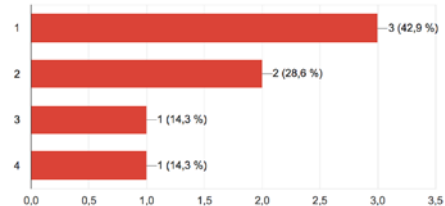
2=MUY BUENO

3=BUENO

4=DEFICIENTE

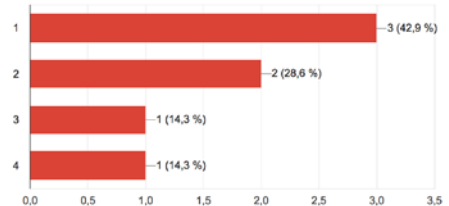
Jerarquía Visual

7 respuestas



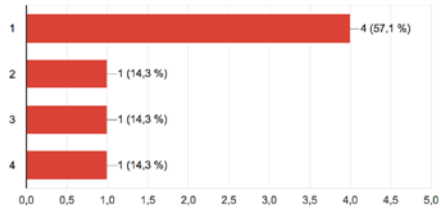
Jerarquía Visual

7 respuestas



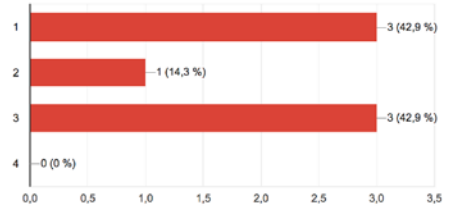
Selección Tipográfica

7 respuestas



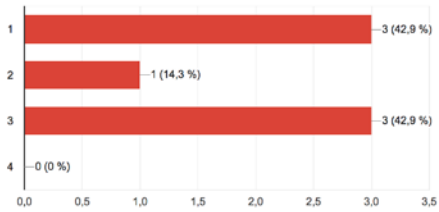
Construcción reticular

7 respuestas



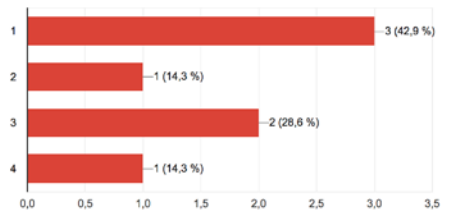
Recorrido Visual

7 respuestas



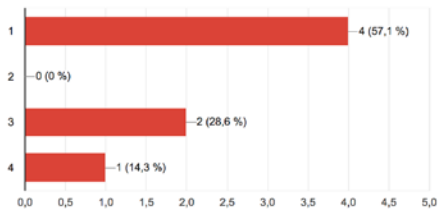
Versatilidad

7 respuestas



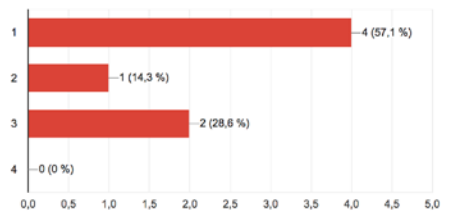
Calidad Gráfica

7 respuestas



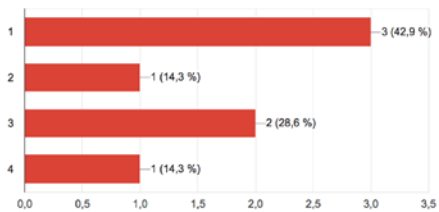
Vigencia (contemporaneidad de los elementos)

7 respuestas



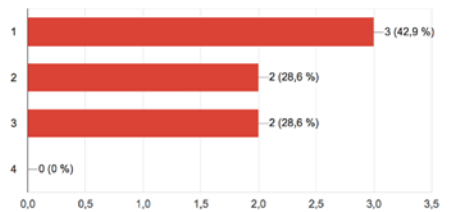
Legibilidad (los signos son claros y de fácil lectura)

7 respuestas



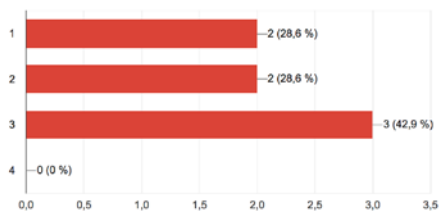
Singularidad (los elementos satisfacen un grado de diferenciación)

7 respuestas



Ajuste Tipológico (cumple con la función identificadora del paradigma sectorial)

7 respuestas



ANEXO 21

Instrumento de validación aplicado a Institución

Con el objetivo de validar las propuestas gráficas del proyecto de graduación: Campaña de comunicación visual para informar a la población guatemalteca acerca de las labores y programas que realiza el Instituto Neurológico de Guatemala.

*Obligatorio

1. Nombre *

2. Puesto en el Instituto *

3. Los materiales comunican la identidad de la institución *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Otro: _____

4. Los colores utilizados identifican a la institución *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Otro: _____

5. Considera los materiales claros y de fácil lectura *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

6. Considera que los materiales son aplicables para el institución *

Marca solo un óvalo.

Si

No

7. Considera que los materiales son reproducibles para el institución *

Marca solo un óvalo.

Si

No

8. ¿El instituto cuenta con alguna computadora para trabajar contenido digital? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Otro: _____

9. ¿Cuáles software de edición sabe utilizar para continuar con la realización de los materiales? *

10. De dichos software ¿Cuáles están instalados para su uso en algún equipo de la institución? *

11. Observaciones *

ANEXO 22

RESULTADOS DE INSTRUMENTO - VALIDACIÓN INSTITUCIÓN

- Sí
- No

Nombre

Fabiola López Barbero

Puesto en el Instituto

Coordinadora de Comunicación y Relaciones Públicas

Los materiales comunican
la identidad de la institución

1 respuesta



Los colores utilizados
identifican a la institución

1 respuesta



Considera los materiales
claros y de fácil lectura

1 respuesta



Considera que los materiales
son aplicables para el institución

1 respuesta



Considera que los materiales
son reproducibles para el institución

1 respuesta



¿El instituto cuenta con alguna computadora
para trabajar contenido digital?

1 respuesta



¿Cuáles software de edición sabe utilizar para continuar con la realización de
los materiales?

1 respuesta

Adobe Suite

De dichos software ¿Cuáles están instalados para su uso en algún equipo de
la institución?

1 respuesta

Completo el Adobe Suite 6

Instrumento de validación aplicado al Grupo objetivo.

Con el objetivo de validar las propuestas gráficas del proyecto de graduación: Campaña de comunicación visual para informar a la población guatemalteca acerca de las labores y programas que realiza el Instituto Neurológico de Guatemala.

En los siguientes enunciados seleccione la opción numérica en base a los valores.

1= EXCELENTE 2=MUY BUENO 3=BUENO 4=DEFICIENTE

*Obligatorio

1. La legibilidad de los textos le parece: *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

5. La cantidad de texto en cada imagen le parece: *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

2. El uso de los colores le parece: *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

6. ¿Las imágenes representan a la institución? *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

3. Las imágenes utilizadas son: *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

7. Observaciones *

4. La claridad del mensaje le parece: *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4

ANEXO 24

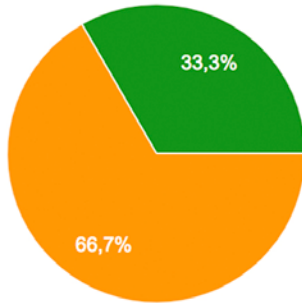
RESULTADOS DE INSTRUMENTO - VALIDACIÓN GO

● 1 = Excelente
● 2 = Muy bueno

● 3 = Bueno
● 4 = Deficiente

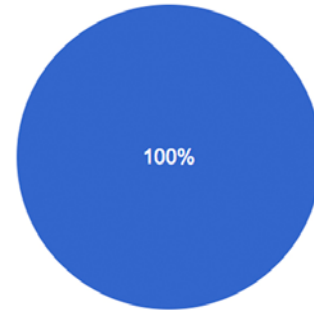
La legibilidad de los textos le parece:

3 respuestas



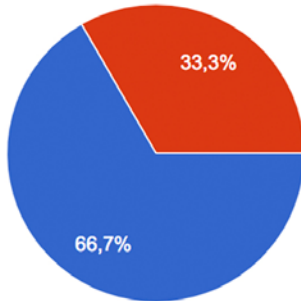
El uso de los colores le parece:

3 respuestas



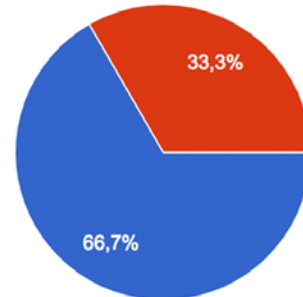
La cantidad de texto en cada imagen le parece:

3 respuestas



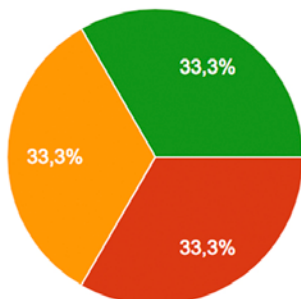
¿Las imágenes representan a la institución?

3 respuestas



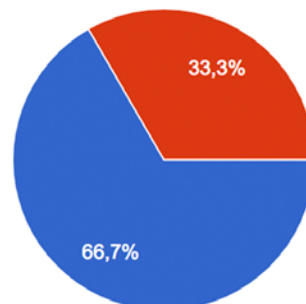
La claridad del mensaje le parece:

3 respuestas



Las imágenes utilizadas son:

3 respuestas



Guatemala, octubre 8 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: **MÓNICA ISABEL ARANA BATRES**, Carné universitario: **201400836**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN VISUAL DIGITAL PARA INFORMAR A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA CAPITALINA ACERCA DE LAS LABORES Y PROGRAMAS QUE REALIZA EL INSTITUTO NEUROLÓGICO 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

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

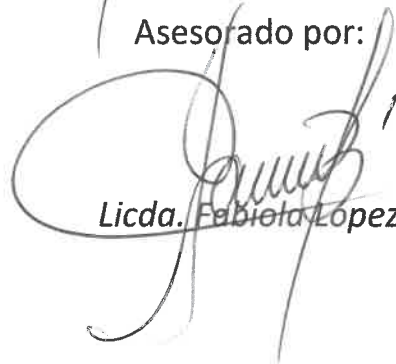
“Campaña de comunicación visual digital para informar a la población guatemalteca capitalina acerca de las labores y programas que realiza el Instituto Neurológico de Guatemala.”

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Mónica Isabel Arana Batres

Asesorado por:



Licda. Fabiola López



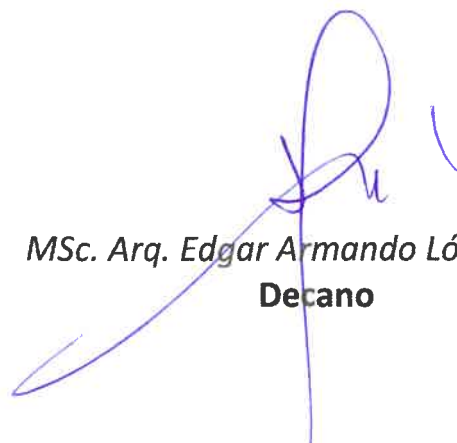
Licda. Anggely Enríquez Cabrera



Licda. Carolina Aguilar

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

