

Universidad Rafael Landívar
Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico

**"Diseño de material informativo enfocado
a la orientación familiar para la Institución
Professional Parenting"**

Proyecto Final de Diseño

Presentado al Consejo de la Facultad de
Arquitectura y Diseño de la
Universidad Rafael Landívar

Por:

CLAUDIA REBECA GUDIEL SÁNCHEZ

Carné: 11924-03

Previo a optar al título de:

DISEÑADORA GRÁFICA

En el grado académico de:

LICENCIADA

Guatemala, junio de 2010
Campus Central

Autoridades Universidad Rafael Landívar

P. Rolando Enrique Alvarado López, S.J.

Rector

Dra. Lucrecia Méndez de Penedo

Vicerrectora académica

P. Carlos Rafael Cabarrús Pellecer, S.J.

Vicerrector de investigación y proyección

P. Eduardo Valdés Barría, S.J.

Vicerrector de integración universitaria

Lic. Ariel Rivera Irías

Vicerrector administrativo

Licda. Fabiola De La Luz Padilla Beltranena

Secretaría general

Autoridades Facultad de Arquitectura y Diseño

MDI Ovidio Morales Calderón

Decano

Arq. Oscar Reinaldo Echeverría Cañas

Vicedecano

Arq. Alice María Becker

Secretaría

Arq. Rodolfo Castillo

Director Depto. de Arquitectura

MA Licda. Regina López de la Vega

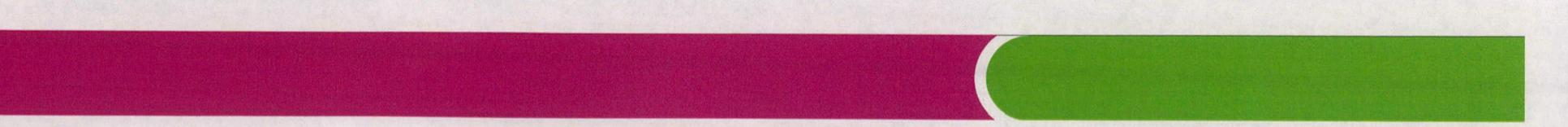
Directora Depto. Diseño Gráfico

Lic. D.I. Andrés del Valle

Director Depto. Diseño Industrial

Arq. Roberto Solares

Representante de catedráticos



Asesor de Proyecto de Graduación

Licda.Karin Abreu

Terna que practicó la defensa privada de tesis

Licda. Dialma Fuentes

Licda. Zully Larios

Licda. Leslie Quiñonez

Carta de aprobación del asesor



Universidad
Rafael Landívar
Tradicón Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 2476266 ext. 2428
Fax: (502) 2476266 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad 01016

Reg. No. DG. 17-2009

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a veinte días del mes de julio de dos
mil nueve

Por este medio hacemos constar que la estudiante **CLAUDIA REBECA, GUDIEL SANCHEZ**, con carné 11924-03, cumplió con los requerimientos del curso de **Elaboración de Portafolio Académico**. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio Académico, previo a optar el grado académico de Licenciada.

M.A. Patricia Villatoro
Asesora Proyecto de Investigación

Licda. Karín Abreu
Asesora Proyecto de Estrategia

M.A. Gustavo Ortiz
Asesor Portafolio Académico

Carta de autorización de Impresión



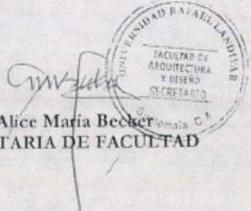
Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 24262628 ext. 2428
Fax: (502) 24262626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. Arq. 09-2010

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a dieciocho días del mes de junio de dos mil diez.

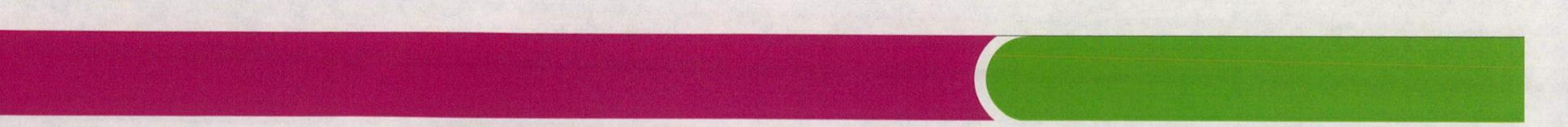
Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Presentación del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: **"Diseño de material informativo enfocado a la orientación familiar para la Institución Profesional Parenting"** realizado por la estudiante **Claudia Rebeca Gudiel Sánchez**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.


Licda. Regina López de La Veja, M.A.
DIRECTORA DE DEPARTAMENTO


Arq. Alice Maria Becker
SECRETARIA DE FACULTAD

CONTENIDO

Resumen	
1.Introducción.....	1
2.Identificación de la necesidad.....	2
3.Objetivos de diseño.....	3
4.Marco de referencia.....	4
5 .Contenido teórico de diseño.....	7
5.1. Información general del cliente.....	6
5.1.2. Antecedentes de diseño.....	7
5.2. Area de diseño.....	9
6.Definición del grupo objetivo.....	14
6.1. Perfil demográfico.....	14
6.2. Perfil psicográfico.....	16
7.Proceso de conceptualización.....	19
8.Contenido del material gráfico.....	25
8.1. Contenido del texto.....	25
8.2. Tabla de requisitos.....	26
9.Medios y formas de distribución.....	27
9.1.Estrategia de implementación.....	27
9.2.Medios y formas de distribución.....	28
10.Bocetaje y propuesta preliminar.....	29
11.Validación del diseño preliminar.....	49
12.Propuesta final y fundamentación.....	56
13.Producción y reproducción.....	53
13.1. Especificación técnica para el desarrollo de las piezas..	68
13.2. Informe técnico que acompaña los archivos digitales....	69
13.3. Presupuesto de diseño y de impresión.....	69
13.4. Sistema de impresión o reproducción.....	70
14.Conclusiones.....	70
14. Recomendaciones.....	71
15.Referencias Bibliograficas.....	72 - 73
16.Indice Anexos.....	74 - 89

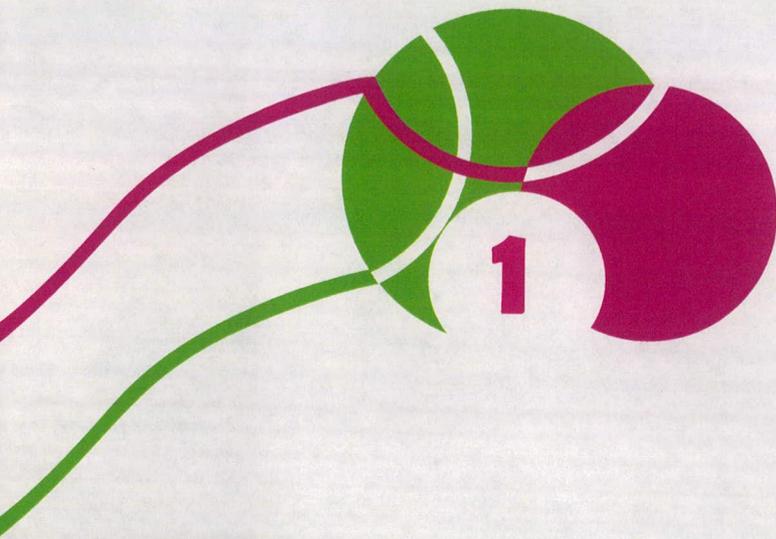


RESUMEN

El tema de solidaridad es la convivencia familiar, es un tema que actualmente esta vigente en nuestra sociedad. Es por ello que la Institución Professional Parenting se a preocupado por llenar el vacío que actualmente existe en Guatemala en cuanto a la orientación familiar para la mejora de relaciones familiares.

Professional Parenting es una institución privada de servicio social, que busca potenciar las habilidades de inteligencia emocional en los padres y madres.

La importancia de este proyecto es proporcionar una solución gráfica, de esta forma el Diseño Gráfico aportará los medios necesarios para dar solución a la problemática, dicho proyecto carece de los insumos para dar a conocer las asesorías y talleres sobre orientación familiar.

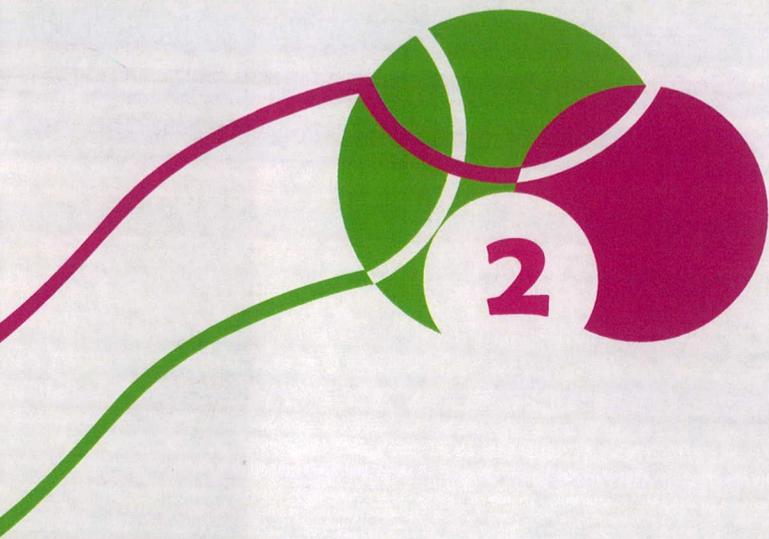


INTRODUCCION

El proyecto presentado a continuación abarca el tema de solidaridad buscando llenar el vacío que actualmente existe en Guatemala en cuanto a la orientación familiar para la mejora de relaciones familiares. Professional Parenting es una institución privada no lucrativa de servicio social, que tiene como valor más importante la solidaridad, ésta busca potenciar las habilidades de inteligencia emocional en los padres y madres, con el objetivo de incidir positivamente en la sociedad.

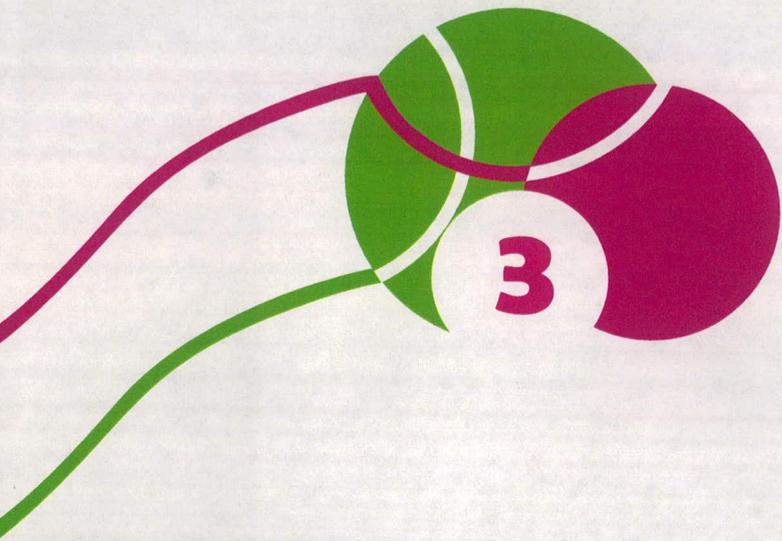
El proyecto consiste en formar una red de profesionales en psicología clínica que cree en el poder de la familia para cambiar nuestra sociedad por medio de asesorías y talleres sobre orientación familiar.

Dicho proyecto carece de los insumos necesarios para dar a conocer las asesorías y talleres, de esta forma el Diseño Gráfico aportará los medios necesarios para dar solución a la problemática.



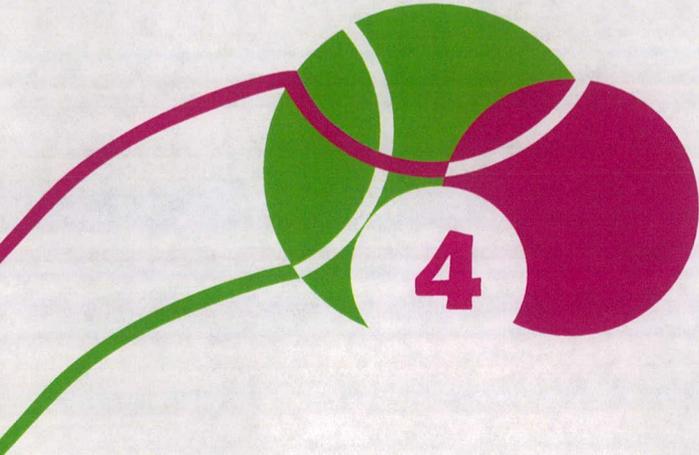
IDENTIFICACION DE LA NECESIDAD DE DISEÑO

Se carece de un proceso de información que permita dar a conocer a Professional Parenting como una institución que brinda asesorías y talleres de orientación familiar a padres de familia, busca también favorecer e identificar a los que se solidarisen para apoyar la sensibilización a profesionales en psicología a unirse al grupo aportando su conocimiento dentro de la institución, con el fin de incidir positivamente en la calidad de vida de las familias guatemaltecas.



OBJETIVOS DE DISEÑO

- Proponer un material informativo que facilite comunicar a padres de familia de la ciudad de Guatemala sobre las asesorías y talleres de orientación familiar.
- Diseñar un material informativo que apoye la sensibilización a profesionales en psicología clínica a unirse al grupo de orientación que brinda las asesorías dentro de la institución Profesionales Parenting.
- Diseñar un material promocional, que favorezca e identifique a los organizadores y psicólogos clínicos en los eventos de apertura y las diferentes actividades realizadas por la institución.



MARCO DE REFERENCIA

Solidaridad

Según el Diccionario de sociología (1995) Es un término muy recurrente que habitualmente se emplea para denominar la mera acción dadivosa o bien intencionada, para designar la capacidad de los miembros de una colectividad de actuar con respecto a otros como un sujeto unitario.

Sin embargo su raíz etimológica implica un comportamiento “in-solidum”, es decir que se unen inseparablemente los destinos de dos o más personas, físicas o jurídicas, como sostiene.

“Ser” o “hacerse” solidario con alguien o con alguna causa, no significa dar una ayuda sino

comprometerse y compartir la suerte de aquel con quién me hago solidario.

En 1973, el Diccionario de Psicología establece que la solidaridad es un estado de conciencia que alcanzan los individuos gracias a un acto sentimental del conocimiento respecto a una causa común.

El estado de solidaridad se muestra por regla general en las formas activas y pasivas de comportamiento, se practica sin distinción de credo, sexo, raza, nacionalidad o afiliación política.

La finalidad sólo puede ser el ser humano necesitado, comprendemos que para que haya soli

daridad se requieren dos personas o comunidades, en una colectividad o grupo social, es la capacidad de actuación unitaria de sus miembros.

Término que denota un alto grado de integración y estabilidad interna, es la adhesión ilimitada y total a una causa, situación o circunstancia, que implica asumir y compartir por ella beneficios y riesgos.

Orientación Familiar

En 2007, Cañedo expone que la orientación familiar debe dirigirse a la búsqueda de posibilidades y perspectivas y no únicamente a la implantación mecánica de métodos y estilos de funcionamiento de generaciones anteriores. Es propiciar la creación de mecanismos de funcionamiento propios

que contribuyan al crecimiento de la familia como institución social sin desestimar los patrones de comportamiento establecidos por la familia de origen.

La orientación familiar es una premisa para todo el proceso de preparación que la familia requiere a fin de enfrentar su labor educativa. La dota de variantes más adecuadas para educar con éxito a los hijos(as), después de reconocer los motivos y las causas que pudieran generar cualquier tipo de dificultad y tomar, en consecuencia, medidas más eficaces.

Es un proceso de ayuda de carácter multidisciplinario, sistémico y sistemático dirigido a la satisfacción de las necesidades de cada uno de los miembros

de la familia, una eficiente orientación a la familia debe preparar a los padres y otros adultos significativos para su autodesarrollo, de forma tal que se autoeduquen y autorregulen en el desempeño de la función formativa de la personalidad de los hijos. Castro (2004)

Psicología Clínica

Reisman (1976) en sus investigaciones establece que la psicología clínica es el campo que dirige el estudio, diagnóstico o tratamiento de problemas, trastornos psicológicos o conductuales anormales. Se dedica al bienestar humano y se enfatiza en la búsqueda del conocimiento. El campo de acción es muy grande y abarca desde pequeños desajustes en la relación el indivi-

duo con su medio, el ámbito en el que se desarrolla en cuanto a sus relaciones familiares y sociales, más de un tercio de los psicólogos están ubicados en esta rama.

Según Sarason (1987) da a conocer que la psicología clínica se encarga de la investigación, la evaluación, el diagnóstico, el pronóstico, el tratamiento, la rehabilitación y la prevención de las cuestiones que afectan a la salud mental.

La dota de variantes más adecuadas para educar con éxito a los hijos(as), después de reconocer los motivos y las causas que pudieran generar cualquier tipo de dificultad y tomar, en consecuencia, medidas más eficaces.

Es un proceso de ayuda de carácter multidisciplinario, sistémico y sistemático dirigido a la satisfacción de las necesidades de cada uno de los miembros de la familia, una eficiente orientación a la familia debe preparar a los padres y otros adultos significativos para su autodesarrollo, de forma tal que se autoeduquen y autorregulen en el desempeño de la función formativa de la personalidad de los hijos.

Castro (2004)

Psicología Clínica

Reisman (1976) en sus investigaciones establece que la psicología clínica es el campo que dirige el estudio, diagnóstico o tratamiento de problemas, trastornos psicológicos o conductuales.

Se trata de una rama de la psicología que atiende las condiciones que pueden generar malestar o sufrimiento a las personas.

Función del Psicólogo Clínico

En su investigación realizada sobre el psicólogo clínico, Reisman (1976) insinúa que los psicólogos que trabajan en el servicio de salud sea con niños o con adultos se ocupan de problemas psicológicos que suscita el diagnóstico y del planeamiento de la rehabilitación educacional, social del planeamiento de la y ocupacional de los pacientes.

Desde algunas perspectivas la psicoterapia es un espacio de reflexión con un profesional en el que se afrontan los problemas que en esta vida nos asaltan.



5

CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

5.1 INFORMACION GENERAL DEL CLIENTE

Información proporcionada por la Ingeniera Lourdes García (2008) los cuales provienen de los manuales de la institución.

“Professional Parenting”

Consiste en una institución no lucrativa que apoya a los padres y madres de familia, asesorán

dolos sobre Orientación familiar, Comunicación eficaz, Relaciones Interpersonales, Mejoramiento de conducta en niños y adolescentes, Intervención temprana, manejo de inteligencias multiple, Inteligencia emocional, Paternidad asertiva, con el objetivo de incidir positivamente en el desarrollo de las familias guatemaltecas.

“El objetivo principal es solidarizarse con el fin de llenar el vacío que existe actualmente de unión familiar”

Misión

Ser una herramienta de apoyo para que todos los padres y madres posean la oportunidad de aprender sobre la educación, orientación y formación de un ambiente agradable; de acuerdo a sus nece-

sidades familiares, por medio de actividades formativas que fomenten el sentido común y solidaridad entre padres.

Objetivos

- o Formar una red de profesionales que tengan la capacidad y experiencia profesional para apoyar las familias guatemaltcas de orientación familair, que sean solidarios y crean en el poder de la familia.
- o Integrar grupos de apoyo para los padres de familia con uno de los profesionale.
- o Realizar talleres formativos para brindar herramientas a los padres que desean expandir sus conocimientos sobre educación y orientación familiar.”

5.2. AREA DE DISEÑO

Material Informativo

Izaguirre (2003) define a material informativo, como todo aquel que informa, comunica ayudando a adquirir conocimientos sobre un tema específico.

Amplia conocimientos según se va desarrollando el tema para comunciarlos a un grupo determinado.

Muchas veces es necesario ampliar conocimientos mediante explicaciones sencillas, en este caso el material informativo es una solución adecuada.

El contenido presentado en los materiales informativos, debe de ser interesante, atractivo y así también manejar un lenguaje claro con la finalidad de que se adecue al grupo al que va dirigido.

Alburez (2004), menciona reglas de materiales informativos, entre ellas se resumen de las siguientes:

- o Contenido interesante
- o Seleccionarse en función de intereses del grupo objetivo
- o Mostrar lo esencial de tema
- o Comunicación de dos vías
- o Se hace referencia a la realidad

Frascara (2000) en la actualidad se ha implementado al mercado una gran cantidad de material informativo siempre bajo una misma categoría en cuanto a los materiales informativos como lo son: Periódicos, folleteria, revistas, volantes, sobres, despleglables, tarjetas, afiches, brochures, páginas web, libros, revistas, guías, diccionarios, manuales gráficos, mupies, etc.

Un material informativo es un medio concreto desarrollado con el objetivo de comunicar ideas, mensajes o cierta información a una audiencia determinada.

Se desarrolla esperando una respuesta o reacción de quienes lo reciben.

Material informativo es todo recurso que informa, comunica y con el cual se adquieren conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre un tema determinado. (Ríos, 2000)

Según la opinión de Marín (2005), Los contenidos del material informativo se determinan a partir de un proceso en el que se resume toda la que se resume toda la

información que se desea hacer llegar a determinado grupo objetivo.

Este material tiene como objetivo ampliar conocimientos a medida que el tema se desarrolla y que no se facilitan al grupo objetivo por otros medios.

El material informativo deberá aportar conceptos, definiciones, fórmulas, signos, ilustraciones, procesos, instrucciones, contenidos, todo lo que al grupo objetivo se puede ofrecer para ampliar sus conocimientos relacionados al tema.

Además debe constituir una estructura progresiva y jerarquizada de información para que de esta manera el contenido del material informativo no sea

sobre aspectos des conexos o aislados.

Los contenidos de un material deben ser interesantes y ampliar los conocimientos sobre el tema tratado además de seleccionarse en función a las necesidades e intereses del grupo objetivo.

Nunca se debe salir de aspectos reales, ni presentar aspectos subjetivos.

Aspectos a considerar en el material informativo:

Según Frascara (2000) es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos al momento de diseñar un material informativo:

o Los contenidos son determinados a través de un proceso de redacción de toda la información.

que se desea hacer llegar al grupo objetivo sobre un tema.

o El material informativo amplía conocimientos.

o El contenido debe tener una jerarquización adecuada para que no sean aspectos aislados o desconexos, llevando una secuencia lógica que haga referencia a la realidad.

o Los contenidos deben ser claros e interesantes enfocados hacia las necesidades del grupo objetivo, evidenciando lo esencial del tema, organizándose de lo general a lo particular para que el grupo objetivo se involucre activamente.

Siguiendo con Frascara (2000), todo material gráfico informativo debe ser realizado a través de una adecuada combinación y composición de formas, tamaños, colores, imágenes, ilustraciones, fotografías etc. que darán una mejor visualización del tema expuesto y facilitaran la asimilación del contenido.

Al diseñarlo se debe de procurar la participación cognoscitiva del grupo objetivo es decir que se interese, que lo comprenda, lo interprete y logre identificarse con el material haciéndolo suyo y comprendiendo el contenido.

Material Promocional

Según Anderson (1999), el material promocional se puede definir como las actividades de planeación

del producto o servicio, apoyo la presencia de algún artículo que mantenga a la marca o al producto en la mente de quien se le otorgue. Sin embargo a través de sus actividades promocionales, ayudan a que se recuerde el nombre de la entidad o la construcción de imagen.

En la actualidad existe una gama de materiales promocionales entre los cuales encontramos:

Uniformes, llaveros, pisapapeles, portavasos, bolígrafos, etc.

Estos varían según el producto o servicio de la empresa ó institución.

El beneficio radica en que obtiene un mensaje más predecible que el ofrecido en los medios masivos de comunicación.

Kotler y Armstrong (2004)

El Brochure

El Brochure es el vestido de gala de sus proyectos. Un buen diseño de Brochure es la mejor carta de presentación de una entidad.

brochuredesignteam (2007) Es decir, el Brochure abarca casi todo el material impreso propio de una empresa y cada uno de los diferentes tipos de brochure debe ser diseñado de manera diferente. Un buen diseño de brochure es la mejor carta de presentación, el brochure desempeña tres funciones: Informativa, publicitaria e identificadora.

Función Informativa del Brochure

Siguiendo con brochuredesign-team (2007) es muy usual utilizar el brochure para informar al público acerca de algún aspecto de su compañía.

La información puede ser referida a presentar una compañía, algún nuevo producto o servicio que ésta ofrezca, una reciente modificación en su nombre, etc.

Función Publicitaria

El Brochure es una importante herramienta de marketing y es un excelente medio para promover uno o varios productos o servicios que ofrezca su compañía de manera atractiva.

Función Identificadora

Un buen diseño de Brochure permite mantener un criterio a través de los diferentes brochures. Este criterio (llamado muchas veces “concepto”) unificado a lo largo de los diferentes brochures permite a quien los reciba reconocer automáticamente de una manera de presentarse que le otorga a la entidad un alto grado de prestigio y credibilidad.

Tamaño del brochure

El tamaño del brochure (sea un tríptico, un díptico, etc.) es muy importante a la hora del diseño. Es importante porque el diseñador encara el proyecto de cierta manera para un Brochure pequeño y de otra para uno grande, pero, principalmente, es importante porque el

tamaño sigue el mismo criterio para la elección que la forma.

Trifoliar o Tríptico

Según diseno-de-folletos (2009) Un tríptico es un brochure o folleto que consiste en una hoja de papel que es doblada tres veces en intervalos iguales formando tres paneles de igual tamaño de cada lado. Es decir, de una misma hoja y solamente con tres dobleces, se generan seis paneles de igual tamaño.

Para su diseño se impone la regla básica de pensar un diseño homogéneo, el diseñador gráfico decidirá qué elementos gráficos darán unidad al folleto.

El panel frontal de un tríptico debe ser llamativo y visualmente atractivo para que la gente guarde el folleto consigo.

Para un diseño de tríptico efectivo es necesario que el texto, clave en este tipo de folletos, esté dispuesto con equilibrio y mucho espacio en blanco, ya que esto garantiza la lectura. El texto se distribuirá en los tres paneles interiores, junto con ilustraciones, fotografías, cuadros, herramientas para favorecer la rápida comprensión. *diseño-de-folletos (2009)*

Fotografía aplicada al material informativo

Según el Instituto de Artes visuales (2003), a través de la fotografía, se puede expresar lo que sucede en el entorno.

Permite expresar lo que en ocasiones las palabras no pueden, la fotografía se ha convertido en un factor importante para comunicar mensajes que serán transmitidos a cierto grupo de personas. Esta ha influido enormemente en aspectos sociales, la imagen fotográfica ofrece una serie de ventajas, entre ellas las más importantes son: Veracidad y realismo.

Fotografía

Las fotografías digitales son imágenes del mundo real digitalizadas. Esta digitalización consiste en tomar una visión del mundo y transformarla en un número de píxeles determinado (por los megapíxeles), que formarán la imagen digital final. A cada píxel le corresponde un color y un lugar en una imagen.

Una gran ventaja de la fotografía digital, es la rápida “revelación”. Las imágenes pueden verse inmediatamente a través de una pantalla LCD o un monitor. También resultan ser mucho más baratas que las fotografías comunes.

Y actualmente la calidad de las fotografías digitales ya equiparó a las tradicionales. (ALEGSA)

Términos fotográficos

Punto focal:

Según la página de Internet www.fotonostra.com, el punto focal es el punto del eje óptico, situado en el plano focal, donde se reúnen los rayos de luz cuando el objetivo está enfocado al infinito.

Es el primer punto al cual se dirige la vista.

Encuadre simple:

La página de Internet www.fotonostra.com dice que se puede añadir un elemento extra en una composición, encuadrando el tema principal dentro de una forma del primer plano o del fondo, también el formato de la foto condiciona la imagen, además el encuadre horizontal, resalta el espacio, uno vertical, la magnificencia.

Toma a nivel:

La página de Internet www.fotonostra.com también dice que la toma a nivel es cuando la fotografía se realiza desde el panel frontal de un trípode debe ser llamativo y visualmente atractivo para que la gente guarde el folleto consigo.

Se debe tomar al mismo nivel del objeto tomado, ni por encima ni por debajo de él. Sirve para mostrar o describir algo de manera “natural” u “objetiva”.

Toma en picado:

Es cuando la imagen se toma desde una posición más alta que el objeto fotografiado, de arriba hacia abajo. Debido a la perspectiva que se produce el motivo, se ve disminuido en tamaño cuando se utilice sobre personas puede connotar en algunos casos poca importancia, debilidad o humillación.

Toma en contrapicado:

Es cuando la fotografía se realiza desde un lugar más bajo que el motivo tomado, quedando este más alto que la cámara.

Fotografía en el exterior:

Es la que tomada afuera, por lo tanto utiliza en la mayoría de los casos iluminación natural, ya sea de sol o de la claridad presente.

Fotografía en el interior:

Es la que es tomada adentro por lo tanto utiliza iluminación artificial por medio de lámparas, flash, o cualquier otro medio.

Formato:

Según Melgar, (2002) se refiere a la posición en que se usara en papeles decir, vertical o horizontal. Esto dependerá en gran medida de las intenciones del mensaje y de la estética de la composición.



DEFINICION DEL GRUPO OBJETIVO

6.1. GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

Perfil Demográfico:

Jóvenes adultos mujeres y hombres de entre 18 y 30 años de edad, pertenecen a una clase social media y media baja los cuales se identifican por las siguientes características: En su mayoría viven en el municipio de Mixco zonas 3, 4, 7 en Colonia Montserrat, Bósques de San Nicolas, La Florida; desempeñan trabajos

técnicos en servicio y ventas, son jóvenes padres y madres responsables de 2 a 3 hijos.

Los ingresos mensuales oscilan entre Q3,000.00 a Q6,100.00 por familia, suelen cubrir sus necesidades básicas como vivienda, alimentación y ropa.

Son muy conscientes al momento de realizar sus compras muy sensitivas a los precios. Poseen un vehículo de modelos no recientes aunque en algunas ocasiones son recientes.

Para sus ratos libres frecuentan los siguientes lugares (en orden): Centros comerciales, restaurantes, cines, lugares infantiles (zoológico, Irtra), parques (pasos y pedales Zona 4 de mixto Montserrat I). (Anexo 1 y 2, Instrumento grupo objetivo primario.

Perfil Psicográfico:

Padres y Madres Guatemaltecos, Según la entrevista informal realizada a Toledo. (2008)

1. Son capaces de conocer y valorar sus propias posibilidades y limitaciones, normalmente tiene una percepción correcta de la realidad, tienen un nivel alto de responsabilidad.

“Son adultos interesados en modificar su estilo de vida”. En algunos casos son personas que desean saber más sobre su problemática y lo hacen por medio de lecturas de libros, búsqueda de información en Internet y otros medios como programas radiales y de televisión que les proporcionen respuestas a sus preguntas las cuales en la mayoría de los

casos está relacionadas con la problemática que viven en ese instante, dichas problemáticas son de origen familiar.

Buscan enriquecerse con información sobre “tips” de cómo poder educar de una mejor manera a sus hijos; existen otros casos en los que la ayuda que buscan es más profesional (psicólogos, psicopedagogos, neurólogos o doctores generales) recomendaciones sugeridas por maestros de sus hijos para poder trabajar en conjunto con sus hijos.

Existen otras razones que los padres consideran emergentes como la observación de comportamiento anormal, mala conducta, por déficit de atención y comportamiento, por mencionar algunos.

Los padres suelen tener la necesidad de proteger a sus hijos constantemente, siendo esta una reacción normal mayormente en los padres primerizos.

En la mayoría de los casos, los padres suelen demostrar su afecto por sus hijos por medio de “abrazos” ya que para ellos a nivel psicológico esta acción representa demostración de protección.

Según Papalia. (1997).

Entre los 18 a los 25 años, los jóvenes adultos se vuelven más flexibles y analíticos, controlan muy bien sus emociones, lo que les permite afrontar los problemas con mayor serenidad y seguridad que en las etapas anteriores. Les gusta leer y aprender, se preocupan por el futuro de sus hijos como una de las metas pri-

mordiales, visita lugares para compartir en familia.

Se adaptan con facilidad a la vida social y cultural, forman su propia familia, ejercen plenamente su actividad profesional, cívica y cultural.

Expectativas del Material

Luego de la recopilación de información por medio del instrumento se tabularon las respuestas y se adquirieron los siguientes datos: (Ver Anexo 1 y 3 Instrumento).

En cuanto a diagramación, prefieren el uso de descansos visuales, la combinación de elementos decorativos e imágenes, así como distribuciones y más de una o dos cajas de texto en el material según el material que se les presente.

El formato que prefieren para la lectura es carta y media carta, se enfocaron mucho en materiales compactos y prácticos.

Optan por colores llamativos, de preferencia un equilibrio entre los colores secundarios y terciarios, acromáticos como el blanco y negro. Con respecto al tema, tiene mucho interés por aprender: Alimentación, como mejorar hábitos en sus hijos, como controlar los niveles de estrés infantil.

Les motivó mucho poder aprender a ser mejores padres, ignoran completamente la existencia de instituciones nacionales que puedan apoyarlos en cuanto a orientación familiar, únicamente tienen conocimiento de la existencia de instituciones extranjeras.

6.2. GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

Perfil Demográfico:

Mujeres y Hombres que comprenden de 20 a 35 años de edad, estado civil solteros y casados. Viven en distintas zonas de la capital, y en un mínimo porcentaje viven fuera de la capital (Antigua, San Cristóbal, Carretera a El Salvador). Cubren sus necesidades de manera suficiente, sus compras están muy relacionadas a la tendencia de la moda, poseen un vehículo de modelos recientes, en cuanto a sus comodidades tiene televisión, celular personal, radio y reproductor de CD, ipod, teléfono en casa, servicio de internet. Tiene un nivel educativo medio completo, son estudiantes

universitarios de la carrera en Psicología Clínica.

(Ver Anexo 2 y 4 Instrumento grupo objetivo secundario.)

Perfil Psicológico:

Según la entrevista informal realizada a la psicóloga clínica Toledo.G (2008)

Los psicólogos clínicos se enfocan en el estudio de la mente y la conducta humana, apoyándose en diversas variedades de terapias psicológicas, utilizan métodos para el control de la conducta como el cognoscitivo conductual y el gestalt, trabajan para mejorar la necesidad psicológica del niño ayudándolo y tomando

6.2. GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

Perfil Demográfico:

Mujeres y Hombres que comprenden de 20 a 35 años de edad, estado civil soleros y casados. Viven en distintas zonas de la capital, y en un mínimo porcentaje viven fuera de la capital (Antigua, San Cristóbal, Carretera a El Salvador). Cubren sus necesidades de manera suficiente, sus compras están muy relacionadas a la tendencia de la moda, poseen un vehículo de modelos recientes, en cuanto a sus comodidades tiene televisión, celular personal, radio y reproductor de CD, ipod, servicio de internet. Tiene un nivel educativo medio completo, son estudiantes universitarios de la carrera en Psicología Clínica.

(Ver Anexo 2 y 4 Instrumento grupo objetivo secundario.)

Perfil Psicológico:

Según la entrevista informal realizada a la psicóloga clínica Toledo.G (2008) Los psicólogos clínicos se enfocan en el estudio de la mente y la conducta humana, apoyándose en diversas variedades de terapias psicológicas, utilizan métodos para el control de la conducta como el cognoscitivo conductual y el gestalt, trabajan para mejorar la necesidad psicológica del niño ayudándolo y tomando como guía al padre de familia para poder actuar en equipo, su objetivo profesional es brindarle una mejoría en cuanto a la calidad de tiempo dedicada a sus hijos.

El conocimiento de los psicólogos clínicos abarca básicamente el estudio de multidisciplinas con niños y con adultos.

En su mayoría tiene un amplio conocimiento sobre temas relacionados con inteligencia emocional, comunicación, familiar, guías conductuales en casos de situaciones de estrés en los niños, etc.

Entre sus pasatiempos se interesan en juegos de mesa, tienen el hábito de la lectura, les gusta actualizarse sobre temas del desarrollo del cerebro, congresos de temas sobre sexualidad, medicina, el sistema nervioso central y problemas de desarrollo; sienten la necesidad de ayudar a las personas en los diferentes ámbitos de la vida por los que son influenciados, por el ámbito

biológico, psicológico y social. Son seres humanistas que gusta del contacto directo con personas con algún tipo de conflicto en las diferentes etapas de su vida;

éstas son:

La esfera personal, escolar, social, laboral y sexual, se interesan por las disciplinas que abordan los temas de salud mental, en la continua búsqueda por mejorar la calidad de vida desde el punto de vista biopsicosocial.

Sus metas son lograr el equilibrio emocional de personas y/o grupos para así poder mejorar la calidad de vida. Toledo (2008)

Expectativas del Material:

En cuanto al material informativo a realizarse, esperan que se les presente una propuesta de diseño que los impacte

visualmente, desean que los elementos gráficos utilizados hagan alusión al tema por medio de los colores sólidos e intensos.

Les interesa más el uso de fotografías que ilustraciones, en cuanto al contenido teórico les agrada que se presente la información de forma directa, clara y concisa, les agrada los descansos visuales.

Los formatos que prefieren es media carta, les parece muy interesante la presentación de nuevas formas en los materiales, prefieren colores sólidos que visualmente transmitan equilibrio, no tienen ninguna preferencia de colores, sin embargo son intuitivos en cuanto a la clasificación de los colores.

Con respecto al tema, en su mayoría han participado en actividades benéficas a nivel universitario.



PROCESO CONCEPALIZACION

7.1. CONCEPTO CENTRAL

LLUVIA DE IDEAS

Para dar inicio al proceso de conceptualización se llevaron a cabo tres procesos de conceptualización para solventar la necesidad y objetivos del proyecto, se tomó en cuenta la información adquirida de la encuesta realizada al grupo objetivo primario y secundario.

Se tomaron en cuenta los objetivos de la investigación dando enfoque a la frase de: “Conocimiento y comunicación familiar” Se llevó a cabo una lluvia de ideas enlistando palabras alusivas al enfoque:

Colorido	Infancia	Sencillez	Limpio	Alegría
Equilibrio	Posibilidades	Puntual	Solidez	Niños
Compacto	Entrelazar	Padres	Positivismo	Opciones
Inocencia	Esperanza	Tranquilidad	Juguetes	Poder
Conducta	Paternidad	Forjando	Ayuda	Unión
Necesidad	Abrazo	Eficacia	Motivación	Aprendizaje
Amor	Desarrollo	Fortaleza	Equilibrio	Acercamiento
Canal	Busqueda	Padres	Mensaje	Plenitud
Disposición	Madre	Lazos	Equipo	Ánimo
Grupo	Evolución	Satisfacción	Universal	Solidaridad
Verdad	Sinceridad	Fluidez	Juegos	Adolescentes
Comodidad	Expresión	Caricia	Inteligencia	Brazos
Hombres	Aprendizaje	Caricias	Mujeres	Enseñanza
Comunicar	Sonrisas	Cambios	Expresión	Contraste
Modificaciones	Acción	Dinamismo	Métodos	Mensaje
Armonía	Organización	Coprensión	Alegría	Aprendizaje
Puntual	Inquietud	Movimiento	Solución	Colorido

Del listado de palabras anterior se generó una lista de frases tomando como base un trio de palabras que se asociaran más con el enfoque “Conocimiento y comunicación familiar”

1. Inquietud – aprender – alegría
 - La inquietud de aprender con alegría
 - Aprendiendo con inquietud y alegría
 - La alegría de aprender con inquietud
 - Aprendiendo con alegría
 - La inquietud alegre de aprender
 - Aprendiendo inquietamente con alegría
2. Comunicar – Contraste – Movimiento
 - El contraste del movimiento con conocimiento
 - El movimiento de comunicar con contraste
 - Comunicar con contraste y movimiento
 - La comunicación contrasta el movimiento
 - El contraste de la comunicación con movimiento

- Contrastando el movimiento con la comunicación
 - Los conocimientos de comunicar en movimiento
 - La comunicación en movimiento para contrastar
3. Unir – Expresión – Esperanza
 - Uniendo la expresión con esperanza
 - La esperanza de unir las expresiones
 - Expresando la esperanza de unir
 - Unir la esperanza con expresión
 - Las expresiones unidas con esperanza
 - Esperanzado en unir la expresión.

Del proceso de la unión de palabras tres palabras se seleccionó “El contraste de la comunicación con movimiento” dado a que representa mejor el enfoque de “Conocimiento y comunicación familiar” ya que a través del conocimiento se va a crear un movimiento que se busca forme un lazo de comunicación fluida entre padres e hijos y padres y psicólogos.

ANALOGIAS

Luego se continuó con la técnica de Analogía, para dar inicio se llevó a cabo una lista de palabras que se asociaran con el enfoque de “Conocimiento y comunicación familiar”.

Se trató de elegir palabras que sintetizan eficientemente el enfoque.

Palabras

Teléfono	Erupción	Abrazo
Primavera	Metamorfosis	Emergía
Amanecer	Escuela	Agua

Ya realizada la lista de palabras se escogieron aquellas que fueran positivas, alusivas al enfoque.

PALABRA	OBJETO	COMPARACIÓN
	Cobija	
ABRAZO	Hogar	Todas hacen sentir protección
	Familia	
	Carta	
TELÉFONO	Voz	Permiten expresión
	Sentimientos	
	Huevo	
PRIMAVERA	Semilla	Todas son transformaciones positivas
	Bebé	

De la lista de palabras de Abrazo, Teléfono y Primavera se eligió una palabra de la lista de Objeto, para poder realizar una comparación

entre ambas palabras, de las cuales se obtuvieron las siguientes frases:

ABRAZO – COBIJA

- El abrazo es como un acobija que hace sentir protección.
- La cobija es como un abrazo que protege
- El calor de una cobija es como un abrazo que protege.

TELÉFONO – SENTIMIENTOS

- El teléfono es como los sentimientos que permiten expresarse
- Las expresiones son como el sonido de los sentimientos

PRIMAVERA – SEMILLA

- La primavera es como la semilla que permite una transformación positiva
- La semilla es como el inicio de una primavera

De estos dos procesos utilizando la técnica de Analogías se eligió la frase que más representara el enfoque de “Conocimiento y comunicación familiar” de las frases anteriores se eligió:

“El calor de una cobija es como un abrazo que protege” Se escogió esta frase ya que se considera responde al enfoque de conocimiento y comunicación familiar, siendo el calor de la cobija la acción que protege a la familia en la unión de un abrazo.

OPUESTOS

Se continuó con esta técnica ya que se consideró que los opuestos enriquecerían el estudio para poder llegar a un concepto que evidencie el enfoque de “Conocimiento y comunicación familiar”.

PALABRAS	OPUESTOS
Aprendizaje	Ignorancia
Unión	Separación
Paciencia	Impaciencia
Amor	Odio
Desarrollo	Subdesarrollo
Vida	Muerte
Alegría	Tristeza
Contraste	Armonía
Participación	Inasistencia
Inquietud	Serenidad
Moralidad	Inmoralidad
Proveer	Privación
Acción	Estático
Orden	Desorden
Esperanza	Desesperanza
Equilibrio	Inestabilidad
Verdad	Mentira
Bondad	Abaricia
Tranquilidad	Intranquilidad
Formar	Deformar

PALABRAS	OPUESTOS
Fé	Incredibilidad
Dinamico	Pasivo
Ánimo	Indiferencia
Caricia	Desapego
Expresión	Represión
Fortaleza	Debilidad
Inocencia	Astucia
Claridad	Obscuridad
Tolerancia	Crueldad
Correspondencia	Aislamiento
Cuidar	Resguardarse
Decir	Callar
Efectividad	Debilidad
Solidaridad	Egoísmo
Eficacia	Deficiencia
Generosidad	Antipatía
Conocimiento	Egoísmo
Resolución	Ignorancia
Reunir	Desinterés

Ya generada la lista de palabras y de opuestos, se llevó a cabo la elección de dos parejas de antónimos para conjugarse en frases conceptuales alusivas al enfoque.

1. DEFORMAR – IGNORANCIA

- La comunicación deforma la ignorancia
- Deformando la ignorancia llegamos al conocimiento
- Formando el conocimiento eliminaremos la ignorancia
- Formando caminos hacia el conocimiento
- Sin conocimiento se deforma la comunicación
- La ignorancia deforma la comunicación

2. OBSCURIDAD – ARMONÍA

- La armonía aclara el conocimiento
- El conocimiento aclara la comunicación con alegría.
- La armonía en la comunicación ilumina el conocimiento.
- La ignorancia opaca la comunicación
- El conocimiento es la armonía de la comunicación
- Al opacar la ignorancia armonizamos la comunicación.

De las frases anteriores se decidió que la que mejor representaba el enfoque de “Conocimiento y comunicación familiar” es: “El conocimiento aclara la comunicación con armonía”, por medio del conocimiento que los psicólogos impartirán a los padres, estos podrán mantener una comunicación con armonía en su familia.

CONCEPTO CENTRAL

A través de todos los procesos que se trabajaron se logró llegar a un Concepto Central, el cual responde mejor al enfoque de “Conocimiento y Comunicación Familiar”.

FRASE “El contraste de la comunicación con movimiento”

Por medio de este concepto es posible representar la comunicación como uno de los procesos necesarios para el ser humano, el cual admite ponerse en contacto con el medio que le rodea intercambiando ideas que adquieren un sentido común.

Através del movimiento se logra que la comunicación sea eficaz y fluida, lo cual en cuanto a diseño es una herramienta que accede a plasmarse por medio de líneas curvas, ejes curvos, formas irregulares, deformación, repetición y direcciones opuestas de elementos, colocación irregular de módulos, lo cual permite formar un vínculo ente las diferencias notables del grupo objetivo de psicólogos y padres, padres e hijos, al que se dirige este proyecto.

Para podemos evidenciar las necesidades de aprendizaje y de comunicación es factible representarlo por medio de colores contrastantes, formas opuestas, variación en tamaños de elementos, considerando siempre equilibrio visual entre cada elemento que no interfiera sino unifique visualmente.



CONTENIDO DEL MATERIAL

8.1. CONTENIDO DE TEXTO

El contenido general del material informativo para padres y madres es:

- Mamá y Papá de profesión
- El manual para tu hijo
- Presentación de Professional Parenting
- Somos la principal herramienta
- Parenting Tips
- Mientras aprendes de tus hijos aprenden de ti.
- ¿Quieres saber más?

El contenido general del material informativo para profesionales en psicología es:

- Presentación de la institución
- Te invitamos
- Ellos merecen
- Unión de comunicación
- Métodos de enseñanza
- Nuestra misión Llena el vacío que actualmente existe en Guatemala
- Oportunidad de crear y desarrollar relaciones estratégicas
- Para unirte a esta red de profesionales, escríbenos a parenting_professional@yahoo.com

8.2. CONTENIDO GRAFICO

Para poder dar solución a la problemática se llevó a cabo la siguiente tabla de requisitos basándose en el Concepto Central:

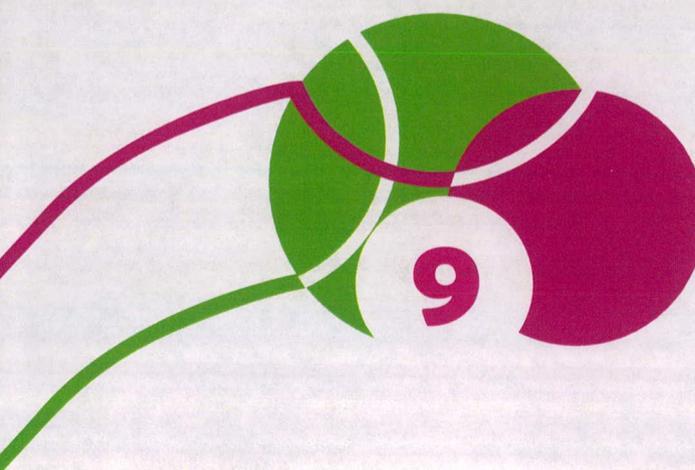
“El contraste de la comunicación con movimiento “

TABLA DE REQUISITOS

DISEÑO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
Formato	Manipulación práctica.	Formato rectangular con troqueles Margen y retícula curvos Mínimo de 5 x 6 ½ Máximo de 7 x 10" Mínimo de 5 x 7" Máximo de 7 x 9"	Sensación de Movimiento
Color	Contraste	Uso de colores planos, dúo tono, variación de color del 20% al 70% de los colores puros. Colores a utilizar Violeta, verde limón y blanco.	Sensación de Equilibrio
Tipografía	TITULARES Ser punto focal en las piezas.	Rasgos infantiles como hechos a mano Tamaño 14 pts a 18 pts. Peso bold	Sensación de Inquietud
Ejes y retículas	Dinamismo	Uso de líneas curvas	Sensación de Movimiento
Layout	Armonía	Aplicación alternada de la paleta de color	Sensación de Ritmo visual

	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
IMÁGEN (Foto)	Que el grupo objetivo se identifique	Una tinta. 30 a 50% de formato. Fotografía digital Utilización de Photoshop en CMYK	Sensación de Familiaridad

FOTO 1	Que se representen actividades familiares evidenciando la espontaneidad del momento por medio escenas como: <ul style="list-style-type: none"> • Niños riéndose, comiendo, llorando. • Una madre o padre disfrutando con su hijos (a) • Una foto familiar de una pareja joven
FOTO 2	Representar la función de los (a) psicólogos en la vida familiar, representando situaciones comunes como: <ul style="list-style-type: none"> • Un psicólogo abrazando a un niño • Un psicólogo abrazando a los padres y al hijo (a) • Actitudes de indisciplina y falta de comunicación en los niños.



9

MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

9.1. ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACION

Retroalimentación de pláticas previas y presentación del nuevo proyecto

Se llevarán a cabo pláticas en las cuales todos los organizadores y psicólogos de Professional Parenting vestirán su uniforme para ser identificados.

Dichas charlas están dirigidas a jóvenes universitarios de 2do. a 5to. Año en psicología clínica; en las que se hará entrega del material informativo el cual consiste en un “Brochure” en su contenido se presentará el proyecto y los temas más relevantes; con el fin de sensibilizarlos para que se unan al grupo de profesionales de la institución.

Entrega camisas para voluntarios

Se hará entrega de los uniformes para los psicólogos, que hayan aceptado el compromiso de solidarizarse con el proyecto, y para identificarse de las padres y madres invitados a los talleres.

Inauguración de la actividad

Con el apoyo de los psicólogos reclutados se realizarán pláticas para dar a conocer a los padres y madres de familia los talleres y actividades que Professional Parenting realizará sobre orientación familiar.

Dichas pláticas serán realizadas en restaurantes y centros educativos e los cuales se proporcionará el material informativo que consiste en un “Trifoliar” en el cual se trasladará información para dar a conocer a Professional Parenting como una organización que cree en el poder de la familia, además de dar a conocer más sobre la institución, sus beneficios y temas relevantes.

9.2. MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCION

PIEZA		MEDIOS		FORMA DE DISTRIBUCCION	
Propósito	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
Brochure para Psicólogos con la finalidad de apoyar a la sensibilización a los Psicólogos para que formen parte de parenting profesional	Impreso	Material Informativo	Lourdes García Promotora del proyecto	6 meses (mayo a julio)	Se distribuirá en universidades públicas y privadas
Trifoliar para padres con el fin de dar a conocer los talleres y asesorías sobre profesional parenting	Impreso	Material Informativo	Psicólogos	6 meses (julio a diciembre)	Se distribuirá en las charlas y evento de apertura que se realizarán en restaurantes y centros educativos.
Uniformes para los profesionales en psicología clínica que desidan solidarizarse con el voluntariado.	Serigráfico	Material Promocional	Lourdes García Promotora del proyecto	1 Año	Se distribuirá dentro de la institución a los psicólogos.



BOCETAJE Y PROPUESTA PRELIMINAR

Para dar inicio al proceso de bocetaje es importante dar a conocer que de la imagen corporativa, se retomaron los siguientes elementos de la línea de diseño:

Márgenes y retícula, tipografía y el color.

- COLOR
-  VIOLETA:
 -  VERDE:

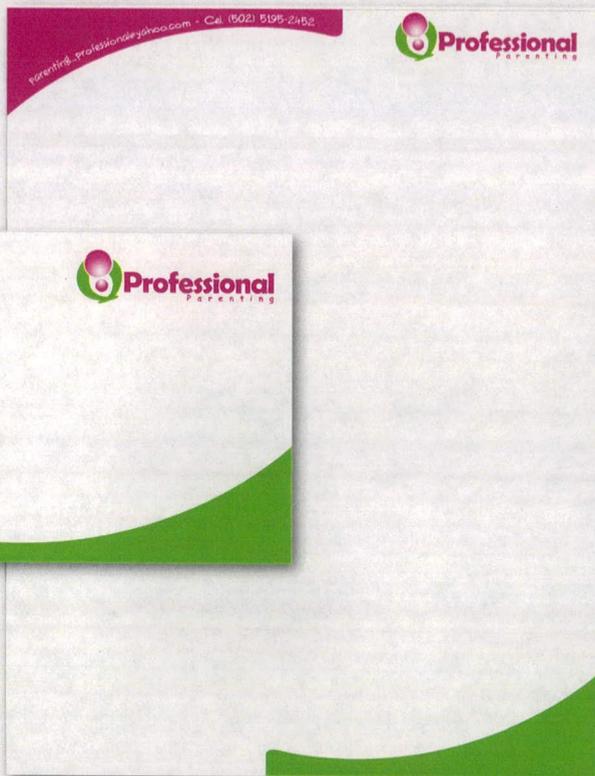
LOGOTIPO



TARJETA DE PRESENTACIÓN



PAPELERIA



FACTURA

		FACTURA Serie "A" No. 010957			
		DIA	MES	AÑO	
parenting_profesion@yaho.com - Cel. (502) 5195-245 <small>* DESPUES DE RECIBIR LA MERCADERIA NO SE ACEPTAN RECLAMOS.</small>		NI: Condiciones: Asesor:			
Nombre:	Tel:				
Dirección:					
CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	EDITORIAL	P. UNIDAD	VALOR TOTAL
Total en Letras				TOTAL	

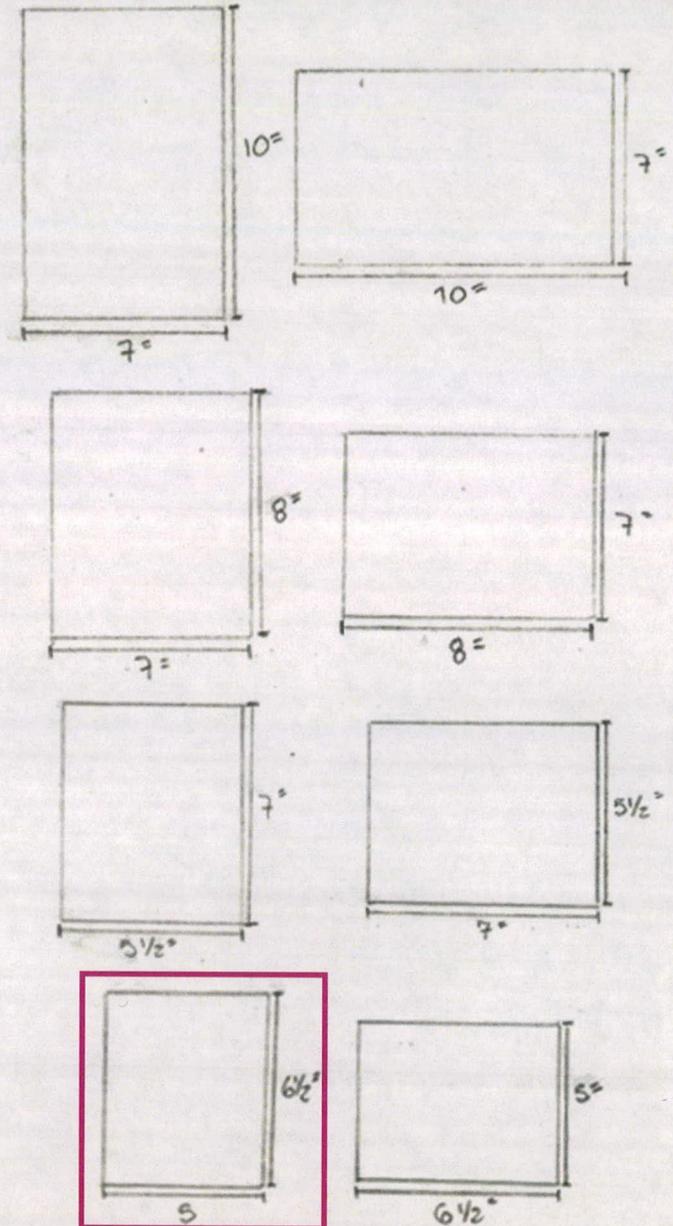
ETAPA I "Trifoliar"

Formato Tamaño y Posición

Para el diseño de este trifoliar se estableció en la tabla de requisitos un Mínimo de $5 \times 6 \frac{1}{2}$ máximo de 7×10 ", para cumplir con la función de manipulación práctica se desarrollaron las propuestas del formato con el fin de establecer el tamaño y la posición más apropiada entre horizontal o vertical considerando el espacio disponer para el diseño del trifoliar.

Se consideraron como posible opción el formato de 7×8 " se analizó la posibilidad sin embargo es aún grande para la función de manipulación práctica y ocuparía mucho espacio al momento de colocarlo en espacios reducidos como una agenda.

De las pruebas realizadas se decidió que el tamaño de $5 \times 6 \frac{1}{2}$ " se considera cumple con la función de manipulación práctica y permite colocar el material en espacios reducidos, la posición vertical es la más adecuada permite la colocación ordenada de la información en el material.



ETAPA 1 "Brochure"

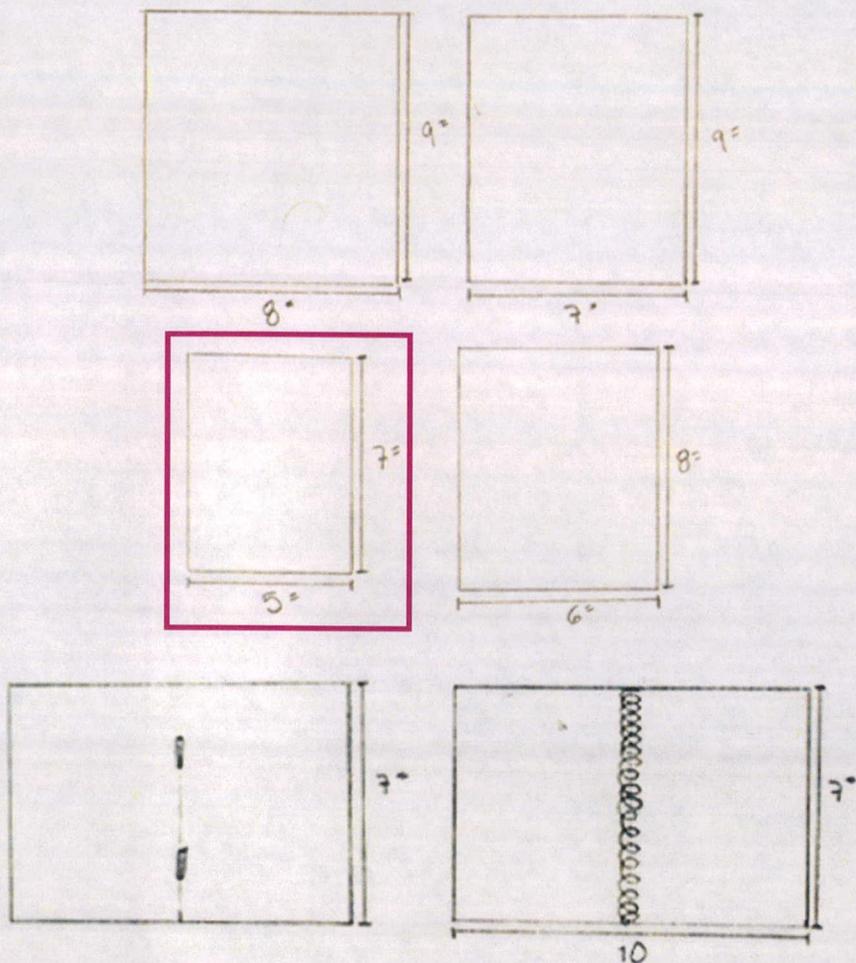
Formato Tamaño y Posición

Para el diseño del Brochure se estableció en la tabla de requisitos un Mínimo de 7 x 5" máximos de 9 x 7" de dos cuerpos, se decidió que la posición más adecuada sería vertical al igual que el trifoliar.

Se bocetaron tres diferentes pruebas, de las cuales se considera el tamaño de 7 x 5" es el más adecuado cumple la función de manipulación práctica al momento de colocarlo en una agenda o espacio reducido.

Se consideraron dos tipos de encuadernado para el brochure, espiral ó engrapado al centro.

Se tomó la decisión de encaudernado al centro por la comodidad y manipulación práctica apoyado por el tamaño y forma, reduciendo costos al momento de la maquetación.



ETAPA 2 “Trifoliar”

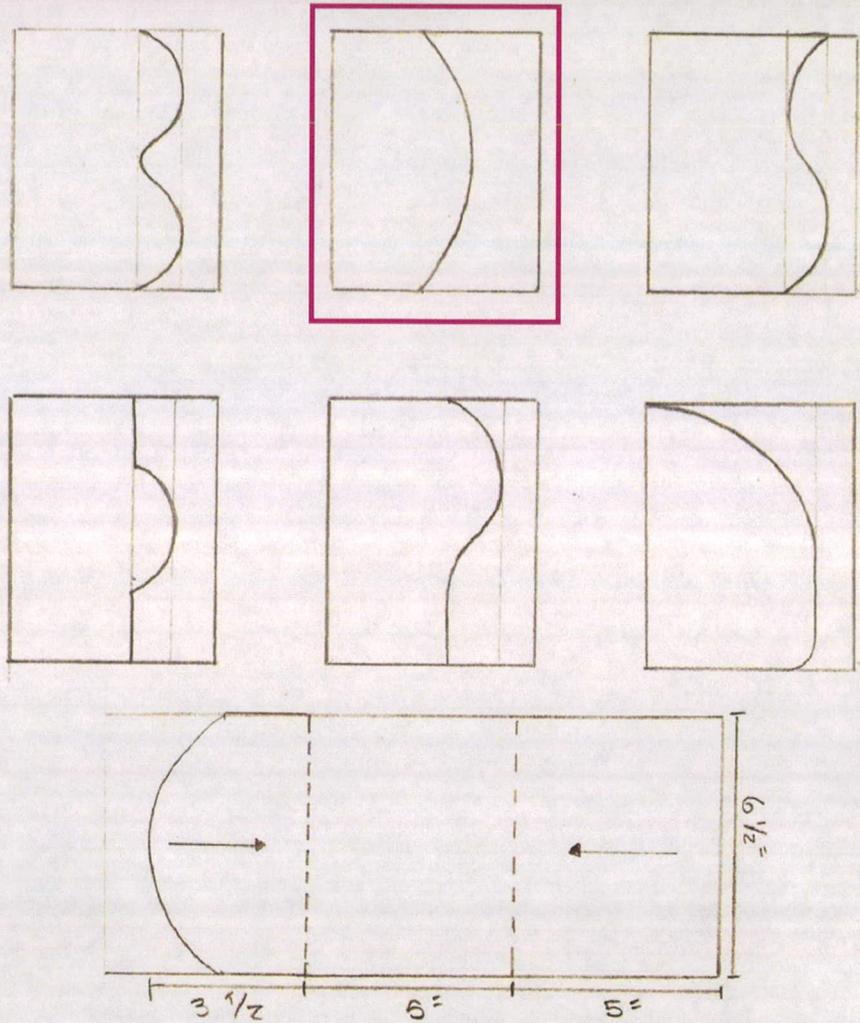
Troquel

Se consideró necesario agregar en esta etapa un troquelado a los materiales para poder apoyar el requerimiento en la tabla del área de expresión la sensación de movimiento.

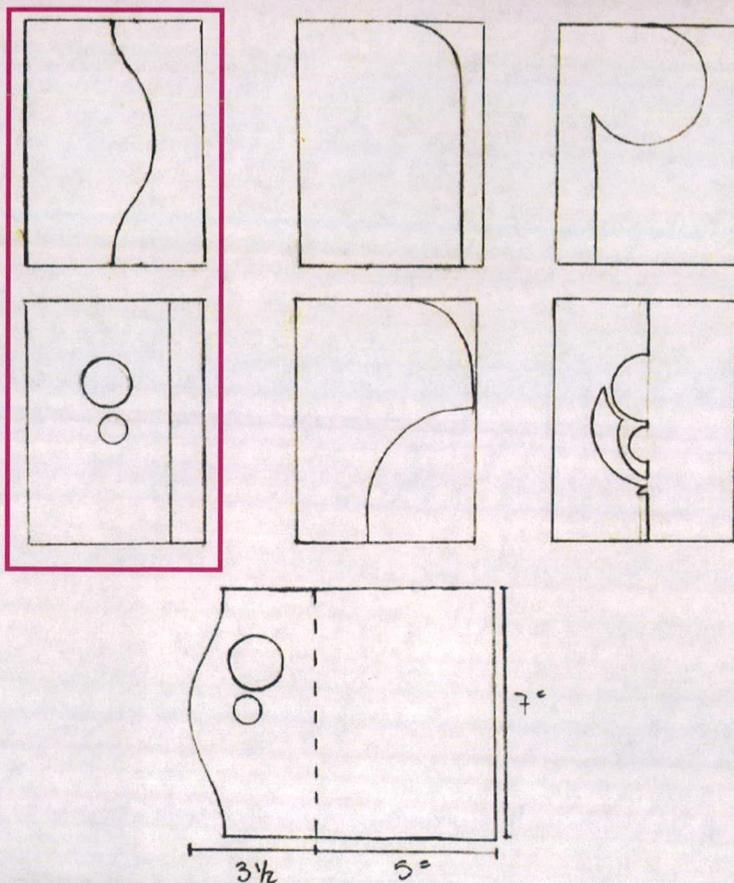
Se probaron distintas formas de troqueles utilizando líneas curvas con el fin de justificar la retícula del logotipo y darle unidad a la propuesta, proporcionándole carácter y movimiento al material.

Se realizaron pruebas considerando transmitiera sensación de movimiento, sin embargo se tomó en cuenta elegir una forma de troquel que le permitiera ergonomía y que no se deteriorara con facilidad, por esta razón de las opciones se eligió la marcada con troquel de medio punto.

Esta forma de troquel permite una fácil manipulación al momento de levantar la tapa, posee puntas que no se deterioran con facilidad alargando la vida del material, medida de la pestaña es de $3\frac{1}{2}$ ".



Ya determinado el tamaño, posición y troquel se hizo un esquema previo de cómo se unificaron las decisiones que se tomaron para el trifoliar, se considera que cumple con los requisitos ya establecidos.



ETAPA 2 "Brochure"

Troquel

Para evidenciar la sensación de movimiento, se bocetaron propuestas de troquel para la portada del brochure.

Al igual que el trifoliar para proporcionar unidad a los materiales, se consideró agregar troquelado al brochure para poder evidenciar la sensación de movimiento.

Se decidió realizar pruebas con troquele diferente a la del trifoliar con la finalidad de no proponer materiales iguales, siempre manteniendo similitud en la estructura del troquel.

Se consideró interesante poder agregar forma al troquel con la estructura del logotipo, se extrajo del logotipo las esferas que simulan ser cabezas con la finalidad de utilizarlas como plantillas para el troquel.

Se realizaron varias pruebas de las cuales se eligieron dos, la línea curva utilizada en la primera opción mantiene similitud con el troquel del trifoliar.

La otra elección contiene la extracción de las esferas del logotipo, las dos opciones se consideran potencialmente funcionales, razón por la cual se consideró interesante realizar pruebas mezclando las opciones unificando los troqueles y generar una propuesta interesante que mantenga un vínculo estructural con el trifoliar. Se llevó a cabo la mezcla de los troqueles y de las propuestas generadas se eligió la opción marcada se considera interesante ya que le proporciona unidad a los dos materiales y evidencia movimiento.

Etapa 3 “Trifoliar”

Ejes y Retículas

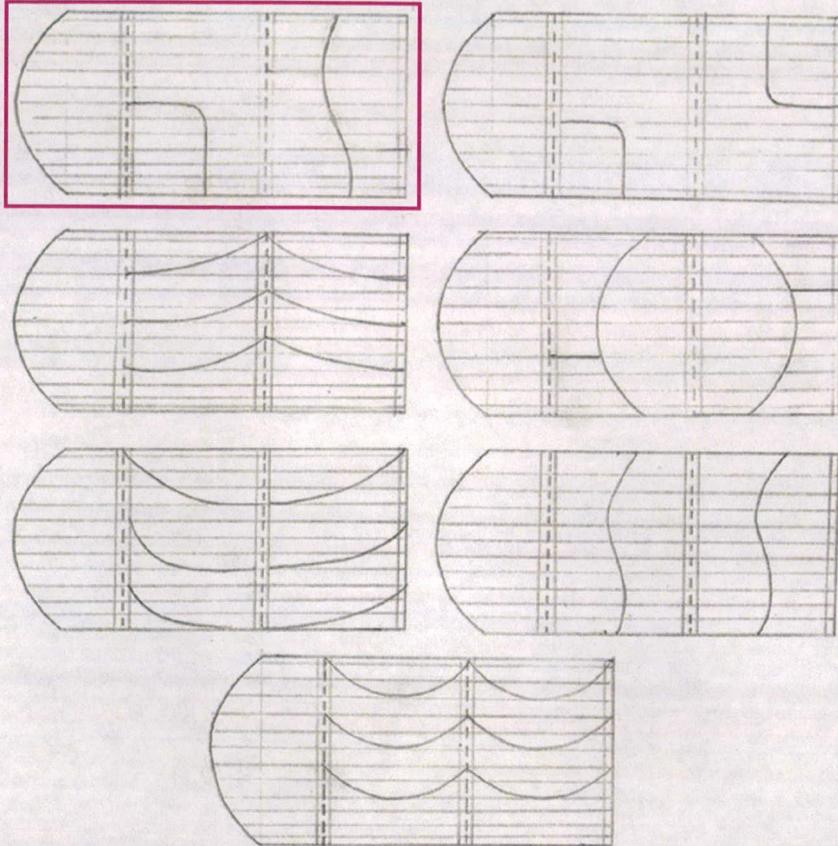
Según la tabla de requisitos los ejes y retícula a utilizar deben ser curvos para transmitir la sensación de movimiento.

Se estudiaron distintas formas de estructuras en los tres cuerpos del material, para evaluar mantuviera unidad en las propuestas. Se consideró que no era necesario que los tres cuerpos fueran iguales, por ello se realizaron pruebas con retículas iguales y desiguales.

De las propuestas realizadas se decidió la opción marcada es la que mejor representa movimiento, al igual que los márgenes permiten una separación adecuada de la información que se colocará en el material.

La opción elegida posee una retícula desigual la cual se considera evidencia el movimiento visual deseado entre los tres cuerpos del material.

Se tomó la decisión de aplicar esta misma retícula al tiro del material ya que aunque es repetitiva se considera le proporciona unidad al material.



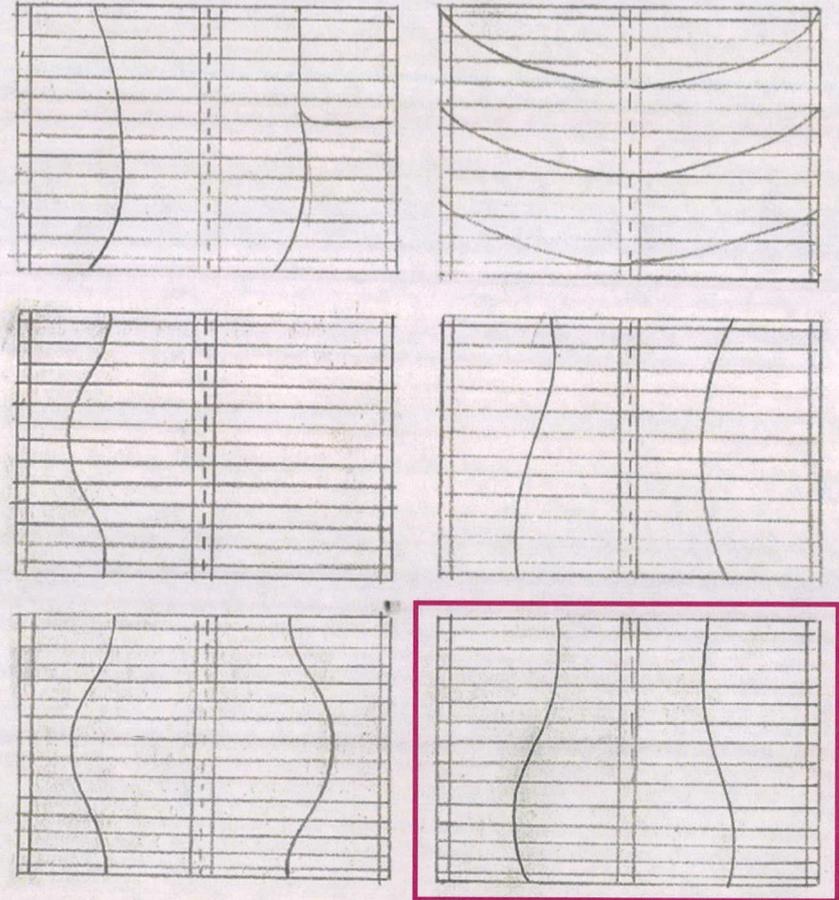
Etapa 3 “Brochure”

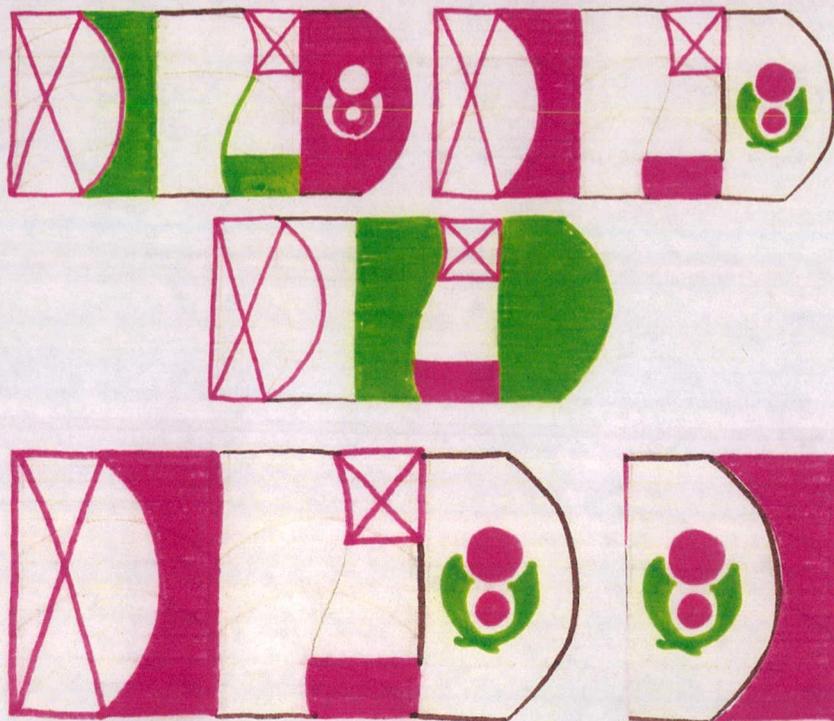
Ejes y Retículas

Para trabajar la retícula del brochure se llevó a cabo un estudio que mantuviera similitud en la retícula y los márgenes con el trifoliaria, sin embargo se generaron propuestas partiendo del troquel en la etapa 3 del trifoliar, se realizaron propuestas utilizando las mismas formas de troquel.

Se considera que hacer uso de la misma forma de troquel en la línea de diseño unifica los elementos que hasta ahora se han establecido para el material y lo más importante es que se evidencia eficientemente movimiento.

De las propuestas realizadas se eligió la opción marcada, tiene similitud en las formas, son líneas suaves que transmiten movimiento, dirección constante, lo cual facilita transmitir sensación de movimiento, esta misma retícula será aplicada en el retiro de los materiales para no saturar diferentes usos de retícula en el material.





Etapa 4 “Trifoliar”

Layout

Para trabajar el layout de este material se partió de la retícula y márgenes definidos en el punto anterior, se realizaron pruebas utilizando los mismos colores de la imagen corporativa establecido en la tabla de requisitos, los cuales se registran bajo los siguientes códigos:

PANTONE Munsell 10.0P 5:17

PANTONE DIC 2548p Verde

Según la tabla de requisitos la función del color en el layout es contraste y en expresión se desea transmita sensación de equilibrio, por lo cual se tomó la decisión de utilizar una composición alternando los colores de la paleta de color para armonizar la propuesta sin saturarla, considerando se evidencie cada división en donde se trasladarán las cajas de texto y fotografías.

Se llevó a cabo la aplicación del color en el tiro, portada y dos cuerpos, se colocó una X en el área dónde se aplicarán las fotografías de las cajas de texto para poder mantener orden visual.

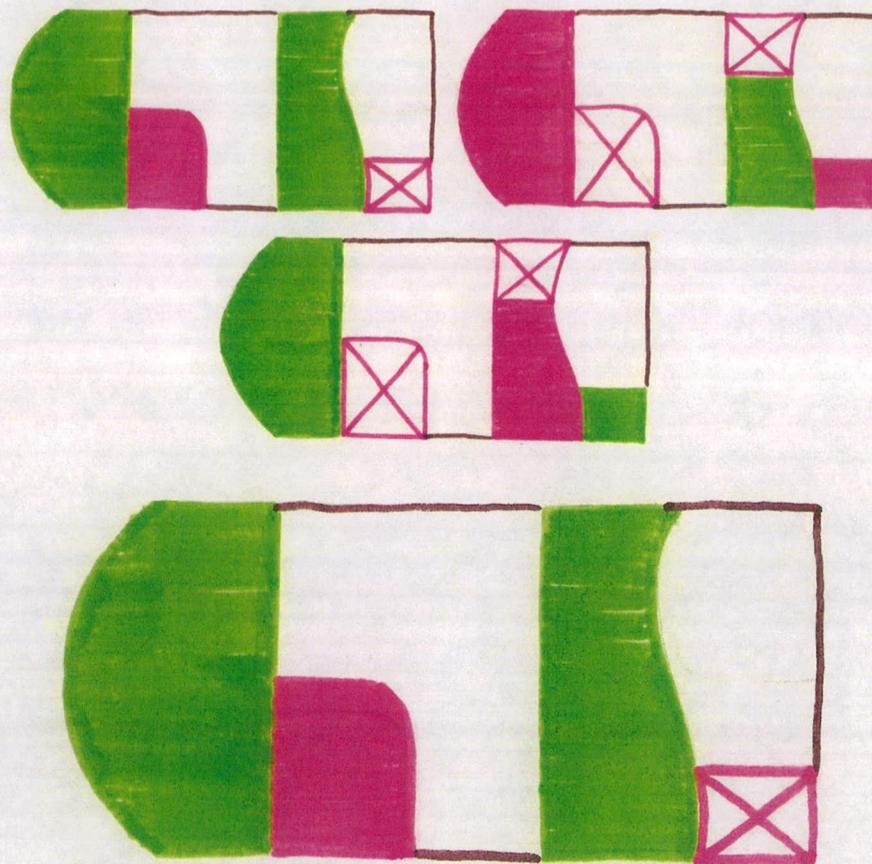
De las pruebas realizadas se considera que la opción marcada contiene equilibrio en cuanto a la aplicación del color y por el uso de color blanco al centro facilitando descansos visuales el cual transmite a su vez sensación de contraste.

Se aplicó la paleta de color a las opciones elegidas del tiro y a la portada cerrada del brochure, se considera que la aplicación del color mantiene una imagen limpia.

Ya establecido el tiro del material se llevó a cabo la prueba del retiro, se realizaron tres diferentes propuestas de color a la retícula elegida, para poder evaluar diferentes aplicaciones de la paleta de colores en los cuerpos del material.

De las pruebas realizadas se considera que la opción marcada es la que cumple eficientemente con contraste y equilibrio.

Se alternaron los colores verde y violeta dejando espacios en blanco para poder facilitar descanso visual ya que el uso de colores planos podrían transmitir una sensación de saturación, sin embargo se considera que la propuesta elegida cumple eficientemente con transmitir contraste y equilibrio.



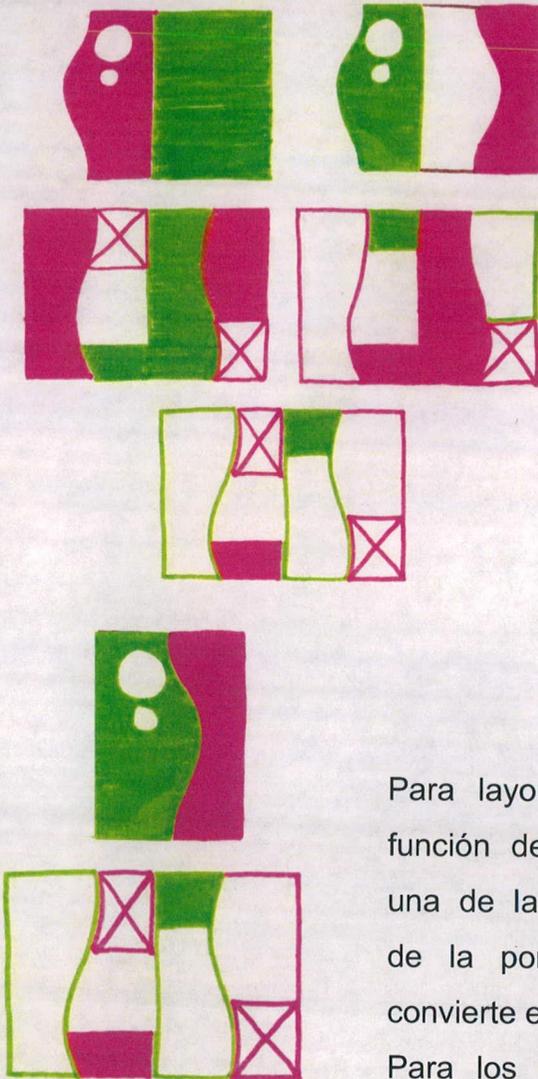
Etapa 4 “Brochure”

Layout

Se decidió trabajar en el layout del brochure manteniendo un vínculo con lo establecido en la etapa anterior, alternando la aplicación de la paleta de colores en la retícula del brochure. Se llevó a cabo la prueba de color al layout elegido de portada y contraportada al igual que una de la páginas interiores, se buscaba poder general propuestas que mantuvieran descansos visuales para no saturar la propuesta y transmitir variedad apoyando el movimiento visual que se desea transmitir. De las propuestas se consideró predominara el color blanco para generar descansos visuales, se colocó una X para reservar los espacios de las fotografías y se buscó la colocación más adecuada para la información con la intención de armonizar la aplicación de color dentro del layout.

Para layout de portada se eligió esta opción, ya que se considera transmite la función de contraste y expresión de equilibrio por medio de la aplicación de color, una de las cualidades de esta opción es el uso del color blanco en los diámetros de la portada ya que el corte de los troqueles le proporciona carácter y lo convierte en una propuesta interesante.

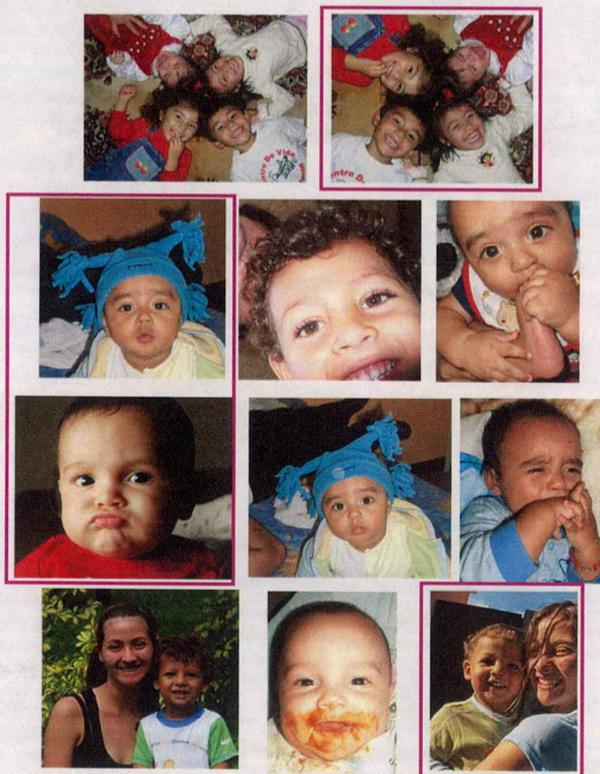
Para los interiores se eligió esta propuesta ya que se considera que por la aplicación de color al layout apoya el movimiento que se deseaba transmitir y contraste en la aplicación de color, se utilizó una X en el área en donde se colocarán las fotografías considerando desde ya la importancia de la fotografía dentro del material.



Etapa 5 “Toma de Fotografías”

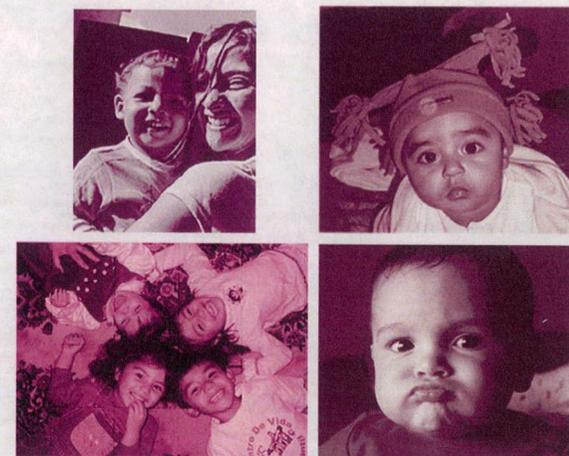
Trifoliar

En la tabla de requisitos se establece que las fotografías de los materiales deben expresar familiaridad con el grupo objetivo. Razón por la cual se tomó la decisión de realizar una sesión fotográfica en la que se trató de evidenciar espontaneidad para poder crear la sensación de familiaridad con el grupo objetivo, los modelos fueron, bebés y niños de 1 a 5 años. Se tomaron fotografías de expresiones en los niños riéndose, llorando, haciendo caras y gestos, se considera que estas expresiones transmiten familiaridad con los padres en cuanto a actividades y expresiones de sus hijos.



De las fotografías se eligieron las opciones marcadas, se considera que estas opciones la cumple con la familiaridad deseada con los padres.

Se considera que estas fotografías son las que cumplen la expresión de familiaridad, ya elegidas las fotografías se llevó a cabo la prueba de color aplicándole el dúo tono según la paleta de color (violeta), se harán uso las fotografías a un solo color con el fin de poder reducir costos al momento de producir el material.



El tono violeta cálido apoya la expresión de los niños, el color armoniza con el layout establecido y complementa la propuesta de diseño.



Etapa 6 “Toma de Fotografías”

Brochure

Para trabajar en la sesión de fotografías se tomó en cuenta la función establecida de familiaridad con el grupo objetivo, se llevó a cabo una sesión fotográfica con un grupo de niños, una pareja joven y un niño con la compañía de un psicólogo.

Se tomaron las fotografías con las siguientes composiciones:

1. Psicólogo que evidencie su intervención con los niños.
2. Niños conviviendo en grupo con diferentes expresiones.
3. Pareja de padres jóvenes que evidencien disfrutar de estar juntos.

Se considera que se logró la intención de familiarizar al grupo objetivo con las fotografías obtenidas, de las cuales se clasificaron las opciones marcadas, se considera cumple con el requisitos de familiaridad que transmite visualmente.

Las fotografías en la que se integra el psicólogo se considera que incide positivamente en la propuesta ya que evidencia a familias felices y al psicólogo interactuando con un niño.

La fotografía de los niños es grupo se considera un punto de apoyo para el material ya que el lapso captado de risas y en la fotografía es positivo para el material.

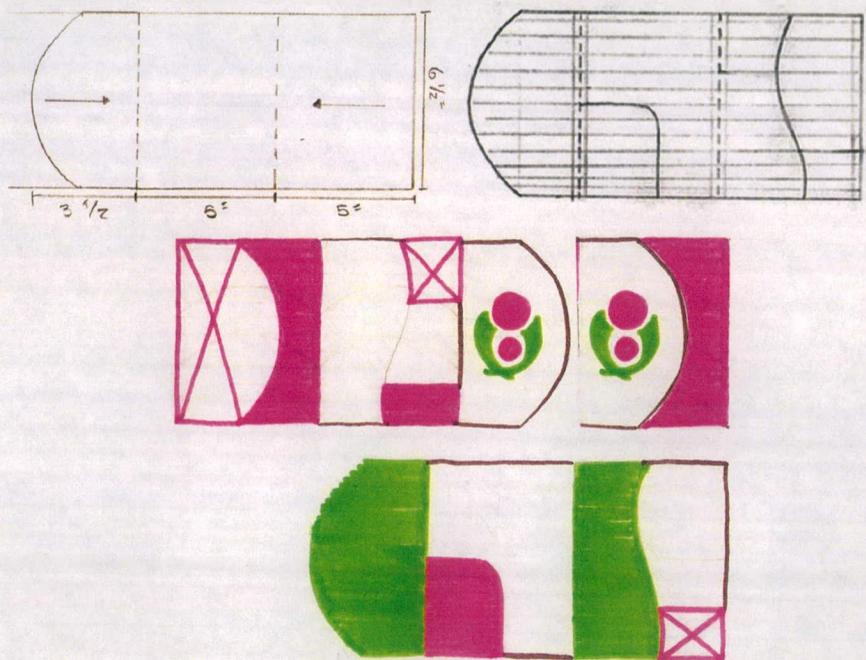
En cuanto a la fotografía de los padres jóvenes cumple con la familiaridad deseada en la fotografía.



Etapa 7 “Propuesta Digital”

Trifoliar

A lo largo del proceso de bocetaje se llegó a la realización de la propuesta digital de los dos materiales, en donde se aplicó toda la toma de decisiones registradas en cada una de las etapas.



Se retomó el proceso inicial de la definición del formato, su tamaño y posición, márgenes y retícula al igual que el layout del brochure, con el fin de reunir todas las decisiones tomadas a lo largo del proceso.

“Propuesta Digital Trifoliar”

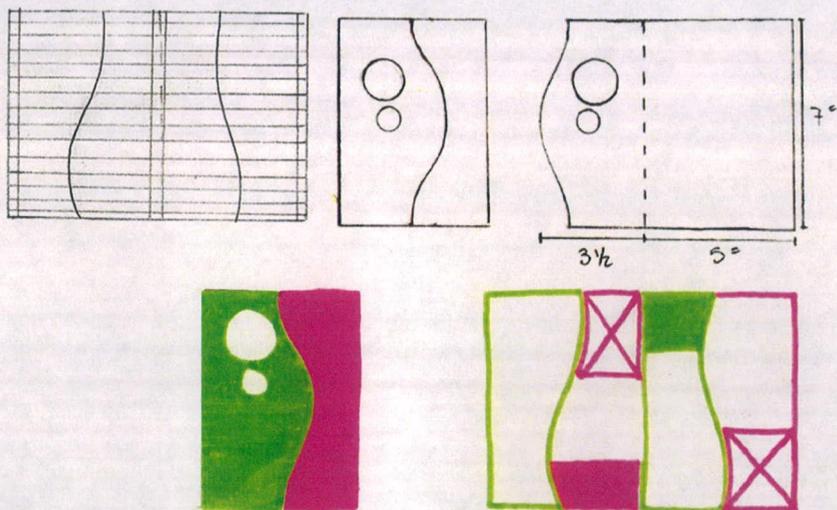
Ya reunido cada paso a nivel de boceto considerando el proceso de toma de decisiones se unificaron y se llevó a cabo la propuesta digital del Brochure, del cual se llegó a esta conclusión como propuesta final, la cual se considera responde a los requisitos establecidos en el punto 8.2. Contenido Gráfico, Tabla de requisitos.



Etapa 7 “Propuesta Digital”

Brochure

Al igual que en el Trifoliar se retomó el proceso inicial de la definición del formato, tamaño y posición, márgenes y retícula, layout del Brochure, con el fin de reunir todas las decisiones tomadas en el proceso.

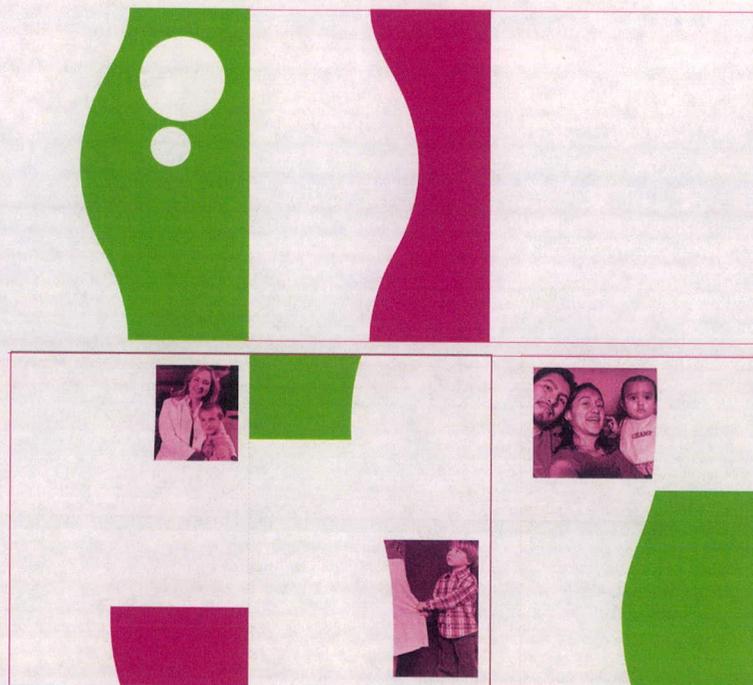


“Propuesta Digital Brochure”

Se unieron todas las etapas a nivel de boceto considerando toda la toma de decisiones, se prosiguió con la propuesta digital del Brochure, llegando a esta conclusión como propuesta digital, la cual se considera responde a los requisitos establecidos.

Inicialmente en el punto 8.2 no se consideró necesario agregar en el área de diseño Diagramación, sin embargo se identificó la necesidad de realizar pruebas previas a la propuesta preliminar considerando posible alteración en los elementos de diseño ya establecidos.

Es también necesario agregar en esta etapa una prueba de color a las cajas de texto en los dos materiales para analizar la funcionalidad de la paleta de color en los espacios reservados del layout.



Etapas

Etapas

“Diagramación”

Ya digitalizada la propuesta del trifoliar se colocaron los bloques de texto en un color neutro (negro) en el tiro del trifoliar, con el texto alineado a la izquierda y justificado. De las dos opciones se considera que justificado con los titulares al centro se visualiza orden y limpieza, razón por la cual se aplicará esta misma alineación en los dos materiales.

Aprender a ser un mejor padre y madre, te convertirá en un Excelente ser humano.

Un manual que le convertirá en un Excelente ser humano

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones respecto a la crianza de sus hijos.

Sin embargo, si existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia.

Professional Parenting es una institución que se encarga de difundir esta información en las familias guatemaltecas y que está comprometida con apoyar el desarrollo emocional, social e intelectual de los niños por medio de potenciar las habilidades de sus padres para generar herramientas que permitan educarlos integralmente y que al mismo tiempo mejoren las relaciones entre todos los miembros de la familia.

Lo que buscamos es profesionalizar la maternidad y la paternidad en nuestra sociedad.



Consejos Parenting

Permitenos ayudarte a poder mejorar tu relación con tus hijos, contamos con el apoyo de un grupo de profesionales que han dedicado su vida a la relación padre e hijos y tenemos para ti unos cuantos tips para que conozcas más acerca de nuestra ideología.

“Hay un cambio simple pero poderoso en la forma como te comunicas con tus hijos. de decirles lo que no deben hacer, diles lo que deben hacer. Usa lenguaje positivo para comunicar tus expectativas y utiliza instrucciones específicas.” (Elizabeth Pantley)

“Educar es construir una sólida pirámide con nuestras manos, piedra a piedra, día a día. Laborioso y, si quieren, cansado, pero si se hace con cariño, fascinante.” (José María Batllori)

Si posees la valentía suficiente para confiar en tus hijos y dejar que ellos dirijan su propia vida, disfrutarás la experiencia más plena de ser padre y madre, en la que te enamorarás de de tu hijo(a) por lo que él o ella es.

amara a tu hijo, no a la idea de lo que tu hijo debe ser. Amor es amor cuando no tiene condiciones. El momento en el que el amor se usa como recompensa por comportamiento o logros, deja de ser amor y se convierte en una lección de dar y quitar. (Naomi Aldort)

El ser padre o madre es la experiencia más incomparable de la vida. La felicidad de ellos es la satisfacción más importante de la vida. Porque no darle más de lo que nos dieron nuestros padres!



Aprender a ser un mejor padre y madre, te convertirá en un Excelente ser humano.

Un manual que le convertirá en un Excelente ser humano

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones respecto a la crianza de sus hijos.

Sin embargo, si existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia.

Professional Parenting es una institución que se encarga de difundir esta información en las familias guatemaltecas y que está comprometida con apoyar el desarrollo emocional, social e intelectual de los niños por medio de potenciar las habilidades de sus padres para generar herramientas que permitan educarlos integralmente y que al mismo tiempo mejoren las relaciones entre todos los miembros de la familia.

Lo que buscamos es profesionalizar la maternidad y la paternidad en nuestra sociedad.



Consejos Parenting

Permitenos ayudarte a poder mejorar tu relación con tus hijos, contamos con el apoyo de un grupo de profesionales que han dedicado su vida a la relación padre e hijos y tenemos para ti unos cuantos tips para que conozcas más acerca de nuestra ideología.

“Hay un cambio simple pero poderoso en la forma como te comunicas con tus hijos. de decirles lo que no deben hacer, diles lo que deben hacer. Usa lenguaje positivo para comunicar tus expectativas y utiliza instrucciones específicas.” (Elizabeth Pantley)

“Educar es construir una sólida pirámide con nuestras manos, piedra a piedra, día a día. Laborioso y, si quieren, cansado, pero si se hace con cariño, fascinante.” (José María Batllori)

Si posees la valentía suficiente para confiar en tus hijos y dejar que ellos dirijan su propia vida, disfrutarás la experiencia más plena de ser padre y madre, en la que te enamorarás de de tu hijo(a) por lo que él o ella es.

incondicional. amar a tu hijo, no a la idea de lo que tu hijo debe ser. Amor es amor cuando no tiene condiciones. El momento en el que el amor se usa como recompensa por comportamiento o logros, deja de ser amor y se convierte en una lección de dar y quitar. (Naomi Aldort)

El ser padre o madre es la experiencia más incomparable de la vida. La felicidad de ellos es la satisfacción más importante de la vida. Porque no darle más de lo que nos dieron nuestros padres!



Etapa 9

“Prueba de color cajas de Texto”

Como ya se había establecido en la tabla de requisitos la paleta de color a utilizar son un dúo tono de colores Pantone, por este lineamiento se realizaron pruebas de color en el tiro del trifoliar para evaluar cual de los 2



Te podemos ayudar a conocer a tu hijo

Podrías cambiar esos malos momentos un poco vergonzosos que te hacen pasar.

Mientras aprendes de tus hijos aprende también de ti. Aprende cómo los diferentes estímulos, las transiciones y los cambios te afectan.

¡Date cuenta de tus límites y tus niveles de energía, tu propia necesidad de rutina y rituales y lo que te causa alegría!

Ama a tus hijos por quienes son. Deja que te hagan reír. Comparte con ellos cómo ven, oyen y perciben las cosas a su alrededor. Permiteles enriquecer tu vida.

Mientras aprendes de tus hijos aprende también de ti.

Aprende cómo los diferentes estímulos, las transiciones.

(Mary Sheedy Kurcinka)

Sus travessuras son incomparables, pero sus sonrisas son inolvidables.

Queremos formar parte de la tuya. Idealmente como padre, compartir contigo nuestra experiencia para celebrar los logros y superar los obstáculos.

¡Forma parte de nuestra familia parenting profesional!

Nos puedes encontrar en:
parenting.profesional@yahoo.com
Lourdes María García Sáenz
Cell: (502) 595-2482

¿El Manual para tu hijo...?



Un manual que le convertirá en un Excelente ser humano

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones respecto a la crianza de sus hijos.

embargo, sí existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia.

Professional Parenting es una institución que se encarga de difundir esta información en las familias guatemaltecas y que está comprometida con apoyar el desarrollo emocional, social e intelectual de los niños por medio de potenciar las habilidades de sus padres para generar herramientas que permitan educarlos integralmente y que al mismo tiempo mejoren las relaciones entre todos los miembros de la familia.

Lo que buscamos es profesionalizar la maternidad y la paternidad en nuestra sociedad.

¿Y por qué no?

Consejos Parenting

Permitenos ayudarte a poder mejorar tu relación con tus hijos, contamos con el apoyo de un grupo de profesionales que han dedicado su vida a la relación padre e hijos y tenemos para ti unos cuantos tips para que conozcas más acerca de nuestra ideología.

“Haz un cambio simple pero poderoso en la forma como te comunicas con tus hijos.

decríles lo que no deben hacer, díles lo que deben hacer.

Una lengua positiva para consultar tus expectativas y dadas instrucciones específicas.” (Elizabeth Pantley)

“Educar es construir una sólida pirámide con nuestras manos, piedra a piedra, día a día. Laborioso y, si quieren, cansado, pero sí se hace con cariño, fascinante.”

(José María Batllori) Si posees la valentía suficiente para confiar en tus hijos y dejar que ellos dirijan su propia vida, disfrutarás la experiencia más plena de ser padre y madre, en la que te enamorarás de de tu hijo(a) por lo que él o ella es.

¡Incondicional- amar a tu hijo, no a la idea de lo que tu hijo debe ser. Amor es amor cuando no tiene condiciones. El momento en el que el amor se usa como recompensa o como comportamiento o logros, deja de ser amor y se convierte en una lección de día y quitar.” (Naomi Aldort)

“El ser padre o madre es la experiencia más incomparable de la vida. La felicidad de ellos es la más importante de la vida. Porque no darle más de lo que nos dan nuestros padres.”

colores es funcional en apoyo a todos los lineamientos de diseño ya establecidos a lo largo del proceso de bocetaje.

Se estableció que las tipografías y titulares en fondos sólidos dentro de los materiales se aplicarán en color blanco para darle unidad al uso del logotipo en las dos portadas de los dos materiales, los cuales son aplicados en color blanco.

Se realizó la prueba de color de los bloques de texto y a los titulares en verde y violeta, la aplicación del color verde se aplicará intercalada con el layout violeta, con el fin de logara contraste en la aplicación de color en los interiores, esta aplicación permite resaltar la información complementado a los layout establecidos.

En cuanto a los titulares se considera que la mezcla de titulares de un color y las cajas de y texto de otro podría producir ruido visual, razón por la cual se aplicarán los titulares y las cajas de texto en color violeta.

Etapa 10

Después de haber pasado por el proceso de bocetaje se llegó a un resultado, el cual serviría para validar la propuesta y verificar si fueron correctamente tomadas las decisiones correctas en las piezas finales de los materiales.

¿Podrías ser... Tu?
El nuevo integrante de nuestro Equipo de trabajo...

Professional Parenting
Professional Parenting consiste en una asociación dirigida a los padres y madres de familia, que buscan desarrollar y potenciar sus habilidades y conocimientos sobre orientación familiar.
Seremos una herramienta de apoyo para que todos los padres y madres posean las mismas oportunidades de aprender sobre educación y crianza en un ambiente agradable y con atención de acuerdo a sus necesidades familiares, por medio de actividades formativas, charlas, talleres que satisfagan las diferentes necesidades de los padres y madres de nuestra sociedad.
Te invitamos...
A formar parte de nuestra red de psicólogos y educadores con experiencia en los temas, quienes se encargaran de brindar asesorías personalizadas en el hogar de familias guatemaltecas.

Ellos Merecen...
Ser considerados como pequeños pensantes y no convertidos en clones de sus padres.
Merecen una vida llena de sorpresas y alegrías.
Merecen calidad de tiempo y no cantidad, merecen una familia y educación, desarrollarse en un ambiente agradable y con las atenciones de acuerdo a sus necesidades.
Todos los padres y madres merecen la oportunidad de aprender sobre educación, métodos y alternativas en la educación, con el fin de mejorar su relación con sus hijos para que en la adolescencia tengan suficiente comunicación.

Unión, es Comunicación
El cariño y la unión familiar es fundamental para el buen desarrollo afectivo y psicológico en el infante, así como resultado equilibrado mental en la vida de los niños.
Un ambiente ordenado y bien estructurado resulta fundamental para la vida de cualquier infante, existe un sentimiento que no es tangible pero es fundamental que es el "Amor". El amor verdadero es cuestión de voluntad y no solo de sentimiento, es dedicación y paciencia constante. Es importante que los pequeños se sientan amados, esto genera un fuerte medio de comunicación suficiente comunicación.

Métodos de enseñanza...
Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones con respecto a la crianza de sus hijos.
Sin embargo, sí existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la enseñanza de estos pequeños y amorosos miembros de la familia.
No puedes contactar en:
parenting_professional@yahoo.com
Lourdes María García Sáenz
Ced. (502) 3193-2422

“Propuesta preliminar Trifoliar”

Tú Puedes contribuir a la Felicidad de miles de familias guatemaltecas
“Ser mamá o papá es el inicio de una fantástica experiencia”.
Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones con respecto a la crianza de sus hijos.
Sin embargo, sí existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la enseñanza de estos pequeños y amorosos miembros de la familia.
No puedes contactar en:
parenting_professional@yahoo.com
Lourdes María García Sáenz
Ced. (502) 3193-2422

Te podemos ayudar a conocer a tu hijo
Podrías cambiar esos malos momentos un poco vergonzosos que te hacen pasar.
Mientras aprendes de tus hijos aprende también de ti. Aprende cómo los diferentes estímulos, las transiciones y los cambios te afectan.
Date cuenta de los límites y tus niveles de energía, tu propia necesidad de rutina y rituales y lo que te causa alegría.
Ame a tus hijos por quienes son. Deja que te hagan reír. Comparte con ellos cómo ven, oyen y perciben las cosas a su alrededor. Permíteles enriquecer tu vida.
Mientras aprendes de tus hijos aprende también de ti.
Aprende cómo los diferentes estímulos, las transiciones.
(Mary Sheedy Kurcinka)

¿El Manual para tu hijo...?
Sus travesuras son incomparables, pero sus sonrisas son inolvidables.
Queremos formar parte de la tuya ideal como padre, compartir contigo nuestra experiencia para celebrar los logros y superar los obstáculos.
Forma parte de nuestra familia parenting professional!
pinedin@outlook.es
No parenting_professional@yahoo.com
Lourdes María García Sáenz
Ced. (502) 3193-2422

Un manual que le convertirá en un Excelente ser humano
Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones respecto a la crianza de sus hijos.
Sin embargo, sí existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia.
Professional Parenting es una institución que se encarga de difundir esta información en las familias guatemaltecas y que está comprometida con apoyar el desarrollo emocional, social e intelectual de los niños por medio de potenciar las habilidades de sus padres para manejar herramientas que permitan educarlos integralmente y que al mismo tiempo mejoren las relaciones entre todos los miembros de la familia.
Lo que buscamos es profesionalizar la maternidad y la paternidad en nuestra sociedad.
¿Y por qué no?

Aprender a ser un mejor padre y madre, te convertirá en un Excelente ser humano.

Consejos Parenting
Permitenos ayudarte a poder mejorar tu relación con tus hijos, contamos con el apoyo de un grupo de profesionales que han dedicado su vida a la relación padre e hijos y tenemos para ti otros cuantos tips para que conozcas más acerca de nuestra psicología.
“Haz un cambio simple pero poderoso en la forma como te comunicas con tus hijos, dices lo que no debes hacer, dices lo que debes hacer.
Usa lenguaje positivo para comunicar tus expectativas y utiliza instrucciones específicas.”
(Elizabeth Pantley)

“Educar es construir una sólida pirámide con nuestros niños, piedra a piedra, día a día. Laborioso y, si quieres, cansado, pero si se hace con cariño, fácilmente.”
(José María Rattón) Si posees la valentía suficiente para confiar en tus hijos y dejar que ellos dirijan su propia vida, disfrutarás la experiencia más plena de ser padre y madre, en lo que te enamorarás de de tu hijo(a) por lo que él o ella es.
Incondicional -amar a tu hijo, no a la idea de lo que tu hijo debe ser. Amor es amor cuando no tiene condiciones. El momento en el que el amor se usa como recompensa para un comportamiento o logros, deja de ser amor y se convierte en una lección de dar y quitar.
(Naomi Aldort)

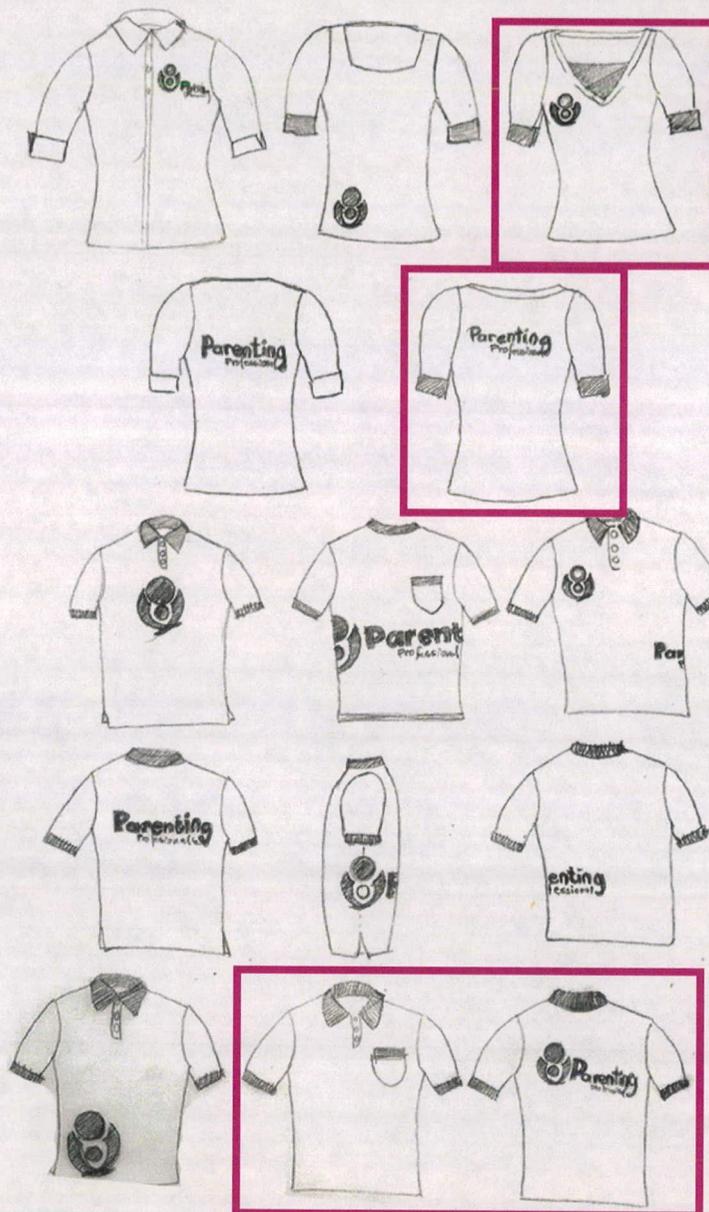
El ser padre o madre es la experiencia más incomparable de la vida. La felicidad de ellos es la felicidad tuya, más importante de la vida. Porque no nadie más de lo que nos dicen nuestros padres.

Etapa 11 “Bocetaje Uniforme”

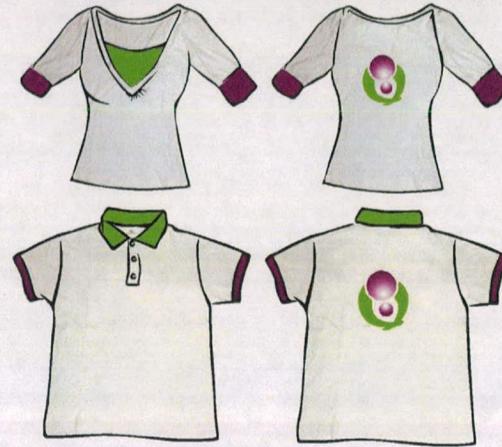
Se llevó a cabo el bocetaje del uniforme para los integrantes de Professional Parenting. Por solicitud de la institución se estableció el diseño únicamente de una camisa para hombres y blusa para mujeres acompañado de jeans color azul con la finalidad de reducir costos, se busca una propuesta casual y cómoda:

- Para mujeres se estableció blusa de manga tres cuartos, cómoda y formal.
- Para hombres camisa masculina y comoda.

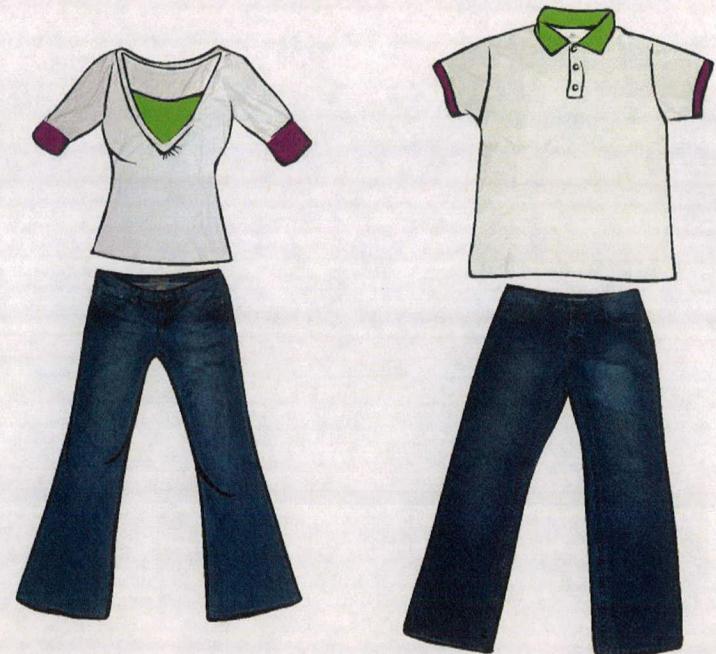
Por solicitud del cliente se estableció blusas y camisas en color blanco en sistema de serigrafía para su reproducción, de las opciones se considera que la propuesta marcada es la que cumple con los requisitos establecidos.



- Para los uniformes se estableció colocar el Isotipo del logotipo con la finalidad de implementar la marca en la mente del grupo objetivo y se aplicaron los colores verde y violata para proporcionar unidad a todos los insumos de los materiales.
- Para mujeres se estableció blusa de manga tres cuartos, cómoda y formal.
- Para hombres camisa polo masculina y cómoda.



Digitalización y montaje del uniforme





11

VALIDACION TECNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

11.1. INTERPRETACION

Para la validación técnica del diseño preliminar de los materiales se hizo uso de un instrumento, manejando una estructura de respuesta de opción múltiple haciendo uso de distintos parámetros para poder confirmar si la percepción en cuanto a los elementos de diseño a sido correctamente codificada.

(Ver anexo 5 Y 6 Validaciones)

En los instrumentos de validación se reservó un espacio para colocar observaciones de los diseñadores, expertos, grupo objetivo primario y secundario para que pudieran colocar toda aquellas sugerencias que fuera de retroalimentación para mejora de los materiales.

Se tomó una muestra de 5 Diseñadores, 5 Expertos en el tema, 5 de grupo objetivo primario y 5 de grupo objetivo secundario, en base a la tabulación de los resultados obtenidos

(Anexo 7 y 8) a continuación se presentan resultados obtenidos.

FORMATO Y SOPORTE

De acuerdo a los resultados se puede establecer que la mayoría de las personas con las que se validó los materiales, percibieron en la forma y tamaño del soporte la

sensación de movimiento y la función de manipulación práctica dado a las proporciones del soporte y las formas curvas utilizadas en los troqueles. Cabe mencionar que uno de los elementos de diseño que llamó la atención del grupo objetivo fue el uso de troquel en las portadas de los materiales los cuales permiten y apoyan la sensación de movimiento.

Se considera necesario evaluar el grosor del soporte ya que según sugerencia de los diseñadores es muy grueso y rústico para la presentación de los materiales lo cual interfiere para lograr una adecuada codificación de los materiales, es de relevancia mencionar que el sistema de encuadernado en grapado al centro es funcional.

11.1. INTERPRETACION

EJES Y RETICULA

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede dar a conocer que la mayoría de personas con las que se validó el material logró percibir en el margen y retícula sensación de movimiento.

Dado a que estos elementos fueron correctamente codificados no es necesario realizar ningún cambio ya que logró la expresión de movimiento.

TIPOGRAFIA

Para este elemento de diseño se logró eficientemente que se percibiera la sensación de Inquietud. Sin embargo fué deficiente la codificación como función de ser punto focal en las piezas, observación de dos diseñadores ya que el grosor de los titulares no le proporciona el énfasis deseado.

Una de las observaciones del grupo objetivo primario que se consideró relevante con relación a los cuerpos de texto,

fué el interlineado. Es muy espacioso y proporciona desorden visuales, también se considera que la legibilidad de los textos que se funden en los fondos sólidos se pierden, se considera que se debe mejorar de manera que logre la función deseada. Otra de las observaciones que se considera relevante de uno de los diseñadores es cambiar el tipo de letra en el titular del trifoliar la frase de ¿El manual para tu hijo? para proporcionarle unidad a los dos materiales se considera que los dos materiales tengan la misma fuente tipográfica.

COLOR

Tomando en cuenta los resultados que se obtuvieron se puede dar a conocer que la codificación del color tanto la función

de contraste y la expresión de transmitir sensación de equilibrio se logró eficientemente, ya que la alternación de los colores en la aplicación del layout apoyan transmitiendo la sensación de equilibrio lo que se deseaba proyectar.

IMAGEN

En base a los resultados obtenidos se demuestra que los expertos en diseño están totalmente de acuerdo con la expresión de familiaridad que transmiten las fotografías utilizadas tanto en el material para padres como para profesionales. Sin embargo cabe mencionar como una observación de peso por uno de los diseñadores la sugerencia de ampliar el tamaño de las fotografías maximizando el espacio

dentro de la diagramación, además como punto de apoyo el contenido del brochure es colocar una fotografía en el dorso de la portada con la intención de proporcionar impacto visual al abrir el material.

Considerando que las fotografías dentro de las piezas son uno de los elementos fundamentales, se tomó como observación de peso agregar una fotografía en la que se incluya la presencia de padres e hijos o de una familia en el trifoliar, ya que en su interior únicamente se incluyen fotografías de niños y de madres, por lo anterior explicado se consideran estas observaciones como posibles cambios.

11.2. CAMBIOS

Tomando como base la interpretación con respecto a los resultados (ver anexo 8, 9, 10 y 11) cabe mencionar que no se considera necesario realizar cambios en el **FORMATO, SOPORTE, EJES Y RETICULA** ya que dichos elementos, se considera cumplieron la función y expresión establecidas en el punto 8.2. (Tabla de requisitos).

TIPOGRAFIA

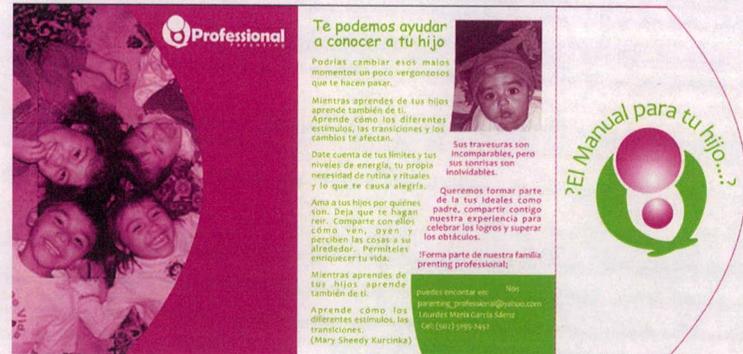
En base a la interpretación de este elemento en las piezas en cuanto a los titulares, se tomó la decisión de proporcionar más grosor o peso visual ya que no logró cumplir la función de ser punto focal en las piezas.

Además se decidió colocar los bloques de texto con aplicación de bold ya que las fuentes tipográficas que se funden en los fondos sólidos blanco, violeta y verde absorbe visualmente el color aplicado a los bloques de texto por lo que se aplicó bold tanto a los titulares como a las cajas de texto.

FOTOGRAFIA

En cuanto a las fotografías se realizaron cambios en los dos materiales, en cuanto a la proporción ya que se

ampliaron para maximizar los espacios, además de agregar fotografías de una familia en el trifoliar y en la contraportada del Brochure, cabe mencionar que se utilizó una misma fotografía de familia en los dos materiales.



Antes



Después

Por observación de uno de los diseñadores validados se realizó un cambio en la gramática de la frase colocada en la pestaña verde, ya que la separación era inadecuada, se cortaba el mensaje interfiriendo en la codificación del mensaje enviado.

Aprender a ser un mejor padre y madre, te convertirá en un Excelente ser humano.

Un manual que le convertirá en un Excelente ser humano

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones respecto a la crianza de sus hijos.

Sin embargo, sí existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia.

Professional Parenting es una institución que se encarga de difundir esta información en las familias guatemaltecas y que está comprometida con apoyar el desarrollo emocional, social e intelectual de los niños por medio de potenciar las habilidades de sus padres para generar herramientas que permitan educarlos integralmente y que al mismo tiempo mejoren las relaciones entre todos los miembros de la familia.



Lo que buscamos es profesionalizar la maternidad y la paternidad en nuestra sociedad.

¿Y por qué no?

Consejos Parenting

Permitenos ayudarte a poder mejorar tu relación con tus hijos, contamos con el apoyo de un grupo de profesionales que han dedicado su vida a la relación padre e hijos y tenemos para ti unos cuantos tips para que conozcas más acerca de nuestra ideología.

"Haz un cambio simple pero poderoso en la forma como te comunicas con tus hijos.

decirles lo que no deben hacer, díles lo que deben hacer

Usa lenguaje positivo para comunicar tus expectativas y utiliza instrucciones específicas."

(Elizabeth Pantley)

"Educar es construir una sólida pirámide con nuestras manos, piedra a piedra, día a día. Laborioso y, si quieren, cansado, pero si se hace con cariño, fascinante."

(José María Battlori) Si posees la valentía suficiente para confiar en tus hijos y dejar que ellos dirijan su propia vida, disfrutarás la experiencia más plena de ser padre y madre, en la que te enamorarás de tu hijo(a) por lo que él o ella es.

incondicional - amar a tu hijo, no a la idea de lo que tu hijo debe ser. Amor es amor cuando no tiene condiciones. El momento en el que el amor se usa como recompensa por comportamiento o logros, deja de ser amor y se convierte en una lección de dar y quitar. (Naomi Aldort)

El ser padre o madre es la experiencia más incomparable de la vida. La felicidad de ellos es la satisfacción más importante de la vida. Porque no darle más de lo que nos dieron nuestros padres?

Antes

Aprender a ser un mejor padre y madre, te convertirá en un excelente ser humano.

Un manual que le convertirá en un excelente ser humano

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a momento de tomar decisiones respecto a la crianza de sus hijos. Sin embargo existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre poseemos una variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia.

Professional Parenting es una institución que busca llenar el vacío que actualmente existe en Guatemala en cuanto a orientación familiar para la mejora de relaciones entre padres y madres en las familias guatemaltecas, está comprometida con apoyar el desarrollo emocional, social e intelectual de los niños potenciando las habilidades de los padres para generar herramientas que permitan educarlos integralmente y al mismo tiempo mejorar las relaciones entre los miembros de la familia.



Lo que buscamos es profesionalizar la maternidad y la paternidad en nuestra sociedad

Consejos Parenting

Permitenos entrar a tu hogar y ayudarte a poder mejorar la relación con tus hijos, contamos con el apoyo de un grupo de profesionales que han dedicado su vida a la relación padre e hijo unete y conoce más acerca de nuestra ideología.

"Haz un cambio simple pero poderoso en la forma como te comunicas con tus hijos. Cambia decirles lo que no deben hacer, mejor díles lo que deben hacer.

Es necesario un lenguaje positivo para comunicar tus expectativas y utiliza instrucciones específicas". (Elizabeth Pantley)

"Educar es construir una sólida pirámide con nuestras manos, piedra a piedra, día a día. Laborioso y si quieren, cansado, pero si se hace con cariño, fascinante" (María Battlori)

Si posee la valentía suficiente para confiar en tus hijos y dejar que ellos dirijan su propia vida, disfrutarás la experiencia más plena de ser padre y madre, en la que te enamorarás de tu hijo(a) por lo que él o ella es.

El amor debe ser amor incondicional - ama a tu hijo, no a la idea de lo que tu hijo debe ser, el amor es amor cuando no tiene condiciones.

El momento en el que el amor se usa como recompensa por logros, deja de ser amor y se convierte en una lección condicional de dar y quitar. (Naomi Aldort)

El ser padre o madre es una experiencia asombrosa de la vida. La felicidad de ellos es la satisfacción más importante de la vida. ¿Por qué no darle más de lo que nos dieron nuestros padres?

Después

Cambió de grosor a bold aplicado a todos los titulares y cajas de texto además de variaciones en la proporción de las fotografías.



Antes

Se agregó una fotografía en la contraportada del brochure, la fotografía de retomó de la etapa 5 en el punto 10, se consideró que la espontaneidad del niño en esta fotografía sirve de apoyo como impacto visual al abrir el material.



Después

Professional Parenting

Professional Parenting consiste en una asociación dirigida a los padres y madres de familia, que buscan desarrollar y potenciar sus habilidades y conocimientos sobre orientación familiar.

Seremos una herramienta de apoyo para que todos los padres y madres posean las mismas oportunidad de aprender sobre educación y crianza en un ambiente agradable y con atención de acuerdo a sus necesidades familiares.

Por medio de actividades formativas, charlas, talleres que satisfagan las diferentes necesidades de los padres y madres de nuestra sociedad.

Te invitamos

A formar parte de nuestra red de psicólogos y educadores con experiencia en los temas, quienes se encargarán de brindar asesorías personalizadas en el hogar de familias guatemaltecas.



Ellos merecen

Ser considerados como pequeños pensantes y no convertirlos en clones de sus padres, merecen una vida llena de sorpresas y alegrías.

Merecen calidad de tiempo y no cantidad, una familia, educación, y desarrollarse en un ambiente agradable y con las atenciones de acuerdo a sus necesidades.

Todos los padres y madres merecen la oportunidad de aprender sobre educación, métodos y alternativas en la educación, con el fin de mejorar su relación con sus hijos para que en la adolescencia tengan suficiente comunicación.

¿Podrías ser...
Tu?
El nuevo integrante de nuestro equipo de trabajo...



Professional Parenting

Professional Parenting consiste en una asociación dirigida a los padres y madres de familia, que buscan desarrollar y potenciar sus habilidades y conocimientos sobre orientación familiar.

Seremos una herramienta de apoyo para que todos los padres y madres posean las mismas oportunidad de aprender sobre educación y crianza en un ambiente agradable y con atención de acuerdo a sus necesidades familiares, por medio de actividades formativas, charlas, talleres que satisfagan las diferentes necesidades de los padres y madres de nuestra sociedad.

Te invitamos...

A formar parte de nuestra red de psicólogos y educadores con experiencia en los temas, quienes se encargarán de brindar asesorías personalizadas en el hogar de familias guatemaltecas.



Ellos Merecen...

Ser considerados como pequeños pensantes y no convertirlos en clones de sus padres. Merecen una vida llena de sorpresas y alegrías.

Merecen calidad de tiempo y no cantidad, merecen una familia y educación, desarrollarse en un ambiente agradable y con las atenciones de acuerdo a sus necesidades.

Todos los padres y madres merecen la oportunidad de aprender sobre educación, métodos y alternativas en la educación, con el fin de mejorar su relación con sus hijos para que en la adolescencia tengan suficiente comunicación.



Consiste en una institución no lucrativa que apoya a los padres y madres de familia, asesorándolos sobre Orientación Familiar, comunicación eficaz, relaciones interpersonales, mejoramiento de conducta en niños y adolescentes, paternidad asertiva entre otros. Con el objetivo de incidir positivamente en el desarrollo de las familias guatemaltecas, objetivo principal es solidarizarse con el fin de llenar el vacío que existe actualmente de unión familiar.

Nuestra Misión

Es ser una herramienta de apoyo para los padres y madres que posean la oportunidad de aprender sobre educación, orientación y formación de un ambiente agradable de acuerdo a sus necesidades familiares, por medio de actividades formativas que fomenten el sentido común y solidaridad entre padres y profesionales en psicología clínica.

Objetivos

Formar una red de profesionales que tenga la capacidad y experiencia profesional para apoyar a las familias guatemaltecas de orientación familiar, que sean solidarios y crean en el poder de la familia.

Integrar grupos de apoyo para los padres de familia con uno de profesionales o consejeros de la red.

Realizar talleres formativos para brindar herramientas a los padres que desean expandir sus conocimientos sobre educación y orientación familiar.

Visión

ser la institución líder en Guatemala entre las que buscan desarrollar y potenciar sus habilidades y conocimientos sobre orientación familiar, inteligencia emocional, hábitos alimenticios en los niños, métodos de enseñanza y temas de relevancia con relación a la familia.

El cariño y la calidad de tiempo que les dediquen a sus hijos, van a ser factores determinantes en la vida de cada niño. Porque no basta con quererlos, se necesita demostrarlo.

Unión, es Comunicación

El cariño y la unión familiar es fundamentales para un buen desarrollo afectivo y psicológico en el infante, da como resultado equilibrio mental en la vida de los niños.

Un ambiente ordenado y bien estructurado resulta fundamental para la vida de cualquier infante, existe un sentimiento que no es tangible pero es fundamental que es el "Amor". El amor verdadero es cuestión de voluntad y no solo de sentimiento, es dedicación y paciencia constante. Es importante que los pequeños se sientan amados, esto genera un fuerte medio de comunicación y sinceridad.

Métodos de enseñanza...

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones con respecto a la crianza de sus hijos.

embargo, sí existe mucha información provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia. Somos la guía ideal todos aquellos padres que necesitan ayuda.



El cariño y la calidad de tiempo que les dediquen a sus hijos, van a ser factores determinantes en la vida de cada niño, porque no basta con quererlos, se necesita demostrarlo.

Unión, es Comunicación

El cariño y la unión familiar es fundamentales para un buen desarrollo afectivo y psicológico en el infante, da como resultado equilibrio mental en la vida de los niños.

Un ambiente ordenado y bien estructurado resulta fundamental para la vida de cualquier infante, existe un sentimiento que no es tangible pero es fundamental que es el "Amor".

El amor verdadero es cuestión de voluntad y no solo de sentimiento, es dedicación y paciencia constante. Es importante que los pequeños se sientan amados, esto genera un fuerte medio de comunicación y sinceridad.

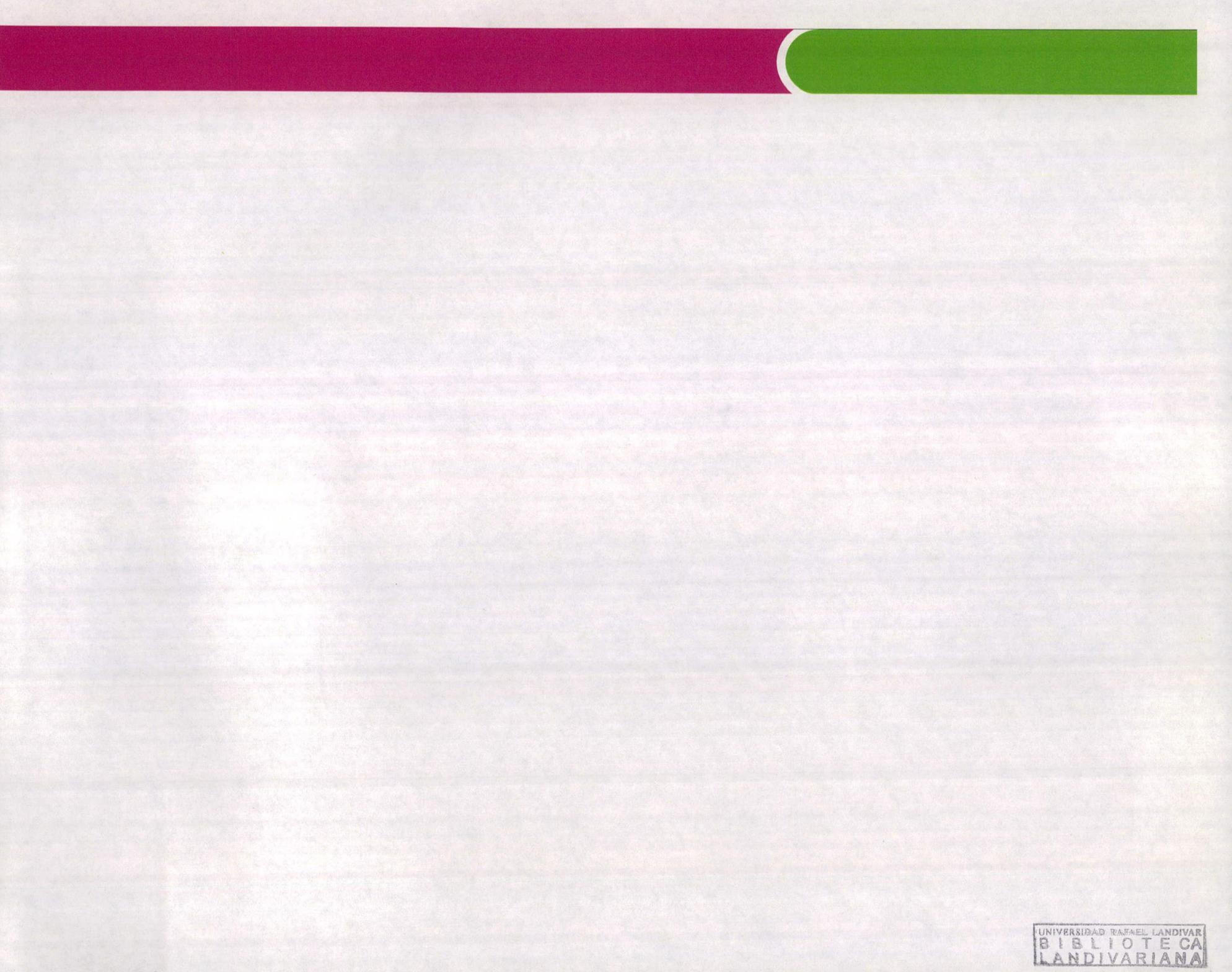
El ejemplo de los padres es importante, la comunicación es primordial en sus vidas para un buen crecimiento.

Métodos de enseñanza

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones con respecto a la crianza de sus hijos.

Sin embargo, sí existe mucha, toda esta información provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia. Somos la guía ideal todos aquellos padres que necesitan ayuda.





“El contraste de la comunicación con movimiento” para que la comunicación sea eficiente debe de estar en constante movimiento y se deseaba transmitir esta ideología a nivel visual, también se decidió utilizar diferente troquel para los dos materiales ya que se buscaba variedad en los materiales y apoyar la codificación de movimiento.

ELEMENTOS COMUNES COLOR

En cuanto al color se retomaron los colores de la imagen corporativa, un dúo tono los cuales se registran bajo los siguientes códigos:

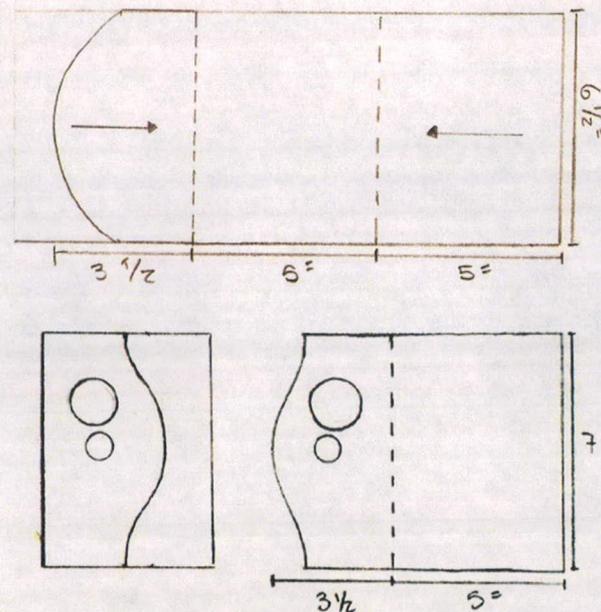
Munsell 10.op 5:17 - Violeta



DIC 2548 p - Verde limón



El uso de esta paleta de colores se buscaba conotar contraste, el contraste que existe entre los dos grupos objetivos ya que ambos tiene diferentes necesidades y percepciones de su entorno, además transmiten la sensación de equilibrio por la aplicación alternada de la paleta de colores tanto en el tiro y retiro de los materiales.

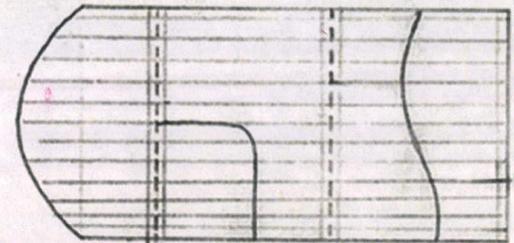


EJES Y RETICULAS

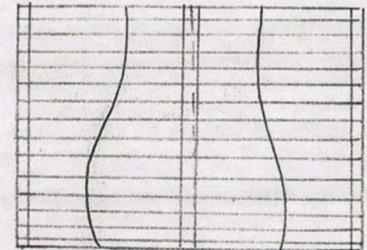
Se utilizó este elemento en los interiores y exterior de los materiales apoyando conceptualmente a los contenidos dado que por el uso de líneas curvas transmite visualmente la sensación de movimiento.

Es importante mencionar que se buscó representar por medio de líneas curvas la variedad que existe en el grupo objetivo representado por el constante movimiento que se transmite por medio de la estructura con curvaturas o quebrantamiento lo cual denota constancia por la dirección de las líneas verticales.

Trifoliar



Brochure



ELEMENTOS COMUNES

TIPOGRAFIA

Se hizo uso de una tipografía serif la cual permite por medio de sus trazos simples y remates curvos simplicidad y permite una lectura fluida, el uso de dos fuentes tipográficas permite evidenciar la jerarquía de la información trasladada en los materiales y se pudiera enfatizar la importancia de los titulares en los materiales.

Para los titulares se decidió utilizar la fuente tipográfica Comics Sans Ms, por sus rasgos infantiles como hechos a mano relacionados con el papel que representan los niños en el tema. Además esta fuente permite una fácil codificación

de sensación de Inquietud permitiendo a su vez proporcionarle la importancia de punto focal en las piezas, es importante mencionar que a todos los titulares en los dos materiales se les aplicó bold con el fin de resaltarlos al momento de fundirse sobre los fondos sólidos.

La tipografía Arial se utilizó en los contenidos de texto, sus remates curvos permiten fluidez en la lectura además de proporcionar sensación de formalidad apoyando la importancia de los contenidos presentados.

Titulares - Comics Sans Ms

Texto - Arial.

UNIFORMES

Para el diseño de esta pieza se tomó en cuenta el objetivo de diseñar un uniforme a los organizadores y psicólogos en los diferentes eventos de apertura realizados por la institución.

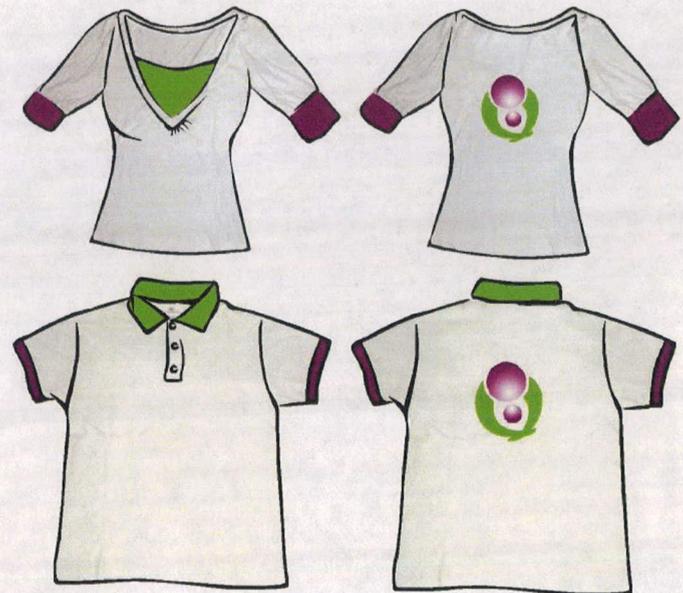
Según el autor Andersos (1999) el material promocional facilita la presencia de la marca en la mente de quien se le otorgue, ayuda a que se recuerde el nombre de la entidad.

Para Kotler y Armostrong (2004)

Uno de los materiales promocionales que apoya implementar la posesión de la marca en la mente del consumidor es el uso del Uniforme, el cual solventa y favorece la necesidad de identificar a los organizadores.

Se decidió producir el uniforme en color blanco para las blusas y camisas dándole coherencia a la línea de diseño, para la propuesta de diseño se dio importancia al criterio de hacer uso únicamente del Isotipo por solicitud del cliente, para posesionar la marca en la

mente del consumidor, el cual se colocó en la parte de atrás del uniforme, en cuanto a elementos en común en la línea de diseño se aplicó la misma paleta de color ya establecida, para la aplicación del color en el uniforme se tomó en cuenta la alternación del color aplicando verde en el cuello y violeta en los puños de las mangas.



LAYOUT

El **layout** tanto en el interior como en el exterior de las páginas en los dos materiales, se utilizó como base la estructura de los márgenes y retículas, para la aplicación de las paleta de color se decidió aplicar alternando los colores para facilitar equilibrio visual.

Se tomó la decisión de aplicar el color dejando descansos visuales intercalando el color blanco para no saturar la propuesta, proporcionando un 875% del formato en color blanco para cada página.

Se utilizó aplicar de color blanco en los espacios en dónde se colocaron las cajas de texto que se funde con los colores sólidos del layout.

Trifoliar



Brochure

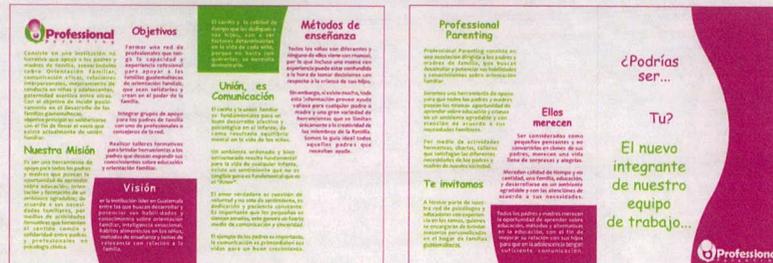
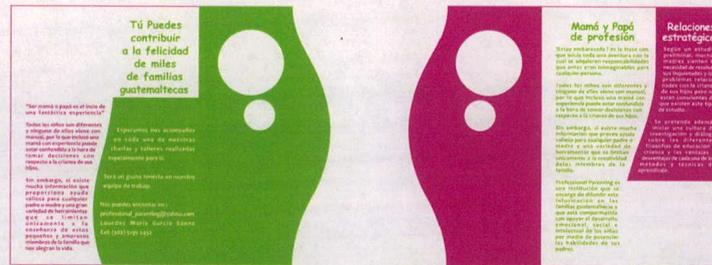


IMAGEN “FOTOGRAFIA”

La elección de este elemento de diseño fué establecido en el punto 8.2. el cual responde a la tabla de requisitos basándose en la expresión de familiaridad con el grupo objetivo.

FOTO 1

Se utilizaron fotografías clasificadas como FOTO 1 y FOTO 2, para poder hacer una correcta clasificación de las características que respondieran a la familiaridad que se deseaba transmitir del grupos objetivos.

Es relevante dar a conocer que se aplicó un tratamiento a todas las fotografías aplicando un solo color en tonos violetas lo cual responde a la paleta de colores ya establecida.

Representación de actividades familiares evidenciando espontaneidad por medio de escenas como:

- Niños con diferentes expresiones.
- Padres disfrutando de sus hijos.
- Fotografía de padres jóvenes.

De las cuales se obtuvieron estos resultados.

Con la finalidad de crear un material veraz y realista se tomaron en cuenta ciertos aspectos para lograr una buena composición fotográfica. En la fotografía se hizo llevaron a cabo varias composiciones cada una considerando un aspecto diferente tomando en cuenta el criterio de fotonostra.com en dónde se establecen lineamientos que fueron aplicados en las composiciones fotográficas:

Fotografía 1: Según ALEGSA, Se tomó en cuenta el criterio de Fotonostra utilizando un encuadre simple en posición horizontal para resalta el espacio, tomada en el interior con luz artificial, colocando como punto focal al modelo.

Fotografía 2:

Según la opinión de www.fofonostra.com, se llevó a cabo una foto a nivel, en el exterior con luz natural, para mostrar o describir algo de manera natural u objetiva captando la escena de una madre con su hijo.

Fotografía 3: Fue tomada de arriba hacia abajo con luz artificial la cual capta el motivo de una escena con cuatro modelos de diferentes edades y expresiones para evidenciar variedad y una composición espontánea. ALEGSA

Fotografía 4: Según www.fotonostra.com la composición de una familia feliz, tomada a nivel en el interior con luz artificial.

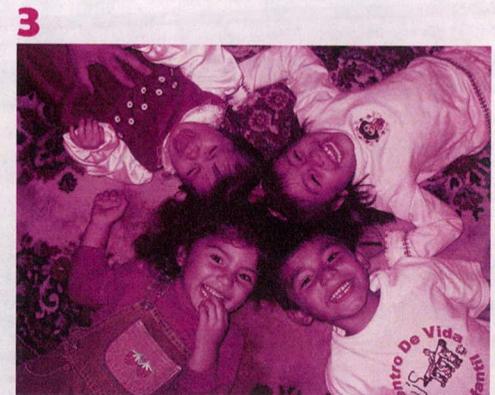
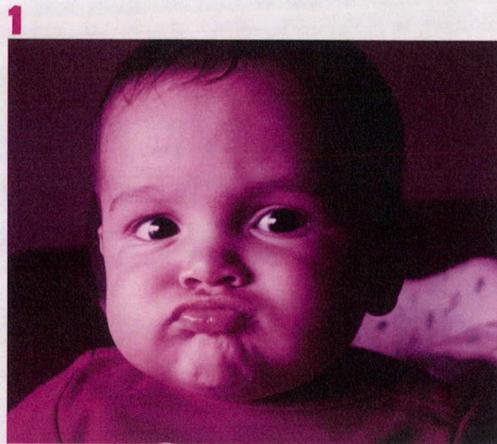


FOTO 2

Representación que evidencie la falta de comunicación entre padres e hijos representado situaciones comunes por medio de escenas como:

- Psicólogo abrazando a un hijo.
- Psicólogo abrazando a padre.
- Actitudes de falta de comunicación en niños.

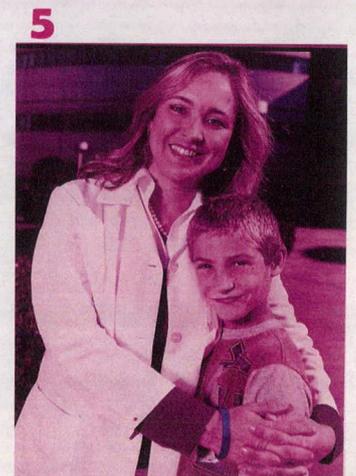
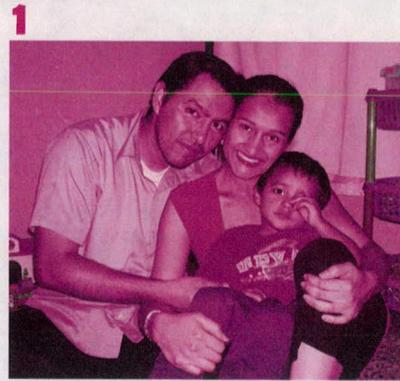
Se utilizó fotografías en las que se codificará la espontaneidad en las acciones de los modelos. Cabe mencionar que para las fotografías se aplicaron encuadres horizontales para resaltar el espacio y encuadres verticales para la magnificencia de la escena, los modelos son niños, se llevó a cabo una sesión de fotos con la intención de captar la espontaneidad que todo niño transmite. En beneficio de la unidad de diseño se tomó en cuenta el mismo criterio en cuanto a los lineamientos establecidos por www.fotonostra.com los cuales fueron aplicados a la composición y toma de las fotografías.

Es importante mencionar que de la **Fotografía 1** se tomó la decisión de utilizarla en los dos materiales con la intención de evidenciar la presencia de una familia feliz y por sugerencia de los expertos.

Fotografía 2: Siguiendo con www.fotonostra.com esta fotografía fue tomada en contrapicado con luz artificial, tomada desde un lugar más abajo que el punto focal o modelo, captando de forma espontánea la atención del modelo a la cámara.

Fotografía 3: Tomada a nivel con luz natural, la cual simula ser tomada por los modelos para evidenciar una escena espontánea de una familia. www.fotonostra.com

Fotografía 4 y 5: Estas fotografías fueron proporcionadas por la institución, sin embargo cabe mencionar que se utilizaron por su composición interesante ya que el la No. 4 se evidencia la falta de comunicación entre una madre y su hijo y el al fotografía No.5 es notoria la presencia de una profesional en psicología abrazando a un niño.



TRIFOLIAR

En la pieza del Tríptico o Trifoliar, puede concluirse que en base al concepto:

“El contraste de la comunicación con movimiento”.

Se logró solventar cada uno de los elementos de diseño utilizados para poder dar una solución gráfica a la problemática.

Según diseño-de-folletos (2009) para un buen diseño de trifoliar el panel debe ser llamativo y visualmente atractivo para que captar la atención del grupo objetivo.

Tomando en cuenta este lineamiento para dar inicio se tomo el formato establecido de 6 1/2 x 5” y se aplicó un troquel para transmitir la sensación de movimiento además de ser de ser llamativo en función del grupo objetivo.

Por medio del concepto se logró solventar las diferentes necesidades existentes entre padres e hijos por medio del uso y aplicación de la paleta de color: Verde, violeta y blanco se logró transmitir visualmente el contraste deseado.

Se deseaba transmitir movimiento visual ya que para que la comunicación sea eficaz es necesario esté en constante movimiento lo cual se solventó por medio del uso de líneas curvas y radiales aplicadas en el troquel y layout del documento.

Tomando en cuenta los aspectos de diseño de folletos (2009) para un diseño de tríptico efectivo es necesario que el texto, clave en este tipo de folletos, esté dispuesto con equilibrio y mucho espacio en blanco, ya que esto garantiza la lectura. Razón por la cual la diagramación de las cajas de texto posee descansos visuales y un interlineado espacioso lo cual facilita la comprensión de lectura.

La proyección que se percibe del material es muy positivo para los padres lo cual se logró por medio del impacto visual de las fotografías para favorecer la rápida comprensión, utilizando un encuadre horizontal para resaltar el espacio y otras poseen un encuadre vertical para magnificar la imagen transmiten para lograr que el grupo objetivo se identificar con la escena captada en la fotografía.

Cabe mencionar que la colocación del grafismo en la portada del material fue con la intención de además de identificar a los padres con la acción de abrazar a sus hijos lo cual denota protección se logró una propuesta llamativa y visualmente atractiva.

Aprender a ser un mejor padre y madre, te convertirá en un excelente ser humano.

Un manual que le convertirá en un excelente ser humano

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a momento de tomar decisiones respecto a la crianza de sus hijos. Sin embargo existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre poseemos una variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia.

Professional Parenting es una Institución que busca llenar el vacío que actualmente existe en Guatemala en cuanto a orientación familiar para la mejora de relaciones entre padres y madres en las familias guatemaltecas, está comprometida con apoyar el desarrollo emocional, social e intelectual de los niños potenciando las habilidades de los padres para generar herramientas que permitan educarlos integralmente y al mismo tiempo mejorar las relaciones entre los miembros de la familia.

Lo que buscamos es profesionalizar la maternidad y la paternidad en nuestra sociedad



Consejos Parenting

Permitenos entrar a tu hogar y ayudarte a poder mejorar la relación con tus hijos, contamos con el apoyo de un grupo de profesionales que han dedicado su vida a la relación padre e hijo unete y conoce más acerca de nuestra ideología.

"Haz un cambio simple pero poderoso en la forma como te comunicas con tus hijos. Cambia decíles lo que no deben hacer, mejor díles lo que deben hacer.

Es necesario un lenguaje positivo para comunicar tus expectativas y utiliza instrucciones específicas". (Elizabeth Pantley)

"Educar es construir una sólida pirámide con nuestras manos, piedra a piedra, día a día. Laborioso y si quieren, cansado, pero si se hace con cariño, fascinante" (Maria Battlori)

Si posee la valentía suficiente para confiar en tus hijos y dejar que ellos dirijan su propia vida, disfrutarás la experiencia más plena de ser padre y madre, en la que te enamorarás de tu hijo(a) por lo que él o ella es.

El amor debe ser amor incondicional - ama a tu hijo, no a la idea de lo que tu hijo debe ser, el amor es amor cuando no tiene condiciones.

El momento en el que el amor se usa como recompensa por logros, deja de ser amor y se convierte en una lección condicional de dar y quitar. (Naomi Aldort)

El ser padre o madre es una experiencia asombrosa de la vida. La felicidad de ellos es la satisfacción más importante de la vida. ¿Por qué no darle más de lo que nos dieron nuestro padres?



Te podemos ayudar a conocer a tu hijo

Podrás cambiar esos malos momentos un poco vergonzosos que te hace pasar, mientras más aprendas de tus hijos aprenderás más de ti, podrás aprender diferentes métodos de estimulación y transiciones.

Podrás aprender de tus límites y de tus niveles de energía, tu propia necesidad de rutina para poder cambiar la energía negativa por positiva y aprender a controlarla para poder ayudarlos a ellos a controlarse.

Todo esto te enseñará a amar a tus hijos por quiénes son, cada uno es un ser con nueva existencia, una existencia que te hace reír y amar la vida, podrás aprender como perciben las cosas a su alrededor

Aprende a ser parte de ellos deja que su existencia te permita descubrir a un nuevo ser dentro de ti.

(Mary Sheedy Kurcinka)



Sus travesuras son incomparables, pero sus sonrisas son inolvidables.

Queremos formar parte de tus ideales compartir contigo nuestra experiencia y conocimiento sobre orientación familiar, inteligencia emocional y otros temas para celebrar los logros y superar los obstáculos. Te invitamos a formar parte de nuestra gran familia profesional parenting.

Nos puedes encontrar en:
 professional_parenting@yahoo.com
 Lourdes Maria Garcia Sáenz
 Cel: (502) 5195-2452



BROCHURE

Según thebrochure (2008) Un buen diseño de brochure es la mejor carta de presentación, razón por la cual se aplicaron ciertos aspectos con la finalidad de diseñar un materia eficiente.

Para brochuredesignteam (2007) una de los criterios fundamentales para el diseño de un buen brochure es el "Concepto", el cual unifica la propuesta.

El concepto trabajado en la propuesta fué:

"El contraste de la comunicación con movimiento", dicho concepto se logró solventar por medio de elementos de diseño.

Una de la cualidades del brochure es un panel o portada atractivo lo cual se logró por medio del impacto

visual, através del uso de líneas curvas y el troquel aplicado en la portada del material para proporcionar una composición interesante y llamativa.

Una de las cacraterísticas de diseño aplicada al materail que atrajo la atención del grupo objetivo fué el diseño de layout ya que sale de lo común, la aplicación de colores contrastantes sobre una retícula con ejes curvos apoyando la sensación de movimiento y refreja el contraste existente entre el grupo bjetivo padres y psicólogos.

Una de las cualidades más repersentativas del material fué el impacto visual logrado por medio de las fotografías, las cuales por medio de su composición y los diferentes encuadre horizontales y verticales lograronidentificarse conelgrupoobjetivo.

Es importante mencionar que si es necesario agregar información en el interior, se considera que no existe ningún inconveniente ya que el sistema encuadrado de engrapado permite la adición de folios.



Tú Puedes contribuir a la felicidad de miles de familias guatemaltecas

"Ser mamá o papá es el inicio de una fantástica experiencia"

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones con respecto a la crianza de sus hijos.

Sin embargo, si existe mucha información que proporciona ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la enseñanza de estos pequeños y amorosos miembros de la familia que nos alegran la vida.

Esperamos nos acompañes en cada una de nuestras charlas y talleres realizadas especialmente para ti.

Será un gusto tenerte en nuestro equipo de trabajo

Nos puedes encontrar en:
 professional_parenting@yahoo.com
 Lourdes María García Sáenz
 Cel: (502) 5195-2452



Mamá y Papá de profesión

Estoy embarazada ¡a la hora con que inicia toda una aventura con la cual se adquieren responsabilidades que antes eran inimaginables para cualquier persona.

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones con respecto a la crianza de sus hijos.

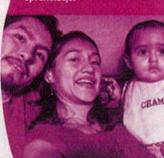
Sin embargo, si existe mucha información que provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia.

Professional Parenting es una institución que se encarga de difundir esta información en las familias guatemaltecas y que está comprometida con apoyar el desarrollo emocional, social e intelectual de los niños por medio de potenciar las habilidades de sus padres.

Relaciones estratégicas

Según un estudio preliminar, muchas madres sienten la necesidad de resolver sus inquietudes y los problemas relacionados con la crianza de sus hijos pero no están conscientes de que existen este tipo de estudio.

Se pretende además iniciar una cultura de investigación y diálogo sobre las diferentes filosofías de educación y crianza y las ventajas y desventajas de cada una de los métodos y técnicas de aprendizaje.



Professional Parenting

Professional Parenting consiste en una asociación dirigida a los padres y madres de familia que buscan desarrollar y potenciar sus habilidades y conocimientos sobre orientación familiar.

Seremos una herramienta de apoyo para que todos los padres y madres posean las mismas oportunidades de aprender sobre educación y crianza en un ambiente agradable y con atención de acuerdo a sus necesidades familiares.

Por medio de actividades formativas, charlas, talleres que satisfagan las diferentes necesidades de los padres y madres de nuestra sociedad.

Te invitamos

A formar parte de nuestra red de psicólogos y educadores con experiencia en los temas, quienes se encargarán de brindar asesorías personalizadas en el hogar de familias guatemaltecas.



Ellos merecen

Ser considerados como pequeños pensantes y no convertidos en clones de sus padres, merecen una vida llena de sorpresas y alegrías.

Merecen calidad de tiempo y no cantidad, una familia, educación, y desarrollarse en un ambiente agradable y con las atenciones de acuerdo a sus necesidades.

Todos los padres y madres merecen la oportunidad de aprender sobre educación, métodos y alternativas en la educación, con el fin de mejorar su relación con sus hijos para que en la adolescencia tengan suficiente comunicación.

¿Podrías ser... Tu? El nuevo integrante de nuestro equipo de trabajo...



Professional Parenting

Consiste en una institución no lucrativa que apoya a los padres y madres de familia, asesorándolos sobre Orientación Familiar, comunicación eficaz, relaciones interpersonales, mejoramiento de conducta en niños y adolescentes, paternidad asertiva entre otros. Con el objetivo de incidir positivamente en el desarrollo de las familias guatemaltecas, objetivo principal es solidarizarse con el fin de llenar el vacío que existe actualmente de unión familiar.

Nuestra Misión

Es ser una herramienta de apoyo para todos los padres y madres que posean la oportunidad de aprender sobre educación, orientación y formación de un ambiente agradable, de acuerdo a sus necesidades familiares, por medio de actividades formativas que fomenten el sentido común y solidaridad entre padres y profesionales en psicología clínica.

Objetivos

Formar una red de profesionales que tengan la capacidad y experiencia profesional para apoyar a las familias guatemaltecas de orientación familiar, que sean solidarios y crean en el poder de la familia.

Integrar grupos de apoyo para los padres de familia con uno de profesionales o consejeros de la red.

Realizar talleres formativos para brindar herramientas a los padres que desean expandir sus conocimientos sobre educación y orientación familiar.

Visión

ser la institución líder en Guatemala entre las que buscan desarrollar y potenciar sus habilidades y conocimientos sobre orientación familiar, inteligencia emocional, hábitos alimenticios en los niños, métodos de enseñanza y temas de relevancia con relación a la familia.

El cariño y la calidad de tiempo que los dedicamos a sus hijos, van a ser factores determinantes en la vida de cada niño, porque no basta con querernos, se necesita demostrarlo.

Unión, es Comunicación

El cariño y la unión familiar es fundamentales para un buen desarrollo afectivo y psicológico en el infante, de como resultado equilibrio mental en la vida de los niños.

Un ambiente ordenado y bien estructurado resulta fundamental para la vida de cualquier infante, existe un sentimiento que no es tangible pero es fundamental que es el "Amor".

El amor verdadero es cuestión de voluntad y no solo de sentimiento, es dedicación y paciencia constante. Es importante que los pequeños se sientan amados, esto genera un fuerte medio de comunicación y sinceridad.

El ejemplo de los padres es importante, la comunicación es primordial en sus vidas para un buen crecimiento.



Métodos de enseñanza

Todos los niños son diferentes y ninguno de ellos viene con manual, por lo que incluso una mamá con experiencia puede estar confundida a la hora de tomar decisiones con respecto a la crianza de sus hijos.

Sin embargo, si existe mucha, toda esta información provee ayuda valiosa para cualquier padre o madre y una gran variedad de herramientas que se limitan únicamente a la creatividad de los miembros de la familia. Somos la guía ideal todos aquellos padres que necesitan ayuda.

13

PRODUCCION Y REPRODUCCION

13.1. ESPECIFICACIONES TECNICAS PARA EL DESARROLLO DE LAS PIEZAS

Material Informativo

“Professional Parenting”

Trifoliar:

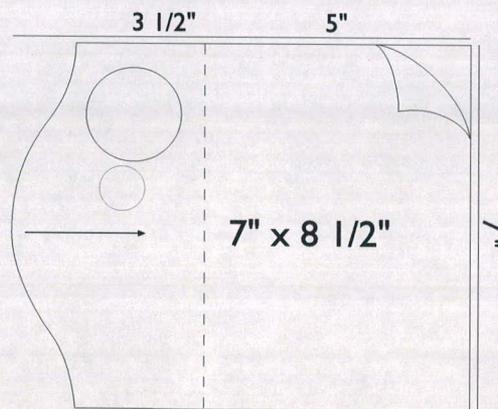
Soporte: Cushe de 60 gramos

Tamaño:

5 x 6.5” pulgadas plegable en posición vertical, 15 x 5” pulgadas desplegable.

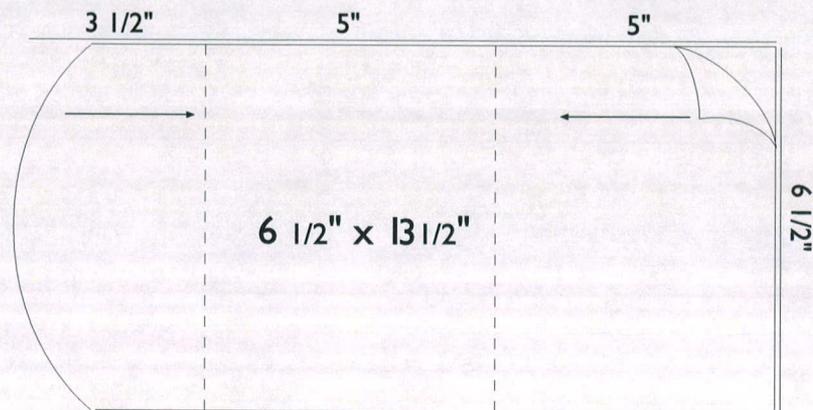
Colores: Dúo tono, PANTONE (colores sólidos)

No. de páginas: 6.



Troquel:

En portada con forma de medio punto con las medidas y forma como lo muestra la gráfica;



Brochure:

Soporte: Cushe de 60 gramos

Tamaño: 5 x 7 pulgadas plegable en posición vertical, 10 x 7 pulgadas desplegable.

Colores: Dúo tono, PANTONE (colores sólidos) No. de páginas: 8, de 4 cuerpos.

Troquel:

En portada con forma irregular con las medidas y forma como lo muestra la gráfica;

13.1. Especificaciones Técnicas para el desarrollo de las piezas:

Trifoliar:

3,000 ejemplares, tamaño 6 1/2 x 13 1/2” tiro y retiro, papel couche 80, Dúo tono, colores Pantone horizontal.

Brochure:

3,000 ejemplares, tamaño 7 x 8 1/2”, tiro y retiro, papel couche 80, Dúo tono, colores Pantone horizontal.

13.2. Informe Técnico que acompaña los archivos digitales para impresión:

En el CD titulado “Professional Parenting”

Hay una carpeta titulada “Trifoliar”. Al abrir la carpeta se encontraran cinco carpetas, en cada una de estas se encuentra la pieza y las imágenes si se llegaron a pedir al abrir el archivo:

1. Trifoliar: trifoliar.fh11 (archivo de la pieza), fotos trifolair.tiff, PDF arte trifoliar.

Carpeta titulada “Brochure”. Al abrir la carpeta se encontraran cinco carpetas, en cada una de estas se encuentra la pieza y las imágenes si se llegaron a pedir al abrir el archivo:

2. Brochure: brochure.fh11 (archivo de la pieza), fotos trifolair.tiff, PDF arte brochure

13.3. Presupuesto de diseño y de impresión

Datos del cliente:	Professional Parenting
Nombre del proyecto	Diseño de mayerial Informativo enfocado en la “orientación Familiar para la Institución Professional Parenting.
Incluye	Trifoliar, Brochure
No incluye	Impresión
Precios unitarios	Trifoliar: Q 450.00 Brochure: Q 400.00 Uniforme camisas Q 65.00
TOTAL	Q 915.00

Impresión Trifoliar: 3,000 ejemplares, tamaño 6 1/2 x 13 1/2” tiro y retiro, papel couche 80, Dúo tono, colores Pantone horizontal. **Q 2, 825.50**

Brochure: 3,000 ejemplares, tamaño 7 x 8 1/2”, tiro y retiro, papel couche 80, Dúo tono, colores Pantone horizontal. **Q 2,400.00**

Uniformes (blusa o camisa)

25 blusas a Q30.00

25 camisas Q45.00 c/u, **Q 1, 875.00**

Q 7,100.50

Total

13.4. SISTEMA DE IMPRESION Y REPRODUCCION

Se decidió utilizar dos sistemas de impresión y de reproducción:

Litográfico:

Se decidió este sistema de impresión por la cantidad de ejemplares que se necesitaba, además de reducir costos, se obtiene mejor calidad de impresión y los acabados son más profesionales.

Serigráfico:

Se hará uso de este sistema de reproducción ya que permite realizar degradados en su aplicación, reproduce costos y calidad además de mejorar el tiempo de reproducción en comparación a otros sistemas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Por medio de los colores los cuales transmiten contraste en representación del grupo objetivo, las fuentes tipográficas que trasladaron la información y despertaron el interés por la lectura, las fotografías que muestran en su composición y las escenas de actividades en las que intervienen los psicólogos clínicos en la vida familiar, todos estos elementos apoyaron y despiertan el interés de los psicólogos clínicos apoyando la sensibilización para unirse a la Institución Professional Parenting.

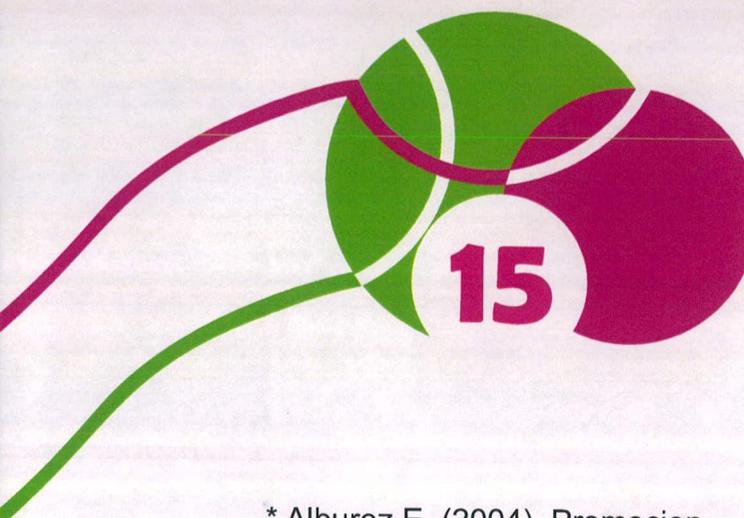
2. A través de las fuentes tipográficas con rasgos infantiles apoyando el traslado de la información, un formato con manipulación práctica transmitiendo sensación de movimiento y las escenas captadas en las fotografías aplicadas las cuales atraen y evidencian espontaneidad y felicidad en la vida familiar, estos elementos apoyan la solución gráfica facilita comunicar a padres de familia sobre las asesorías y talleres sobre orientación familiar.

3. Por medio de ejes curvos, la paleta de color en las camisas y blusas del uniforme, el uso del Isotipo en la parte de atrás de los uniformes para darle unidad a los materiales apoyan y dan unidad a la línea de diseño del uniforme el cual favorece e identifica a los organizadores.

RECOMENDACIONES

1. Los diseñadores intervienen en la forma y no tanto en el contenido, sin embargo se debe tener un juicio propio por medio de una mente intuitiva y poder involucrarse en el tema para que así los materiales cumplan su función.
2. Se recomienda al momento de diseñar un material dirigido a una rama en específico, se cuente con el apoyo de un profesional como en este caso de un psicólogo o afín para poder codificar eficientemente el mensaje a nivel visual.
3. Es de mucho beneficio realizar una guía de observación para poder dar solución a una problemática de forma eficiente que responda a sus dudas, reflexiones e inquietudes con relación al tema.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS



15

- * Alburez E. (2004). Promocion Internacional de productos y servicios (1era. Edicion) mexico, ISEF.
- * Anderson, David, Sweeney, y Williams Thomas (1999) Estadística de material promocional para administración y economía U (7ma edición): México
- * Cañedo (2007), Primera edición, edición en español, Editorial Penguin Putnam, extraído el 10 de marzo 2009
- * Castro Alegret, Pedro Luis (2004), Orientacion familiar. "El maestro y la familia del niño con dificultades", La Habana: Editorial ICCP, extraído el 5 de febrero 2009
- * Diccioanrio de Psicología (1973) Primera edición, Editorial Herder, extraído el 10 de marzo 2009.
- * Diccionario de Sociología (1995) Primera edición en español, editorial siglo XXI editores, s.a., extraído el 10 de marzo 2009
- * Frascara, J., Diseño Gráfico para la Gente, (2000), Buenos Aires-Argentina, Ediciones Infinito, extraído el 8 de febrero del 2008
- * Izaguire L. (2003) Vocabulario de terminos Publicitarios (1era edicion) España, extraído por el 20 de enero 2009
- * Kotler, P. y Armstrong, G (2004) Marketing (10 edición), Madrid, España: Prentice Hall
- * Marín, Carlos. (2005). "Manual de periodismo" Estudio Ciencias de la Comunicación. Editorial Grijalbo. México, DF.
- * Melgar, G. (2002) Proyecto para favorecer la sensibilización en jóvenes sobre el tema "Discapacidad" Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

* Papalia, D. Desarrollo humano, 1997, Editorial McGRAW-HILL.

* Reisman, J. M. (1976). Psicología Clínica,

“A history of clinical psychology”. New York, editor Irvington, extraído el 15 de febrero 2009

* Sarason (1987). Psicología Clínica,

“Psicología clínica, procesos e interpretación”. Ediciones Pirámide, S.A., extraído el 5 de febrero 2009

* Instituto de artes visuales (2003) Fotografía aplicada al material informativo (En red) disponible en: <http://www.institutodeartesvisuales.com>

* ALEGSA, “Fotografía digital”, Fecha de consulta: noviembre 3, 2008 En red.

Disponible en <http://www.alegsa.com.ar/Dic/fotografia%20digital.ph>

* Brochure design, “Que es el brochure”, fecha de consulta, mayo 20, 2008, En red. Disponible en <http://www.brochuredesignteam.com/Que-Es-El-Brochure.aspx>

* the brochure, “ características de un brochure”, fecha de consulta, 3 mayo 2010, En red. Disponible en: <http://www.thebrochure.org>

* diseño-de-folletos (2007) “Triptico”, fecha de consulta, mayo 3, 2010, En red. <http://www.diseñador.com/disenio-de-folletos.html>

* Fotonostra “Terminos fotograficos” Fecha de consulta: Abril 30, 2008, En red. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/fotografia/angulacion.htm>

ANEXOS

Anexo 1	Instrumento de grupo objetivo primario.....Pg 75
Anexo 2	Resultados de Grupo Objetivo Primario.....Pg 76
Anexo 3	Instrumento de grupo objetivo secundario.....Pg 77
Anexo 4	Resultados de Grupo Objetivo Secundario..... Pg 78
Anexo 5	Instrumento Validación Grupo Objetivo.....Pg 79
Anexo 6	Resultado de Validación Grupo Objetivo Primario.....Pg 80
Anexo 7	Resultado de Validación Grupo Objetivo Secundario Primario y Secundario..... Pg 81
Anexo 8	Instrumento de Validación Diseñadores.....Pg 82
Anexo 9	Resultado de Validación Diseñadores.....Pg 83
Anexo 10	Instrumento de Validación Expertos en el Tema...Pg 84
Anexo 11	Resultado de Validaciones expertos en el tema.....Pg 85
Anexo 12	Informe técnico que acompaña los archivos digitales.....Pg 86
Anexo 13	Presupuesto de Impresión, Uniforme - Cotizaciones Pg 87,88,89

INSTRUMENTO DE GRUPO

OBJETIVO PRIMARIO

ANEXO 1

Professional Parenting

Encuesta

1. ¿Cuántos años tiene? 18 – 29 años 30 – 40 años 40 y más años

2. ¿Cuál es su profesión u Oficio?

Ama de Casa Profesional Vendedor Estudiante
 Comerciante Servicio Industrias Maestra

Otros _____

3. ¿Cuántos hijos tiene?

1 hijo (a) 2 a 3 hijo (a) 4 a 6 hijo (a) 7 o más hijo (a)

4. ¿Cuál es su medio de transporte?

Carro Bus urbano Moto Bicicleta

5. En qué supermercado hace sus compras?

Hiper paiz Paiz PriceSmart El Mercado Despensa Familiar
 Econosuper La Torre Maxi Bodegas Club Co

6. ¿A dónde va de paseo con su familia?

Al cine Fuera de la ciudad Centro comercial Al parque Otro pais

Otros _____

7. ¿Qué temas le gustaría aprender a usted como padre respecto de un niño?

Como manejar los problemas de los hijos Organización del tiempo
 Mejorar la relación con los hijos Nutrición y Salud
 Entender que es lo que quiere mi hijo Mejorar hábitos

8. ¿Cuántas horas le dedica a su hijo en un día?

30 minutos 1- 2 horas 2- 4 horas 5 o más Nunca tengo tiempo

9. ¿Que forma utiliza para corregir a sus hijos?

Solo lo corrijo verbalmente Le quito algún juguete o privilegio
 Lo corrijo y le doy un golpe suave Si la acción lo amerita, le pego fuertemente
 Investigo y busco la raíz del problema. Lo castigo encerrándolo en lugares como el baño su habitación.

10. ¿Cuánta cooperación logra usted de su hijo?

Casi no lo hace A veces Sólo cuando le doy algo que le gusta
 Nunca Siempre

IMPORTANTE

Responda estas preguntas con las tiras de papel que se le proporcionó y marque las respuestas en esta hoja, en los espacios correspondiente.

11. ¿Cuál de estos dibujos le parecen mas agradables?

1. 2. 3. 4.

12. ¿Cuáles de estos tipos de letra le gustan más?

1. Me gusta No me gusta 3. Me gusta No me gusta 5. Me gusta No me gusta 7. Me gusta No me gusta
2. Me gusta No me gusta 4. Me gusta No me gusta 6. Me gusta No me gusta 8. Me gusta No me gusta

13. ¿Cuál de estas imágenes expresan mejor el sentimiento de un padre o madre por sus hijos?

1. 2. 3. 4. 5.

14. ¿De los siguientes materiales cuales le parecen mejor para presentar un contenido?

1. 2. 3. 4.

15. ¿Cuál método de aprendizaje considera más apropiado para su estilo de vida?

Charlas y talleres
 Grupos de discusión
 Asesoría Individual personalizada
 Cursos cortos
 Lectura (Libros, Artículos en Internet)

IMPORTANTE

Los siguientes dibujos le servirán para contestar las preguntas que corresponden a la 11, 12, 13, 14, 15 de la encuesta.

11.    

1. Dibujo 2. Fotografía 3. Ilustración 4. Digital

12. 1. **Infantes** 3. **Infantes** 5. **Infantes** 7. **Infantes**

2. **Infantes** 4. **Infantes** 6. **Infantes** 8. **Infantes**

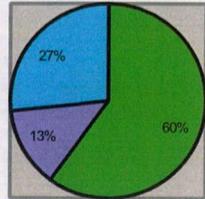
13.    

1. Con besos 2. Con Abrazos 3. Con caricias 4. Se lo digo

14.     

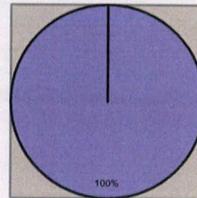
1. Fichas 2. Revistas 3. Volanes 4. Libros 5. Trifolares

Cuantos años tiene?



- 18 a 29 años
- 30 a 40 años
- 40 o más

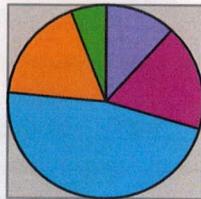
Cuantos hijos tiene?



- 1 hijo (a)

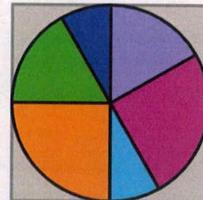
RESULTADO DE GRUPO OBJETIVO PRIMARIO ANEXO 2

A donde va de paseo con su familia?



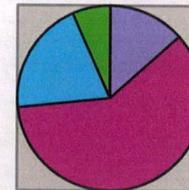
- Al cine
- Fuera de la ciudad
- Centro comercial
- Al parque
- Otro pais

Cuales su Profesion u Oficio



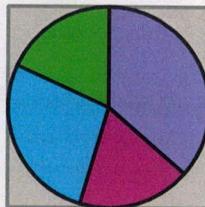
- Ama de casa
- Comerciante
- Profesional
- Servicio
- Vendedor
- Industrias
- Estudiante
- Maestra

Cual de estas Imagenes expresa mejor el sentimiento de padre o madre a hijo?



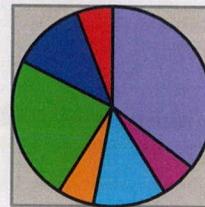
- Besos
- Abrazos
- Caricias
- Se lo digo

Cuantas horas le dedica a su hijo en un día?



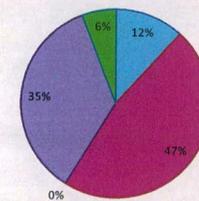
- 30 minutos
- 1-2 horas
- 2-4 horas
- 5 o más
- Nunca tengo tiempo

En que supermercado hace sus compras?



- Hiper Paiz
- Econosuper
- Paiz
- La torre
- Price Mart
- maxi Bodegas
- El mercado
- Club Co
- Despensa Familiar

Preferencia de material informativo



- Afiches
- Revistas
- Libros
- Trifolaires

INSTRUMENTO DE GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

ANEXO 3

Professional Parenting

1. ¿Cuántos años tiene?
 18 - 29 años 30 - 40 años 40 o más años

2. ¿Tiene hijos?
 Ninguno 1 hijo (a) 2 - 3 hijos (as) 4 - 6 hijos(as) 7o más hijos (as)

3. ¿Cuál es su medio de transporte?
 Carro Bus urbano Metro Moto Bicicleta

4. ¿En que supermercado hace sus compras?
 Hiper Paiz Paiz PriceSmart El mercado Despensa Familiar
 Econosuper La torre Maxi Bodegas Club Co Otras _____

5. ¿A cual de las siguientes areas pertenece su especialidad?
 Clinica Social Industrial Educación Otras _____

6. ¿Prefiere trabajar con?
 Niños Adolescentes Grupos de personas Jóvenes Adultos

7. ¿Según su criterio como profesional, cuales considera que son más adecuados para corregir a un infante?
 Verbalmente Quitarle algún juguete y privilegio
 Dandole un golpe suave Si la acción lo amerita, pegarle fuertemente
 Investigar y buscar la raíz Castigandolo encerrandolo en algún lugar como el baño o su cuarto

8. ¿De los siguientes medios informativos cuales considera adecuados para impartir un tema?
 Charlas y talleres Asesoría Industrial personalizada
 Grupos de discusión Por medio de materiales de lectura
 Terapias

9. ¿Si se diera la oportunidad de colaborar en un proyecto en beneficio a un grupo de personas, le gustaria participar?
 1 vez al día 1 vez a la semana 2 veces a la semana 2 veces al mes

10. ¿Que disponibilidad de tiempo tiene?
 Mañana Tarde Noche Fines de semana

IMPORTANTE

Responda estas preguntas con las tiras de papel que se le proporcionó y marque las respuestas en esta hoja, en los espacios correspondiente.

11. ¿Cuáles de estos dibujos le parecen más agradables?
 1. 2. 3. 4.

12. ¿Cuál de este tipo de letras representan mejor la palabra niños?
 1. 3. 5. 7.
 2. 4. 6. 8.

13. ¿Cuál de estas imágenes expresan mejor el sentimiento de un padre o madre por sus hijos?
 1. 2. 3. 4. 5.

14. ¿De los siguientes materiales cuales le parecen mejor para presenatr un contenido?
 1. 2. 3. 4. 5.

IMPORTANTE

Los siguientes dibujos le servirán para contestar las preguntas que corresponden a la 11, 12, 13, 14, 15 de la encuesta.

11.  1. Dibujo  2. Fotografía  3. Ilustración  4. Digital

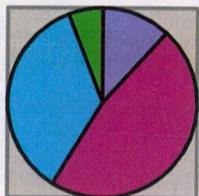
12. **1. Infantes** **3. Infantes** **5. Infantes** **7. Infantes**

2. Infantes **4. Infantes** **6. Infantes** **8. Infantes**

13.  1. Con besos  2. Con Abrazos  3. Con caricias  4. Se lo digo

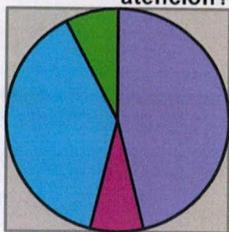
14.  1. Afiches  2. Revistas  3. Volanes  4. Libros  5. Trifoliales

Cual le parece mejor para presentar un contenido?



- Afiches
- Revistas
- Libros
- Trifolaires

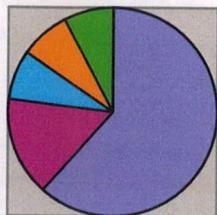
4 Grupos de colores llaman más su atención?



- Mor-fush
- Nar-cele
- Roj-ver
- Verd-violet

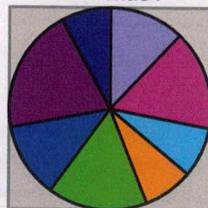
RESULTADO DE GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO ANEXO 4

Q forma utiliza para corregir a sus hijos?



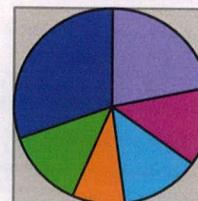
- Solo lo corrijo verbalmente
- Lo corrijo y le doy un golpe suave
- Investigo y busco la raíz del problema.
- Le quito algún juguete o privilegio
- Si la acción lo amerita, le pego fuertemente

Cuales de estos tipos de letras le gusta más?



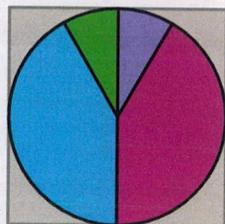
- la 1
- la 2
- la 3
- la 4
- la 5
- la 6
- la 7
- la 8

Temas como padre de su hijo?



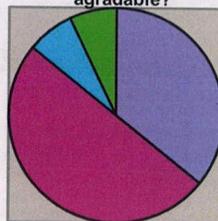
- Como manejar los problemas de los hijos
- Mejorar la relación con los hijos
- Entender que es lo que quiere mi hijo
- Organización del tiempo
- Nutrición y Salud
- Mejorar hábitos

Cuanto cooperacionlogra de su hijo?



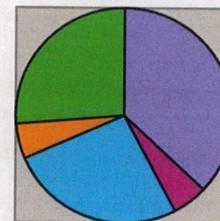
- Nunca
- A veces
- Siempre
- Sólo cuando le doy algo que le gusta

Cual de los dibujos le parece más agradable?



- Dibujo
- Fotografía
- Ilustración
- Digital

Método de Aprendizaje más adecuado?



- Charlas y talleres
- Grupos de discusión
- Asesoría Individual personalizada
- Cursos cortos
- Lectura (Libros, Artículos en Internet)

GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO



El presente documento es para la validación de mi proyecto de diseño para Portafolio Académico de la Universidad Rafael Landívar, el cual abarca el tema de solidaridad buscando llenar el vacío que actualmente existe en Guatemala en cuanto a la orientación familiar, por medio del diseño de un material informativo que apoye la sensibilización a profesionales en psicología clínica a unirse al grupo de orientación que brinda las asesorías dentro de la institución. Y el material informativo que facilite comunicar a los padres de familia sobre las asesorías y talleres de orientación familiar que brindan los profesionales en psicología clínica.

El concepto que se fundamenta en el diseño es: "El contraste de la comunicación con movimiento"

Le agradezco responder las siguientes preguntas, encontrará un espacio para anotar sus observaciones que serán de mucho beneficio.

INSTRUCCIONES: Subraye la respuesta que considera correcta.

1. Considera que la forma de los formatos permiten:
 - a) Incomodidad OBSERVACIONES _____
 - b) Manipulación práctica _____
 - c) Comodidad _____

2. Considera que el uso de los dos colores ayudan a crear
 - a) Contraste OBSERVACIONES _____
 - b) Saturación _____
 - c) Armonía _____

3. Cree que el tipo de letra utilizado en los títulos da la sensación de:
 - a) Inquietud OBSERVACIONES _____
 - b) Movimiento _____
 - c) Desequilibrio _____

4. Considera que el tipo de letra de los contenidos de texto dan la sensación de:
 - a) Seriedad OBSERVACIONES _____
 - b) Aburrimiento _____
 - c) Formalidad _____

5. Cree que las fotografías utilizadas da la sensación de:
 - d) Formalidad OBSERVACIONES _____
 - e) Familiaridad _____
 - f) Rigidez _____

6. Considera que la diagramación utilizada permite la sensación de:
 - d) Crecimiento OBSERVACIONES _____
 - e) Movimiento _____
 - f) Evolución _____

¡Gracias por su colaboración!



El presente documento es para la validación de mi proyecto de diseño para Portafolio Académico de la Universidad Rafael Landívar, el cual abarca el tema de solidaridad buscando llenar el vacío que actualmente existe en Guatemala en cuanto a la orientación familiar, por medio del diseño de un material informativo que apoye la sensibilización a profesionales en psicología clínica a unirse al grupo de orientación que brinda las asesorías dentro de la institución. Y el material informativo que facilite comunicar a los padres de familia sobre las asesorías y talleres de orientación familiar que brindan los profesionales en psicología clínica.

El concepto que se fundamenta en el diseño es: "El contraste de la comunicación con movimiento"

Grupo objetivo Primario: Hombres y mujeres de 18 a 30 años de edad, de nivel s.e. medio y medio bajo.
 Grupo objetivo secundario: Profesionales de la psicología clínica de 20 a 35 años de edad de nivel medio alto.

Le agradezco a usted estudiante en Psicología Clínica responder las siguientes preguntas, encontrará un espacio para anotar sus observaciones que serán de mucho beneficio.

Nombre _____ Rama en que se desempeña _____
 Contacto _____

1. Considera que el formato utilizado cumple la función de:
 - a) Estrechez OBSERVACIONES _____
 - b) Manipulación práctica _____
 - c) Comodidad _____

2. Considera que la aplicación de la paleta de color ayuda a crear
 - a) Contraste OBSERVACIONES _____
 - b) Saturación _____
 - c) Armonía _____

3. Cree que las fuentes tipográficas utilizadas en los titulares cumplen la función de:
 - a) Punto focal OBSERVACIONES _____
 - b) Punto de apoyo para los contenidos _____
 - c) No tiene relación con el tema _____

4. Cree que el uso de la tipografía generan:
 - a) Fluidez en la lectura OBSERVACIONES _____
 - b) Confusión en la lectura _____
 - c) Jerarquía en los bloques de texto _____

5. Considera que las fotografías apoyan a:
 - a) Interactuar con el material OBSERVACIONES _____
 - b) Identificar al grupo objetivo _____
 - c) Entusiasmar al grupo objetivo _____

6. Los ejes y retícula curvos utilizados permiten:
 - a) Crecimiento OBSERVACIONES _____
 - b) Movimiento _____
 - c) Evolución _____

7. Considera que el formato utilizado da la sensación de:
 - a) Movimiento OBSERVACIONES _____
 - b) Monotonía _____
 - c) Comodidad _____

8. Cree que la aplicación de color ayudan a reflejar:
 - a) Armonía OBSERVACIONES _____
 - b) Tristeza _____
 - c) Equilibrio _____

RESULTADO DE VALIDACION GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

	PREGUNTAS			OBSERVACIONES
1	Considera que el formato utilizado cumple la función de:			
	a) Incomodidad	b) Manipulación práctica 4	c) Comodidad 1	1. La forma y el tamaño son manejables 2. Comodidad a la vez
2	Considera que el uso de los dos colores ayudan a crear			
	a) Contraste 4	b) Saturación	c) Armonía 1	1. Son colores vivos y llaman la atención
3	Cree que el tipo de letra utilizado en los titulares cumplen la función de:			
	a) Inquietud 5	b) Movimiento	c) Desequilibrio	1. Da curiosidad de leer los contenidos 2. Curiosidad
4	Cree que el tipo de letra de los contenidos de texto dan la sensación de			
	a) Seriedad 1	b) Aburrimiento	c) Formalidad 4	1. Sería mejor la letra más gruesa 2. Se ve muy cargado sería mejor quitar información
5	Cree que las fotografías utilizadas da la sensación de:			
	a) Formalidad	b) Familiaridad 5	c) Rigidez	
6	Considera que la diagramación utilizada permite la sensación de:			
	a) Crecimiento	b) Movimiento 4	c) Evolución 1	

RESULTADO DE VALIDACIONES GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

	PREGUNTAS			OBSERVACIONES
1	Considera que el formato utilizado cumple la función de:			
	a) Estrechez	b) Manipulación práctica 4	c) Comodidad 1	
2	Considera que la aplicación de la paleta de color ayuda a crear			
	a) Contraste 3	b) Saturación	c) Armonía 2	1. Creo que son colores no muy llamativos y además creo cansan la vista
3	Cree que las fuente tipográfica utilizada en los titulares cumplen la función de:			
	a) Punto focal 3	b) Punto de apoyo para los contenidos 2	c) No tiene relación con el tema	
4	Cree que el uso de la tipografía generan:			
	a) Fluidez en la lectura 5	b) Confusión en la lectura	c) Jerarquía en los bloques de texto	1. Sería mejor la letra un poco más grande o bold 2. La letra usada es clara y creo que es entendible y la dinámica del uso de los párrafos hacen mas llamativo el texto
5	Considera que las fotografías apoyan a:			
	a) Interactuar con el material	b) Identificar al grupo objetivo 4	c) Entusiasmar al grupo objetivo 1	
6	Los ejes y retícula curvos utilizados permiten:			
	a) Crecimiento	b) Movimiento 4	c) Evolución 1	1. Imagino que es porque no tiene mucho color es para que sea más dinámico el triforliar
7	Considera que el formato utilizado da la sensación de:			
	a) Movimiento 5	b) Monotonía	c) Comodidad	1. Creo que para el texto es bueno, no así para las fotografías
8	Cree que la aplicación de color ayudan a reflejar:			
	a) Armonía 1	b) Tristeza	c) Equilibrio 4	
9	Considera que la fuente tipográfica utilizada en los titulares da la sensación de:			
	a) Dinamismo 1	b) Inquietud 4	c) Tecnología	
10	Cree que la fuente tipográfica utilizada en el contenido genera la sensación de:			
	a) Formalidad	b) Seriedad	c) Movimiento 5	

INSTRUMENTO DE VALIDACION DISEÑADORES



El presente documento es para la validación de mi proyecto de diseño para Portafolio Académico de la Universidad Rafael Landívar, el cual abarca el tema de solidaridad buscando llenar el vacío que actualmente existe en Guatemala en cuanto a la orientación familiar, por medio del diseño de un material informativo que apoye la sensibilización a profesionales en psicología clínica a unirse al grupo de orientación que brinda las asesorías dentro de la institución. Y el material informativo que facilite comunicar a los padres de familia sobre las asesorías y talleres de orientación familiar que brindan los profesionales en psicología clínica.

El concepto que se fundamenta en el diseño es: "El contraste de la comunicación con movimiento"

Grupo objetivo Primario: Hombres y mujeres de 18 a 30 años de edad, de nivel s.e. medio y medio bajo.

Grupo objetivo secundario: Profesionales de la psicología clínica de 20 a 35 años de edad de nivel medio alto.

Le agradezco a usted como Diseñador Gráfico responder las siguientes preguntas, encontrará un espacio para anotar sus observaciones que serán de mucho beneficio.

Nombre _____ Rama en que se desempeña _____
 Contacto _____

Subraye la respuesta que considera correcta.

1. Considera que el formato utilizado cumple la función de:
 - a) Estrechez OBSERVACIONES _____
 - b) Manipulación práctica _____
 - c) Comodidad _____
2. Considera que la aplicación de la paleta de color ayuda a crear
 - a) Contraste OBSERVACIONES _____
 - b) Saturación _____
 - c) Armonía _____
3. Cree que las fuentes tipográficas Comic Sans MS utilizadas en los titulares cumplen la función de:
 - a) Punto focal OBSERVACIONES _____
 - b) Punto de apoyo para los contenidos _____
 - c) No tiene relación con el tema _____
4. Cree que el uso de la tipografía Arial generan:
 - a) Fluidez en la lectura OBSERVACIONES _____
 - b) Confusión en la lectura _____
 - c) Jerarquía en los bloques de texto _____
5. Considera que las fotografías apoyan a:
 - a) Interactuar con el material OBSERVACIONES _____
 - b) Identificar al grupo objetivo _____
 - c) Entusiasmar al grupo objetivo _____
6. Los ejes y retícula curvos utilizados permiten
 - a) Crecimiento OBSERVACIONES _____
 - b) Movimiento _____
 - c) Evolución _____
7. Considera que el formato utilizado da la sensación de:
 - a) Movimiento OBSERVACIONES _____
 - b) Monotonía _____
 - c) Comodidad _____
8. Cree que la aplicación de color ayudan a reflejar
 - a) Armonía OBSERVACIONES _____
 - b) Tristeza _____
 - c) Equilibrio _____

9. Considera que la fuente tipográfica utilizada en los titulares da la sensación de:
 - a) Dinamismo OBSERVACIONES _____
 - b) Inquietud _____
 - c) Tecnología _____

10. Cree que la fuente tipográfica utilizada en el contenido genera la sensación de:
 - a) Formalidad OBSERVACIONES _____
 - b) Seriedad _____
 - c) Movimiento _____

11. Considera que las fotografías de padres con sus hijos y de psicólogos con niños ayudan a transmitir la sensación de:
 - a) Unidad OBSERVACIONES _____
 - b) Familiaridad _____
 - c) Hermandad _____

¡Gracias por su colaboración!

RESULTADO DE VALIDACIONES DISEÑADORES

	PREGUNTAS			OBSERVACIONES
1	Considera que el formato utilizado cumple la función de:			
	a) Estrechez	b) Manipulación práctica 4	c) Comodidad 1	Si es un brochure necesitaría más páginas
2	Considera que la aplicación de la paleta de color ayuda a crear			
	a) Contraste 4	b) Saturación	c) Armonía 1	1. No cortar los mensajes de las portadas 2. No hay unidad en con el uso del isotipo
3	Cree que las fuente tipográfica utilizada en los titulares cumplen la función de:			
	a) Punto focal	b) Punto de apoyo para los contenidos	c) No tiene relación con el tema	2. Porqué se utilizó otra tipografía en el manual para la frase Tu hijo?
4	Cree que el uso de la tipografía generan:			
	a) Fluidez en la lectura 4	b) Confusión en la lectura	c) Jerarquía en los bloques de texto 1	1. Sería mejor la letra un poco más grande o bold 2. Ojo con el interlineado 3. Bold - información importante. 4. Revisar ortografía
5	Considera que las fotografías apoyan a:			
	a) Interactuar con el material	b) Identificar al grupo objetivo	c) Entusiasmar al grupo objetivo	1. Aunque sería bueno integrar más fotos de familias, padres - hijos y no solo de hijos.
6	Los ejes y retícula curvos utilizados permiten:			
	a) Crecimiento	b) Movimiento	c) Evolución	
7	Considera que el formato utilizado da la sensación de:			
	a) Movimiento	b) Monotonía	c) Comodidad	
8	Cree que la aplicación de color ayudan a reflejar:			
	a) Armonía	b) Tristeza	c) Equilibrio	
9	Considera que la fuente tipográfica utilizada en los titulares da la sensación de:			
	a) Dinamismo	b) Inquietud	c) Tecnología	
10	Cree que la fuente tipográfica utilizada en el contenido genera la sensación de:			
	a) Formalidad	b) Seriedad	c) Movimiento	

INSTRUMENTO DE VALIDACION EXPERTOS EN EL TEMA



El presente documento es para la validación de mi proyecto de diseño para Portafolio Académico de la Universidad Rafael Landívar, el cual abarca el tema de solidaridad buscando llenar el vacío que actualmente existe en Guatemala en cuanto a la orientación familiar, por medio del diseño de un material informativo que apoye la sensibilización a profesionales en psicología clínica a unirse al grupo de orientación que brinda las asesorías dentro de la institución. Y el material informativo que facilite comunicar a los padres de familia sobre las asesorías y talleres de orientación familiar que brindan los profesionales en psicología clínica.

El concepto que se fundamenta en el diseño es: "El contraste de la comunicación con movimiento"

Grupo objetivo Primario: Hombres y mujeres de 18 a 30 años de edad, de nivel s.e. medio y medio bajo.

Grupo objetivo secundario: Profesionales de la psicología clínica de 20 a 35 años de edad de nivel medio alto.

Le agradezco a usted como Psicólogo Clínico responder las siguientes preguntas, encontrará un espacio para anotar sus observaciones que serán de mucho beneficio.

Nombre _____ Rama en que se desempeña _____
 Contacto _____

Subraye la respuesta que considera correcta.

1. Cree que el formato utilizado cumple la función de:
 - a) Estrechez OBSERVACIONES _____
 - b) Manipulación práctica _____
 - c) Comodidad _____
2. Considera que la aplicación de la paleta de color ayuda a crear
 - a) Contraste OBSERVACIONES _____
 - b) Saturación _____
 - c) Armonía _____
3. Cree que las fuentes tipográficas utilizadas en los titulares cumplen la función de:
 - a) Punto focal OBSERVACIONES _____
 - b) Punto de apoyo para los contenidos _____
 - c) No tiene relación con el tema _____
4. Cree que el uso de la tipografía generan:
 - a) Fluidez en la lectura OBSERVACIONES _____
 - b) Confusión en la lectura _____
 - c) Jerarquía en los bloques de texto _____
5. Considera que las fotografías apoyan a:
 - a) Interactuar con el material OBSERVACIONES _____
 - b) Identificar al grupo objetivo _____
 - c) Entusiasmar al grupo objetivo _____
6. Los ejes y retícula curvos utilizados permiten:
 - a) Crecimiento OBSERVACIONES _____
 - b) Movimiento _____
 - c) Evolución _____
7. Considera que el formato utilizado da la sensación de:
 - a) Movimiento OBSERVACIONES _____
 - b) Monotonía _____
 - c) Comodidad _____
8. Cree que la aplicación de color ayudan a reflejar:
 - a) Armonía OBSERVACIONES _____
 - b) Tristeza _____
 - c) Equilibrio _____
9. Considera que la fuente tipográfica utilizada en los titulares da la sensación de:
 - a) Dinamismo OBSERVACIONES _____
 - b) Inquietud _____
 - c) Tecnología _____

10. Cree que la fuente tipográfica utilizada en el contenido genera la sensación de:
 - a) Formalidad OBSERVACIONES _____
 - b) Seriedad _____
 - c) Movimiento _____
11. Considera que las fotografías de padres con sus hijos y de psicólogos con niños ayudan a transmitir la sensación de:
 - a) Unidad OBSERVACIONES _____
 - b) Familiaridad _____
 - c) Hermandad _____

¡Gracias por su colaboración!

RESULTADO DE VALIDACIONES EXPERTOS EN EL TEMA

	PREGUNTAS			OBSERVACIONES
1	Considera que el formato utilizado cumple la función de:			
	a) Estrechez	b) Manipulación práctica	c) Comodidad	Si es un brochure necesitaría más páginas
2	Considera que la aplicación de la paleta de color ayuda a crear			
	a) Contraste	b) Saturación	c) Armonía	
3	Cree que las fuente tipográfica utilizada en los titulares cumplen la función de:			
	a) Punto focal	b) Punto de apoyo para los contenidos	c) No tiene relación con el tema	
4	Cree que el uso de la tipografía generan:			
	a) Fluidez en la lectura	b) Confusión en la lectura	c) Jerarquía en los bloques de texto	1. Sería mejor la letra un poco más grande o bold
5	Considera que las fotografías apoyan a:			
	a) Interactuar con el material	b) Identificar al grupo objetivo	c) Entusiasmar al grupo objetivo	
6	Los ejes y retícula curvos utilizados permiten:			
	a) Crecimiento	b) Movimiento	c) Evolución	
7	Considera que el formato utilizado da la sensación de:			
	a) Movimiento	b) Monotonía	c) Comodidad	
8	Cree que la aplicación de color ayudan a reflejar:			
	a) Armonía	b) Tristeza	c) Equilibrio	
9	Considera que la fuente tipográfica utilizada en los titulares da la sensación de:			
	a) Dinamismo	b) Inquietud	c) Tecnología	
10	Cree que la fuente tipográfica utilizada en el contenido genera la sensación de:			
	a) Formalidad	b) Seriedad	c) Movimiento	
11	Considera que las fotografías de padres con sus hijos y de psicólogos con niños ayudan a transmitir la sensación de:			
	a) Unidad	b) Familiaridad	c) Hermandad	1. Procurar que las fotografías sean más profesionales, que no sean tan informales

13.2. Informe técnico que acompaña los archivos digitales. 13.3. Presupuesto de Diseño

Carta No. 1/ litografía

Guatemala 23 de abril 2009

Estimado Señor impresor:

Adjunto encontrará un CD que contiene los archivos digitales que, se le entregará una prueba digital por cada uno de los archivos, los archivos contienen fotografías por lo cual se le adjunta la carpeta de fotografías. De cada material se producirá una cantidad de Q3,000.00 ejemplares.
En la carpeta Professional Parenting: Dentro de esta carpeta se incluyen los archivos que son los siguientes:

1. Trifoliar: Este archivo se encuentra en formato de Freehand MX las tipografías están convertidas en path, el material en el que se imprimirá esta pieza es Cushe calibre 90. El tamaño real del soporte es de 5 x 6.5" plegable, 15 x 5 pulgadas desplegable, con un exceso de 0.25 de pulgada. Se debe tomar en cuenta que éste deberá doblarse a la mitad, es muy importante considerar que el primer cuerpo es de 3.5 pulgadas el cual lleva un troquelado de medio punto, el color a imprimir es un dúo tono PANTONE.

2. Brochure: Este archivo se encuentra en formato de Freehand MX las tipografías están convertidas en path, el material en el que se imprimirá esta pieza es Cushe calibre 90. El tamaño real del soporte es de 5 x 7 pulgadas plegable, 10 x 7 pulgadas desplegable, con un exceso de 0.25 pulgada. Se debe tomar en cuenta que éste deberá doblarse a la mitad y engraparse con las hojas interiores en el centro con dos grapas, es de suma importancia considerar los troquelados que lleva la portada, el color a imprimir es un dúo tono PANTONE.

3. Fotografías: En esta carpeta se adjuntan las fotografías enumeradas de 1 a 7, las cuales corresponden a:
Las fotografías Trifoliar No: Trifo 1, 2 Trifo, 3 Trifo, 4 Trifo
Las fotografías Brochure No: Broch 5, Broch 6, Broch 7, Broch 8, Broch 9

4. Tipografías

Las fuentes tipográficas utilizadas en todos los documentos son:
Titulares y frases representativas - Comics Sans MS
Contenidos de texto - Arial.

Colores

Los colores a utilizar son colores sólidos PANTONE con los códigos correspondientes: PANTONE CMYK165 - 3 CV5, PANTONE DIC 2622* Violeta, se les solicita a ustedes entregar al equipo encargado de diseño una prueba de match print para aprobar la impresión.

Sin nada más que agregar me despido de ustedes deseando que sus actividades sean exitosas.

Atentamente,

C.Rebeca Gudiel S.
Diseñadora Gráfica.
Cel.4347-6217

Carta No. 2

Guatemala 23 de abril 2009

Señores Professional Parenting:

Por medio de la presente les adjunto la cotización de diseño del material que se solicitó:

Diseño de materiales informativos que incluyen diseño de Trifoliar y Brochure. Tomando en cuenta que para este proyecto se llevó a cabo una sesión de fotos y diagramación se presenta el siguiente total: Q4,500.00.

Se requiere un anticipo de 25% del total de diseño.

Sin otro particular y agradeciendo su atención, me despido

Atentamente,

C.Rebeca Gudiel S.
Diseñadora Gráfica.
Cel.4347-6217

Observaciones: Por cambio de diseño aprobado se recotizará.

13.4. Presupuesto de Impresión - Cotización



34 Avenida 12-42, Zona 5 Tel: 2450-6092 e-mail: ventas@alphaprintgt.com

Cotización

Cliente	907.0 Professional Parenting	Núm.	2903
Facturar a		N.I.T.	
Dirección	Ciudad	Tel.	
Atención a	Srita.	Cel.	
	Rebeca Gudiel	Fax	
	Diseñadora Grafica		
	e-mail rebegudiel@yahoo.com		

Forma pago Anticipo 50% Oferta 23/04/2009 Entrega 8 Días

Línea	Cantidad	Descripción	Unitario	Valor Aceptado
1	1,000	Trifoliales Impresos a 2 colores de tinta, tiro y retiro con barniz U.V. Mate En papel couche 80, 15" x 6.5" formato abierto, 5"x6.5" Cerrado y Troquelados	2.225	2,225.00
2	3,000	Trifoliales Impresos a 2 colores de tinta, tiro y retiro con barniz U.V. Mate En papel couche 80, 15" x 6.5" formato abierto, 5"x6.5" Cerrado y Troquelados	2.014	6,042.00
3	5,000	Trifoliales Impresos a 2 colores de tinta, tiro y retiro con barniz U.V. Mate En papel couche 80, 15" x 6.5" formato abierto, 5"x6.5" Cerrado y Troquelados	1.750	8,750.00
4	1,000	Brochures (Bifoliar) Impresos a 2 colores de tinta, tiro y retiro con barniz U.V. Mate En papel couche 80, 10" x 7" formato abierto, 5"x 7" Cerrado y Troquelados	1.995	1,995.00
5	3,000	Brochures (Bifoliar) Impresos a 2 colores de tinta, tiro y retiro con barniz U.V. Mate En papel couche 80, 10" x 7" formato abierto, 5"x 7" Cerrado y Troquelados	1.577	4,730.00
6	5,000	Brochures (Bifoliar) Impresos a 2 colores de tinta, tiro y retiro con barniz U.V. Mate En papel couche 80, 10" x 7" formato abierto, 5"x 7" Cerrado y Troquelados	1.390	6,950.00

Observaciones

El cliente proporciona artes finales y guías de troquel

Representante Francisco Ericastilla
francisco.ericastilla@alphaprintgt.com
5396-4380

Autorizado por

Jueves, 23 de Abril de 2009

12:41 p.m

Página 1 de 1



CRELISA, S.A.

49 calle 24-37 zona 12, Atanacio Tzul, Guatemala, C.A.

COTIZACION No. Abril-09-109

FECHA: 23/4/09

SEÑORES: Professional Parenting
DIRECCIÓN: 15 av 13-44 Bosques de San
Nicolás
TELEFONO:

CIUDAD: GUATEMALA

FAX: rebegudiel@yahoo.com

FECHA DE APROBACION:

ATENCIÓN: Rebeca Gudiel

ENTREGA: A convenir con el cliente

FORMA DE PAGO: 60% PARA AUTORIZAR
IMPRESIÓN Y 40% CONTRA ENTREGA
Por cheque rechazado se cobraran Q100.00

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
-1,000 Trifoliales de 15 x 6.5" abierto, 5x6.5" cerrado con troquel, a 2 tintas tiro y retiro en papel couche 100 con barniz UV mate.		Q 1,170.00
-1,000, Brochures de 5x7" cerrado y abierto 10x7" con troquel, a 2 tintas tiro y retiro en papel couche 100, con barniz UV mate.		Q 1,025.00
-3,000 Trifoliales de 15 x 6.5" abierto, 5x6.5" cerrado con troquel, a 2 tintas tiro y retiro en papel couche 100 con barniz UV mate.		Q 2,375.00
-3,000, Brochures de 5x7" cerrado y abierto 10x7" con troquel, a 2 tintas tiro y retiro en papel couche 100, con barniz UV mate.		Q 2,000.00
-5,000 Trifoliales de 15 x 6.5" abierto, 5x6.5" cerrado con troquel, a 2 tintas tiro y retiro en papel couche 100 con barniz UV mate.		Q 3,581.00
-5,000, Brochures de 5x7" cerrado y abierto 10x7" con troquel, a 2 tintas tiro y retiro en papel couche 100, con barniz UV mate.		Q 2,982.00

NOTA: TRABAJO IMPRESIÓN 5 DIAS HABILES DESPUES DE AUTORIZADO EL ARTE

PBX: (502) 2414-8600 • FAX: (502) 2414-8605

13.4.1. Presupuesto de Uniforme



Guatemala
19 de Abril de 2010

Señores:

Atención A: Claudi R. Gudiel

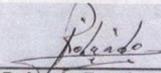
Estimados Señores:

Por este medio, BORDADOS Y MAS, tiene el gusto de saludarles y desearles éxitos en sus labores. Así mismo les presentamos cotización del trabajo que necesitan, el cual les detallamos a continuación.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNITARIO	TOTAL
100	Camisas polo en pique con cuello verde limos y orilla violeta en varias tallas	Q 65.00	Q 6,500.00
100	Blusas según muestra con pechera verde limón manga tres cuarto y orilla violeta varias tallas	Q 75.00	7,500.00
			Q 14,000.00

OBSERVACIONES

- Estos Precios ya incluyen IVA
- Forma de pago: 50% de Anticipo
- Tiempo de entrega, a convenir.


Rolando Zavala
Gerente

2a. Calle 9-71, Zona 5. * El Frutal, Villa Nueva * Guatemala, C.A.
Telefax. 6631 6092, Teléfonos. 6631 5275
Correo Electrónico : uniformeszyc@yahoo.com
Nit: 1667684-K



Guatemala 3 de Mayo de 2010

Señores:

Es Un gusto saludarle deseando sus actividades sean exitosas
A continuación adjunto la cotización solicitada

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNITARIO	TOTAL
100	Camisas polo en tela de algodón con cuello verde limos y orilla violeta en varias tallas	Q30.00	Q3,000.00
100	Blusas dama con pechera verde limón manga tres cuarto y orilla violeta varias tallas	Q45.00	Q4,500.00
	TOTAL		Q 7,500.00

Formas de pago

- El Precios ya incluyen IVA
- 50% de Anticipo
- 15 días hábiles de Tiempo de entrega.

2 Avenida 30-35 Zona 12, Colonia El Carmen, Guatemala, C.A.
Tels: (502) 2476-2323, 2476-8428, 2424-7366
E-mail: ventas@novat-shirt.com

13.4.1. Presupuesto de Impresión - Cotización



20 Calle 2-43, Zona 3 Finca El Zapote-Tels.: (502) 2254-4055-2254-4056
Tel./Fax: (502) 2288-9909-Guatemala, Guatemala, Centro América

Guatemala, 24 de Septiembre de 2007

Cotizacion No. 9890

Guatemala, 1 de abril 2009

Señores:
MULTIVIDRIOS
Att: Rebeca Gudiel
Presente

Le saludamos cordialmente deseando que todas sus actividades se estén llevando a cabo de la mejor forma posible.

El motivo de la presente es para cotizarle lo siguiente:

Trifoliales

Impresos a dos colores tiro y retiro en couche 80 + barniz U.V. en ambos lados, doblados, tamaño 6" x 16.5" abierto

Cantidad	Precio Unitario	Precio Total *
200	Q.7.39000000	Q.1.478.00
500	Q.3.30800000	Q.1.654.00
1,000	Q.1.93100000	Q.1.931.00

* Estos precios incluyen IVA.

Sin más por el momento y en espera de una pronta respuesta me suscribo de usted.

Atentamente,

Fredy R. Meléndez M.



20 Calle 2-43, Zona 3 Finca El Zapote-Tels.: (502) 2254-4055-2254-4056
Tel./Fax: (502) 2288-9909-Guatemala, Guatemala, Centro América

Guatemala, 24 de Septiembre de 2007

Cotizacion No. 9895

Guatemala, 1 de abril 2009

Señores:
MULTIVIDRIOS
Att: Rebeca Gudiel
Presente

Le saludamos cordialmente deseando que todas sus actividades se estén llevando a cabo de la mejor forma posible.

El motivo de la presente es para cotizarle lo siguiente:

Folletos

Consta de 4 páginas impresas a tres colores tiro y retiro en couché 80, doblados, tamaño 5.5" x 7.5" cerrado (7.5 x 11" abierto

Cantidad	Precio Unitario	Precio Total *
200	Q.5.75500000	Q.1,151.00
300	Q.4.07000000	Q.1,221.00
500	Q.2.50200000	Q.1,251.00

* Estos precios incluyen IVA.

Sin más por el momento y en espera de una pronta respuesta me suscribo de usted.

Atentamente,

Fredy R. Meléndez M.