



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA INFORMAR ACERCA DE LA  
PREVENCIÓN DE PROBLEMAS RENALES EN NIÑOS DE 10 A 14 AÑOS DE EDAD.

FUNDACIÓN DE AMOR. GUATEMALA, GUATEMALA, 2015.

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación Guatemala C.A.

**ELABORADO POR:**

Astrid Eunice Montenegro Alvarado

Carné: 11003536

**Para optar el título de:**

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, 2015

**Diseño de material impreso para informar acerca de la prevención de problemas renales en niños de 10 a 14 años de edad. Fundación de Amor. Guatemala, Guatemala, 2015.**

**Elaborado Por:**

**Astrid Eunice Montenegro Alvarado**

**UNIVERSIDAD GALILEO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Nueva Guatemala de la Asunción 2015**

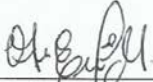
Guatemala 05 de junio de 2014

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

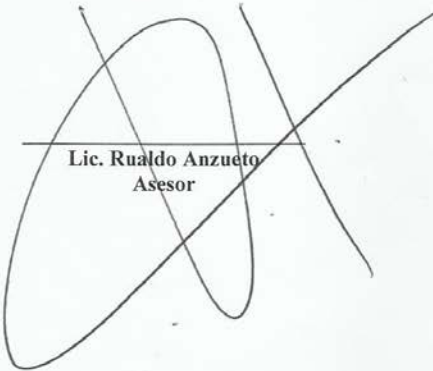
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA INFORMAR ACERCA DE LA  
PREVENCIÓN DE PROBLEMAS RENALES EN NIÑOS DE 10 A 14 AÑOS DE  
EDAD. FUNDACIÓN DE AMOR. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así  
mismo solicito que el Lic. Rualdo Anzueto, sea quién me asesore en la elaboración del  
mismo.

Atentamente,



Astrid Eunice Montenegro Alvarado  
11003536



Lic. Rualdo Anzueto  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2014

**Señorita  
Astrid Eunice Montenegro Alvarado  
Presente**

Estimada señorita Montenegro:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA INFORMAR ACERCA DE LA PREVENCIÓN DE PROBLEMAS RENALES EN NIÑOS DE 10 A 14 AÑOS DE EDAD. FUNDACIÓN DE AMOR. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Así mismo, se aprueba al Lic. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2015

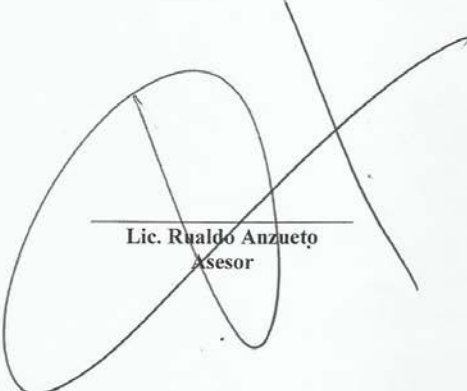
**Lic. Leizer Kachler**  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA INFORMAR ACERCA DE LA PREVENCIÓN DE PROBLEMAS RENALES EN NIÑOS DE 10 A 14 AÑOS DE EDAD. FUNDACIÓN DE AMOR. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por la estudiante: Astrid Eunice Montenegro Alvarado, con número de carné: 11003536, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Lic. Rualdo Anzueto  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revelación en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 09 de abril de 2015

**Señorita  
Astrid Eunice Montenegro Alvarado  
Presente**

Estimada Señorita Montenegro:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 16 de junio de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

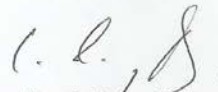
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA INFORMAR ACERCA DE LA PREVENCIÓN DE PROBLEMAS RENALES EN NIÑOS DE 10 A 14 AÑOS DE EDAD. FUNDACIÓN DE AMOR. GUATEMALA, GUATEMALA, 2015***, de la estudiante Astrid Eunice Montenegro Alvarado, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 24 de junio de 2015

**Señorita  
Astrid Eunice Montenegro Alvarado  
Presente**

Estimada Señorita Montenegro:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA INFORMAR ACERCA DE LA PREVENCIÓN DE PROBLEMAS RENALES EN NIÑOS DE 10 A 14 AÑOS DE EDAD. FUNDACIÓN DE AMOR. GUATEMALA, GUATEMALA 2015.** Presentado por la estudiante: Astrid Eunice Montenegro Alvarado, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación



## **Autoridades**

Rector.

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Vicerrectora General.

Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrector Administrativo.

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Secretario general.

Lic. Jorge Retolaza.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Rualdo Anzueto

## **Dedicatoria**

En primera instancia a Dios, mi padre celestial, por darme la vida y tantas bendiciones como salir adelante. Sin Él no habría podido llegar hasta donde estoy realizando mi proyecto de graduación y terminándolo satisfactoriamente, acompañándome en cada paso que doy. Desde que tengo memoria me han enseñado a amarlo con todo mi corazón y a estar agradecida por tantas bendiciones que derrama en mí y en mis seres queridos. Este es apenas el comienzo de tantos propósitos que Él tiene para mi vida y ahora estoy cumpliendo con uno de ellos, no hubiera podido hacerlo sin su guía, ni sin su eterno amor. Gracias padre, TE AMO.

A mi madre, por ser un gran ejemplo a seguir, por ser el más lindo de los ángeles que Dios me pudo mandar, por ser incondicional, por ser una mujer luchadora y llena de virtudes. No tengo palabras para describir la gran mujer que ella es para mí y para todos los que la rodean. Gracias, mama, por ser esa luz que ilumina cada día de mi vida.

A mi familia en general, por siempre apoyarme pero en especial a mis tías y a mi abuelita, que son como segundas madres para mí, mujeres virtuosas que Dios puso en mi camino con el fin de guiar mis pasos a cada momento.

## **Resumen**

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal, Fundación de AMOR, no posee material impreso que informe y prevenga acerca de los problemas renales a niños con un rango de 10 a 14 años de edad.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: “Diseñar material impreso para informar acerca de la prevención de problemas renales en niños comprendidos entre los 10 y 14 años de edad.”

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por niños de 10 a 14 años de edad y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñó material impreso para informar acerca de la prevención de problemas renales en niños comprendidos entre los 10 y 14 años de edad para disminuir esta clase de problemas en niños. Se recomendó distribuir el material al grupo objetivo, tanto en escuelas y colegios dentro de la capital como también fuera para tener un alcance nacional y cumplir el objetivo principal.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

## **Índice.**

### **Capítulo I:**

1.1.	Introducción.....	2.
------	-------------------	----

### **Capítulo II: Problemática.**

2.1	Contexto.....	2.
-----	---------------	----

2.2	Requerimiento de comunicación y diseño.....	3.
-----	---	----

2.3	Justificación.....	3.
-----	--------------------	----

2.3.1	Magnitud.....	3.
-------	---------------	----

2.3.2	Vulnerabilidad.....	4.
-------	---------------------	----

2.3.3	Trascendencia.....	5.
-------	--------------------	----

2.3.4	Factibilidad.....	5.
-------	-------------------	----

2.3.4.1	Recursos Humanos.....	5.
---------	-----------------------	----

2.3.4.2	Recursos Organizacionales.....	5.
---------	--------------------------------	----

2.3.4.3	Recursos Económicos.....	6.
---------	--------------------------	----

2.3.4.4	Recursos Tecnológicos.....	6.
---------	----------------------------	----

### **Capítulo III: Objetivos de diseño.**

3.1.	Objetivo general.....	7.
------	-----------------------	----

3.2.	Objetivos específicos.....	7.
------	----------------------------	----

#### **Capítulo IV: Marco de referencia.**

4.1 Información general del cliente.....	8-10.
--	-------

#### **Capítulo V: Definición del grupo objetivo.**

5.1 Perfil geográfico.....	11.
5.2 Perfil demográfico.....	12.
5.3 Perfil psicográfico.....	13.
5.4 Perfil conductual.....	13.

#### **Capítulo VI: Marco teórico.**

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio..	14-16.
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	16-18.
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	24-31.

#### **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.**

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	32-35.
7.2 Conceptualización.....	35.
7.2.1 Método.....	35.
7.2.2 Definición del concepto.....	37-40.
7.3 Bocetaje.....	41-51.
7.4 Propuesta preliminar.....	55-71.

## **Capítulo VIII: Validación técnica.**

8.1 Población y muestreo.....	72.
8.2 Método e Instrumentos.....	73-75.
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	76-93.
8.4 Cambios en base a los resultados.....	94-113.

## **Capítulo IX: Propuesta gráfica final..... 121-141.**

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.**

10.1 Plan de costos de elaboración.....	135-136.
10.2 Plan de costos de producción.....	137-138.
10.3 Plan de costos de reproducción.....	138
10.4 Plan de costos de distribución.....	139.
10.5 Cuadro resumen.....	139.

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.**

11.1 Conclusiones.....	140.
11.2 Recomendaciones.....	141.

## **Capítulo XII: Conocimiento general..... 142.**

## **Capítulo XIII: Referencias..... 143-147.**

## **Capítulo XIV: Anexos..... 163-176.**

# Capítulo I



## **Capítulo I: Introducción**

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal, Fundación de AMOR, es una entidad privada sin fines de lucro, que trabaja para mejorar las condiciones y calidad de vida de quienes padecen insuficiencia renal crónica.

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal –AMOR- no cuenta con material informativo que permita informar y prevenir a los pacientes menores de edad sobre los problemas renales. Por lo tanto, se propone como solución diseñar material impreso dirigido a niños entre 10 a 14 años de edad para disminuir el número de casos infantiles que se presentan a esta fundación.

Por lo que este proyecto se titula: Diseño de material impreso para informar acerca de la prevención de problemas renales a niños entre 10 y 14 años de edad. Para proceder a su realización se emplea la metodología llamada “Do it”, con la que se crea el concepto para dar inicio al bocetaje y a la propuesta preliminar del material impreso. Para verificar si el proyecto es factible, se realiza una validación en la que se encuesta a varias personas entre ellas: 5 expertos, el cliente, y 25 personas del grupo objetivo. Por consiguiente, se llega a concluir el proyecto al cumplir con el objetivo principal que es informar a niños acerca de los problemas renales que existen.

# Capítulo II

## **Capítulo II: Problemática**

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal –AMOR- no cuenta con material informativo que permita informar y prevenir a los pacientes menores de edad sobre los problemas renales que podrían causarse por varias situaciones. Por lo tanto, se propone como solución, diseñar material impreso dirigido a niños entre 10 a 14 años de edad, para disminuir el número de casos infantiles que se presentan a esta fundación.

### **2.1 Contexto**

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal, Fundación de AMOR, es una entidad privada, sin fines de lucro que trabaja para mejorar las condiciones y calidad de vida de quienes padecen insuficiencia renal crónica. Fue legalmente constituida por el Acuerdo Gubernativo 054-99 del Gobierno de Guatemala y desde 1999 brinda información y asistencia a todas las personas, según sus necesidades, para que obtengan la mejor atención médica en el país. La problemática en dicha Fundación es que su material está dirigido hacia pacientes adultos, pero ellos también atienden a pacientes menores de edad (niños) y que las personas conozcan más de la labor que realiza la fundación. Con relación a que atienden a niños, se quiere realizar una campaña de prevención de problemas renales para que se dé a conocer que la fundación también brinda sus servicios y quiere informar a los pacientes menores de edad. Por lo tanto, se propuso la idea de hacer material impreso dirigido hacia los niños de 10 a 14 años de edad el que se repartirá tanto en colegios privados como en escuelas dentro de la capital

de Guatemala, con un contenido informativo pero a la vez llamativo para ellos y con ello pueda disminuirse el número de pacientes que padecen dichos problemas renales.

## **2.2 Requerimientos de Comunicación y Diseño**

La Fundación de AMOR no cuenta con material impreso que informe acerca de la prevención de problemas renales en niños de 10 a 14 años de edad.

## **2.3 Justificación**

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

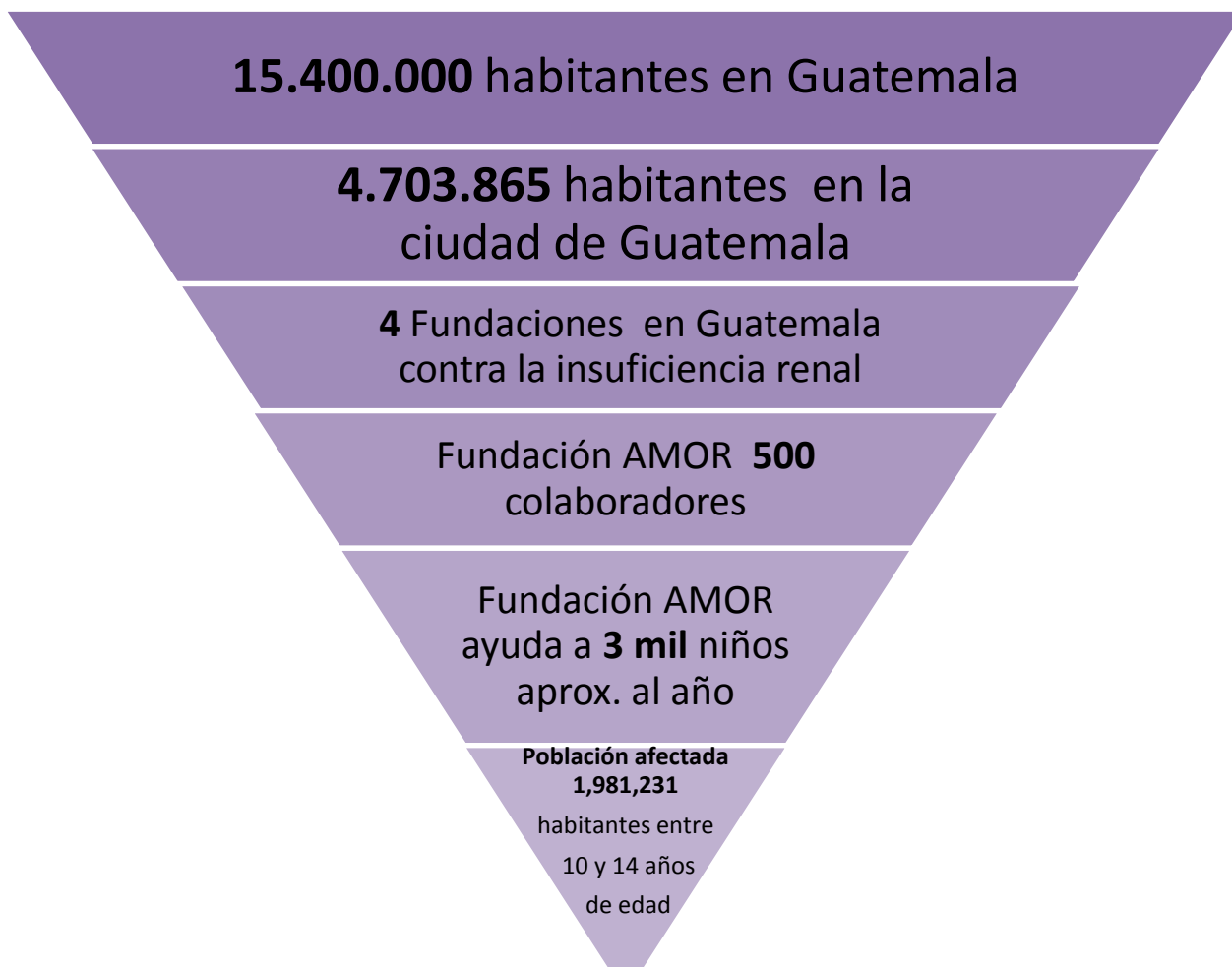
### **2.3.1 Magnitud**

La población de Guatemala es de 15.400.000 habitantes, en la capital 4.703.865 habitantes, de los que el 40.8% de habitantes está entre los 0 y 14 años. Actualmente en Guatemala existen 4 fundaciones que se dedican a tratar a personas con insuficiencia renal. En la Fundación –AMOR- se cuentan con 500 colaboradores en su única sede en la ciudad capital, que atienden aproximadamente a 3 mil niños al año. La población que se ve afectada por no tener un material impreso que informe y prevenga acerca de la insuficiencia renal es aproximadamente de 1,981,231 <sup>1</sup> niños y niñas, con edades comprendidas entre 10 y 14 años de edad.

---

<sup>1</sup> [www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/02/26/L5pNHMXzy5FFWmk9NHCrK9x7E5Qqvvy.pdf](http://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/02/26/L5pNHMXzy5FFWmk9NHCrK9x7E5Qqvvy.pdf)

### 2.3.1.1 Gráfica



### 2.3.2 Vulnerabilidad

La Fundación de AMOR atiende e informa a todo tipo de pacientes con problemas renales, desde niños hasta personas adultas y de la tercera edad, pero todo su material está dirigido a personas adultas. Así que la mayoría de personas no sabe que también se atienden a niños, por lo que se ve afectada la población de niños en Guatemala, al no tener material impreso que indique que también se preocupan y velan por pacientes menores de edad.

De continuar así los niños, seguirán sin contar con información que los ayude a prevenir los diferentes problemas renales que existen.

### **2.3.3 Trascendencia**

El material impreso disminuirá la problemática, ya que a través de dicho material se informará acerca de los problemas renales que pueden afectar a niños de 10 a 14 años de edad en la ciudad de Guatemala, para luego expandirse a todo el país. Al proporcionar dicho material impreso, los niños podrán tener mayor conocimiento acerca de la prevención de la insuficiencia renal para que pueda implementarlo en su vida. Así disminuirá así este tipo de problemas renales en niños.

### **2.3.4 Factibilidad**

El proyecto es factible, ya que la Fundación AMOR cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo el material impreso.

**2.3.4.1 Recursos Humanos:** La Fundación cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las actividades que se requieran, para el nuevo material impreso que se implementará dentro de la fundación.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales:** La Directora de la fundación Licda. Ramírez, autoriza al personal seleccionado para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la fundación, para llevar a cabo este proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos:** La Fundación cuenta con patrocinadores que cubrirán los gastos para la realización del material impreso.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:** La Fundación cuenta con el equipo (computadoras, programas de diseño) y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el material impreso a realizarse.

# Capítulo III



## **Capítulo III: Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo General**

Diseñar material impreso para informar acerca de la prevención de problemas renales en niños comprendidos entre los 10 y 14 años de edad, de la Fundación –AMOR–.

### **3.2 Objetivos Específicos**

**3.2.1.** Investigar en diferentes fuentes de información acerca de los problemas renales, para tener el conocimiento adecuado al realizar el proyecto.

**3.2.2.** Recopilar información de los servicios y funciones de la Fundación –AMOR–, para que el contenido del material impreso transmita claramente las características de dicha entidad.

**3.2.3** Diagramar los textos e imágenes mediante criterios de composición visual, para que el contenido sea de fácil lectura.

**3.2.4.** Realizar ilustraciones que hagan referencia al texto informativo del material impreso, para que la información sea comprendida fácilmente.

# Capítulo IV

## **Capítulo IV: Marco de Referencia**

**Nombre del cliente (empresa):** Fundación AMOR

**Dirección:** 7ª avenida 6-68 zona 9, Ciudad de Guatemala

**Email:** amor@fundaciondeamor.org

**Tel:** 2232-5311

**Contacto:** Licda. Ramirez (Directora de la Fundación)

**Celular:** 5206-1691

### **¿Quiénes Somos?**

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal, Fundación de AMOR es una entidad privada, sin fines de lucro que trabaja para mejorar las condiciones y calidad de vida de quienes padecen insuficiencia renal crónica en Guatemala. Brindamos información y asistencia a todas las personas, según sus necesidades, para que obtengan la mejor atención médica en nuestro país.

Fue legalmente constituida por el acuerdo gubernativo 054-99 del gobierno de Guatemala y desde 1999 brinda información y asistencia a todas las personas, según sus necesidades, para que obtengan la mejor atención medica en nuestro país.

**Oportunidad identificada:** Diseñar material impreso, que informe y prevenga la insuficiencia renal, en niños de 10 a 14 años de edad.

**Misión:** Que todos los pacientes con insuficiencia renal crónica cuenten con la mejor atención médica, y sobre todo, con apoyo y comprensión en cada etapa de su tratamiento para que puedan disfrutar plenamente de su vida, al enfrentar con valor y positivismo el reto de su enfermedad.

**Visión:** Ser líder en la atención médica y social del paciente con insuficiencia renal, llevando a la población mas necesitada tecnología de punta, asi como los últimos avances médicos y científicos a nivel mundial.

**Delimitación geográfica:** Ciudad de Guatemala

**Grupo objetivo:** Personas de 10 a 14 años de edad.

**Principal beneficio al grupo objetivo:** Atención medica.

**Competencia:** Fundaciones que se dedican a los problemas renales al igual que ellos.

**Posicionamiento:** La fundación AMOR está posicionada como institución de servicio social benéfico y sin fines de lucro.

**Factores de diferenciación:** Es de las más conocidas, trabajan para el bienestar de las personas.

**Objetivo de mercadeo:** Transmitir las funciones benéficas que realiza la fundación.

**Objetivo de comunicación:** Hacer saber a todas las personas que es fundación sin fines de lucro que se preocupa por el bienestar del paciente con problemas renales.

**Mensajes claves a comunicar:** Prevención para la insuficiencia renal.

**Estrategia de comunicación:** Mediante un material impreso se informará acerca de la prevención de los problemas renales a niños entre 10 a 14 años de edad.

**Reto del diseño y trascendencia:** Lograr que haya menos pacientes de 10 a 14 años de edad con este tipo de problemas en cuanto al diseño lograr que dicho material sea de fácil entendimiento al transmitir el mensaje deseado.

**Materiales a realizar:** Material impreso que prevenga e informe a niños de 10 a 14 años de edad sobre la insuficiencia renal.

## DATOS DEL LOGOTIPO

**Colores:** Morado y Rojo. **Tipografía:** Hobo Std.

**Forma:** El emblema más representativo del logotipo es el colibrí.



## FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es una fundación sólida.</li> <li>• Inspira confianza.</li> <li>• Inspira respeto.</li> <li>• Posee muchos valores y muchos principios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrir nuevas sedes en el interior del país.</li> <li>• Ser la Fundación con mejor atención médica, tanto en niños como en adultos.</li> <li>• Contar con mas voluntarios, tanto en el área metropolitana como en el interior del país.</li> <li>• Obtener más patrocinio de parte de marcas reconocidas para realizar todos sus proyectos a futuro.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No posee tanto material gráfico para darse a conocer aun más de lo que ya se conoce.</li> <li>• No posee de personal que maneje sus redes sociales estratégicamente.</li> <li>• Solo posee una sede en todo el país.</li> <li>• Carece de material informativo para menores de edad, por lo tanto no todas las personas saben que también atienden a niños.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay algunas fundaciones que también se dedican a lo mismo en el país.</li> <li>• Que los pacientes no puedan prevenir o detectar los problemas renales debido a la carencia de material gráfico que los informe adecuadamente.</li> <li>• Otras fundaciones podrían tener personal más capacitado.</li> <li>• No estar a la vanguardia de la tecnología con relación a la maquinaria para tratar a los pacientes.</li> </ul>

# Capítulo V

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El grupo objetivo al cual se dirige este material impreso de la fundación es a niños desde los 10 a 14 años de edad los cuales viven en el área metropolitana del país, su nivel económico es de clase media- baja, poseen educación media (en curso) y entre sus pasatiempos está hacer deportes, actividades recreativas, actividades físicas, entre otros.

### **5.1 Perfil geográfico:**

La población de Guatemala es de 15,400.000 habitantes, en la capital 2,149,107 de habitantes, la densidad es de 1153.71 hab/km<sup>2</sup>.

La Ciudad de Guatemala está ubicada en el valle de la Ermita con alturas que varían entre los 1500-1600 (msnm) posee temperaturas muy suaves entre los 12 y 28 °C.

- Altitud: 1.500 metros.
- Latitud: 14° 37' 15" N
- Longitud: 90° 31' 36" O
- Extensión: 996km

A pesar de su ubicación en los trópicos, debido a su gran elevación sobre el nivel del mar, la Ciudad de Guatemala goza de un clima subtropical de tierras altas. El clima en Ciudad de Guatemala es generalmente muy suave, casi primaveral, a lo largo del año. La temporada de lluvias se extiende de mayo a noviembre mientras que la estación seca abarca el resto del año. En Ciudad de Guatemala también tiende a soplar mucho el viento, lo que puede reducir la temperatura aún más evidente.

La ciudad de Guatemala es la capital más fría y más alta de toda Centroamérica. Su temperatura media anual es de 21 °C. En el invierno, de diciembre a abril, tienen temperaturas que oscilan entre 27 y 12 °C. Los veranos van de junio a septiembre con temperaturas que oscilan entre 28 y 16 °C. La humedad relativa se mantiene en niveles muy elevados e insalubres. El promedio del punto de rocío es de 16 °C.<sup>2</sup>

## **5.2 Perfil demográfico:**

El nivel socio económico del grupo objetivo al que va dirigido el material informativo es de C2 (Nivel Medio-Bajo).

**Ingreso familiar:** Oscila en un promedio de Q10,500 al mes.

**Género:** Hombres y mujeres.

**Edad:** 10 a 14 años de edad.

**Nivel educativo:** Estudios primarios y secundarios completos.

**Vivienda:** Habitan en casas modestas pero confortables generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.

**Servicios Domésticos:** 1 o no poseen.

**Vehículos:** de modelo no reciente.

---

<sup>2</sup> [www.industriaguatemala.com/](http://www.industriaguatemala.com/)



### **5.3 Perfil psicográfico:**

El grupo objetivo tiene como principal ocupación estudiar, como también hobbies entre los cuales están: jugar videojuegos, actividades físicas y hacer deporte, por lo general tienen costumbre de levantarse temprano para realizar sus actividades cotidianas y dormir a horas tempranas.

### **5.4 Perfil conductual:**

Lo que los pacientes de dicha fundación esperan es que sean atendidos con todas las medidas de cuidado del caso hasta su recuperación completa. Los pacientes van a la fundación cada vez que necesitan de atención médica o también información que requieran como promedio cuatro veces al mes, según requiera el caso de cada paciente (podría variar). Ellos optan por ir a esta fundación pues son una de las fundaciones más conocidas y confiables del país.

# Capítulo VI

## **Capítulo VI: Marco teórico**

### **6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:**

6.1.1 Fundación: Una fundación es la que se caracteriza por ser una organización sin fines de lucro que persigue un desarrollo y ayuda social enfocada a diversas finalidades. Las fundaciones se rigen por la voluntad del fundador, por sus estatutos y, en todo caso por la Ley.

6.1.2 Fundador: Es la persona que establece, inicia o crea una organización, empresa o entidad, con diversas finalidades para obtener un desarrollo social, económico, benéfico o cultural.

6.1.3 Colaboradores: Personas que colaboran o trabajan con varias personas también llamadas de este modo para realizar una labor o desarrollo de una misma función, proyecto, obra o cualquier actividad de interés común.

6.1.4 Ayuda: Acción que una o varias personas realizan desinteresadamente para disminuir el trabajo u ocupación a otra persona, organización, entidad etc.

6.1.4 Patrocinadores: son las personas encargadas de pagar los gastos de algún movimiento, proteger, favorecer a sus patrocinados permitiéndole el progreso de las diferentes actividades que realice, (el patrocinio surgió durante el bajo imperio romano del siglo III, donde los pequeños propietarios rurales buscaron la protección del ejército y de la administración civil a cambio entregaban sus tierras que podían seguir cultivando si pagaban un impuesto que aseguraba la protección). (“Patrocinadores”, 2007. <http://es.thefreedictionary.com/patrocinador/>)

6.1.5 Insuficiencia: Falta de algo también se puede definir como algo que no alcanza a satisfacer una necesidad porque no existen los elementos suficientes, incapacidad de un órgano para realizar sus funciones.

6.1.6 Insuficiencia renal: Insuficiencia de los riñones o lesión renal aguda *es* la pérdida repentina de la capacidad de los riñones para eliminar los residuos y concentrar la orina sin perder electrolitos. (“Insuficiencia Renal”, 2000. <http://www.webconsultas.com/categoria/salud-al-dia/insuficiencia-renal-cronica>)

6.1.7 Riñones: Son órganos vitales formados por dos partes iguales que realizan muchas funciones de limpieza y equilibrio químico de la sangre segregando la orina, siendo un par de filtros que trabajan mucho purificando la sangre llevándose los desechos y reteniendo las sustancias útiles los riñones producen la orina, el líquido que lleva los residuos filtrados de

la sangre, la orina pasa por la vejiga donde se almacena hasta salir del cuerpo por la uretra. (“Los Riñones”, 2007. <http://www.geosalud.com/Urinario/rinones.htm>)

6.1.8 Doctor: Profesional que se encarga de recuperar la salud humana mediante el estudio, el diagnóstico y el tratamiento de la enfermedad a las personas denominadas pacientes, el doctor es un profesional altamente calificado en materia sanitaria que es capaz de dar diagnósticos acertados según la enfermedad del paciente. (“Doctor”, 2008. <http://definicion.de/doctor/>)

6.1.8 Paciente: Es alguien que padece de cualquier malestar (muchas enfermedades causan molestias diversas, y un gran número de pacientes también sufren dolor). En términos sociológicos y administrativos, paciente es el individuo que recibe la atención de un médico u otro profesional de la salud y se somete a un examen o un tratamiento.

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación**

6.2.1.1 Comunicación: es el proceso de transmitir ideas entre interlocutores. Los elementos de la comunicación son:

- Emisor: El que envía la información ej: un individuo, un grupo o una máquina.
- Receptor: La persona o personas que reciben la información o el mensaje.

- Código: Conjunto o sistema de signos que se utilizan para codificar o entender el mensaje.

Canal: Elemento físico por donde el emisor transmite la información y que el receptor capta por los sentidos corporales. Se denomina canal tanto al medio natural (aire y luz) como al medio técnico empleado (imprensa, telegrafía, radio, teléfono, televisión, ordenador, entre otros.) y se perciben a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto). Es el medio físico por donde circula la información o el mensaje. (“Elementos de la Comunicación”, 2007. [http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria\\_1.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm))

6.2.1.2 Mensaje: Es la información que se envía al receptor (individuo, grupo o maquina).

6.2.1.3 Contexto: o situación son las circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean al emisor y al receptor para poder tener una mejor comprensión del mensaje.

6.2.1.4 Ruido: Cualquier tipo de interferencia que afecte a los elementos anteriores de la comunicación por lo cual se interrumpa el proceso de comunicación.

6.2.1.5 Código no verbal: Es el código en el cual no se utiliza el lenguaje verbal sino mas bien iconos: imágenes, musical: música o sonidos y gestual/corporal: gestos.

6.2.1.6 Semántica: Es la parte de de la lengua que se ocupa del significado de las palabras así también como de los enunciados y los textos.

6.2.1.7 Redacción: La redacción requiere de coordinación, coherencia y cohesión textual. Ya que el orden de las palabras dentro de una oración puede modificar la intención del autor, es indispensable que el redactor ordene su mente las ideas que desea trasladar al papel o a algún medio digital cualquiera que sea. (“Elementos de la Comunicación”, 2007. [http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria\\_1.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm))

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño**

6.2.2.1 Diseño: Es la forma de expresar nuestras ideas como también es el proceso previo a la búsqueda de una solución en cualquier campo. El término también se aplica para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades. (“Diseño”, 2008. <http://definicion.de/disenio/>)

6.2.2.2 Diseñador: Persona que ejerce en el diseño profesionalmente, puede dedicarse a diferentes ramas del diseño gráfico o especializarse en una. El diseñador trabaja con un proceso de diseño que empieza con la detección de un problema y acaba con la producción de la solución de dicho problema.

6.2.2.3 Diseño Gráfico: Es una disciplina la cual consiste en solucionar determinadas necesidades de comunicación por medio de artes visuales.

6.2.2.4 Diseño Editorial: Es la rama del diseño gráfico que se enfoca especialmente en la maquetación de publicaciones tales como revistas, libros, periódicos, entre otros. (Andrés, D. Z, 2007).

6.2.2.5 Punto: Es el elemento más importante y más simple de la imagen a la vez, tiene varios objetivos como lo son: crear patrones de forma, ser el foco de la composición visual, producir dinamismo y mostrar texturas entre otras.

6.2.2.6 Línea: La línea es uno de los elementos estructurales básicos del arte. Se forma con una sucesión de puntos o, lo que es lo mismo, un punto en movimiento. Además de ser un instrumento con el que delimitar formas y describir contornos, la línea puede usarse como un recurso expresivo en sí mismo cuando se saben explotar sus matices y asociaciones. (“La Línea en el Arte”, 2015. [http://www.aloj.us.es/galba/DIGITAL/CUATRIMESTRE\\_II/IMAGEN-PAGINA/2elementos1a.htm](http://www.aloj.us.es/galba/DIGITAL/CUATRIMESTRE_II/IMAGEN-PAGINA/2elementos1a.htm))

6.2.2.7 Bocetaje: Es un proceso el cual tiene como finalidad definir un buen concepto de composición y del tema a través de dibujos previos a la decisión final.



6.2.2.8 Tipografía: Es la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas. (“La tipografía y su evolución”, 2010. <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>)

Es la forma de expresar gráficamente el lenguaje a través de letras que conforman las palabras.

6.2.2.9 Fuente tipográfica: Es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes. (“La tipografía y su evolución”, 2010. <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>)

Es un tipo de letra que está conformado por caracteres, números y signos similares por propiedades visuales uniformes.

6.2.2.10 Familia tipográfica: En tipografía, significa un conjunto de tipos basado en una misma fuente, con algunas variaciones, tales, como por ejemplo, en el grosor y anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios. (“La tipografía y su evolución”, 2010. <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>)

Es un conjunto de caracteres, números y signos con particularidades estructurales y estilísticas comunes.

6.2.2.11 Diagramación: Es una de las bases del diseño editorial el cual se basa en definir los márgenes del área de trabajo de una publicación para su correcta homogeneidad entre páginas.

6.2.2.12 Publicación: Es el medio por el cual se dará a conocer algún tipo de información a determinado público en específico, existen diferentes tipo de publicaciones por ejemplo: libros, revistas, periódicos, folletos, entre otros. (“Publicación”, 2007. <http://www.definicionabc.com/general/publicacion.php>)

6.2.2.13 Impresión: Es la reproducción de textos, imágenes, etc, mediante procesos mecánicos o digitales.

6.2.2.14 Sistemas de impresión: Existen varios sistemas de impresión y sus resultados. Se podrá distinguir grandes grupos con necesidades, procesos y resultados muy diferentes: Tipográfica, Flexografía, Hecogrado, Offset, y Serigrafía. (“Sistemas de Impresión”, 2008. [http://www.fba.unlp.edu.ar/tecnolb/pdfs/sist\\_de\\_impresi%C3%B3n\\_2010.pdf](http://www.fba.unlp.edu.ar/tecnolb/pdfs/sist_de_impresi%C3%B3n_2010.pdf))

6.2.2.15 Material impreso: Estudios recientes indican que al menos el 80% del aprendizaje, todavía está basado en el uso de material impreso por lo que este sigue jugando un especial papel en el proceso de aprendizaje. (García, 2001)

Los materiales impresos, en la actualidad son muy atractivos, vienen ilustrados con numerosos dibujos, esquemas y fotografías, emplean distintos tipos de letra, etc. Y son un complemento didáctico importante para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, etc.

Algunas ventajas del material escrito (García, 2001):

- Son muy accesibles, no requieren de equipo sofisticado para su adecuada utilización.
- Se adaptan a las circunstancias espaciotemporales del lector.
- Permite presentar la información de modo selectivo.
- Permite la relectura, la lectura selectiva, la mayor o menos profundización en lo que se lee, el ritmo de la propia lectura, etc.
- Permite descubrir fácilmente la estructura y las relaciones que es posible establecer entre los componentes.
- Son fácilmente integrables con cualquier otro medio.

Algunas limitaciones que presenta el material escrito (García, 2001):

- No es posible acceder a la realidad total a través de ellos: Resulta imposible recrear determinadas realidades mediante el medio impreso que, sin embargo, sí pueden ser presentadas a través de otros medios.
- La información se presenta a través de una serie de secuencias y no es posible acceder a ella globalmente de un modo inmediato.
- La motivación para el estudio es más difícil alcanzarla con el medio impreso que con recursos audiovisuales o informáticos.
- Presupone en el alumno la capacidad de interpretar y descifrar constructos simbólicos.

6.2.2.16 Folleto: Es un texto impreso moderado de hojas, el cual sirve como instrumento divulgativo o también publicitario. Sus características son:

- El lenguaje será llamativo para conectar bien con el lector.
- Debe ser claro y preciso.
- Se suelen utilizar dibujos o esquemas para facilitar la comprensión del mensaje y hacerlo más atractivo.

### **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:**

#### **6.3.1 Ciencias:**

6.3.1.1 Semiología: Es la ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. La semiología estudia todo lo relacionado al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza). (“Semiología”, 2007. <http://www.definicionabc.com/comunicacion/semiologia.php>)

6.3.1.2 Sociología: Es la ciencia que estudia a los grupos sociales y las relaciones que mantienen entre sí. Busca comprender las relaciones de los hechos sociales por medio de la historia; mediante el empleo de métodos de investigación, quiere saber donde están los problemas en la sociedad y sus relaciones con los individuos.

6.3.1.3 Psicología: La psicología (literalmente «estudio o tratado del alma»; del griego clásico ψυχή, transliterado *psykhé*, «psique», «alma», «actividad mental», y λογία, *logía*, «tratado» o «estudio»). Es la ciencia que se encarga de la conducta y los procesos mentales del ser humano. Comportamiento y procesos mentales implica no sólo las acciones de las personas sino también sus pensamientos, sentimientos, percepciones, procesos de razonamiento, recuerdos e incluso las actividades biológicas que mantienen el funcionamiento corporal. (“Psicología”, 2008. <http://es.scribd.com/doc/87599979/Que-Es-Psicologia>)

6.3.1.4 Psicología de la comunicación: La psicología de la comunicación permite la incorporación de conceptos y técnicas que ayudan a generar un cambio en la conducta nuestra y en la del otro, a comunicación es auxiliada por diferentes tipos y clasificaciones; sin embargo, se utilizan en psicología: comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal, comunicación masiva. (“Psicología de la comunicación”, 2008. <http://www.ucongreso.edu.ar/wp-content/uploads/programa-psicologia-de-la-comunicacion.pdf>)

6.3.1.5 Psicología del color: Es el estudio que se encarga de estudiar el comportamiento y la percepción humana ante el efecto del color habitualmente esta se aplica en publicidad, diseño (en todos sus campos), moda, señalética, etc. En un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en disciplinas como el diseño, la arquitectura, la moda, la señalética, la publicidad y el arte. (“Psicología del Color”, 2008. <http://www.psicologiadelcolor.es/>)

6.3.1.6 Psicología de la imagen: Este tipo de psicología estudia la percepción que tienen las personas hacia los colores, posiciones, formas, etc que contienen las imágenes visualmente, el saber aplicar esta psicología al arte que se expone es muy importante para la percepción y entendimiento de las personas hacia la imagen.

### **6.3.2. Artes:**

6.3.2.2 Dibujo: Es una representación gráfica realizada en una superficie, el dibujo sirve como técnica básica de todas las artes plásticas como la escultura, la pintura, diseño, entre otros. También es el lenguaje universal, ya que sin mediar palabras es posible transmitir ideas de modo gráfico que resulten comprensibles para todos. (“El dibujo”, 2008. <http://arteymas.foroes.org/t24-que-es-el-dibujo> <http://definicion.de/dibujo/> )

6.3.2.3 Juegos Dinámicos: Es un área de la matemática aplicada la cual es utilizada para estudiar el comportamiento y estructuras de los individuos en los llamados juegos y así poder llegar a un proceso de toma de decisiones o bien para incentivar al individuo hacia un objetivo en común. (Davis, M. D, 1971)

### **6.3.3. Teorías:**

6.3.3.1 Teoría del Color: El color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 kilómetros por segundo. Esto significa que los ojos reaccionan a la incidencia de la energía y no a la materia en sí.

Las ondas forman, según su longitud de onda, distintos tipos de luz, como infrarroja, visible, ultravioleta o blanca. Las ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 380 y 770 nanómetros.

Los objetos devuelven la luz que no absorben hacia su entorno. El campo visual interpreta estas radiaciones electromagnéticas que el entorno emite o refleja, como la palabra "color". ("Teoría del color", 2010. <http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm>)

El color es más bien una sensación ya que en realidad no existe. Es la percepción que el cerebro interpreta al momento que los ojos captan el reflejo de la luz en un objeto.

### Propiedades del Color

Para poder definir la amplia gama de colores que existen es necesario conocer los 3 atributos que dispone un color:

- Tonalidad
- Saturación
- Brillo ("Teoría del color", 2010. <http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm>).

6.3.3.7 Teoría de Gestalt: Término alemán, sin traducción directa al castellano, pero que aproximadamente significa forma, totalidad, configuración. La forma o configuración de cualquier cosa está compuesta de una figura y un fondo. ("Teoría de Gestalt", 2011. <http://teoriadaprendizaje.blogspot.com/p/gestalt.html>).



## Leyes de la organización perceptual

### 1. Relaciones figura-fondo

La figura es aquello en lo que se enfoca la atención: resalta y es más notable o sobresaliente que el fondo. En algunos casos, lo que son la figura y el fondo en una escena dada resulta, y el sujeto que percibe puede organizarlos de cierta manera, y entonces cambiar y verlos de otra. La gente aprende básicamente acerca de la figura en la que concentra su atención, y no acerca del fondo. (“Teoría de Gestalt”, 2011. <http://teoriadaprendizaje.blogspot.com/p/gestalt.html>).

### 2. Ley de la proximidad

Los elementos de un campo tienden a agruparse de acuerdo con su cercanía o proximidad. Cuanto más cerca se encuentren dos elementos, mayores probabilidades tienen de agruparse.

Pero este factor de la proximidad está en uso constante cuando nos comunicamos mediante la lectura, la escritura o el habla. Escuchamos el lenguaje como una serie de palabras distintivas con pausas entre palabras y oraciones, aun cuando un espectrograma muestre una corriente casi continua de sonido. En las lecturas se usan espacios entre las palabras a fin-de-se-gres-gar-las-pa-la-bras-en-u-ni-da-des, y la misma se complica cuando se rompe esta segregación. (“Teoría de Gestalt”, 2011. <http://teoriadaprendizaje.blogspot.com/p/gestalt.html>).

### 3. Ley de la similitud

La ley de la similitud estipula que los similares en lo que respecta a alguna característica (forma, color, textura, etc.) tendrán que agruparse, siempre que factores de proximidad no anulen este efecto.

El seguimiento de un mensaje verbal se torna cada vez más difícil si la calidad de la voz se altera constantemente (al empalmar en una cinta magnetofónica una voz diferente para cada palabra al mensaje). Se obtiene un resultado similar al leer ToDaSlAsLeTrAsJuNtAs (todas las letras juntas), donde todas las letras dentro de una palabra suele tener casi el mismo tamaño y color, lo que facilita el agrupamiento. (“Teoría de Gestalt”, 2011. <http://teoriadaprendizaje.blogspot.com/p/gestalt.html>).

### 4. Ley de la simplicidad

Establece que si todo permanece constante, la persona ve el campo perceptual como si estuviera organizado en figuras simples y regulares. Es decir habrá una tendencia hacia las buenas Gestalt de simetría, regularidad y uniformidad. La teoría de Gestalt es un movimiento psicológico el cual dice que toda forma que llega a la mente tiene una figura (plano principal, lo importante) y un fondo (plano secundario, no es tan importante) según lo que ella percibe. (“Teoría de Gestalt”, 2011. <http://teoriadaprendizaje.blogspot.com/p/gestalt.html>).

### **6.3.4. Tendencias:**

#### 6.3.4.1 Super-geométrica:

Las líneas rectas, los detalles, la perfección y la inspiración tomada por el arte chino “origami“, son algunas de las características de esta tendencia. Es importante no dejarse engañar por la aparente simplicidad, aunque, el nivel de habilidad y la atención necesaria para producir este tipo de trabajo. (Occi Olachea, 2014).

Esta tendencia utiliza muchas líneas, es una de las tendencias más simples pero a la vez más complicadas pues todo debe de estar muy bien pensado antes de aplicarlo al diseño.

#### 6.2.4.2 A mano alzada

Esta tendencia de diseño es lenta pero asegura una atracción poderosa. Es totalmente artesanal, las ilustraciones detalladas y un tanto hiperrealistas o al estilo del siglo XIX, son la mejor opción para quienes gustan seriamente de llamar la atención. Después de décadas en donde la fotografía fue impulsada por el diseño y viceversa, los dibujos volverán a tener una gran demanda seria (Occi Olachea, 2014).

Es más que todo dibujo pues esta tendencia regresa después de haber pasado de moda y con más fuerza que antes se requiere de mucho esfuerzo pues todo en esta tendencia se refiere a dibujos hechos a mano por el diseñador.

#### 6.2.4.3 Técnico

Este tipo de diseño se abrió camino gracias al diseño e introducción de la infografía, ya que el diseño técnico, se caracteriza por ser claro, limpio, sencillo y preciso, perfecto para el uso en las ocupaciones crónicas y la falta de tiempo. Las líneas limpias y el uso

reflexivo del color, son algunos de los puntos finos de la ilustración técnica. (Occi Olachea, 2014).

Esta tendencia estuvo de moda solo en infografías pero ahora en este siglo es una tendencia con mucha demanda por ser tan clara, simple, entendible y encaja perfecto para resumir toda la información debido al poco tiempo que ahora se maneja en la sociedad.

#### 6.2.4.4 Minimalismo

Es una tendencia del diseño en la cual todo se reduce a lo esencial utilizando elementos mínimos y básicos. En el minimalismo todo está en darle sentido a las cosas se apela a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples. (Occi Olachea, 2014)

Las características básicas del estilo minimalista son:

- Abstracción total: las obras operan sólo en términos de color, superficie y formato
- Economía de lenguaje y medios.
- Producción y estandarización industrial.
- Uso literal de los materiales.
- Austeridad con ausencia de ornamentos.
- Purismo estructural y funcional.
- Orden.
- Geometría Elemental Rectilínea.
- Precisión en los acabados.
- Reducción y Síntesis.
- Máxima sencillez.
- Concentración.
- Desmaterialización.

# Capítulo VII

## **Capítulo VII**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

#### **7.1.2 Ciencias:**

7.1.2.1 Semiología: La semiología se aplicará al proyecto, pues a través de los signos y los símbolos es como se dará a conocer la información en el folleto impreso, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza).

7.1.2.2 Sociología: El estudio de las personas o seres humanos es la función de esta ciencia; por lo tanto se aplicará al proyecto para conocer al grupo objetivo al que va dirigido y así realizar un material acorde a sus gustos y preferencias.

7.1.2.3 Psicología: Esta ciencia servirá para conocer mejor a las personas, teniendo como resultado un material agradable y fácil de entender, de acuerdo al perfil psicográfico y conductual del grupo objetivo.

7.1.2.4 Psicología de la comunicación: La psicología de la comunicación permitirá la incorporación de conceptos y técnicas que ayudarán a generar un cambio en la conducta de las personas, para prevenir los problemas renales en niños de 10 a 14 años de edad.

7.1.2.5 Psicología del color: Es la psicología que se encarga de estudiar el comportamiento y la percepción humana ante el efecto del color, por lo que ayudará a tener el conocimiento acerca de la percepción del color y utilizar los más adecuados para el proyecto.

7.1.2.6 Psicología de la imagen: Estudia la percepción que tienen las personas hacia los colores, posiciones, formas, entre otros, que contienen las imágenes visualmente. Por lo tanto, es indispensable al momento de plasmar cualquier imagen en el proyecto para que sea agradable a la vista del lector.

### **7.1.3 Artes:**

7.1.3.1 Dibujo: Es una representación gráfica realizada en una superficie, la cual servirá en el proyecto para que la información se ejemplifique a través del dibujo y ayude a que el grupo objetivo comprenda fácilmente el texto informativo.

7.1.3.2 Juegos Dinámicos: Los juegos dinámicos se aplicarán en el proyecto por ser el grupo objetivo niños de 10 a 14 años, pues a través de la psicología se logró conocer que para este rango de edad se necesita captar la atención de una forma interactiva al hacer que los niños sientan que ellos participan dentro del proyecto y convirtiéndolo en más atractivo para ellos.

#### **7.1.4 Teorías:**

7.1.4.1 Teoría del Color: Antes de aplicar cualquier elemento en un proyecto, se debe tener conocimiento del mismo para saber cómo plasmarlo en términos generales. Esta teoría ayuda a saber incluir el color o gama de colores de la mejor manera dentro del diseño del proyecto, de acuerdo a las preferencias del grupo objetivo.

7.1.4.2 Teoría de Gestalt: Es un movimiento psicológico que dice toda forma que llega a la mente tiene una figura (plano principal, lo importante) y un fondo (plano secundario, no es tan importante,) según lo que ella percibe, por lo cual se aplica al proyecto, ya que dentro del mismo se tiene un orden jerárquico haciendo saber instantáneamente por medio de colores, tipografías, formas, entre otros. Además, es el plano principal (lo más importante) dentro del proyecto y qué está en segundo plano (menos importante).

#### **7.1.5 Tendencias:**

7.1.5.1 Super-geométrica: Esta tendencia se aplicará, ya que el proyecto tiene como uno de los puntos de enfoque las figuras geométricas dentro del diseño, para hacerlo mas sencillo, ordenado y entendible para el grupo objetivo.

7.1.5.2 A mano alzada: Se realizarán varios dibujos con la tendencia a mano alzada en el folleto impreso colocándolos de manera estratégica para facilitar la comprensión del texto informativo de forma gráfica.

7.1.5.3 Técnico: Esta tendencia se caracteriza por ser clara, limpia, sencilla y precisa, por lo que se aplicará en el proyecto. Hay varios puntos por los que esta tendencia fue



indispensable para la realización del proyecto como principal el grupo objetivo, pues son niños de 10 a 14 años de edad que tiene menor capacidad de atención. Con esta tendencia se logrará que el proyecto llame su atención de forma que se interesen por leer la información del folleto.

7.1.5.4 Minimalismo: En el minimalismo todo está en darle sentido a las cosas, se apela a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples. Es así como se realizará el proyecto con un diseño limpio y sencillo a la vista del lector, que es lo que requiere el grupo objetivo.

## **7.2 Conceptualización:**

### **7.2.1 Método: DO IT**

#### **¿Qué es?**

Es una técnica desarrollada por Roger Olsen.

Do It, traducido "hágalo" se basa en los siguientes conceptos:

- Definir
- Abierto
- Identificar
- Transformar

Esto viene a significar la necesidad de definir problemas, abrirse a muchas soluciones posibles, identificar la mejor solución y luego transformarlo en acción con eficacia.

### **Definir el problema**

Es necesario que el problema esté correctamente identificado. Se trata de definir el problema. Los pasos son:

**Foco de Mente:** Se debe preguntar por qué el problema existe. Esto puede conducir a una más amplia declaración del problema. Intento de subdividir el problema en más pequeños problemas. Esto puede conducir a una nueva exposición más estrecha del problema.

- **Apretón de Mente:** Anotar al menos dos palabras del objetivo del problema. Seleccionar la combinación de las palabras que mejor representa el problema exacto que se quiere solucionar. Usar esto para escribir una nueva exposición nueva, más óptima y eficaz del problema.
- **Extensión de Mente:** catalogar los objetivos y criterios que la solución del problema ha de satisfacer. (Pensar en los obstáculos que deben ser vencidos.)

### **Abrirse a soluciones**

Ábrirse para considerar muchas ideas de solución. Catalogar cualquier idea que está sobre su mente. Entonces....

- **Mente Sin falta:** Preguntar a otra gente. Usar las soluciones como promotores para las propias ideas.
- **Sorpresa de Mente:** Listar ideas ridículas. Úsarlas para provocar más razonablemente.
- **Mente Libre:** Estimular ideas frescas forzando semejanzas entre el problema y cosas que lógicamente no estén relacionadas con el problema. Anotar el nombre de un objeto físico, cuadro, planta o animal. Catalogar sus características detalladamente. Utilizar las características catalogadas para estimular ideas.

### **Identificar soluciones**

Identificar la mejor solución al problema y modificar hasta que esté listo para transformar la idea en acción.

- **Mente se integra:** Repasar los objetivos y los criterios y seleccionar así la mejor de las ideas que surjan.
- **Mente se refuerza:** Catalogar los aspectos negativos de la idea. Intentar reducirlos.
- **Mente Estimula:** Exagerar lo peor y la mejor consecuencia potencial que podría ser resultado de la puesta en práctica de la solución.

### **Transformar idea en acción**

Desarrollar la idea de solución en acciones.

### 7.2.1.1 Desarrollo del Método

#### Definir el problema

- **Foco de Mente:** El problema existe debido a que la Fundación AMOR no posee un folleto impreso que informe a niños acerca de la prevención de problemas renales, lo que es indispensable para sus pacientes entre 10 a 14 años de edad.
  
- **Apretón de Mente:** Folleto, prevención, fundación. No existe en la Fundación AMOR un folleto impreso que informe a los niños acerca de cómo prevenir los problemas renales.
  
- **Extensión de Mente:**
  1. Los niños en la capital de Guatemala sabrán cómo prevenir los problemas renales.
  2. Habrá menos casos de problemas renales (insuficiencia renal entre ellos) en niños dentro de la capital de Guatemala.
  3. Los padres de familia estarán informados también, ya que a través de sus hijos conocerán qué medidas tomar para prevenir estos problemas o si se presentan síntomas sabrán a qué fundación acudir.

#### Abrirse a soluciones

- **Mente Sin falta:** Preguntando a otras personas, le darían solución al realizar campañas de prevención infantiles y algún tipo de documento que los informe.

- **Sorpresa de Mente:**

1. Andar en un camión identificado por la Fundación, gritando con una especie de megáfono o micrófono, todo lo que se debe hacer para prevenir este tipo de problemas.
2. Ir vestida de riñón a los colegios y escuelas de la ciudad regalándole a niños los alimentos que ayudan a prevenir estos problemas.
3. Crear una institución a donde acudan los padres de familia con sus hijos, en donde se impartirán charlas, todos los días, de cómo prevenir los problemas renales en niños.

- **Mente Libre:**

Perro

Características: Tiene pelo, cuatro patas, cola, cinco dedos en sus patas, dos ojos, nariz, boca, lengua, dientes, dos orejas. La nariz siempre esta fría; ladran; es la mejor compañía, son fieles a sus dueños, no les gusta estar solos, les gusta jugar, la mayoría come concentrado, aprenden muy rápido lo que su amo les enseña y generalmente son amistosos con las personas.

### **Identificar soluciones**

Realizar un folleto informativo de prevención infantil.

- **Mente se integra:** Diseñar un folleto impreso que informe sobre la prevención de problemas renales en niños de 10 a 14 años de edad en la ciudad de Guatemala.

- **Mente se refuerza:** Podría no ser tan llamativo para los niños entre ese rango de edad. A la fundación podría no gustarle la idea de un folleto que informe de estos problemas como también a los patrocinadores de la fundación.
- **Mente Estimula:** Lo peor que se podría dar es que no les llame la atención a los niños y sigan sin saber cómo prevenir los problemas renales y a dónde acudir si se presentan, la mejor consecuencia sería lo contrario, que a los niños les guste el material a realizar y, por lo tanto, estén informados acerca de este tipo de problemas.

### **Transformar idea en acción**

**Acción:** Diseñar un folleto impreso que informe y prevenga a niños entre 10 a 14 años de edad, acerca de los problemas renales que existen.

### **7.2.2 Desarrollo del Concepto**

El objetivo del proyecto es informar acerca de los problemas renales a niños entre 10 a 14 años de edad. Al proporcionar dicho material impreso, los niños podrán tener mayor conocimiento acerca de la prevención de la insuficiencia renal para que puedan implementarlo en su vida actual y futura.

#### **7.2.2.1 Frases Surgidas:**

- Por una vida sana y próspera, previene.
- Por una vida mejor para nuestro niños.
- Hoy elijo al conocimiento, antes que la ignorancia.
- Unidos por un futuro sin insuficiencia renal.

- Por un futuro mejor a través de la prevención

#### **7.2.2.2 Frase Final:** “Por un futuro mejor a través de la prevención”

Esta frase se reflejará en el proyecto, pues siendo el tema principal, todo lo que se diseñará y se plasmará en el folleto de forma gráfica y textual, será para comprender y saber cómo los niños del rango de edad establecido anteriormente, pueden prevenir este tipo de problemas renales para que en un futuro sean mujeres y hombres con vida sana y plena.

### 7.3 Bocetaje:

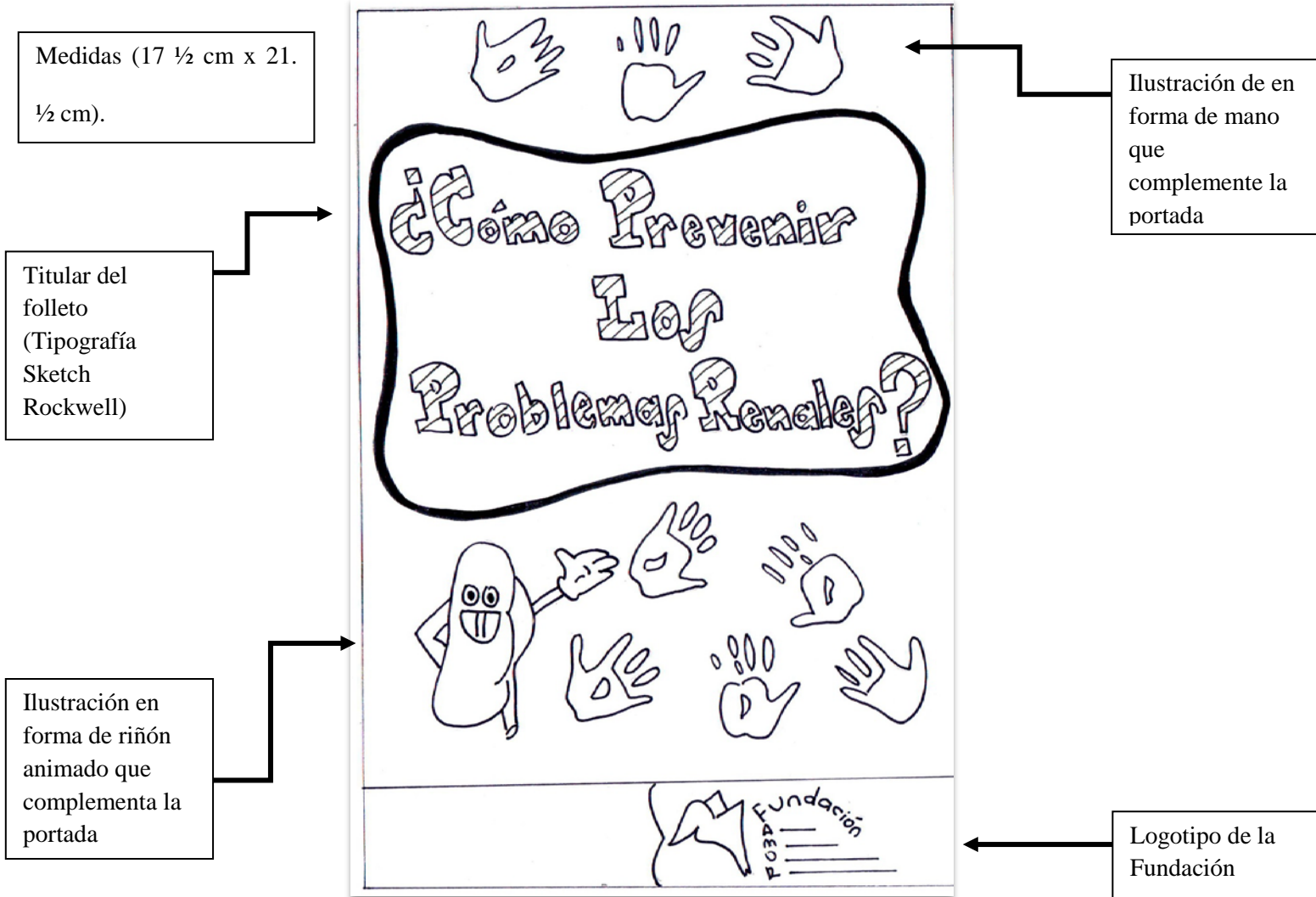
Tabla de requisitos:

<b>Elemento gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
Color	Establecer un orden por medio del margen de diagramación que indica los parámetros del área de trabajo dentro de la publicación.	Ilustrador: márgenes de diferentes colores con un diseño específico, en cada una de las páginas.	Estabilidad
Tipografía	Lograr jerarquías visuales entre título, subtítulo e información de la publicación.	Ilustrador: 2 a 3 tipos de tipografía. Utilizar negrillas y color en los títulos en algunas ocasiones.	Tranquilidad
Ilustraciones	Lograr que el lector comprenda sobre lo que está leyendo dándole un ejemplo gráfico a través de las ilustraciones.	Ilustrador: primero crear las ilustraciones necesarias a mano alzada con lápiz y papel, acordes al texto informativo y al proyecto, digitalizarlas utilizando las herramientas necesarias para ello.	Seguridad



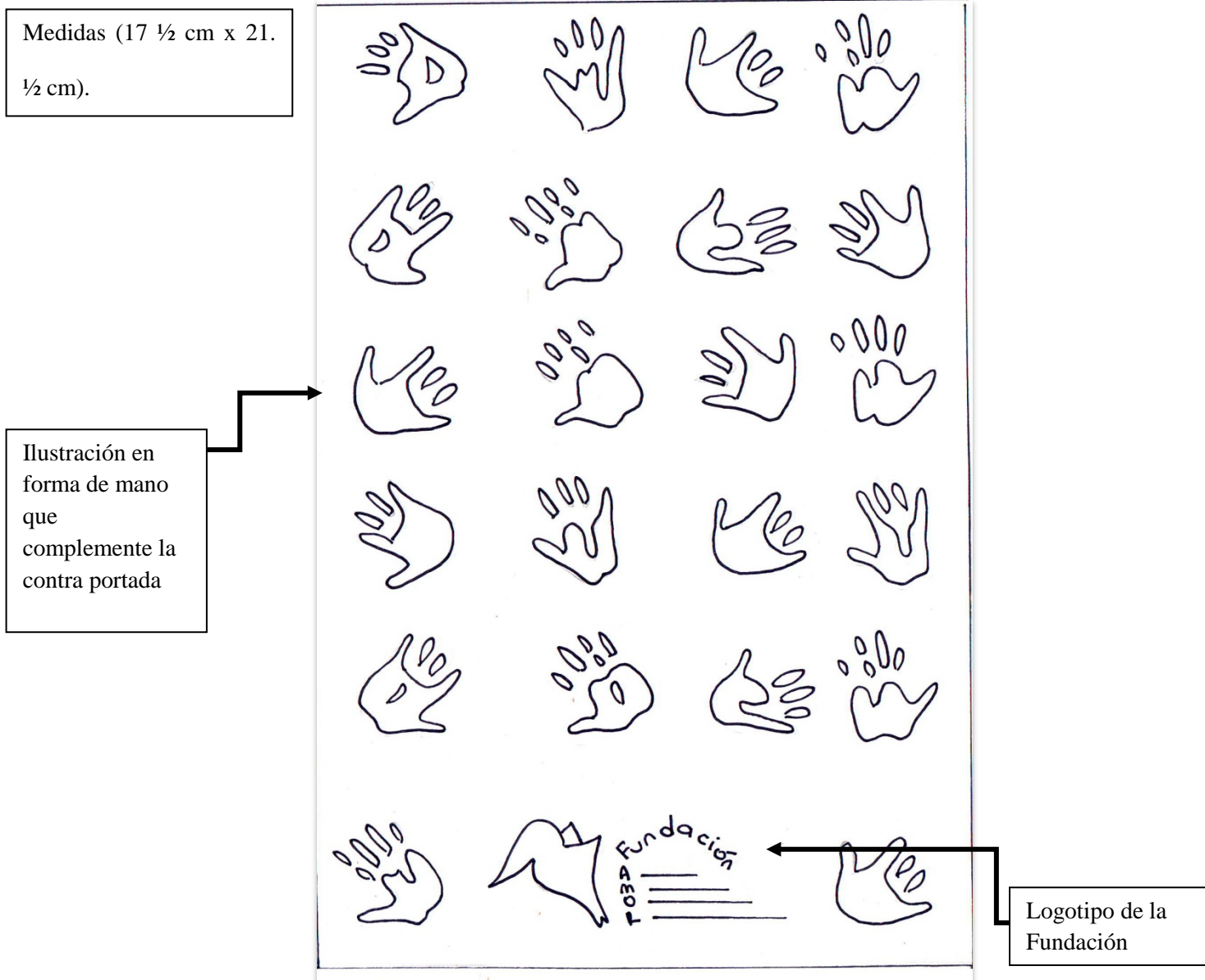
### 7.3.1. Bocetos a base de dibujo natural

#### 7.3.1.1 Portada (Propuesta 1)



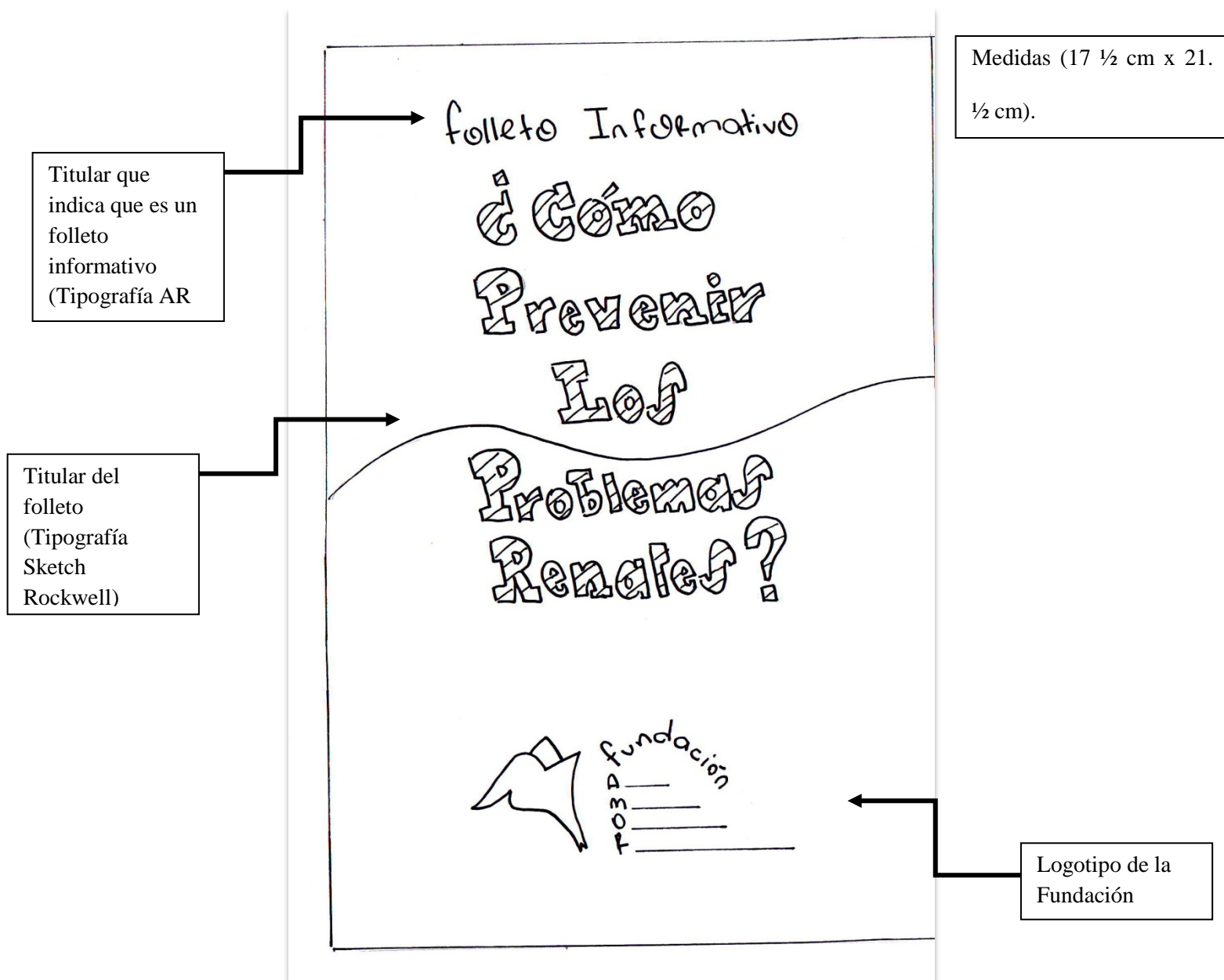
**Interpretación:** Esta propuesta contiene un fondo que simula manos de niños pintadas con pinturas de colores, las que se colocaron para que el grupo objetivo se familiarice con el material con una actividad tan común como es pintar con las manos. El título en medio de la portada, el personaje del folleto (riñón animado) el que se realizaron pensando en relacionar el personaje con el tema del material.

### 7.3.1.2 Contraportada (Propuesta 1)



**Interpretación:** Esta propuesta de contraportada contiene un fondo que simula manos de niños pintadas con pinturas de colores, las que se colocaron para que el grupo objetivo se familiarice con el material con una actividad tan común como es pintar con las manos, y el logotipo que identifica a la fundación.

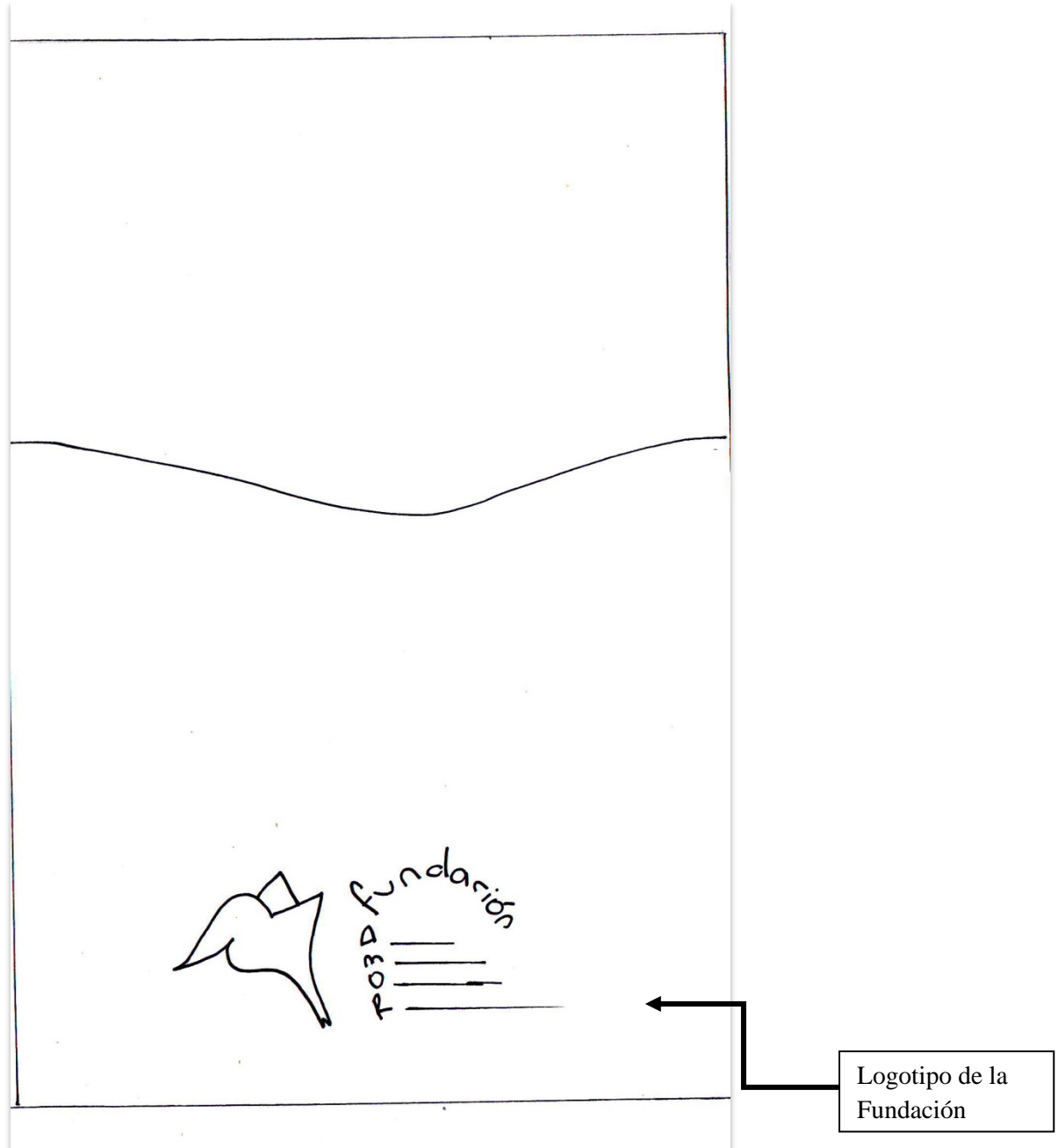
### 7.3.1.3 Portada (Propuesta 2)



**Interpretación:** Esta propuesta de portada contiene el titular con letras de colores para llamar la atención del grupo objetivo, ya que es el elemento principal. Está dividida en dos partes, la parte de arriba a color (morado) y la de abajo en color blanco; por último el logotipo que identifica a la fundación.

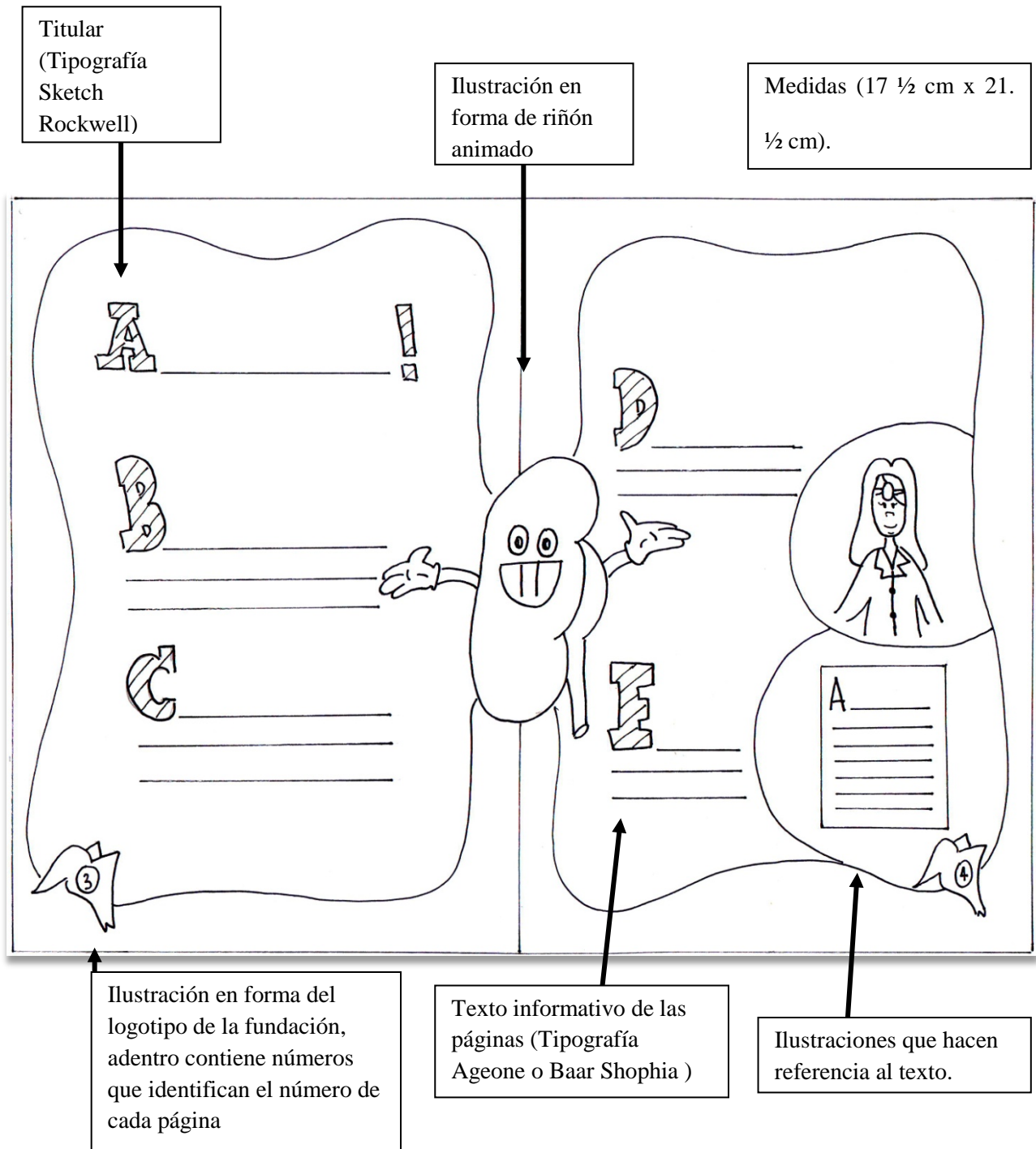
### 7.3.1.4 Contraportada (Propuesta 2)

Medidas (17 ½ cm x 21. ½ cm).



**Interpretación:** Esta propuesta de contra portada está dividida en dos partes, la parte de arriba en color blanco y la de abajo a color (morado) para complementar la portada, por último el logotipo que identifica a la fundación.

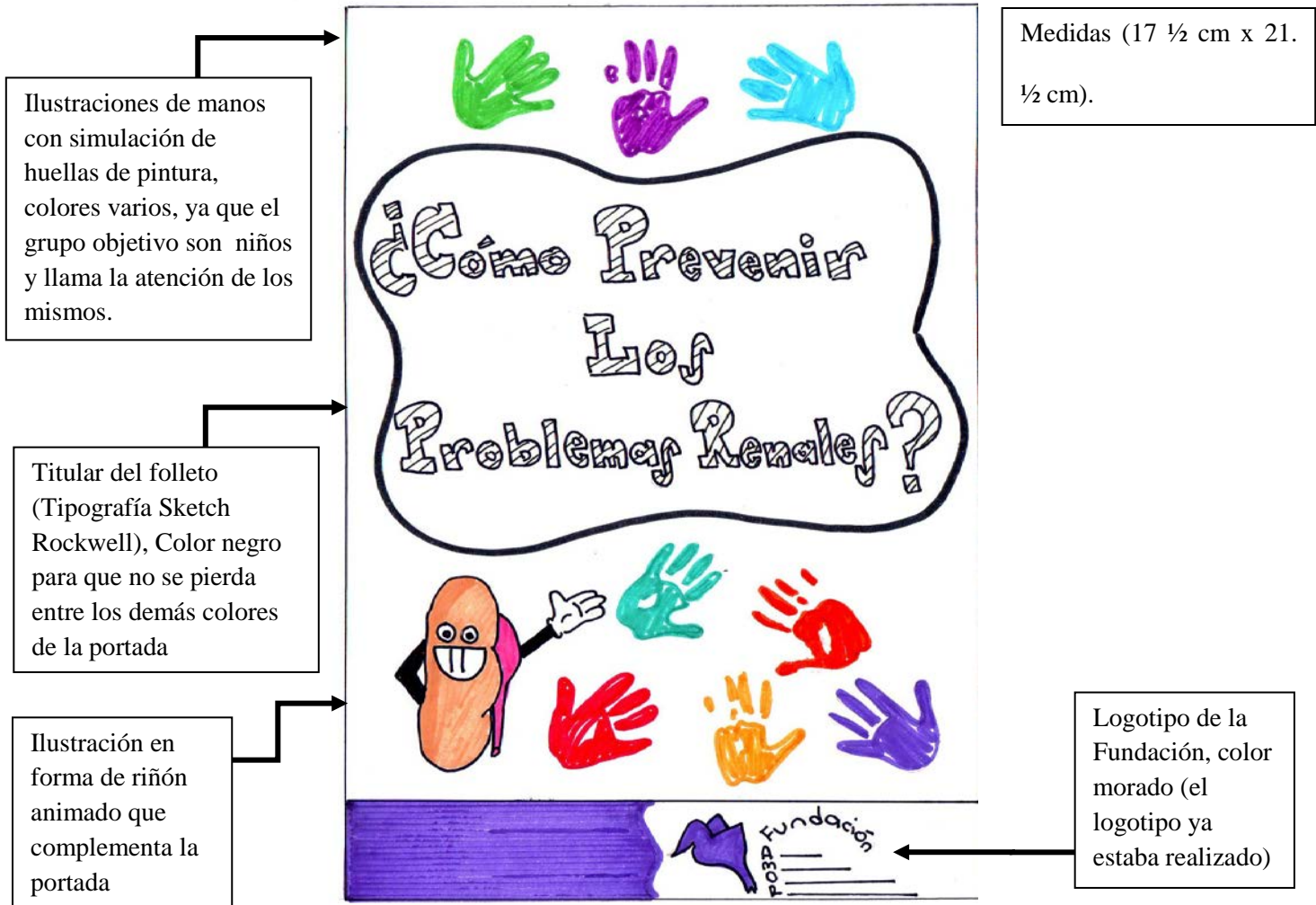
### 7.3.1.5 Diagramación de páginas del interior



**Interpretación:** Esta propuesta es en base a las páginas interiores del folleto impreso, contiene texto informativo e imágenes que hacen referencia al texto.

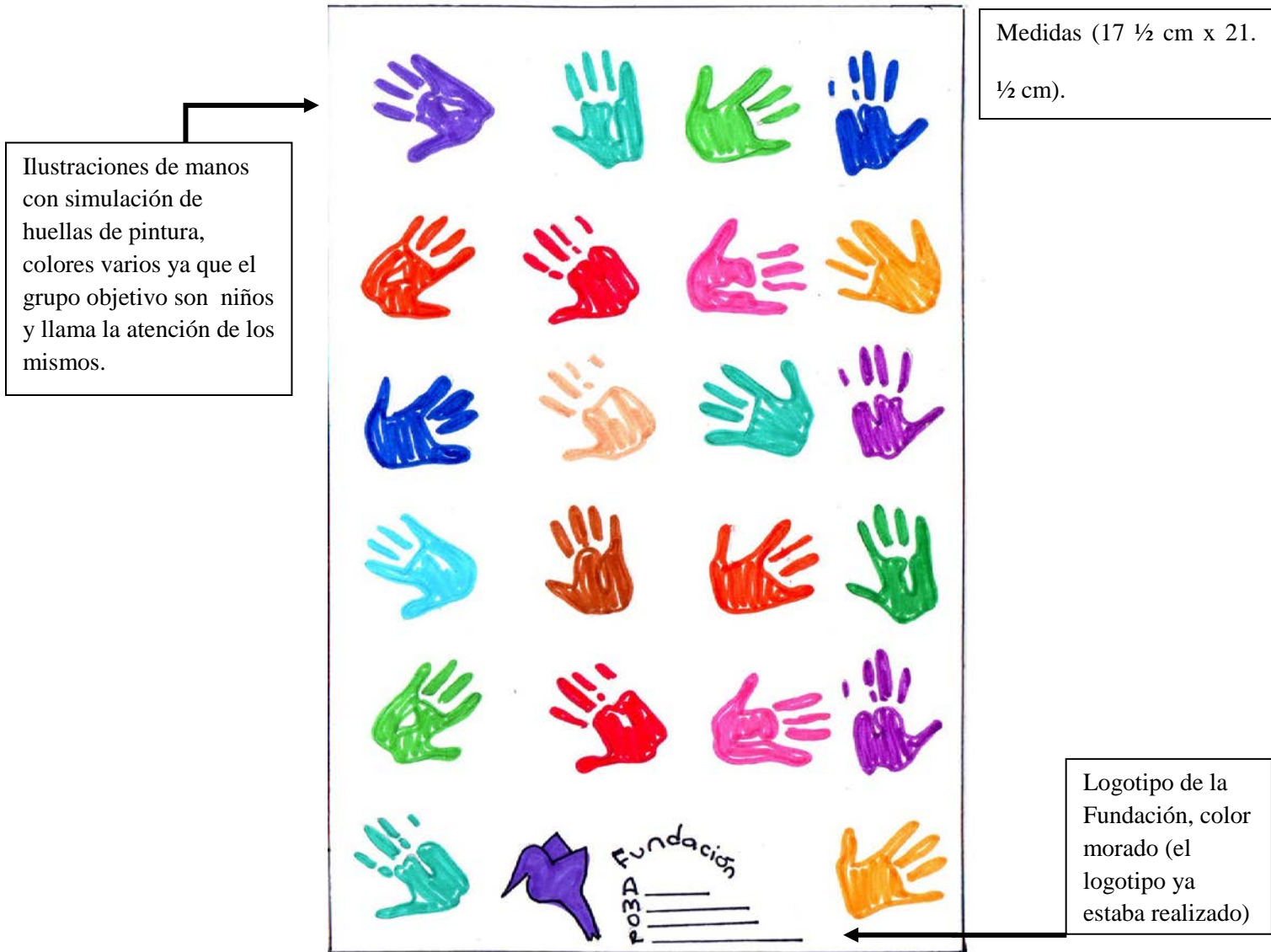
### 7.3.2. Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico

#### 7.3.2.1 Portada (Propuesta 1)



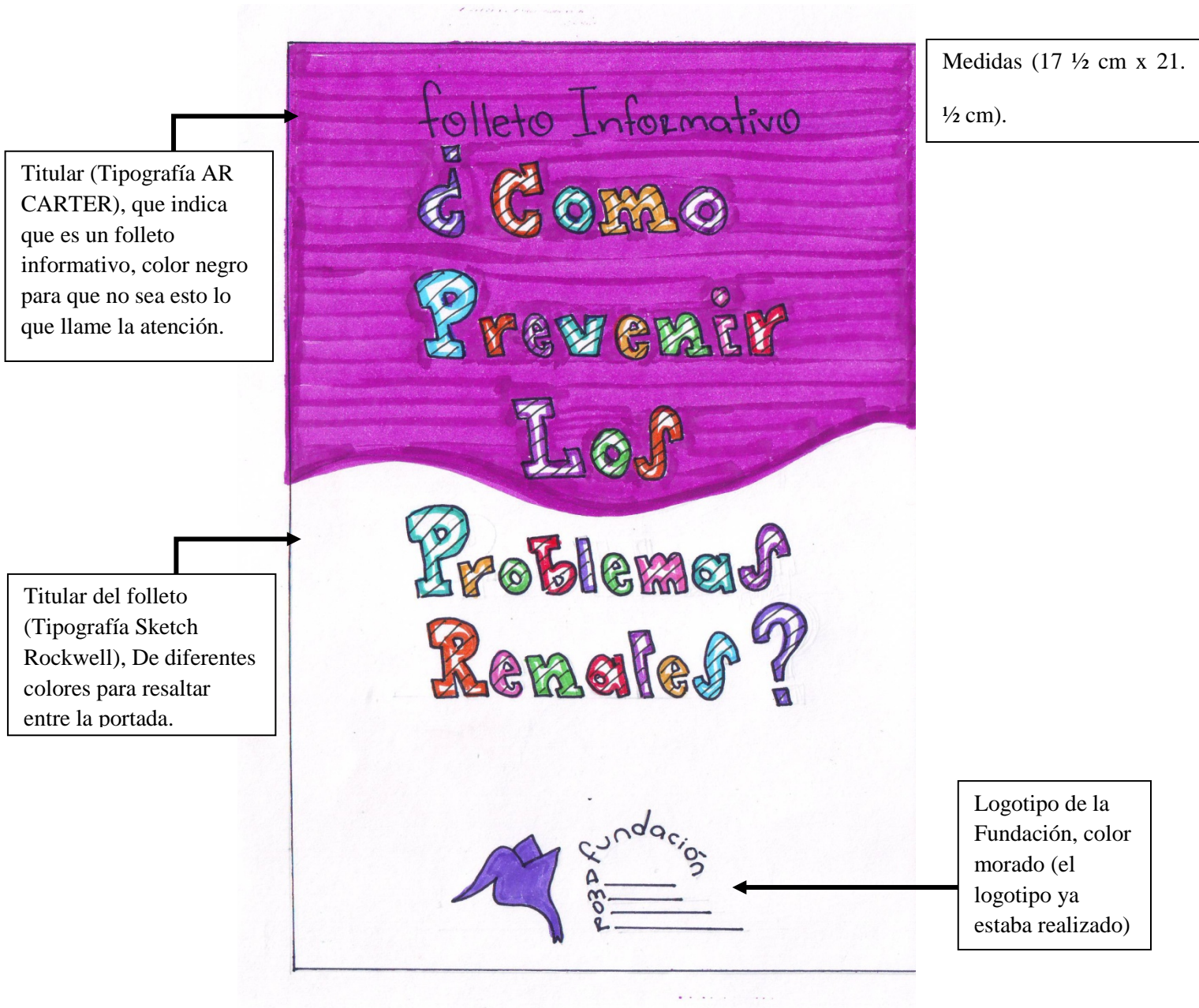
**Interpretación:** El objetivo de esta propuesta es llamar la atención del grupo objetivo (niños de 10 a 14 años de edad) Al utilizar una amplia gama de color y simular huellas de manos con pintura y, por lo consiguiente, se interesen por el contenido interior.

### 7.3.2.2 Contraportada (Propuesta 1)



**Interpretación:** El objetivo de esta propuesta es llamar la atención del grupo objetivo (niños de 10 a 14 años de edad) Al complementar la portada y tener un diseño atractivo, ordenado y lógico a la vez.

### 7.3.2.3 Portada (Propuesta 2)

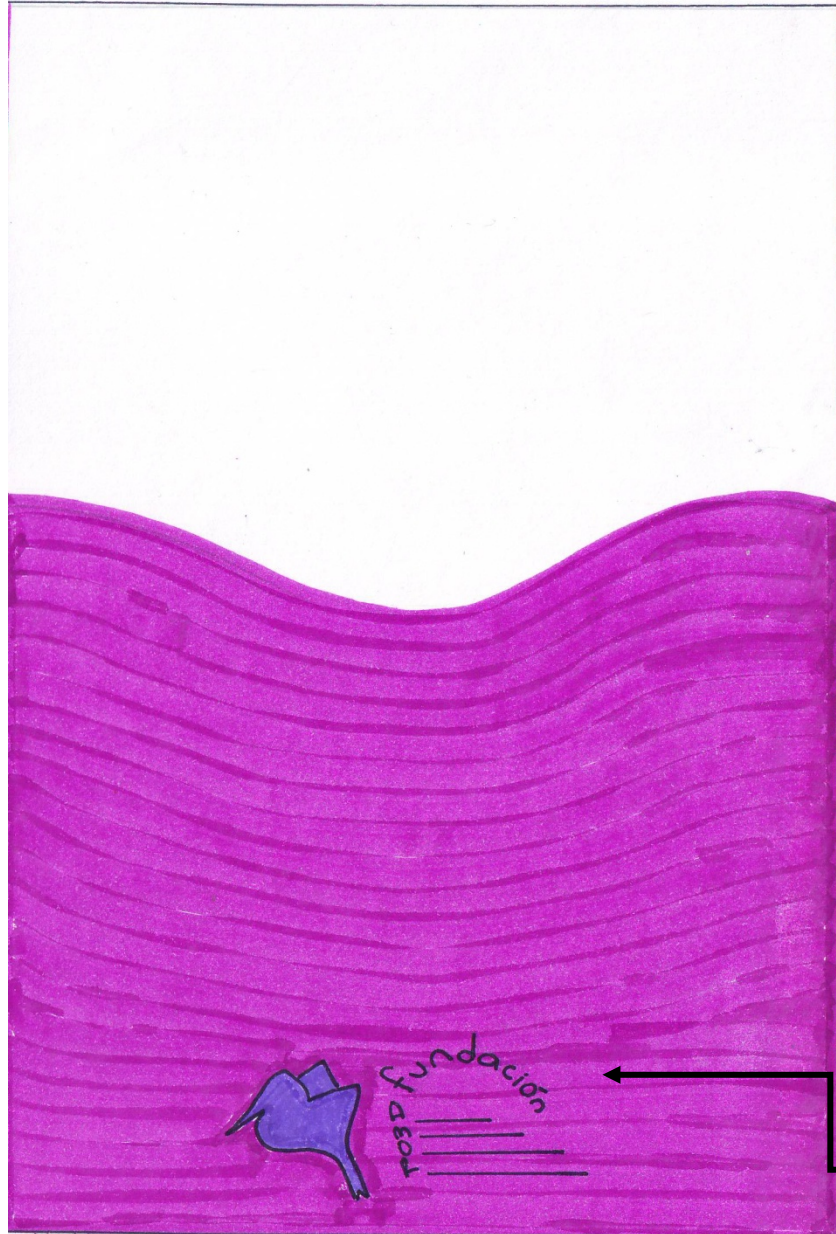


**Interpretación:** El objetivo de esta propuesta es llamar la atención del grupo objetivo (niños de 10 a 14 años de edad), Al centrar la atención en el titular del folleto impreso con colores, que resaltan ante el color de fondo del mismo.



### 7.3.2.4 Contraportada (Propuesta 2)

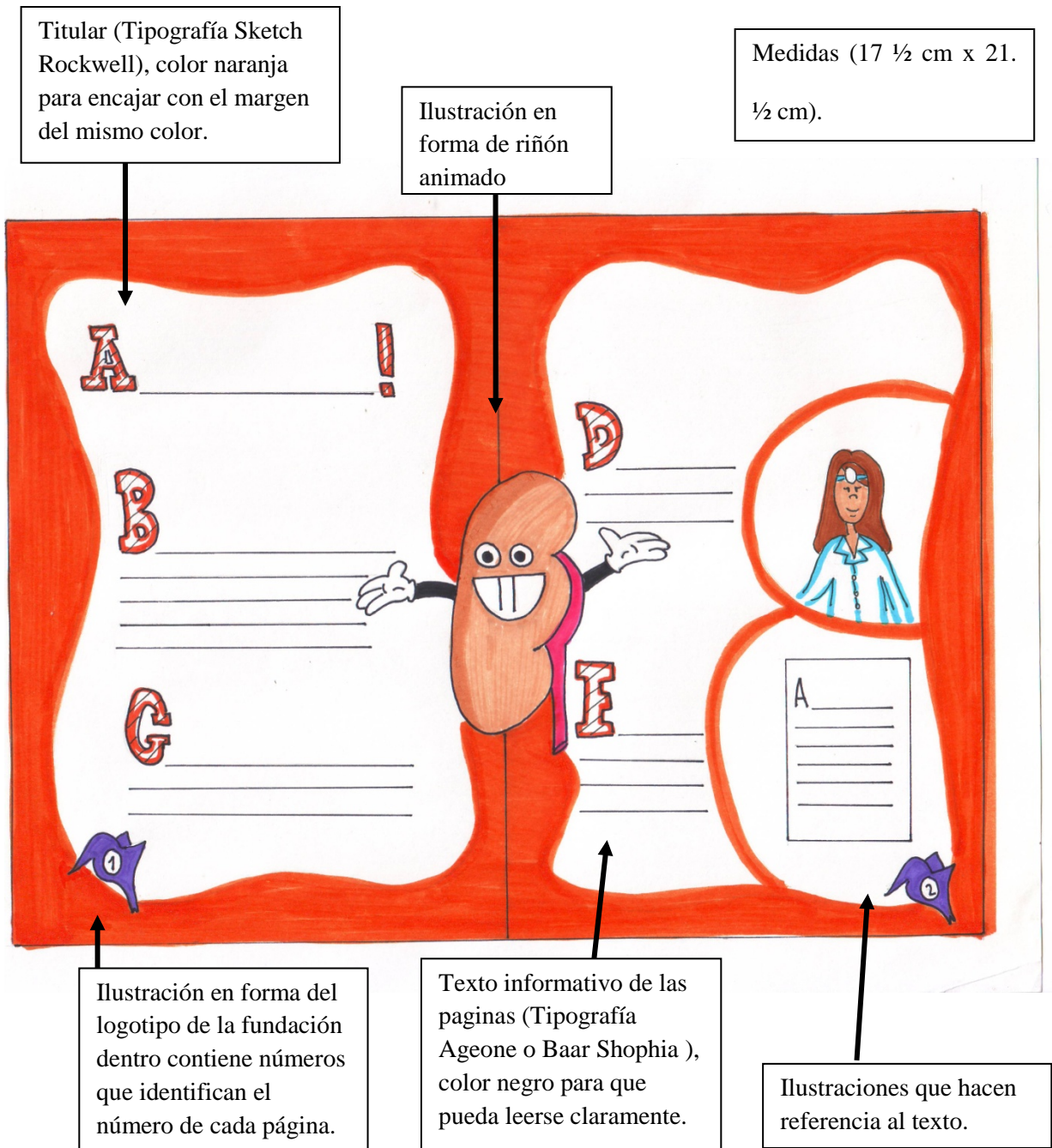
Medidas (17 ½ cm x 21.  
½ cm).



Logotipo de la  
Fundación, color  
morado (el  
logotipo ya  
estaba realizado)

**Interpretación de Contra Portada 2:** En esta propuesta de contraportada se quiere lograr complementar la portada y tener como resultado un folleto muy ordenado y llamativo a la vez.

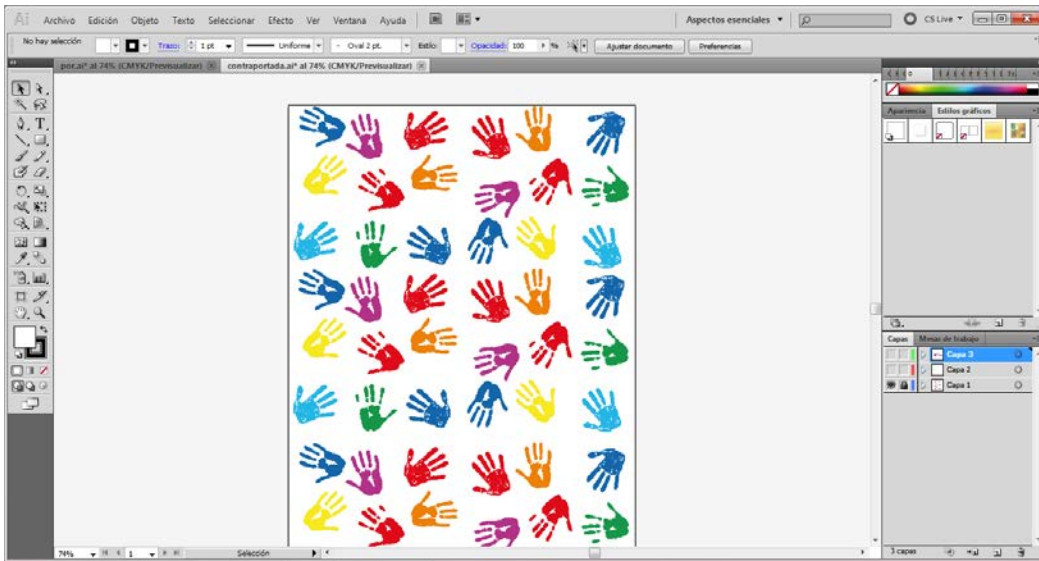
### 7.3.2.5 Diagramación de páginas del folleto



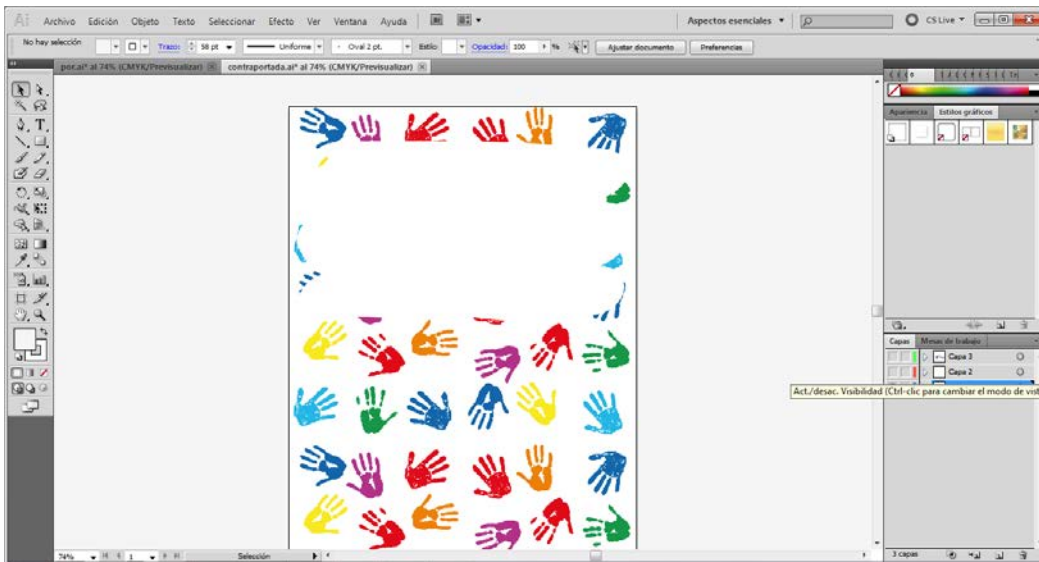
**Interpretación:** Esta propuesta es en base a las páginas interiores del folleto impreso. Lo que se quiere lograr es tener mayor impacto visual para captar la atención del grupo objetivo y sea más fácil leer el contenido informativo.

### 7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos:

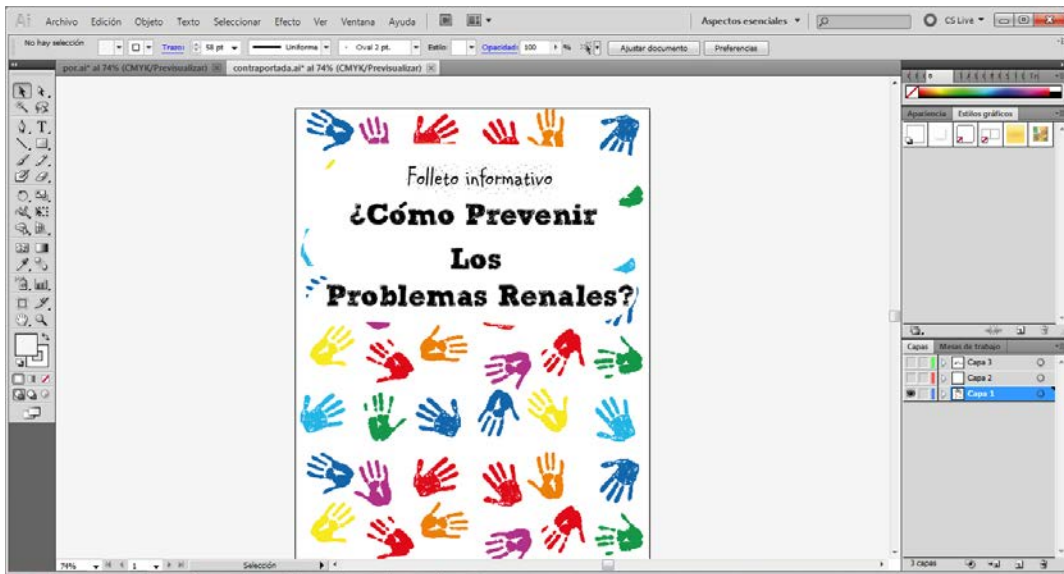
**7.3.3.1 Portada** Se eligió esta propuesta de portada, pues es la que mas se identifica con el perfil psicográfico y conductual del grupo objetivo.



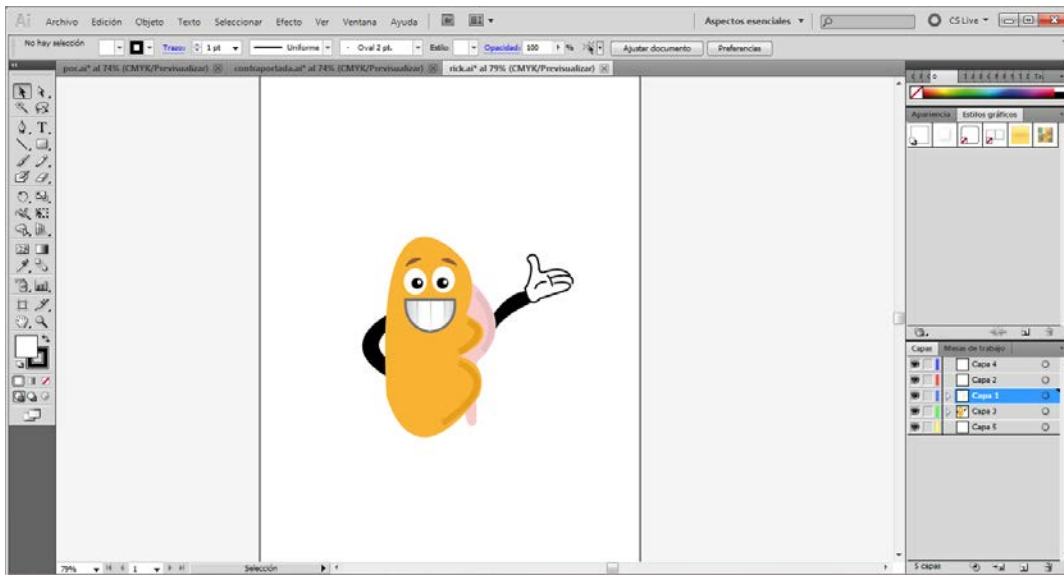
**Paso 1:** Se coloca el fondo de la portada.



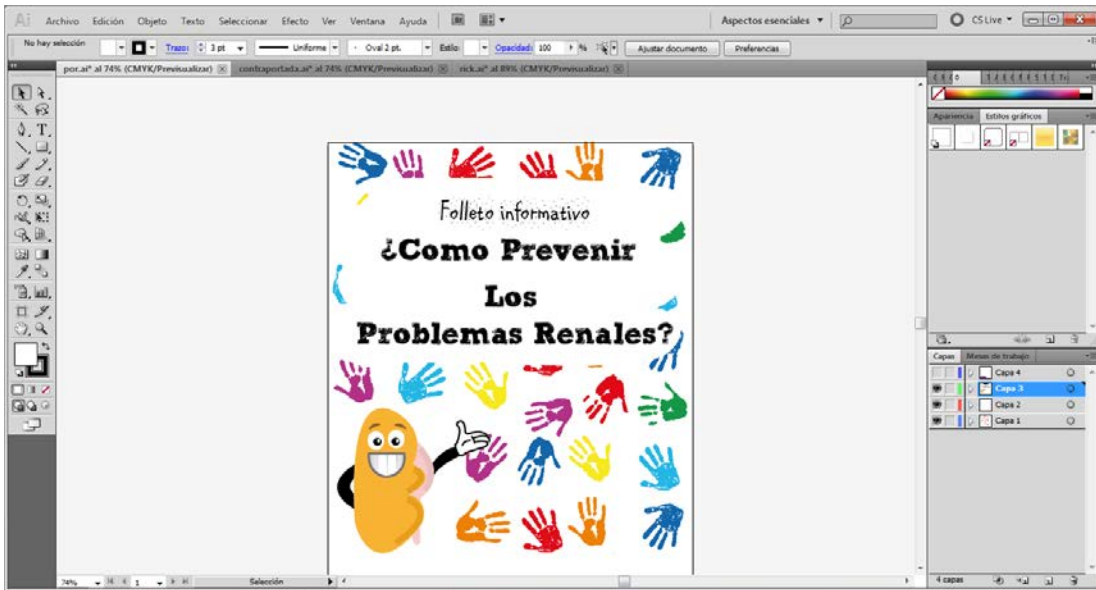
**Paso 2:** Se coloca con la herramienta de pincel la base en donde se colocará el titular de la portada.



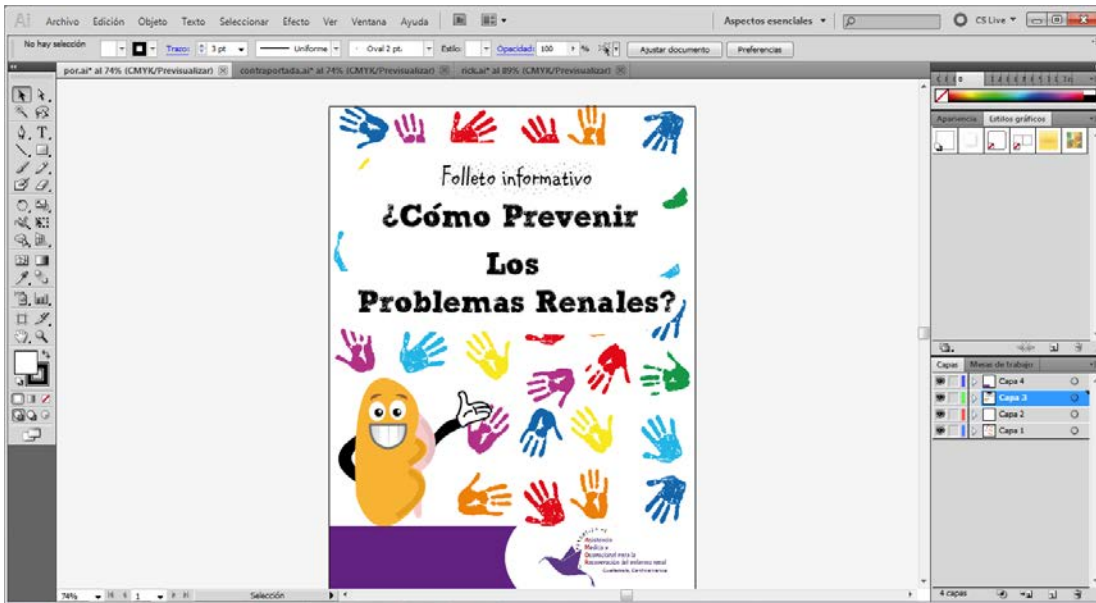
**Paso 3:** Se coloca el titular del folleto dentro de la portada.



**Paso 4:** Se realiza la ilustración del riñón (el personaje del folleto).

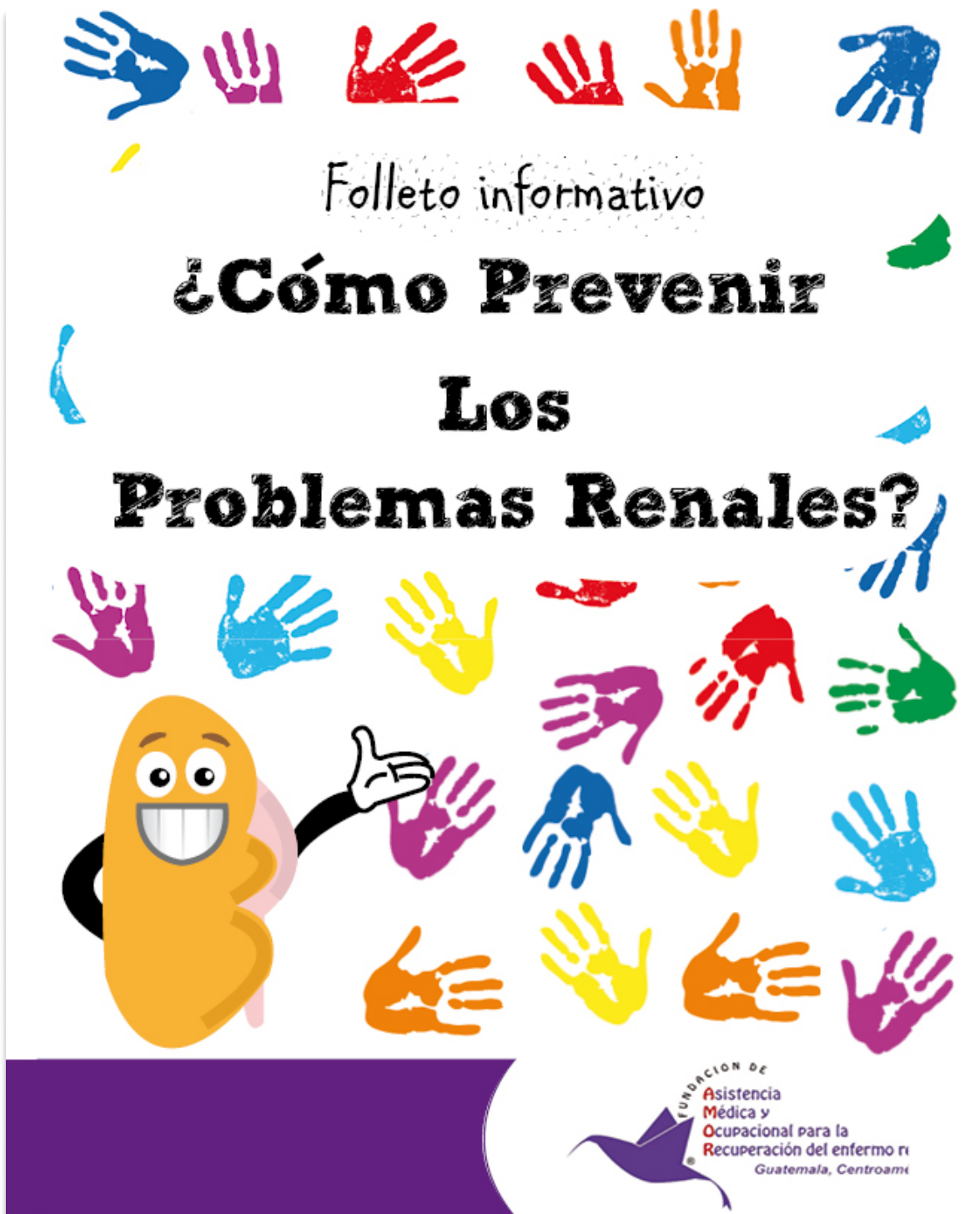


**Paso 5:** Se ubica dentro de la portada al personaje.



**Paso 6:** Se ubica dentro de la portada el logotipo de la fundación.

7.4 Propuesta preliminar:



**Portada**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

Folleto informativo

# ¿Cómo Prevenir Los Problemas Renales?

D.G. Astrid E. Montenegro A.

**Carátula Interna**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

## Índice:

¿Que son los riñones? .....	Págs 1-3.
Algunos Problemas Renales .....	Págs 4-5.
Consejos de Prevención .....	Pág 6-8.
¿Que es Fundación AMOR? .....	Págs 9-10.
Actividades .....	Págs 11-13.

### Índice

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.



## Los Riñones!

¿Los RIÑONES? Exactamente y sin lugar a dudas. Aunque no encontrarás ninguna tarjeta de San Valentín donde aparezca un riñón, los riñones son tan importantes como el corazón. ¡Necesitas al menos un riñón para vivir!

Los riñones normalmente van en pares. Si alguna vez has visto una alubia, tendrás una idea bastante acertada del aspecto que tiene un riñón. Cada riñón mide unos 13 cm (unas 5 pulgadas) de largo y unos 8 cm (unas 3 pulgadas) de ancho y tiene aproximadamente el tamaño de un ratón de ordenador.

Para localizar los riñones en tu cuerpo, ponte las manos sobre las caderas y luego deslízalas hacia arriba hasta palparte las costillas. Luego ponte los pulgares en la espalda y sabrás dónde tienes los riñones. ¡No los notarás, pero están ahí. Sigue leyendo para informarte más sobre los riñones.



1

**Página 1: Los Riñones**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

### **Hacer limpieza:**

Una de las principales funciones de los riñones consiste en filtrar los productos de desecho de la sangre. ¿Cómo llegan esos productos de desecho a la sangre? Pues bien, la sangre reparte nutrientes por todo el cuerpo. En las células se producen reacciones químicas para descomponer y procesar esos nutrientes. Parte de los productos de desecho son el resultado de esas reacciones químicas. Otra parte solo es la materia que el cuerpo no necesita porque ya tiene suficiente. Esos residuos tienen que ir a algún sitio; y es ahí donde los riñones entran en juego.

Primero, la sangre es transportada hasta los riñones por la arteria renal (todas las cosas del cuerpo relacionadas con los riñones se denominan "renales"). Una persona promedio tiene entre 3,7 y 5,7 litros de sangre (de 1 a 1,5 galones) circulando por el cuerpo. Los riñones filtran esa sangre aproximadamente 400 veces al día! Más de un millón de pequeños filtros que se encuentran en el interior de los riñones eliminan los productos de desecho.

Estos filtros, denominados nefronas, son tan diminutos que solo se pueden ver utilizando un microscopio muy potente. Si pusieras toda el agua que bebes en el platillo de una balanza y toda el agua que elimina tu cuerpo en el otro, ambos platillos estarían equilibrados. Tu cuerpo obtiene agua cuando la bebes o cuando bebes otros líquidos. También la obtiene a partir de algunos alimentos, como la fruta y la verdura.



**Página 2: Los Riñones**

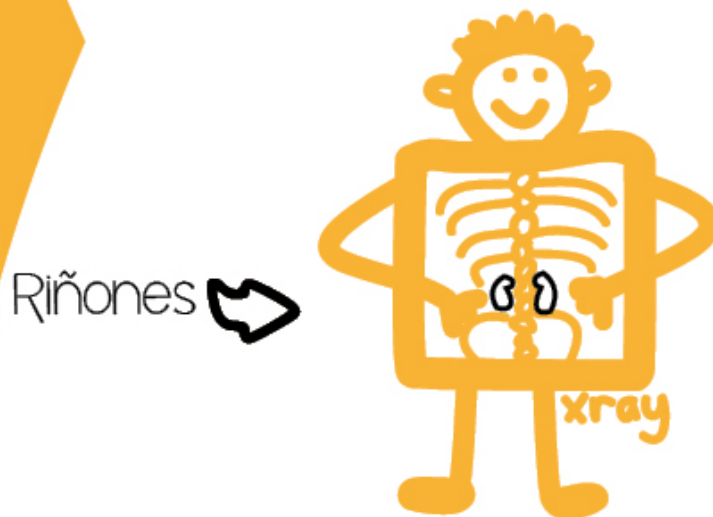
**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

estos filtros, denominados nefronas, son tan diminutos que solo se pueden ver utilizando un microscopio muy potente.

Mantener el equilibrio Los riñones también equilibran el volumen de líquidos y minerales en el cuerpo. Este equilibrio corporal recibe el nombre de homeostasis.

El agua abandona tu cuerpo de varias maneras. Te sale por los poros de la piel cuando sudas, por la boca al respirar y por la uretra cuando orinas. Tus deposiciones también contienen agua. Cuando tienes sed, el cerebro te está diciendo que necesitas más líquido para mantener tu cuerpo lo más equilibrado posible. Si no ingieres suficiente líquido.



**Página 3: Los Riñones**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

## Algunos Problemas Renales...

- La glomerulonefritis: es una inflamación de los glomérulos, las partes de las unidades de filtración (nefronas) de los riñones que contienen una red de capilares (vasos sanguíneos diminutos). El tipo más frecuente de este trastorno es la glomerulonefritis postestreptocócica en niños pequeños, que generalmente es consecuencia de una faringoamigdalitis estreptocócica no tratada. Más del 95% de los niños con este tipo de nefritis se recuperan completamente, pero unos pocos pueden sufrir lesiones renales permanentes que, a la larga, requerirán diálisis o trasplante de riñón.
- La hipertensión: (tensión arterial alta) puede ser la consecuencia de unos riñones deteriorados por alguna enfermedad. Los riñones controlan la tensión arterial regulando la cantidad de sal que hay en el organismo y fabricando una enzima denominada renina que, junto con otras sustancias, controla el estrechamiento o dilatación de las células musculares de las paredes de los vasos sanguíneos. La insuficiencia renal puede ser aguda (repentina) o crónica (con un desarrollo a lo largo del tiempo y generalmente de larga duración o permanente). En ambos tipos de insuficiencia, los riñones reducen el ritmo de filtración o dejan de filtrar sangre eficazmente, lo que provoca la acumulación de productos de deshecho y sustancias tóxicas en la sangre.

4

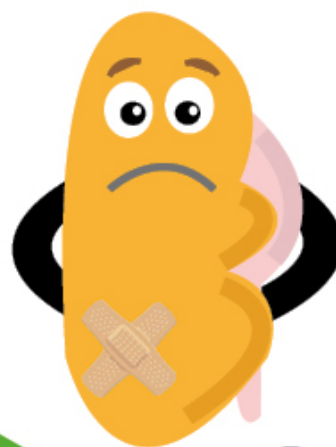
**Página 4: Problemas Renales**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

• Los cálculos renales: (o nefrolitiasis) son el resultado de la acumulación de sales cristalizadas y minerales, como el calcio, en las vías urinarias. Los cálculos renales también se pueden formar tras una infección. Si los cálculos renales son lo bastante grandes como para obstruir el riñón o el uréter, pueden provocar un intenso dolor abdominal. Pero generalmente las piedras renales pasan por las vías urinarias y son expulsadas al exterior sin crear grandes problemas. En algunos casos tienen que extirparse quirúrgicamente.

• La nefrosis: es una enfermedad renal caracterizada por una serie de síntomas y desequilibrios químicos (acumulación de cantidades excesivas de fluido en los tejidos, reducción de los niveles de proteínas en sangre, retención de agua y sal, y aumento de los niveles de grasas en sangre). La nefrosis puede ser la consecuencia de enfermedades renales específicas o una reacción a determinados fármacos. Algunas formas de nefrosis son hereditarias. La nefrosis es más frecuente en niños de entre 18 meses y 4 años, sobre todo de sexo masculino.



**Página 5: Problemas Renales**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

# 7 Consejos de Prevención que debes tomar en cuenta!

## Mantenerse en forma y activo...

1.

Mantenerse en forma te ayuda a reducir la presión arterial y por lo tanto reduce el riesgo de sufrir algún problema con tus riñones. Se recomienda hacer actividades aeróbicas como caminar, correr o andar en bicicleta.



## Controlar el nivel de azúcar en tu cuerpo...

2.

Alrededor del 50% de las personas diabéticas desarrollan daño renal, por lo que fundamental que le digas a tus papas que te controlen periódicamente para comprobar el estado de tus funciones renales.



6

**Página 6: Consejos de Prevención**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

### **Llevar una dieta saludable y controlar su peso.**

3.

Ambas ayudan a prevenir diabetes, enfermedades cardíacas y otras afecciones asociadas con la enfermedad renal. También es aconsejable reducir el consumo de sal (5-6 gramos, alrededor de una cucharadita chica por día).



### **Beber mucho líquido.**

4.

Te recomendamos beber entre 1,5 y 2 litros de agua por día. El consumo de líquido ayuda a los riñones a limpiar el sodio, la urea y las toxinas del cuerpo que, a su vez, reducen el riesgo de desarrollar enfermedad renal crónica.



### **No abusar de los medicamentos sin receta.**

5.

Alrededor del 50% de las personas diabéticas desarrollan daño renal, por lo que fundamental que le digas a tus papas que te controlen periódicamente para comprobar el estado de tus funciones renales.



**Página 7: Consejos de Prevención**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

## Controlar su presión arterial.

6.

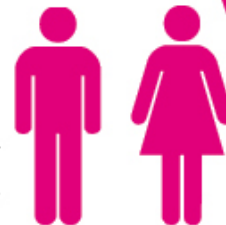
Dile a tus papas que controlen tu presión arterial pues pocos saben que también es la causa más común de daño renal. Esta situación se potencia cuando se asocia con otros factores como la diabetes, el colesterol alto o enfermedades cardio-vasculares.



## Chequea tu función renal si tiene uno o más de los siguientes factores de riesgo...

7.

- Diabetes
- Hipertensión
- Obesidad
- Tú o un miembro de tu familia sufre de enfermedad renal



**Página 8: Consejos de Prevención**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.



## ¿Qué es Fundación AMOR?

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal es líder en la atención médica y social del paciente renal.

La Fundación de AMOR es una entidad privada, sin fines de lucro que trabaja para mejorar las condiciones y calidad de vida de quienes padecen insuficiencia renal crónica en Guatemala. Brindamos información y asistencia a todas las personas, según sus necesidades, para que obtengan la mejor atención médica en nuestro país

• Misión:

Líder en la atención médica y social del paciente renal en Guatemala.

• Visión:

Ser líder en la atención médica y social del paciente con insuficiencia renal, llevando a la población más necesitada tecnología de punta, así como los últimos avances médicos y científicos a nivel mundial.



**Página 9: Fundación AMOR**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

Fundación de AMOR es una fundación con la que puedes contar si necesitas algún tipo de información sobre problemas renales o incluso si alguna vez necesitas de algún tratamiento si ya presentas algún tipo de enfermedad renal, a continuación te dejamos información de contacto de la fundación...

Contáctanos:

Dirección: 7a avenida 6-68, zona 9-interior; Ciudad de Guatemala  
Correo electrónico: amor@fundaciondeamor.org  
Tels: 2332-5311 o 2331-2278 (ext 107).



**Página 10: Fundación AMOR**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

# Actividades!



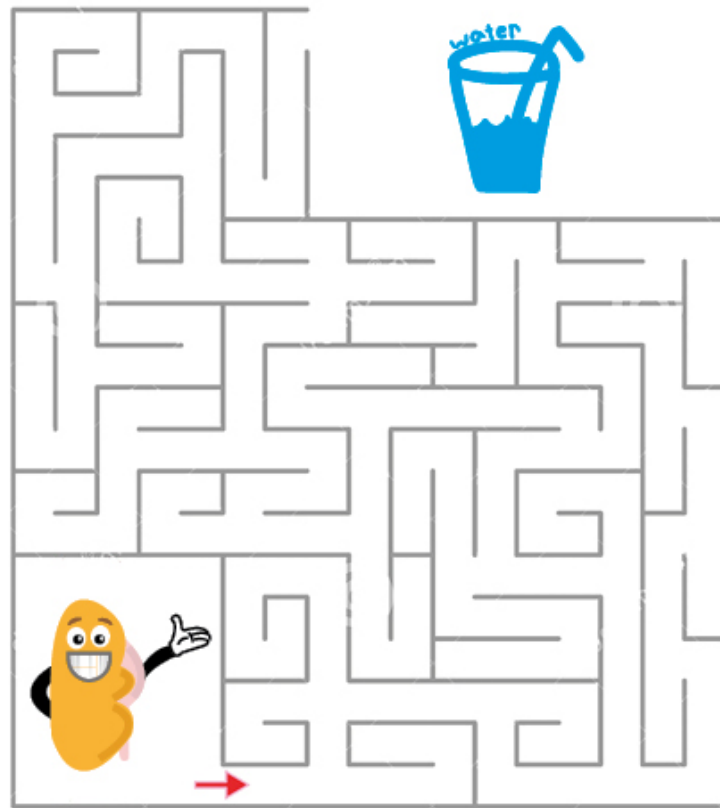
**Página 11: Actividades**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

## Actividad 1

Instrucciones: Ayuda a "Ricki" el riñón a encontrar el vaso de agua para que pueda llevar una vida más saludable.



12

**Página 12: Actividades**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

## Actividad 2

Instrucciones: Encuentra las siguientes palabras en la sopa de letras  
1. Riñón, 2. Prevención, 3. Agua, 4. Fundación, 5. Salud. ¡Mucha Suerte!

S	B	C	R	D	P	E	F	G	H	A
A	J	K	I	L	R	M	N	O	P	G
L	R	S	Ñ	T	E	U	V	W	X	U
U	Z	A	O	B	V	C	D	F	G	A
D	I	J	N	K	E	L	M	N	O	P
Q	R	S	E	K	N	T	U	V	W	X
F	U	N	D	A	C	I	O	N	G	H
I	J	K	L	M	I	N	Ñ	O	P	Q
R	S	T	U	V	O	W	X	Y	Z	A
B	C	D	F	G	N	H	I	J	K	L



**Página 13: Actividades**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.



**Contraportada**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

# Capítulo VIII

## **Capítulo VIII**

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

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

### **8.1 Población y muestreo:**

Para la validación del proyecto es necesario identificar a la población de interés que ayuda a rectificar o cambiar ciertos aspectos del mismo.

#### 8.1.1 La población:

Se divide en 3 grupos: los especialistas en comunicación y diseño, el cliente y el grupo objetivo.

#### 8.1.2 Muestreo:

##### 8.1.2.1 Especialistas:

1. Lic. Rolando Barahona, Diseñador Editorial
2. Lic. Luis Orellana, Especialista en Redacción
3. Licda. Karla López, Comunicadora y Diseñadora
4. Licda. Wendy Franco, Comunicadora y Diseñadora
5. Licda. Lourdes Donis, Comunicadora y diseñadora



#### 8.1.2.2 Cliente:

Licda. Ana Cristina Ramírez (Directora de Fundación AMOR).

#### 8.1.2.3 Grupo Objetivo

Se entrevistaron a 25 personas de ambos géneros, quienes tienen de 10 a 14 años de edad. El nivel socio económico del grupo objetivo al que va dirigido el material informativo es de C2 (Nivel Medio-Bajo). El grupo objetivo tiene como principal ocupación, estudiar también hobbies como jugar videojuegos y actividades físicas como hacer deporte, por lo general tienen costumbre de levantarse temprano para realizar sus actividades cotidianas y dormir a horas tempranas.

### **8.2 Método e instrumentos:**

Para realizar la validación del proyecto es necesario tomar en cuenta la opinión del grupo objetivo como la de los expertos y el cliente, por lo que se realizará la técnica de la encuesta para verificar y rectificar el folleto impreso de la Fundación AMOR. La encuesta se hará con el método cara a cara (personal); será de tipo aplicada la que consiste en actuar sobre el objeto de estudio para modificarlo, y preguntas cerradas.

#### 8.2.1 La Encuesta

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, define la palabra encuesta de la siguiente manera:

1. Averiguación o pesquisa.
2. Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho.

## Tipos de Encuesta

### Según sus objetivos

- Encuestas descriptivas: Buscan reflejar o documentar las actitudes o condiciones presentes. Esto significa intentar describir en qué situación se encuentra una determinada población en momento en que se realiza la encuesta.
- Encuestas analíticas: Buscan en cambio, además de describir, explicar los porqués de una determinada situación. En este tipo de encuestas las hipótesis que las respaldan suelen contrastarse por medio de la examinación de por lo menos dos variables, de las que se observan interrelaciones y luego se formulan inferencias explicativas.

### Según las preguntas

- De respuesta abierta: En estas encuestas se le pide al interrogado que responda el mismo a la pregunta formulada. Esto le otorga mayor libertad al entrevistado y al mismo tiempo posibilitan adquirir respuestas más profundas, así como preguntar sobre el porqué y cómo de las respuestas realizadas. Por otro lado, permite adquirir respuestas que no habían sido tenidas en cuenta a la hora de hacer los formularios y pueden crear relaciones nuevas con otras variables y respuestas.
- De respuesta cerrada: En éstas, los encuestados deben elegir para responder una de las opciones que se presentan en un listado que formularon los investigadores. Esta manera de encuestar da como resultado respuestas más fáciles de cuantificar y de carácter uniforme. El problema que pueden presentar estas encuestas es que no se tenga en el

listado una opción que coincida con la respuesta que se quiera dar, por esto lo ideal es siempre agregar la opción “otros”.

## 8.2.2 Aspectos a Evaluar

8.2.2.1 Parte objetiva: Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto. Idealmente con preguntas dicotómicas: Sí o no

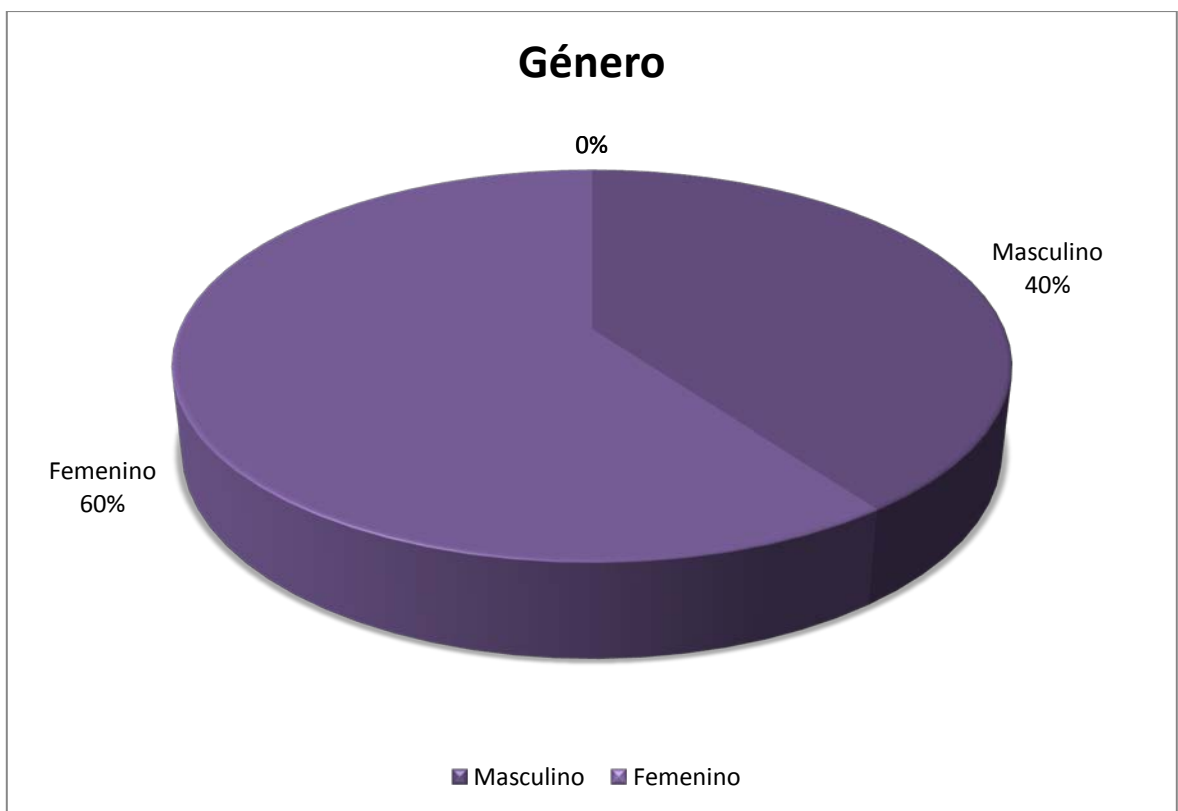
8.2.2.2 Parte Semiológica: Evalúa percepciones y los elementos del diseño. Idealmente, se utiliza la selección múltiple.

8.2.2.3 Parte Operativa: Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta, se utilizan las preguntas dicotómicas y la escala de Likert, que establezca un mínimo de tres variables: mucho, poco o nada. *Ver Cap. XIV Anexos, 14.1 Instrumento de Validación.*

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados:

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas se llegó a estos resultados por medio de la tabulación de acuerdo a las respuestas de las mismas.

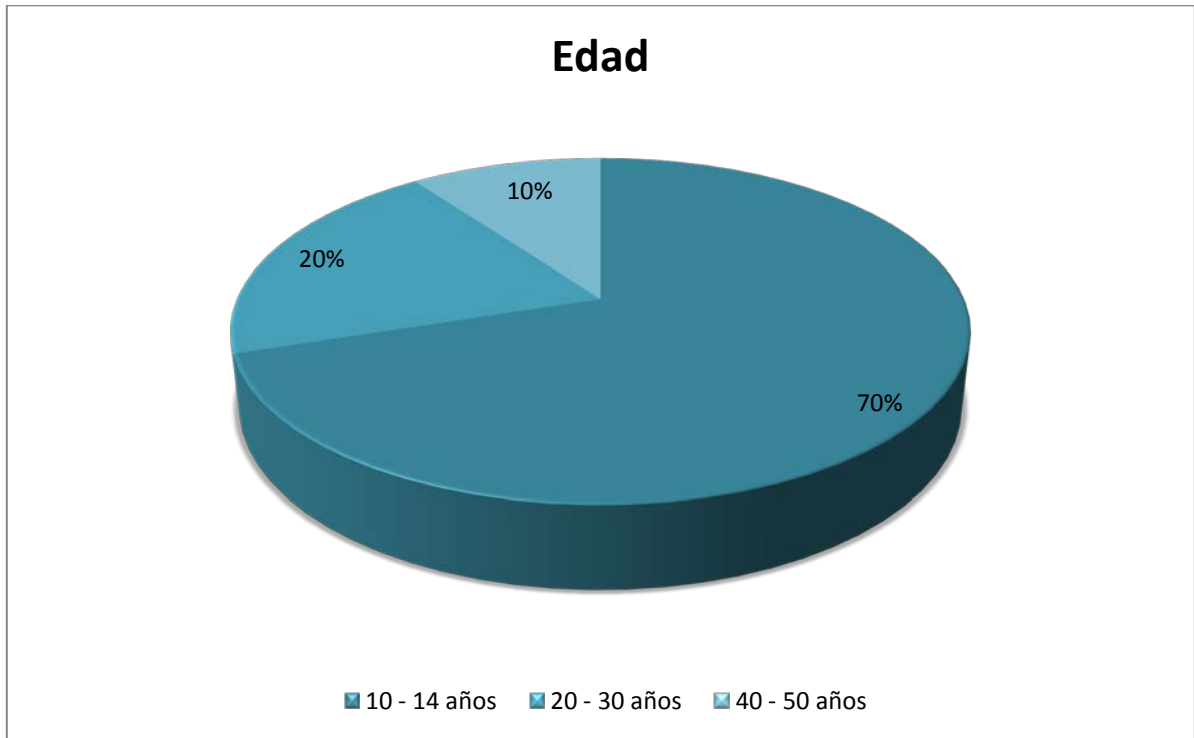
#### Género



#### Interpretación:

Se encuestaron 31 personas de las que el 60% son de género femenino y el 40% de género masculino.

## Edad



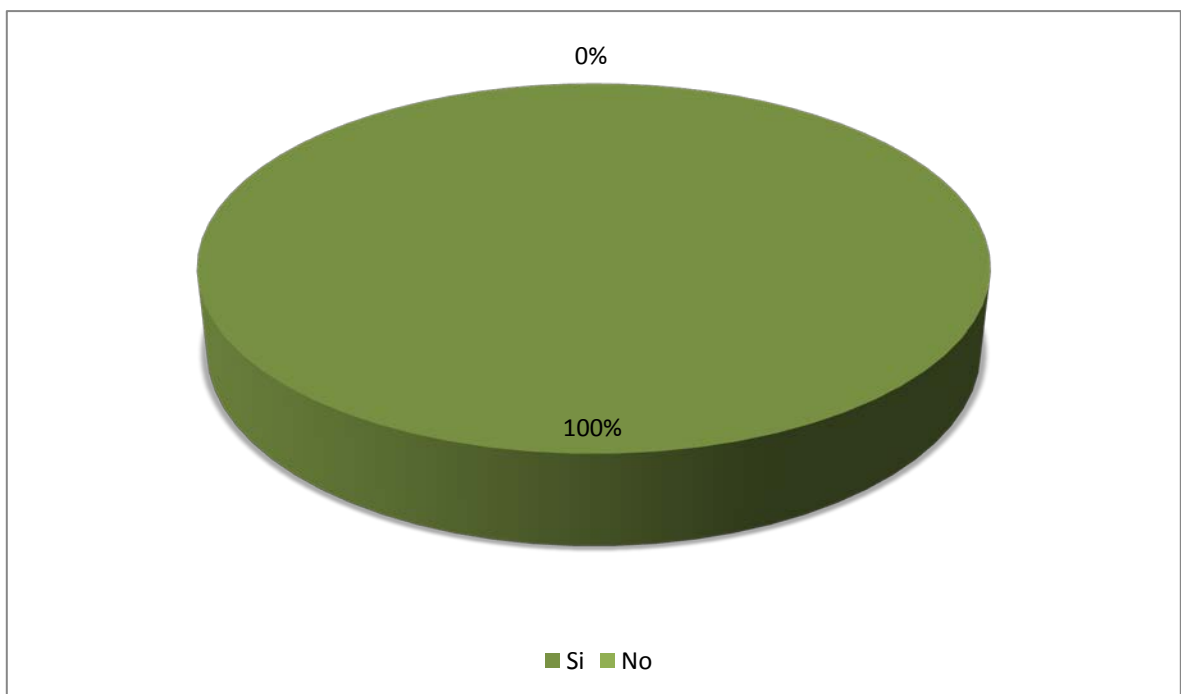
### Interpretación:

Entre los encuestados el 70% se encuentra entre los 10 – 14 años de edad, el 20% entre 20 – 30 años y el 10% entre los 40 – 50 años de edad.

## Parte I Objetivos

1. ¿Considera necesario el diseño de un folleto impreso que informe y prevenga a niños de 10 a 14 años de edad sobre los problemas renales?

## Análisis de los Resultados

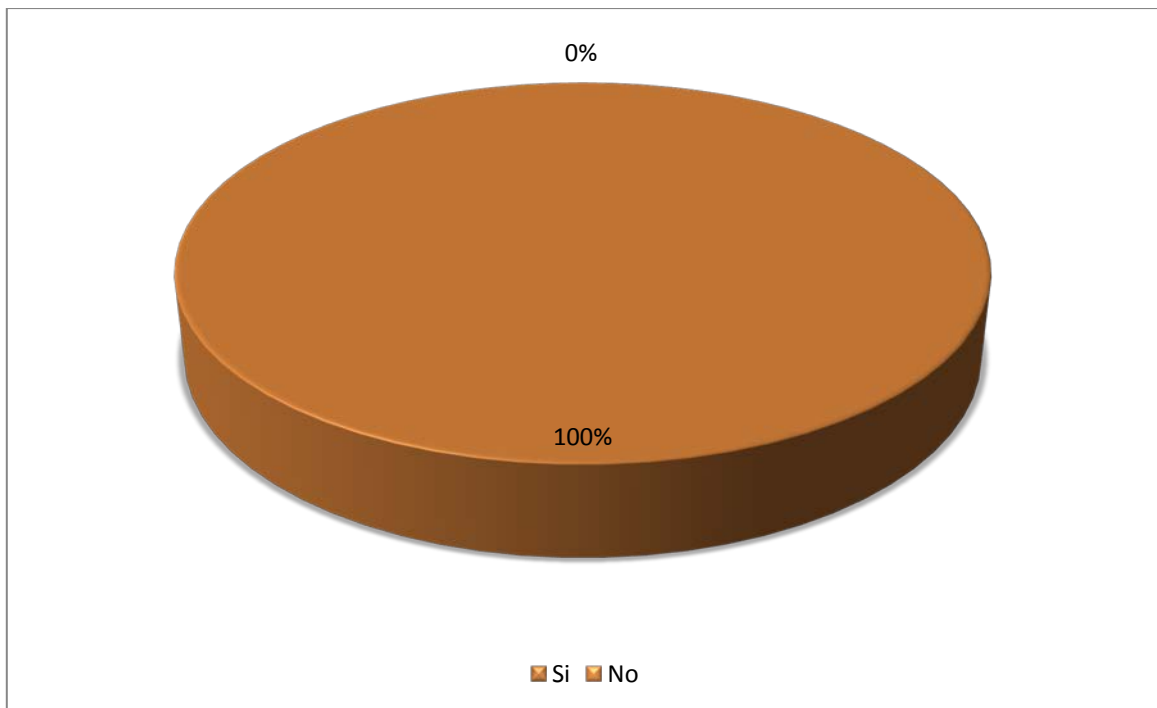


## Interpretación:

El 100% de los encuestados considera necesario diseñar un folleto impreso que informe y prevenga a niños de 10 a 14 años de edad sobre los problemas renales.

2. ¿Cree que un folleto impreso es un elemento de comunicación apropiado para informar a niños de 10 a 14 años de edad acerca de los problemas renales que existen?

### Análisis de los Resultados

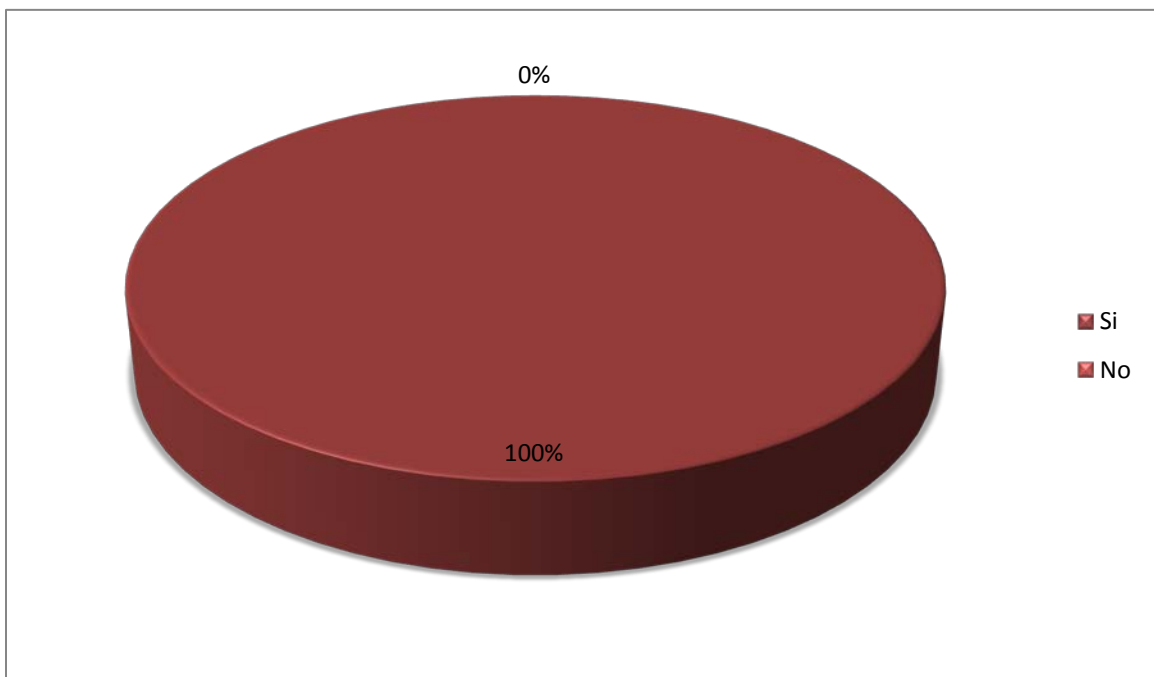


### Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que un folleto impreso es un elemento de comunicación apropiado para informar y prevenir al grupo objetivo.

3. ¿Cree que es necesario investigar toda la información acerca de los problemas renales para tener el conocimiento adecuado al realizar el proyecto?

### **Análisis de los Resultados**



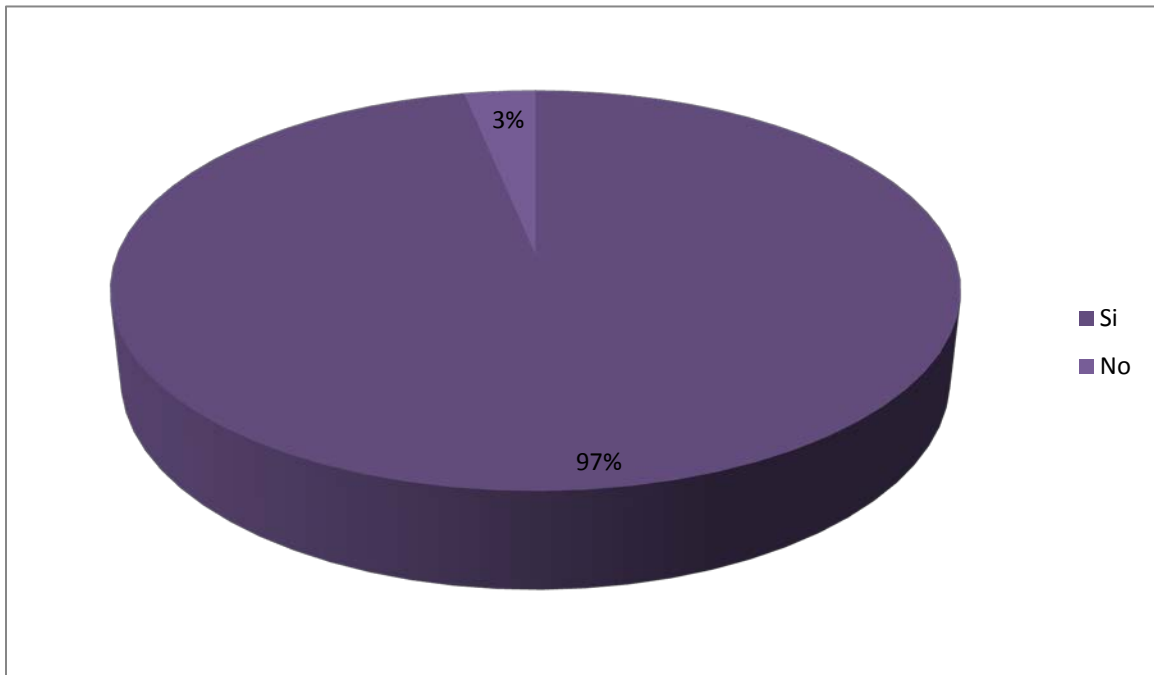
### **Interpretación:**

El 100% de la población encuestada cree que es necesario investigar acerca de cómo diseñar un folleto impreso antes de su realización.



4. ¿Cree que es necesario recopilar información acerca de los servicios y funciones que realiza la fundación AMOR para la realización del folleto impreso?

#### Análisis de los Resultados

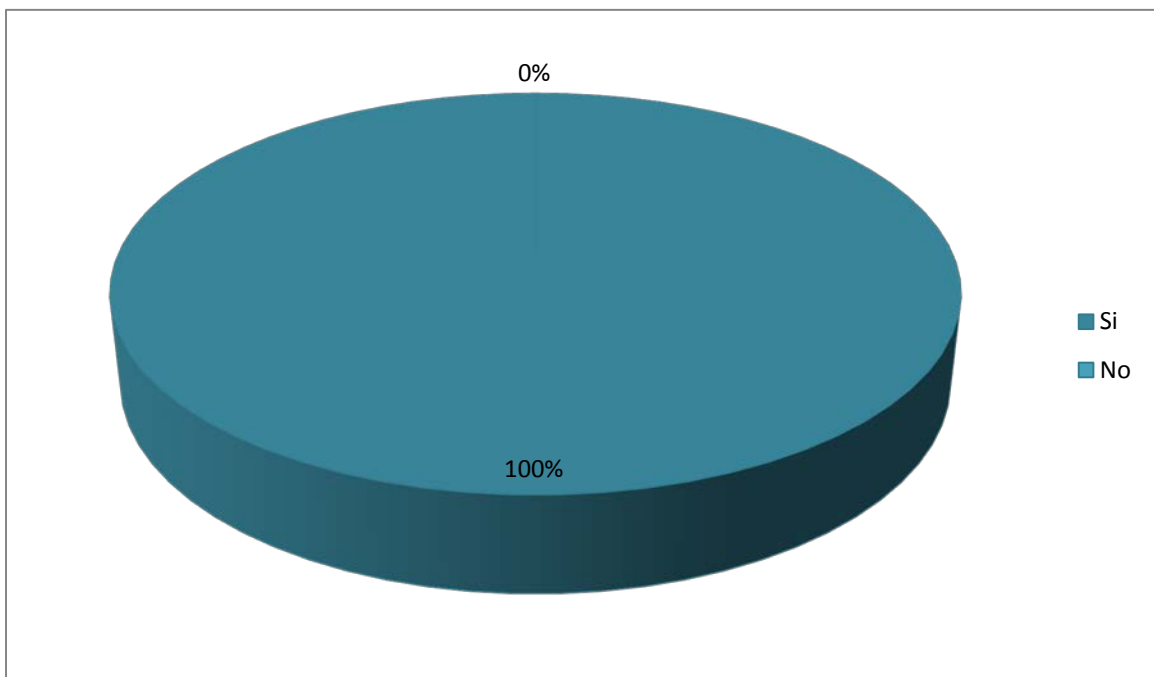


#### Interpretación:

El 97% de la población encuestada cree que es necesario recopilar información acerca de los servicios y funciones que realiza la fundación AMOR para la realización del folleto impreso y el 3% opina que no es necesario.

5. ¿Considera necesario que el contenido del folleto impreso posea ilustraciones las cuales hagan referencia al texto informativo?

### **Análisis de los Resultados**



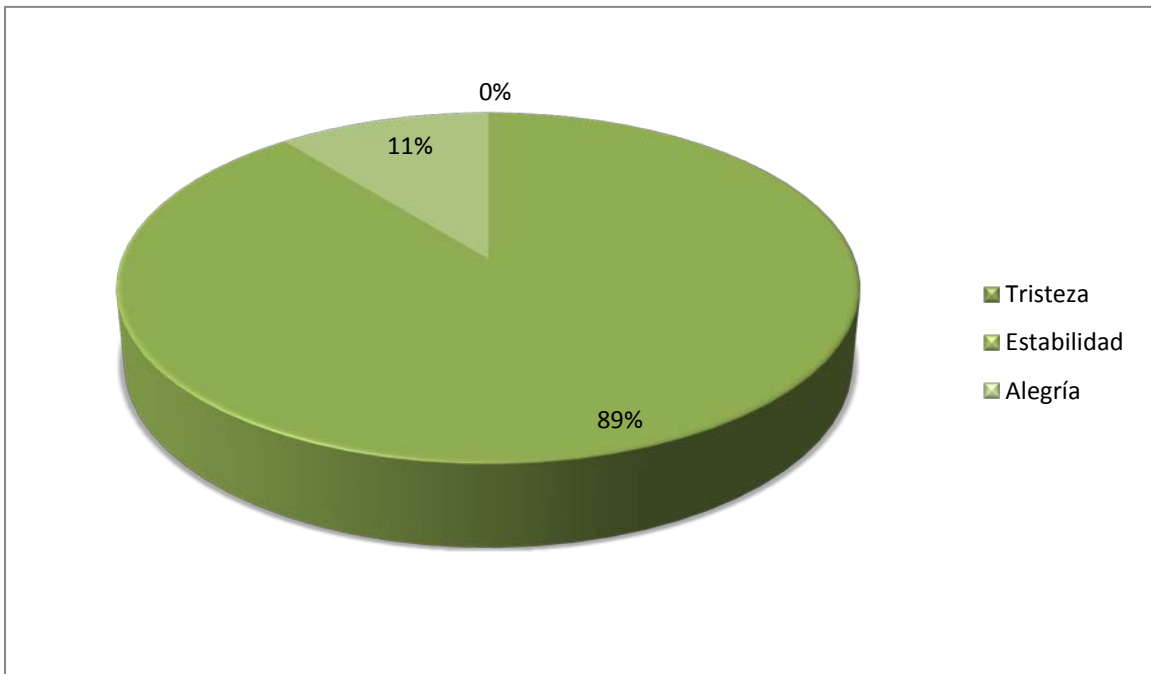
### **Interpretación:**

El 100% de la población encuestada cree que es necesario que el folleto impreso contenga ilustraciones que hagan referencia al contenido textual del mismo.

## Parte II Semiología

6. ¿Según su criterio, los colores utilizados en el folleto impreso transmiten?

### Análisis de los Resultados

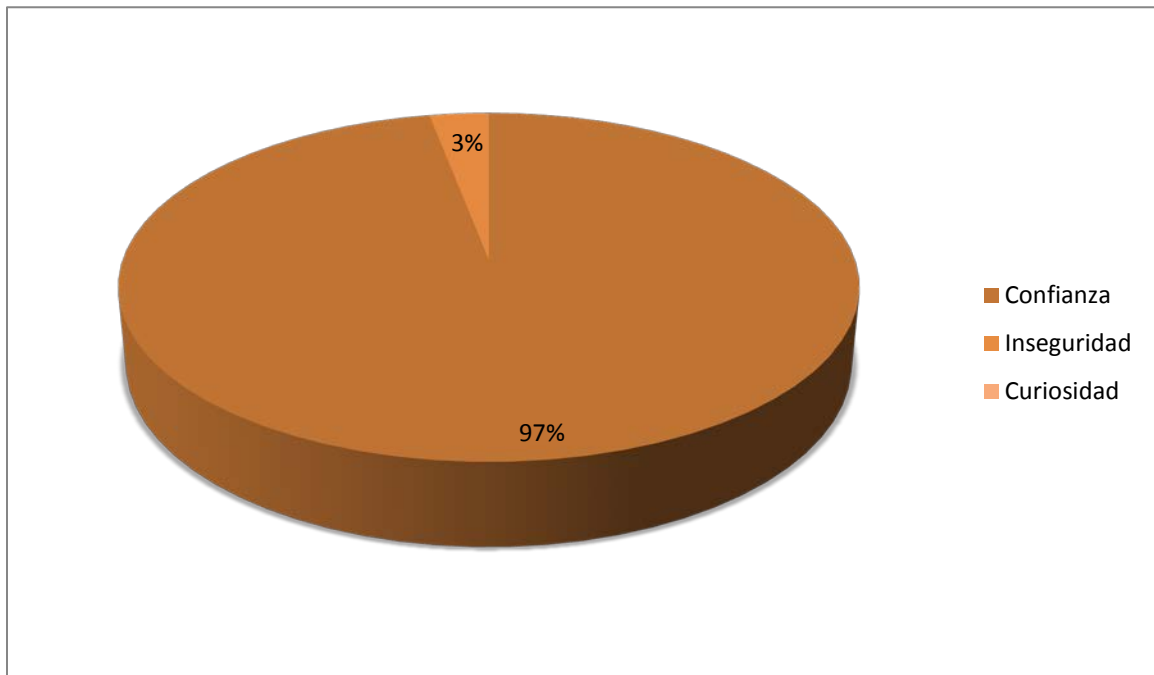


### Interpretación:

El 89% de la población encuestada considera que los colores dentro del folleto impreso les transmiten estabilidad, el 11% alegría, transmitir en su mayoría la emoción correcta.

7. ¿Qué emoción le transmiten las fotografías dentro del folleto impreso?

**Análisis de los Resultados**

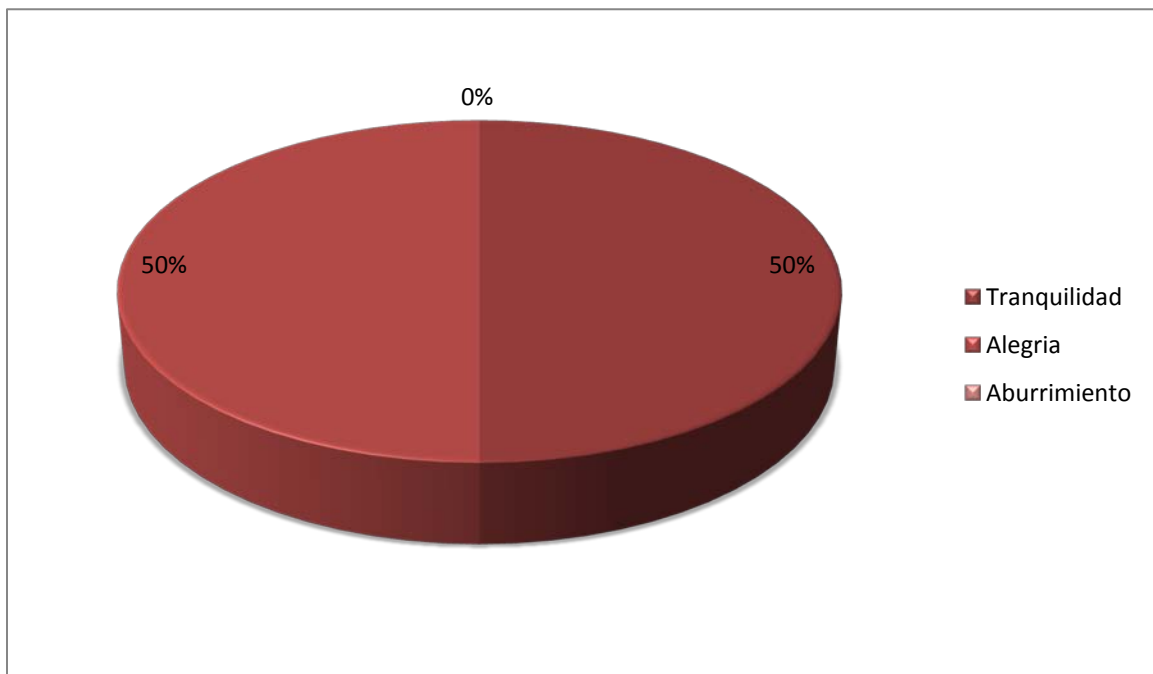


**Interpretación:**

El 97% de la población encuestada considera que las fotografías dentro del folleto impreso les transmiten confianza, el 3% inseguridad, transmitiendo en su mayoría la emoción correcta.

8. ¿Qué emoción considera que le transmite la tipografía empleada en el folleto?

### Análisis de los Resultados

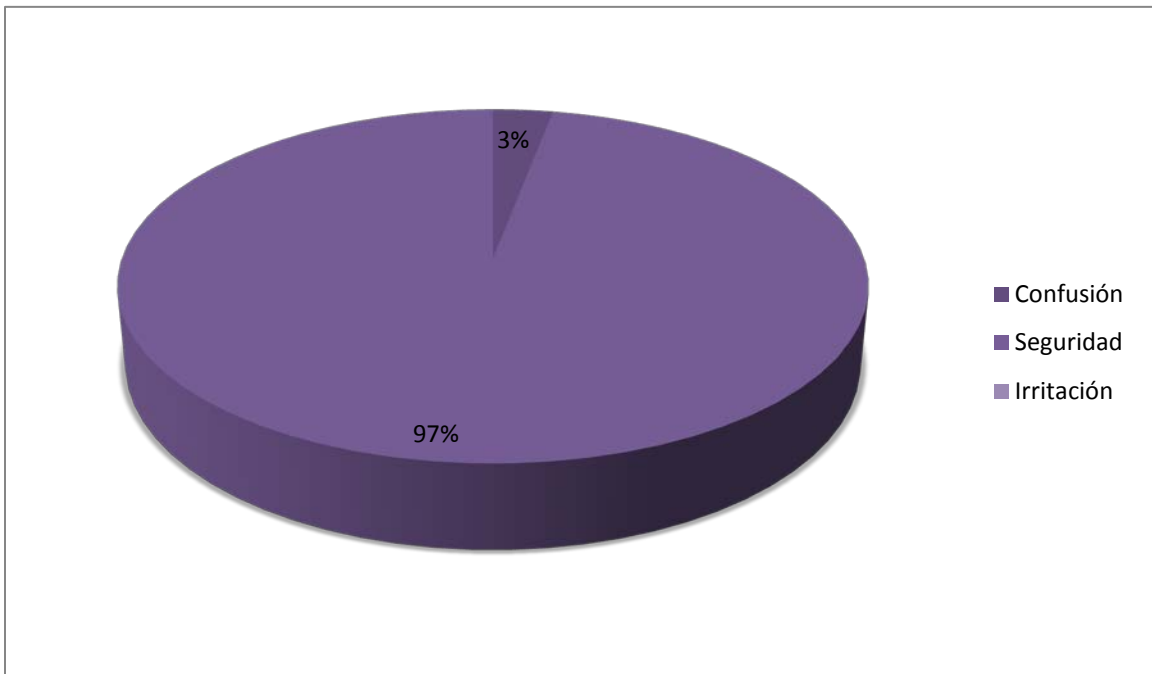


### Interpretación:

El 50% de la población encuestada considera que la tipografía empleada dentro del folleto impreso les transmiten tranquilidad, el 50% alegría. Ver sección 8.4 cambios en base a resultados.

9. ¿En su opinión las ilustraciones dentro del folleto impreso le transmiten?

**Análisis de los Resultados**



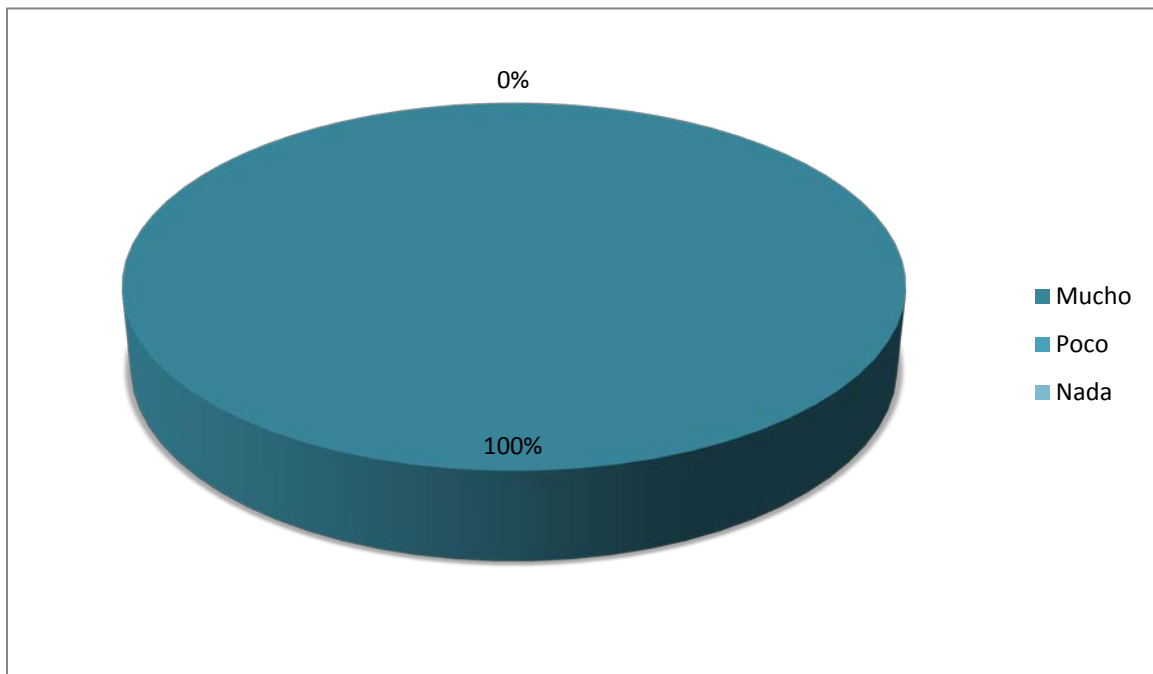
**Interpretación:**

El 97% de la población encuestada considera que las ilustraciones dentro del folleto impreso les transmiten tranquilidad, 3% confusión, Al transmitir en su mayoría la emoción correcta.

### Parte III Operativa

10. ¿Considera que la orientación vertical del folleto impreso es adecuada?

#### Análisis de los Resultados

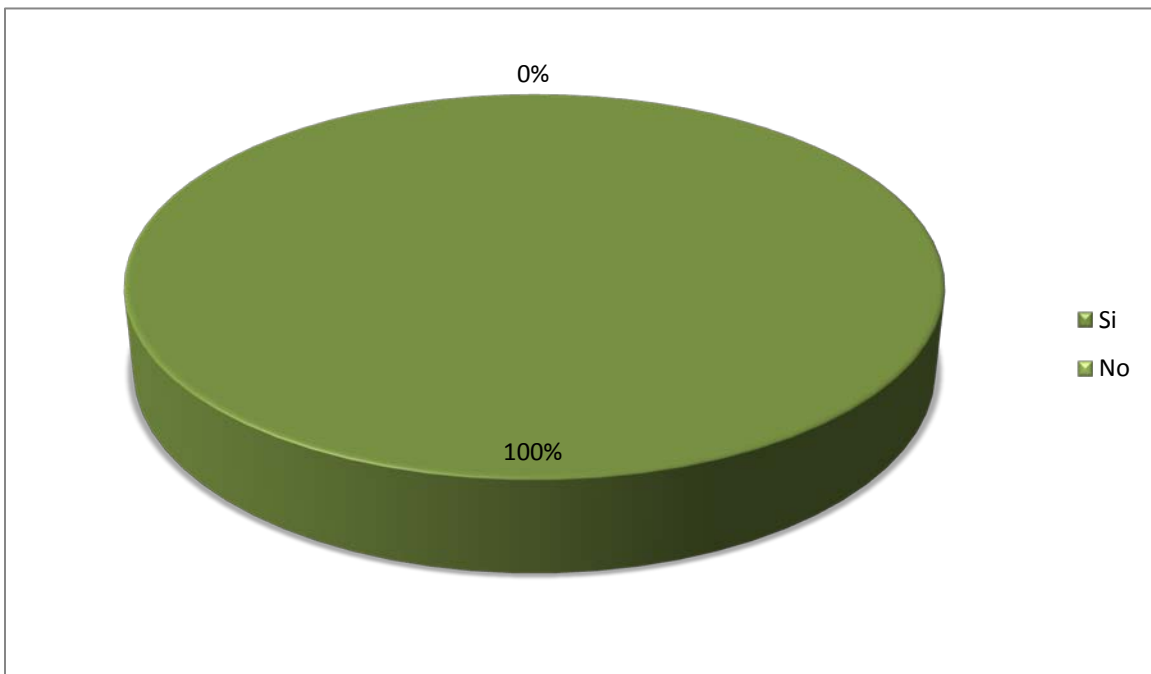


#### Interpretación:

El 100% de la población encuestada considera que la orientación vertical del folleto impreso es la adecuada.

11. ¿Cree que el tamaño de los elementos dentro del folleto impreso son adecuados?

### Análisis de los Resultados



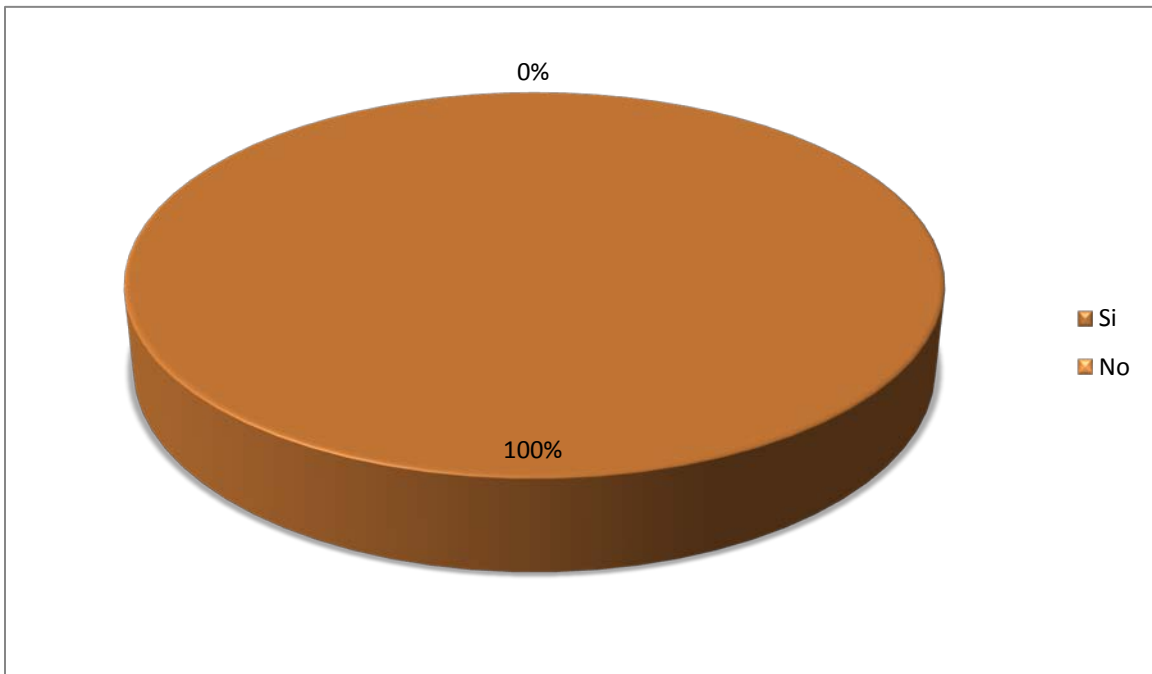
### Interpretación:

El 100% de la población encuestada considera que el tamaño de los elementos dentro del folleto impreso es el adecuado.



12. ¿Según su criterio, ¿el contenido del folleto impreso tiene un orden lógico?

### Análisis de los Resultados

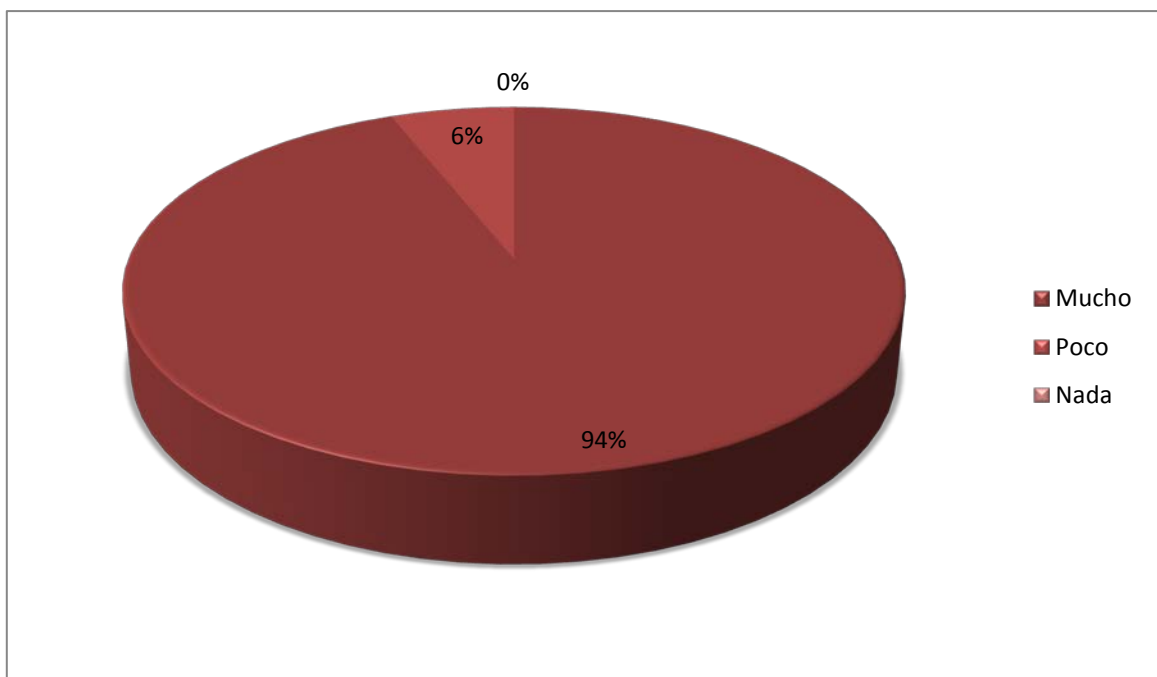


### Interpretación:

El 100% de la población encuestada considera que el contenido del folleto tiene orden lógico.

13. ¿Considera que la diagramación dentro del folleto impreso es la adecuada para una fácil lectura?

### Análisis de los Resultados

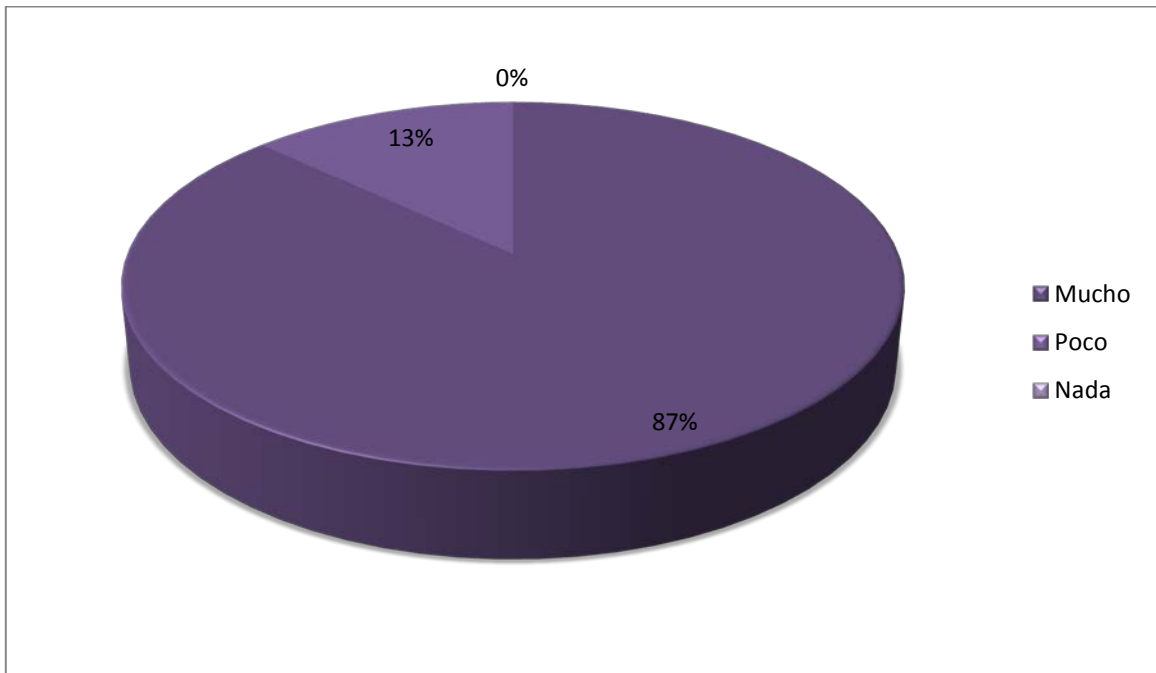


### Interpretación:

El 94% de la población encuestada considera que la diagramación del folleto es la correcta para una fácil lectura, el 6% considera que es poco adecuada, por lo que se deben realizar cambios sugeridos. Ver sección 8.4, cambios en base a resultados.

14. Según su criterio, ¿la tipografía empleada dentro del folleto impreso legible?

### Análisis de los Resultados

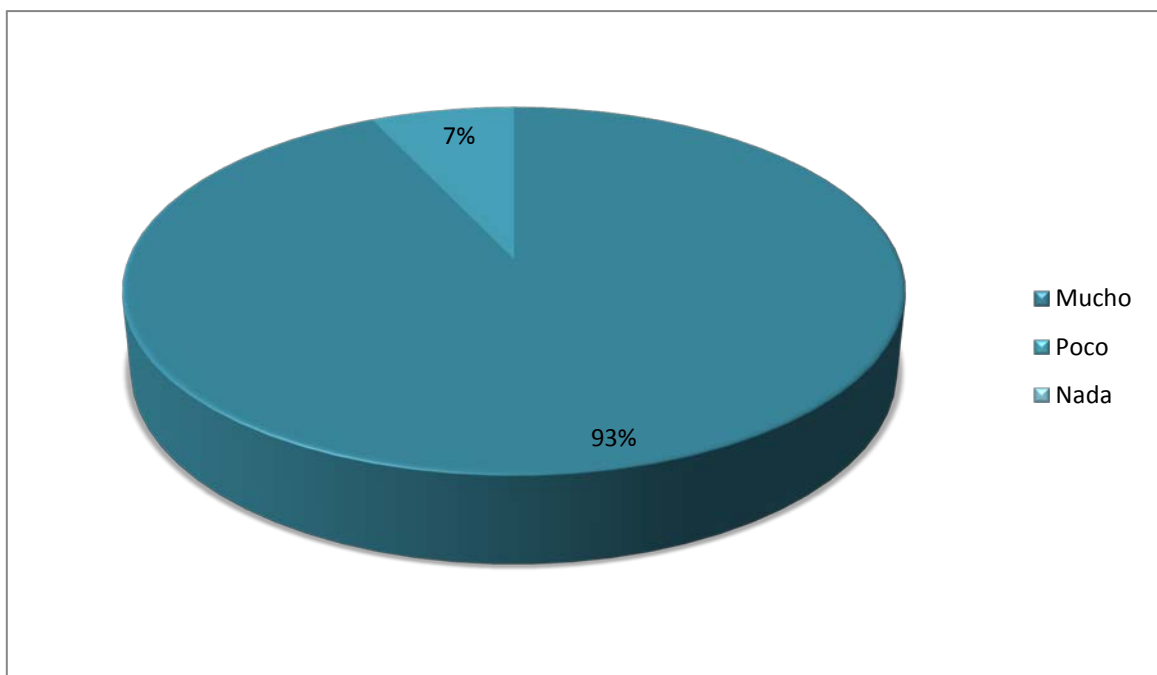


### Interpretación:

El 87% de la población encuestada considera que la tipografía empleada dentro del folleto es legible, el 13% considera que es poco legible, por lo cual se deben realizar cambios sugeridos. Ver sección 8.4, cambios en base a resultados.

15. Según su opinión, ¿considera que la información textual da a conocer los problemas renales que existen y como se pueden prevenir?

### Análisis de los Resultados

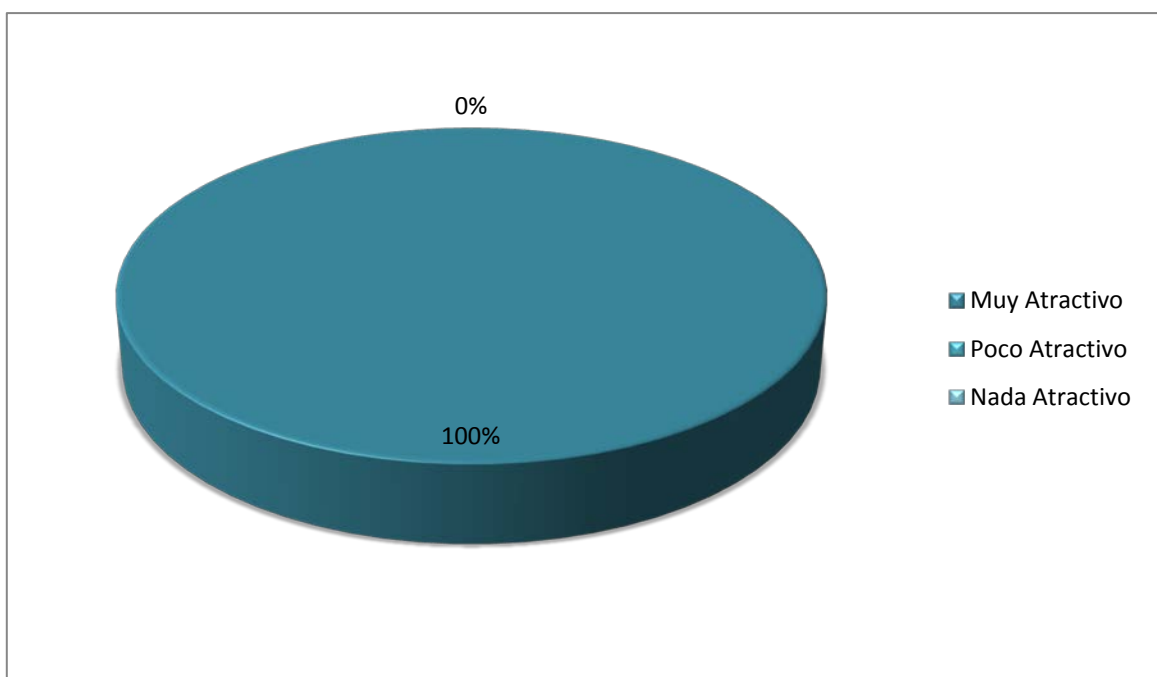


### Interpretación:

El 93% de la población encuestada considera que la información textual da a conocer los problemas renales que existen y cómo prevenirlos, el 7% considera poco, los encuestados que respondieron poco, hicieron recomendaciones acerca de este rubro que se tomaron en consideración. Ver sección 8.4, cambios en base a resultados.

16. ¿Según su opinión el diseño del folleto impreso es?

### Análisis de los Resultados



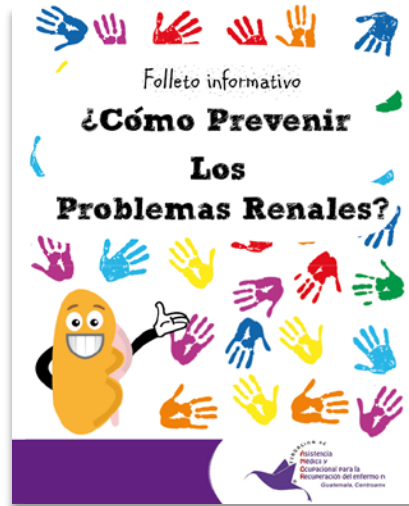
### Interpretación:

El 100% de la población encuestada considera que el diseño del folleto impreso es muy atractivo.

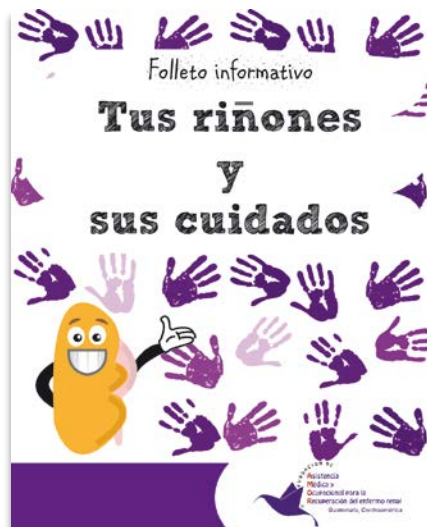
## 8.4 Cambios en base a los resultados:

### Portada

#### 8.4.1 Antes



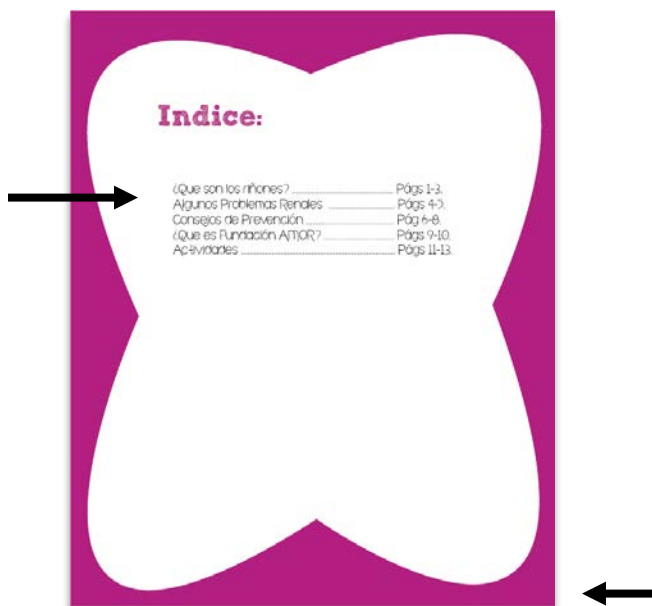
#### 8.4.2 Después



**8.4.3 Justificación:** Se cambió el título “¿Cómo Prevenir los Problemas Renales?” del folleto impreso por “Tus Riñones y Sus Cuidados”. Se consideraron importantes estos cambios para que sea más entendible y los colores para que el folleto se identifique con los colores corporativos de la fundación.

## Índice

### 8.4.1.1 Antes

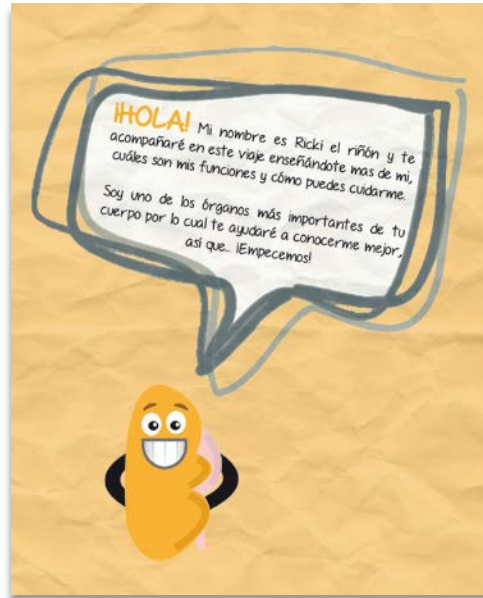


### 8.4.2.1 Después



**8.4.3.1 Justificación:** Se cambió el diseño de la página del índice del folleto. Se consideró importante el cambio para lograr mayor impacto visual en el grupo objetivo.

### 8.4.2.2 Introducción

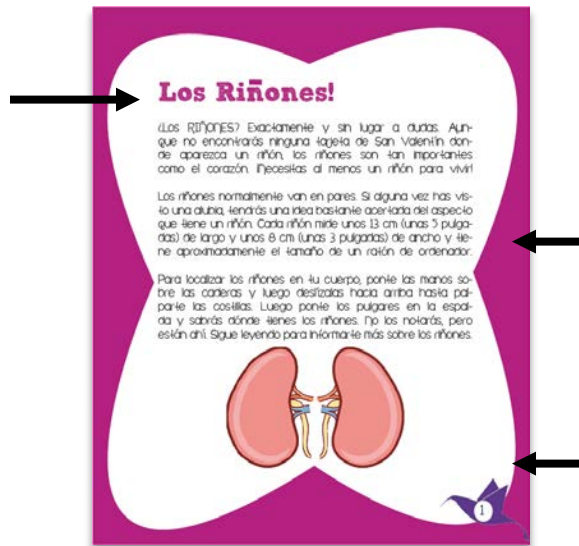


**8.4.3.2 Justificación:** Se agregó una página de bienvenida con el personaje principal del material. Se consideró importante el cambio para concentrar la atención del grupo objetivo en la información.



## Página 1

### 8.4.1.3 Antes



### 8.4.2.3 Después



**8.4.3.3 Justificación:** Se cambió el diseño de la diagramación de la página “Los Riñones”, del folleto impreso incluyendo tipografía, color e ilustraciones. Se consideraron importantes los cambios para mejor lectura y comprensión visual de la información.

## Página 2

### 8.4.1.4 Antes



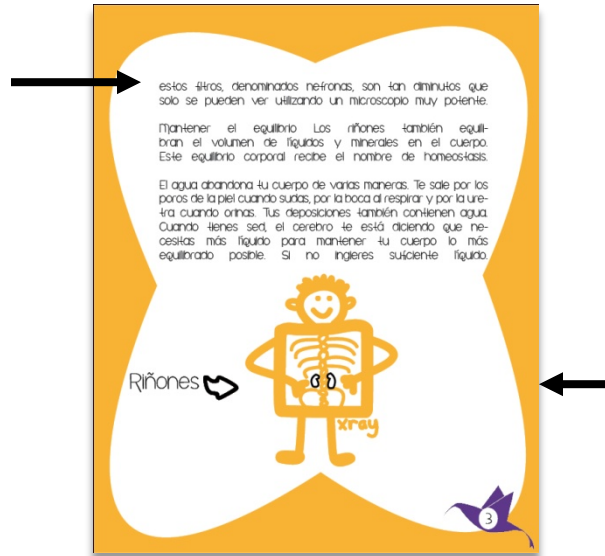
### 8.4.2.4 Después



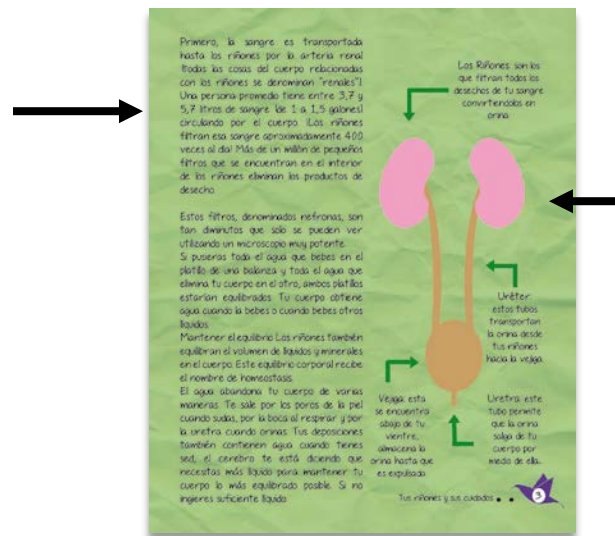
**8.4.3.4 Justificación:** Se cambió el diseño de la diagramación de la página “Ubicación de los Riñones” del folleto impreso incluyendo tipografía, color e ilustraciones. Se consideraron importantes los cambios para una mejor lectura y comprensión visual de la información.

## Página 3

### 8.4.1.5 Antes

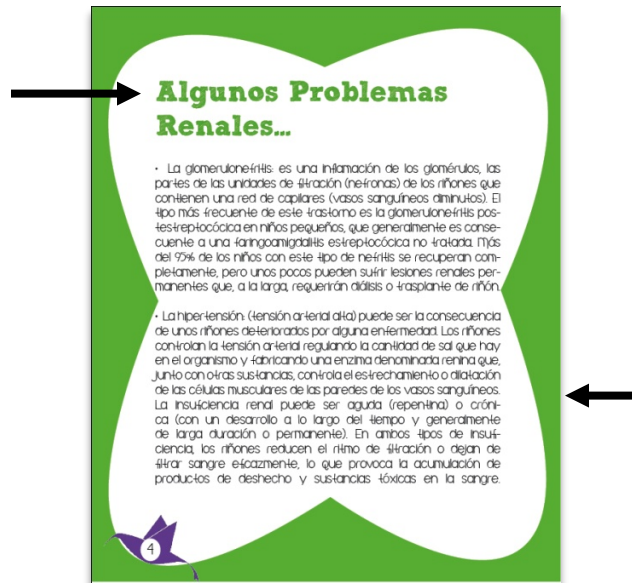


### 8.4.2.5 Después

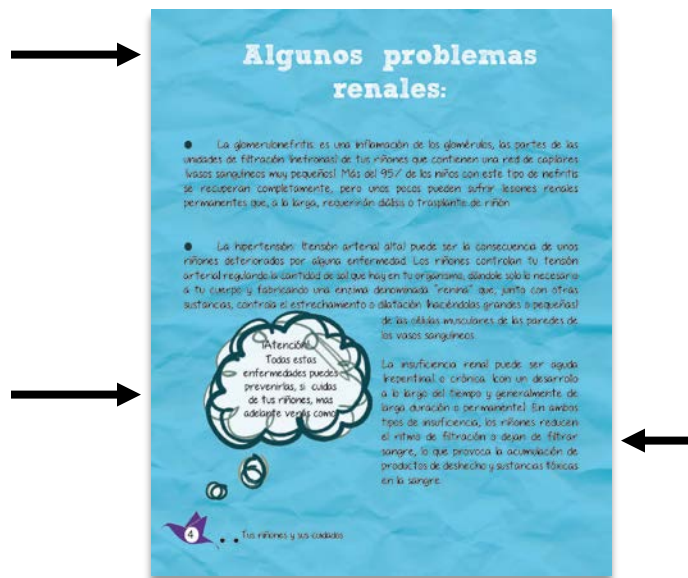


**8.4.3.5 Justificación:** Se cambió el diseño y la diagramación incluyendo tipografía, color e ilustraciones en específico. Se consideraron importantes los cambios para mejor lectura y comprensión visual de la información acerca del aparato urinario, sus partes y funciones.

8.4.1.6 Antes

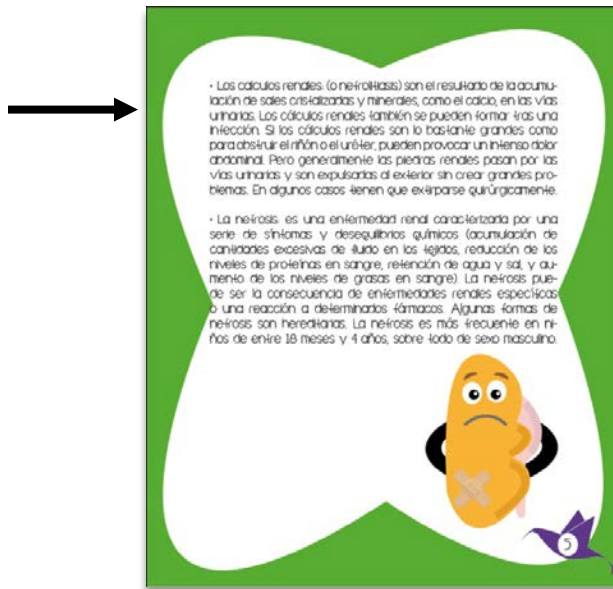


8.4.2.6 Después

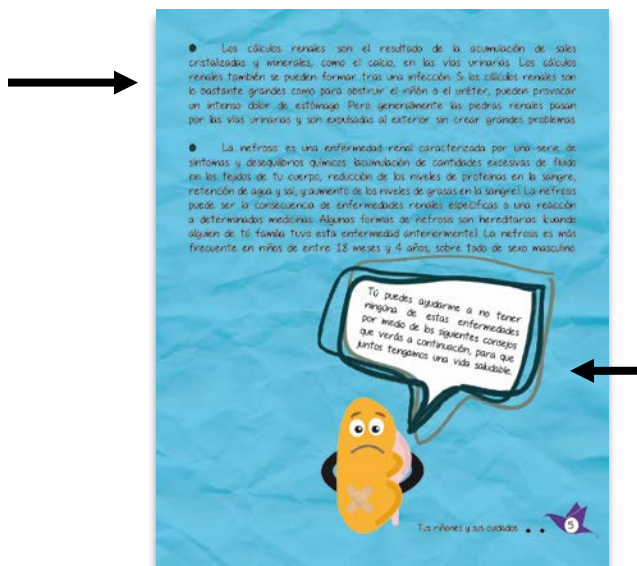


**8.4.3.6 Justificación:** Se cambió el diseño y la diagramación incluyendo tipografía, color e ilustraciones. Se consideraron importantes los cambios para mejor lectura y comprensión visual de la información.

8.4.1.7 Antes



8.4.2.7 Después



**8.4.3.7 Justificación:** Se cambio el diseño y la diagramación incluyendo tipografía, color e ilustraciones. Se consideraron importantes los cambios para mejor lectura y comprensión e impacto visual de la información.

8.4.1.8 Antes



8.4.2.8 Después




**8.4.3.8 Justificación:** Se cambió la diagramación, color, tipografía e ilustraciones de la página “7 Consejos de Prevención” dentro del folleto se consideraron importantes los cambios para mejor lectura y comprensión de la información.

## Página 7

### 8.4.1.9 Antes


This infographic is titled '7 Consejos de Prevención' and is set against a blue background with a white, stylized shape in the center. It contains three numbered tips:

- 3. Llevar una dieta saludable y controlar su peso.** Ambas ayudan a prevenir diabetes, enfermedades cardíacas y otras afecciones asociadas con la enfermedad renal. También es aconsejable reducir el consumo de sal (3-6 gramos, alrededor de una cucharadita chica por día). 
- 4. Beber mucho líquido.** Te recomendamos beber entre 1,5 y 2 litros de agua por día. El consumo de líquido ayuda a los riñones a limpiar el sodio, la urea y las toxinas del cuerpo que, a su vez, reducen el riesgo de desarrollar enfermedad renal crónica. 
- 5. No abusar de los medicamentos sin receta.** Alrededor del 50% de las personas diabéticas desarrollan daño renal, por lo que es fundamental que le digas a tus papás que te controlen periódicamente para comprobar el estado de tus funciones renales. 

At the bottom right, there is a small purple star with the number 7 inside. Arrows point to the text and icons of each tip.

### 8.4.2.9 Después

This infographic is titled '7 Consejos de Prevención' and is set against a pink background with a white, stylized shape in the center. It contains three numbered tips:

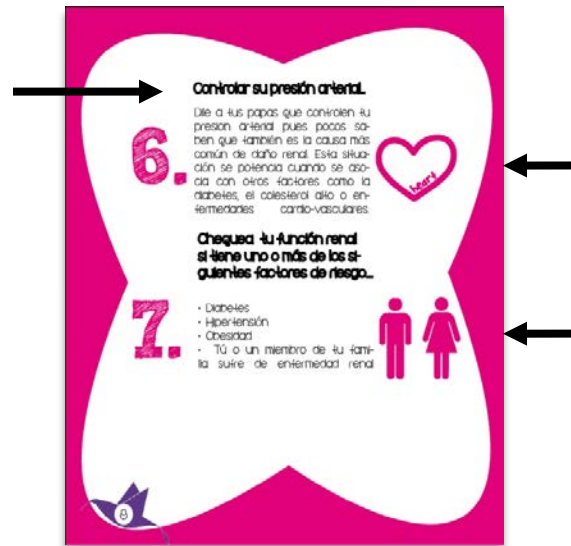
- 3. Lleva una dieta saludable y controla tu peso** Ambas ayudan a prevenir diabetes, enfermedades cardíacas y otras afecciones asociadas con la enfermedad renal. También es aconsejable reducir el consumo de sal (3-6 gramos, alrededor de una cucharadita chica por día). 
- 4. Beber mucho líquido** Te recomendamos beber entre 1,5 y 2 litros de agua por día. El consumo de líquido ayuda a los riñones a limpiar el sodio, la urea y las toxinas del cuerpo que, a su vez, reducen el riesgo de desarrollar enfermedad renal crónica. 
- 5. No abuses de los medicamentos sin receta** Alrededor del 50% de las personas diabéticas desarrollan daño renal, por lo que es fundamental que le digas a tus papás que te controlen periódicamente para comprobar el estado de tus funciones renales. 

At the bottom right, there is a small purple star with the number 7 inside. Arrows point to the text and icons of each tip.

**8.4.3.9 Justificación:** Se cambió la diagramación, color, tipografía e ilustraciones de la página “7 Consejos de Prevención” dentro del folleto. Se consideraron importantes los cambios para mejor lectura y comprensión de la información.

## Página 8

### 8.4.1.10 Antes



### 8.4.2.10 Después



**8.4.3.10 Justificación:** Se cambió la diagramación, color, tipografía e ilustraciones de la página “7 Consejos de Prevención” del folleto. Se consideraron importantes los cambios para mejor lectura y comprensión del contenido informativo.



## Página 9

### 8.4.1.11 Antes



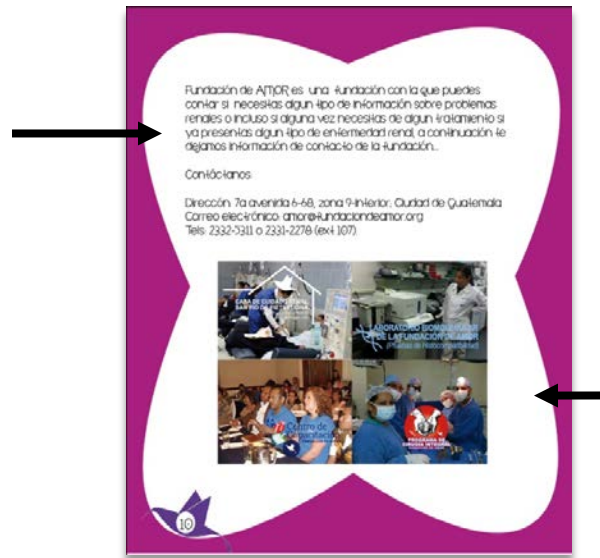
### 8.4.2.11 Después



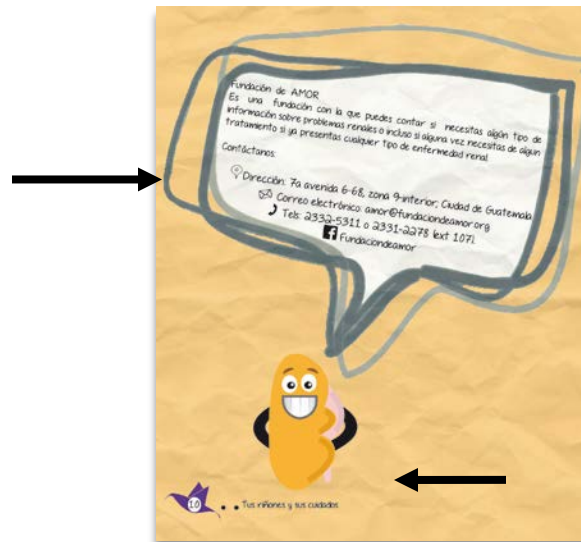
**8.4.3.11 Justificación:** Se cambió el diseño y la diagramación incluyendo tipografía, ilustraciones y color en específico. Se consideraron importantes los cambios para identificar el color institucional de la fundación, también para mejor lectura y comprensión visual de la información con respecto a los demás elementos.

## Página 10

### 8.4.1.12 Antes



### 8.4.2.12 Después



**8.4.3.12 Justificación:** Se cambió el diseño y la diagramación incluyendo tipografía, color e ilustraciones en específico. Se consideraron importantes los cambios para mayor impacto visual.

## Actividades

### 8.4.1.13 Antes



### 8.4.2.13 Después



**8.4.3.13 Justificación:** Se cambió el diseño y color de la página “Actividades” dentro del folleto, con el objeto de tener mejor impacto visual en el usuario final.

## Actividad 1

### 8.4.1.14 Antes



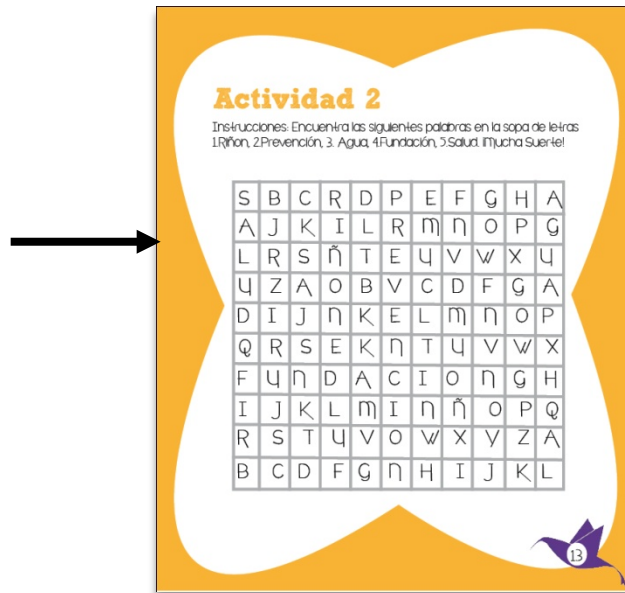
### 8.4.2.14 Después



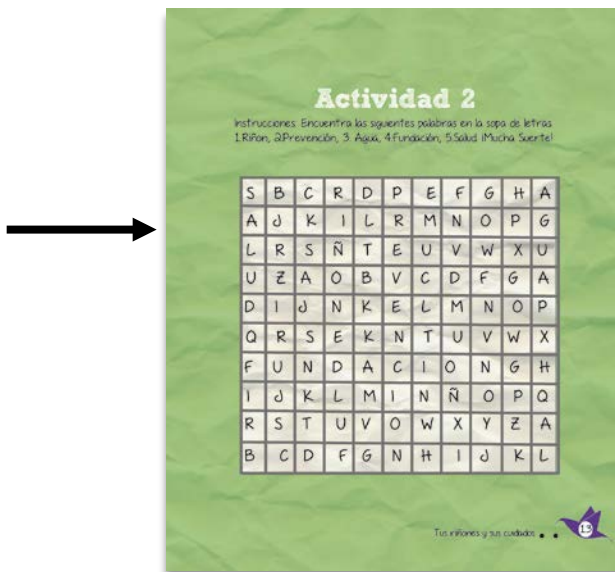
**8.4.3.14 Justificación:** Se cambió el color e ilustraciones para mejor impacto visual como también para complementar el diseño del folleto en general.

## Actividad 2

### 8.4.1.15 Antes

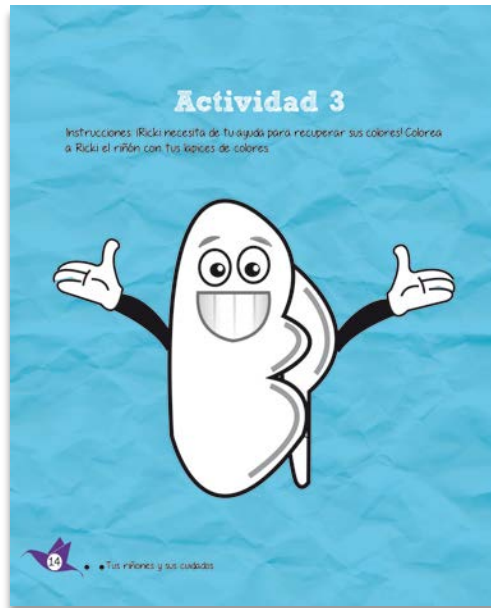


### 8.4.2.15 Después



**8.4.3.15 Justificación:** Se cambió el color e ilustraciones, se consideraron importantes los cambios para mejor impacto visual, también para complementar el diseño del folleto en general.

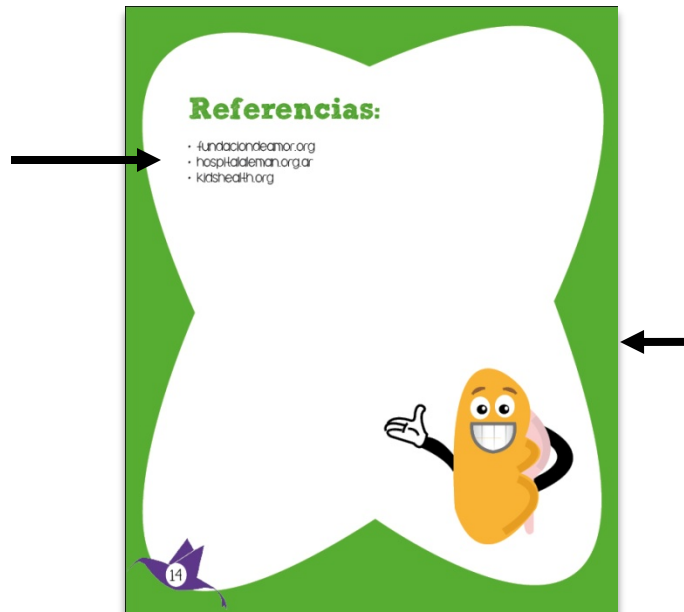
### 8.4.2.16 Actividad 3



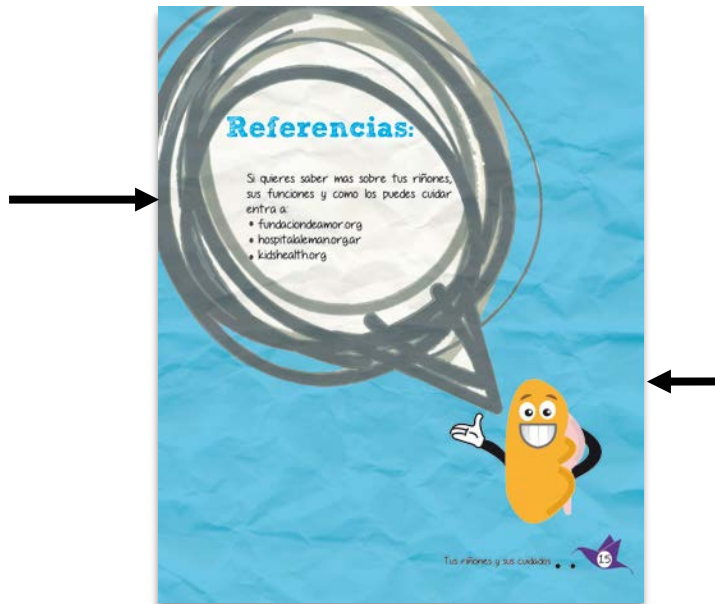
**8.4.3.16 Justificación:** Se agregó una página de “Actividades” considerándolo importante para que el material sea más dinámico y entretenido para el grupo objetivo.

## Referencias

### 8.4.1.16 Antes



### 8.4.2.17 Después



**8.4.3.12 Justificación:** Se cambió el diseño y la diagramación incluyendo tipografía, color e ilustraciones en específico, para mayor impacto visual.

#### 8.4.2.18 Notas



**8.4.3.18 Justificación:** Se agregó una página de “Notas” para que el grupo objetivo pueda anotar algún recordatorio o nota, acerca del contenido del texto que sea de su interés personal.

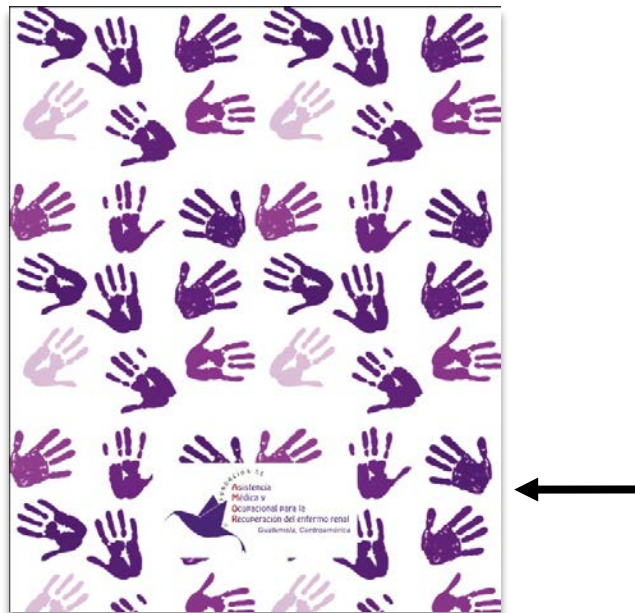


## Contraportada

### 8.4.1.19 Antes

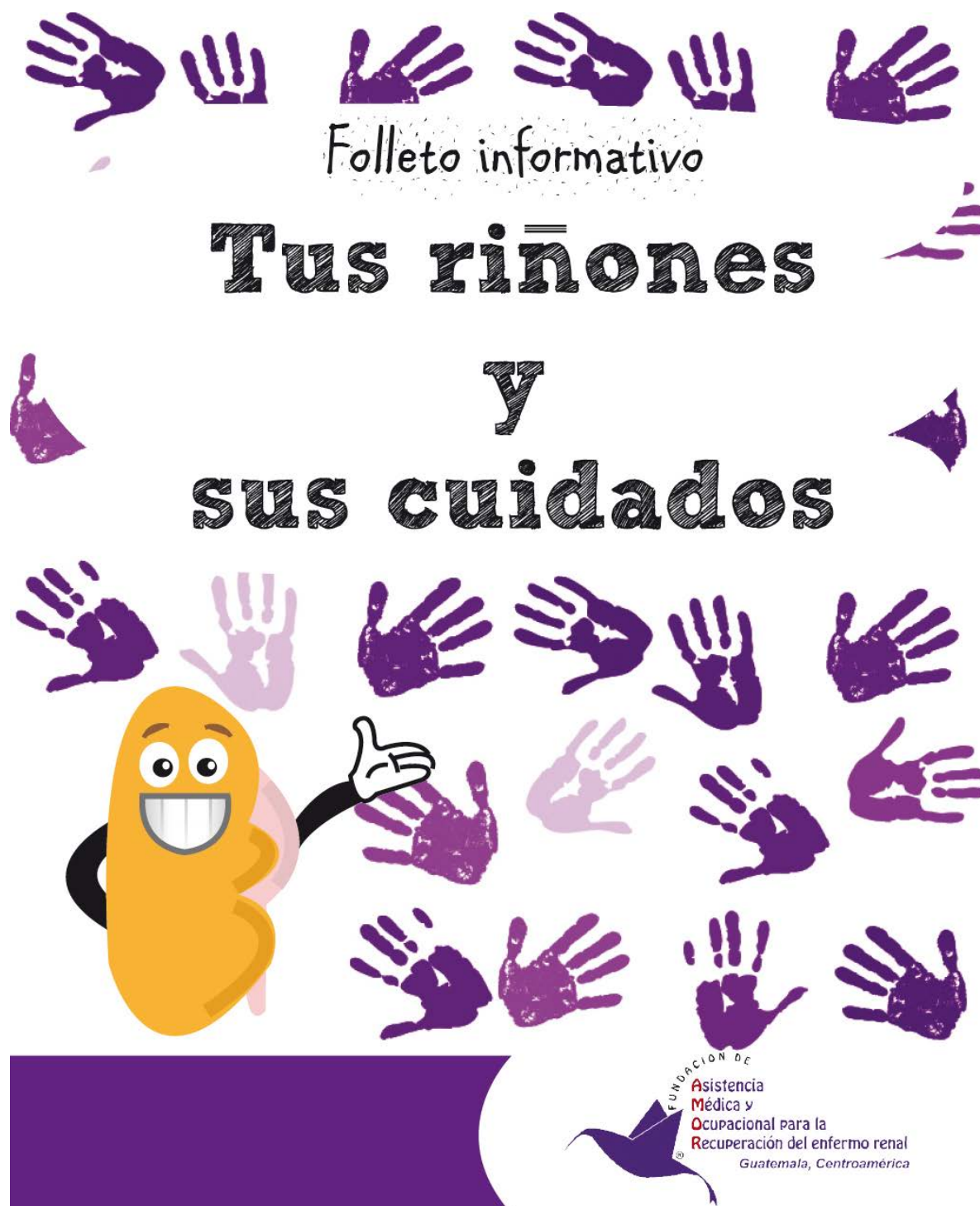


### 8.4.2.19 Después



**8.4.3.19 Justificación:** Se cambiaron los colores de la contraportada considerándolo importante para que el folleto se identifique con los colores corporativos de la fundación.

# Capítulo IX



**Portada**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

Folleto informativo

# Tus riñones y sus cuidados

Este folleto llega a ti gracias a:  
Fundación -AMOR-



Diseñado Por:  
Astrid E. Montenegro A.

### Carátula Interna

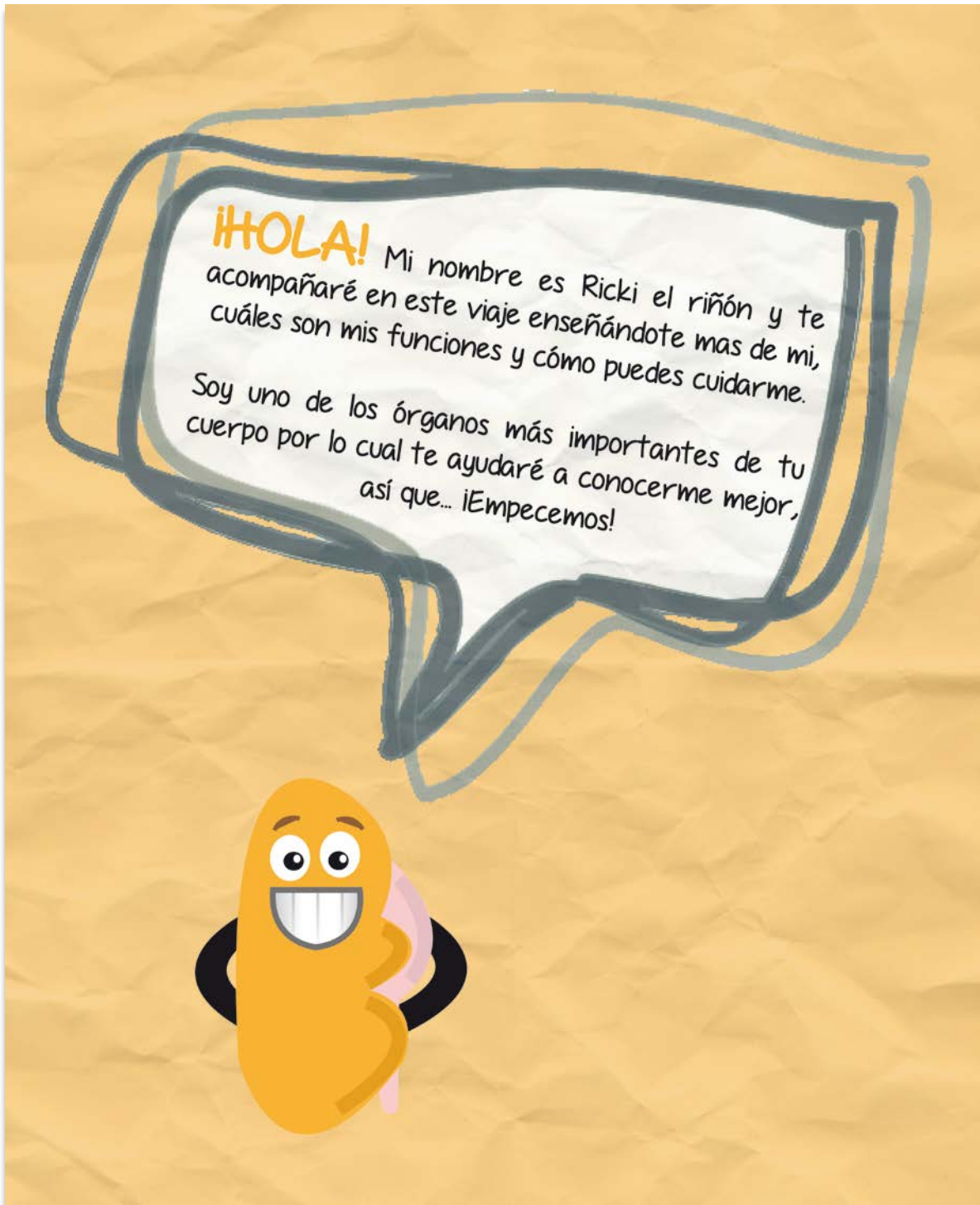
Medidas: (17 ½ cm x 21. ½  
cm).

# Índice:

	Páginas
¿Qué son los riñones? .....	1-3.
Algunos Problemas Renales .....	4-5.
Consejos de Prevención .....	6-8.
¿Qué es Fundación AMOR? .....	9-10.
Actividades .....	11-14.
Referencias .....	15.

## Índice

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).



**¡HOLA!** Mi nombre es Ricki el riñón y te acompañaré en este viaje enseñándote más de mí, cuáles son mis funciones y cómo puedes cuidarme.

Soy uno de los órganos más importantes de tu cuerpo por lo cual te ayudaré a conocerme mejor, así que... ¡Empecemos!

**Página de Introducción**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

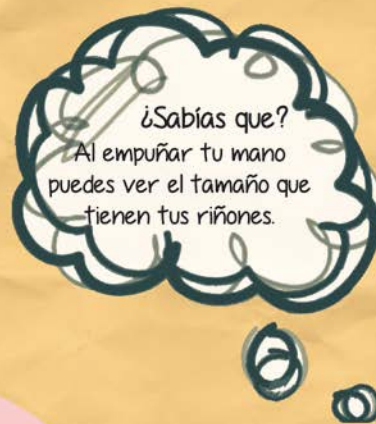
# Los riñones:

Todo el mundo sabe que algunos órganos del cuerpo humano son necesarios para la supervivencia: necesitas el cerebro, el corazón, los pulmones, los riñones...

¿Los RIÑONES? Exactamente y sin lugar a dudas. Aunque no encontrarás ninguna tarjeta de San Valentín donde aparezca un riñón, los riñones son tan importantes como el corazón. ¡Necesitas al menos un riñón para vivir!

Los riñones normalmente van en pares. Cada riñón mide unos 13 cm (unas 5 pulgadas) de largo y unos 8 cm (unas 3 pulgadas) de ancho y tiene aproximadamente el tamaño de un ratón de ordenador.

Si alguna vez has visto una alubia, tendrás una idea bastante acertada del aspecto que tiene un riñón.



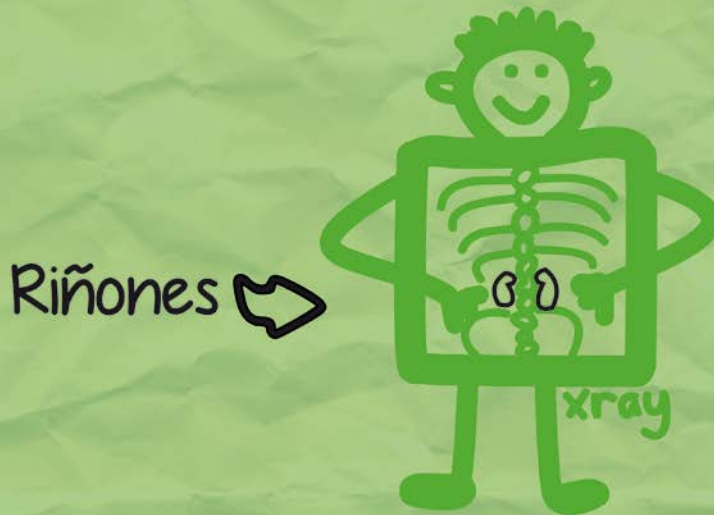
Tus riñones y sus cuidados • •



## Página 1: Los Riñones

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

# Ubicación de los riñones:



## Funciones:

### Hacer limpieza:

Una de las principales funciones de los riñones consiste en filtrar los productos de desecho de la sangre. ¿Cómo llegan esos productos de desecho a la sangre? Pues bien, la sangre reparte nutrientes por todo el cuerpo. En las células se producen reacciones químicas para descomponer y procesar esos nutrientes. Parte de los productos de desecho son el resultado de esas reacciones químicas. Otra parte solo es la materia que el cuerpo no necesita porque ya tiene suficiente. Esos residuos tienen que ir a algún sitio; y es ahí donde los riñones entran en juego.



• • Tus riñones y sus cuidados

**Página 2: Ubicación y Funciones**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.



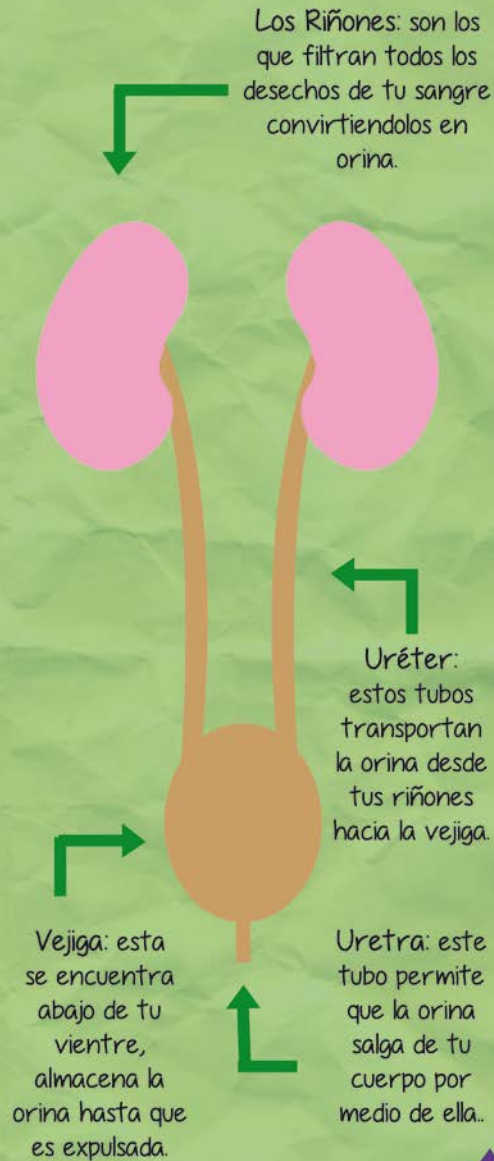
Primero, la sangre es transportada hasta los riñones por la arteria renal (todas las cosas del cuerpo relacionadas con los riñones se denominan "renales"). Una persona promedio tiene entre 3,7 y 5,7 litros de sangre (de 1 a 1,5 galones) circulando por el cuerpo. ¡Los riñones filtran esa sangre aproximadamente 400 veces al día! Más de un millón de pequeños filtros que se encuentran en el interior de los riñones eliminan los productos de desecho.

Estos filtros, denominados nefronas, son tan diminutos que solo se pueden ver utilizando un microscopio muy potente.

Si pusieras toda el agua que bebes en el platillo de una balanza y toda el agua que elimina tu cuerpo en el otro, ambos platillos estarían equilibrados. Tu cuerpo obtiene agua cuando la bebes o cuando bebes otros líquidos.

Mantener el equilibrio Los riñones también equilibran el volumen de líquidos y minerales en el cuerpo. Este equilibrio corporal recibe el nombre de homeostasis.

El agua abandona tu cuerpo de varias maneras. Te sale por los poros de la piel cuando sudas, por la boca al respirar y por la uretra cuando orinas. Tus deposiciones también contienen agua cuando tienes sed, el cerebro te está diciendo que necesitas más líquido para mantener tu cuerpo lo más equilibrado posible. Si no ingieres suficiente líquido.



Tus riñones y sus cuidados • •



### Página 3: Proceso

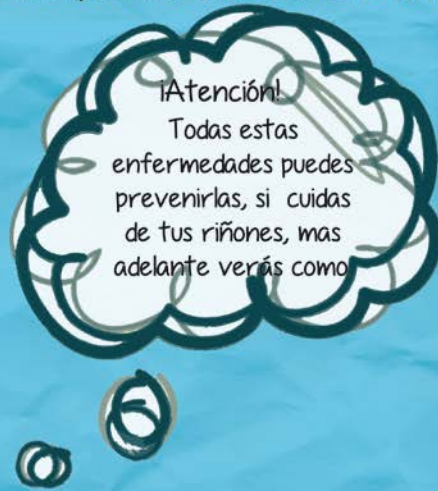
Medidas: (17 ½ cm x 21. ½ cm).

# Algunos problemas renales:

- La glomerulonefritis: es una inflamación de los glomérulos, las partes de las unidades de filtración (nefronas) de tus riñones que contienen una red de capilares (vasos sanguíneos muy pequeños). Más del 95% de los niños con este tipo de nefritis se recuperan completamente, pero unos pocos pueden sufrir lesiones renales permanentes que, a la larga, requerirán diálisis o trasplante de riñón.

- La hipertensión: (tensión arterial alta) puede ser la consecuencia de unos riñones deteriorados por alguna enfermedad. Los riñones controlan tu tensión arterial regulando la cantidad de sal que hay en tu organismo, dándole solo lo necesario a tu cuerpo y fabricando una enzima denominada "renina" que, junto con otras sustancias, controla el estrechamiento o dilatación (haciéndolas grandes o pequeñas)

de las células musculares de las paredes de los vasos sanguíneos.



La insuficiencia renal puede ser aguda (repentina) o crónica (con un desarrollo a lo largo del tiempo y generalmente de larga duración o permanente). En ambos tipos de insuficiencia, los riñones reducen el ritmo de filtración o dejan de filtrar sangre, lo que provoca la acumulación de productos de deshecho y sustancias tóxicas en la sangre.



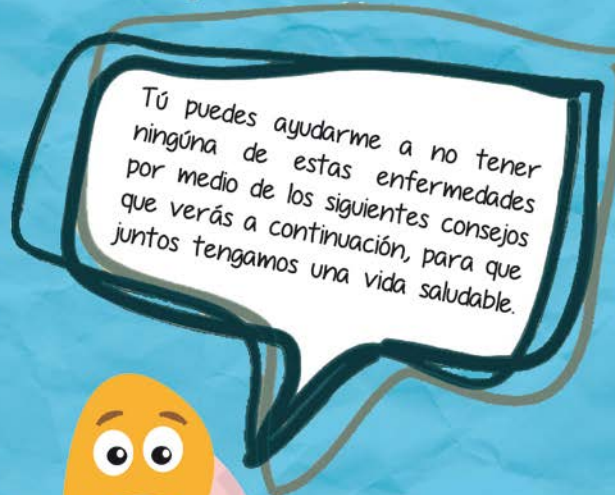
• • Tus riñones y sus cuidados

**Página 4: Problemas Renales**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

- Los cálculos renales: son el resultado de la acumulación de sales cristalizadas y minerales, como el calcio, en las vías urinarias. Los cálculos renales también se pueden formar tras una infección. Si los cálculos renales son lo bastante grandes como para obstruir el riñón o el uréter, pueden provocar un intenso dolor de estómago. Pero generalmente las piedras renales pasan por las vías urinarias y son expulsadas al exterior sin crear grandes problemas.

- La nefrosis: es una enfermedad renal caracterizada por una serie de síntomas y desequilibrios químicos (acumulación de cantidades excesivas de fluido en los tejidos de tu cuerpo, reducción de los niveles de proteínas en la sangre, retención de agua y sal, y aumento de los niveles de grasas en la sangre). La nefrosis puede ser la consecuencia de enfermedades renales específicas o una reacción a determinadas medicinas. Algunas formas de nefrosis son hereditarias (cuando alguien de tu familia tuvo esta enfermedad anteriormente). La nefrosis es más frecuente en niños de entre 18 meses y 4 años, sobre todo de sexo masculino.



Tus riñones y sus cuidados



**Página 5: Problemas Renales**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

# Consejos de prevención que debes tomar en cuenta:

## Mantente en forma y activo

1.

Mantenerse en forma te ayuda a reducir la presión arterial y por lo tanto reduce el riesgo de sufrir algún problema con tus riñones. Se recomienda hacer actividades aeróbicas como caminar, correr o andar en bicicleta.



## Controla el nivel de azúcar en tu cuerpo

2.

Alrededor del 50% de las personas diabéticas desarrollan daño renal, por lo que fundamental que le digas a tus papas que te controlen periódicamente para comprobar el estado de tus funciones renales.



- • Tus riñones y sus cuidados

**Página 6: Consejos de Prevención**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

### Lleva una dieta saludable y controla tu peso

3.

Ambas ayudan a prevenir diabetes, enfermedades cardíacas y otras afecciones asociadas con la enfermedad renal. También es aconsejable reducir el consumo de sal (5-6 gramos, alrededor de una cucharada chica por día).



### Beber mucho líquido

4.

Te recomendamos beber entre 1,5 y 2 litros de agua por día. El consumo de líquido ayuda a los riñones a limpiar el sodio, la urea y las toxinas del cuerpo que, a su vez, reducen el riesgo de desarrollar enfermedad renal crónica.



### No abuses de los medicamentos sin receta

5.

Alrededor del 50% de las personas diabéticas desarrollan daño renal, por lo que fundamental que le digas a tus papas que te controlen periódicamente para comprobar el estado de tus funciones renales.



Tus riñones y sus cuidados • •



**Página 7: Consejos de Prevención**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

## Controla tu presión arterial

6.

Dile a tus papás que controlen tu presión arterial pues pocos saben que también es la causa más común de daño renal. Esta situación se potencia cuando se asocia con otros factores como la diabetes, el colesterol alto o enfermedades cardio-vasculares.



## Chequea tu función renal si tiene uno o mas de los siguientes factores de riesgo

7.

- Diabetes
- Hipertensión
- Obesidad
- Tú o un miembro de tu familia sufre de enfermedad renal.



• • Tus riñones y sus cuidados

**Página 8: Consejos de Prevención**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

# ¿Qué es fundación AMOR?

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal es líder en la atención médica y social del paciente renal.

La Fundación de AMOR es una entidad privada, sin fines de lucro que trabaja para mejorar las condiciones y calidad de vida de quienes padecen insuficiencia renal crónica en Guatemala. Brindamos información y asistencia a todas las personas, según sus necesidades, para que obtengan la mejor atención médica en nuestro país

## Misión:

Líder en la atención médica y social del paciente renal en Guatemala.

## Visión:

Ser líder en la atención médica y social del paciente con insuficiencia renal, llevando a la población más necesitada tecnología de punta, así como los últimos avances médicos y científicos a nivel mundial.



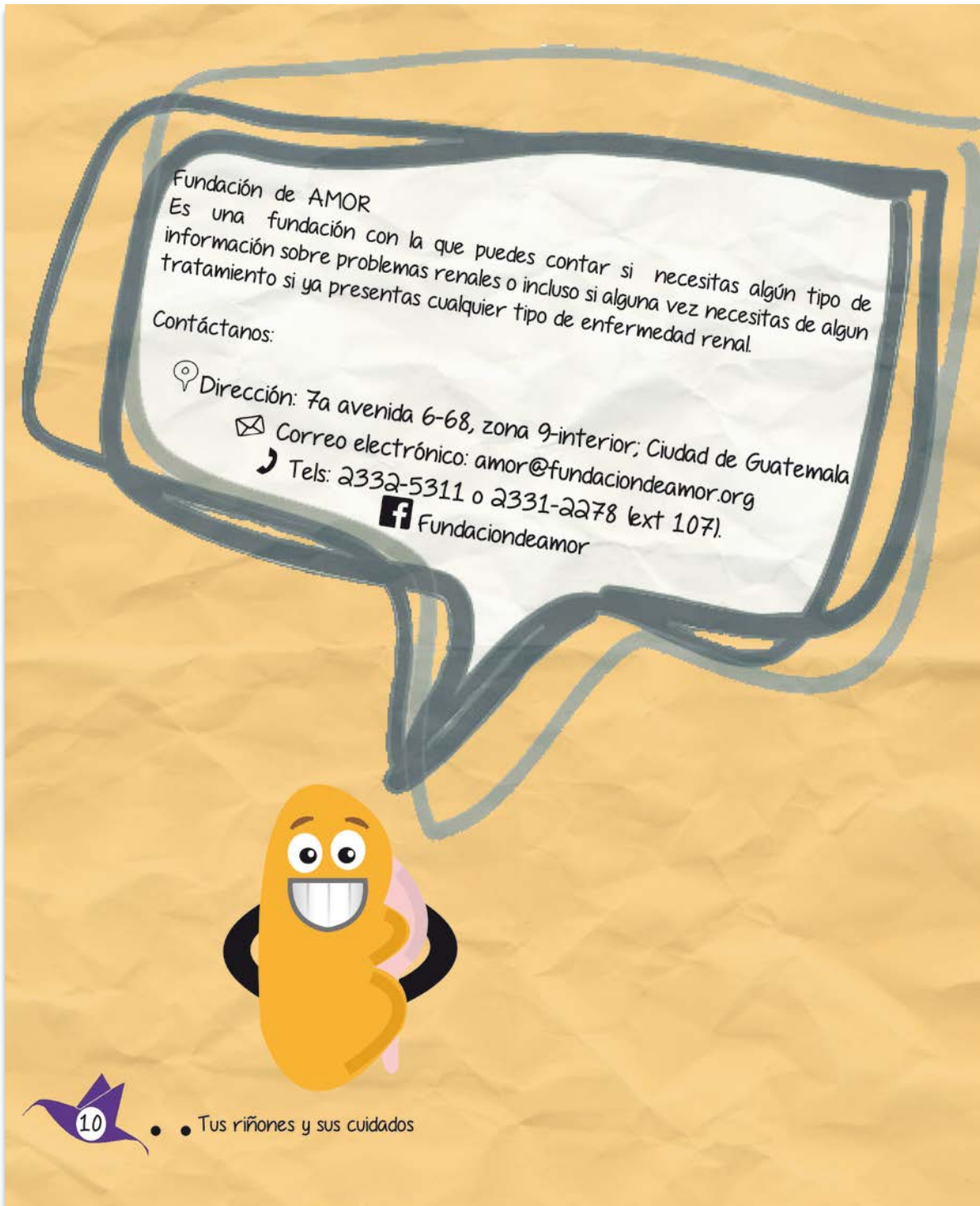
Tus riñones y sus cuidados • •



**Página 9: Fundación AMOR**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.



**Página 10: Fundación AMOR**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.



# Actividades



**Página 11: Actividades**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

# Actividad 1

Instrucciones: Ayuda a "Ricki" el riñón a encontrar el camino correcto que lleva hacia el vaso de agua para que pueda llevar una vida más saludable.



• • Tus riñones y sus cuidados

**Página 12: Actividades**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

## Actividad 2

Instrucciones: Encuentra las siguientes palabras en la sopa de letras  
1. Riñón, 2. Prevención, 3. Agua, 4. Fundación, 5. Salud. ¡Mucha Suerte!

S	B	C	R	D	P	E	F	G	H	A
A	J	K	I	L	R	M	N	O	P	G
L	R	S	Ñ	T	E	U	V	W	X	U
U	Z	A	O	B	V	C	D	F	G	A
D	I	J	N	K	E	L	M	N	O	P
Q	R	S	E	K	N	T	U	V	W	X
F	U	N	D	A	C	I	O	N	G	H
I	J	K	L	M	I	N	Ñ	O	P	Q
R	S	T	U	V	O	W	X	Y	Z	A
B	C	D	F	G	N	H	I	J	K	L

Tus riñones y sus cuidados • •



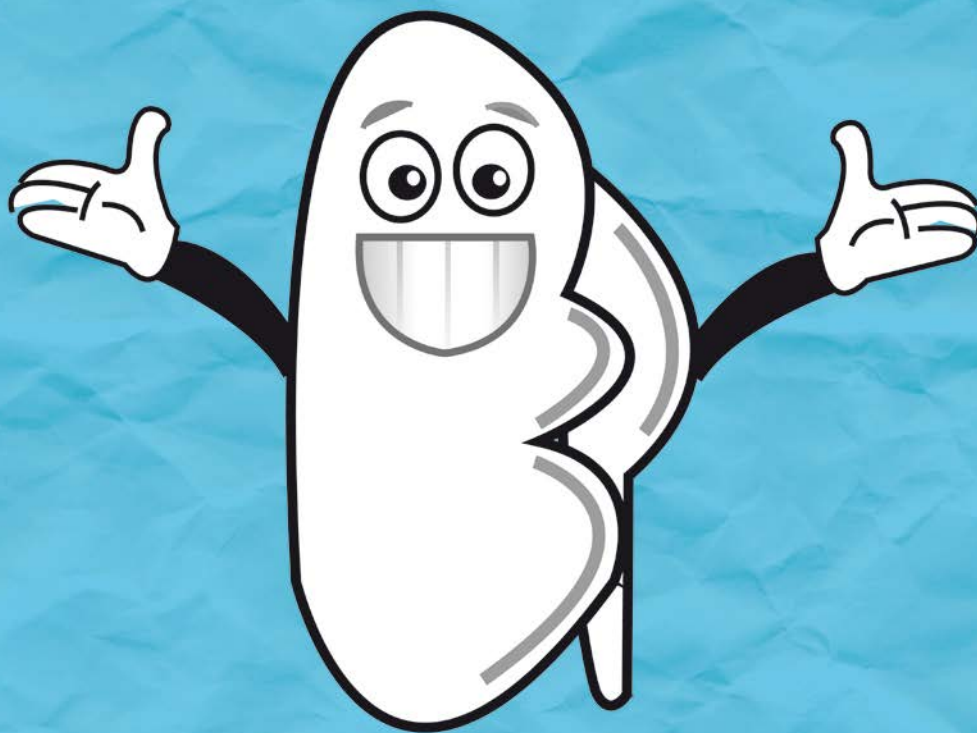
**Página 13: Actividades**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

## Actividad 3

Instrucciones: ¡Ricki necesita de tu ayuda para recuperar sus colores! Colorea a Ricki el riñón con tus lápices de colores.



• • Tus riñones y sus cuidados

**Página 14: Actividades**

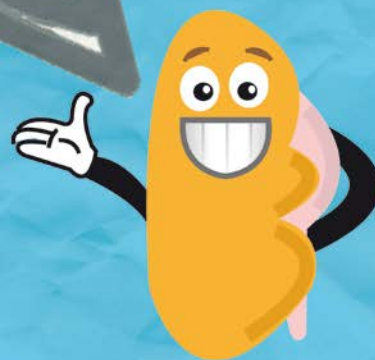
**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

## Referencias:

Si quieres saber más sobre tus riñones,  
sus funciones y como los puedes cuidar  
entra a:

- [fundaciondeamor.org](http://fundaciondeamor.org)
- [hospitalaleman.org.ar](http://hospitalaleman.org.ar)
- [kidshealth.org](http://kidshealth.org)



Tus riñones y sus cuidados

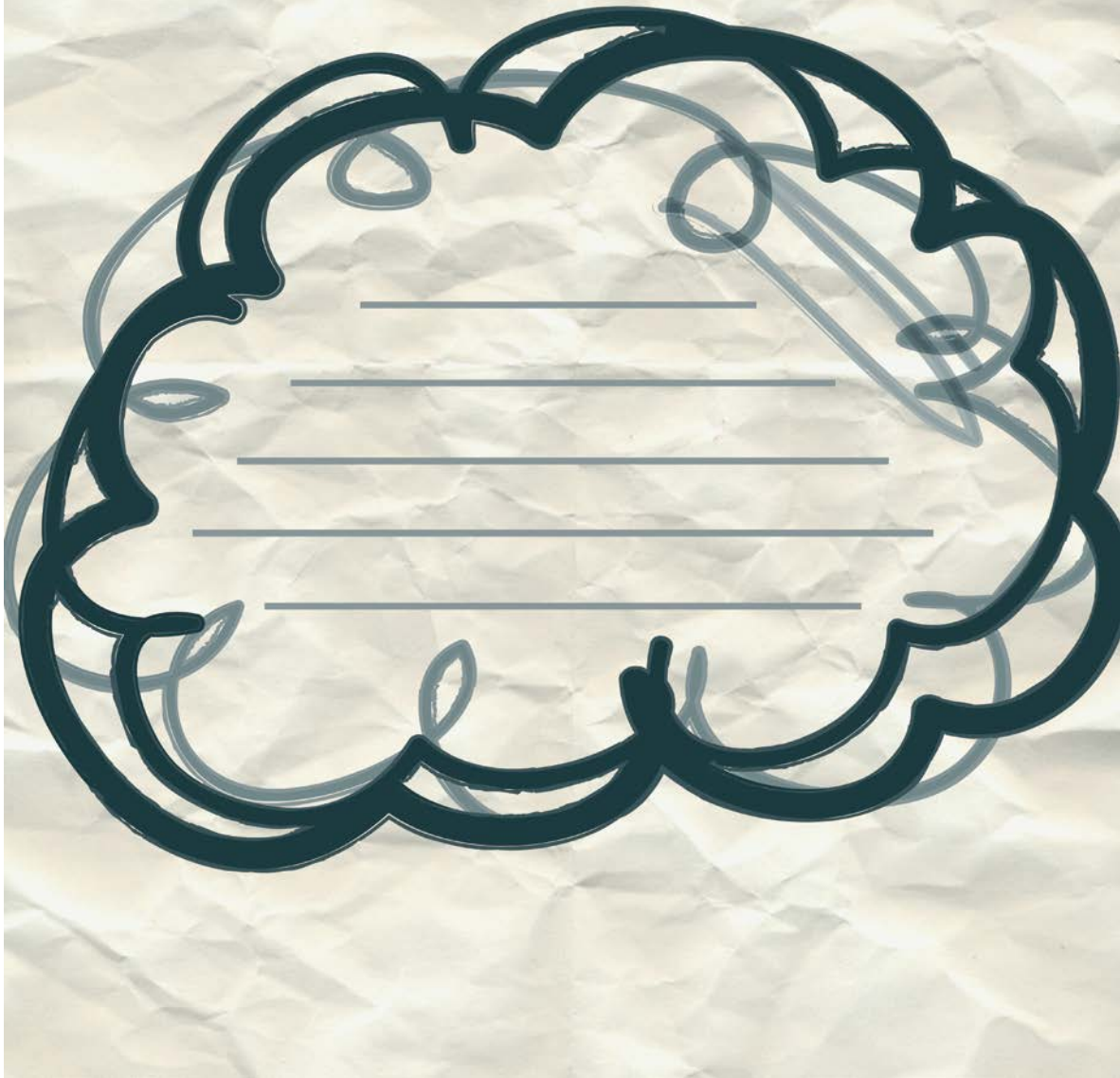
15

**Página 15: Referencias**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

**Mis notas:**



**Página de Notas**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.



**Contraportada**

**Medidas:** (17 ½ cm x 21. ½ cm).

**Orientación:** Vertical.

# Capítulo X



## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

A continuación se presenta información para la producción, reproducción y distribución del folleto informativo para niños de la Fundación –AMOR–.

### 10.1 Plan de costos de elaboración:

#### 10.1.1 Material Elaborado:

Folleto impreso informativo para la Fundación -AMOR- con el fin de informar y prevenir a niños entre 10 a 14 años de edad sobre los problemas renales.

#### 10.1.2 Tiempo de Elaboración:

<b>Etapa 1</b>
Julio-Septiembre
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Creación de Marco Teórico</b></li><li>• <b>Conceptualización</b></li><li>• <b>Bocetaje</b></li><li>• <b>Propuestas Gráficas Preliminares</b></li><li>• <b>Creación de Instrumento</b></li></ul>
TIEMPO ESTIMADO
<b>3 Meses/ 12 Semanas/ 300 hrs aprox (5hrs diarias)</b>

### 10.1.3 Estimados en Tiempo Total

Se trabajo 5 horas diarias en la etapa 1.

Total de Meses Trabajados	<b>3 Meses</b>
Total de Semanas Trabajadas	<b>12 Semanas</b>
Total de Días Trabajados	<b>60 Días</b>
Total de Horas Trabajadas	<b>300 Horas</b>

### 10.1.4 Costos de Elaboración

En base a un sueldo aproximado de un diseñador gráfico actual, es de Q6,000.00 por 8 horas diarias, aproximadamente gana Q200.00 al día y Q25.00 por hora.

Por lo que para el costo de elaboración se toma en cuenta únicamente las horas trabajadas en la realización del folleto impreso.

Costo Diario	<b>Q150.00</b>
Costo por Semana	<b>Q750.00</b>
Costo por Mes	<b>Q3,000.00</b>
Costo por 3 Meses(Etapa 1)	<b>Q9,000.00</b>

**El costo total de Elaboración es de Q9,000.00**

## 10.2 Plan de Costos de Producción

### 10.2.1 Elementos a producir

**Producción:** Arte final folleto Impreso

#### Características:

El folleto impreso informativo contiene portada, carátula interna, índice para un orden lógico del contenido, introducción o bienvenida para que el grupo objetivo se sienta familiarizado con el material y se tenga una mejor comunicación. Contenido que informa y se dan consejos de prevención para los niños que son el grupo objetivo, actividades para que el material sea dinámico, página de notas por si es necesario tomar apuntes determinados y la contraportada.

### 10.2.2 Tiempo de Producción:

Etapa 2
Julio-Septiembre
<ul style="list-style-type: none"><li>• Validación Técnica</li><li>• Realización de cambios en base a resultados</li><li>• Elaboración de propuesta final gráfica</li></ul>
TIEMPO ESTIMADO
<b>3 Meses/ 12 Semanas/ 420 hrs aprox (7hrs diarias)</b>

### 10.2.3 Estimados en Tiempo Total

Se trabajaron 7 horas diarias en la etapa 3.

Total de Meses Trabajados	<b>3 Meses</b>
Total de Semanas Trabajadas	<b>12 Semanas</b>
Total de Días Trabajados	<b>60 Días</b>
Total de Horas Trabajadas	<b>420 Horas</b>

### 10.2.4 Costos de Producción

Costo Diario	<b>Q175.00</b>
Costo por Semana	<b>Q875.00</b>
Costo por Mes	<b>Q3,500.00</b>
Costo por 3 Meses(Etapa 3)	<b>Q10,500.00</b>

**El costo total de Producción es de Q10,500.00**

### 10.3 Plan de Costos de Reproducción:

A continuación se muestra una cotización para la impresión litográfica de 100 copias de dicho material, el costo de una copia del folleto impreso es de Q56.00. Se imprimirá en papel husky para la portada y contraportada, bond para páginas internas con espiral de plástico. Lugar de cotización: Last Minute, *ver Anexo 14.2*.

Información de Proyecto (CD/Copia Virtual)	<b>Q20.00</b>
Folleto impreso (100 copias)	<b>Q5,600.00</b>
Total	<b>Q5,620.00</b>

#### **10.4 Plan de Costos de Distribución:**

##### **10.4.1 Elementos a distribuir**

Folleto impreso para la Fundación –AMOR–.

##### **10.4.2 Formato y Medios de distribución**

Impreso (PDF para imprimir), se cuenta con personal voluntario dentro de la fundación para distribuir el material en colegios dentro de la ciudad capital, también para la impresión del mismo, con que cuenta con patrocinadores de la fundación.

##### **10.4.4 Costos de Distribución**

Personal para Distribución del Material	<b>Q0.00</b>
<b>Total</b>	<b>Q0.00</b>

#### **10.5 Cuadro con resumen general de costos:**

<b>Costo</b>	<b>Monto</b>
Elaboración	<b>Q9,000.00</b>
Producción	<b>Q10,500.00</b>
Reproducción	<b>Q5,620.00</b>
Distribución	<b>Q0.00</b>
<b>Total</b>	<b>Q25,120.00</b>

# Capítulo XI

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

**11.1.1** Se diseñó material impreso que permitirá informar acerca de la prevención de problemas renales en niños comprendidos entre los 10 y 14 años de edad, de la Fundación –AMOR–.

**11.1.2** Se investigó en diferentes fuentes de información acerca de los problemas renales, por lo que se tuvo el conocimiento adecuado al realizar el proyecto.

**11.1.3** Se recopiló información de los servicios y funciones de la Fundación –AMOR–. Es por ello que el contenido del material impreso transmite claramente las características de dicha entidad.

**11.1.4** Se diagramaron los textos e imágenes mediante criterios de composición visual, que permite que el contenido sea de fácil lectura.

**11.1.5** Se realizaron ilustraciones que hacen referencia al texto informativo del material impreso, lo que hace que la información sea comprendida fácilmente.

## **11.2 Recomendaciones**

**11.2.1** Publicar en formato digital el folleto informativo en la página web de Fundación –AMOR-, también crear un espacio en redes sociales (facebook) de dicha fundación, que permita manera que a los niños les sea posible acceder al material en internet.

**11.2.2** La constante investigación acerca de los avances en la medicina y/o nuevos métodos de prevención para actualizar el contenido del folleto informativo y seguir cumpliendo con el objetivo.

**11.2.3** Recopilar información acerca de los servicios y funciones de la Fundación –AMOR- para que el contenido de materiales futuros transmitan claramente la esencia y características de dicha entidad.

**11.2.4** Tomar en cuenta para futuros materiales impresos de la fundación las nuevas tendencias en cuanto a diseño editorial (diagramación y composición visual) que puedan surgir con el paso del tiempo para que cause mayor impacto visual en el grupo objetivo.

**11.2.5** Incluir fotografías que den a conocer las instalaciones de Fundación, –AMOR- y a los miembros principales del personal de dicha fundación para futuros materiales impresos.



# Capítulo XII

## Capítulo XII: Conocimiento general



# Capítulo XIII

## **Capítulo XIII: Referencias**

### **13.1 Bibliografía:**

#### **A:**

- Andrés, D. Z. (2007), Introducción al diseño editorial. Madrid, España.

#### **D:**

- Davis, M. D. (1971), Introducción a la teoría de juegos. Alianza Editorial, 1ª edición.

#### **E:**

- Ediciones Larousse (2004), S.A, Diccionario Larousse Educativo Juvenil.

#### **F:**

- Federico Revilla, (2010). 7ª edición, Diccionario de iconografía y simbología.

#### **G:**

- Gonzales N, (2010). Semiología gráfica: análisis de la imagen España Eduinnova,

#### **M:**

- Meg mateo ilasco & Joy de angoeelert cho, (2010). Creative, inc.
- Morrison, G. S. (2005), Educación infantil, Madrid, España, Pearson Educación S.A.

#### **P:**

- Pross, H, (1972). Introducción a la ciencia de la comunicación, España Anthropos Editorial, ISBN: 84-7658-024-X

#### **S:**

- S.h Steinberg, (1996). Five hundred years of printing

- Scot, R. W. (2004), Fundamentos del diseño, Mexico, Limusa, S.A. de C.V, Grupo Noriega Editores.

#### **T:**

- Thomson, Robert Johnson & Patricia Kuby, (2005). *Estadística elemental, lo esencial (3ª ed)*.

#### **V:**

- Vélez, M. y Gonzales, A, (2001), El diseño gráfico, España, Universidad de Granada.

#### **W:**

- Wucius wong, (1997). Principles of color design.

### **13.2 Biblioweb**

#### **D:**

- Doctor, (2008). Recuperado de: <http://definicion.de/doctor/>
- Diseño, (2008). Recuperado de: <http://definicion.de/disenio/>

#### **C:**

- Concepto y Características, (2010). Recuperado de: <http://artenihilista.blogspot.com/2010/01/concepto-y-caracteristicas.html>
- Colaborador, (2011). Recuperado de: <http://recursoshumanosinternet.blogspot.com/2011/03/que-es-un-colaborador.html>

**E:**

- El dibujo, (2008). Recuperado de: <http://arteymas.foroes.org/t24-que-es-el-dibujo>  
<http://definicion.de/dibujo/>

**F:**

- Fundación de AMOR, (2013). Recuperado de: <http://fundaciondeamor.org/>
- Fundación, (2008). Recuperado de: <http://ecofundacion.blogspot.com/2008/01/que-es-una-fundacion.html>
- Fundador, (2008). Recuperado de: <http://es.thefreedictionary.com/fundador>
- Fotografía, (2010). Recuperado de:  
[http://www.artesmexico.org/fotografia/foto\\_arte\\_contemp.asp](http://www.artesmexico.org/fotografia/foto_arte_contemp.asp)
- Fundación Neuronilla para la creatividad e innovación, (2011). Recuperado de:  
<http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/107-do-it.html>

**G:**

- Garcia, Material Impreso, (2001). Recuperado de:  
[http://www.cca.org.mx/profesores/cursos/cep21/modulo\\_9/materiales%20impresos.htm](http://www.cca.org.mx/profesores/cursos/cep21/modulo_9/materiales%20impresos.htm)

**I:**

- ICESI, (2000). Recuperado de: <http://www.icesi.edu.co/~jjmora/pdfs/extdina.pdf>

- Imagen, (201)., Recuperado de:  
[http://www.aloj.us.es/galba/DIGITAL/CUATRIMESTRE\\_II/IMAGEN-PAGINA/2elementos1.htm](http://www.aloj.us.es/galba/DIGITAL/CUATRIMESTRE_II/IMAGEN-PAGINA/2elementos1.htm)
- Insuficiencia renal crónica, (2000) Recuperado de:  
<http://www.webconsultas.com/categoria/salud-al-dia/insuficiencia-renal-cronica>
- INE, (2014). Recuperado de:  
<http://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/02/26/L5pNHMXzxy5FFWmk9NHCrK9x7E5Qqvvy.pdf>

#### **L:**

- Los Riñones, (2007). Recuperado de:  
<http://www.geosalud.com/Urinario/rinones.htm>

#### **O:**

- OERT, (2000). Recuperado de: <http://www.oert.org>
- Occi Olachea, Cinco Tendencias de diseño gráfico, (2014). Recuperado de:  
<http://www.paredro.com/5-tendencias-de-diseno-grafico-para-no-perder-de-vista-en-el-2014/>

#### **P:**

- Psicología del Color, (2008). Recuperado de: <http://www.psicologiadelcolor.es/>
- Psicología, (2008). Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/87599979/Que-Es-Psicologia>

- Psicología de la comunicación, (2008). Recuperado de:  
<http://www.ucongreso.edu.ar/wp-content/uploads/programa-psicologia-de-la-comunicacion.pdf>
- Patrocinadores, (2007). Recuperado de: <http://es.thefreedictionary.com/patrocinador>

## **S:**

- Semiología, (2007). Recuperado de:  
<http://www.definicionabc.com/comunicacion/semiologia.php>
- Sistemas de Impresión, (2008). Recuperado de:  
[http://www.fba.unlp.edu.ar/tecnologia/pdfs/sist\\_de\\_impresi%C3%B3n\\_2010.pdf](http://www.fba.unlp.edu.ar/tecnologia/pdfs/sist_de_impresi%C3%B3n_2010.pdf)

## **T:**

- Teoría, (2000). Recuperado de:  
[http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria\\_1.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm)
- Teoría de Gestalt, (2011). Recuperado de:  
<http://teoriadaprendizaje.blogspot.com/p/gestalt.html>



# Capítulo XIV

## Capítulo XIV: Anexos

### 14.1 Instrumentos de Validación

#### 14.1.1 Encuesta

UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Licenciatura en Comunicación y Diseño



Nombre: \_\_\_\_\_

Profesión: \_\_\_\_\_

Realizada a: Experto\_\_ Cliente\_\_ Grupo Objetivo\_\_

Género: Masculino\_\_ Femenino\_\_ Edad:\_\_

### DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA INFORMAR ACERCA DE LA PREVENCIÓN DE PROBLEMAS RENALES EN NIÑOS DE 10 A 14 AÑOS DE EDAD

#### Antecedentes:

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal, Fundación de AMOR es una entidad privada, sin fines de lucro que trabaja para mejorar las condiciones y calidad de vida de quienes padecen insuficiencia renal crónica en Guatemala. Fue legalmente constituida por el acuerdo gubernativo 054-99 del gobierno de Guatemala y desde 1999 brinda información y asistencia a todas las personas, según sus necesidades, para que obtengan la mejor atención médica en nuestro país.

Con el fin de lograr que haya menos pacientes de 10 a 14 años de edad con problemas renales se diseñará material impreso que informe y prevenga la insuficiencia renal.

**Objetivos de la investigación:** Verificar que el material impreso sea ideal, tanto en diseño como en el contenido del mismo.

**Instrucciones:** En base al folleto que se le mostro. Conteste las siguientes preguntas subrayando la que considere apropiada según su criterio personal.

### Parte I Objetivos

1. ¿Considera necesario el diseño de un folleto impreso que informe y prevenga a niños de 10 a 14 años de edad sobre los problemas renales?

Si                      No

2. ¿Cree que un folleto impreso es un elemento de comunicación apropiado para informar a niños de 10 a 14 años de edad acerca de los problemas renales que existen?

Si                      No

3. ¿Cree que es necesario investigar toda la información acerca de los problemas renales para tener el conocimiento adecuado al realizar el proyecto?

Si                      No

4. ¿Cree que es necesario recopilar información acerca de los servicios y funciones que realiza la fundación AMOR para la realización del folleto impreso?

Si                      No

5. ¿Considera necesario que el contenido del folleto impreso posea ilustraciones las cuales hagan referencia al texto informativo?

Si                      No

## Parte II Semiológica

6. ¿Según su criterio, los colores utilizados en el folleto impreso transmiten?

Tristeza

Estabilidad

Alegría

7. ¿Qué emoción le transmiten las fotografías dentro del folleto impreso?

Confianza

Inseguridad

Curiosidad

8. ¿Qué emoción considera que le transmite la tipografía empleada en el folleto?

Tranquilidad

Alegría

Aburrimiento

9. ¿En su opinión las ilustraciones dentro del folleto impreso le transmiten?

Confusión

Seguridad

Irritación

## Parte III Operativa

10. ¿Considera que la orientación vertical del folleto impreso es adecuada?

Mucho

Poco

Nada

11. ¿Cree que el tamaño de los elementos dentro del folleto impreso son adecuados?

Si

No

12. Según su criterio, ¿el contenido del folleto impreso tiene un orden lógico?

Si

No

13. ¿Considera que la diagramación dentro del folleto impreso es la adecuada para una fácil lectura?

Mucho      Poco      Nada

14. Según su criterio, ¿la tipografía empleada dentro del folleto impreso es legible?

Mucho      Poco      Nada

15. Según su opinión, ¿considera que la información textual da a conocer los problemas renales que existen y como se pueden prevenir?

Mucho      Poco      Nada

16. ¿Según su opinión el diseño del folleto impreso es?

Muy atractivo      Poco atractivo      Nada atractivo

**Observaciones:**

---

---

---

---

## 14.1.2 Validación al Cliente (Se realizaron cambios en base a resultados)

UNIVERSIDAD GALILEO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
Licenciatura en Comunicación y Diseño



Nombre: Ana Cristina Ramírez  
Profesión: Comunicadora Social  
Realizada a: Experto  Cliente  Grupo Objetivo   
Género: Masculino  Femenino  Edad: 50 años

### DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA INFORMAR ACERCA DE LA PREVENCIÓN DE PROBLEMAS RENALES EN NIÑOS DE 10 A 14 AÑOS DE EDAD

#### Antecedentes:

La Fundación de Asistencia Médica y Ocupacional para la Recuperación del enfermo renal, Fundación de AMOR es una entidad privada, sin fines de lucro que trabaja para mejorar las condiciones y calidad de vida de quienes padecen insuficiencia renal crónica en Guatemala. Fue legalmente constituida por el acuerdo gubernativo 054-99 del gobierno de Guatemala y desde 1999 brinda información y asistencia a todas las personas, según sus necesidades, para que obtengan la mejor atención médica en nuestro país.

Con el fin de lograr que haya menos pacientes de 10 a 14 años de edad con problemas renales se diseñará material impreso que informe y prevenga la insuficiencia renal.

**Objetivos de la investigación:** Verificar que el material impreso sea ideal, tanto en diseño como en el contenido del mismo.

**Instrucciones:** En base al folleto que se le mostro. Conteste las siguientes preguntas subrayando la que considere apropiada según su criterio personal.

#### Parte I Objetivos

1. Considera necesaria la realización de un folleto impreso que informe y prevenga a niños de 10 a 14 años de edad sobre los problemas renales?

Si  No

2. Cree que un folleto impreso es un elemento de comunicación apropiado para informar a niños de 10 a 14 años de edad acerca de los problemas renales que existen?

Si  No

### 14.1.2 Validación al Cliente (Se realizaron cambios en base a resultados)

3. ¿Cree que es necesario investigar toda la información acerca de cómo diseñar un folleto impreso para su realización?
- Sí  No
4. Cree que es necesario investigar sobre los servicios y funciones que realiza la fundación AMOR para la realización del folleto impreso?
- Sí  No
5. Considera necesario que el contenido del folleto impreso posea imágenes las cuales hagan referencia al texto informativo?
- Sí  No

#### Parte II Semiológica

6. ¿Según su criterio, los colores utilizados en el folleto impreso transmiten?
- no se puede leer el texto ni ver los dibujos*
- Tristeza      Estabilidad      Alegría
7. ¿Qué emoción le transmiten las fotografías dentro del folleto impreso?
- Confianza       Inseguridad      Curiosidad
8. ¿Qué emoción considera que le transmite la tipografía empleada en el folleto?
- Tranquilidad      Alegría       Aburrimiento
9. ¿En su opinión las ilustraciones dentro del folleto impreso le transmiten?
- Confusión      Seguridad      Irritación

#### Parte III Operativa

10. ¿Considera que la orientación vertical del folleto impreso es adecuada?
- Mucho       Poco      Nada

### 14.1.2 Validación al Cliente (Se realizaron cambios en base a resultados)

11. ¿Cree que el tamaño de los elementos dentro del folleto impreso son adecuados?

Si  No

12. Según su criterio, ¿el contenido del folleto impreso tiene un orden lógico?

Si  No

13. ¿Considera que la diagramación dentro del folleto impreso es la adecuada para una fácil lectura?

Mucho  Poco  Nada  *el lenguaje no es el utilizado en Guatemala*

14. Según su criterio, ¿la tipografía empleada dentro del folleto impreso es legible?

Mucho  Poco  Nada

15. Según su opinión, ¿considera que la información textual da a conocer los problemas renales que existen y como se pueden prevenir?

Mucho  Poco  Nada  *Es demasiado avanzada para el grupo objetivo.*

16. ¿Según su opinión el diseño del folleto impreso es?

Muy atractivo  Poco atractivo  Nada atractivo

Observaciones:

Yo NO aprobaría este material para su impresión, tampoco lo utilizaría para nada por que el lenguaje NO es el ideal.

*Antonio*



## 14.2 Cotizaciones



<b>Cotización No.</b>
A 1152
<b>Fecha:</b>
25/11/2014
<b>Cotización válida por:</b>
7 días hábiles
<b>Preparada por:</b>
Javier Najarro

Contáctenos, S. A. NIT. 4436888-7

<b>Cliente:</b>	Astrid Montenegro	<b>Teléfono:</b>	
<b>E-mail:</b>	astid_93@hotmail.com	<b>Celular:</b>	

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
100	Folletos, impresión litográfica full color tiro y retiro, tamaño 17.5 x 21.5 cm, portada y contraportada en papel husky, contenido de 22 páginas en papel couche, van encuadernados con espiral plástico.	Q56.00	Q5,600.00
Tiempo de entrega: 4 a 5 días hábiles después de aprobada la cotización. La variación del trabajo puede ser de un 5%, la forma de pago 50% anticipo 50% contra entrega.			
<b>TOTAL</b>			<b>Q5,600.00</b>

**NOTA:** el valor de esta cotización está sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas.

Firma de Aceptado / Fecha


El cliente acepta los diseños como artes finales, en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

**2384 0888 / 4740 6809**

@cotizaciones@lastminute.net.gt

www.lastminute.net.gt

## 14.2.1 Cotizaciones

COTIZACIÓN

No. 00135

Guatemala, 03 de diciembre de 2014

Señorita  
**Astrid Montenegro**  
**FUNDACIÓN DE ASISTENCIA MÉDICA Y  
OCUPACIONAL PARA LA RECUPERACIÓN DEL  
ENFERMO RENAL**  
Presente


Señorita Montenegro:

A continuación se detalla la cotización de las siguientes impresiones:

Cantidad	Descripción	Precio Unidad	TOTAL
100	<b>FOLLETOS,</b> <i>Impresión full color tiro y retiro portada y contraportada en husky tamaño 17.5cm ancho*21.5cm de alto 20 páginas internas bond 80grs con espiral, según muestra.</i>	Q.75.00	Q.7,500.00
*NOTA: El precio cotizado es válido por un mes. 50% Anticipo Tiempo de entrega 30 días hábiles.			<b>TOTAL</b> Q.7,500.00

A la espera de su respuesta, nos suscribimos.

*Cordialmente,*




**Licda. Fernanda Ramírez**  
Mercadeo y Ventas

27 Avenida 21-99, Zona 5  
Guatemala, C.A.

**T:** (502) 2336.5053    **M:** (502) 5210.7744  
**M:** (502) 5511.6414    **M:** (502) 5266.7514

**✉** impre3rs@yahoo.com

CARB 

## 14.2.2 Cotizaciones

Re: Cotizacion folleto impreso



Bumerang 180 (info@bumerang180.com) [Agregar a contactos](#) 07/11/2014 | ▶  
Para: Astrid Montenegro ✕



La opción económica (bond):

El costo de 1 solo folleto es de Q265.50

Si se imprimen 100, el costo sería de Q249.75 por cada uno.

Se entregaría cortado y espiraleado, páginas interiores en papel bond, portadas en husky.

La otra opción (couche):

El costo de 1 solo folleto es de Q328.50

Si se imprimen 100, el costo sería de Q303.75 por cada uno.

Se entregaría cortado y espiraleado, páginas interiores en papel couche, portadas en husky.

### 14.3 Fotografías de Validación Expertos

Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Fernando Orellana



Catedrática de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licda. Wendy Franco



Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rolando Barahona



Catedrática de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licda. Lourdes Donis



Catedrática de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

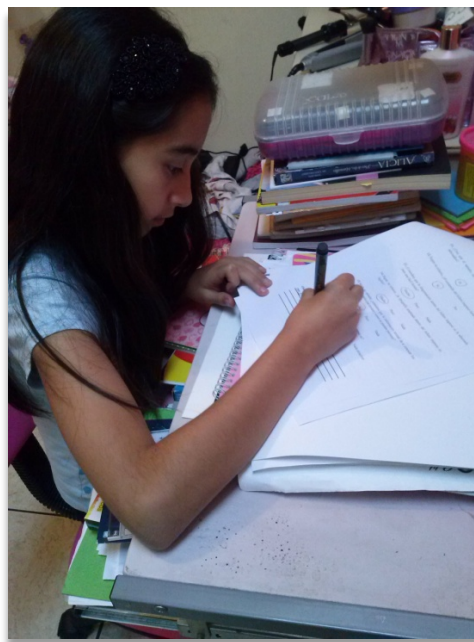
Licda. Karla López



### 14.3.1 Fotografías de Validación Grupo Objetivo

Estudiante de Primaria

Angélica Alvarado



Estudiante de Primaria

Carissa Ruttimann



### 14.3.2 Fotografía de Validación Cliente

Directora de Fundación -AMOR-, Guatemala

Licda. Ana Cristina Ramírez

