



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

CAMPAÑA EDUCATIVA "UNIDAD ANTI BACTERIAS"

KARLA MELLISA GARCÍA ECHEVERRÍA

Guatemala, 13 de febrero de 2,016



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

CAMPAÑA EDUCATIVA “UNIDAD ANTI BACTERIAS”
PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado al Consejo de
Facultad de Arquitectura y Diseño

por

KARLA MELLISA GARCÍA ECHEVERRÍA

Al conferírsele el título de
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Guatemala, 13 de febrero de 2,016



UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

Guatemala, 11 de enero de 2016

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **KARLA MELLISA GARCÍA ECHEVERRÍA**, la impresión de su proyecto de graduación titulado:

“CAMPAÑA EDUCATIVA “UNIDAD ANTI BACTERIAS”

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad.



Arq. Ana María Cruz de García
Decana Facultad de Arquitectura y Diseño

Guatemala, 26 de noviembre de 2015

Señores
Consejo de Facultad de
Arquitectura y Diseño
Universidad del Istmo
Presente

Estimados Señores:

Por este medio hago de su conocimiento que he asesorado a la Karla Mellisa García Echeverría de la Licenciatura en Diseño gráfico, con especialidad en Comunicación y Publicidad de esta Facultad, quien se identifica con carné 2011-1054 y que presenta el Proyecto de Graduación titulado "CAMPAÑA EDUCATIVA UNIDAD ANTI BACTERIAS".

Me permito informarles que la citada estudiante ha completado el Proyecto de Graduación a mi entera satisfacción, por lo que soy un dictamen favorable del mismo.

Sin otro particular, me suscribo de ustedes,

Atentamente,



Licda. Erika Grajeda Godínez
Asesora de Proyecto de Graduación
No. De Colegiada G-03

*Si dar gracias debo,
primero que nada a Dios le agradezco,
sin su gracia preciosa,
no hubiera llegado hoy hasta aquí.*

*A mis bellos padres Brenda y Carlos,
mi hermano Sebastián,
a mi familia y padrinos:
les doy las gracias desde el fondo de mi corazón,
por darme los ánimos e inspiración para seguir adelante.*

*A los amigos que hice durante
estos cinco años de carrera,
con quienes hombro con hombro,
nos enfrentamos a toda barrera:
gracias por su apoyo incondicional.*

*Finalmente, a mis amigos:
que me apoyaron de principio a fin,
especialmente a Jaime y a Patty,
que me acompañaron en los mandados
en la entregas, en lo más duro de los privados
y prácticamente vivieron conmigo el proyecto.
Y a todos los que siempre estuvieron a mi lado.*

*En serio,
Les agradezco a todos.*

Índice General

	Página		Página
INTRODUCCIÓN	1		
1. MARCO DE REFERENCIA	2		
1.1. Área Geográfica	2		
1.1.1. <i>A nivel geográfico</i>	2	2.1.3.2. Cómo se forman los hábitos	11
1.1.2. <i>A nivel antropológico</i>	2	2.1.3.3. Cómo fomentar los hábitos de higiene en los niños	11
1.1.3. <i>Población</i>	3	2.1.3.4. La importancia del núcleo familiar en el hábito	11
1.2. Departamento de Guatemala	3	2.1.3.5. Papel de la escuela en la formación de los hábitos de los niños	11
1.3. Municipio de Guatemala	4	2.2. Proyectos de diseño relacionados	13
1.4. Zona 3	5		
2. MARCO TEÓRICO	5	3. MARCO METODOLÓGICO	17
2.1. Tema de estudio	5	3.1. Método	17
2.1.1. Salud en Guatemala	5	3.2. Población	17
2.1.1.1. Salud Actual en Guatemala	5	3.3. Muestra	18
2.1.1.2. Agua y Saneamiento	6	3.4. Instrumentos	18
2.1.2. Higiene en las manos	7	3.5. Procedimiento	20
2.1.2.1. Qué es la higiene en las manos y su importancia	7	4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	21
2.1.2.2. Bacterias las cuales se desarrollan en las manos	8	4.1. Instrumento 1	21
2.1.2.3. Enfermedades que se producen por la falta de higiene en las manos	8	4.2. Instrumento 2	21
2.1.2.4. Productos que eliminan las bacterias de las manos	9	4.3. Instrumento 3	23
2.1.2.5. Ventajas de una buena higiene en las manos	9	4.4. Instrumento 4	25
2.1.2.6. Cuidado de las manos	9	4.5. Instrumento 5	26
2.1.2.7. Acciones en la región centroamericana para favorecer el lavado de manos	10	4.6. Instrumento 6	27
2.1.3. Creación de hábitos	10	4.7. Instrumento 7	29
2.1.3.1. Qué son lo hábitos	10	Conclusiones Y Recomendaciones	30

	Página		Página
5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	32	<i>5.6.2. Validación</i>	93
5.1. Identificación del problema	32	5.6.2.1. Análisis e interpretación de los resultados	93
5.2. Objetivos de diseño	32	5.6.2.2. Cambios en piezas preliminares	95
5.3. Definición de Grupo Objetivo	32	5.6.2.3. Análisis e interpretación ante segunda validación	98
5.3.1. Grupo objetivo 1: niños	32	5.6.2.4. Cambios en piezas	100
5.3.2. Grupo objetivo 2: padres	33	<i>5.6.3. Fundamentación y propuesta final</i>	107
5.3.3. Grupo objetivo 3: maestras	34	5.6.3.1. Identificador de campaña	107
5.4. Cliente	35	5.6.3.2. Color	107
5.5. Propuesta de diseño	37	5.6.3.3. Personaje	108
5.5.1. Conceptualización	37	5.6.3.4. Tipografías	108
5.5.2. Descripción de la propuesta gráfica	37	5.6.3.5. Elementos gráficos de apoyo	109
5.5.2.1. Tipo de Material Gráfico	37	5.6.3.6. Formato	109
5.5.2.2. Descripción e implementación de piezas	37	5.6.3.7. Soporte	110
5.5.3. Descripción del Mensaje	45	5.6.3.8. Ejes de diagramación	110
5.5.3.1. Contenido del texto	45	5.6.3.9. Imagen	111
5.5.3.2. Contenido gráfico	45	5.6.4. Producción y Reproducción	128
5.5.3.2. Tono de comunicación	47	5.6.4.1. Selección de medios	128
5.6. Desarrollo de la propuesta	48	5.6.5. Presupuesto	131
5.6.1. Proceso de bocetaje	48	5.6.5.1. Presupuesto de diseño	131
5.6.1.1. Creación de identificador de campaña	48	5.6.5.2. Presupuesto de impresión	131
5.6.1.2. Paleta de color	54	5.6.6. Artes digitales e informe de técnico	132
5.6.1.3. Definición de personaje	57	CONCLUSIONES	134
5.6.1.4. Definición de formatos y soporte	64	RECOMENDACIONES	135
5.6.1.5. Bocetaje de tipografía	68	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	136
5.6.1.6. Elementos Gráficos de apoyo	69	GLOSARIO	138
5.6.1.7. Ejes de diagramación	71	ANEXOS	139
5.6.1.8. Ilustraciones	74		
5.6.1.9. Bocetaje de piezas	76		

Índice de Ilustraciones

Figuras

1.	Municipios de Guatemala (departamento)	4	29.	Combinación versión 2	56
2.	¿Cómo lavarse bien las manos con agua y jabón?	10	30.	Colores finales	56
3.	Póster de la campaña	13	31.	Board de referencias	59
4.	Personajes de la campaña UNICEF	14	32.	Bocetaje de proporciones	60
5.	Piezas utilizadas para la campaña	15	33.	Pruebas de trajes de marina	60
6.	Logotipo manos seguras	15	34.	Pruebas de traje del espacio	60
7.	Mcdonald's artes	16	35.	Pruebas de cuerpos	61
8.	Hope Soap	16	36.	Pruebas de rostro y cabello	61
9.	Logo Casita Benjamín	36	37.	Pruebas de cuerpos	62
10.	Volante de inscripción	36	38.	Posiciones del personaje	63
11.	Trifoliar de institución	36	39.	Bocetaje de color de personaje	63
12.	Referencia de emblemas	50	40.	Transformación de color de personaje	63
13.	Pruebas de identificador 1	50	41.	Afiches formato	64
14.	Pruebas de tipografías	51	42.	Invitación formato	64
15.	Propuestas de identificador 2	51	43.	Bifoliar formato	64
16.	Propuestas de identificador 3	51	44.	Ruleta formato	65
17.	Ícono de identificador	52	45.	Calendario formato	65
18.	Bocetaje de identificador 4	52	46.	Rompecabezas formato	65
19.	Bocetaje de identificador 5	53	47.	Lotería y memoria formato	66
20.	Elección final de identificador	53	48.	Guías y control formato	66
21.	Identificador final	53	49.	Afiches formato	66
22.	Guía de color	54	50.	Titulares formato	68
23.	Paleta de colores fríos	54	51.	Cuerpo de texto	68
24.	Bocetaje de color cálido	54	52.	Cuerpo de texto 2	69
25.	Bocetaje de color cálido 2	54	53.	Ejemplo de textura 1	69
26.	Paleta de colores versión 1	55	54.	Ejemplo de textura 2	69
27.	Combinaciones de color versión 2	55	55.	Ejemplo de textura de vidrio 1	70
28.	Combinaciones versión 1	56	56.	Formas geométricas y líneas	70
			57.	Otros elementos	70
			58.	Inivitación layouts	71
			59.	Más layouts	72
			60.	Más Layouts +	73
			61.	Últimos layouts	74
			62.	Bocetaje de bacterias	75

63.	Cambio de identificador	76
64.	Bocetaje de invitación	76
65.	Bocetaje de Afiche de lavado	77
66.	Bocetaje de Bifoliar de lavado	78
67.	Bocetaje de ilustración	79
68.	Bocetaje de cuentos	80
69.	Bocetaje de cuentos 2	81
70.	Bocetaje Calendario	82
71.	Bocetaje rompecabezas	82
72.	Bocetaje piezas preliminares	83
73.	Bocetaje piezas preliminares 2	84
74.	Bocetaje piezas preliminares 3	85
75.	Bocetaje piezas preliminares 4	86

Tablas

1.	Indicadores básicos	5
2.	Causas de morbilidad en el 2011	6
3.	Causas de morbilidad en menores de 1 año (2011)	6
4.	Piezas Fase 1	38
5.	Piezas Fase 2	41
6.	Piezas Fase 3	44
7.	Tabla de contenido gráfico de los materiales	45
8.	Tabla de contenido gráfico del personaje	47
9.	Tabla de contenido gráfico del identificador de campaña	49
10.	Formatos y sustratos preliminares	67
11.	Implementación de piezas de la campaña	129
12.	Presupuesto de la campaña	131

Gráficas

1.	¿Tus papás trabajan todo el día?	23
2.	¿Alguno de ellos se queda en casa?	23
3.	¿Tus papás te ponen atención?	23
4.	¿Qué piensan los niños sobre lavarse las manos?	24
5.	¿Te lavas las manos después de ir al baño?	24
6.	¿Te lavas las manos antes de comer?	24
7.	¿Tus papás te piden que te laves las manos estando en casa?	24
8.	¿Tienes agua en casa?	25
9.	¿Usas jabón?	25
10.	¿Usted trabaja todo el día?	27
11.	¿Ambos padres trabajan?	27
12.	¿Cuánta atención le ponen a su hijo en casa?	27
13.	¿Tiene agua en su casa? ¿Por cuánto tiempo?	28
14.	Refuerzan el lavado de manos en casa	28
15.	Importancia del lavado de manos	28

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, la falta de higiene por no lavarse las manos ha venido aumentando. Según la Organización Mundial de la Salud, las personas que utilizan el servicio sanitario, omiten la práctica del lavado de manos en un 60% de las situaciones. Precisamente al omitir este hábito, las bacterias en las manos de las personas se van acumulando. Es más, se puede decir que, la mano de una persona, puede albergar hasta 150 especies de bacterias diferentes, sin mencionar que entre ambas manos, solo un 17% de las bacterias son similares.¹ Es impresionante este número de bacterias que se acumulan, pues si eso ocurre en una mano que tiene una higiene regular, ¿cuántas bacterias tendrían las manos de una persona que no tiene una higiene constante?

Se conoce un estudio, realizado por la Universidad de Colorado en Boulder, Estados Unidos, que refiere a que incluso entre mujeres y hombres, la cantidad de bacterias es distinta, incluso en una mujer existen más bacterias que en los hombres. Este resultado realmente alarmó a los científicos, hasta que descubrieron que la razón es porque la mujer tiene la piel más ácida en valores de PH, por lo cual es más difícil de mantener libre de bacterias.²

Existe un intercambio de bacterias en todos lados. Si se piensa sobre la cantidad de enfermedades que “de la nada” ocurren, se puede ver que muchas de ellas se producen por un origen bacteriano. Por ejemplo, los objetos están expuestos de por sí a ciertas bacterias que existen en el ambiente. Entonces otro objeto ajeno al lugar, hace contacto con el objeto primero, lo cual significa que las bacterias que el segundo objeto traía y las del primer objeto se repartieron y se reproducirán creando nuevas. Luego de que hubo este intercambio de bacterias, se aproxima un persona que también hace contacto con el primer objeto, haciendo un nuevo intercambio de bacterias. La persona bosteza y se lleva la mano a la boca, llevando todas estas nuevas bacterias a su boca, mezclándose con las que ya tiene y dando origen a nuevas enfermedades.

Existen una gran variedad de enfermedades que ocurren por intercambios bacterianos, entre ellas están influenza A, neumonía, gastritis, meningitis, bronquitis, infecciones urinarias, hepatitis A, enfermedades

intestinales como la amebiasis, diarreas en general, incluso el resfriado común es por contagio de bacterias

Dada la situación, se han llevado a cabo varias campañas que poco a poco han venido a cambiar al panorama de esto, pero el porcentaje con la falta de higiene en las manos sigue bastante alto.

En Guatemala, en salud, según el ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, se gasta en 2.5% del PIB (2010), y según la OPS (Organización Panamericana de Salud) es el más bajo a nivel Centroamericano. El reportaje de la misma organización indica que la parasitosis intestinal, la gastritis, los problemas respiratorios e infección urinaria son las enfermedades con mayor índice de deceso en Guatemala, de hasta 500,000 personas en menos de un año.

La OPS también menciona que dentro de mortalidad en menores, la tercera causa es por enfermedades diarreicas agudas, causando hasta 63,967 muertes de menores en menos de un año.

Durante el año 2011 se reportaron 378,602 casos de enfermedades transmitidas por alimentos y agua. Los casos reportados incluyen diarreas, hepatitis, intoxicaciones alimentarias y otras. En cuanto al rotavirus, en el 2011 fueron reportados 724 casos en menores de 5 años: comparados con el año 2010 (5,932 casos), representa una disminución del 88%.³

Existe una organización en Guatemala, llamada Plan Internacional, que funciona desde 1978, tras la catástrofe del terremoto de 1976. Ellos han ayudado a Guatemala en distintos aspectos en varios departamentos incluidos Jalapa, Izabal, Alta y Baja Verapaz, creando planes sostenibles y brindando asistencia sobre aspectos que han investigado. Existe un aspecto que a Plan Internacional le ha interesado, la falta de higiene de manos de los niños de las escuelas en los departamentos mencionados.

Las escuelas investigadas por Plan Internacional, abarcan los grados de primaria y preprimaria, tienen la característica de tener escasos recursos. Sin embargo, estas escuelas si tienen el recurso del agua dentro de las instalaciones durante todo el día.

Para lograr evaluar la falta de higiene en las manos, se buscó una escuela que tenga características similares a las que investigó Plan Internacional. Para ello se reconoció a la Guardería Evangélica Casita Benjamín, pues es una escuela que brinda educación preprimaria, ubicada

1. NOZIGLIA F. ¿Sabías cuantas bacterias viven en tu mano? [En línea] Disponible en <http://extremisimo.com> [Consulta 21/01/14]

2. Ibid.

3. Fuente: SIGSA/MSPAS 2011

en la zona 3 de la ciudad de Guatemala. La escuela también tiene escasos recursos pero sí cuenta con el servicio de agua durante todo el día.

Dicho lo anterior se detectaron dos problemas, el primero, tras varias investigaciones realizadas por Plan International, se encontró que solo 30 de las 101 escuelas investigadas, tienen niños que se lavan las manos después de ir al baño. El segundo problema, solamente en 28 de las 101 escuelas analizadas, hay niños que se lavan las manos antes de comer.⁴

Detectados los problemas, para llevar a cabo esta investigación de la mejor manera, se plantearon varios objetivos que servirán para guiarla.

Identificar las causas del por qué los niños no se lavan las manos después de ir al baño y antes de comer dentro de la escuela.

Consultar a expertos acerca de la situación actual de los niños con referencia a los hábitos de higiene.

Detectar si la conformación familiar del niño afecta sus hábitos de higiene.

Determinar si los alumnos poseen agua en sus hogares y qué hacen si les hace falta.

Investigar si el Ministerio de Educación y el Centro de Salud están realizando proyectos en la actualidad sobre el tema en el sector.

Se ha constatado la importancia de profundizar en el tema de la higiene en las manos, porque va a ser posible encontrar las causas de por qué los niños no han tomado el hábito de lavado de manos en las escuelas y a lo que Plan International no ha logrado darle solución. Precisamente, la Guardería Evangélica Casita Benjamín se ha tomado para realizar un proyecto piloto pues con ayuda de esta institución se obtendrá la información que servirá para determinar un problema de diseño, aprovechando la herramienta de investigación, para darle solución al problema mediante un proyecto de comunicación visual.

4. PLAN INTERNATIONAL. *Gráficas de resultados de análisis hechos por la organización.* (Ver Anexo 4)

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1 Área Geográfica

1.1.1. A nivel geográfico

Guatemala es un país que se ubica dentro del continente de América. Se extiende en un territorio de 109, 117 km² que se dividen en 8 grandes regiones y a su vez en 22 departamentos.⁵ El territorio de Guatemala es básicamente montañoso, con bosques tropicales y algunas planicies selváticas. Guatemala cuenta con bastantes lagos y lagunas de los cuales se pueden mencionar el lago de Atitlán, Amatitlán, Petén Itzá e Izabal. Su clima, tiene un promedio actual de 20° C en la capital. La densidad poblacional es de 103 habitantes por kilómetro cuadrado. La población de Guatemala es de 13,000,206 habitantes.⁶ La Ciudad de Guatemala es la capital del país. Guatemala es el departamento con mayor número de habitantes (3.1 millones) seguido por Huehuetenango y luego con Alta Verapaz con 1.1 millones y 1 millón.

1.1.2. A nivel antropológico

La cultura en Guatemala maneja influencias mayas, españolas coloniales, del caribe, mexicanas y americanas. Existe cierta tensión entre la población indígena ya que aún se está tratando de erradicar su discriminación. También está surgiendo una transculturación que cambia mucho la forma de pensar de los jóvenes, en especial los jóvenes indígenas y la pérdida de cultura maya, en especial del “traje típico”. Se han creado campañas que ayude a evitar ello y a disminuir su cultura.

Debido a su tradición religiosa, en Guatemala se celebran varias festividades únicas como la tradición de la Fiesta Patronal en los municipios o la Semana Santa en las cuales se realizan grandes alfombras para las procesiones, convirtiéndola en una de las más importantes para el país por su demostración de cultura, religión y creatividad durante su realización.

Guatemala es un país donde principalmente existe una religión católica siendo aproximadamente el 51% de la población, seguido por la protestante. También existe lo que es la religión maya, aunque el porcentaje no es tan alto, se han creado programas que permitan las prácticas de los rituales debido a las protecciones que se establecieron durante los

5. POPULATION DATA. “Guatemala city”, <http://www.populationdata.net>

6. Ibid.

Acuerdos de Paz. Existen otras religiones aparte de las ya mencionadas pero solo en pequeñas comunidades como la judía, musulmanes, ateos, testigos de Jehová, entre otros.⁷

Dentro de la literatura, la persona más destacada del más ha sido Miguel Ángel Asturias, habiendo ganado el premio Lenin de la Paz en 1966 y el premio Nobel de la Literatura en 1967, siendo sus obras más reconocidas “hombres de maíz” y “El señor Presidente”.

En la música, inicia con la música de la vida maya y luego cambia a partir de la conquista con los cantos gregorianos. En la actualidad la marimba es un símbolo patrio y existen varias agrupaciones que tocan marimba para los eventos culturales y sociales. Se han creado varias canciones las cuales se han vuelto ya tradición guatemalteca como “Luna de Xelajú” y “El ferrocarril de los Andes”. También existe lo que es el Coro Nacional y la Orquesta Sinfónica Nacional integrado por músicos profesionales. Entre la música contemporánea existen varios grupos y solistas que han llegado a convertirse en reconocidas estrellas a nivel internacional, tales como Ricardo Arjona, Fabiola Roudha, Alux Nahual, Bohemia Suburbana, Viento en Contra, Malacates Trébol Shop, El tambor de la tribu.

El arte ha sido otros grandes aspectos guatemaltecos, gracias a brillantes talentos. Entre las corrientes que han tomado en Guatemala están el arte Sacro, Modernismos el Primitivismo y el Arte abstracto. Entre ellos Carlos Mérida, Efraín Recinos, Ramón Ávila y otros.

Guatemala sobresale por ser un país multiétnico y pluricultural. El idioma oficial es el español. A parte del español, existen otros 21 idiomas de origen maya que aún se hablan, con mayor poder en el área rural. También existen otros 2 idiomas hablados que son el xinca, siendo de origen amerindio y el otro es el garífuna, que es afro-americano. Es por la Ley de Idiomas Nacionales, que estos idiomas se siguen hablando y que permite que se puedan llevar los documentos legales y educativos traducidos en su idioma respectivo a quien lo hable.

Respecto a los grupos étnicos en Guatemala, a pesar que el país en su origen fue indígena, actualmente un 45% de la población es mestiza o ladina. Los indígenas, en general ocupan un 40% de la población y el sobrante son de raza blanca. Entre los grupos étnicos indígenas se encuentran al Acateco, Achí, Aguacateco, Chalchiteco, Chortís, Lacandón, Mames, Quiché, Zutuhil, Kakchiquel, Quekchí, Poqomam y Poqomchí.

7. ASOCIACIÓN DE AMIGOS DEL PAÍS. *Historia General de Guatemala*. Guatemala 1992-1999.

1.1.3. Población

El 52 % de la población es menor de 20 años. La población menor de 30 años representa el 70% de la población total. El 51% de la población es del sexo femenino y el 32% son mujeres en edad fértil. Se calcula un total de 4, 990, 230 personas con economía activa. La esperanza de vida en Guatemala es de 75 años para las mujeres y de 68 años para el hombre.

El crecimiento vegetativo de la población al años era de 2.67% en el 20120 con una tasa de analfabetismo de 18.46% y una población rural de 51.5%. La población creció un 13% en los últimos cinco años, según el informe de Desarrollo Humano, Nacional 2009/2010.

La población es mayormente pobre en las áreas de Huehuetenango, el Quiché, las Verapaces, San Marcos y una gran área en Petén. En el área metropolitana habita el 23% de la población y un 25.5% en las áreas urbanas del interior del país.⁸

1.2. DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

La Ciudad de Guatemala es la capital del país. Ella cuenta con una activa cultura durante el año. La mayor parte de museos se encuentran concentrados en la capital y muchos de ellos exponen artistas guatemaltecos e internacionales en sus exposiciones. También hay varios teatros con variedades de obras para el público. La capital también cuenta con el Mercado Central en la zona 1 donde se encuentra una variedad de color de artesanías guatemaltecas. Así como, variedad de frutas y verduras locales. También se tiene un Mapa de Relieve del Parque Minerva donde se puede apreciar la extensión del país. Se tiene lo que le llaman “la Torre del Reformador” la cual es una réplica a escala de la Torre Eiffel. La sexta avenida de la zona 1, es una avenida donde se puede disfrutar de cultura, comercio y ejercicio todo al mismo tiempo ya que es peatonal y con seguridad por la municipalidad de Guatemala.

La ciudad de Guatemala se encuentra en el área metropolitana del país, situada en las tierras del valle de la Ermita, de Las Vacas o del la Virgen. La capital de Guatemala fue fundada el 23 de mayo de 1776, por el Rey Carlos III de España, tras el desastre del terremoto en la antigua capital española de Centroamérica, “La ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala”, actualmente Antigua Guatemala. El Rey Carlos III le otorgó el nombre de “Nueva Guatemala de la Asunción”. Guatemala fue declarada independiente de España el 15 de septiembre de 1821.

8 ASOCIACIÓN DE AMIGOS DEL PAÍS. *Historia General de Guatemala*. Guatemala 1992-1999.

El departamento de Guatemala alberca a 4,940,000 habitantes según el censo del año 2002. La ciudad de Guatemala ha sobrepasado sus límites jurisdiccionales. El departamento de Guatemala está constituido por los siguientes municipios: San Juan Sacatepéquez, San Raymundo, Chuarrancho, San José del Golfo, San Pedro Ayampuc, Chinautla, San Pedro Sacatepéquez, Mixco, Guatemala, Palencia, San José Pinula, Santa Catarina Pinula, Villa Nueva, Petapa, Fraijanes, Villa Canale y Amatitlán.

El departamento se encuentra a una elevación de 1,493 metros sobre el nivel del mar, lo cual crea que el clima sea de montaña y particularmente templado. La ciudad de Guatemala es la ciudad de mayor tamaño en Centroamérica. La ciudad es el centro de actividades políticas y en muchas formas, también económicas. La mayoría de los edificios guarda un estilo arquitectónico de finales del siglo XIX. Aunque la ciudad tuvo que ser reconstruida tras los terremotos de 1917 y 1976.

La Edad Media en el departamento de Guatemala corresponde a los 22 años de edad. Dentro de la educación, los ciclos escolares abarcan lo que son la Primaria (4-6 años), Primaria (7-12 años), Básicos (13-15 años). Diversificado (16-19 años) y Universitario (de 19 en adelante). Además, en el 2001 la cantidad de alumnos inscritos en el área urbana fue

de 648.546 estudiantes. De la cantidad mencionada, 204,878 estudiantes corresponden al sector privado.⁹

El idioma oficial es el español, pero existe población indígena que habla el cachiquel y el pocomam.

1.3. MUNICIPIO DE GUATEMALA

Los organismos políticos se encuentran localizados en la ciudad de Guatemala. De igual manera los servicios de Municipalidad y más de la mitad de establecimientos industriales y producción de la república. La ciudad posee 12 universidades, 11 privadas y una pública.

La ciudad es donde se encuentra el mayor número de vida cultural del país. Esto es porque se encuentran concentradas la mayor cantidad de universidades del país. Así como centro de arte, comercio, vocacional y educación militar. Los museos de arqueología, el Palacio Nacional, la oficina postal, la Biblioteca Nacional entre muchos otros edificios de importancia están en la ciudad.

El clima de la ciudad es dominado por el cálido tropical, pero por su altitud, existen las noches frías y un promedio anual de 20°C. La estación de lluvia se presenta entre mayo y noviembre. La ciudad de Guatemala en las montañas del sur, recibe hasta 1.320 mm de promedio anual de precipitación.¹⁰

El transporte de la ciudad de Guatemala constituye 336 rutas de buses urbanos, el Transmetro que cobra únicamente Q1 por persona en una ruta única separada de los carriles de los demás carros, y el Transurbano que transita en distintas áreas de la ciudad dentro de donde transitan los demás carros. Además, el Aeropuerto Internacional La Aurora se encuentra en este municipio, con 29 vuelos internacionales diarios y 17 líneas aéreas.¹¹

Según Encarta 2002, el municipio de Guatemala se esperaba que llegase a alcanzar el millón de habitantes en la ciudad. Y para el 2006, el Censo de la Población calculó que ascendería a 1,221 379 habitantes.

9. Boletín estadístico. 2001 Primaria de Niños. No. 2. Unidad de Informática, Departamento de Estadística. Ministerio de Educación. Guatemala, 2002. [Consulta 21/01/14]

10. Enciclopedia Online disponible en <http://es.wikipedia.org> Actualizado el 4 de febrero del 2014. [Consulta 21/01/14]

11. *Clima en Guatemala*. [en línea] Disponible en < <http://www.voyagesphotosmanu.com> > [Consulta 21/01/14]

Figura No.1
Municipios de Guatemala (departamento)



Fuente: <http://www.zonu.com>
[Consulta 21/01/14]

La mayoría de los habitantes de este municipio hablan español. Dependiendo de las personas y su nivel socioeconómico, llegan a dominar el inglés o cualquier otro idioma. Según la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLA), hicieron conocer de que un 16.63% de la población es analfabeta.¹²

La Calidad de vida en la ciudad se estima que el 25% de los hogares tienen un mala calidad de vivienda, un 4% no tiene escolaridad y un 2% de los hogares tiene un ingreso familiar suficiente para satisfacer sus necesidades.¹³ La ciudad se encuentra dividida en 25 zonas, omitiendo las zonas 20, 22 y 23.

1.4. ZONA 3

Dentro de la zona 3, que es la que es objetivo de investigación, se puede mencionar que durante el terremoto del 4 de febrero de 1976, la zona quedó totalmente destruida, con hospitales destruidos, combustible escaseaba sin mencionar la cantidad de gente que falleció.¹⁴ La zona 3 también es donde está localizado el Basurero Municipal, el cual es objeto de mucha contaminación y gases pestilentes en las casas de los alrededores.

La zona 3 constituye una población de aproximadamente 18,298 personas.¹⁵ De la cantidad anterior, 13,961 personas forman parte de los niveles socioeconómicos de medio y bajo.¹⁶

La zona 3 tiene 19 escuelas activas, según el listado de escuelas del Ministerio de Educación, de las cuales, la mayor parte de ellas solo atienden primaria para niños o preprimaria.¹⁷ Las personas que pertenecen a este sector, tienen escasos recursos, lo cual también se nota dentro de las escuelas.

12. PRENSA LIBRE. *Analfabetismo en Guatemala se mantiene*. 2013. [en línea] Disponible en <http://www.prensalibre.com> [Consulta 21/02/14]

13. Secretaría de la Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN), basado en datos del Instituto Nacional de Estadística (INE)

14. ASOCIACIÓN DE AMIGOS DEL PAÍS. *Historia General de Guatemala*. Guatemala 1992-1999. [Consulta 21/01/14]

15. Instituto Nacional de Estadística. XI Censo de Población y VI de Habitación. GUA de 2002.

16. Ibid.

17. DISERSA *Listado Controlado de Escuelas del Ministerio de Educación*. [En línea] Disponible en < <http://www.minieduc.com.gt>>

2. MARCO TEÓRICO

2.1. TEMA DE ESTUDIO

2.1.1. Salud en Guatemala

2.1.1.1. Salud Actual en Guatemala

Según el ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, el gasto público en salud al año 2010 fue de 2.5% del PIB y según la OPS es el más bajo a nivel Centroamericano. Según el PNUD del 2009-2010, el 41 % de la población tiene acceso a la electricidad y el 30% al agua potable.¹⁸

Durante el año 2011, se estima que el sector privado prestó en total 10, 929, 504 consultas médicas y servicios de hospitalización, sin considerar los exámenes, estudios y procedimientos de laboratorio.

En la producción del Ministerio de Salud, el MPAS brindó en el 2011 servicios a la salud hasta casi 3 millones de pacientes nuevos, atendiendo 15797,269 de consultas.¹⁹ Entre los indicadores básicos de salud se encuentran:

TABLA 1
Indicadores Básicos

INDICADORES BÁSICOS DE SALUD			
	2008*	2009*	2010**
Tasa de mortalidad infantil	19.7	22.3	30
Razón de mortalidad materna 1/	139.7	139.7	140
Tasa de mortalidad general	5.1	4.1	3.0
Tasa de fecundidad	82.6	73.4	70.2
Tasa de natalidad	20.4	18.9	14.7
Porcentaje desnutrición crónica en niños < 5 años***	NCHS	43.4	43.4
	OMS/OPS	49.8	49.8
Porcentaje de partos en adolescentes	19	18	20
Población migrante	645,716	650,564	675,163

* INE, año 2010. 1/ Estudio Nacional de mortalidad materna, 2011

** Memoria de Vigilancia Epidemiológica

*** Encuesta Nacional de Salud Materno Infantil 2008-2009

Fuente: MSPAS

La SIGSA durante el año 2011 marcó la mortalidad clasificada por el mayor número de enfermedades producidas en ese año. En la siguiente tabla se puede apreciar cómo un 31% de las enfermedades eran de las vías respiratorias, las siguientes por parásitos intestinales y las infecciones de las vías urinarias y la gastritis. Se reportan la mayoría de éstos en Huehuetenango, Escuintla y Guatemala.

18. UNICEF. *Agua y Saneamiento e higiene*. 2010. Guatemala. [En línea] Disponible en <<http://www.unicef.org>>

19. bid.

TABLA 2
Causas de morbilidad en el 2011

Primeras 10 Causas de Morbilidad General Nacional año 2011 - Enero a Noviembre			
Descripción Diagnóstico	Femenino	Masculino	Total
Infecciones Respiratorias Agudas	1,234,579	903,224	2,137,803
Parasitosis intestinal	304,699	147,003	451,702
Gastritis	254,182	145,667	399,849
Infección de las vías urinarias	242,913	61,754	304,667
Otras enfermedades diarreicas agudas	144,398	126,247	270,645
Anemia	119,751	41,521	161,272
Cefalea	126,755	32,942	159,697
Conjuntivitis	54,029	38,491	92,520
Dermatitis	53,092	38,125	91,217
Alergia no especificada	51,214	32,338	83,552
Total	2,745,294	1,744,985	4,490,279

Fuente: MSPAS

TABLA 3
Causas de morbilidad en menores de 1 año (2011)

Causas de Morbilidad en menores de 1 Año - Año 2011 de Enero a Noviembre			
Descripción Diagnóstico	Femenino	Masculino	Total
Resfriado Común	97,861	88,315	186,176
Otras infecciones respiratorias agudas	36,932	33,954	70,886
Otras enfermedades diarreicas agudas	27,822	26,145	53,967
Neumonía y bronconeumonías	17,735	19,172	36,907
Amigdalitis aguda no especificada	15,362	14,741	30,103
Dermatitis no especificada	7,559	6,629	14,188
Conjuntivitis no especificada	6,402	5,711	12,113
Infección intestinal bacteriana no especificada	5,101	4,841	9,942
Trastorno de la piel y del tejido subcutáneo no especificado	4,898	4,068	8,966
Amebiasis no especificada	4,622	3,776	8,398
Total	315,189	292,317	607,506

Fuente: MSPAS

Del total de consultas realizadas por el grupo de mujeres de 15-59 años de edad, (1 452,234) las primeras causas de atención fueron las afecciones respiratorias agudas (29%), enfermedades del aparato genitourinario (19%), enfermedades del aparato digestivo (15%) y enfermedades del sistema osteo-muscular y del tejido conectivo (10%).²⁰

20. MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL. *Diagnóstico Nacional de Salud*. Marzo 2012. Guatemala. P. 68.

En menores de 5 años la principal causa de mortalidad son las neumonías y las bronconeumonías (164 x 100,000); las enfermedades infecciosas y parasitarias (66 x 100,000) y las afecciones originadas en el periodo perinatal (37 x 100, 000).

Durante el año 2011 se reportaron 378,602 casos de enfermedades transmitidas por alimentos y agua. Los casos reportados incluyen diarreas, hepatitis, intoxicaciones alimentarias y otras. En cuanto al Rotavirus, en el 2011 fueron reportados 724 casos en menores de 5 años: comparados con el año 2010 (5,932 casos), representa una disminución del 88%. En cuanto al Rotavirus, en el 2011 fueron reportados 724 casos en menores de 5 años: comparados con el año 2010 (5,932 casos), representa una disminución del 88%.²¹

2.1.1.2. Agua y Saneamiento

En Guatemala, a pesar de la época que se vive y la vida que se lleve, no puede darles todos los recursos a todos. Es por ello que el área rural hay mucha más pobreza en el área rural que en el área urbana. Es muy probable que en la actualidad se siga con el porcentaje del censo del 2002, un 75% de agua potable y un 47% para saneamiento, ya que solo se alcanza a cubrir el crecimiento vegetativo de la población.

La cobertura del saneamiento a nivel nacional en el 2002 fue del 45%, siendo así en el área rural de un 16.81% y en el área urbana de un 76.72%. Notar el abismo que existe en este porcentaje. Según la UNICEF, en los desafíos de la nación se encuentran el “reordenamiento del sector de agua y saneamiento mediante la creación de un ente rector que dicte las políticas y lineamientos de país”²² y establecer un ejecutor que lleve los recursos a cada sector con una estrategia nacional sólida. Es así como la UNICEF ha prometido ayudar a sus aliados a realizar este proyecto durante el transcurso del 2010 hasta el 2014. Es así como los niños y niñas puedan tener acceso al agua potable, servicio de saneamiento y puedan adquirir los buenos hábitos de higiene en los 130 municipios que muestran los peores indicadores sociales y con un mayor porcentaje de población indígena rural y pobre.

Para la prevención de enfermedades diarreicas, el ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, actualmente se encuentra realizando muestreos en el área metropolitana, del agua del chorro en las casas.

21. MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL. *Diagnóstico Nacional de Salud*. Marzo 2012. Guatemala. P. 68.

22. UNICEF. *Agua y Saneamiento e higiene*. 2010. Guatemala. [En línea] Disponible en <<http://www.unicef.org>>

Esto se hace para verificar que los niveles de cloro, minerales y metales pesados y con pruebas bacteriológicas, que el agua que se lleva esté lo más limpia posible y prevenir el Escherichia Coli (E Coli). Así se logra evitar las enfermedades diarreicas y otras que se causan por consumir agua contaminada. Se está incluso recomendando a las personas el llevar una muestra del agua de sus casas para ser evaluada y utilizar agua hervida del chorro para evitar las bacterias.

Según el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN) en el año 2009, el 69% de hogares tuvo acceso a agua domiciliar y el 36% tuvo conexión a la red de drenajes. El 60% de hogares en el área urbana tuvo los beneficios del tren de aseo mientras que solamente el 5% de los hogares rurales tuvo acceso a este tipo de servicio; sólo el 35% de los desechos sólidos domiciliarios son depositados en rellenos sanitarios, el resto queda libre en el ambiente o se deposita en los cuerpos de agua superficiales.

En el año 2010 los hospitales manejaron los desechos sólidos de la siguiente manera: 20 utilizaron el servicio de empresas registradas para el trata de desechos hospitalarios, 8 quemaron sus desechos en el Cementerio General y los 17 restantes los quemaron dentro del mismo hospital, aunque no de manera adecuada ya que las temperaturas no eran las ideales.

Respecto al lavado de manos, el 15 de octubre del 2008 se celebró el Día Mundial del lavado de Manos para incrementar la concientización y comprensión de lo importante que es este hábito. La campaña logró que más de 120 millones de niños y niñas alrededor del mundo se lavaran las manos con jabón en más de 70 países. Los niños y niñas menores de 5 años sufrían de enfermedades diarreicas de manera desproporcionada y más de 3.5 millones mueren debido a ella y la neumonía. Así se logró que con solo lavarse las manos se reduzcan la tasa de enfermedades diarreicas en un 50% y de infección respiratoria en un 25%.²³

Entre los logros que se han alcanzó en Guatemala con respecto a la salud han sido:

- Más de 3.5 millones de indígenas de escasos recursos obtuvieron acceso a servicios básicos de salud provistos por más de 100 ONG que trabajan con el Ministerio de Salud.
- Los programas de inmunización aumentaron la cobertura rural y llegaron a casi 90% a nivel nacional a finales de 2003.

23. UNICEF. *Agua y Saneamiento e higiene*. 2010. Guatemala. [En línea] Disponible en <<http://www.unicef.org/guatemala/spanish/wes.html>>

- La mortalidad materna se redujo de 219 a 153 por cada 100,000 nacimientos vivos desde 1989.

2.1.2. Higiene de manos

2.1.2.1. Qué es la higiene de las manos y su importancia

El lavado de manos es una actividad de higiene básica. Ésta “es una de las maneras más eficaces y económicas de prevenir, entre otras, las enfermedades diarreicas y la neumonía, que combinadas causan anualmente la muerte de unos 3,5 millones de niños y niñas.”²⁴

Además, todos los profesionales de la salud acuerdan que la importancia del lavado de manos es para mantener la higiene personal y para evitar la presencia de diferentes tipos de enfermedades.²⁵ Mediante una buena lavada de manos, las familias y comunidades pueden ayudar a reducir casi la mitad de las tasas de morbilidad infantil.²⁶ Realmente es un hábito que salva vidas.

En la primera mitad del siglo XIX, el médico Ignaz Philipp Semmelweis introdujo el lavado de manos para los médicos antes y después de atender a los pacientes en la primera clínica ginecológica de Viena, luego de dar cuenta de la existencia de una “materia cadavérica” que era transportada por las manos de médicos y estudiantes de los cadáveres a las madres que atendían en trabajo de parto.²⁷

El lavado de manos no toma más de 5 minutos. Se recomienda que el lavado debe hacerse como mínimo cada vez antes de comer y también después de ir al baño. Esta tiene efectos positivos importantes para la salud y la supervivencia, pues como ya se mencionó, disminuye la mortalidad en la infancia.

Precisamente por ser un hábito, es algo que se debe aprender de preferencia desde la infancia, para que al crecer, no se deba adaptar a éste. Se ha revelado que cuando los niños tienen mejor higiene, en especial el de lavarse las manos, logran enfermarse menos y poner completa atención en sus estudios.²⁸

24. UNICEF. 2008. *La importancia del lavado de las manos en la lucha por salvar las vidas de los niños* [En línea] <<http://www.unicef.org/>>

25. IMPORTANCIA. *Importancia del lavado de manos*. [En línea] <<http://www.importancia.org>>

26. UNICEF. 2008. *La importancia del lavado de las manos en la lucha por salvar las vidas de los niños* [En línea] <<http://www.unicef.org/>> [Visitado el 8 /3/14]

27. MIRANDA C. “Semmelweis y su aporte científico a la medicina: Un lavado de manos salva vidas.” *Rev. Chil Infect* 2008; 25 (1): 54-57

28. DEB. ¿por qué es importante lavarse las manos [En línea] < <http://www.debgroup.com>>

Concretando la importancia del lavado de manos, es importante mencionar paso a paso el como las bacterias son las que circulan y provocan estas enfermedades. El estudio comprende ello y luego se toma lo que es el como combatirla y la mejor manera de limpieza de manos.

2.1.2.2. Bacterias las cuales se desarrollan en las manos

Los microorganismos nos rodean en el día a día. En sí las bacterias han vivido 2000 veces más que los propios seres humanos, por lo que se logran adaptar de maneras exorbitantes en el lugar donde se encuentren. Incluso viven más bacterias dentro de una boca que el total de población que ha vivido en el mundo. Según el artículo sobre las bacterias en las manos,²⁹ entre las bacterias que se pueden encontrar que se transmiten por no lavarse las manos se encuentran las siguientes:

Shigella:

Produce la enfermedad de la shigelosis la cual afecta al estómago y los intestinos. La shigella se produce al ingerir algo con la bacteria, muy comúnmente transmitida cuando una persona no se lava luego de tocar material fecal y se transmite a todo lo que éste toque. La transmisión es durante 4 semanas.

Klebsiella:

Son bacilos gramnegativos que pertenecen a la familia Enterobacteriaceae. Este género de bacterias incluye varias como la *K. pneumoniae*, *K. oxitona*, *K. planticola* y *K. terrígena*. Generalmente se localizan en centros de cuidados intensivos o donde se manejan a los pacientes con un sistema inmunológico muy bajo o con heridas o quemaduras externas y los que tienen VIH. Lo que ocasiona la bacteria son infecciones invasivas bastante graves, entre ellas la Neumonía destructiva.

Staphylococcus

Es transmitida por alimentos debido a la ingestión de toxinas termoestables producidas por un *Staphylococcus*. Generalmente se contagian personas que están en contacto con los alimentos y su preparación. Entre los alimentos que pueden llevarla papas, huevos, pasteles, jamón, pollo y cremas frías.

Proteus

Ella es una bacteria gramnegativo que producen infecciones del tracto urinario. Esta bacteria generalmente no fermenta la lactosa por lo que es difícil de detectar.

2.1.2.3. Enfermedades que se producen por la falta de higiene en las manos

Existe gran cantidad de enfermedades que se suelen transmitir cuando una persona no tiene el hábito de lavarse las manos o que tocaron algo que no pensaron que estaría contagiado y luego no se lavan las manos y se terminan enfermando.

Según el mismo artículo anterior, el listado de enfermedades que se producen por no realizar este acto de higiene de manos:³⁰

1. La Shielosis, la cual es una enfermedad que se produce en el estómago y los intestinos.
2. La bacteria de la misma se transmite al tocar deshechos fecales contaminados.
3. La influenza A, es un virus que produce una gripe episódica que se produce entre 10 y 15 años.
4. La neumonía destructiva es un caso extremo de la Klebsiella.
5. La famosa gripe H1N1.
6. Inmensa cantidad de infecciones como la salmonella
7. Enfermedades virales como la hepatitis A
8. Enfermedades intestinales como la amibiasis
9. La diarrea en general
10. La Diarrea Aguda, la cual afecta especialmente a niños menores de cinco años y es la segunda causa de muerte en la población mundial.
11. El resfriado común
12. La meningitis
13. Bronquitis
14. La influenza

Las enfermedades mencionadas anteriormente no son todas, pero si son las más comunes a nivel mundial. Es importante recalcar que existe otro número impresionante de enfermedades que pueden ser producidas por la misma falta de higiene pero que aún no se han detectado.

29. ARTÍCULO. *Enfermedades Producidas Por No Lavarse Las Manos*. [En línea] Disponible en <<http://www.buenastareas.com>>

30. ARTÍCULO. *Enfermedades Producidas Por No Lavarse Las Manos*. [En línea] Disponible en <<http://www.buenastareas.com>>

2.1.2.4. Productos que eliminan las bacterias en las manos

Por excelencia el agua es el rey de la limpieza, pero hay otros organismos que en sí el agua sola no logra terminar de limpiar. Se puede eliminar las bacterias con ciertos otros productos. Estos productos se pueden dividir en 3 tipos:³¹

- Jabones comunes
- Jabones antibacterianos
- Antisépticos y desinfectante de manos

Los jabones comunes eliminan un aproximado de un 90% de las bacterias no fijadas. El método de este jabón es desprender físicamente la bacteria de las manos con cualquier contaminación visible, logra de simplemente por la acción del detergente.

Los jabones antibacterianos funcionan por acción de la química o acción física. El jabón facilita la extracción física de las bacterias por efecto mecánica y el activo antibacteriano proporciona la acción microbiológica por efecto químico o físico. Se espera que los jabones antibacterianos eliminen un desde un 99% a un 99.9%. Existen los denominados “rubs” que incluso pueden eliminar hasta un 99.99% de las bacterias.

Los antisépticos / desinfectantes de manos, se utilizan sin agua y funcionan por acción física y química. Su funcionamiento es disolver la membrana de la bacteria directamente y desnaturalizando las proteínas y enzimas matando a las células bacterianas de manera rápida. Los productos a base de alcohol, de un nivel de alrededor de un 70% a un 80%, son los mejores. Ellos logran un 99.99% de quitar las bacterias. Estos productos se pueden utilizar en cualquier momento que las manos aparentan no estar sucias. En ocasiones, el alcohol se puede utilizar como para una rutina de limpieza debido a que el alcohol logra quitar con mayor eficacia las bacterias y virus que el agua y el jabón.

2.1.2.5. Ventajas de una buena higiene en las manos

La mano quiera que no es el equivalente a una herramienta que se le aprovecha para todo tipo de actividades pero no hay que abusar de ella. Si se trabaja con algún desecho orgánico cualquiera, siempre hay que lavarse las manos con jabón y agua ya que contienen propiedades de desinfectar la piel humana y salva de los gérmenes y bacterias altamente peligrosos. Incluso para los niños que siempre se les debe de inculcar la

31. GRASCHA. *Por qué un 99.9999% es importantes*. [En línea] Disponible en <<http://www.debgroupp.com>>

educación de lavarse las manos ya que conlleva a una vida más saludable y libre de peligros.

El acto en sí de lavarse las manos es de lo más práctico de realizar, por lo que reduce la cantidad de riesgo de enfermedades sin gastar mayor cantidad de dinero y en poco tiempo. Generalmente un lavado de manos no toma mayor cantidad de tiempo y esfuerzo. Lavarse las manos puede ser incluso más efectivo que una vacuna.³²

Una de las grandes ventajas que conlleva a lavarse las manos es que ayuda a matar agentes patógenos peligrosos que pueden ser altamente dañinos para la salud. Es una actividad que se debe practicar de manera constante y hay que cuidarla. Aunque se laven las manos profundamente, considerar también que las uñas al no cortarlas, pueden guardar también suciedad y sirven como rutas alternas para estos microbios.

Estudios recientes han confirmado que el lavado de manos ha logrado reducir la ausencia de los alumnos en las escuelas en un 35%. En sí, el lavado de manos también contribuye a la reducción de transmisión de enfermedades infecciosas en un 50%. No hay mayor ventaja que gozar de buena salud.³³

2.1.2.6. Cuidado de las manos

El lavado de manos es una actividad que se debe realizar de forma constante, cada vez que se realiza alguna actividad diaria. Cuando se toca algo que contiene suciedad o cualquier otro tipo de material que contiene tóxicos, se corre el riesgo de contaminar las manos y los agentes patógenos entran por la piel de la persona. De no ser tratada a tiempo, se tiene el riesgo de sufrir enfermedades mortales.

La manera correcta de lavarse las manos, en especial para las madres de familia, es utilizando agua tibia o ya sea corriente, para mojar las manos y se añade jabón, frotándose la superficie de las manos y las uñas durante 20 segundos, luego enjuagar con agua. Finalmente secárselas con una toalla limpia o dispositivo de aire caliente.³⁴

32. USAID. *Salud y Educación*. 2009. Guatemala. [En línea] Disponible en <<http://transition.usaid.gov/gt/>> [Consulta 21/01/14]

33. Ibid.

34. LUZ. *Día mundial del lavado de manos*. 2003. [en línea] Disponible en <<http://salaamarilla2009.blogspot.com>>

Figura No.2
¿Cómo lavarse bien las manos con agua y jabón?



Fuente: <http://salaamarilla2009.blogspot.com>
[Consulta: 2/03/2014]

Se debe tener muy en cuenta que el lavado de manos no solo se encierra en el acto del lavado, si no de la calidad del jabón que se utilice y algo que no muchos toman en cuenta, la toalla con la que se van a secar. La toalla debe estar limpia, no puede estar en uso más de varios días, depende del lugar donde se coloque la toalla y el promedio de personas, hace que este varíe.

Cuando se trabaja con metales por ejemplo, es de altísima importancia no hacer tanto contacto directo con el metal ya que contienen propiedades altamente tóxicas y pueden matar a la persona en cuestión de días. Metales como el plomo y el cobre contienen propiedades tóxicas muy nocivas para nuestra salud.

Se recomienda lavarse las manos en las siguientes circunstancias:

- Antes de preparar o manipular alimentos
- Antes de comer
- Siempre después de salir del baño (independientemente si se utilizó o solo entró por x o y motivo)
- Luego de bajar de un transporte público
- Seguido de jugar con una mascota

- Siempre luego de manipular o tocar cualquier objeto que guarda relación con sangre, saliva, heces u orina.
- Al llegar a la casa luego de estar en la calle.

Es tal la importancia que se le ha estado llevando al lavado de manos que se declaró que el 5 de mayo es “el día mundial del lavado de manos”.³⁵ La fecha se eligió porque cinco son los momentos del proceso asistencial directo en que el profesional de la salud debe lavarse las manos. Esto fue concebido gracias a Salve vidas: Lávese las manos por parte de la Alianza Mundial por la seguridad del Paciente.

2.1.2.7. Acciones en la región centroamericana para favorecer el lavado de manos

La organización que mostró su interés por este programa de Higiene fue la UNICEF. El 15 de octubre de 2009 marcó en la historia de Centroamérica gracias a sus enseñanzas sobre el cuidado de las manos.³⁶ El Día Mundial de Lavado de Manos es una actividad a nivel internacional que tiene como objetivo inculcar a los niños, jóvenes y adultos sobre la importancia de una excelente higiene en las manos ya que son nuestra herramienta para las actividades que realizamos todos los días. Además de ser un método de enseñanza, tiene como misión educarnos de por qué la importancia de ésta, ya que se puede contraer enfermedades que pueden dañar el cuerpo con enfermedades altamente peligrosas. Ha sido una actividad de muy buenos resultados y ha ayudado a muchas personas a cómo mantener un estado estable de salud. Millones de personas en el mundo participan de esta actividad y las cifras de los participantes siguen aumentando.

2.1.3. Creación de hábitos

2.1.3.1. Qué son los hábitos

Los hábitos son cualquier comportamiento que se repite regularmente, éste requiere de un poco o ningún raciocinio.³⁷ Los hábitos son aprendidos. Esto significa que un hábito es algo que hace una persona que lo repite casi de manera automática sin ninguna planeación.

Según la Real Academia Española, un hábito es “modo especial de proceder o conducirse adquirido por repetición de actos iguales o semejantes, u originado por tendencias instintivas”.

35. UNICEF. *Handwashing Day*. [en línea] Disponible en <<http://globalhandwashing.org/>>

36. Ibid

37. APSICAT. *¿Qué son los hábitos?* 2014 [En línea] Disponible en <http://www.apsicat.com/>>

Entre lo que se incluye en los hábitos, están las actitudes y las acciones. La actitud se define como la inclinación permanente a reaccionar de cierta manera cada vez que se responde a una situación determinada.

Algunos hábitos se convierten en necesidades, precisamente por la frecuencia con la que se realizan. Estas pueden llevar a acciones positivas, productivas y cotidianas, o también a lo contrario de ellas. Los hábitos pueden servir para las siguientes razones:³⁸

1. Reforzar el aprendizaje
2. Desarrollar actitudes
3. Asumir responsabilidades
4. Desarrollar formas de organización

Existen dos tipos de hábitos, los malos y los buenos. Estos dependerán de las acciones positivas que impulsen, pues puede convertirse en virtud o en un vicio.

Hábito Malo: Es el que limita el crecimiento, pues no deja que la persona logre alcanzar un mejor sí mismo. Al principio son atractivos y por ello es que las personas los adquieren fácilmente, especialmente cuando una persona busca la satisfacción de inmediata. Pero en un largo plazo, esa decisión de tomarlo se convierte en un problema, pues puede llegar a situaciones problemáticas y hasta enfermedades graves.

Hábito bueno: al contrario del malo, es el hábito que ayuda a que la persona crezca y se supere a sí misma. Le permite madurar y alcanzar sus objetivos y metas. Comúnmente son los “aburridos” pero sus beneficios a largo plazo compensan el comienzo.

Los hábitos pueden ser eliminados si se construye de la misma forma en que se construyó, paso a paso.

Algunos puntos a tomar en cuenta sobre hábitos positivos son los siguientes:

- Fomentar el desarrollo de metas diarias.
- El dominar las actividades menos placenteras y hacerlas lo más pronto posible.
- Separar por prioridades las actividades urgentes, para realizarlas de primero.

38. APSICAT. *¿Qué son los hábitos?* 2014 [En línea] Disponible en <http://www.apsicat.com/>

Al querer una persona cambiar sus actitudes, tiene una resistencia interna, pues se desarrolla en el cerebro la parte del miedo y la indecisión, pues no dejan que la persona logre tomar las decisiones correctas en su vida.

2.1.3.2. Cómo se forman los hábitos

Como ya se mencionó, los hábitos son aprendidos, es decir que debe existir algo que ocasione esa repetición de la acción. Los hábitos se van moldeando continuamente de acuerdo a las influencias que recibe la persona, como lo que es el hogar, la escuela, el trabajo, amigos, etc. De hábitos es que se crea el estilo de vida de las personas. Llegan al punto donde se vuelven necesidad y son automáticas.

Al final lo que forman los hábitos son actitudes, pues se crean con base en los valores, ideas, sentimientos y experiencias significativas de cada persona.³⁹

2.1.3.3. Cómo fomentar los hábitos de higiene en los niños

Para fomentar los hábitos y costumbres en los niños deben existir ciertas normas y límites, como lo son los espacios físicos de casa, respetar las rutinas y horarios, así como los deberes y derechos de cada miembro de la familia. Más que todo porque el centro de los hábitos son los que se aprenden en casa.

La primera forma de fomentar el hábito son las reglas. Al crear reglas, se crea el camino para cuidar y darles una causa a los niños. Estas reglas no deben ser secretas ni cambiantes, pues siempre se les debe decir claramente al niño para que él sepa a donde tiene ir. Esto es precisamente para evitar que el niño sienta que se le castigó “por nada”, pues no logra comprender su falta y por lo tanto, seguirá realizando dicha acción por la cual se le castigó.

Otra manera de desarrollar un hábito positivo es por medio de la recompensa. El recompensar sistemáticamente las conductas positivas y no atender solamente las conductas inadecuadas es algo que se debe tener muy presente.

Por medio del ejemplo, pues los niños en las cortas edades, aparentan y siguen el “rol” de otra persona. Jugar a ser alguien que no soy es muy común en los niños, pues buscan un ejemplo a seguir y toman las actitudes de éste. Aprovechando este modelo, se puede dar a conocer al niño las distintas actitudes que debería de tener.

39. APSICAT. *¿Qué son los hábitos?* 2014 [En línea] Disponible en http://www.apsicat.com

El ser humano practica ciertas actividades para lograr distraerse, pero realmente el juego abarca la mayor parte de su vida cumpliendo lo mencionado. "El juego infantil es una forma de aprendizaje espontáneo, de ejercitación intelectual, física, social y moral."⁴⁰

Hay que recordar que cuando los niños se aburren, tienden a portarse mal.⁴¹

Entre los juegos que ayudan a los niños a conseguir hábitos están los llamados Juegos de reglas. Estos juegos surgen entre los 7 años y son los que se conservan hasta la edad adulta. Muchas veces son reglas individuales y espontáneas, como el caminar en la orilla del jardín si caerse. Luego, se van asimilando y ya entran los juegos como las canicas, 3 cruces rojas, escondite, etc. De esta manera logra entrenar para el mundo y acatar roles y normas.

Entre otras dinámicas están las herramientas didácticas, que pueden ser láminas, canciones e instructivos para las familias.⁴²

Para desarrollar un hábito sano, es aconsejable las rutinas, estables y claras, y hacerlas cumplir.

2.1.3.4. La importancia del núcleo familiar en el hábito

Precisamente, como los hábitos se adquieren en su mayoría en los primeros años de vida, es la parte donde las personas viven con sus familias. Esta conducción y estímulo que los padres y madres ofrezcan les ayudará a descubrir y crear esos hábitos y valores que serán la base de cómo actuarán el resto de sus vidas.

La familia es el elemento clave en el desarrollo de actitudes, destrezas y aptitudes de los hijos.⁴³ Las madres y los padres son los responsables de introducir las reglas dentro y fuera del hogar, que a la larga, se convierten en hábitos.

La esencia de esta formación es la buena comunicación con los hijos y con la pareja. Si esta no existe, es muy difícil que la familia se oriente en la dirección deseada.

Más que todo, la responsabilidad es lo que debe inculcarse en los hogares, y enseñar la importancia de las cosas.

2.1.3.5. Papel de la escuela en la formación de hábitos de los niños

La escuela como formadora de hábitos es complementaria de la acción de la familia, ya que si un niño recibe en su casa ejemplos de hábitos viciosos, es casi seguro que tenderá a repetirlos, por imitación, y será difícil revertir ese aprendizaje en las pocas horas en las que asiste al establecimiento escolar. Es por ello, que la interacción familia-escuela es tan importante en este sentido. Cuando un niño recibe información incompatible, contradictoria, desde su ámbito familiar, se produce en él una gran incertidumbre. Por ejemplo por qué si en su casa escucha insultos constantemente, en la escuela eso está mal.⁴⁴

40. APSICAT. Juego y crecimiento. 2014 [En línea] Disponible en <http://www.apsicat.com/>

41. INSTITUTO México. Estrategias para promover hábitos, límites y normas en casa. 2010. [En línea] <http://www.slideshare.net>

42. LUZ. Día mundial del lavado de manos. 2003. [en línea] Disponible en <http://salaamarilla2009.blogspot.com>

43. EDUCACIÓN EN FAMILIA. hábitos y familia. 2011 [en línea] Disponible en <http://www.familias.apoclam.org>

44. FINGERMAN. *Los hábitos en la escuela*. 2012. [En línea] <http://educacion.laguia2000.com>

2.2. PROYECTOS DE DISEÑO RELACIONADOS

- **The Global Public Partnership for Handwashing**

Esta campaña comenzó en el 2001 como una promoción del lavado de manos con agua y jabón en madres, cada vez que cambiaran pañales.

Problema:

Las personas se lavan las manos, pero no con jabón, en especial en momentos críticos de contaminación como tras usar el sanitario y antes de manejar alimentos. Esta mala práctica causa diarrea y neumonía, principales causantes de muertes infantiles en el mundo.

DÍA MUNDIAL DEL LAVADO DE MANOS:

Esta campaña global busca mecanizar el lavado de manos con jabón.

Promueve como medios: alianzas público-privadas que promuevan lavado de manos con jabón; comparte evidencia científica de la efectividad y eficacia del lavado de manos con jabón. La campaña es más efectiva argumentando cuidado, comodidad y estatus social más que salud, enfermedad o muerte.

ALIANZAS EN GHANA

En Ghana se dio una estrategia de comunicación entre 2004 y 2006 dirigida a madres y cuidadores de menores de 15 años con el eslogan “Para que tus manos estén realmente limpias, usa siempre agua con jabón”.

Se usó medios masivos de comunicación: dos anuncios de radio y dos de televisión transmitidos durante 6 meses (con mayor intensidad en los primeros 3 meses), implicando que hay “algo en nuestras manos”. Los anuncios se complementaban con posters y carteles colocados en los 110 distritos y 10 capitales del país, así como pines, camisetas, bolsas con logos y jabón.

Se hizo contacto directo con el consumidor: cara a cara, se proveyó información de forma innovadora e interactiva (mediante preguntas y diálogo) en escuelas, centros de salud y comunidades.

También se llevó una campaña de relaciones públicas dirigida a encargados y líderes de opinión, promoviendo suministro de infraestructura para lavado de manos en escuelas y letrinas. Hubo entrevistas en “talk shows” en radio y televisión. Se produjo y distribuyó folletos que señalaba aspectos importantes de la iniciativa.

ALIANZAS EN INDIA

La campaña Lifebuoy Swasthya Chetna, con un kit de demostración llamado Glow Germ, desarrollado por Unilever, consistió en hacer visibles los gérmenes en manos que lucían limpias pero sin ser lavadas con jabón. Su eslogan fue “Visiblemente limpio no es realmente limpio”. Esta campaña fue dirigida a niños en las escuelas del país.

Figura No. 3
Póster de la campaña



Fuente: <http://globalhandwashing.org>
[Consulta: 03/03/14]

UNICEF

Esta organización utiliza el potencial de los niños y niñas como agentes de cambio de conducta en lavado de manos en colegios, familias y comunidades, por medio de clubes de salud ambiental, grupos de teatro y grupos de discusión con estudiantes.

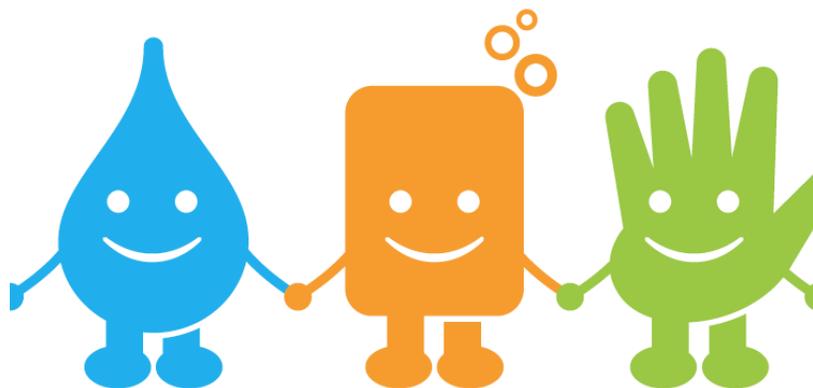
EN PAKISTÁN

El programa Safeguard se comunica con niños mediante un lenguaje comprensible para ellos. Emplea dibujos animados, donde el personaje Commander Safeguard se dirige a los niños dinámicamente. Médicos calificados del programa Safeguard visitan escuelas e imparten clases sobre higiene.

En este video de youtube muestran más información de la misma y de los personajes: <http://www.youtube.com/watch?v=zYOigIXZFQk>

Se inaugura un “Día de la Salud” en el que los niños participan en obras de teatro, debates, competencias de canto, galerías de arte, desfiles y campañas para limpiar la comunidad.⁴⁵

Figura No. 4
Personajes de la campaña UNICEF



Fuente: <http://globalhandwashing.org>
[Consulta 3/3/14]

45. Disponible en: <http://globalhandwashing.org> [Consulta 3/3/14]

Campaña nacional para la mejora de la higiene de manos

Problema

En el mes de abril de 2009 ADECI realiza la Primer Jornada Nacional de Lavado de Manos en adhesión al Primer Desafío Mundial por la Seguridad del Paciente: Un Cuidado Limpio es un Cuidado Seguro. La conferencia de Seguridad y campañas de lavado de manos estuvo a cargo del Dr. José María Pérez-Gallego, Consultor del Área de Tecnología, Servicios de Salud e Investigación de la Oficina Regional OPS/OMS Washington.

En abril del 2010 en la Segunda Jornada Nacional de Lavado de Manos ocho instituciones públicas y privadas de la República Argentina expusieron sus experiencias en la implementación de la Estrategia Multimodal de la OMS. En el contexto de dicha jornada se estimuló a las instituciones participantes a adherir a la campaña propuesta por la OMS y se facilitaron los formularios de inscripción que luego se enviaron al manager del proyecto en Ginebra.

En Septiembre del 2010 se realizó en la Ciudad de Córdoba el X Congreso Nacional y IV Congreso Internacional de Epidemiología, Control de Infecciones y Seguridad del Paciente. En tal oportunidad participó como orador el Líder Mundial para la Campaña Clean Care is Saber Care Prof. Didier Pittet en una conferencia plenaria y work shop acerca de la implementación de la estrategia mundial.

¿Quiénes pueden participar?

Todas las Unidades de Cuidados Críticos y otras unidades que deseen sumarse al proyecto, perteneciente a los Hospitales Públicos y Privados de la República Argentina. Se registrará según el nivel de participación correspondiente.⁴⁶

46. Disponible en: <http://higiene-de-manos.adeci.org.ar> [Consulta 3/3/14]

Figura No.5
Piezas utilizadas para la campaña

SUS 5 MOMENTOS PARA LA HIGIENE DE MANOS



1 ANTES DEL CONTACTO CON EL PACIENTE	<p>Cuándo: Lávese las manos antes de tocar al paciente, cuando se acerque a él.</p> <p>Por qué: Para proteger al paciente de los gérmenes dañinos que se transportan a través de las manos.</p>
2 ANTES DE REALIZAR UNA TAREA ASEPTICA	<p>Cuándo: Lávese las manos inmediatamente antes de realizar un procedimiento limpio/aseptico.</p> <p>Por qué: Para proteger al paciente del ingreso de gérmenes nocivos (incluyendo los propios) durante un procedimiento.</p>
3 ANTES DE REALIZAR UNA TAREA ASEPTICA	<p>Cuándo: Lave sus manos después del contacto con el paciente y/o su entorno inmediato al alejarse de la unidad del paciente.</p> <p>Por qué: Para su propia protección y la del medio ambiente de los microorganismos del paciente.</p>
4 DESPUES DEL CONTACTO CON EL PACIENTE	<p>Cuándo: Lávese las manos inmediatamente de la exposición real o potencial a fluidos corporales (luego de quitarse los guantes).</p> <p>Por qué: Para su propia protección y la del medio ambiente de los microorganismos del paciente.</p>
5 DESPUES DEL CONTACTO CON EL ENTORNO DEL PACIENTE	<p>Cuándo: Al salir, lave sus manos después del contacto con cualquier elemento, objeto o mueble de la unidad del paciente, aunque Usted no haya tenido contacto con el paciente.</p> <p>Por qué: Para su propia protección y la del medio ambiente de los microorganismos del paciente.</p>



Fuente: <http://higiene-de-manos.adece.org.ar>
[Consulta: 3/4/2014]

Figura No. 6
Logotipo Manos Seguras



Fuente: <http://www.amepreventiva.es>
[Consulta: 3/4/2014]

Manos seguras (Madrid)

Problema:

Según una muestra europea, 1 de cada 20 pacientes hospitalizados sufre infecciones relacionadas con atención sanitaria; en países en desarrollo, el riesgo es 2 a 20 veces mayor. La mala higiene de manos en personal sanitario es señalada como causa de aparición de brotes de microorganismos.

Estrategia:

El Servicio Madrileño de Salud coordina una estrategia de despliegue de higiene de manos en seis fases: Preparación, Análisis y Diagnóstico, Puesta en Marcha, Refuerzo, Evaluación y Aprendizaje y Mejora.

En la fase de Preparación, se designa un responsable de higiene de manos para liderar la estrategia en la gerencia y se constituye un grupo coordinador. Se identifica individuos y grupos clave y se adapta el documento de la estrategia a la realidad de cada gerencia o centro.

En la fase de Análisis y Diagnóstico, se obtiene información sobre percepción y conocimientos y sobre recursos y procedimientos; se efectúa un análisis de los datos.

En la fase de Puesta en Marcha, se facilita puntos de higiene de manos con dispensadores de jabones, soluciones y toallitas de papel. Se realiza actividades divulgativas y de sensibilización por medio de material gráfico, se crea espacios específicos en el sitio Web de la institución, se

promueve actos y se realiza estrategias de comunicación. También se realiza actividades de formación en cascada.

En la fase de Refuerzo, los encargados coordinan periódicamente intervenciones formativas, actos de sensibilización y reuniones de seguimiento. Los encargados se apoyan en recordatorios periódicos para el refuerzo.

En la fase de Evaluación, se realiza encuestas y se mide indicadores de estructura, de proceso y de resultado.

En la fase de Aprendizaje y Mejora, se organiza reuniones periódicas con equipo directivo, se forma grupos de trabajo con profesionales, se hace revisiones, recomendaciones e intercambios con otros centros y se propone actuaciones de mejora de la estrategia.

Todas las fases de la estrategia están comprendidas en un material de apoyo en CD proveído por el Servicio Madrileño de Salud.

McDonald's formas creativas

Sobre esta campaña no existe tanta información pero, la realizó para lavado de manos y utensilios en restaurantes McDonald's.

Elaboración de diseño e ilustraciones donde se muestra el paso a paso de como lavarse las manos y el lavado de utensilios en todos los restaurantes McDonald's.

HOPE SOAP

Young and Rubicam Sudáfrica es una agencia de publicidad que ha obtenido recientemente el premio de Cannes por su campaña de Jabón de la Esperanza (Hope Soap). La campaña fue reconocida por su mensaje destinado a la Salud Pública.

La campaña Hope Soap se creó para promocionar la higiene entre los niños. Para eso crearon una pastilla de jabón con un juguete en su interior, para cuanto más uso se le dé al jabón, más rápido se llega al juguete. Los jabones están fabricados en colores llamativos y semitransparentes así que el juguete se puede ver en su interior. El reto es animar a los niños a lavarse las manos para desgastar la pastilla y conseguir el premio.

Figura No. 7
Mc Donald's artes



Fuente: <http://formas-creativas.blogspot.com>
[Consulta: 3/4/2014]

Figura No. 8
Hope Soap



Fuente: <http://www.pequesymas.com>
[Consulta: 3/4/2014]

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. MÉTODO

Para encontrar la información necesaria para este proyecto, se decidió implementar el método deductivo. Este método es la segunda rama de los métodos para la investigación científica, y parte de la rama del enfoque cuantitativo. El método implica la utilización de encuestas, experimentación, patrones de relaciones entre variables, preguntas e hipótesis y recolección de datos. Dentro de este enfoque “usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento.”⁴⁷

3.2. POBLACIÓN

Población 1: Director General de la escuela

La directora general de la Guardería Evangélica Casita Benjamín por el nivel específico de conocimiento de su institución, el personal y los alumnos que asisten a la guardería. Debido a que es la directora y quien sabe cómo se manejan el sistema educativo dentro de la escuela en general. Ella es quien está más en contacto con los familiares de los niños y puede hablar como observadora.

Población 2: Maestras que dan clases en la escuela

La población de maestras que imparten las clases dentro de la Guardería Evangélica Casita Benjamín por su nivel específico de estudio de magisterio que brindarían sus conocimientos sobre como aprenden los niños mucho más específico, pues son quienes están en contacto directo todo el día con los niños. Además, son quienes nombrarían causas más específicas de sobre los niños que influyan directamente con sus hábitos de higiene. Ellas son cuatro maestras que dan clases a los niños de cuatro a seis años de edad.

Población 3. Niños que asisten a la escuela .

Los niños de kínder, párvulos y preparatoria de la Guardería Evangélica Casita Benjamín que comprenden las edades de cuatro a seis

años de edad. Se eligió a esta población por que son quienes presentan el problema de manera directa, pues no siempre se lavan las manos después de ir al baño o antes de comer. Ellos son cuarenta y ocho niños quienes asisten a la escuela entre los tres grados mencionados.

Población 4. Expertos en el campo de psicología en la zona

La población de expertos en psicología, ubicados en el Centro de Salud zona 3 de Guatemala. Se les preguntará a estos expertos por su conocimiento en el comportamiento de los niños y conocer su opinión sobre las causas de porque los niños no se lavan las manos y profundizar cómo sus hábitos y vida puede influenciar sobre ello. Existe únicamente un experto en psicología dentro de Centro de Salud zona 3.

Población 5. Expertos en el campo de medicina en la zona

Se tratará los expertos en medicina, ubicados en el Centro de Salud zona 3 de Guatemala. Se les preguntará a estos médicos por su conocimiento en la salud e higiene de los niños y para que aporten con su opinión del porqué es que estos niños no realizan sus hábitos de higiene. El Centro de Salud zona 3 congrega a ocho médicos, seis en la mañana y dos en la tarde. Una de ellos es pediatra.

Población 6. Padres de familia que asisten a la escuela

Los padres de familia de los niños de cuatro a seis años que asisten a la Guardería Evangélica Casita Benjamín. Se escogieron los padres por su nivel de experto en ser padres de los niños quienes se ven afectados por la falta de higiene en las manos, específicamente en la formación de los niños y quienes crean los hábitos o siguen los hábitos de los niños en el hogar. Si se calcula que cada niño un padre lo llega a dejar a la escuela, serían un total de cuarenta y ocho padres de familia.

Población 7. Encargado de proyectos del Ministerio de Educación

Persona profesional encargada de los proyectos que realiza el Ministerio de Educación de Guatemala. Esta persona sabe los proyectos que se están realizando, los que se tienen en plan y los que han ocurrido en las diferentes áreas de Guatemala. Se consultará a esta persona para conocer los proyectos que tengan en marcha sobre la higiene y si hay alguno sobre el lavado de manos.

47. HERNANDEZ, FERNANDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación del analisis familiar para inculcarse en los hogares, y enseñar la importancia de las cosas. presente. ser seón.* P 5

3.3. MUESTRA

Población 1: Director general de la escuela

Al tomar en cuenta que la población es de una persona, se determinó que la muestra determinada será esa misma persona. La Directora General se llama Licenciada Loyda de Monroy y está en la Guardería de lunes a viernes en horario diurno.

Población 2: Maestras que dan clases en la escuela

Dado que son únicamente cuatro maestras las que imparten clases en la escuela, se les pasará el instrumento a las cuatro maestras. Ellas son las que a continuación se presentan:

Eugenia Cabrera – Magisterio
Daniela Rivera – Magisterio
Claudia Ruiz – Magisterio
Irma Sacalxot – Magisterio

Población 3. Niños que asisten a la escuela

Tomando en cuenta que la población de niños es de cuarenta y ocho, se determinó que la muestra a usar serían los mismo cuarenta y ocho niños.

Población 4. Experto en el campo de psicología en la zona

La población de expertos en psicología, ubicados en el Centro de Salud zona 3 de Guatemala. Se le eligió por su conocimiento en el comportamiento humano, por lo que se le pedirá información valiosa sobre los niños de la zona 3. La experta es la Licenciada Trinidad López.

Población 5. Expertos en el campo de medicina en la zona

Se tratará los expertos en medicina, ubicados en el Centro de Salud zona 3 de Guatemala. Se les preguntará por su conocimiento en la salud y las consecuencias del hábito de los niños de la zona. Considerando que son seis doctores lo que entran en la posibilidad de poder entrevistar, la muestra serán seis doctores, incluyendo a la psicóloga. El nombre proporcionado es el de la Dra. Claudia Acután, que es la pediatra del lugar.

Población 6. Padres de familia que asisten a la escuela

Los padres de familia de los niños de cuatro a seis años que asisten a la Guardería Evangélica Casita padres, serían un total de cuarenta y ocho padres de familia, por lo que se ha decidido abarcar a estos cuarenta y ocho padres.

Población 7. Encargado de proyectos en el Ministerio de Educación

Se consultará a la persona encargada de proyectos del Ministerio de Educación. La población es de una sola persona por lo que se tomará a esa única persona. El encargado de proyectos en el ministerio de educación es el Lic. Héctor Flores. Supervisor Educativo- Tel: 5858 – 9144 2206 – 7400 ext. 112

3.4 INSTRUMENTOS

Instrumento 1: Director general de la escuela

El primer instrumento va dirigido a la directora general de la escuela, la Licda. Loyda de Monroy. El instrumento es una guía de entrevista que utilizará como técnica la entrevista estructurada. La guía de entrevista abarca 4 temas con 3 preguntas abiertas que ayudarán a especificar el tema a contestar parte de los objetivos de esta investigación. El primer tema discute las causas de la falta de higiene en los niños, donde se pretende encontrar las causas que influyen en que los niños no se laven las manos. El segundo tema aborda los hábitos y abarca el cómo la escuela influye en los hábitos de higiene de los niños. El tercer tema es sobre los niños, que brinda información general de las actividades que realizan sus padres con respecto a la atención de sus hijos. El cuarto tema trata los proyectos que se desarrollen por parte del gobierno dentro de la escuela apoyando el lavado de manos.

La entrevista se encuentra en el *Anexo 1. Entrevistas y encuestas – Directora*

Instrumento 2: Maestras que dan clases en la escuela

Este instrumento se dirige a las maestras que imparten clases dentro de la escuela. Ellas son Eugenia Cabrera, Daniela Rivera, Claudia Ruiz e Irma Sacalxot. El instrumento es una guía de entrevista que utiliza como técnica la entrevista estructurada. La guía de entrevista abordará dos temas a nivel macro, siendo ellos la causa de la falta de higiene, enfocada a por qué los niños no se lavan las manos y las acciones que

han realizado para lograrlo; el segundo tema sobre los hábitos y como la escuela influye sobre este hábito. Con la ayuda de este instrumento se logrará una opinión importante por parte de las personas que están con contacto con los niños todo el día.

La entrevista se encuentra en el *Anexo 1. Entrevistas y encuestas - Maestras*

Instrumento 3. Niños que asisten a la escuela

El instrumento va dirigido a los niños que asisten a la escuela. Los niños comprenden las edades de 4 a 6 años por lo que se eligió pasarles un instrumento de cuestionario en donde la técnica a utilizar será la encuesta, debido a que los niños aún están comenzando a aprender a escribir y se necesita eficiencia en tiempo. El cuestionario consiste en 9 preguntas, donde 8 preguntas traen 3 opciones, siendo estas Si, No o A veces; y una abierta donde se les pregunta lo que piensan sobre el lavado de manos. Con este instrumento se podrá encontrar si los niños saben la importancia del lavado de manos y si lo practican, o es por falta de seguimiento en casa el cual causa que no se laven las manos.

La entrevista se encuentra en el *Anexo 1. Entrevistas y encuestas - Niños*

Instrumento 4. Expertos en el campo de psicología en la zona

El instrumento que se les pasa a esta población será una guía de entrevista, siendo la técnica una entrevista estructurada. La guía de entrevista consiste en 3 preguntas abiertas donde se desarrollará al ambiente del niño y los hábitos de higiene. Con este instrumento se pretende encontrar la opinión de un experto en ver la psicología del niño con referencia y aceptación a los hábitos.

La entrevista se encuentra en el *Anexo 1. Entrevistas y encuestas - Psicólogos*

Instrumento 5. Expertos en el campo de medicina en la zona

Este instrumento que se desarrollará a los doctores del Centro de Salud de la zona 3, con el fin de obtener la opinión de expertos sobre el tema de la higiene de los niños. El instrumento consiste en una guía de entrevista donde la técnica a utilizar es la entrevista. La guía de entrevista consiste en 2 preguntas abiertas que conlleva a los temas sobre

la importancia del lavado de manos desde el punto de vista médico y por qué cree que los niños no realizan estos hábitos según su experiencia.

La entrevista se encuentra en el *Anexo 1. Entrevistas y encuestas - Médicos*

Instrumento 6. Padres de familia que asisten a la escuela

El instrumento que se pasará a los padres de los niños que asisten a la escuela será un cuestionario donde la técnica a utilizar será la encuesta. Este cuestionario consiste en 8 preguntas donde 6 de las respuestas es de opción múltiple de entre 2 opciones o 3 opciones. Las preguntas 7 y 8 son abiertas en donde se planea obtener la opinión de los padres de familia de que existan proyectos que se trabajen con sus hijos. El encuestar a los padres permitirá dar un panorama de los hogares y la educación en casa, y lograr determinar si lo que se tiene es falta de educación o falta de recursos.

La entrevista se encuentra en el *Anexo 1. Entrevistas y encuestas - Padres*

Instrumento 7. Encargado de proyectos en el Ministerio de Educación

Se presentará un instrumento para el encargado de proyectos del Ministerio de Educación para encontrar los proyectos que se estén llevando a cabo sobre el tema en la actualidad. El instrumento consiste en una guía de entrevista, por lo que se utilizará la técnica de entrevista para encontrar lo que se planteó en el objetivo. La guía de estructurada cuenta con 3 preguntas que llevan a encontrar proyectos sobre el lavado de manos en la zona o institución y el cómo estos se han desarrollado.

La entrevista se encuentra en el *Anexo 1. Entrevistas y encuestas - Encargado de proyectos del ministerio de educación.*

3.5. PROCEDIMIENTO

Para realizar los primeros tres instrumentos, la llamada para pedir cita se explicará que se pretende estar toda la mañana desarrollando entrevistas y encuestas a las distintas poblaciones de escuela.

Instrumento 1: Director General de la escuela

Para llevar a cabo esta entrevista, se pedirá una cita con la directora la Licda. Loyda de Monroy una semana de anticipación. Se llegará en carro a la escuela alrededor de las 9 de la mañana. Para la entrevista se pedirá el poder grabar la entrevista por medio de un celular y se grabará toda la conversación para no perder puntos importantes de la misma. Se espera que la cita no se prolongue más de 30 minutos para no retrasar a la directora con sus labores diarios. Terminada la entrevista y aclarando los temas recibidos, se le agradecerá a la directora por su atención y se procederá a analizar la información recolectada en la entrevista realizada.

Instrumento 2: Maestras que dan clases en la escuela

Realizada la entrevista con la directora, se procederá con las maestras, llamándolas uno por uno con la ayuda de la secretaria de la escuela. La entrevista de igual manera se grabará, pidiendo permiso de la persona, con un celular. Concluida la entrevista, que se espera que no dure más de 10 minutos por persona, se agradecerá a todas las maestras y a la secretaria por su ayuda.

Instrumento 3. Niños que asisten a la escuela

Para encuestar a los niños, se pedirá el permiso para entrevistar a uno por uno afuera de los salones de clase para poder contestar con ellos cada uno de las preguntas y escuchar su opinión de la pregunta abierta. Para esta no se grabará cada una de las encuestas, pues todas se irán apuntando en el papel donde trae la encuesta. Cada niño terminar la encuesta, podrá regresar a su clase y llamar al siguiente. Si el tiempo no llegase a alcanzar para todos los niños, se pedirá una segunda cita para abarcar a los que no se logró encuestar.

Instrumento 4. Expertos en el campo de psicología en la zona

Para entrevistar a esta persona experta, se llamará al Centro de Salud para pedir el día con mayo conveniencia de la psicóloga y que se adecúe con el horario de clases del estudiante. Seguido de ello, se llegará al lugar y se encontrará a la persona para realizar la entrevista. Precisamente por el vocablo del experto, se pedirá que se pueda grabar la

entrevista para no perder puntos importantes de la entrevista. Se realizará una entrevista de máximo 30 minutos, se le agradecerá a la persona al terminar.

Instrumento 5. Expertos en el campo de medicina en la zona

Para entrevistar a esta persona experta, se llamará al Centro de Salud para pedir el día con mayo conveniencia de la psicóloga y que se adecúe con el horario de clases del estudiante. Seguido de ello, se llegará al lugar y se encontrará a la persona para realizar la entrevista. Precisamente por el vocablo del experto, se pedirá que se pueda grabar la entrevista para no perder puntos importantes de la entrevista. Se realizará una entrevista de máximo 30 minutos, se le agradecerá a la persona al terminar. Si no se puede hacer de esta manera, se solicitará el mail de la persona o el número de teléfono persona y hacer la entrevista por uno de estos medios.

Instrumento 6. Padres de familia que asisten a la escuela

Para pasar este instrumento, se realizarán 60 copias de la encuesta y se le dejarán a la escuela, donde se les pedirá si se adjunten la encuesta con el niño para que la regresen al día siguiente. Esto se considera porque al ser la muestra de 48 niños, 60 impresiones se pueden requerir si algún padre la extravía o se necesita una adicional. Se preguntará tras una semana el avance de las encuestas para evaluar si se debe cambiar de método. Si ya están avanzadas, se recogerán las encuestas en una segunda visita.

Instrumento 7. Encargado de proyectos en el Ministerio de Educación

Este instrumento se logrará por medio de la obtención del contacto directo con la persona. La entrevista será de manera telefónica y se le preguntará a la persona si se le es más fácil responder vía telefónica o vía email. Ya dependiendo de ello se ejecutará la acción y luego se procederá a analizar los datos.

4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de los instrumentos planteados con anterioridad. La forma en que se muestran dichos resultados, es por orden de instrumento, donde se presenta, en el caso de la guía de entrevista, un resumen por temas de las entrevistas realizadas para ese instrumento, seguido por un análisis donde se confronta la información con el marco teórico. En el caso de las encuestas, se muestra la gráfica que corresponde a cada pregunta seguido por el análisis que corresponde a cada gráfica.

4.1. INSTRUMENTO 1

Entrevista a directora de la escuela. *(Anexo 2. Entrevista con directora)*

El instrumento 1 presenta el resultado de la guía de entrevista realizada a la directora de la escuela. Se trató cuatro temas con ella, los cuales se presentan a continuación.

- **CAUSAS DE LA FALTA DE HIGIENE:** Para la directora de la escuela las causas de que los niños no se laven las manos se engloban en tres factores: la primera la ausencia de un modelo en casa que lo ejecute, la falta de agua en casa y el tercero es que los centros de educación no motivan a los niños lavarse las manos con frecuencia. Para ella la que tiene un mayor peso es la falta de modelo en casa, pues es ahí donde se concentran los valores y hábitos básicos de los niños.
- **HÁBITOS:** La directora habló sobre ese modelo que no enseñe al niño este hábito de higiene. Ella menciona que para que un niño realice lo que se le pide, se debe acompañar al niño a realizar la acción, revisar que la haga y explicarle el porque la realiza. Pero llegan los casos donde los niños no lo realizan, entonces es cuando el adulto debe ser creativo y mostrarle este hábito de lavarse las manos como algo divertido que pueden realizar cada vez que lo amerite.
- **SOBRE LOS NIÑOS.** La directora menciona que los niños pasan, hasta un 60% de ellos, en la escuela, porque sus papas no están en casa. En otras ocasiones, los niños los recogen a la hora de salida (12 p.m.) pero no son sus padres quienes los recogen sino algún familiar.

Esto evidencia que los niños no están constantemente atendidos por sus padres ni tienen la atención suficiente para enseñarles estos hábitos importantes. Precisamente esto ocurre porque los padres se encuentran todo el día trabajando.

- **PROYECTOS:** Respecto a los proyectos que se emprenden en la escuela, ninguno es con el Ministerio de Educación ni con el Centro de Salud de la zona 3, con respecto a la higiene y menos el lavado de manos. Ella menciona que lo que sí hay es jornada de vacunación, la cuales se realizan cuando las enfermedades ya están ocurriendo. Además, mencionó que sería bueno que alguna de ellas realizara este tipo de campañas o jornadas de higiene porque es la prevención y un hábito que se debe promover.

Al analizar la información, se puede ver que la información que la directora proporcionó con respecto a los hábitos de higiene concuerda con la información encontrada en la investigación teórica realizada. Precisamente, el hecho que no exista ese modelo de padre o en la escuela que enseñe los hábitos y le promueva los mismos por medio de metas diarias y reglas. Precisamente esto lo contesta la directora, indicando que los padres trabajan todo el día, por lo que no se encargan por completo de sus hijos. Además, se puede notar que dentro de los hábitos de los niños, según el Instituto Mexicano mencionado en la investigación, que se debe realizar en un modo que el niño lo vea como un juego y aprenda la importancia de los mismos, algo que la directora está de acuerdo.

La directora señala que en la actualidad el Centro de Salud no realiza jornadas de lavado de manos, pues solo hacen jornadas de vacunación cuando las enfermedades se han proliferado a nivel nacional. Junto con esto, el ministerio de educación tampoco realiza apoyo con respecto a la educación de la higiene en los niños. Esto es una desventaja pues el presupuesto no lo estaría dando el gobierno o ventajas que pueden brindar entidades como estas.

4.2. INSTRUMENTO 2

Entrevista con las maestras de la escuela. *(Anexo 2. Entrevista con Maestras)*

El instrumento 2 presenta el resultado de la guía de entrevista realizada a las maestras de la escuela. Se trataron 2 temas con las maestras, los cuales se presentan a continuación en el resumen de las entrevistas realizadas.

- **CAUSAS DE LA FALTA DE HIGIENE:** De acuerdo con las maestras dentro de la escuela, los tipos de causas por lo cual los niños no se laven las manos son las siguientes: la primera es porque no existe un hábito que venga desde casa, por ende, en la escuela no se las lavan. Precisamente esta ocurre debido a la mala educación que poseen los padres, que tampoco se las laven. Otra causa es la falta de atención de los padres. Esta no solo es porque estén todo el tiempo trabajando y no logren prestar atención constante a la creación de este tipo de hábitos sino que también puede darse por la dejadez de los mismos padres en la educación en estos aspectos básicos. Finalmente mencionan esta falta de higiene como que las familias son de escasos recursos. Para esta última hay dos opiniones, quienes dicen que no tienen en caso extremo, agua en casa, y la otra, de que al tener escasos recursos, lo usan como excusa para su falta de educación en el hábito. Una opinión mencionaba que es también porque desconocen la importancia sobre el hábito.
- **HÁBITOS:** Las maestras mencionan que los niños no logran aprender este hábito porque no existe ese seguimiento en casa. En casa no se los enseñaron y cuando van a la escuela sí se los enseñan pero de nuevo en casa ya no lo vuelve a hacer. Además otra barrera para este hábito es que los mismos padres no envían los materiales para que los niños puedan tener su higiene en el colegio. En este caso es porque en la escuela, se pide a cada niño que les manden una toalla, pasta y cepillo, comúnmente no las mandan. Otro caso que mencionan es porque no son los padres quienes ven a los niños, sino algún otro familia, o incluso porque todo lo hacen a la carrera porque tienen que irse a trabajar. Al final lo que termina pasando es que las maestras son las que comienzan a generar el hábito en la escuela, por medio de canciones que ellas mismas se inventan, también les explican a los niños por qué se las deben lavar, diciéndoles cosas como “lávate las manos porque después te va a doler la panza”. Esto con el objetivo de hacer el lavado de manos en una forma mucho más dinámica, alegre, enseñándoles los pasos poco a poco y presentando como creación de Dios que deben mantenerse limpios. Al mencionar los “cartelitos” ellas se mostraron positivas, pues creen que es una buena idea en el cual el niño puede asociarlo como recordatorio al estar en el baño.

Con las respuestas dadas por las maestras de la escuela, se puede ver que concuerdan con las respuestas de la directora en algunas causas de la falta de higiene. Ambas mencionan por factor común que no hay en casa quien vea porque el niño realice también el hábito de

higiene. Además, ambas opiniones concuerdan que la falta de recursos en algunos hogares pueden influir en estas conductos, por lo que debe de considerarse al momento de brindar una solución. Viendo que estas causas son las más fuertes en el ambiente escolar, se puede deducir que donde falta la educación es en casa y se debe de alguna involucrarla.

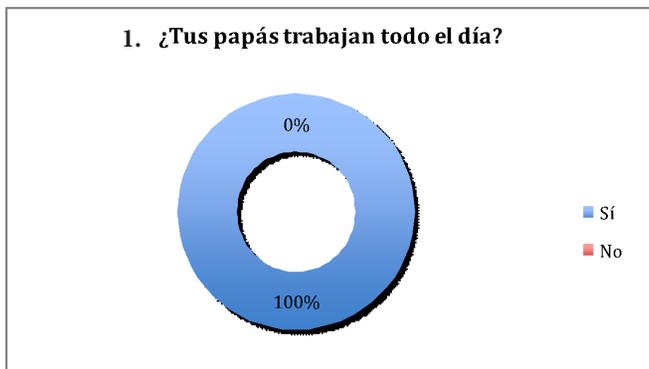
Respecto a la formación de hábitos, las respuestas han cambiado comparadas con la directora. En ella se puede ver que las maestras indican que los hábitos no se dan por la falta de seguimiento en casa al olvidar los materiales que los niños necesitan para realizar su higiene en la escuela. Es por ello que las maestras se han visto a la tarea de ellas crearles el hábito. Las entrevistas han soportado lo que la investigación menciona sobre las conductas en casa se repiten en la escuela, y viceversa, pero hay una línea que se rompe por lo cual los hábitos de escuela no van a casa. Esto demuestra la importancia de la escuela para la creación del hábito, pues debe crear lo que en casa no se creó y de alguna manera llevarlo a casa.

4.3. INSTRUMENTO 3

Encuesta a los niños que asisten a la escuela

El instrumento 3 es un cuestionario que se le pasaría a los niños de la escuela. Inicialmente la muestra era de 48 niños, pero debido a la inasistencia de algunos niños a la escuela el día que se consiguió la cita para las encuestas, se obtuvieron los resultados de 38 niños. A continuación, se muestran los resultados por cada pregunta seguido por su análisis.

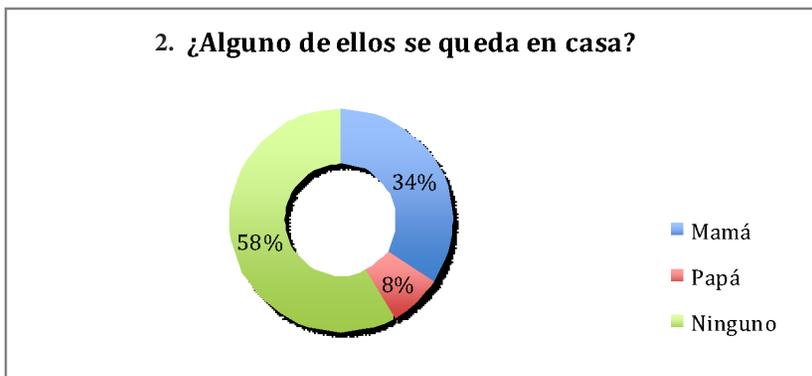
Gráfica 1



Fuente: Propia

Esta gráfica corrobora la información anteriormente mencionada por las maestras y la directora de la escuela. Los padres de los niños se encuentran trabajando todo el día por lo que no pueden prestarle la atención necesaria a los niños para que ellos puedan crear buenos hábitos de higiene.

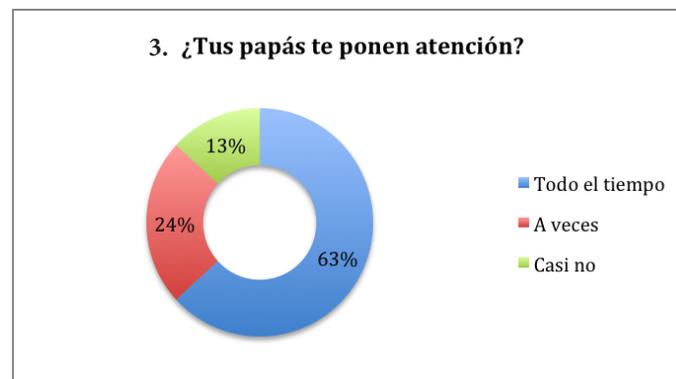
Gráfica 2



Fuente: Propia

El hecho de que los padres no se queden en casa demuestra que si el niño regresa a casa, se quedaría solo. Entre las respuestas que dieron los niños estaba que quien se queda es un pariente, pero eso no significa que esté a cargo de su educación directamente. Además se puede ver que un alto porcentaje la madre aún se queda en el hogar, pero muchos niños mencionaron de que se queda trabajando en casa. Esto también significa que si el niño se queda en casa, la madre no estará pendiente de lo que él haga pues se encuentra ocupada. Esto se verá claramente reflejado, en la forma de aprender sus hábitos de higiene.

Gráfica 3



Fuente: Propia

Esta respuesta muestra la forma que los niños perciben la atención de sus padres. A pesar de que ya se vio que los padres trabajan todo el día, la mayoría de los niños si se sienten bien atendidos por sus padres, aunque el número de niños que no aún es bastante alto. Esto demuestra que varios niños confirman que el hecho que sus padres no estén en casa o estén muy ocupados descuidan la educación de los niños, por ende los hábitos no se pueden reforzar si el padre no está con ellos o necesitan más atención de la que ellos pueden darle.

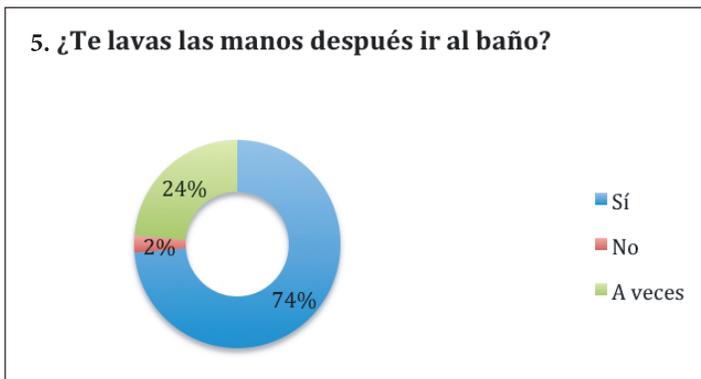
Gráfica 4



Fuente: Propia

Esta pregunta era abierta, pero las respuestas fueron casi las mismas, por lo cual de igual manera se hizo gráfica. Viendo la gráfica se puede deducir que los niños se les ha enseñado únicamente el hábito por obligación y no explicar el porqué, o al menos los niños no lo han entendido. Según la investigación, los hábitos en un niño se deben crear enseñando el por qué del hábito, por lo cual es necesario hacerlos comprender que las bacterias en sus manos les pueden provocar enfermedades.

Gráfica 5

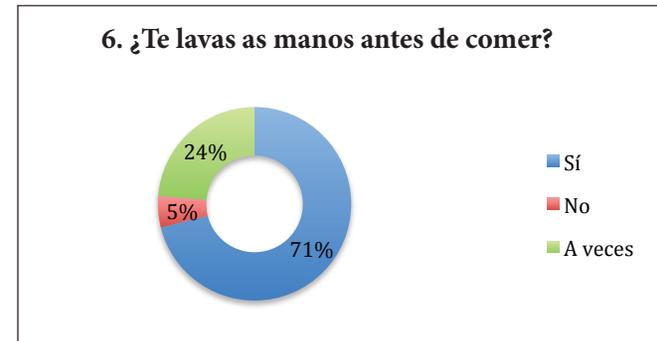


Fuente: Propia

Examinando lo que muestra la gráfica, la mayoría de los niños si ha aprendido la acción, aunque de igual manera el porcentaje que no se las lava siempre aún es alto considerando que la escuela trata de reforzar estos hábitos. Si estos resultados siguen ocurriendo es porque el método

aún no logra que todos los niños aprendan que se deben de lavar después de ir al baño las manos por las bacterias que involucran las heces. Esto se puede ver muy influenciado por lo que las maestras y la directora ya mencionaron acerca de la falta de seguimiento en casa respecto al mismo hábito. De igual manera el porcentaje que si se las lava, si aún se sigue enfermando es porque puede que los niños si se las laven, pero no se las lavan bien.

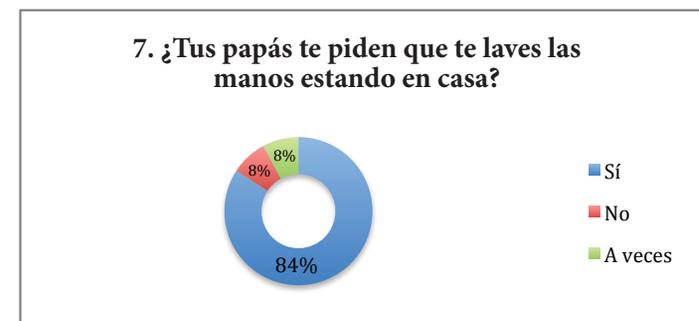
Gráfica 6



Fuente: Propia

El resultado entre los que se lavan después de ir al baño y los que se lavan antes de comer ha variado ligeramente, pero viendo que el resultado de antes de comer es mucho menor, debe de ser porque aún no se les ha terminado de explicar a los niños la importancia de que sus manos deben de estar limpias porque se va a ingresar algo al cuerpo y va directo al estómago el cual es sensible. El resultado de los que a veces realizan el hábito se mantiene, así que puede ser un descuido también del niño pero se debe fomentar que esto no suceda.

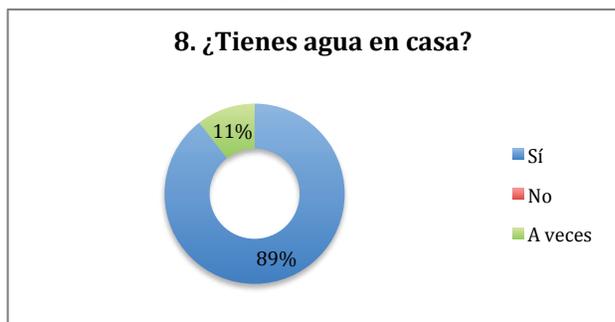
Gráfica 7



Fuente: Propia

Esta es una respuesta que llega a contrastar lo que la directora y las maestras mencionan. Si las causas es que los padres no les prestan atención a sus hijos y no le dan seguimiento a los hábitos, ¿Cómo es que los niños mencionan que los padres si les recuerdan que se deben de lavar antes de comer? Esto puede tener varias respuestas, puede ser que el padre sí les diga a los niños que lo haga pero por esa falta de atención que le tiene, no observa que el niño realice el hábito, como lo menciona la directora durante su entrevista. La otra opción es que el hábito de lavarse esté malo y no se lavan adecuadamente por lo cual las bacterias siguen en sus manos. De igual manera puede que la falta de recursos los lleve a no tener el material necesario para realizar un lavado de manos correcto.

Gráfica 8



Fuente: Propia

Con esta respuesta se puede ver que no hay un impedimento grande en el lavado de manos, pues todos llegan a tener agua en sus casas o al menos la mayor parte del tiempo. Con esto se descarta que no se laven las manos por falta de agua en casa, pues si lo tienen, deben por educación tomar el hábito de higiene de las mismas. Esto demuestra que es en su mayoría la falta de educación en la familia.

Gráfica9



Fuente: Propia

Este resultado vuelve a contrastar, pues si en casa si tienen agua y si tienen jabón, entonces realmente es la falta de educación y el mal lavado lo que hace que los niños no se laven las manos antes de comer y después de ir al baño. Se puede descartar por completo esta causa a pesar de que un pequeño porcentaje no utilice jabón porque deja abierta la opción de que no lo use porque no tiene la costumbre.

4.4. INSTRUMENTO 4

Entrevista con experto en psicología. (Anexo 2. Entrevista con psicólogos)

El instrumento 4 presenta el resultado de la guía de entrevista realizada a la psicóloga del Centro de Salud de la zona 3. Se trató dos temas con ella, los cuales se presentan a continuación.

- Importancia del lavado de manos. Para la experta en psicología, la importancia del lavado de manos reside en la preservación de la salud de las personas y poder mantener esa salud al evitar todo tipo de infecciones que se pueden transferir en las manos.
- Hábitos de higiene. La experta menciona que los hábitos de higiene no se han formado debido a que no se les ha formado el hábito de higiene. Además, porque existen los niños que por desobediencia no toman este hábito.

La psicóloga menciona un dato interesante sobre la creación de los hábitos, este es que los hábitos se adoptan después de la veintiuna vez que se le repite al niño que la debe de hacer y la realice. Además, los niños menores de 9 años, deben ser acompañados con sus padres a realizar la acción para que se aprenda correctamente este hábito. Por otro lado, para los niños que son “rebeldes”, se les puede impulsar el hábito de higiene por medio de los premios. Pero para evitar el que el niño lo haga únicamente por el premio, se debe plantear una meta, la cual se hace paso a paso para poder alcanzarla y los padres deben intervenir en todo momento.

Para la psicóloga, los hábitos se deben de adquirir y enseñar en la escuela. Luego se debe seguir en la casa. El problema es cuando se rompe este puente entre la casa y la escuela. Precisamente porque en casa tampoco se tiene ese hábito.

Al momento de enseñar el hábito, se debe explicar al niño del por qué se lava. También, ella menciona otra nueva ocasión para lavarse las manos, la cual es antes de ir al baño, precisamente porque la mano va a tocar una parta íntima y limpia del cuerpo con los gérmenes del exterior. Obviamente también lavarse después de comer.

Con los antibacteriales, la psicóloga comenta que ella no se fía mucho de ellos, pues el agua y el jabón son excepcionales. En todo caso, el antibacterial se debe utilizar por las personas que sí tienen ese hábito de lavarse las manos, pues si no, solo contribuye a fijar las bacterias en las manos.

Analizando la información proporcionada por la psicóloga, se puede ver que concuerda con la opinión de las maestras y de la directora, pues los niños no tienen el hábito formado. Ella también da una segunda opinión la cual habla de los niños desobedientes, la cual es una nueva opinión que puede acompañarse de la falta de educación en el hogar. La opinión de esta experta tiene varios factores importantes que ayudarían en la elaboración de la solución pues habla mucho de cómo los niños y su conducta afectan su aprendizaje y fueron consejos que se deben contar al momento de realizarla. Es importante resaltar el hábito de la limpieza de manos antes de ir al baño, por las razones explicadas por la experta, pues una opinión valiosa que nadie hasta ahora la había mencionado y tampoco se encuentra en la investigación realizada.

4.5. INSTRUMENTO 5

Entrevista con expertos en medicina. (Anexo 2. Entrevista con médicos)

- **Importancia del lavado de manos:** Según los expertos entrevistados, el lavado de manos tiene importancia en que es medida preventiva, pues evitan la transmisión de enfermedades infectocontagiosa, así como otras enfermedades prevenibles. Incluso para ellos es una precaución entre pacientes, como las uñas cortas y limpias. Entre una de estas enfermedades, cabe resaltar la Diarrea, pues llega a matar niños. Varias de las enfermedades infectocontagiosas son las principales causas de morbilidad en el país.
- **Los niños y el lavado de manos:** Para los médicos, uno de los principales factores de que los niños no se laven las manos es la falta de educación por parte de las madres y los padres de los mismos. Esta puede ser ya sea porque carecen de agua o no tienen recursos en sus casas o porque ellos mismos no tienen ese hábito y por ende no los enseñan. En un caso muy extremo, mencionan que es porque los padres no les importa el adquirir este hábito, pues si se enferman, tienen el centro de salud en donde irse a curar, y gratis. Es así como es que saben pero no lo hacen. Otra opinión es que los padres no le prestan atención a este hábito necesario.

Los expertos opinan que este hábito debe venir de casa y luego los chicos grandes deben aprenderlo en las escuelas y/o guarderías. Una opinión menciona que la municipalidad debería hacer programas para insistirles a las madres sobre este lavado de manos, o incluso que sea de estudiantes el proyecto, porque a pesar que existen los “carteles”, no se llega a ese impacto necesario.

Con respecto al antibacterial, los expertos mencionan que es útil, pero en especial en las personas que ya tienen ese hábito de lavarse las manos. Pues el antibacterial debería de usarse en el transcurso en encontrar un lugar donde poderse lavar las manos con agua y jabón. En especial si uno de los médicos mencionó que el lavado ideal es que sea cada tres minutos.

Visto lo primero, se ha confirmado los datos de la tabla de morbilidad encontradas en la investigación realizada, pues las enfermedades intestinales como la diarrea y las infectocontagiosas, son la mayor causa de muerte y ellas se pueden prevenirse con el lavado de manos. Nuevamente vemos que los médicos opinan que la falta de educación por parte de los padres y madres son quienes influyen en que sus hijo no lo hagan tampoco. Aunque los médicos de igual manera atribuyen la falta de agua en casa, pero como se ha visto en las respuestas de los niños, los niños de la escolita si tienen agua en casa, lo cual descarta esto. Considerando la causa de falta de atención por parte de los padres, se puede ver que no es desconocimiento por parte de ellos sino que, a pesar que conocen la acción, no la aplican y se necesita una forma para contrarrestarlo. De igual manera los médicos concuerdan con el personal de la escuela, pues ambos mencionan que el hábito debe crearse en casa primero y perfeccionarse en la escuela.

Los médicos son quienes finalmente aclaran el uso del antibacterial. En la investigación, indica que el antibacterial quita un 99.9% de las bacterias, pero los médicos mencionan que solo funciona si esa persona se lava recurrente las manos, pues no se debe reemplazar un lavado con agua y jabón por el antibacterial. En especial si las personas se mantienen con las manos sucias, solo ayuda a fijar las bacterias. Además, si se usa antibacterial, debe ser solo en lo que se encuentra un lugar para realizar un lavado de manos con agua y jabón.

4.6. INSTRUMENTO 6

Encuestas a padres de los niños que asisten a la escuela.

La muestra incluía a cuarenta y ocho padres por cada niño en la escuela. La forma fue pasar la encuesta por medio de una nota adjunta a padres de familia. Pero varios padres no regresaron la encuesta, por lo que se obtuvieron veintidós respuestas de padres de los niños de la escuela., en la cual se les pedía favor de contestar esta encuesta y regresarla a la escuela al día siguiente con su hijo. A continuación, se muestran los resultados por cada pregunta seguido por su análisis.

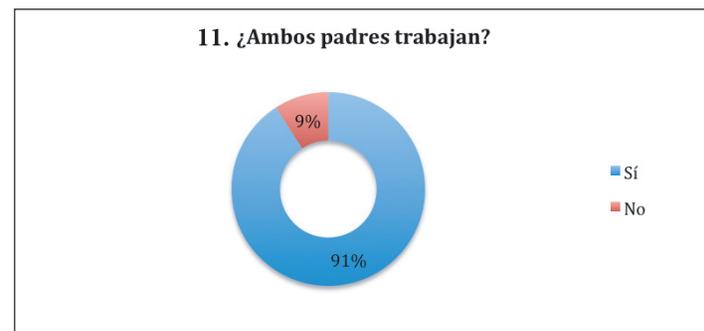
Gráfica 10



Fuente: Propia

La gráfica muestra que los padres efectivamente trabajan todo el día, confirmando lo que ya dijo la directora y los mismos niños anteriormente. Así puede verse que los padres no tienen todo el tiempo para estar al cuidado de los hábitos de sus hijos y mucho menos acompañarlos a que realicen correctamente los mismos. Si bien los padres están afuera todo el tiempo, se debe pensar en alternativas, así como el apoyo de la escuela para fomentar en los niños el hábito y que ellos impacten a sus padres, o incluso que ellos puedan llevarle a información a sus padres sobre lo mismo.

Gráfica 11



Fuente: Propia

Con esta gráfica se puede observar que la mayoría de los padres se encuentran ambos trabajando. Esto representa que se debe tomar en cuenta que los padres no contarán con mucha accesibilidad para poderles brindar o preguntar más información. Si se compara con la información que brindaron de los niños, mencionan que un 42% de los padres sí está en casa, pero ellos mismos han comprobado que a pesar de que estén en casa, se encuentran trabajando. La disponibilidad de los padres es bastante limitada con respecto a la formación de los hábitos.

Gráfica 12



Fuente: Propia

Las respuestas anteriores tienen un desglose mayor por las respuestas dadas, aunque fuera una pregunta cerrada. El 63% de los niños dice que sus padres siempre les ponen atención, aún así los padres dicen que solo un 36% lo hacen. Esto indica que los padres sí están consientes de que no están al pendiente de sus hijos como ellos quisieran pero es precisamente su nivel económico y la necesidad que los ha llevado a esto y el descuidar la educación en casa de sus hijos. El porcentaje de poca

atención si es bastante similar por lo que se puede asumir que los hijos que no se sienten muy allegados a sus padres, tienen padres conscientes de eso. Ahora, ante el porcentaje de personas que no contestó, puede intuirse varias cosas, uno que se saltaron la pregunta, otra razón es que los padres no tenían mucho tiempo para contestarla, y un tercer motivo puede ser que no quisieron contestar, lo cual lleva a pensar que ellos mismos saben que no ponen atención a sus hijos.

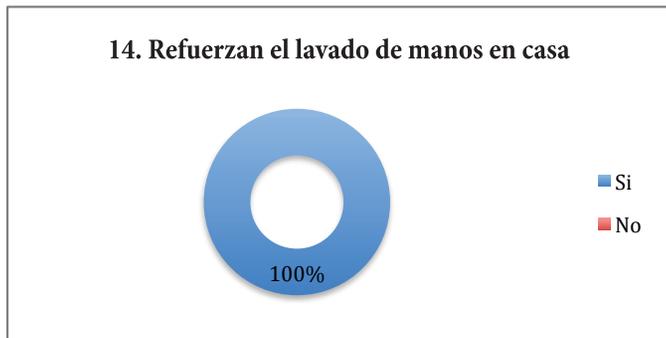
Gráfica 13



Fuente: Propia

La gran mayoría de los padres han comprobado que si tienen agua en casa, lo cual da beneficio al proyecto y la falta de educación en casa con respecto al hábito. Aún así hay un porcentaje que menciona no tener por mucho tiempo el agua en casa, a pesar de si tener. Este número representa a 6 personas de la población. Es un número considerable y que se debe tomar en cuenta, porque ninguno de los niños mencionaron que les falta agua en su totalidad, así que el agua no debe estar presente las horas que los niños están en la escuela. Y si los padres están todo el día trabajando entonces esto no debería afectar con el lavado de manos en casa.

Gráfica 14



Fuente: Propia

Esta es una respuesta que se debe pensar bien. Toda la población dice apoyar el lavado de manos en casa, pero si se ve que hay niños que no se lavan y hay niños que se siguen enfermado. Precisamente los padres no están en casa como para recordarles y vigilar el hábito, como mencionó la psicóloga del Centro de Salud. Claramente esto se refuerza viendo el porcentaje de niños que se les olvida y los que nunca se las lavan. Se debe asumir que los padres o no fueron completamente honestos, o sus mismas acciones llevan a reforzar el hábito muy vagamente.

Gráfica 15



Fuente: Propia.

Si se ve que toda la población conoce su importancia, es de darse cuenta que los padres no saben lavarse bien las manos. No es necesario explicarles por qué deben de lavarse, sino enseñarles cómo y cuándo hacerlo. De esta manera ellos también podrán practicarlo y finalmente sus hijos podrán apropiarse también del hábito.

¿Qué piensa de que el gobierno haga proyectos en conjunto con sus hijos?

Hubo cierta cantidad de padres que no respondieron a la pregunta, de los 22, 4 no la respondieron. Pero las respuestas resultaron ser todas positivas, ya que sienten que el gobierno les ayuda en la educación para sus hijos y realmente puede brindar buenos resultados. Además, mencionaron que le ayudaría a fomentar la higiene cuando ellos en casa tienen escasos recursos y no pueden hacerlo. Por último, mencionaron de que siempre son buenos estos proyectos, pero no existe comunicación con los padres, ya que nunca se enteran de lo que está pasando o está el contrario, de que lo anuncian y no los realizan.

Si se ve positiva la respuesta, esto brinda la oportunidad de que una entidad ayude al sector a educar a los niños en estos hábitos, con un mayor presupuesto y de la mejor manera posible.

¿Qué piensa que el gobierno a nivel de escuela y comunidad para reforzar los hábitos?

Al igual que en la anterior, hubo 5 padres que no la contestaron, siendo 2 de ellos los mimos que no contestaron la pregunta anterior. Las respuestas de igual manera fueron positivas pues dicen que de esta forma logran involucrarlos a todos y es una excelente idea. De igual manera muchos padres mencionaron de que son proyectos que ya deberían hacerse, pues ayuda a los hijos y a todos sobre la importancia de la higiene.

Con ello lleva a decir que los padres están de acuerdo en apoyar proyectos de la comunidad con referencia al lavado de manos. Esto es algo muy positivo porque se ve que a pesar que tienen muy poco tiempo, siempre están dispuestos a ayudar y querer lograr ese cambio con sus hijos. Con esto se comprueba que la comunidad sí acepta el proyecto.

4.7. Instrumento 7

Entrevista con encargado de proyectos del Ministerio de Educación.
(Anexo 2. Entrevista con encargado de proyectos del ministerio.)

El instrumento 7 es una guía de entrevista al encargado de Proyectos del ministerio de Educación. Esto sirve para constatar proyectos que actualmente se hagan en torno a los hábitos y aprender de los mismos. A continuación las respuestas.

- Realización de proyectos con escuelas. Realizada la encuesta al Licenciado, se supo que la forma en la que se realizan estos proyectos del Ministerio de Educación, con referencia a higiene, es por medio de los Comités de Higiene y ornato que cada escuela debe tener. Estos comités son quienes hacen los proyectos o jornadas, y ya solo avisan al ministerio que los están o van a ejecutar. En algunas ocasiones no lo hacen. Normalmente estas jornadas las realizan cuando entran los niños a las escuelas, luego cuando se van a vacaciones por Semana Santa o vacaciones de medio año. De igual manera comentó que en este momento no tienen programas que realicen estas jornadas.

El Ministerio de Educación no es quien se hace responsable de los proyectos que se realicen dentro de las escuelas. Esto se puede ver de dos formas, positiva porque el proyecto no necesita permisos de instancias superiores a la directora de la misma institución, y negativo porque el

Ministerio no apoyaría el proyecto, precisamente porque las escuelas tienen su propio Comité de Higiene al que se debe acudir realmente. La escuela actualmente no cuenta con ello, lo cual es una desventaja.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE INVESTIGACIÓN

CONCLUSIONES

- Se identificaron seis causas por las cuales los niños no se lavan las manos antes de comer y después de ir al baño. Las causas son las siguientes: la falta de un modelo en casa que lleve al niño a aprender este hábito correctamente, la cual es la que tiene mayor fuerza dentro de la escuela Casita Benjamín. La segunda es que no existe un hábito que venga de casa y por ende en la escuela, los niños no se lavan las manos. Otras causas encontradas se incluyen la falta de agua en casa por escasez de recursos, el centro de educación no logra terminar de motivar a padres y niños en la práctica del hábito de lavarse las manos, la falta de atención por parte de los padres debido a su trabajo y el descuido de los mismos en la educación de sus hijos.
- Según los expertos, la situación actual de los niños con referencia a los hábitos de higiene es que los niños no tienen el hábito formado debido a que sus padres no les interesa el buen lavado de manos o no fomenten al hábito de manos en ellos. Sumado a esto, la desobediencia del niño debido a la mala implementación del método educativo. Finalmente los centros de estudio no logran la conexión con la casa para que el hábito aprendido en la escuela se siga realizando en casa.
- Se pudo detectar que la conformación familiar del niño sí afecta sus hábitos de higiene, pues los padres al no estar en casa no promueven el buen hábito y no pueden prestar la atención que necesita el niño para aprenderla. Además, la mayor parte del tiempo que no están los padres con sus hijos, los dejan con algún otro familiar que habita dentro del hogar de los mismos o se quedan en la escuela hasta que sus padres terminen de trabajar.
- Se determina que el 68% de los alumnos tienen agua en casa. Dentro de las implicaciones en los alumnos que carecen de agua es debido al incumplimiento del pago del agua debido a los escasos recursos. Otra razón, es la mala distribución de agua en el sector pues varias familias se ven con el problema que el agua no llega a partir de ciertas horas del día. Cuando esto sucede, las familias no hacen nada al respecto.
- En la actualidad, el Ministerio de Educación y el Centro de Salud no se encuentran realizando proyectos en relación con higiene. No lo hacen debido a que cada escuela tiene su Comité de Higiene quien se encarga del mismo.

RECOMENDACIONES

- Al conocer que la mayor causa de la falta de higiene en las manos es que no existen un modelo en casa que lleve al niño a aprender este hábito correctamente, se recomienda la creación de una campaña educativa que involucre tanto a la escuela como a los padres de familia para practicar y dar a conocer los momentos del lavado de manos.
- A partir de la opinión de expertos sobre la situación, se sugiere la creación de un programa de lavado de manos donde se les enseñe y refuerce a los niños el lavado de manos en las escuelas, por medio de metas que los mantengan motivados.
- Debido al poco tiempo que los padres tienen para sus hijos, se recomienda el uso de material gráfico para utilizar en casa, que recuerde tanto a padres como al hijo sobre el hábito de las manos.
- Ya que no todas las familias tienen agua todo el día en casa, se recomienda un material informativo que llegue a las familias brindando información sobre el método alternativo del desinfectante en las horas que no haya agua en casa.
- Se propone que la escuela Casita Benjamín lleve a cabo una campaña persuasiva en donde se pida el apoyo de los padres para integrar un comité con jornadas de lavado de manos e higiene

5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

5.1. Identificación del problema

Dentro de la Casita Benjamín, se pudo determinar que los niños que asisten a la misma carecen de un modelo en casa que enseñe en forma apropiada el hábito de higiene pues los padres de familia se encuentran trabajando todo el día. Precisamente por ello existe cierto descuido por parte de los padres con respecto a los hábitos de higiene. Además, existe un tercio de las familias que carecen de servicio de agua en sus casas, debido a razones económicas o mal servicio del sector en que habitan.

Los expertos del sector afirman que la razón por la cual los niños no se lavan las manos es debido a que en casa no se les enseñó en forma adecuada o no se les enseñó, sumado a la desobediencia de los niños. También mencionaron que los centros de estudio no logran esa conexión con la casa para que el hábito aprendido en la escuela se siga reforzando en el hogar.

El Ministerio de Educación y el Centro de Salud zona 3, en la actualidad no se encuentran realizando proyectos en relación con la higiene, debido que las escuelas tienen un Comité de Higiene que debería encargarse del mismo. La Casita Benjamín cuenta que sí tiene acciones para combatir la falta de higiene en las manos a través de que cada niño traiga un trapo con el cual deben secarse sus manos y lavarlo en casa todos los días, pero no todos los niños lo llevan a cabo y se les olvida en algunas ocasiones.

Al tomar en cuenta lo anterior, se define como problema desde diseño que los padres de familia no saben cómo lavarse correctamente las manos y por ello no son modelo de los niños que asisten a la Casita Benjamín.

5.2. Objetivos de diseño

- Desarrollar una campaña educativa que sensibilice a los padres de familia y niños que asisten a la Casita Benjamín acerca del correcto hábito de lavado de manos y los beneficios para que lo vuelvan un hábito.
- Crear un material educativo y/o informativo para los niños que asisten a la Casita Benjamín que les recuerde el sentido de la campaña en casa.

5.3. Definición del Grupo Objetivo

5.3.1. Grupo objetivo 1: niños

El grupo objetivo uno está conformado por los alumnos de preparatoria, párvulos y kínder de la Guardería Casita Benjamín. La información que se presenta a continuación se tomó a partir de encuestas realizadas al grupo objetivo adjuntas en el **Anexo No 5**. Estas encuestas se pasaron personalmente a 41 niños que estudian en la actualidad en la Casita Benjamín con el objetivo de conocer su cultura visual y estilo de vida.

a) Descripción geográfica: Niños que asisten a la Casita Benjamín en zona 3, aledaña al Cementerio General y a una cuadra del Centro de Salud de zona 3. Estos niños viven en la ciudad de Guatemala, en la capital. Ellos se distribuyen en las zonas 6, 8 y 3.

b) Descripción demográfica: De sexo masculino y femenino entre edades que oscilan entre los cuatro y siete años. Son hijos de familias que pertenecen al nivel socioeconómico D2 con un ingreso familiar mensual de un promedio menor a Q2,500.00 al mes.⁴⁸ Tienen en su mayoría casa alquilada de entre 2 a 3 dormitorios, con al menos un baño por casa. Habitan más de 4 personas por casa y no tienen un empleado que ayude con los quehaceres de la casa. Muchos de ellos, al estar en casa y los padres trabajando, se quedan con algún familiar que también vive en su casa, como el tío o abuelos.

Gozan gran parte de ellos del servicio de agua potable aunque algunos también cuentan con lavadora y microondas. Todos cuentan con al menos un televisor en casa.

c) Descripción antropológica y psicográfica: Muchos niños que atienden al programa de escuela, deben quedarse algunas horas extras para que sus padres puedan ir por ellos, debido a que éstos se encuentran trabajando. La mayoría de los niños les gusta ver televisión en su tiempo libre pero también juegan con sus juguetes, siendo estos muñecas o figuras de acción en su mayoría. En la televisión, les gusta ver programas de canales como Disney channel, Discovery Kids o del Trecevisión.

Entre algunos programas más mencionados fue La princesa Sofía, Peppera y sus amigos, Mickey Mouse y el hombre araña. Algunos niños miran estas series con sus padres. También les gusta ver películas de Disney y de Marvel, siendo las más resaltadas Frozen y El hombre araña.

⁴⁸ KOLTER, Melanie (et al). Grupo Objetivo: Nivel socioeconómico D, Guatemala, 2013.

Esto va de la mano con su canción favorita, pues la mayor parte de ellos les gusta la canción de Frozen, Libre soy. A los niños les gusta la comida sencilla, pues sus comidas favoritas van desde arroz, pan con jamón y/o queso, frutas o huevos. La bebida que prefieren es la Coca-cola y la Pepsi, aunque una gran parte también disfruta de los jugos de fruta. Gran parte de ellos les gusta el fútbol.

A los niños les gusta salir con sus padres el fin de semana a comer, van al parque o a visitar a sus familiares. La mayor parte de los padres le leen cuentos a sus niños, pero solo de vez en cuando. La mayoría de los niños no sabe leer o está empezando a aprender a leer. En general, los niños tienen mascota en casa, siendo un perro en mayor cantidad, algunos tienen hasta más de 2 animales en casa.

Cultura visual: los niños prefieren las ilustraciones con un nivel medio de abstracción y sin humanizar a los animales. Les atrae más las portadas e instrucciones con ilustraciones que las que tienen fotografías o únicamente texto. Esta ilustración también debe ser representativa de lo que trata el texto. Respecto con la higiene, asocian el color blanco con la limpieza pero también el celeste y el azul en su mayoría.

d) Descripción psicopedagógica: Los niños de 4 a 6 años atraviesan el final de una crisis propio de desarrollo. Debido a esto, muchas veces sufren un desequilibrio en sus reacciones. Los niños a esta edad tienen necesidad de relación estrecha con un adulto. Precisamente esta sensibilidad, lo vuelve a relacionarse en una forma más colectiva y se humanizan, pues se tornan tristes cuando alguien más lo está. En esta etapa ya tienen varios hábitos de cortesía, como el de pedir por favor y gracias, así como saludar y despedirse. Esto significa que puede adoptar hábitos.

En esta etapa, las actividades “rectoras” son las más efectivas. Éstas consiste en juegos de roles, donde permite integrar todos los tipos de acción educativa y presenta ser motivador y placentero.⁴⁹ Ellos también empiezan a encontrar expresión en su propio mundo, se expresan, descubren e imitan a los modelos que les atraen. Su pensamiento visual se desarrolla y pueden representar en imágenes los objetos que los rodean.

Los niños cursan los grados de Párvulos, Kinder y Preparatoria en esta edad. Alguna de las formas en la que las maestras enseñan es por medio de canciones que ella mismas crean. Además, utilizan libros donde

las instrucciones la lee la maestra y los niños realizan las actividades en las aulas. La mayoría de estos niños son muy activos, participativos y cooperadores. Siempre hay alguno que molesta a los demás pero la maestra lo logra calmar.

Según Habilidades y Destrezas⁵⁰, los niños en edad preescolar encuentran difícil aprender sin poder visualizar el tema que se les está enseñando. Los materiales didácticos facilitan la labor de organizar el trabajo en las áreas específicas que se quiere revisar y brindan formas de participación que permiten una dinámica en la que los niños se expresan, argumentan y ponen en práctica sus conocimientos.

5.3.2. Grupo objetivo 2: padres de familia

El segundo grupo objetivo está conformado por los padres de familia de los alumnos que atienden a la Guardería Casita Benjamín. Para encontrar información útil para este proyecto, se creó un formulario de encuesta, la cual se basó en un formulario realizado por la Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad (UGAP) en el 2013. La encuesta se pasó a todos los padres de familia por medio de una nota adjunta a los niños la cual conforme se respondiera, los padres la enviaban de vuelta a la escuela con sus hijos. Las encuestas recolectadas fueron un total de 27. Las encuestas se encuentran adjuntas en **Anexo No 6**.

a) Descripción geográfica. Padres de familia de los niños que asisten a la Casita Benjamín que viven en la ciudad de Guatemala en la capital. Ellos se distribuyen en las zonas 6, 8 y zona 3.

b) Descripción demográfica: De sexo masculino y femenino con hijos menores de 7 años de edad. Pertenecen al nivel socioeconómico D2 con un ingreso familiar mensual de un promedio menor a Q2,500.00 al mes. Tienen en su mayoría casa alquilada de entre 2 a 3 dormitorios. En general, se tiene un baño por casa. Habitan más de 4 personas por casa y no tienen un empleado que ayude con los quehaceres de la casa. Gozan gran parte de ellos del servicio de agua potable aunque algunos también cuentan con lavadora y microondas. Todos cuentan con al menos un televisor en casa y teléfono celular siendo éste tarjetero en un número superior. Casi ninguno posee alguna tarjeta de crédito ni visa para viajar a Estados Unidos.

49 CNB. Caracterización del nivel preprimario. (online) Guatemala, 2012. Disponible en <http://cnbguatemala.org/> [Consulta: 4/3/2015]

50 HABILIDADES Y DESTREZAS. Más recursos significa más oportunidades de desarrollo. 2015 México. Versión (online) disponible en <https://www.habilidadesydestrezas.com/> [Consulta: 4/3/2015]

Para movilizarse, en general lo hacen por medio de transporte público. La mayoría de los padres no tiene internet en casa, por lo que los únicos lugares donde revisan correos o redes es en sus oficinas y en algunos casos, no tienen pues su trabajo tampoco consiste en utilizar una computadora.⁵¹

c) *Descripción antropológica y psicográfico:* Los padres de familia miran programas en la televisión de tipo realities, shows como “Qué Chilero” y algunas caricaturas y programas de niños. Entre algunos de los programas que ven con sus hijos son de canales como Disney Jr. Y Discovery Kids. El chavo del 8 es un programa que comparten también en familia, aunque hay quienes no ven ningún show con sus hijos.

Disfrutan de artistas de música en español como José José y Roberto Orellana. Estos padres de familia se informan por medio de noticieros como Noti7 y Telediario. También leen el periódico como Prensa Libre y Nuestro Diario.

Cuando tienen tiempo libre, visitan a sus familiares, salen a comer a centros comerciales o a restaurantes de pizza, comida china o pollo. Los productos para su hogar los obtienen en su mayor parte del mercado pero también consiguen cosas de los supermercados. Dentro de los productos que utilizan para la higiene de manos, no tienen un jabón de preferencia, pero la marca que más se mencionó es Protex.

Cultura visual: se pudo reconocer algunos aspectos que los adultos toman en cuenta al momento de tener un material impreso. Ellos entienden mejor cuando existe una cantidad equitativa entre texto e imagen. El texto de preferencia para leer es una San Serif y la mayor escogida fue la Helvética. Además, prefieren las ilustraciones con un nivel medio de detalle que se relacione directamente con lo que los títulos o textos se refieren. Los adultos tienen ya el concepto de higiene es igual a blanco.

d) *Descripción psipedagógica:* según Prevost, aprender es incorporar en sí mismos hechos, verdades y sensaciones que antes eran desconocidas.⁵² El aprendizaje del adulto solo se da cuando éste está preparado y lo recibe de una persona que ya sabe y se vea capaz de brindar este desarrollo de capacidades intelectuales. Éste estará preparado cuando llegue a él un problema y necesite encontrar la solución. El aprendizaje de estos adultos se basa en aprender a conocer (desarrollar destrezas y actitudes para comprensión), aprender a aprender (destrezas y actitudes que permitan

51 Monroy. Entrevista personal. 3 agosto 2015.

52 PREVOST, Marcel. El arte de aprender. Buenos Aires : Espasa-Calpe Argentina, 1947. p. 27.

crear métodos de por sí) y aprender a ser (que desarrollado la física, intelectual, social y educativo.⁵³

5.3.3. Grupo objetivo 3: Maestras de la institución

El grupo objetivo tres está integrado por las maestras de los alumnos que atienden a la Guardería Casita Benjamín. Fue necesario realizar un formulario de encuesta para encontrar información útil respecto a este grupo, el cual se basó en un formulario realizado por la Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad (UGAP) en el 2013. La encuesta se pasó de forma impresa a todas las maestras y a la directora. Las encuestas recolectadas fueron un total de 6. El formato de las encuestas se encuentra en el **Anexo No.7**, así como sus resultados.

a) *Descripción geográfica.* Maestras y personal administrativo que educan y colaboran en la Casita Benjamín. Viven la ciudad de Guatemala y se distribuyen en las zonas 6, 8 y zona 3 aunque hay quienes reclaman vivir lejos de la escuela.

b) *Descripción demográfica:* De sexo femenino. Ellas viven o con sus familiares o tienen su propia familia. Un 50% de ellas ya son madres de familia. La mayoría se moviliza en camioneta para poder asistir al centro de estudio, aunque también se mueven a pie y en un menor porcentaje, en carro propio. Pertenecen al nivel socioeconómico D2 con un ingreso familiar mensual de un promedio menor a Q2,500.00 al mes. Cuentan por lo menos con educación de Diversificado para poder atender a los niños en la escuela. Casi todas las maestras no cuentan con un segundo trabajo que le brinde más ingresos económicos. Todas cuentan con al menos un televisor en casa, escuchan la radio y poseen un teléfono celular siendo éste tarjetero. La mayoría de ellas no tienen una computadora con internet en caso, siendo en algunos escasos casos, que revisen sus cuentas en redes y correos a través del celular.

c) *Descripción antropológica y psicográfico:* Las maestras disfrutan escuchar la radio de las cuales mencionaron sintonizar *Rhema* y *TGN* siendo ambas cristianas. Las maestras se mantienen informadas de lo que pasa en Guatemala a través de noticieros como *Noti 7*, *Guatevisión* y *Telediario*, siendo el primero el más sintonizado. Además, leen *Prensa Libre* y *Nuestro Diario* para mantenerse al tanto.

53 UTP. Una propuesta para Formar educadores de adultos. <http://www.utp.edu.co/>

Las maestras disfrutaban el fin semana yendo a centros comerciales o visitando a sus amigos y familiares. Además mencionan ir a la iglesia y salir a comer.

Cultura visual: se pudo reconocer algunos aspectos que las maestras toman en cuenta al momento de tener un material impreso. Ellas entienden muy bien las instrucciones cuando existe un texto explicativo acompañado de algún ejemplo, pudiendo ser escrito o visual. La maestras reconocen, en un buen porcentaje, el blanco como el color que representa la higiene. Respecto a la tipografía, existe una variedad en elección pero se concluyó que prefieren la tipografía San Serif y de alguna manera que brinde una sensación de juego, no demasiado formal, ya que ninguna eligió la tipografía Helvética.

D) Descripción psicopedagógica: como ya se había mencionado anteriormente, según Prevost, el adulto aprende al incorporar en sí mismos hechos, verdades y sensaciones que antes eran desconocidas.⁵⁴ Ellas aprenden únicamente al estar preparadas y tengan la necesidad. Además lo aceptan cuando lo reciben de una persona que reconocen como capaz.

Las maestras mencionaron que al momento de comunicarse con padres de familia, prefieren enviar notas informativas, pero si se diese el caso, pueden citarlos a la escuela, hacer una llamada telefónica o comunicarlo por medio de la directora.

5.4. Cliente

a) Descripción del cliente:

Guardería Casita Benjamín, es una organización guatemalteca, sin fines de lucro, ministerio de servicio con la representación de la Iglesia Evangélica Centroamericana de Guatemala. Casita Benjamín es la respuesta al llamado de Dios de transformar a Guatemala, sirviendo a los niños necesitados, a través de programas educativos que la guardería ofrece y de ayuda comunitaria a las familias. Dorotea McCullough es quien instituye la escuela en 1975.⁵⁵

Su visión es ver a niños transformados por el amor de Dios, con principios bíblicos, siendo luz para su familia, sociedad y nación.

Su misión es responder al llamado de Dios, llegando a los niños necesitados, contribuyendo especialmente con lo padres que trabajan.⁵⁶

b) Identidad gráfica actual:

Casita Benjamín tiene un logotipo que los representa institucionalmente. La escuela no posee un manual de identidad gráfica ni un uso estricto de colores y tipografías. De igual forma, la escuela hace publicidad con trifolios, volantes y afiches que se reparten en distintas partes de la zona 3 e iglesias evangélicas de zonas 10, 18 y 21. Principalmente la publicidad de boca en boca ha permitido que estudiantes de zonas más lejanas como villa nueva, zona 8 y zona 6 lleven a sus hijos a esta escuela.

Las piezas gráficas son creadas por la directora de la escuela, la cual los realiza utilizando Microsoft Word. La impresión de estos materiales corren por cuenta de la Casita Benjamín y regularmente lo imprimen en el centro de impresiones que se encuentra en el CUM. Dicho trifoliar se muestra en la Figura 11.⁵⁷

c) Posicionamiento:

Según la Casita Benjamín, son conocidos en la zona 3, pero no llegan a darse a conocer a lugares muy lejanos si no fue por publicidad de boca en boca o algún escrito que llegase a esos lados.

⁵⁵ Guardería Evangélica Casita Benjamín. Casita Benjamín, Guardería Evangélica Casita Benjamín, 2015.

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ FERNÁNDEZ, Melisa. Entrevista personal, 24 marzo del 2015.

⁵⁴ PREVOST, Marcel. El arte de aprender. Buenos Aires : Espasa-Calpe Argentina, 1947. p. 27.

Figura N.9
Logo Casita Benjamín



Figura No. 10
Volante de inscripción



Figura No. 11
Tifoliar de Casita Benjamín

¿Como estamos cumpliendo con el llamado y el plan de Dios?
Se integran los siguientes programas.

Guardería
Cuidado de los niños durante el día

Educación Cristiana
Enseñando los valores y principios bíblicos, alcanzando a los niños para Cristo.

Educación Pre-primaria
Iniciando la base en la formación académica

Computación
Contribuir a mejorar el nivel de educación de los niños y sus padres, mediante la enseñanza de computación.

Alimentación / Nutrición
Contribuyendo en la salud y nutrición de los niños se les brinda 2 refacciones y un almuerzo diariamente.

Salud
Velando por el bienestar y salud de los niños se controla con medicinas, vitaminas y otros servicios médicos especializados.

Educación para adultos
Ayudando a las madres de los niños para iniciar y terminar sus estudios primarios, básicos y diversificados.

Visión:
Ver a niños transformados por el amor de Dios, con principios bíblicos, siendo luz para su familia, sociedad y nación.

Misión:
Responder al llamado de Dios, llegando a los niños necesitados, contribuyendo especialmente con los padres que trabajan.

Organización:
Guardería Casita Benjamín, es una organización guatemalteca, sin fines de lucro, ministerio de servicio con la representación de la Iglesia Evangélica Centroamericana de Guatemala.

Patrocina con tu familia, sociedad o iglesia:
Almuerzo para un niño por un mes Q. 200.00 \$ 25.00
Almuerzo para un niño por tres meses Q. 600.00 \$ 75.00
Almuerzo para un niño por seis meses Q. 1,200.00 \$ 150.00
Almuerzo para un niño por un año Q. 2,400.00 \$ 300.00

1. A través de tus oraciones
Oración por los niños y sus familias
Oración por los maestros y líderes

2. Aceptando el llamado de dar a través de
Tu tiempo, colaborando con las niñas y maestros de los niños.
Tus habilidades, atención médica, legal, psicológica, odontológica, etc.

3. Aportando donaciones
• Alimentos, aceites, pastas, leche, etc.
• Útiles de limpieza, jabón, desinfectante, cloreto, etc.
• Ropa, zapatos nuevos o usados
• Muebles o mobiliario, equipos de computación, cocheteras, sillas, etc.
• Medicinas

4. Aportando económicamente Patrocina Individualmente
• Refacción diaria para un niño por un mes Q. 50.00 \$ 7.00
• 2 Refacciones diarias para un niño por un mes Q.100.00 \$ 14.00

5. A través de:
Caja 02-017964-5, a nombre de GUARDERÍA CASITA BENJAMÍN. Sobre cualquier depósito realizado, le agradeceremos nos indique su nombre y cantidad depositada.

¡GRACIAS POR TU VALIOSA AYUDA!

CONTACTENOS
CONGREGACION EVANGELICO CENTRAL
IGLESIA CENTRO AMERICANA DE GUATEMALA
32 calle 4-50 zona 3, ciudad Guatemala
Teléfonos: 2460-9939 y 2460-9499

GUARDERÍA CASITA BENJAMIN
27 calle 5-37 zona 3, ciudad Guatemala
tel:fax: 2471-1921

Fuentes: Casita Benjamín

d) Recursos financieros:

Casita Benjamín cobra a los padres mensualmente Q300.00 por servicio de guardería y/o escuela hasta medio día. Como existen muchos padres de escasos recursos, se da la posibilidad de una beca de 25, 50 o 100 por ciento para asistencia económica.

Debido a estas asistencias económicas, la Casita se agencia de recursos a través de donaciones que da la Iglesia Evangélica Centroamericana de Guatemala.

Principalmente, las donaciones que se le dan a la Casita con víveres, que la institución de SETECA es quien las brinda. Esta institución es conformada por personas de los Estados Unidos que traen comida, juguetes, entre otras cosas.

De igual manera, existe una donación individual de una persona que a fin de año les brinda a los niños una mochila con útiles escolares. Esta persona se llama Lynda McGrindel, de nacionalidad estadounidense pero que vive en Guatemala.

Entre la información que brindan los trifoliales, se busca siempre la ayuda de donadores para aportar en víveres, útiles de limpieza, ropa y medicinas. Así también, brinda la información para donaciones monetarias que se depositan en el Banco G&T continental para aportar refacciones y almuerzos a los niños que asisten a la escuela y guardería.

Con la información anterior, se puede observar que la Casita Benjamín no cuenta con un fondo que les brinde la oportunidad de imprimir más piezas gráficas para una campaña.

e) Área de cobertura

La Guardería Casita Benjamín atiende a niños entre 2 y 6 años que principalmente habitan en la zona 3. Aún así, debido a la publicidad de boca en boca, han llegado niños desde otras zonas como la 8, zona 6 y de Villa Nueva.

5.5. Propuesta de diseño

5.5.1. Conceptualización

Para encontrar el concepto creativo que guiará la propuesta gráfica en este proyecto, se llevaron a cabo seis procesos de conceptualización que se encuentran adjuntos en el Anexo 8. Realizados estos procesos, se obtuvo la idea central que ayudará a la toma de decisiones en cuanto a piezas, línea gráfica y realización del proyecto.

Se seleccionó como concepto creativo “Manos en movimiento”. El concepto representa todo un movimiento de personas participando en la campaña al mismo tiempo, que en sí el movimiento realizado al lavarse las manos. Con el concepto se busca crear una campaña y material que mueva a padres e hijos a lavarse las manos de forma lúdica (juegos, olores, formas, historias y premios) y crear el hábito en ambos.

5.5.2. Descripción de la propuesta Gráfica

5.5.2.1. Tipo de Material Gráfico

El material que se incluirá en la campaña para lavado de manos será educativo, para lograr que los niños y padres de familia que carecen o tienen mal formado este hábito, logren fortalecerlo y/o desarrollarlo. En el artículo de campañas educativas⁵⁸ de la Universidad del Rosario, afirma que las campañas educativas fortalecen y desarrollan actitudes para la construcción de hábitos. Para el apoyo de la campaña educativa, se utilizarán diferentes tipos de materiales educativos pues facilitarán el proceso para emprender un mayor nivel de educación.⁵⁹

Entre los tipos de material educativos, según su nivel de concreción, a utilizar se encuentra: Experiencias preparadas por medio de juegos, modelos; dramatizaciones para construir situaciones; e imágenes fijas pues permitirán la observación y análisis de los procesos para lavarse las manos dentro de escuela y en casa.⁶⁰ Se tomará en cuenta el tratamiento formal desde la forma para el material educativo, pues éste se refiere a la forma como recuso expresivo en el material. En especial, se utilizarán ilustraciones como expresión para una mejor identificación con el grupo objetivo de los niños.

58 UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Campañas Educativas. (online) Disponible en <http://www.urosario.edu.co/>

59 FERNANDEZ, Geraldine. Materiales educativos (en línea) 2013. Disponible en <http://www.slideshare.net/geralrazy>

60 bid.

Para complementar la campaña, se necesita material informativo que comunique a los padres sobre la importancia de un buen lavado de manos. Precisamente como los materiales informativos están formados por todos aquellos artículos de contenido y tips necesarios de utilidad para el usuario.⁶¹ Además, de ésta manera se transmitirá la información necesaria para enterar de la campaña a padres de familia.

5.5.2.2. Descripción e implementación de piezas:

Para la estrategia de los materiales para la campaña, se propone aprovechar la información conceptual para establecer una estrategia de “21 días”, pues según la investigación sobre hábitos anteriormente realizada, las personas adquieren un hábito tras haberlo practicado 21 días/veces. Se propone que, durante 21 días, se haga actividades, tanto en casa como en la escuela, con respecto al tema y que motiven a lavarse las manos, creándose poco a poco el hábito tanto en los niños como en los padres.

El material educativo necesita ser dinámico, pues los niños en edad preescolar aprenden mucho mejor por medio de juegos y dinámicas sencillas.⁶² Para ello se propone un kit de juegos que se les entregará a los padres de familia en una charla, con el cual deberán cumplir cierto número de actividades. Además en la escuela también se manejan actividades, charlas y dinámicas donde los niños pueden seguir trabajando el hábito tanto en casa como en la escuela.

Complementando la guía de 21 días de actividades, se trabajará material educativo sobre el correcto lavado de manos para los padres y la escuela que se implementará 21 días antes de que comience la guía de los 21 días de actividades. Luego de la guía de 21 días de actividades también se trabajará material que recuerde el mensaje de la campaña y conlleve a que se unan más personas dentro del círculo social de las familias involucradas a lavarse las manos.

Será necesario realizar dos juntas de padres: una antes de que inicien los 21 días de la campaña, que informe a los padres sobre las actividades a realizar; y otra luego de los 21 días, para verificar resultados y recibir comentarios respecto a la campaña.

A continuación, se presenta cada pieza con su estrategia respectiva:

61 MARKETERO. Sección marketero: incrementa tus clientes con campañas informativas. <https://marketero.com.mx>

62 HABILIDADES Y DESTREZAS. Material didáctico y educativo para preescolar. 2015. Disponible en <https://www.habilidadesydestrezas.com>

Fase 1: Pre-21 días (duración 21 días)

Esta parte de la campaña se enfoca en dar a conocer el correcto lavado de manos tanto en la escuela como en los padres. Además, brinda la información necesaria para que los padres de familia estén enterados de que en 21 días se estará realizando una junta para ellos donde se explicará el juego de 21 días de actividades para promover el hábito de lavado de manos. Se sugiere el realizar charlas con los niños sobre la importancia del lavado de manos para que ellos conozcan la importancia del mismo y los momentos del lavado de manos por medio de expertos.

TABLA 4
Piezas Fase 1

PIEZA	PROPÓSITO DE PIEZA	RELACIÓN CON OTRAS PIEZAS	ESTRATEGIA DE PIEZA	FECHA
Afiche	Ilustraciones del correcto lavado de manos para los niños	Es la primera introducción de los niños a cómo deben lavarse adecuadamente las manos.	Este afiche se colocará en los baños de las escuelas para que los niños puedan lavarse las manos tal como lo ilustran las ilustraciones.	Día 1
Invitación	Dar a conocer a los padres de familia sobre la junta de padres a realizarse sobre la higiene de manos.	Invita a la charla de padres a realizarse en el día 21 de la fase 1.	La invitación se mandaría por medio de cada niño antes de que éste salga de la escuela para que la lleve a casa y la entregue.	Día 15
Bifoliar	Instruir a los padres sobre el correcto lavado de manos además de hacerles saber sobre las próximas 21 actividades que deberán realizar con sus hijos.	El material introduce a las actividades a realizarse durante 21 días de la campaña. Este material va dentro de un kit que se le dará a los padres.	El bifoliar es un material incluido dentro del kit para los padres el cual se daría el día 21 pre a las actividades de la campaña en la fase 2.	Día 21
Kit de juegos con Guía de actividades para los 21 días	Guiar a los padres de familia en actividades que motiven a sus hijos al lavado de manos.	La guía se entregará en la charla para padres.	El kit de juegos con la guía se les proporciona a los padres de familia en la junta de padres realizada anteriormente.	Día 21

Fuente: Propia

La tabla con las piezas para esta fase de la campaña se presenta a continuación en la siguiente página para un mayor orden:

Fase 2: 21 día de actividades para promover el lavado de manos (duración 21 días)

Esta parte de la campaña consiste en enviar a casa una guía y un kit con los materiales didácticos que les servirán a los padres para desempeñar las actividades indicadas. La guía contará en cada capítulo una historia de aventura que el padre deberá leer a su hijo. Acompañando cada día, se deberá realizar una “misión” asignada. Para brindar mayor dinamismo a las misiones del día, se brindará a cada familia una ruleta que contenga todas las misiones; los niños deberán girar la ruleta para descubrir qué actividad les tocará ese día. Para la ruleta, existe la regla de que algunas de las actividades no se deben repetir ya que deben ser llevadas a presentar a la escuela y ser marcadas como realizadas en una hoja de control que se brindará a la maestra. Los padres también llevarán una hoja de control por día que deberán marcar y en la que deberán escribir qué actividad hicieron cada día, para luego llevarla a la escuela.

En clase, se reforzarán algunas actividades por medio de otra guía que se les brindará a las maestras, la cual explica qué hacer con los materiales que lleven los niños desde la casa además de otras actividades como obras, presidente de higiene de la clase, grupos de ayuda, actividades cortas y premios.

A continuación, se presentan la lista de actividades incluidas en el kit de padres que se les entregó anteriormente y las dictadas en la guía de la maestra, seguido por las piezas gráficas para esta fase de la campaña.

Actividades incluidas en la guía de los padres

*No todas las actividades deben presentarse en la escuela pero sí debe marcarse en el calendario como realizadas.

Actividad en casa	Explicación	En la escuela
Rompecabezas	Armar un rompecabezas que luego se debe pegar en una hoja. Comentar el contenido en familia sobre el momento de lavado que enseña.	El rompecabezas pegado debe presentarse en clase para que la maestra lo registre en su control de actividades
Memoria	Juego de memoria con los hábitos y momentos de lavado.	-
Dibujos	Padre e hijo deben hacer un dibujo donde muestren cómo se ven ellos como familia combatiendo las bacterias.	Presentar el dibujo en clase y pegarlo en la pared de la clase.
Escribir cuento	El niño debe crear una historia sobre aventura y el lavado de manos y el padre debe escribirla.	Presentar la historia en clase y contarla en clase.
Canción de las manos	Cantar la canción con mímicas y un ritmo alegre de moda.	-
Baile	Pasos inventados para una canciónarle un poco de gel antibacterial a cada miembro de la familia. poco de gel desinfectante birla.as bacterias. lizadas.gistro de c que a la familia le guste y cada paso debe llevar movimientos de manos.	-
Encargado de aplicar gel	El niño está a cargo de, cada vez que van a comer, darle un poco de gel antibacterial a cada miembro de la familia.	-

Juegos en el piso	Juego en el piso que ensucie las manos y provoque la necesidad u obligación de lavarlas.	-
Lotería de personajes	Actividad para fin de semana en familia y llevar a cabo varios juegos de lotería en familia.	-

Actividades en la guías de los maestros

Actividad en clase	Explicación
Leer historia en clase	La realizada en casa, la maestra la puede leer o el niño contarla en clase.
Mini obra	En grupos de 3, deben hacer una representación del “niño jabón” y el “niño bacteria” y presentarla dentro de la clase.
Afiche en clase	Cada niño en una hoja carta debe dibujar la importancia de lavarse las manos y el mejor se gana un premio.
Presidente de higiene en la clase	El niño que lleve más actividades lleve completadas en clase tiene derecho a ser el presidente de higiene de la clase y portar el identificador de presidente. El niño/niña tiene la tarea de revisar que todos sus compañeros vayan a lavarse las manos antes de las refacciones y que todos hayan usado jabón y se hayan secado bien. Cada semana, el presidente se cambia.
Entre amigos	En grupos de 4 o por mesas, los integrantes deben estar al pendiente unos de otros de que cuando se ensucien las manos, jueguen o se manchen, se laven las manos con agua y jabón.

TABLA 5
Piezas Fase 2

PIEZA	PROPÓSITO DE PIEZA	RELACIÓN CON OTRAS PIEZAS	ESTRATEGIA DE PIEZA	FECHA
Ruleta	Indica cuál será la misión a realizar ese día en casa.	La ruleta indica el número de misión y la guía de los padres explica la misión a realizar.	Se adjuntará la pieza como parte de los materiales didácticos que se entregará a cada familia que asista a la escuela.	Día 21
Calendario	Llevar control de las actividades realizadas en casa de padres e hijos.	Material adjunto en la guía.	Cada vez que se realice una actividad en clase se debe marcar el día con la actividad para llevar el registro. Al finalizar los 21 días, este material se debe presentar en la escuela como prueba.	Día 21
2 Rompecabezas	Mostrar momentos críticos del lavado de manos a padres e hijos.	La actividad se realizará dependiendo del resultado de la ruleta.	Material didáctico incluido en el material a entregar al padre en la primera junta de padres.	-
Memoria	Enlazar los momentos de lavado de manos.	La actividad se realizará dependiendo del resultado de la ruleta.	Material didáctico incluido en el material a entregar al padre en la primera junta de padres.	-
Lotería de personajes	Brindar interacción entre padre e hijo junto con los personajes de las historias en la campaña.	La actividad se realizará dependiendo del resultado de la ruleta.	Material didáctico incluido en el material a entregar al padre en la primera junta de padres.	-

Fuente: Propia

Etiqueta de gel dispensador	Identificar el gel desinfectante usado antes de comer.	Actividades nombradas en la guía a realizarse diariamente siendo el niño el encargado del dispensador	De los materiales incluidos en la guía que se entrega a los padres. Este gel en dispensador será aplicado a cada miembro de la familia a la hora de la cena y el niño será el encargado de este material y de aplicarlo a cada uno.	Día 22
Promocional de un jabón de campaña	Jabón promocional para recordar la campaña al momento de que las familias se laven las manos. (Se propone conseguirlo con alianza estratégica)	Material adjunto en la guía.	Se coloca en el baño de la casa y recuerda la campaña a los niños y padres al momento de lavarse.	Día 22
Guía para maestras	Guiar a las maestras en actividades que refuercen la campaña en clase así como el calificar las actividades de la casa.	Indicará el funcionamiento de las piezas traídas de casa y se complementará con el control de actividades para la maestra.	Esta guía contiene actividades en clase que refuercen el lavado de manos en clase en forma de obras, juegos y grupos de trabajo. Además indica cuáles son las actividades que deben llevar los niños desde la casa para demostrar que están llevando a cabo la estrategia.	Día 22
Control de actividad para la maestra	Llevar el registro de las actividades que el niño realizó.	Se incluye en la guía para maestras.	Hay actividades en la guía para padres que los niños deben llevar a clase para mostrarlo ante sus compañeros. La maestra debe llevar el registro de cuáles ya ha realizado cada niño, además de marcar las que ya ha hecho en clase junto con los niños.	-
Identificador del presidente de la clase	Identificar al alumno responsable de la higiene.	Una de las actividades incluidas en la guía de la maestra que debe realizarse en clase.	El presidente de higiene de la clase, que se encarga que sus compañeros se laven bien las manos al momento de la refacción. Llevará una insignia que lo identifique como autoridad.	Día 22

Fuente Propia

Para reforzar y motivar la realización de las actividades, se sugiere el premiar a los niños y familias que hayan completado sus actividades y su calendario de casa al final de los 21 días. Para estas premiaciones se sugiere regalar jabón y libros entre otras cosas. También se sugiere el hacer alguna alianza con Campero o Little Caesars por alguna promoción al presentar el cartón lleno y firmas de las autoridades de la escuela.

Los 21 días terminan con una junta de padres de familia donde se comparte las experiencias con la campaña y sugerencias para la misma. Aquí se realiza la premiación por medio de un acto de cierre y celebración donde se entregan los premios y anteriores. Terminado esto, se sigue la fase post-21 días.

Fase 3: Post-21 días (duración 2 meses)

Terminada la fase de los 21 días y la junta de padres, se propone material que recuerde la campaña tanto en la escuela como en clase. En esta fase radica la importancia del multiplicar el efecto tras “unir” a más personas a la acción de lavado de manos.

Se llevaría a cabo la realización de un open house o mañana deportiva donde se lleve a cabo actividades sobre salud e higiene de manos y se invite a familiares y amigos de la familia. Se repartirán invitaciones a las familias para invitarlos al evento, mencionando que es una actividad familiar enfocada en el lavado de manos. Las actividades entregarían premios los cuales incluirán pines coleccionables de la campaña de tamaño pequeño. Dentro del evento se incluye una actividad donde el niño le debe de regalar dos jabones a uno de sus familiares invitados, siendo uno para esa persona y el otro para que esta persona entregue a alguien más.

TABLA 6
Piezas Fase 3

PIEZA	PROPÓSITO DE PIEZA	RELACIÓN CON OTRAS PIEZAS	ESTRATEGIA DE PIEZA	FECHA
Afiche 1	Recordar los momentos del lavado de manos por medio de un afiche colocado en clase.	Recordar lo visto en campaña	Colocado dentro de clase en los muros de cada clase.	Día 44
Afiche 2	Recordar el lavado de manos en el baño en casa.	Recordar lo visto en campaña	Colocada en el baño de las familias.	Día 47
Volantes para open house	Dar a conocer a familiares sobre un open house con el tema del lavado de manos. (Fin de semana)	Promover el lavado de manos, después de la campaña, en otras personas.	El open house debe ser una actividad familiar en la escuela donde se haga juegos y charlas. Los volantes deben ser repartidos 2 semanas antes del open house.	Día 60
Pines coleccionables	Recordar charla realizada por experto y brindarlo como premio en las actividades del Open house/ mañana deportiva.	Se entrega como premio en Open house/ mañana deportiva.	Tras escuchar la charla de los expertos de higiene, se repartirá pines a todo el que haya asistido.	Día 75
Jabones de promoción	Sumar la acción en el baño en casa.	Se entrega en una actividad durante el open house / mañana deportiva	El niño debe entregar 2 jabones a su familia invitado, el cual uno es para sí y el otro es para que también regale uno. Debe llevar una etiqueta que indique "juntos contra las bacterias".	Día 75
Unifoliar	Explicar el por qué de que se esté entregando este jabón.	Se acompaña con el jabón anterior.	Impulsar el entregar jabón a un amigo o familiar para que se unan más a lavarse las manos.	Día 75

Fuente Propia

Es importante la realización de charlas con un profesional para padres y niños donde les refuerce la importancia del lavado de manos y lo que pueden hacer para seguir con el hábito y llevarlo a más personas. También se sugiere descuentos en jabones y gel antibacterial por haber asistido a las charlas y haber llevado algún familiar al open house. También se sugiere conseguir una alianza estratégica con empresas de productos de higiene que provea a estas familias jabones durante un año, pues son personas con escasos recursos.

Las piezas para ello se encuentran en la [Tabla 6. Piezas Fase 3](#) en la siguiente página.

No se debe olvidar la importancia de colocar emotividad en las piezas por medio de invitaciones con espacio para los nombres de las personas a las que van dirigidas, jabones con etiquetas, etc.

Esta estrategia fue corroborada por expertos, cuyas recomendaciones fueron realizadas y adjuntas en el **Anexo No. 9** de este trabajo.

5.5.3. Descripción del Mensaje

5.5.3.1. Contenido de texto:

En el contenido de texto de las piezas de la campaña, se haría mayor énfasis en el correcto hábito del lavado de manos y los momentos de lavado.

a) Material educativo que describe paso a paso cómo lavarse las manos correctamente:

- Afiches para los baños de la escuela Fase 1.
- Bifoliar para padres que se repartirá en la charla dentro de la escuela.

b) Material educativo para conocer los momentos del lavado de manos:

- Kit de juegos (fase 2):
 - *Rompecabezas*: Antes de comer, después de ir al baño, después de jugar, después de tocar un animal, después de trabajar.
 - *Memoria*: Al regresar de la calle, luego de jugar.
 - *Cuentos*: Refuerza los anteriores.

c) Material informativo que da a conocer la campaña:

- Invitación para padres a la primera charla del lavado de manos, fase 1
- Volantes que dan a conocer el Open House para invitar a más familiares y amigos a la campaña

TABLA 7
TABLA DE CONTENIDO GRÁFICO DE LOS MATERIALES

Elementos de diseño o de diagramación	Función	Tecnología	Expresión
Formato:	Economizar los costos y de fácil almacenaje.	<p>Afiches: Mínimo 18 x 24 in y no mayor de 1 m x 1m para la escuela. Forma horizontal para ver el proceso de izquierda a derecha. No mayor a 11 x 17 in en casa pero no menor a un tamaño carta.</p> <p>Unifolios, bifolios y volantes: Medidas máximas. 3.6 in x 8.5 in. Y 5.5 x 8.5 in</p> <p>Pines: Para premios: 25mm de diámetro.</p> <p>Juegos: Standard, máximo tamaño carta, 8.5 x 11 in. Se permite utilizar tiro y retiro.</p> <p>Caja del kit: Uso de troquel o bolsa. Medida mínima de 8.5 x 11 in Medida máxima de 18 x 24 in.</p>	Comodidad
Color:	Asociar con el tema de limpieza.	<p>Colores fríos como el celeste, azul y turquesa sumándose con el blanco, los cuales tienen asociación a limpieza y salud confirmada por el grupo objetivo.</p> <p>No se hará uso de transparencias pero sí de porcentajes de tintas, desde un 20% hasta un 80% a parte del tono original.</p> <p>Colores cálidos para complementar en el material didáctico como rojo, anaranjado y amarillo.</p>	Confianza

Tipografía:		Dentro de las piezas se puede utilizar hasta 3 colores fríos y 1 color complementario.	
	Separar áreas de información.	<p>Para titulares: Tipografía de exhibición de tipo decorativa y/o de época.⁶³Se permite solo una de estas tipografías.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grobold • Animated • Dimbo <p>Para cuerpo de texto: Uso de tipografías sin serifa como la:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Helvética Neue • Futura • Myriad Pro • Avenir • Gotham <p>En la piezas se permite la combinación de dos tipografías e cuerpo y una de titular. El texto debe de ser al menos un 60 % mayor en tamaño que la del cuerpo. Lo subtítulos deben ir con tipografía del cuerpo y no más de un 30% de mayor tamaño que el cuerpo del texto.</p>	Comodidad
Ejes de diagramación:	Brindar mayor jerarquía a la imagen que muestra los ejemplos del lavado de manos.	<ul style="list-style-type: none"> • Retícula jerárquica, con una mayor importancia a las ilustraciones. • Ejes van en función de los elementos gráficos y de texto. Éstos pueden ser rectos o inclinación no mayor de 45°. Si fuese necesario pueden tener curvatura pero moderada. • Estructura informal e inactiva. • Equilibrio Oculto o axial. • Márgenes no mayor a 1" ni menor a 0.125". 	Diferenciación

Imagen:	Ejemplificar los momentos clave y hábitos de lavado de manos.	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustraciones con un segundo grado de abstracción. • Forma orgánica. • Color Naturalista o Exaltado. • Dentro de la semiología, según la tricotomía de Pierce: dentro de la clasicacipon del sino en función con el usuario - nivel de Rema que permite que el mensaje no requiera mayor elaboración mental para interpretarse. 	Identificación
Elementos gráficos de apoyo	Atraer al lector y darle continuidad a la lectura.	<ul style="list-style-type: none"> • Líneas fluidas para separar cuerpos de texto. • Uso de las formas geométricas para ayudar a los textos a su fácil lectura. • Mayor uso de formas orgánicas que muestren movimiento. • Texturas de vidrio y/o agua con 40% de opacidad. 	Encanto
Soporte	Brindar durabilidad y resistencia al agua.	<p>Utilización de emplastado para proteger las piezas que se coloquen en el baño.</p> <p>Utilización de adhesivos</p> <p>Afiches:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bond 90 g y emplastado. <p>Juegos y guías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opalina entre 150 y 200 g • Texcote calibre 16 • Cartón de calibre 40. <p>Foliales, invitación y otras piezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opalina 100 g máximo y 80 mínimo. 	Comodidad

Fuente Propia

63. MARTÍNEZ, Giovanni. Fuentes y familias tipográficas. (en línea) México, 2009. Disponible en (www) <http://clasificaciontipografica.blogspot.com/>

Personaje

Este personaje es el que protagonizará los cuentos que incluye la guía de padres para las actividades en casa. Con el tema de misiones y juegos, se propone un capital o general que lucha con su escuadrón para derrotar a las bacterias que amenazan la vida de los habitantes de la ciudad. El personaje debe transmitir principalmente liderazgo, pero también inspirar un sentido de amistad, precavido, entusiasmo y responsabilidad.

TABLA 8
CONTENIDO GRÁFICO DEL PERSONAJE

Elementos de diseño o de diagramación	Función	Tecnología	Expresión
Color	Asociar con el tema de limpieza.	<ul style="list-style-type: none"> • Full color, colores sólidos y sombras sólidas. Usar poco degradé y con colores análogos. • Utilizar colores fríos que tienen asociación a limpieza y salud confirmada por el grupo objetivo. Porcentaje, transparencias, colores • Se permiten colores complementarios para el material didáctico para llamar la atención de los niños. • Diferenciar áreas de la ilustración. 	Espontaneidad
Técnica	Caricaturizar el personaje	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustraciones con un nivel medio-bajo de abstracción • Programa: Illustrator con retoque en Photoshop o texturas de agua o vidrio. • Se permiten sombras sencillas que ayuda a la mejor comprensión del objeto ilustrado. 	Comodidad
Línea	Definir las formas	<ul style="list-style-type: none"> • Permitir poco grosor, mayores a 4 pts o proporcional a la figura. • Si se diera el caso, mantener su uso al mínimo. 	Pertenencia
Caracterización	Ser la guía ante padres e hijos a cumplir las misiones.	<ul style="list-style-type: none"> • Capitán de un escuadrón de aventuras contra las bacterias. 	Liderazgo

Fuente Propia

5.5.3.3 Tono de comunicación

Para las piezas que son específicas para el grupo objetivo primario niños, la comunicación será directa pero entusiasta, con un vocabulario. Para las piezas que van dirigidos a padres para que actúen con sus hijos, se tratará en primera persona en plural (nosotros) de una forma coloquial pero siempre respetuosa, pues también se les está hablando a los padres. De igual manera se busca transmitir entusiasmo en las instrucciones e historias buscando animar al grupo objetivo a realizar las actividades de la campaña.

En los materiales específicos para que los padres, se utilizará un tono más serio y con instrucciones cortas y sencillas. Siempre se mantiene el tono en primera persona en plural para incentivar que “todos somos parte del movimiento”.

Finalmente, para los materiales específicos de maestras, se utilizará un todo serio en tercera persona plural, siempre recalcando que “ustedes son parte del movimiento también.”

Además se utilizarán explicaciones cortas acompañadas por ejemplos escritos o ejemplos gráficos.

5.6. Desarrollo de la propuesta

5.6.1. Proceso de Bocetaje.

A continuación se presenta el proceso por el cual se llegó al diseño final. Durante el proceso se tomaron varias decisiones en las cuales se presentan las opciones previas a la propuesta final y su respectiva fundamentación.

5.6.1.1. CREACIÓN DEL IDENTIFICADOR DE CAMPAÑA

Al principio no se tuvo planificado la creación de un identificador de campaña pues todo se tomaría al nombre de la escuela, pero se tomó la decisión que para una mayor integración de las piezas, reconocimiento del material por parte de los grupos objetivos y continuidad de la misma, crear un identificador que ayudará a lo dicho anteriormente.

Para la creación del identificador, se procedió a darle nombre a la campaña educativa que se está realizando. Para ello, se tomó en cuenta el concepto “manos en movimiento” con la propuesta que las familias reciben misiones cada día por parte de un comandante. Tomando en cuenta lo anterior, se crearon las siguientes propuestas:

Patrulla anti-gérmenes
Patrulla anti-bacterias

Para los nombres anteriores, se decidió que se prefería utilizar la palabra “bacterias”, pues se ha nombrado anteriormente para las encuestas y el contenido incluido en las piezas. Respecto a patrulla, se buscaron sinónimos, debido a que la palabra “patrulla” se asocia con policías y debido a la situación actual de Guatemala y los policías, esto podría generar rechazo por parte del grupo objetivo. Los sinónimos encontrados y alternativas fueron las siguientes:

Escuadra	Compañía
Cuadrilla	Federación
Grupo	Tropa / flota
Sección	Clan
Pelotón	Unidad
Escuadrón	Fuerza
Liga	Comunidad

De los sinónimos anteriores se escogieron “liga”, “unidad” y “escuadrón”. Para ellas, se procedió a buscar en la RAE su significado:

Liga: agrupación de individuos con un designio común.
Escuadrón: Unidad de caballería, mandada por un capitán.
Unidad: Unión o conformidad.

Luego se revisó que todos los significados se adecuaron al concepto, ya que todas mencionaban a individuos juntos, se procedió a la propuesta de los nombres.

Unidad anti-bacterias
Liga anti-bacterias
Escuadrón anti-bacterias

Para la decisión final, se hizo una rápida encuesta con las tres opciones a cada maestra de la escuela, para lo cual se dieron los siguientes resultados:

Unidad anti-bacterias II
Liga anti-bacterias I
Escuadrón anti-bacterias II

Las maestras tuvieron preferencia por Unidad y Escuadrón anti-bacterias debido a que son palabras que representan el concepto de la campaña y la unión entre los grupos objetivos.⁶⁴ Para la decisión final se decidió trabajar el identificador de la campaña y comprobar qué nombre convenía utilizar, tipográficamente hablando, dado que ambos nombres representan la misma idea y el grupo objetivo está de acuerdo.

Teniendo las propuestas de nombres para la campaña, se procedió a realizar la tabla de contenido gráfico para definir los estándares que el identificador de campaña deberá tener.

64. Ver Anexo No. 11. Corroboraciones preliminares de grupo objetivo, Identificador de campaña.

TABLA 9
TABLA DE CONTENIDO GRÁFICO DEL
IDENTIFICADOR DE CAMPAÑA

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Color	Asociar con el tema de limpieza.	<p>Colores fríos como el celeste, azul y turquesa sumándose con el blanco, los cuales tienen asociación a limpieza y salud confirmada por el grupo objetivo.</p> <p>No se hará uso de transparencias pero sí de porcentajes de tintas, desde un 50% hasta un 80% a parte del tono original.</p> <p>Colores cálidos como colores complementarios que llamen la atención como rojo, anaranjado y amarillo.</p> <p>Solamente utilizar 2 colores fríos acompañados de 1 cálido y/o blanco.</p>	Confianza
	Reflejar el tema de limpieza.	<p>Por medio de tipografías San Serif en mayúsculas.</p> <p>Para titulares: Tipografía de exhibición de tipo decorativa y/o de época. Se permite solo una de estas tipografías.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grobold • Animated • Dimbo • Wide Awake Black <p>Para claim o slogan Uso de tipografías sin serifa como la:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Helvética Neue Condensed black • Futura Koyu • Myriad Pro Semibold • Avenir Next Heavy o Demi Bold • Gotham Bold o Black 	Comodidad

Ejes de diagramación	<p>Crear estabilidad a la estructura de los elementos.</p>	<p>Retícula jerárquica, con una mayor importancia a las ilustraciones o a la palabra "unidad"/"escuadrón".</p> <p>Para crear estabilidad, no colocar los elementos en una misma línea horizontal.</p> <p>Ejes pueden ser rectos o con inclinación no mayor de 45°. Si fuese necesario pueden tener curvatura pero moderada.</p> <p>Estructura semiformal, activa e invisible. Equilibrio axial.</p> <p>Márgenes no mayor a 1" ni menor a 0.5".</p>	Diferenciación
	<p>Describir el sentido de "unidad".</p>	<p>Ilustraciones con un segundo grado de abstracción.</p> <p>Forma orgánicas o Rectilíneas.</p> <p>Color Naturalista o Exaltado.</p>	Identificación
Elementos gráficos de apoyo	<p>Integrar los elementos del identificador de campaña.</p>	<p>Líneas fluidas o rectilíneas para separar cuerpos de texto u otros elementos.</p> <p>Grosor de no más del 30% del grosor de la tipografía.</p> <p>Formas orgánicas o rectilíneas.</p>	Encanto

Fuente Propia

Terminada la tabla se procedió a buscar referencias de emblemas de escuadrones y unidades, para encontrar elementos en común que ayuden a sostener el concepto.

Figura No. 12
Referencia de emblemas



Fuente: RSI Community. 2013. <https://forums.robertsspaceindustries.com>



Fuente: Marvel. 2007. <http://www.forofantasiasmiguel.com>



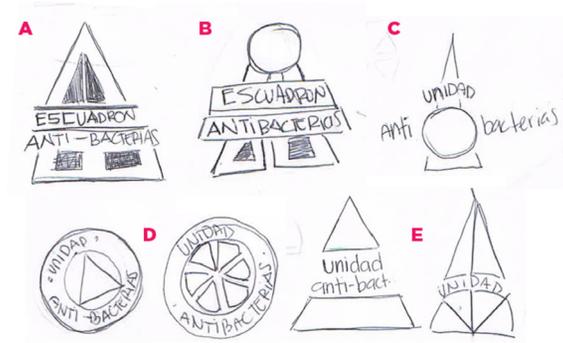
Fuente: Escuadrón 69 virtual. 2010. <http://www.escuadron69.net>

Habiendo buscando referencias se pudo notar el parecido entre las formas, el uso de líneas para integrar elementos, la aplicación en 2 colores en la mayoría y la integración con el texto.

Antes de desarrollar propuestas se definió lo que se estaba buscando: un identificador para la campaña que funcionara como el emblema del escuadrón/unidad anti-bacterias. El emblema debía representar unidad y limpieza, pero siempre trabajando bajo el concepto de la campaña de

“manos en movimiento”. Tomando ello en cuenta, se llevaron a cabo los siguientes bocetos a mano:

Figura No. 13
Pruebas de identificador 1.



Fuente Propia

Se buscó desde el principio una figura que representara la unidad y el movimiento, optando por el triángulo. En la prueba A, B, C y E se ven opciones de lo anterior, integrando el nombre “escuadrón anti-bacterias” a medias del triángulo y brindando legibilidad por medio de líneas que separaran las figuras o cuadros. Siguiendo con la idea de triángulo. Además en algunos se integraron un círculo para que no se perdiese el concepto en sí de la campaña y brindara el movimiento.

En las opciones de la D, se optó por colocar el triángulo dentro de un círculo y crear una especie de sello. También se buscó seguir la idea de unidad por medio de simbólicamente colocar muchos triángulos en forma concéntrica alrededor de un punto, encerrado por otro círculo. Esto haría referencia a los grupos objetivos unidos por una causa. Ésta idea se vio bastante acertada con el objetivo del identificador, por lo que se procedió a digitalizarlo.

Antes de proceder a digitalizar los identificadores, se realizaron pruebas con distintas tipografías y los nombres de la campaña, para poder intentar con diferentes opciones que representasen limpieza con el trazo de sus letras por medio de la legibilidad. Las opciones fueron las encontradas en la **Figura 14. Prueba de Tipografías.**

Figura No. 14
Prueba de tipografías

	escuadrón anti-bacterias	unidad anti-bacterias
Grobold	ESCUADRON ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS
Animated	ESCUADRÓN ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS
Dimbo	ESCUADRÓN ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS
WIDE AWAKE BLACK	<i>escuadron anti-bacterias</i>	<i>unidad anti-bacterias</i>
HELVETICA NEUE CONDENSED BLACK	ESCUADRÓN ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS
FUTURA KOYU	ESCUADRÓN ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS
MYRIAD PRO SEMIBOLD	ESCUADRÓN ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS
AVENIR NEXT HEAVY	ESCUADRÓN ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS
AVENIR NEXT DEMI BOLD	ESCUADRÓN ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS
GOTHAM BLACK	ESCUADRÓN ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS
GOTHAM BOLD	ESCUADRÓN ANTI-BACTERIAS	UNIDAD ANTI-BACTERIAS

Fuente: Propia

Figura No. 15
Propuestas de identificador 2



Fuente: Propia

Se digitalizaron las opciones D de la Ilustración anterior debido a que se apegaba más a la idea que se buscaba, pero al momento de verlo, no se veía atractivo y formal, no permitiendo jugar con el concepto de movimiento y la campaña que era tan activa. Es por ello que se buscaron otras opciones como la fila B, donde se pensó en utilizar una estrella, ya que si el personaje de la campaña debía ser un capitán y el identificador era para el escuadrón/unidad, funcionaría. La tipografía utilizada en las opciones B se decidió ya no implementarla en futuras propuestas debido a que no ejemplifica movimiento por su rectitud.

Figura No. 16
Propuestas de identificador 3

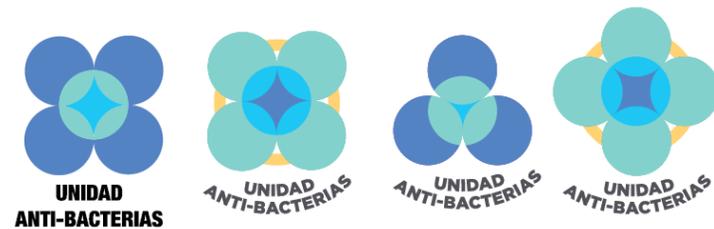


Fuente: Propia

En las opciones C, se trató de integrar los círculos y sellos de la opción A con la Estrella. Las segunda y tercera opción se asemejaban a un espirómetro de automóvil, por lo cual se procedió a buscar otra forma de implementar la estrella. En las opciones de la línea D, se utilizó una figura tomando la referencia encontrada de “emblema” anteriormente, creando así tres líneas salientes de un círculo que brindaban movimiento y un tono más parecido a un emblema. La tipografía utilizada en el la propuesta D, como se dijo anteriormente, se decidió no utilizarla debido a que no ejemplifica movimiento. Aún así, no terminaba de convencer la propuesta, pues parecía más un emblema para una fuerza aérea que para un escuadrón de higiene.

En este punto del bocetaje, se llegó a la conclusión que la figura que representaba mejor el movimiento era el círculo, por lo que usar el triángulo estaba afectando al diseño, creando propuestas muy estáticas. Aún faltaba representar lo que es unidad, para lo cual se decidió utilizar varios círculos que de alguna manera estando en una interrelación de la forma, permitieran representar el concepto. Así que para ello se utilizó el recurso del “toque” e “intersección” de figuras y lograr representar “unidad”. Se probaron las siguientes formas y se implementó los colores de la campaña para las pruebas.

Figura No. 17
Ícono de indentificador



Fuente: Propia

Se utilizaron cuatro y tres círculos en toque y uno más sobre ellos para representar esa unión. La forma cuadrada creaba mayor estabilidad que en forma de rombo. Se escogió el que tiene 4 círculos debido a que en las instrucciones para lavarse las manos que se obtuvo, menciona 4 movimientos para lograr un buen lavado. Además, se probaron combinaciones, optando por un color oscuro para los círculos de alrededor y de menor intensidad para el centro. Se agregó el círculo dorado/amarillo, para integrar los círculos, pero debido a que se veía solo parte de él, no terminaba la idea de integrar. El color amarillo/dorado representa

la energía del movimiento. Finalmente, la tipografía Gotham permitió legibilidad en sus mayúsculas (además de ser un elemento encontrado en los emblemas) y su trazo no aparentaba verse demasiado rígido a la par del ícono.

Este módulo que se creó se integró con el emblema en la ilustración anterior, creando las siguientes opciones:

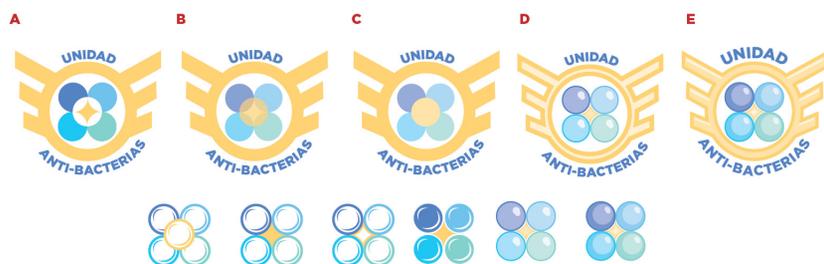
Figura No. 18
Bocetaje de identificador 4



Fuente: Propia

La opción A se integró el módulo de manera que quedara mucho más grande y con mayor relevancia. En la opción B, C y D se redujo el tamaño del módulo pues abarcaba mucho espacio y no proporcionaba equilibrio. Además, se probaron otras tipografías para corroborar que Gotham era la adecuada. La opción E se redujo nuevamente el módulo de manera que se encerrase dentro de la figura. La figura se optó por cerrarla, pues de esta manera, tendría un significado de “unidad completa” y dado que son tres grupos objetivos rodeando el lavado de manos, encajaba perfectamente. Debido al movimiento que brindaba el círculo de la figura que encerraba el módulo, la tipografía se veía mucho más integrada y en movimiento si se colocaba con esa misma forma arriba y debajo.

Figura No. 19
Bocetaje de identificador 5



Fuente: Propia

En la opción A, se decidió cambiar el color de la tipografía por el azul para que se integrara más a los colores de campaña. Además, se decidió cambiar cada círculo a un color para representar los diferentes movimientos del lavado de manos creando en el centro una estrella que asemeja a un brillo de limpieza. Esta propuesta fue la que se iba definir como final, pero al corroborar en asesoría, se pudo apreciar que los círculos parecían representar un flor, lo cual no se interpretaba como limpieza. Para ello se tomó la decisión de volver estos círculos en burbujas, para lo cual se bocetaron varias, tomando en cuenta transparencias, cantidad de tinta, brillos y detalle en la burbuja.

Figura No. 20
Elección final de identificador



Fuente: Propia

Para la elección final se tomaron en cuenta las dos anteriores, una con líneas gruesas y la otra sin ellas. Se eligió la opción B, debido a que las líneas en los elementos no le aportaban un valor de limpieza al identificador. Por otro lado, la opción B con los colores sólidos en la mayoría del identificador lograba transmitir limpieza debido a que no hay excesos en elementos de apoyo además que permitía una línea gráfica tanto en las ilustraciones como en piezas, a utilizar figuras sin orilla.

Identificador de campaña

Figura No. 21
Identificador final



CMYK

2 tintas
PANTONE / DIRECTAS

1 tinta
PANTONE / DIRECTA

Fuente: Propia

El identificador de campaña presenta un círculo de color amarillo, el color asociado con la energía del movimiento, rodeado por tres puntas a cada lado del círculo representando los grupos objetivos involucrados en la campaña. Cada punta lleva rectángulos delgados de color blanco que asemejan a un brillo, debido al tema de limpieza. Dentro de este círculo se encuentran cuatro elementos con forma de burbuja, cada una representando los movimientos necesarios para el lavado de manos. Éstas se encuentran organizadas de manera equilibrada en dos filas, con dos burbujas arriba y dos abajo. En el centro se encuentra la intersección de las burbujas que crea una forma de estrella, similar a un destello de limpieza.

El nombre de campaña se encuentra dividido en dos partes, la palabra “unidad” escrita en mayúsculas de color azul en la parte superior del módulo anterior y la palabra “anti-bacterias”, también en mayúsculas de color azul en la parte inferior. Ambas tienen la curvatura del círculo para integrarse a módulo. Finalmente en la parte exterior de las letras, lleva una línea gruesa de color amarillo como el círculo de los grupos objetivos, que busca integrar por completo el nombre de la campaña.

Asimismo, se crearon una versión en dos tintas, colocando como colores el azul, representando la limpieza, y el amarillo para generar contraste y asociado con energía. Además, se hizo una aplicación en una tina en color azul. Estas fueron creadas en caso se pensase en ahorrar por medio de la utilización de dos tintas o una y definir como se aplicaría el identificador para éstas piezas.

5.6.1.2. PALETA DE COLOR

El objetivo de la paleta de color es asociar el mismo con el tema de limpieza. Se estableció en la tabla de contenido gráfico los colores fríos como el celeste, azul y turquesa, los cuales el grupo objetivo ya había afirmado reconocer con el tema.

Para bocetar el color celeste, se utilizó Color de adobe (online: <https://color.adobe.com>) para definir uno. Como propuestas se utilizó el modo análogo y tomo el área de los celestes en la paleta cromática, teniendo como resultado los siguientes tonos:



Figura No. 22
Guía de color.

Fuente: propia

Se eligió el tono celeste del centro, ya que el tono presentaba un intermedio entre el celeste oscuro y el celeste verdoso y con base en él se podían determinar los demás colores. Para definir los turquesa, se tomó el tono más verdoso que dio el programa y se colocó cantidades exactas de tinta. El mismo proceso para el azul.



Figura No. 23.
Paleta de color fríos

Fuente: propia

De los anteriores, no se escogió el primer azul debido a que tenía una tonalidad morada y el morado no se asocia con la limpieza. Por otro lado se tomaron el segundo azul como tonalidad oscura, el celeste que se colocó los valores en cantidades exactas y finalmente el turquesa.

También se tomó en cuenta la utilización de los colores cálidos tomándolos como colores complementarios para generar puntos de interés en los materiales. Para ellos se utilizó nuevamente el programa, pero esta vez utilizando la opción de complementarios para obtener el color cálido.



Figura No. 24
Bocetaje de color cálido

Fuente: Propia

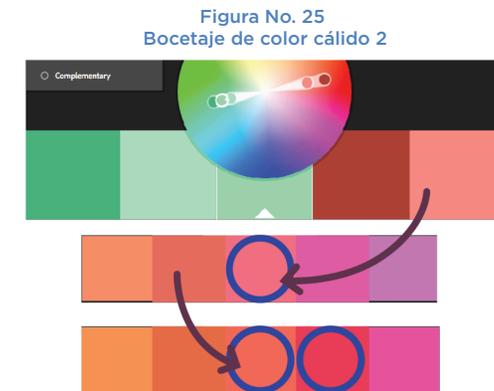


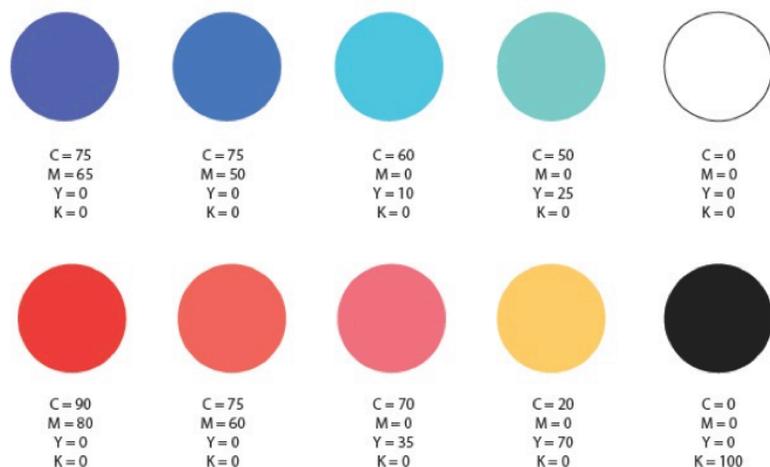
Figura No. 25
Bocetaje de color cálido 2

Fuente: Propia

En las imágenes anteriores se desarrolló el bocetaje para encontrar los colores cálidos que conformarán la paleta de color. Utilizando el programa se generó un color complementario, luego se colocó este color obtenido y se buscó colores análogos que permitiese decidir entre 5 colores parecidos.

Los colores que se decidieron fueron los siguientes:

Figura No. 26
Paleta de colores versión 1

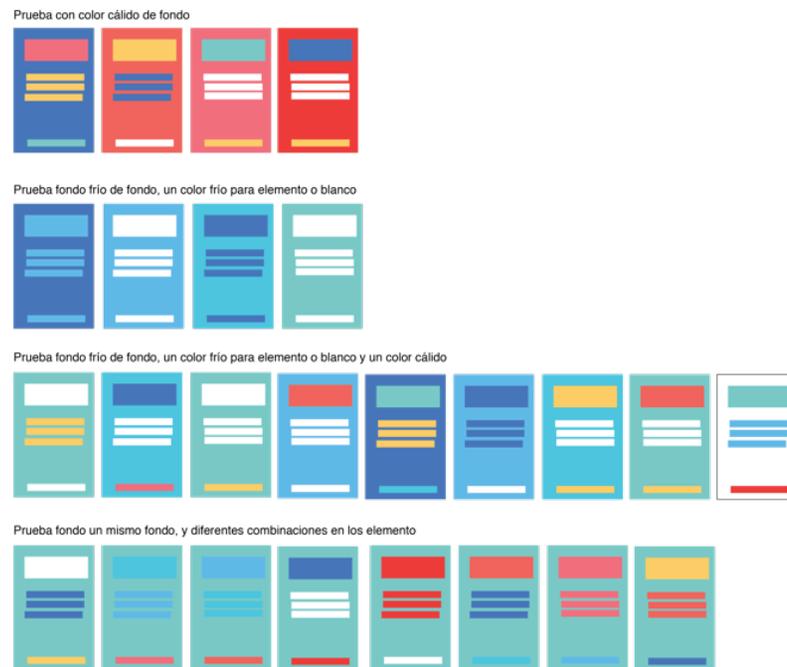


Fuente: Propia.

Con lo anterior, se logró definir los colores fríos que el grupo objetivo identificó como los colores que representan la limpieza y los colores cálidos, como los colores que crearán puntos de atención en cada pieza. Además, se agregaron el color blanco y negro a la paleta. Esto se hizo debido a que el blanco representa psicológicamente “todo aquello que consideramos higiénico”⁶⁵ y también resultó ser un color que se asocia a limpieza según el grupo objetivo. Por otro lado, el negro se integró a la paleta para generar sombras más oscuras, contraste en las líneas y en tipografía.

Para lograr definir las combinaciones de los colores, se ejecutaron varias pruebas de los colores aplicados en una pieza genérica con título, texto y elemento. Realizada la prueba de combinación de color se definieron las combinaciones incorrectas debido al parecido de los colores y al poco contraste entre ellos.

Figura No. 27
Combinaciones de color versión 2

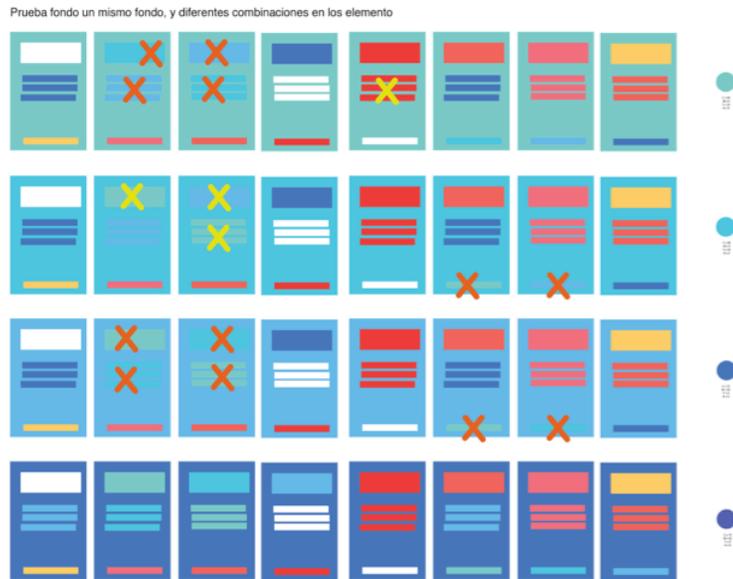


Fuente: Propia

Para las combinaciones se realizaron diferentes pruebas de color. En la sección de Prueba de color cálido de fondo, se eliminó puesto que el color cálido siendo dominante en la pieza no se relaciona con limpieza. En la sección de Prueba fondo frío, un color frío de elemento o blanco, se eliminó de igual forma pues a pesar que la combinación denota limpieza, no existe un punto que llame la atención pues es monótono. En la Prueba fondo frío, un color frío para elemento o blanco y un color cálido, se tomó en cuenta con la última opción pues generaba un punto de atención en las piezas pero siempre mantenía un mayor peso los colores fríos. Además el color blanco ayudaba con la generación de descansos visuales y limpieza en las piezas, pero se decidió no utilizarlo pues obligaba a utilizar solo un color frío y uno cálido sin combinación variedad en las piezas. Escogiendo la última prueba, se define el usar dos colores fríos, blanco y un color cálido, lo cual genera el punto de interés, relación con higiene y romper con monotonía. Se generaron las combinaciones posibles para definir las que no deberían de ser aplicadas debido a la falta de contraste entre color frío y cálido. Ver Figura 28.

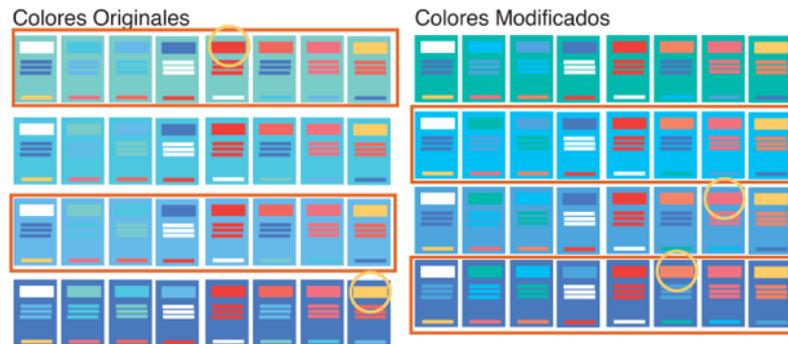
65. APRENDIZAJE Y VIDA. Psicología de los Colores: El Color Blanco. 2014. Disponible en <http://aprendizajeyvida.com> [Consulta: 14/08/15]

Figura No. 28
Combinaciones versión 1



Fuente: Propia

Figura No. 29
Combinación versión 2

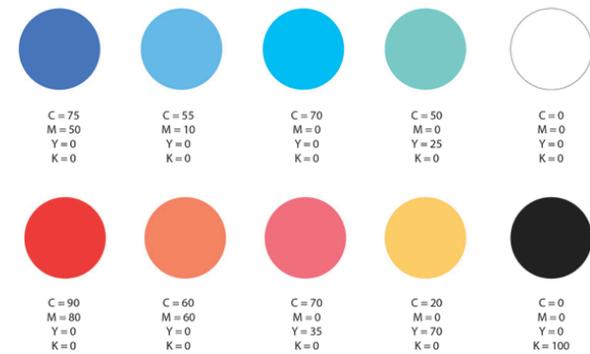


Fuente: Propia

Con lo anterior definido, se escogieron los colores que no deben ser combinados debido a la falta de contraste entre ellos. Terminado esto, se procedió a realizar una prueba de impresión para la cual, se pudieron notar lo siguiente: los colores fríos se vieron muy similares, en especial los dos azules entre ellos y el turquesa con el celeste; el anaranjado y el rosado no se distinguían. Dado lo anterior, se procedió a modificar los números en cada tonalidad de color para luego volver a realizar una impresión. Ello se puede apreciar en la Figura 29.

Dicho lo anterior, se definen como la gama de color final para la campaña los siguientes colores:

Figura No. 30
Colores finales



Fuente: Propia

5.6.1.3. DEFINICIÓN DE PERSONAJE:

Para el personaje, se había escogido en la tabla de contenido gráfico del personaje, que debido a la dinámica de las misiones diarias, el personaje debía ser un capitán o comandante que diera las misiones, connotando a una autoridad que tanto padres como hijos debían seguir.

Primero se definió el perfil del personaje principal, el capitán identificando los puntos que se dan a continuación:

1. Identificar:

Es un capitán, líder del escuadrón contra las bacterias. Da las misiones a los hijos y padres de familia.

2. Definir:

- *Genero:* Masculino debido a que es un personaje que podrá llegar directamente a la familia y será tomado como símbolo de autoridad tomando en cuenta las características del grupo objetivo.

3. Perfiles:

- *Demográfico:* el personaje es un hombre de 30 años de edad. Es originario del planeta Tierra pero nace en el año 2400 D.C. Él viene del futuro lejano para ayudar a las familias de nuestro presente en la lucha contra las bacterias. El personaje tiene esta misión debido a que en el futuro, las bacterias se volvieron la causa de enfermedades de muchas familias y se creó un equipo especial que se encargaba de eliminarlas. A pesar de que en el futuro se logró controlar la situación, se les encargó a varios miembros del equipo especial contra las bacterias, regresar al pasado para evitar que las familias se enfermaran. Es por ello que el personaje regresa al pasado en una máquina del tiempo y llega a nuestro presente, 2015, para prevenir a las familias y eliminar a las bacterias.

En la actualidad, vive en un satélite que se mantiene girando alrededor del planeta Tierra, pues teme que pueda afectar el transcurso histórico más de lo que su misión demanda.

- *Morfológico:* De complexión musculosa con cabello corto y oscuro. Tiene piernas delgadas. El color de sus ojos es miel y su piel es de color morena clara. Mide aproximadamente 175cm y pesa alrededor de 150 lb. Su barbilla es un poco ancha y masculina.

Porta el traje que utilizaba su equipo en el futuro para eliminar las bacterias. Éste consiste en botas altas hasta la rodilla, guantes y un traje de cuerpo completo tallado y con el cuello alto. Sus botas tienen un mecanismo de propulsión de energía renovable (solar) que le permite volar. Además, lleva un cincho que sujeta varias bolsas con equipamiento especial para realizar su trabajo. Gracias a todos lo que logró en el futuro, se ganó varios reconocimientos, los cuales porta orgullosamente en el pecho sobre su traje.

Entre los materiales en la bolsas de su cinturón se encuentran:

- Granadas de jabón
- Gas limpiador
- Láser de desintegrador de bacterias
- Bombas de gel anti-bacterias

Siempre lleva puestos su visor. Éste le permite ver las bacterias, ya que a simple vista, éstos son invisibles. En las patillas del visor que se sostienen del oído, tienen un botón que permite apagar y encender el visor y cambiar el modo del mismo.

Su traje le proporciona protección contra las bacterias y se lava sólo, por lo que no necesita cambiar de ropa.

- *Psicográfico:* es una persona que lidera a un escuadrón contra las bacterias. Tiene muy presentes valores como responsabilidad, empatía y perseverancia. Es una persona visionaria, pues desea ver al mundo libre de las bacterias. Para ellos ha necesitado de mucho coraje para enfrentarse a las adversidades que se le presentaron no solo en el futuro sino en su actual misión. Él es seguro de sí mismo y se conoce muy bien para que su enemigo no lo atrape desprevenido.

Cuida de los miembros de su equipo y le gusta enseñar y ayudar a quienes lo necesitan. Siempre está preparado con todo su equipo, pues es muy precavido.

El personaje es un hábil cocinero, pues ha vivido solo desde hace mucho tiempo. Es capaz de mantener su hogar limpio y ordenado. Además, le gusta salir a caminar y conocer sus alrededores cuando no está trabajando.

Propuestas de nombres:

- Alexis (griego) variante de Alejo, significa **defensor**, el protector.
- Eduardo (germano) **el guardián**
- Guillermo (griego) **el que protege**
- Héctor (griego) ektor, el que posee, **el que protege y defiende.**
- Ricardo (germano) **líder fuerte o poderoso y fuerte.**
- Sebastián (griego) reverenciado.
- **Valdo** (germano) **el que gobierna.**
- Valerio (latino) el que posee gran fortaleza.
- Ezequiel (hebreo) Yekhgezgel, fuerza de Dios.
- Alejandro (griego) el que evita a los hombres o “el protector”.
- Alessandro (griego) variante italiana de Alejandro.
- **Amir** (árabe) **el jefe**, el gobernante.
- André (griego) variante francesa de Andrés, que significa valiente y varonil.
- Darío (griego) el que protege.
- **Germán** (latino) **el que lucha.**
- **Jasón** (griego) **el que cura todas las enfermedades.**
- **Darikson - El que protege contra el mal.** De carácter dominante. Organizado y logra sus objetivos. A veces es muy ambicioso.
- **Gino** - guerrero glorioso. Reflexivo, flexible y muy querido.
- **Luther** - Guerrero famoso. Afectuoso y protector. Gran capacidad de trabajo y lealtad. Lucha por sus ideales
- **Raid - Líder.** Altruista. No tolera el egoísmo y la falta de compromiso
- **Raimon - Protector.** Diligente, cuidadoso, emotivo e intelectual.
- **Ray - El protector.** Leal, honesto, analítico, responsable y emprendedor. Busca momentos para la reflexión. Ama a sus seres queridos.
- **Sergi** - Protector. Práctico y comunicativo. Perseverante y alcanza sus metas.
- **Vishnu** - Protector. Trabajador. Construye un mundo a su medida. Cariñoso y solidario. No es materialista.

Al principio se había escogido el nombre *Capitán Ricardo* debido a que es un nombre que representa la cualidad de liderazgo del personaje y demuestra el poder que tiene para defender a las familias.

Pero debido a que el concepto del personaje hacía referencia a que viene del futuro y que no vive en Guatemala, se decidió cambiar a *Capitán Darikson*, pues es fácil de pronunciar aunque sea un nombre extranjero y tiene como significado “protector contra el mal” el cual funciona de acuerdo con lo que se busca que el personaje quiera salvar a las familias de las bacterias.

Además, fonéticamente, suena a un nombre de una persona fuerte. Por otro lado, el personaje el personaje carece de un apellido ya que viene del futuro y en él no se utilizaban los apellidos.

BOCETAJE DEL PERSONAJE

Referencias

Para empezar el bocetaje, se buscaron varias referencias en cuanto a tipos de capitanes, trajes de capitanes, estilos de cuerpo y su musculatura y finalmente, proporciones de personajes. Se juntaron varias referencias a través de la página de Pinterest, creando un board con todo el material recolectado.

Entre las referencias se encontraron capitanes con gran musculatura, delgados, chaparros y medianos. Además, se guardaron tanto referencias femeninas como masculinas para encontrar las diferencias en sus posiciones, trajes y personalidad con la finalidad de definir el del personaje de esta campaña. Respecto a los trajes de capitán, se encontraron tanto de capitán de la marina, capitán militar, capitanes del espacio, capitanes rebeldes y capitanes superhéroes. Éstos resultaron de gran ayuda para definir una línea gráfica por donde guiar el proyecto y las distintas ramas que existen para una “unidad”.

Las referencias se muestran a continuación:

Bocetaje de proporciones

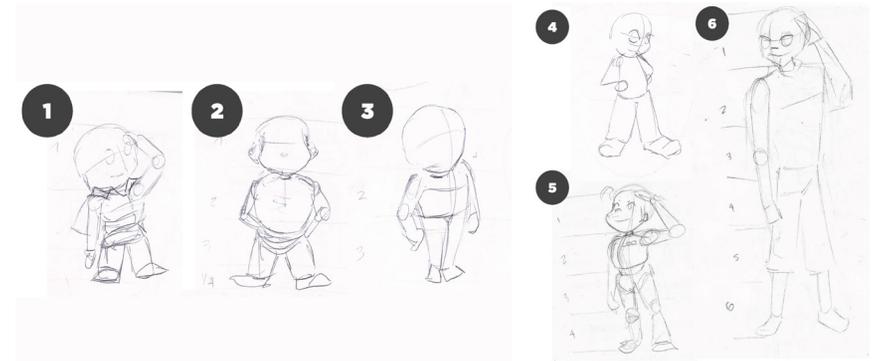
Tomando en cuenta las referencias encontradas, se bocetaron 6 proporciones de cuerpos diferentes en la *Figura 32*. Las primeras 3 versiones, son cuerpos de 3 y 4 cabezas de alto, creando personajes pequeños. El resultado fue versiones más infantiles del personaje. Luego, el bocetaje 4 y 5 son versiones más grandes de entre 4 y 5 cabezas, creando versiones más estilizadas y con opción a darle extremidades largas con manos y pies grandes. Finalmente, y la que se escogió, fue la proporción de 6 cabezas, que se asemejaba más a la realidad, creando un personaje estilizado y con opción a más detalle.

Bocetaje de trajes

Para el traje del personaje, buscaron dos formas de representar su rango de capitán. La primera opción fue utilizar un traje de capitán de la marina, en la *Figura 33*, pues son muy característicos de la policía, estéticos y podría incluirse las características de que sea de látex y lo anterior propuesto. Para ello, se bocetaron las gorra con insignia, sacos, pantalones y botas, cambiando tamaños y cortes diferentes para cada uno. Los resultados fueron trajes estéticos que representan un cargo de autoridad y liderazgo, además que lo representativo de los trajes de la marina, es que fuesen de color blanco, lo cual representaría higiene. Al final, se tomó la decisión de dejar la idea pues en Guatemala, los marines no tienen relevancia como en los Estados Unidos, entre otros países, además de que en Guatemala, la situación actual con la policía no es del todo satisfactoria.

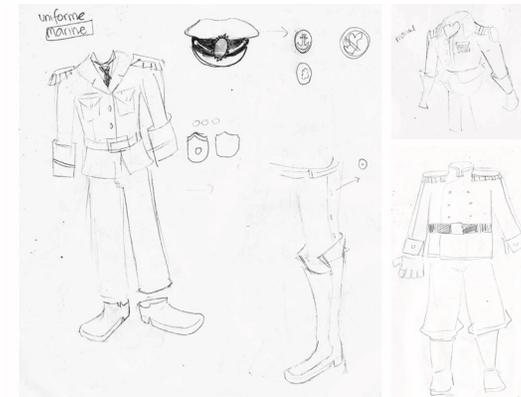
Como segunda opción, se optó por los trajes del espacio, hechos de látex, tallados y con connotación futurista. Además se le agregaron las insignias de los marines para representar sus logros. Finalmente el traje permitió agregarle accesorios como el cinturón que llevara las herramientas del personaje y el visor de una manera más natural y acercada a la descripción que se buscaba en referencia al futuro. Lo anterior se puede observar en la *Figura 34*.

Figura No. 32
Bocetaje de proporciones



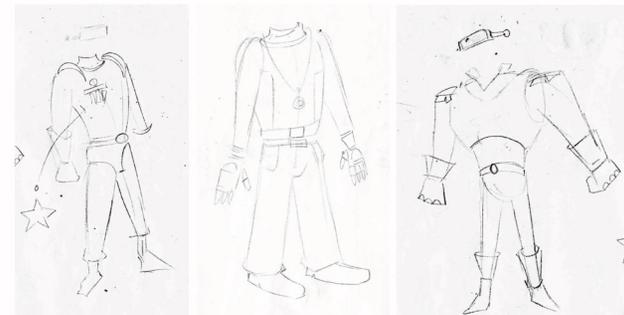
Fuente: Propia

Figura No. 33
Pruebas de trajes de marina



Fuente: Propia

Figura No. 34
Pruebas de traje del espacio



Fuente: Propia

Bocetaje de cuerpo

En el cuerpo, se bocetaron opciones de la musculatura del personaje además de la aplicación de formas de los trajes. Esto permitió elegir un cuerpo que se viera mucho más fuerte, proporcionado y un traje que calificara con lo que el personaje necesitaba de acuerdo con las opciones previamente expresadas. Dentro de la *Figura 35*, en el boceto 1 se buscaba utilizar el cuerpo pequeño para comprobar que la utilización de éstos cuerpos si creaba personajes infantiles, lo cual, sí lo fue. Luego en el boceto dos se buscó crearle mucho más pecho para crear masculinidad y fuerza en el pecho. En la número 3 se buscó un equilibrio entre el pecho y los brazos y finalmente en el 4 se redujo la altura y el tamaño de los brazos.

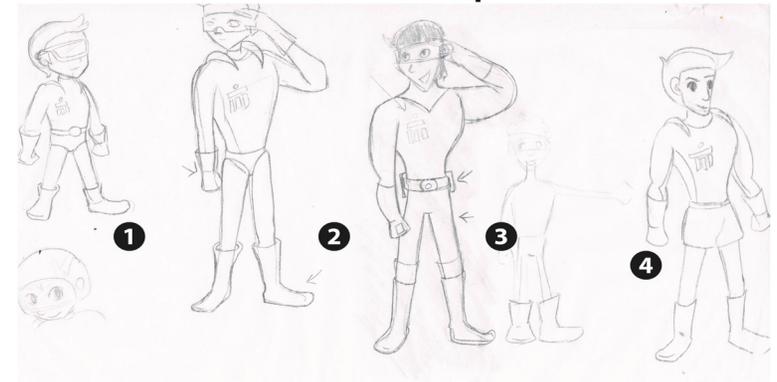
Todas las opciones representan las piernas delgadas que se había planteado anteriormente. Se eligió la musculatura del traje 3, así como su traje debido a que representaba la fuerza, futurismo y se veía estilizado. Se cambiaron sus guates por los del boceto dos pues el hoy en los guantes no representaba la higiene. También se dejaron las botas del traje 2 pues la altura y el tamaño del pie le daban mucho más equilibrio al personaje que cualquiera de sus demás opciones.

Bocetaje de rostros y cabello

Terminado el cuerpo, se procedió a los rasgos específicos del rostro del personaje (*Figura 36*). Para ello se crearon 6 rostros a 3/4 con distintas características, variando en el tamaño de la barbilla, orilla del rostro con pómulos saludos o mucho más rectos, y ancho y alto de cara distintos. Luego se añadieron distintas bocas y narices a cada cabeza, variando el tamaño, la línea de la barbilla y narices. Se probaron 3 diferentes estilos de visor y 4 estilos de ojos con sus cejas. Finalmente se probaron distintos cabellos, cambiando en el largo, estilo y con detalles de cabellos en la frente que brindaban cierto carácter extranjero en el personaje.

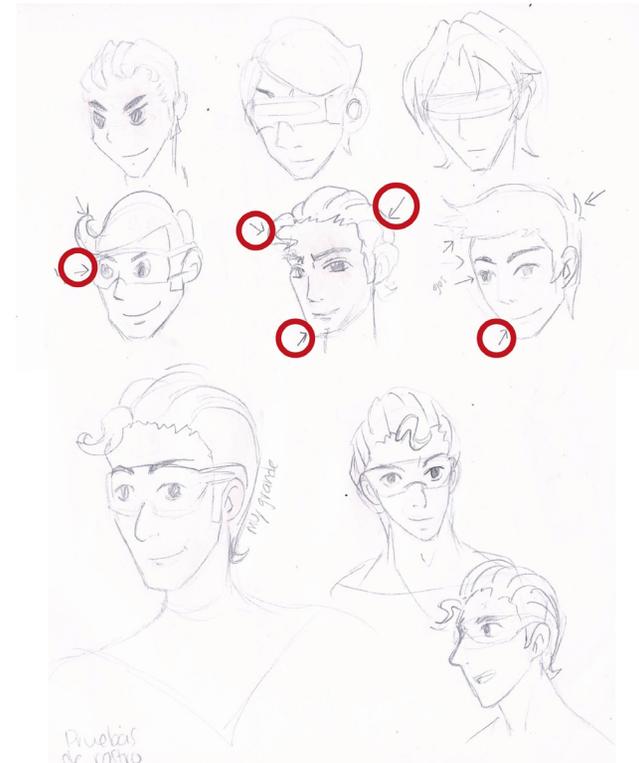
Los rasgos escogidos fueron: el visor que permite ver los ojos del personaje, los ojos alargados y con iris y pupilas de un mismo color. Cabello hacia atrás que denota limpieza en el rostro con un pequeño mechón colcho que representa el movimiento del concepto. Se utilizó un rostro alargado y barbilla gruesa pues el personaje debía verse masculino y de mayor edad. Finalmente se eligió la nariz redonda grande y las cejas encrespadas que le brindaban fuerza al personaje.

Figura No. 35
Pruebas de cuerpos



Fuente: Propia

Figura No. 36
Prueba de rostros y cabello



Fuente: Propia

Estudio de manos

Para las manos, se probaron distintas formas de representar que los dedos fueran del mismo tamaño. Se realizaron pruebas desde manos con 5 hasta 4 dedos. Se optó por dejar los 5 dedos debido a que si es una campaña para la higiene las manos, las manos deben ser como las del grupo objetivo para que exista una mejor aceptación por parte de ellos. Las manos finales fueron escogidas por su acercamiento a la proporción real pero siempre se entendía como que es un dibujo, lo cual hace mucho más fácil la creación de distintas poses.

Habiendo determinado todo lo necesario, se procedió a unir todas las características en el personaje final. Se aplicó una vista a 3/4 y en base a ella, se modeló por detrás. Demás se agregaron las vistas del rostro en 3/3, perfil y frente y el detalle de la mano con los dedos de la misma altura. El personaje se puede ver en la Figura 37

CORROBORACIÓN

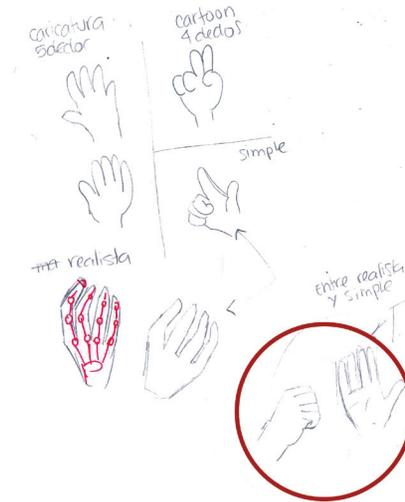
Antes de llevar a una forma digital al personaje, se procedió a corroborar las características del personaje con el grupo objetivo de los niños y las maestras de la escuela. Para la corroboración, se llevó el boceto anterior y se presentó ante pequeños grupos de niños, de entre 3 y 5 niños hasta juntar 15 corroboraciones. Entre lo que mencionaron destaca lo siguiente:

Cuando se les preguntó por la edad del personaje, los primeros niños no lograron asociar una edad lo suficientemente alta, por lo que respondieron entre 12 y 13 años, pues para ellos esa edad es grande. Pero luego se optó por colocar estándares de “tu edad”, “la edad de tu maestra” y la “edad de tu papá”, para la cual ningún niño mencionó que personaje aparentaba su edad. El personaje aparenta una edad entre la maestra del grado (25 - 28 años) y sus padres (30 - 40 años), parecía ser alto, se veía que es del extranjero y la mayoría si creía que venía del futuro debido a como se veía y su ropa. Muchos asociaron su ropa a un superhéroe, por lo cual cuando se les preguntó que si era un líder de un escuadrón y si se veía fuerte, se obtuvo una respuesta afirmativa por parte de todos.

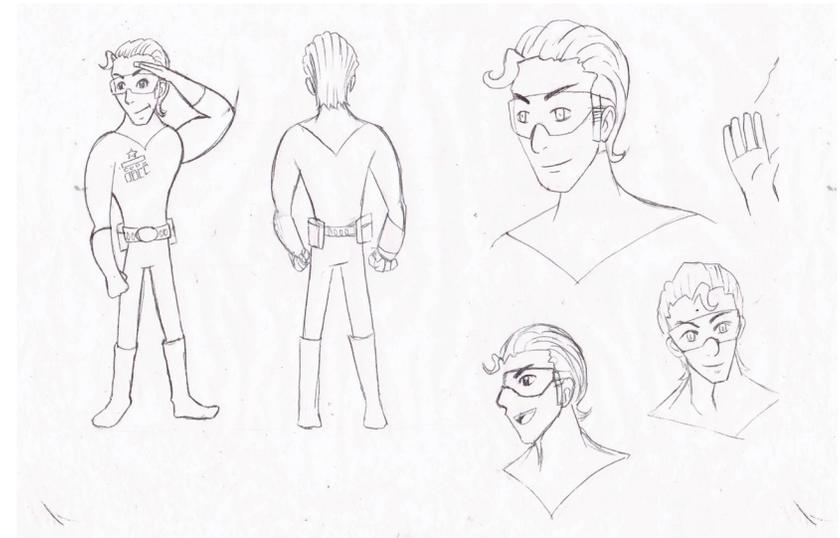
Además, los niños y las maestras estuvieron de acuerdo en que las medallas fueron por méritos obtenidos y por salvar a la gente. Cuando se preguntó sobre el tamaño de los dedos del personaje, hubo distintas respuestas por parte de los niños, desde que era por ser un superhéroe hasta por ser de extranjero, lo cual no es exactamente el motivo pero si es aceptable la respuesta pues viene del futuro. Las maestras sí afirmaron

Figura No. 37
Pruebas de cuerpos

Prueba de manos



Fuente: Propia



que se debía a que es porque es del futuro y evolucionó de alguna manera. Todos mencionaron que el visor era para “ver mejor” y “ver las cosas que no se ven”, no lo asociaron directamente con ver las bacterias.

Se obtuvo una discrepancia con lo que es color, pues los niños al haberlo asociado con un superhéroe, mencionaron que le colocarían colores como el rojo, amarillo y el azul, basados en el cliché de superhéroe americano. Aun que se hayan obtenido estas respuestas, debido al concepto, se seguirán aplicando los colores fríos para denotar higiene pero se utilizarán los rojos y amarillos para resaltar detalles en la medallas y el cinturón.

Color del personaje

Se comenzó con el color del personaje, tomando la gama de color de la campaña para el traje del personaje. Se buscaron varios tonos de piel, desde pálido hasta un moreno rojizo, denotando que es del futuro. En el área A se ve una aplicación a un traje blanco con decoración de color. Mientras en la opción B se hicieron pruebas coloreando el traje de color. Se optó por el traje blanco debido a que es el color que tanto el grupo objetivo como la psicología del color, representa limpieza.

Se definió el otro color para la ropa del personaje el segundo color que denotaba limpieza, azul. Debido a que el grupo objetivo había votado por colores cálidos como el rojo y el amarillo para colocarle al personaje, se tomó la decisión de que estos colores serían para los accesorios como las bolsas, el cincho y las medallas que el personaje lleva.

Por otro lado, el tono de piel se buscó un intermedio entre moreno claro y moreno con el motivo de no alejarse del grupo objetivo por completo. El visor se dejó de una tonalidad verdosa para denotar que busca bacterias. Finalmente, el color del cabello del personaje se eligió el café por el motivo que así permitía una mejor utilización y determinación de luces y sombras en el mismo. La ilustración del personaje se decidió dejar sin línea para que se integrase con el identificador de campaña. Las únicas líneas que se dejaron fueron las que ayudaban a definir áreas de la misma ropa que se perdían al estar sobre otra parte.

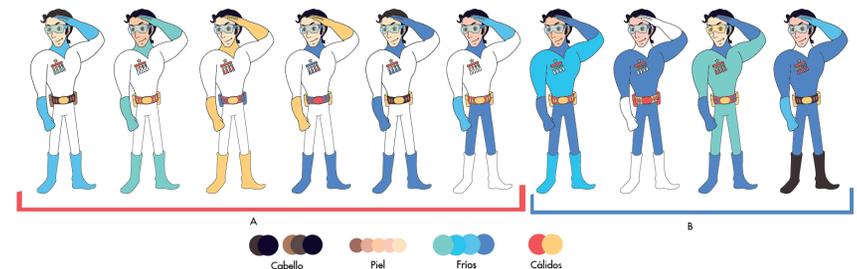
El personaje, como se puede notar, lleva más brillos que sombras, connotando a la limpieza.

Figura No. 38
Posiciones del personaje



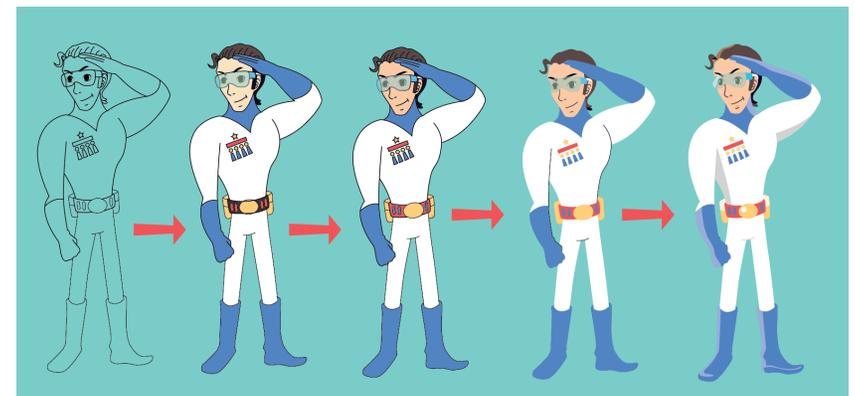
Fuente: Propia

Figura No. 39
Bocetaje de color de personaje



Fuente: Propia

Figura No. 40
Transformación de color de personaje



Fuente: Propia

5.6.1.4. DEFINICIÓN DE FORMATOS Y SOPORTE:

Se decidió bocetar primero el formato e identificar la mejor manera de aprovechar al papel de acuerdo con la función del formato para este proyecto. Además de no implementar troquelado (corte) pues aumentaría el costo de las piezas. También se dispuso que en las piezas que lo permitiesen, se podría crear movimiento de manos al incluir dobleces.

Pre 21 días

Afiche del correcto lavado de manos:

Se definieron 4 formatos que entraban dentro de los tamaños definidos en la tabla de contenido gráfico. Se implementará el tamaño de 20 x 30 in para luego cortarlo por la mitad, debido a que se podría aprovechar el tamaño para la creación de los 2 afiches que se necesitan con el proceso de lavado de manos de forma horizontal en un mismo papel. Además se cortaría el papel por la mitad y se emplastaría, creando ambos afiches y se colocarían en el baño de niñas y niños, respectivamente.

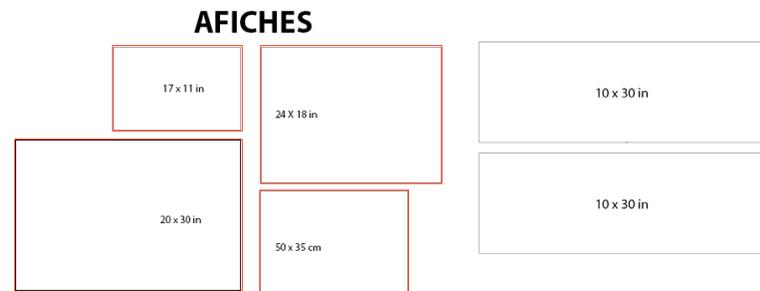
Invitación para padres:

Se eligió un tamaño carta para economizar. Se buscó además el aprovechar este mismo formato para impresión de varias invitaciones. Se tomó en cuenta el carta a lo largo y el carta a lo ancho, cortado en 3. Se eligió 2.85 x 11 in para la invitación para mejor legibilidad y diagramación del texto informativo. Luego para el movimiento en esta pieza se bocetaron 3 opciones de dobleces, optando por el C, ya que permitía mover las dos manos al mismo tiempo para abrir la invitación.

Bifoliar para padres:

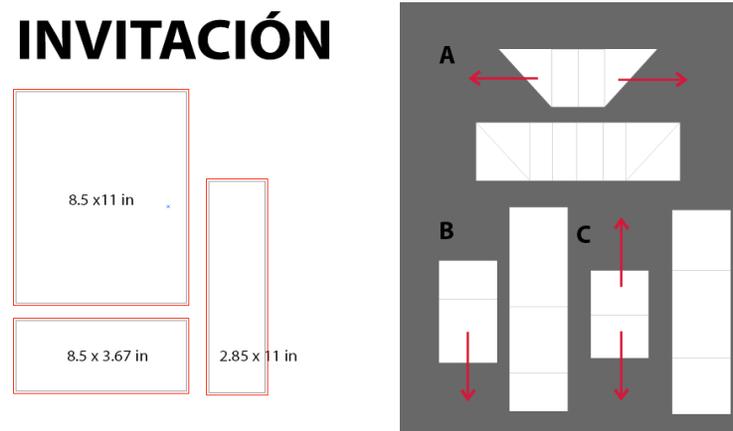
Se abordó un tamaño media carta para aprovechar el papel y obtener dos bifoliales con una sola hoja. Esto determinó los tamaños en la *Figura 43*. Se eligió el tamaño 5.5 x 8.5 in que es equivalente a un carta doblado horizontalmente para aprovechar a volverlo a doblar y aún así obtener espacio suficiente para la información. Se eligió la opción A debido a que permitía colocar la información general de la campaña en la parte superior y el proceso de lavado en la inferior, teniendo ambas en el mismo momento cada vez que los padres deban de revisarlo durante el proceso de la campaña.

Figura No. 41
Afiches formato



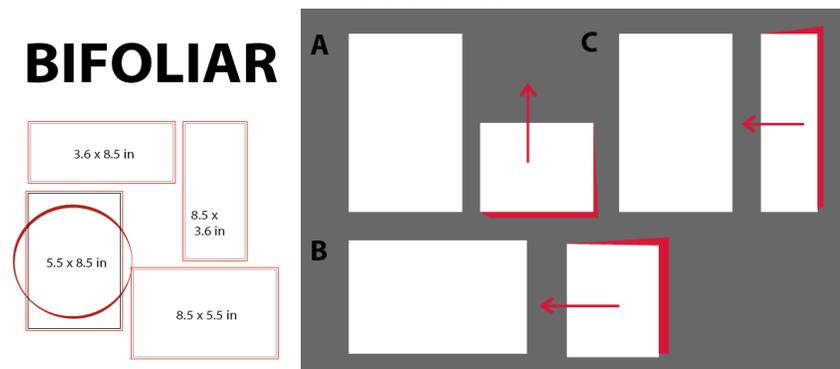
Fuente: Propia

Figura No. 42
invitación formato



Fuente: Propia

Figura No. 43
Bifoliar formato



Fuente: Propia

Durante 21 días

Kit para familias:

Ruleta:

Se definieron como tamaño no mayor a un carta pero no menor de 3" de cada lado. Aprovechando mejor el papel, se optó por cortar el 4 piezas el carta de 4.25 x 5.5 in y que cada una sea una ruleta, colocando un ataché en el centro con la flecha que indicará la actividad a elaborar.

Calendario:

Partiendo del tamaño carta, se pensó en que los padres debían escribir en este calendario, por el espacio debía ser suficiente para que su letra encajara. Pensando en lo anterior pero siempre en economizar en papel, se optó por cortar el carta por la mitad y que se usase de manera vertical. De esta manera habrá espacio para que los padres escriban y cabrán las actividades de los 21 días sin dificultad.

Rompecabezas:

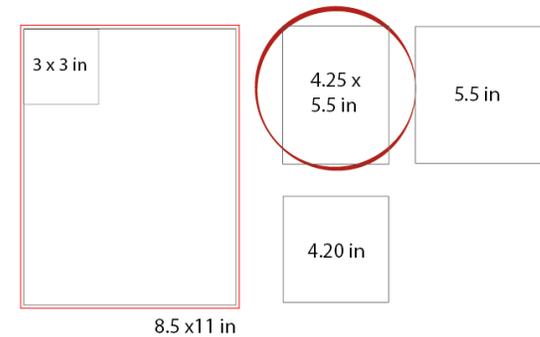
Se tomaron tres ideas de las cuales partir para elaborarlos.

1. Opalina 100 g de 8 x 8 cortados en 9 piezas. Se utilizarían tiro y retiro.
2. 9 Cubos que permiten armar hasta 6 rompecabezas diferentes.
3. Tagrama de 7 piezas por kit.

Se escogió finalmente la B, pues esta opción aunque se tuviera que invertir un poco más, valdría la pena pues permitía la creación de hasta 9 rompecabezas, representaba el concepto por medio del movimiento que se le aplica a cada cubo y además, es un juguete que podría seguir usando la familia aún terminada la campaña y como recordatorio de la misma.

Figura No. 44
Ruleta formato

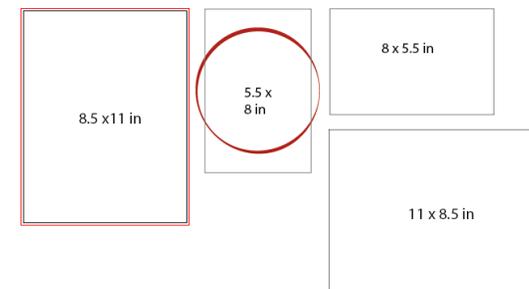
RULETA



Fuente: Propia

Figura No. 45
Calendario formato

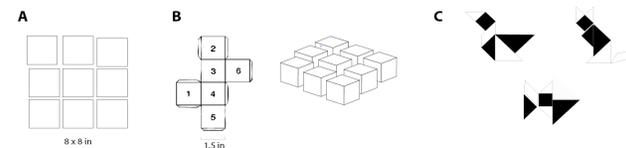
CALENDARIO



Fuente: Propia

Figura No. 46
Rompecabezas formato

ROMPECABEZAS



Fuente: Propia

Memoria y Lotería: Para la lotería se crearon 4 cartones que tendrían 9 espacios cada uno. Existirán 12 piezas para llamar. Se buscó que las mismas piezas para llamar sean las que se puedan también utilizar en la memoria para evitar una nueva reimpresión. Los cartones se tomaron de una sola hoja carta. Para los cartones de lotería se eligió el 4.25 x 5.5 pulgadas por cuestión de que caben 4 en una sola hoja carta y permite mejor almacenamiento que las otras opciones. Para las piezas de memoria se necesitaban 24 piezas acomodadas en una carta, probando dos opciones. Se eligió 1.8 in debido a que desperdiciaba mucho menos de la hoja que la opción de 1.7 in.

Guía para maestras y control de actividades

Se tomaron en cuenta el tamaño carta y oficio para las guías de las maestras. Debido a la guía de maestras únicamente sería la explicación de actividades en clase y las tareas que los niños llevarán, se optó por tamaño 5.5 x 8.5, que permitiese doblarse por la mitad y crear una especie de libro pequeño. Es un tamaño equilibrado para que no se pierda pero que tampoco interrumpa el espacio de la maestra en clase y lo pueda guardar. El control para los niños se tomó éste mismo formato pero de manera vertical, pues así se aprovechará la forma para que la maestra coloque el listado de los alumnos.

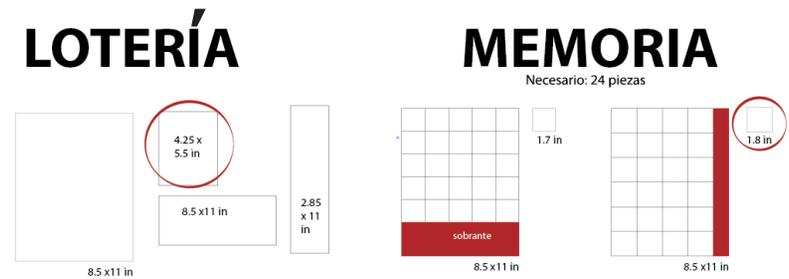
Afiches de momentos de lavado en clase y casa

Para los afiches de clase, se decidió un tamaño 24 x 18 in debido a que es tamaño intermedio entre el 20 x 30 in y 11 x 17 in, siendo el primero muy grande para una clase y el segundo muy pequeño para crear impacto. Por otro lado, para recordar lo mismo en casa, no se podía implementar algo mayor a tamaño 11 x 17 in ya que éste afiche se colocaría en el baño. Por lo tanto se optó por tamaño carta ya que tiene el suficiente tamaño para colocar la información y no ocupa mucho espacio en el baño.

Para los identificadores de presidente y pines, se buscaron las opciones que proporcionaba el mercado de pines en Guatemala en Metal Pin.

Terminando el bocetaje de los soportes y formatos, se define la **Tabla 10, Formatos y sustratos.**

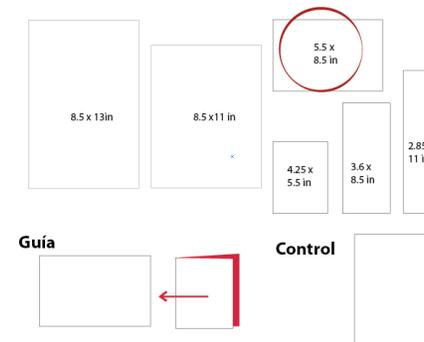
Figura No. 47
Lotería y memoria formato



Fuente: Propia

Figura No. 48
Guías y control formato

GUÍAS y CONTROL



Fuente: Propia

Figura No. 49
Guías y control formato

AFICHES momentos de lavado



Fuente: Propia

Función del formato: economizar los costos y de fácil almacenaje
 Función del soporte: Brindar durabilidad y resistencia al agua.

TABLA 10
FORMATOS Y SUSTRATOS PRELIMINARES

Pieza	Formato	Soporte	Fundamentación del soporte
Pre 21 días			
Afiche del correcto lavado	20 x 30 in (los 2) c/u 10 x 30 in	Bond 80g emplasticado	Economiza en el papel pues de igual forma se emplastificará.
Invitación para padres	2.85 x 11in	Opalina 280g	Aprovechará pliegos.
Bifoliar para padres	5.5 x 8.5 in	Texcote calibre 12	Duradero y permite entrar al baño y mojarse un poco.
Durante 21 días			
Ruleta	4.25 x 5.5 in	Texcote calibre 12	Resistencia al uso.
Calendario	5.5 x 8.5 in	Opalina 280g	Durabilidad y permite escribir.
Rompecabezas	9 cubos de 1.3 in	Texcote calibre 14	Durabilidad al juego.
Memoria	1.8 in (x24)	Opalina 280g	Durabilidad al juego.
Lotería	4.25 x 5.5 in (x4)	Opalina 280g	Durabilidad al juego
Etiqueta del jabón	6.5 x 5.5 in *tomado de jabón en barra	Couché 80g	Proteger mientras seco.
Etiqueta de gel desinfectante	2 x 2.9 in *tomado de un envase	Adhesivo transparente	Integrarse con el envase. Economizar.
Guías	5.5 x 8.5 in	Opalina 280g	Durabilidad y Economizar.

Control de actividades	8.5 x 5.5 in	Opalina 280g	Economizar y permite escribir.
Identificador del presidente de clase.	4cm x3cm (32gr/Pc) ⁶⁶	Pin de metal impreso	Durabilidad y valor.
Post 21 días			
Afiche 1 para clases	24 x 18 in	Texcote calibre 14	Calidad y resistencia promedio.
Afiche para casa	8.5 x 11 in	Bond 80g emplasticado	Economiza y durable.
Volantes para open house	2.85 x 11in	Bond 80g	Aprovechará pliegos.
Pines coleccionables	3cm x3.6cm/Pc (redondos)*	Pin	Varias impresiones mejor precio.
Etiqueta de jabón de promoción	8.5 x 5.5 in	Couché	Permite impresión y protección del jabón mientras está seco.
Unifoliar	2.85 x 11in	Opalina 280g	Economizar

Fuente: Propia

66. METAL PIN. <http://www.metalpin.net>

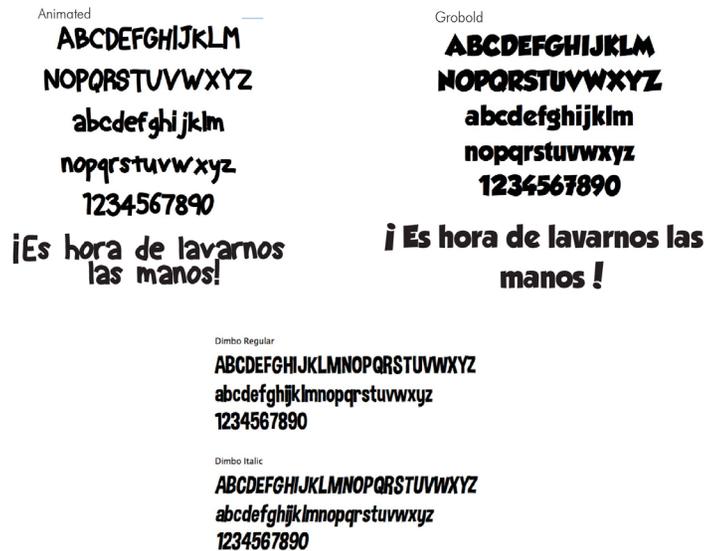
5.6.1.5. BOCETAJE DE TIPOGRAFÍA

En la tabla de contenido gráfico se especificó que se utilizaría una tipografía de exhibición de tipo decorativa para los titulares de las piezas. Estas tipografías lograrían reflejar el dinamismo del concepto del movimiento además de la claridad de la tipografía para representar la higiene. Los resultados se muestran en la *Figura 50*.

Para la tipografía utilizada en los contenidos y demás textos, se propusieron varias tipografías San Serif que reflejaban la limpieza en sus trazos y curvaturas definidas y concisas. Además, se escogieron por la variedad de aplicaciones en su familia tipográfica. Se presentan las tipografías junto a una aplicación en un lorem ipsum en la *Figura 51*.

Se eligió la Helvética Neue, Gotham Book y Futura Oblique para las pruebas con los titulares debido a que son tipografías muy parecidas a las escogidas por el grupo objetivo, además que muestran claridad y limpieza en sus trazos. Se escogieron dos tipografías titulares para las pruebas, Dimbo Regular y Grobold, debido a que la otra no era muy legible al ser aplicada.

Figura No. 50
Titulares formato



Fuente: Propia

Figura No. 51
Cuerpo de texto



Fuente: Propia

Se tomaron como finalistas para titulares la tipografía Diimbo debido a que siempre representaba movimiento en su tipografía pero era bastante legible en comparación con la otra. Por otro lado, en el texto se optó entre Gotham y Futura, eligiendo finalmente Futura ya que la tipografía tiene mucho más contrastada las astas altas y bajas, a diferencia de Gotham, la cual sus letras son casi del mismo tamaño.

Para verificar su uso, se aplicó la tipografía con colores de la campaña integrado tanto en fondo blanco con el identificador de campaña, color sólido de fondo, el personaje y elementos cerca de ella. En todas, el resultado fue positivo a legibilidad e integración con los demás elementos.

Figura No. 52
Cuerpo de texto 2



Fuente: Propia

5.6.1.6. ELEMENTOS GRÁFICOS DE APOYO

Texturas de agua y vidrio

Se utilizarán texturas de agua y/o de vidrio para generar textura en las piezas. Éstas servirán para atraer al lector y brindar integración de los elementos dentro de la pieza. Se utilizarán con opacidades menores a 40% de opacidad, y pueden ser aplicadas ya sea sobre todos los elementos de la pieza, únicamente sobre el fondo o únicamente sobre ciertos elementos. Por pieza, solo se permitirá el uso de una textura para no crear saturación y romper la armonía de la pieza.

Las texturas que se buscaron fueron encontradas en sitios de fondos de pantalla gratis. Para las texturas de agua se buscó piscinas vistas cenitalmente y donde muestre las líneas del agua y/o las ondas producidas por su movimiento. Algunos ejemplos de las texturas de agua son las siguientes:

Figura 53
Ejemplo de textura 1



Fuente: <http://wallpapercolor.net>
[Consulta: 12/07/15]

Figura 54
Ejemplo de textura 2



Fuente: <http://imgkid.com/>
[Consulta: 12/07/15]

Para las texturas de vidrio, debido a que es algo transparente, se buscó la textura con la que los programas que utilizan 3D, generar el reflejo del vidrio. Con esto se terminó una textura grisácea para el vidrio con varias formas orgánicas en ella. De igual forma su aplicación sería con capacidades no mayor de 40% sobre toda la pieza, sobre únicamente el fondo o en algunos elementos. Los ejemplos para estas texturas son las encontradas en la *Figura 55*.

Utilización de formas geométricas y líneas

Se utilizarán círculos y cuadrados con esquinas redondas para encerrar elementos, contener textos e ilustraciones. Estas formas pueden ser únicamente sólida o pueden ser únicamente orilla, siendo de un grosor de al menos un 10% con respecto a la proporción del tamaño del la forma.

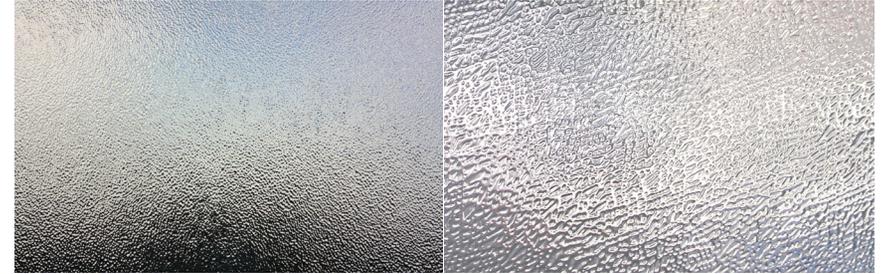
Las líneas llevarán grosores de elevados para aparentar ser cables conectores, con referencia a máquinas del futuro. Se busca que las líneas en general sean con curvaturas, pero si el diseño no lo amerita, se pueden colocar rectas. Si se presenta el caso, puede llevar líneas delgadas, de hasta 1/3 del grosor original.

Otros elementos

Debido al concepto del personaje y las misiones, se decidió implementar elementos que hagan referencia a pantallas de conversaciones y máquinas proyectoras. Es por ello que se decidió implementar detalles de botones con brillos y ranuras cuando se presenten personajes o textos que lleven a “una misión.”

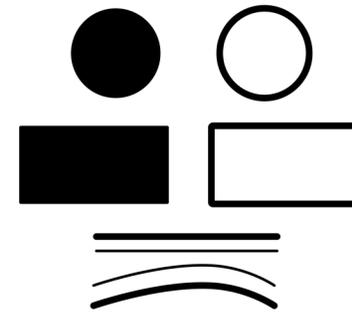
Finamente, se determina que se deben conectar proyectores con los demás elementos, para incentivar la idea de que todo está conectado, y de preferencia que la línea lleve movimiento que represente el concepto.

Figura No. 55
Ejemplo de textura para vidrio 1



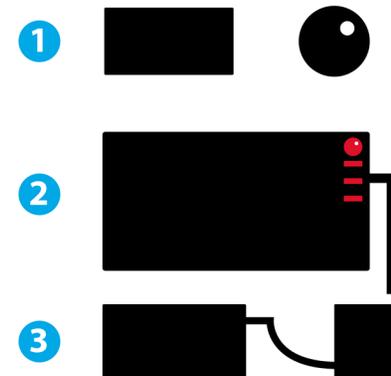
Fuente: <http://www.texturegen.com>
[Consulta: 12/07/15]

Figura No. 56
formas geométricas y líneas



Fuente: Propia

Figura No. 57
Otros elementos



Fuente: Propia

5.6.1.7. EJES DE DIAGRAMACIÓN

Habiendo definido los formatos de las piezas, se procedió a bocetar los ejes de diagramación. Primero se generaron las bases para los layouts. Se debía generar una retícula jerárquica haciendo énfasis en ilustraciones, seguido por los títulos y por último los textos. Además, el equilibrio debía ser oculto o axial, permitiendo tener piezas con misma cantidad de elementos para las piezas informativas pero lograr algo más dinámico en piezas de los juegos.

Los márgenes de las piezas no pueden ser menores de 0.5 in para generar un área segura de corte y dar margen a error.

Para las retículas se podría implementar inclinaciones, para brindar movimiento del concepto.

Finalmente, se debía dejar espacio para posible patrocinadores, por lo menos 3 logotipos para piezas como afiches, invitaciones y material informativo. Además los juegos para las familias debías llevar los logotipos en piezas como la ruleta o cartones para la lotería, pues estarán en constantes uso.

Para las etiquetas de jabón, se debe bocetar en base a una marca que podría brindar patrocinio e implementar un espacio para el logotipo de la marca que aportó el jabón.

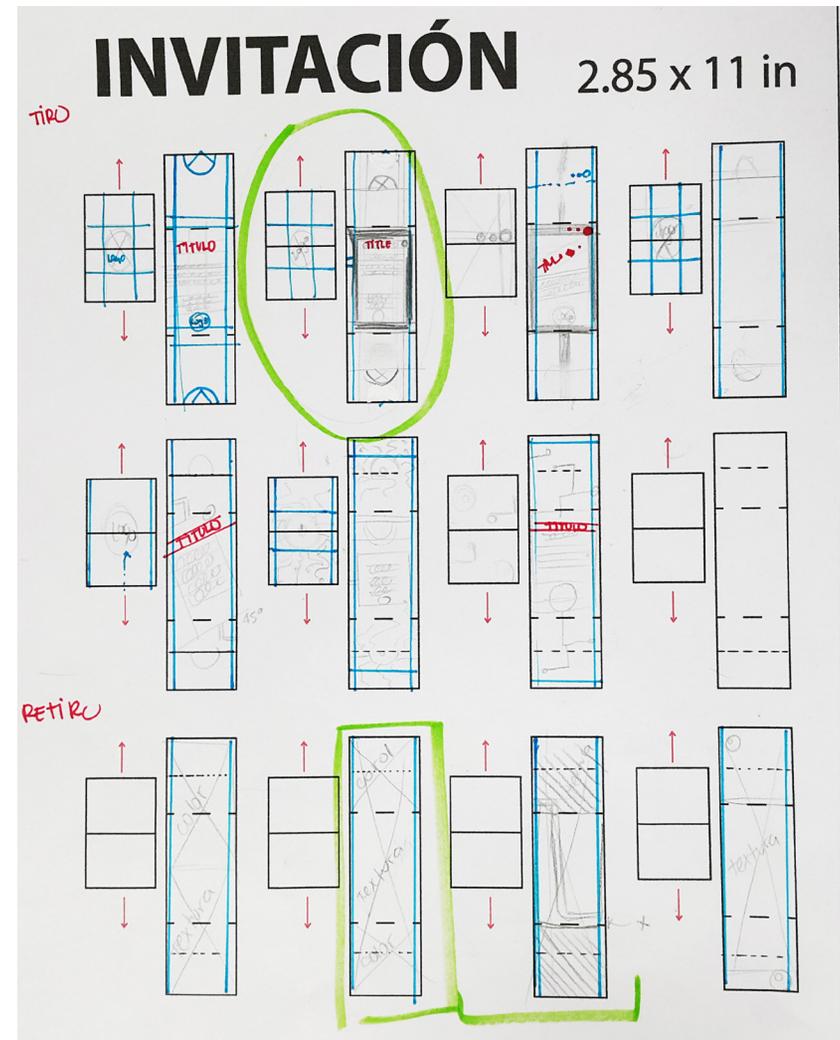
LAYOUTS

Fase Pre 21 días

Invitaciones para padres:

Se utilizó la retícula jerárquica creando enfoque en el área central donde se colocará el texto de la invitación. Se crearon varias opciones en la colocación del identificador en las áreas donde se abre la invitación. Además, se varió con la posición del título introductorio para la invitación optando por un ángulo de 45° para generar movimiento. La opción final fue la segunda para el tiro, debido a que el texto de la invitación se presentaba de manera ordenada en una columna colocado dentro del elemento gráfico que asimilaba una pantalla. Por otro lado, se implementó la textura para el retiro creando variaciones en cuadros de color para las áreas internas de los dobleces del tiro. Se eligió la segunda opción pues ésta se integraba con los dobleces de la misma pieza.

Figura No. 58
Invitación Layout



Fuente: Propia

Afiche de correcto lavado de manos para escuela:

Se optó tanto por retícula jerárquica como modular para enfocar el área de la imagen que representará cada paso. En las propuestas donde se utilizó la retícula modular se probó colocar el título del afiche en diferentes direcciones para comprobar su visibilidad. Se decidió colocar el titular del lado izquierdo pues es el lado donde se comienza la lectura.

Para ayudar a representar el concepto, se utilizó una retícula jerárquica en diagonales de 45°, colocando las ilustraciones del proceso del lavado en ella. El resultado fue una forma dinámica y ordenada de mostrar el proceso.

Bifoliar:

Se utilizó una retícula modular para las primeras opciones, pues permitía una mejor distribución de los elementos del proceso del lavado como del contenido informativo de la pieza. Luego se probó la misma retícula pero girada a 45° para que permitiese dinamismo en el contenido.

En la parte del proceso, se buscó el crear mayor jerarquía en la imagen que en el texto explicativo del mismo.

Guía para padres y cuentos:

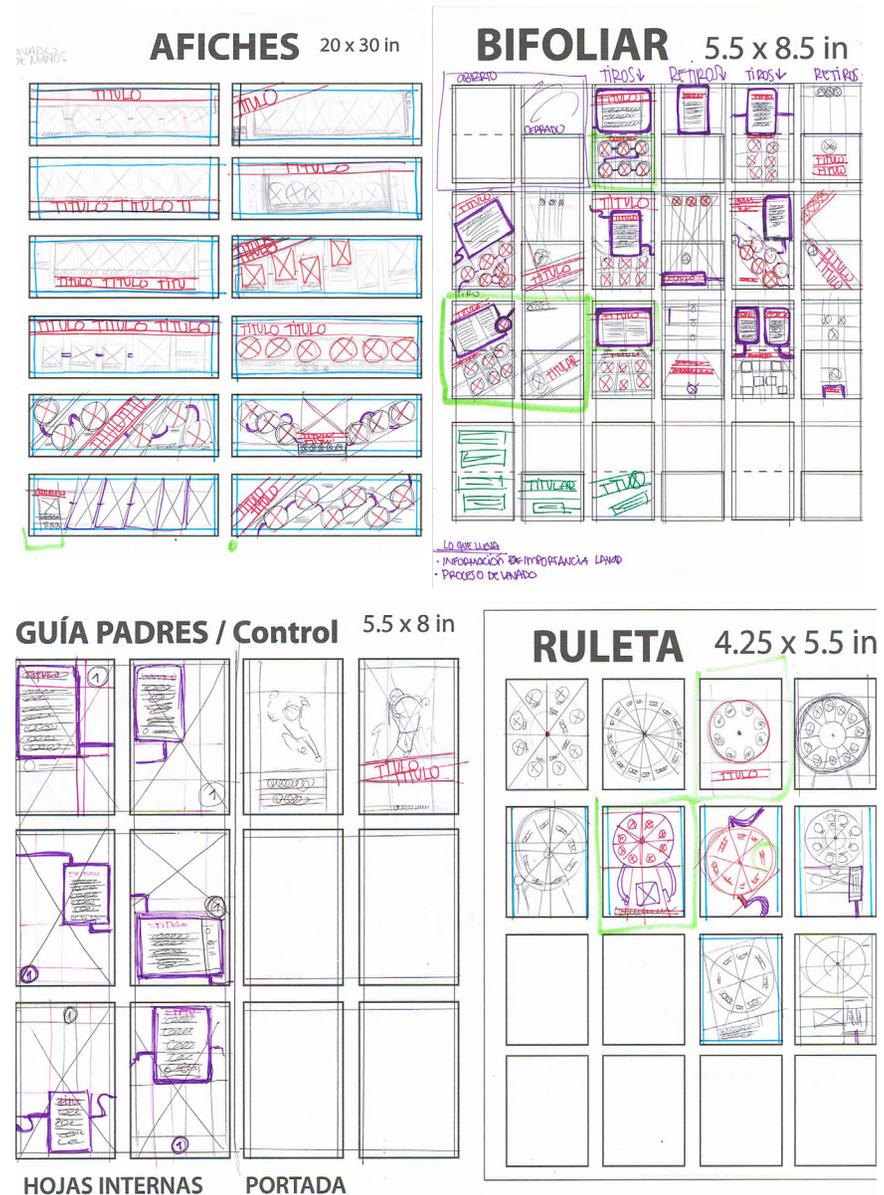
Se manejó una retícula jerárquica, brindando un mayor peso a la ilustración del cuento, luego al texto y por último a los elementos. Se decidió utilizar dos opciones para no caer en la monotonía de diagramación en las 21 historias. Se eligieron las opciones 1, 2 y 3 para ello.

Fase 21 días: Kit

Ruleta:

Se aplicó una retícula jerárquica, colocando el círculo de la ruleta con una estructura radial centrífuga. En la estructura de la ruleta, se probaron con 8 y 16 espacios, optando por 16 espacios, pues permitía más oportunidad para cada actividad. En menor jerarquía, se colocaron el título de la ruleta. Además se jugó con la posición de la ruleta, ya que lo que giraría realmente era la aguja y no el troquel en sí.

Figura No. 59
Más Layout



Fuente: Propia

Calendario:

Se optó por una retícula modular para lograr organizar los 21 días de una mejor manera. Existe una opción donde se utilizó una retícula jerárquica con una estructura en espiral (centrípeta) donde el primer día se colocara en el centro, pero no se decidió por ella pues los espacios para escribir la actividad realizada quedarían muy pequeños.

Etiqueta del dispensador:

Se utilizó una retícula de bloque para colocar la información, jugando con el orden de los elementos. Finalmente se probó una opción donde existe una leve inclinación, concluyendo que crearía mayor unidad con la piezas que también llevan esta forma.

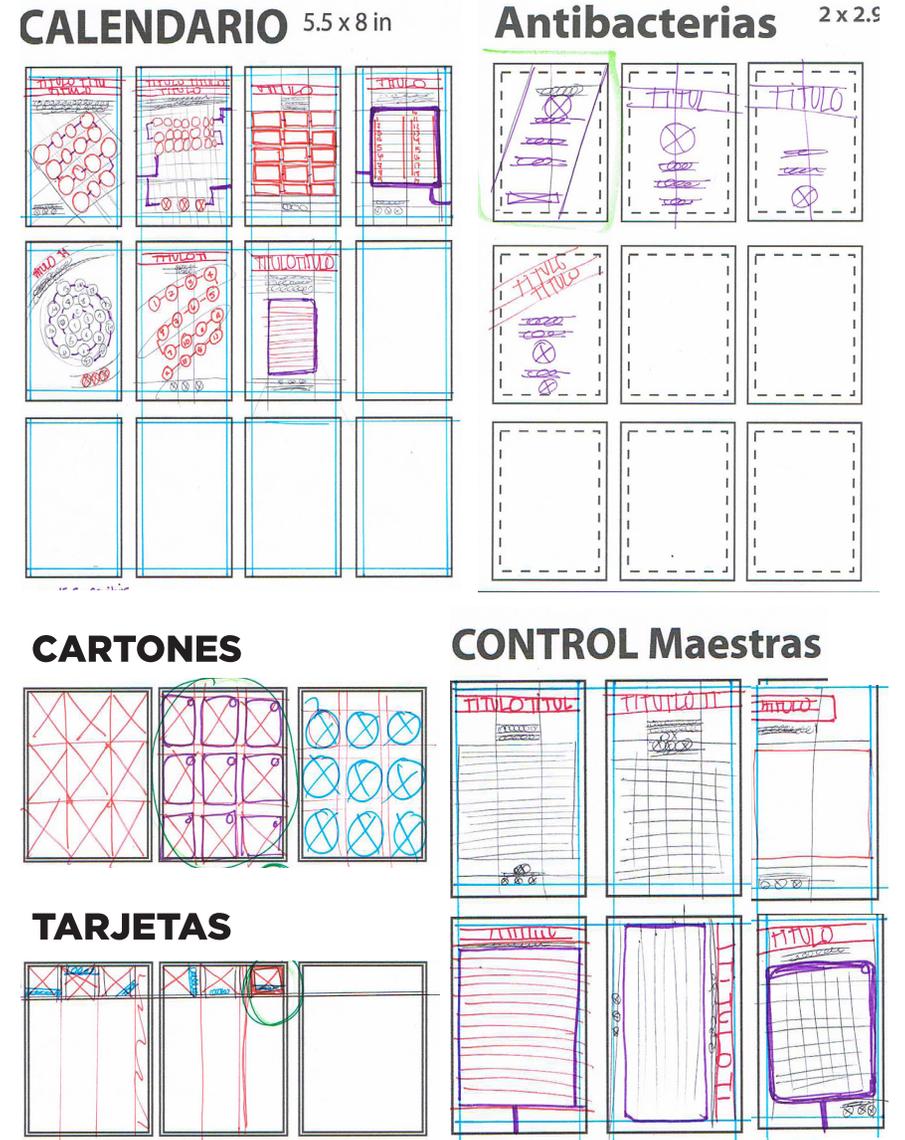
Cartones y tarjetas para lotería y memoria:

Se manejó una retícula modular para las opciones de los cartones pues de esta forma, los elementos tendrían el mismo peso visual. Por otro lado, en las tarjetas se optó por una retícula de bloque para presentar en todo el formato, la imagen que representa. Ésta misma se utilizó para cada lado de los rompecabezas.

Control de maestras:

Se trató con una retícula modular debido a la finalidad del control. Con esto, las maestras no perderían el orden de los niños y de las actividades que estén realizando. Se optó por la 4ta opción ya que integra el elemento de la pantalla que unifica el trabajo.

Figura No. 60
Más Layout +



Fuente: Propia

Fase Post 21 días

Afiches de momentos de lavado de manos:

Se trató con una retícula jerárquica y modular dando enfoque en las ilustraciones y dejando áreas para el título y los patrocinadores. También se jugó con la rotación de las ilustraciones para brindar mayor dinamismo. La opción final es una retícula modular girada a 25° todo los elementos a excepción por los patrocinadores. Se utilizaría la mismo opción tanto para el afiche en casa como el afiche para clase.

Etiqueta de jabón

Se optó por una retícula modular para organizar la parte principal de la etiqueta donde se colocaría el titular y acomodando los demás elementos en el resto del formato. La jerarquía sería la parte frontal, logotipos e identificador de campaña, información de uso e ingredientes.

5.6.1.8. ILUSTRACIONES

Para llevar a cabo las ilustraciones de las piezas, se definió primero los ambientes que podrían llevar. Debido a que el personaje es de la tierra, se deben utilizar ambientes humanos, como lo es el exterior de una casa, y el baño. Estos se bocetarán más adelante.

En el kit de los niños se implementó el uso de historias para cada día. Por ello se decidió ambientar las primeras historias en el planeta Tierra, pero 400 años en el futuro. Esto incluirá elementos como lo son autos voladores, edificios altos y personas con el uniforme del personaje principal. El ambiente empezaría con la ciudad limpia pero se convierte en un lugar lleno de bacterias por lo que el ambiente cambia a tonos oscuros, representando que está sucia.

Se realizaron varias ideas para la representación de las bacterias, en la *Figura 62*, definiendo como final la **Opción C**, debido a que era un intermedio entre la abstracción más realista de las bacterias (opción A) y las bacterias de la opción B que llegaba a interpretarse como monstruos. Además, permitía mucho más variedad de formas sencillas y acorde con el estilo del personaje principal.

Figura No. 61
Últimos layouts

AFICHES M CASA

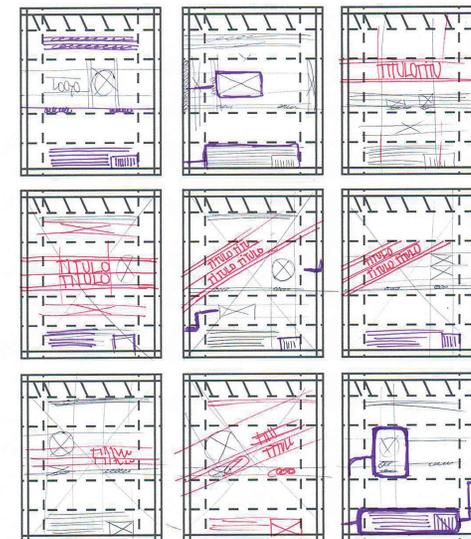
8.5 x 11 in



JABÓN

21 DÍAS

5.5 X 6.5 in



Fuente: Propia

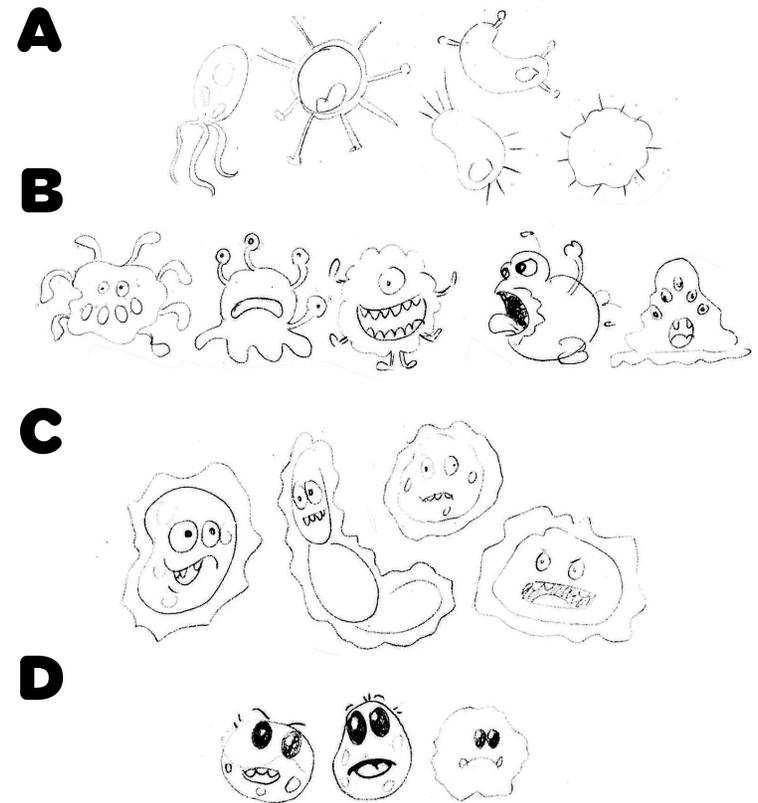
Definido el ambiente y las bacterias, se procedió a la creación de las historias que se ilustrarían. Ya que los cuentos son para la fase “Durante 21 días”, se decidió que serían 21 historias cortas, siendo una para cada día. En los 21 cuentos, se desarrollaría la historia del Capitán Darikson, que procede del futuro donde la ciudad se llenó de bacterias, y debido a que nadie tenía una buena higiene, las familias se comenzaron a enfermar. Al derrotar a la amenaza bacteriana y las familias comenzar a utilizar anti-bacterial y lavarse correctamente, el Capitán Darikson decide regresar al pasado, para prevenir a las familias de la amenaza de las bacterias y lo que pasó en el futuro por no tener un buen lavado.

Para la creación de los cuentos, se pidió la ayuda de una especialista en creación de cuentos y canciones infantiles, Ivania Olavarrueth. Ella aportó ideas para la elaboración de los cuentos además de las correcciones de los mismos. Según la experta, los cuentos podrían ser escritos en versos, pues los cuentos infantiles tienden a ser de ésta forma, pues generan mejor aprendizaje. Además, mencionó que es mucho más fácil que se les quede en la memoria a largo plazo a los niños, pues es fácil de recordar. Es por ello que se comenzó a realizar cada cuento en versos, pero resultó muy extendido y complicado. Por ello, se habló nuevamente con la experta, para lo cual respondió que es mejor que solo las partes importantes tuviesen rima o se volvería repetitivo. Además, la rima podría ser la parte “especial” para cada cuento. Así se tomó la decisión de implementar rimas en partes importantes de los cuentos y el resto sería en prosa. Los cuentos se adjuntan en el **Anexo 12. Cuentos.**

Terminadas el bocetaje de ilustraciones de los cuentos, se procedió a bocetar las ilustraciones para el proceso de lavado de manos y los momentos de lavado de manos. Se buscó que en los momentos de lavado, se presentaran niños en cada situación de la vida cotidiana que se necesita un lavado de manos. Siempre se utilizaría la línea ya establecida en el personaje para realizar las ilustraciones.

Por otro lado, las ilustraciones del proceso de lavado de manos se buscó realizar unas manos con nivel medio de abstracción para que se identificara fácilmente el movimiento que se debiese realizar.

Figura No. 62
Bocetaje de Bacterias



Fuente: Propia

5.6.1.9. BOCETAJE DE PIEZAS

Aclaración:

Anteriormente, se estuvo utilizando la palabra “antibacterial” o “anti-bacterial” para hacer referencia al alcohol en gel. Pero tras buscar en la Real Academia Española, ninguna de estas palabras existe en el idioma español pues la palabra está en inglés. Debido a lo anterior, se decidió optar por cambiar la palabra a “anti bacterias” sin guión ya que se entiende lo mismo y no está en contra de la reglas del RAE. El identificador de campaña se cambió a esta forma:

A continuación, se presenta el bocetaje de las piezas tomando en cuenta todo lo que se ha presentado anteriormente.

Fase pre 21 días:

Invitación para padres

Elegido el layout para la invitación, se pasó a realizar la pieza preliminar. Colocados los elementos, se obtuvo los resultados en la Figura 65. Se hizo la utilización las pantallas elegidas como elementos gráficos que reforzarían la idea de una “unidad anti bacterias” comandada por un Capitán que viene del futuro. En la opción A se utilizó la textura de agua en el fondo con filtro de overlay sobre un rectángulo sólido de color. En la opción B se utilizó un color sólido para el fondo. En la opción C se utilizó la textura de agua la cual fue convertida en monótono con el azul de la campaña, integrando los demás elementos en color blanco y utilizando el identificador de campaña en un tono.

En esta pieza, se decidió utilizar cuadros de color blanco con transparencia, para lograr generar contraste entre el fondo y algunos elementos tales como el identificador de campaña.

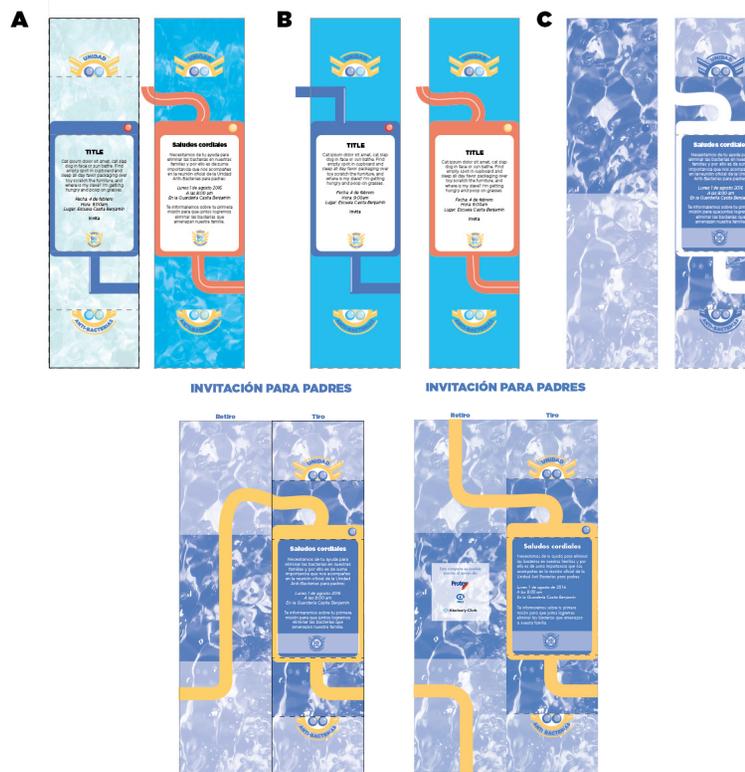
La pieza preliminar se utilizó la opción C, debido a que generaba mucho mejor integración de los elementos y mejor impresión de limpieza debido a la utilización de la textura en un color. Se decidió cambiar las áreas blancas de los elementos por amarillo, pues de esta forma generaría los contrastes buscados y puntos de interés en la pieza. Finalmente, se alargó el elemento del cable de la pantalla para que jugara con el retiro de la pieza y hubiera mejor integración, lo cual llevó a mover los cuadros blancos para que encajaran con los dobleces de la pieza. El identificador utilizado fue a dos tintas, aprovechando que el color aplicado en la pieza fue el amarillo.

Figura No. 63
Cambio de identificador



Fuente: Propia

Figura No. 64
Bocetaje de invitación



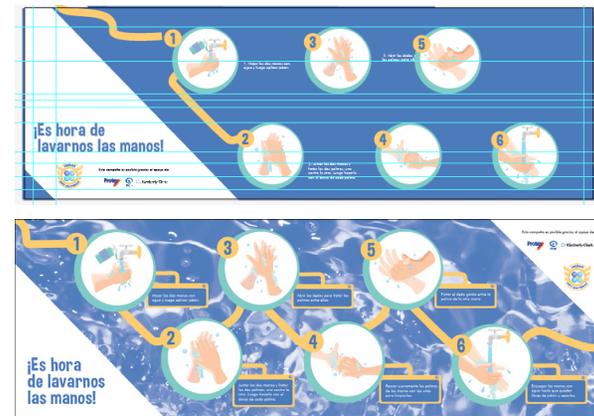
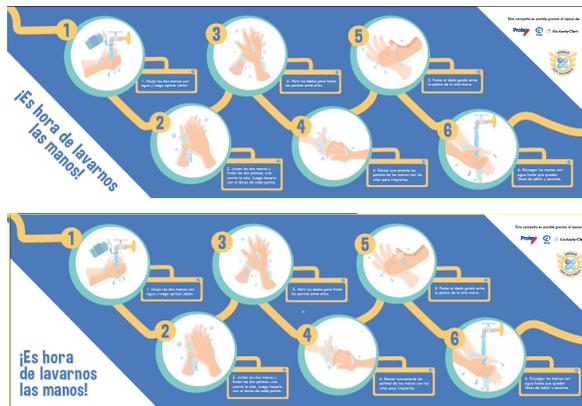
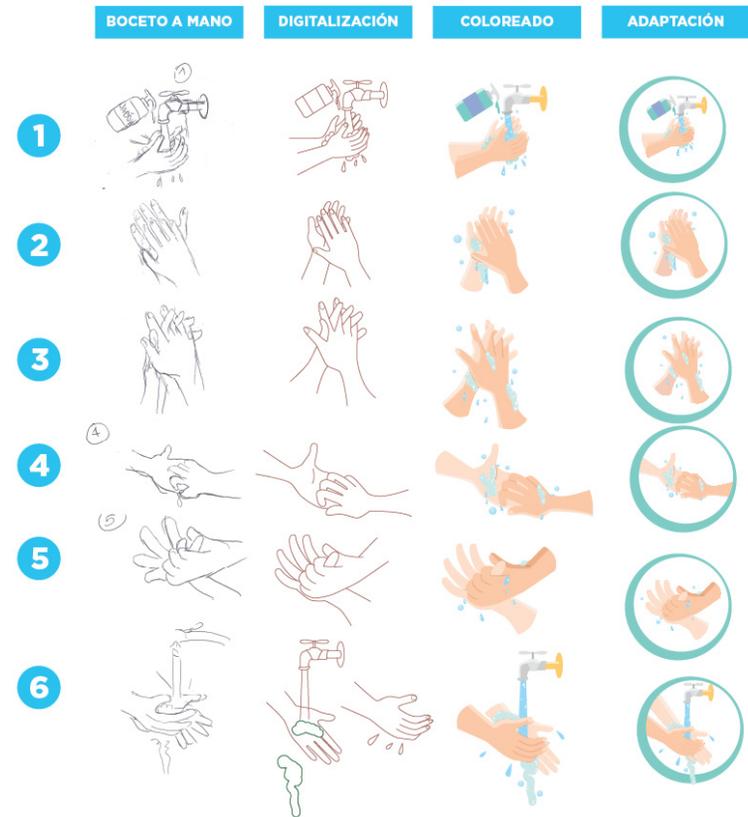
Fuente: Propia

Afiche de proceso de lavado de manos

Lo primero que se hizo fue la digitalización del proceso del lavado de manos. Para ello se realizó la línea sencilla para cada dibujo. Seguido de ello, se coloreó cada uno agregando gotas de agua, espuma y burbujas que refuercen el acto y se fuera lo más parecido a la realidad. El estilo del coloreado fue el que se explicó anteriormente, donde se colocaron los brillos para cada objeto, connotando limpieza. Finalmente cada ilustración se adaptó dentro de un círculo el cual fue tomado de las burbujas del identificador de campaña.

Terminadas las ilustraciones, se procedió a la creación del afiche. En la primera opción se utilizó la retícula para crear planos de color que ayudaran a la separación de contenido. Debido a que el patrocinio no permitía que el título del afiche se pudiese hacer más grande, se decidió colocarlo en otro plano de color del otro lado del afiche. Se colocaron las ilustraciones del proceso de lavado de manos siguiendo la retícula a 45°, permitiendo representar el movimiento del concepto. Originalmente se planeaba utilizar el afiche como se presenta en la opción 2, donde el título está lo suficientemente grande, las ilustraciones unidas por los cables de los elementos gráficos, y las pantallas ayudan a diferenciar los textos que explican el proceso (los cuales son para las maestras). Pero se probó una última opción colocando la textura de agua a una tinta en el fondo, creando mucho más unidad con la invitación y representando mejor la idea de lavado de manos.

Figura No. 65
Bocetaje Afiche de lavado



Fuente: Propia

Bifoliar para padres

Se decidió colocar el textura de agua en el fondo como en las piezas anteriores. En el tiro se colocaría el identificador de campaña con una pregunta que atraiga al grupo objetivo. El texto de introducción a la campaña se colocaría también aquí. Dentro del material, debido a que iba toda la parte informativa del lavado de manos, se decidió colocarlo en cuadros con los colores de la campaña para que fuese más amigable y fácil de leer.

Además se hicieron pruebas agregando el marco amarillo de las pantallas a cada cuadro, lo cual no se utilizó debido a que cargaba mucho visualmente el material. Para otra opción, se optó por dejar los cuadros en color blanco y el texto de color azul pues de esta forma es mucho más fácil de leer y cómodo debido a la cantidad de espacios en blanco. Se decidió no usar una retícula inclinada debido a la cantidad de información y que además, la misma pieza ya tenía su propio movimiento a través de que se debía de abrir para leer la información en el retiro.

Fase de 21 días:

Ruleta:

En la ruleta se probaron dos opciones de retícula, una inclinada y otra con equilibrio axial en el centro. Se optó por la inclinada pues le daba aún más dinamismo a la pieza. Luego se hicieron pruebas colocando un color en el fondo pero la textura de agua le dio mucho más unidad que solo el fondo de color. Se hizo también pruebas en el titular, colocando distintos colores, eligiendo finalmente por el amarillo pues iba de la mano con el color de los elementos. Para la ruleta se decidió utilizar el azul de la campaña en distintas cantidades de tintas para crear diferenciación entre las opciones donde puede caer el aguja.

Figura No. 66
Bocetaje Bifoliar de lavado



Fuente: Propia

Libro de cuentos:

Con las historias y los bocetos para cada historia listos, se procedió a diagramar los cuentos. Para ello, se utilizaría una retícula jerárquica la cual estaría amarrada a la posición de los elementos de la ilustración.

En la *Figura 67*, se digitalizó el primer boceto utilizando las mismas líneas a mano y convertirlas en vector. Resultó que este método no funcionó pues daba como resultado una ilustración con bordes sin unidad y espacios en blanco. Es por ello que se vectorizó solo utilizarlo como base y se redibujó totalmente.

Teniendo ésta como base, se procedió a digitalizar las demás. En el cuento 3, se decidió por la opción 2 del doctor ya que de esta manera se le daba más importancia al anti bacterias que creó.

En el cuento 6 se decidió por la primera opción de ilustración debido a que si se colocaba de cuerpo completo no cabría en el espacio que se consideró para la parte central de las ilustraciones. En el cuento 8 se rotó un poco al personaje debido a que de frente y vertical se veía muy estático.

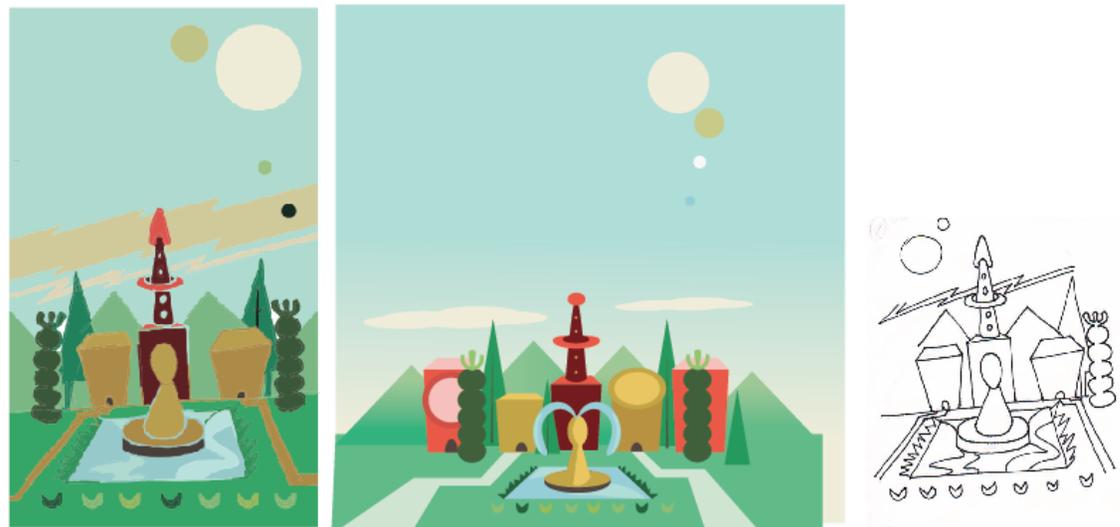
En la ilustración 12 se había pensado colocar solo la mano con bacterias pero debido a que el cuento 11 era una ilustración muy similar, se decidió llenar la página con baterías pues daba el mismo significado de que las bacterias se siguieron multiplicando.

En el cuento 17 se había bocetado al capitán Darikson viendo a través de una computadora a qué país podía visitar, pero debido a que para este entonces se hizo una modificación en el cuento y se habló que lo hizo a través de un telescopio, se tuvo que ilustrarlo viendo a través de un telescopio.

En el cuento 19 se había pensado colocar al Capitán Darikson inclinándose al espectador de manera servicial, pero debido a que el cuento trataba de la unión con las familias, se decidió colocar los niños que ya se habían implementado en otras piezas para crear el momento donde ellos se unen a la campaña con el Capitán Darikson.

Para la ilustración 20 se decidió implementar las ilustraciones claves sobre el lavado de manos utilizados en el proceso. A cada ilustración se le agregó luego una suave textura de vidrio, debido a que la impresión al ser el papel bond, carecería de una textura para una mejor interacción visual con el niño.

Figura No. 67
Boceto de ilustración



Fuente: Propia

Figura No. 68
Bocetaje cuentos



Fuente: Propia

Terminadas las ilustraciones se procedió a diagramar el texto en las ilustraciones. Se utilizaron las pantallas para colocar el cuento en cada página. Los cables ayudarían a darle el seguimiento entre cuento y cuento, pues las páginas encontradas se comunicaría cada pantalla con el mismo cable. Se implementó un círculo en la esquina inferior de cada página para colocar el número de capítulo como si fuera el número de página.

Cada pantalla llevaría un color blanco con transparencia, pues el blanco permitiría el contraste suficiente para la legibilidad del texto. Además la transparencia permitiría apreciar las partes de la ilustración que fuesen cubiertas por la pantalla. El color de la tipografía de cada cuento cambiaría dependiendo de lo que estuviese pasando, si es un cuento donde se hable de suciedad, negro, si se estuviese hablando de higiene, azul o azul claro.

Debido a que mientras más se avanzaba en la diagramación de los cuentos, la ilustración interfería con la lectura, se decidió dejar el fondo de la pantalla en blanco al 100% y reducir el tamaño de los elementos dentro de las ilustraciones para que cada punto importante de la ilustración quedase visible. Además se implementó el elemento de la ruleta para recordar a las familias que al final del cuento debían girar su ruleta y hacer su misión.

En la portada se utilizó al personaje como punto más destacado. Se probaron 2 poses variando en el en cuadro del mismo y el fondo. Se decidió utilizar la de abajo debido a que el fondo ayudaba a ambientar al personaje en la tierra y la pose lo hacía ver en acción pero sin ser agresivo. Siempre se integró el identificador de la campaña esta vez en un círculo ya que en las páginas, cada capítulo se marcó de esta forma. El cintillo en el parte inferior ayudaría a llevar el título del cuento.

Figura No. 69
Bocetaje Cuentos



Fuente: Propia

Calendario:

Como primera opción se decidió utilizar la retícula modular que permite organizar los espacios para los días. Se utilizaron círculos de 0.5" para una opción pero resultó que no daba espacio para poner el patrocinio que se pensó ni las instrucciones del calendario, y no se podía hacer a menor tamaño dado que los padres no podrían escribir cómodamente en los espacios, las actividades que hicieron.

Es por ello que se tomó la decisión de usar rectángulos con el elemento de la pantalla y cables para unir cada día. Se probaron opciones de alineación a la izquierda y color en el título, dejándolo azul debido a que el amarillo se perdía con el fondo. La alineación se dejó centrada pues creaba mayor unidad con los logotipos de los patrocinadores y la misma retícula. Además era muy poco texto, permitiendo dejarlo centrado y no causar problemas al leerse.

Rompecabezas:

Para los rompecabezas se decidió empezar con crear el troquel. Teniendo ya el tamaño para cada espacio del cubo, se creó la retícula modular de cada rompecabezas armado para comenzar a ilustrar dentro de cada una.

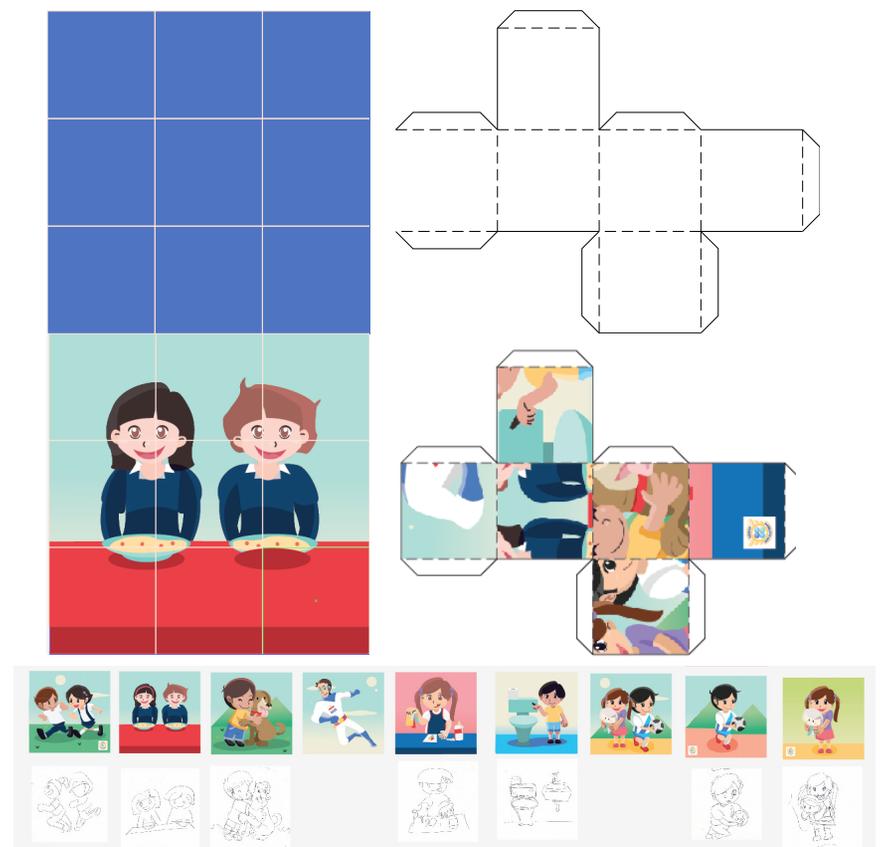
Primero se tomaron los dibujos a lápiz y se redibujaron en digital. Luego se pintó cada escena y acondicionó a las acciones que se estaban realizando en cada una de ellas. Se hicieron 11 diferentes escenas pero se escogieron 9 donde se representaba mejor cuales eran los momentos donde debían lavarse los niños las manos. En cada escena se colocó el identificador de la campaña para que sin importar que rompecabezas estén armando, la campaña siempre se recordará y también se supervisó que cada cubo tuviera al menos 1 identificador.

Figura No. 70
Bocetaje Calendario



Fuente: Propia

Figura No. 71
Bocetaje Rompecabezas



Fuente: Propia

Memoria y Lotería:

Para las tarjetas se decidió tomar escenas del libro de cuentos y del proceso de lavado, de esta manera podrían recordar las escenas al jugar la memoria o darse una idea de lo que leerían en el futuro. Cada tarjeta tenía jerarquí sobre la imagen con el margen de la pantalla.

El cintillo fue de mucha utilidad para que el texto que describía la imagen no se perdiese sobre ella. En los cartones, primero se había dejado el título de lotería sobre la textura, pero debido a que ninguna otra pieza tenía texto sobre la textura, se agregó la franja blanca y cambió los colores de los títulos para diferenciar cada cartón.

Etiqueta de dispensador

La etiqueta se utilizó la retícula inclinada y de una columna para crear movimiento en su diagramación. Para una mejor diferenciación de las áreas de texto, se utilizaron los colores de la campaña.

Identificador del presidente de la clase:

Se utilizó parte del identificador para asociarlo con el nivel de cargo que se le daba al niño con este emblema. Dentro se colocó una estrella para representar su excelencia probando entre 5 y 4 puntas, decidiendo por 4 debido a que se asemejaba al brillo dentro del identificador de la campaña. Se probó el texto de presidente tanto fuera como dentro del círculo, optando por la que está afuera ya que de la otra forma se veía escondido y perdía mucho peso.

Figura No. 72
Bocetajes piezas preliminares



Fuente: Propia

Troquel del kit:

Para el troquel se pensó en un cartón con una franja también de cartón en el frente que funcionase como bolsa par las piezas. Los cubos podrían ir asegurados en un compartimiento también de cartón. Debido a que éste compartimiento podría ser fácilmente dañado, se decidió probar con una especie de cartapacio, donde adentro se guardasen los cubos en un compartimiento y en la otra tapa se acomodasen todas las piezas. Debido a que esta propuesta utilizaría mucho material y es un kit por niño, se bocetaron más opciones.

En la siguiente opción se probó una bolsa de cartón que pudiese ser colgada por un clavo de la pared, y la bolsa de tela para que protegiese tanto los cubos como las piezas dentro de ella. La ventaja de la tela es que se estiraba para que todo cupiese en ella, pero llevaba mucha complejidad para la elaboración ya que debía subcontratarse una costurera para que armase cada una. También se probó esta misma opción per con cartón y que se pudiese colgar de la perilla de la puerta. Debido a que todo lo anterior requería un troquel o mucho trabajo manual, se optó por una busca plástica semi traslúcida que llevase impreso o con una etiqueta el identificador de campaña. Siendo plástica, permite la protección del polvo y el agua que se buscaba.

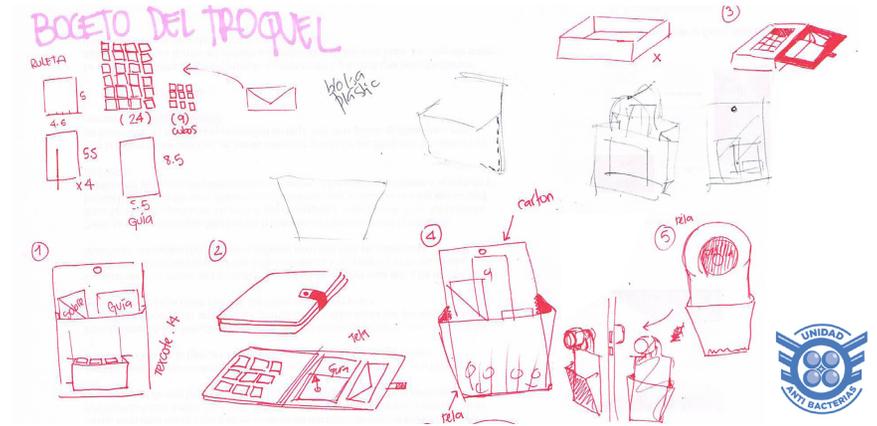
Fase post 21 días:

Afiche de momentos de lavado de manos: casa y escuela

Como primera opción se decidió utilizar la retícula modular, brindando cierto orden pero se optó mejor por aplicarle la inclinación, darle más movimiento y unir los círculos con los cables curvos. Para las burbujas de las ilustraciones se probó dejarlas todas de un mismo color o de varios, dejando las de un solo color y darle el mismo peso visual a cada momento de lavado.

No se agregó una franja blanca para el título en esta ocasión debido a que interrumpiría con la franja que contiene ya el resto de los elementos, así que solo se varió con el color en el título para que destacase.

Figura No. 74
Bocetajes piezas preliminares 3



Fuente: Propia

Unifoliar:

En el unifoliar se probó colocar la pantalla en el título y en el texto. Al ver que quedaba mejor para el texto y tenía más unidad con las demás piezas, se utilizó de esa forma. Se hicieron pruebas con la tipografía, con negrilla, itálicas y aumento de puntaje pues el párrafo del sentido de la campaña no se veía atractivo para leerse.

Volantes para open house:

Los volantes de probaron la retícula de columna y luego se probó rotada, nuevamente representando mucho más movimiento la rotada. La información del lugar y fecha del evento se colocó en la parte inferior pero se disminuyó el puntaje de la tipografía debido a que se veía demasiado grande en el espacio que se le asignó. Debido a que las primeras opciones se veían poco atractivas para un evento tan alegre, se decidió implementar al personaje y a los niños debido a que con ellos, el volante saldría de ser únicamente informativo y se llamaría más la atención por sus ilustraciones.

Etiqueta de jabón:

La etiqueta se varió más que todo las alineaciones del texto de la información en sí del uso del jabón, usándolo alineado o centrado, optando por la alineación ala izquierda para mayor comodidad a la lectura. En la parte principal del jabón se colocó la textura y la pantalla con el mensaje. También se hicieron pruebas con la alineación de los logotipos al costado y se dejaron centradas para que ocuparan equitativamente el espacio donde se les colocó.

Figura No. 75
Bocetajes piezas preliminares 4



Fuente: Propia

PIEZAS PRELIMINARES:

Fase pre 21 días:

- *Invitación para padres:* 2.85 x 11 in Opalina 280g
- *Afiche del correcto lavado de manos:* 10 x 30 in bond 80 g emplasticado
- *Bifoliar para padres:* 5.5 x 8.5 in Texcote calibre 12

INVITACIÓN PARA PADRES

Tiro

¿Para qué hay que lavarse las manos?

Esta consulta es posible gracias al apoyo de:

Bienvenidos a la Unidad Anti Bacterias

Padre de familia, gracias por haberse unido para que juntos logremos eliminar las bacterias que amenazan a nuestra familia.

Aquí encontraremos información sobre el lavado de manos y el proceso correcto para un buen lavado. Llamamos esta información siempre a la mano para poder realizar nuestros misiones con éxito. ¡Buenos días!

Retiro

¿Por qué es importante lavarse las manos?

El lavado de manos es uno de las formas más eficaces y económicas para prevenir enfermedades diarreicas, la neumonía, la influenza y la tos, entre otras enfermedades, que causan entre 3.5 millones de muertes de niños en el mundo.

Los profesionales concuerdan en que un lavado de manos mantiene la higiene personal y evita la presencia de bacterias en nuestras manos. En casa, el lavado de manos es un hábito que salva vidas. Es por ello que es de suma importancia enseñarles en la infancia.

Cuando una persona no se lava las manos, las bacterias se adhieren a sus manos y se comienzan a reproducir, creando nuevas bacterias mucho más fuertes que las primeras. Ellos luego se transfieren a todo lo que tocamos, incluyendo nuestra comida, pertenencias e incluso otros personas. Así sigue la cadena de bacterias, hasta que finalmente logran entrar en nuestros cuerpos y contagiamos de alguna enfermedad.

Para lavarnos las manos, lo mejor es usar el agua y el jabón, pero cuando no se tiene cerca lo anterior se puede utilizar el alcohol en gel mientras se consigue agua y jabón.

Protége a tu familia enseñándoles a lavarse correctamente las manos y enseñándoles al porqué.

¿Cómo lavarse correctamente las manos?

Un buen lavado de manos no lleva más de 5 minutos. Este se debe realizar con agua y jabón varias veces al día, sobre todo antes y después de ir al baño y antes de comer. Para que nuestras manos queden limpias, debemos hacer lo siguiente:

Retiro

Tiro

Saludos cordiales

Necesitamos de tu ayuda para eliminar las bacterias en nuestras familias y por ello es de suma importancia que nos acompañes en la reunión oficial de la Unidad Anti-Bacterias para padres:

Lunes 1 de agosto 2016
A las 8:00 am
En la Guardería Casita Benjamin

Te informaremos sobre tu primera misión para que juntos logremos eliminar las bacterias que amenazan nuestra familia.

¡Es hora de lavarnos las manos!

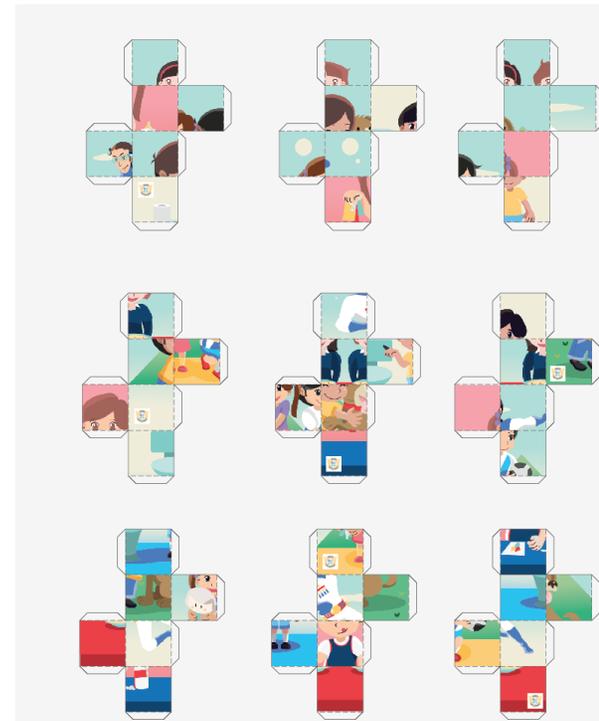
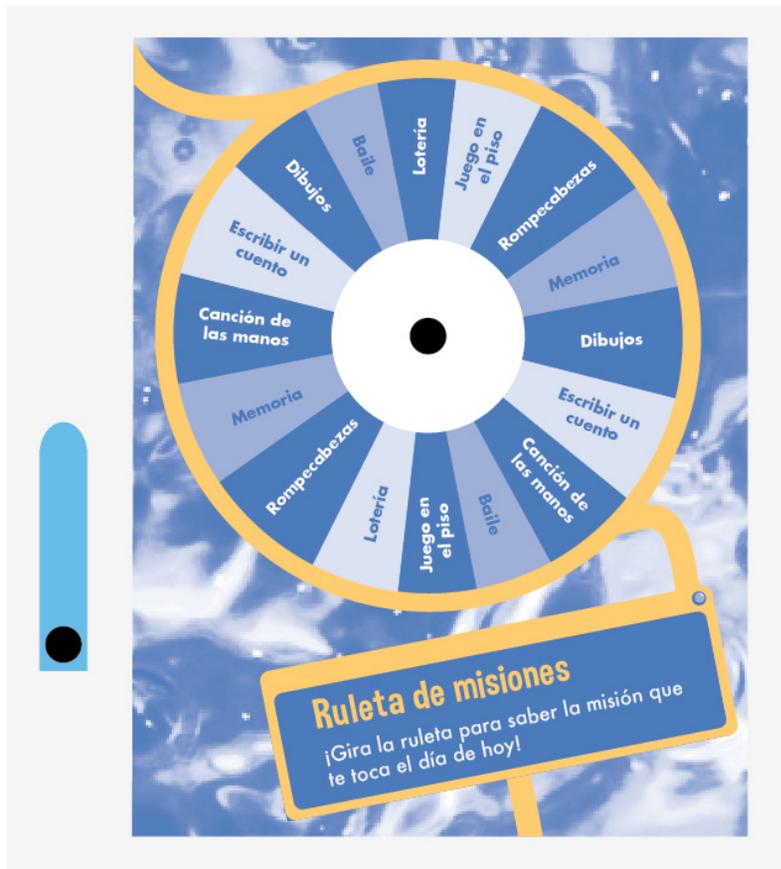
- Mover las dos manos con agua y luego aplicar jabón.
- Limpiar las dos manos y frotarlas una contra la otra. Luego masajear con el dorso de cada palma.
- Abrir los dedos para frotar las palmas entre sí.
- Rotar suavemente las palmas de las manos con los uños para limpiarlos.
- Frotar el dedo gordo entre la palma de la otra mano.
- Enjuagar las manos con agua hasta que queden libres de jabón y secalas.

Esta consulta es posible gracias al apoyo de:

UNIDAD ANTI BACTERIAS

Fase 21 días:

- *Ruleta*: 4.25 x 5.5 in texcote calibre 12
- *Guía y calendarios*: 5.5 x 8.5 in bond 100 g
- *Instrucciones de juegos*: 5.5 x 8.5 in Opalina 280 g
- *Rompecabezas*: 9 cubos de 1.3 in Texcote 14
- *Memoria*: 1.8 in (24 piezas) Opalina 280 g
- *Cartones de lotería*: 4.25 x 5.5 in cada cartón (4) Opalina 280 g
- *Etiqueta de anti bacterias*: 2 x 3.5 in adhesivo transparente
- *Identificador del presidente de la clase*: 4 cm x 3 cm (32 gr/pc) pin impreso
- *Troquel del kit*: (bolsa plástica traslúcida) 10 x 6 in



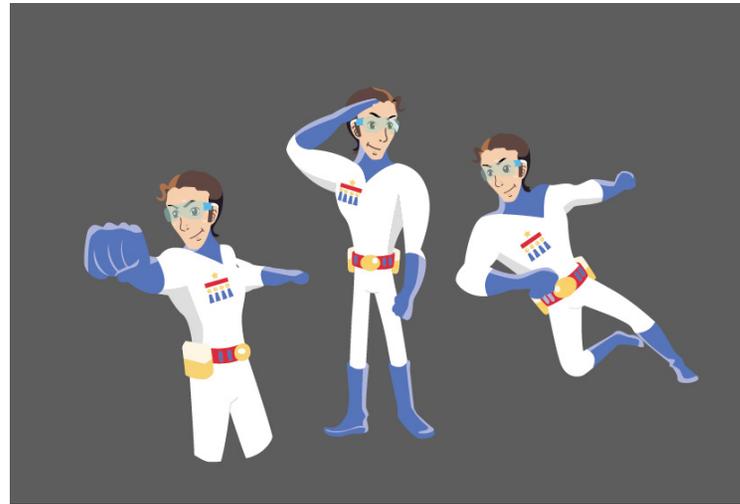
Años en el futuro

¡Qué lugares tan hermosos!
Llenos de mucho esplendor.
Muchos objetos lucen brillosos
Y me llenan de vigor.

En estos años, los carros ya vuelan.
Los niños aprenden y juegan
Y las familias viven sin problemas.

Todos los días un nuevo invento surge,
Para mejorar la vida de las personas.
Todos son muy bondadosos,
Y se cuidan del uno al otro.

CAPÍTULO 1



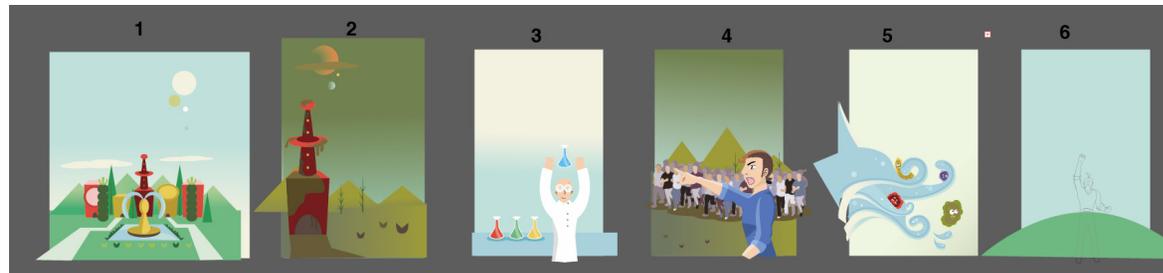
Futuro lleno de bacterias

Es un lugar muy hermoso
El lugar donde vivimos.
Todos en perfecta salud
Y siguiendo nuestros sueños.

Pero la perfección no duró
Pues algo del fondo surgió
Y a todos ensució.

La ciudad de las bacterias,
Así nos llamamos.
Y todos coincidimos,
Que ayuda necesitamos.

CAPÍTULO 2



Fase post 21 días:

- Afiche clase: 24 x 18 in textcote calibre 14
- Afiche casa: 8.5 x 11 in bond emplastificado
- Volantes para open house: 3.45 x 8.5 in bond 80 g
- Pines Coleccionables: 3 cm pin acrílico
- Etiqueta de jabón: 5.5 x 6.5 in couché
- Unifoliar: 4.25 x 3.45 in opalina 280 g



Esta campaña es posible gracias al apoyo de:
Protección Civil, Keruby-Clerk



Esta campaña es posible gracias al apoyo de:
Protección Civil, Keruby-Clerk

5.6.2. Validación

5.6.2.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS:

Realizada la propuesta preliminar, se procedió a la parte de evaluación de códigos gráficos. Para ella, se diseñaron instrumentos para validar el material de la campaña el cual se encuentra en el **Anexo 13: Instrumentos de validación**. Los instrumentos se procedieron a pasar con 3 personas expertas en el tema, 6 diseñadores gráficos y 10 personas de muestra de cada grupo objetivo. En el caso de las maestras de la institución, debido a que únicamente son 6, se les tomó como la población total. A continuación, se presenta el análisis que se realizó con base en lo que se obtuvo tras la tabulación de dichos instrumentos. (**Ver Anexo 14. Tabulación de validaciones y Anexo 15. Fotografías de personas que validaron.**) Los análisis se presentan por aspecto de la tabla de contenido gráfico realizado antes de diseñar.

Formato:

Este elemento de diseño está cumpliendo su función de fácil almacenaje según los 5 resultados. Por otro lado, la expresión de comodidad debido a que podrán entretenerse e interactuar con las piezas, se obtuvo el resultado positivo para comodidad para todos los grupos a excepción del grupo objetivo donde por dos votos ganó Libertad. Dado que la mayoría piensa que son cómodos, no se realizará algún cambio respecto a ello.

Soporte:

Validando se encontró dos posiciones para la función de este elemento: tanto padres como diseñadores, la mayoría votó que el soporte servía para reducir costos. Por otro lado, niños, maestras y expertos en el tema se encuentran de acuerdo que la función es para que resista al agua y tenga un largo tiempo de durabilidad. Dado lo anterior, se cuenta que 3 de 5 eligieron la resistencia al agua y su durabilidad por lo que no se tomará algún cambio en ellos. Por otro lado, se tomó en cuenta que los diseñadores mencionaron cambiar el soporte para los rompecabezas, optando por madera, pero debido a los costos y el trabajo que representa pues se necesita contratar a una persona quien pegue cada cara de los cubos, no se tomará esta sugerencia en cuenta. En cuanto a expresión, todas las opiniones fueron acertadas con comodidad a excepción de las maestras, quienes demostraron sentir calidez con sus piezas.

Color:

La respuesta obtenida para la función del color fue unánime, resultando que la gama de color implementada se asocia con el tema de limpieza. Por otro lado, los colores cálidos implementados en las piezas fueron validados positivamente por los diseñadores como un complemento con el color frío y ayudará a crear puntos de interés en las piezas. En cuanto a expresión, los maestros, diseñadores y expertos en el tema confirmaron que los colores les brindan confianza en el tema, aunque a los padres, la mayoría mencionó que siente distinción del tema. Ya que la mayoría de opiniones fue positiva para confianza, se decidió que la gama de color brinda mucho más confianza en el tema y se dejará de esta manera.

Tipografía:

En cuanto a este elemento, no se preguntó a los niños sobre ello debido a 1/3 de ellos está comenzando a aprender a leer mientras el resto aún no sabe. A los padres y maestras se les preguntó por la legibilidad de la tipografía, contestando ambos grupos afirmativamente. Luego se validó la funcionalidad de la tipografía con los diseñadores gráficos y expertos, brindando los diseñadores un empate entre la diferenciación de titulares de contenido y separar áreas de información. Los expertos opinaron 1 por cada opción brindada. Debido a lo anterior se decidió en evidenciar más la funcionalidad de separar las áreas de información entre instrucciones, ejemplos, texto explicativo y titulares utilizando el recurso del color, tamaño y utilizar más opciones de la familia tipográfica.

Respecto expresión, la tipografía se validó que la ella les transmite la sensación de comodidad debido a su legibilidad.

Ejes de diagramación

Dentro de ejes, los diseñadores gráficos cercioraron que la función de los ejes de diagramación ayudaría a dar mayor jerarquía a la imagen en las piezas. En cuanto a la expresión, todos los evaluados mencionaron que los ejes les transmiten diferenciación de los elementos a excepción de los expertos, quienes mencionaron que les parece atrevida la forma en que están distribuidos los elementos. Ya que los grupos objetivo y los diseñadores concuerdan que no les resulta atrevido, no se hará ningún cambio.

Elementos gráficos de apoyo

Los diseñadores gráficos y expertos en el tema confirmaron que las texturas de agua implementadas en las piezas brindan continuidad en las piezas para lograr ver unidad en la campaña. En cuanto a funcionalidad de los elementos gráficos, hablando específicamente de las pantallas y cables, todos los evaluados afirmaron que les servía para llamar su atención a las áreas que encierra. En cuanto a expresión, maestras, niños y expertos evidenciaron que les transmite encanto pero los padres y los diseñadores tuvieron un empate entre encanto y facilidad. Dado que en todos los grupos, el encanto es el factor común, se tomará como que sí les transmite lo que se planificó.

Imagen

En cuanto a función, se validó que las ilustraciones creadas para la campaña permiten que los grupos objetivo puedan seguir los pasos de los momentos clave de lavado de manos para su fácil aprendizaje. Los diseñadores gráficos tuvieron la función empatada pues también creen que las ilustraciones son para llamar la atención de los niños. En cuanto a expresión, todos estuvieron de acuerdo con que las ilustraciones transmiten identificación, por lo que resultará fácil su aceptación. Gracias a ello, se sabe que las ilustraciones son permitentes para la campaña y que cumplen como ejemplo a seguir por parte de los grupos objetivo.

Los padres mencionaron que las piezas les resultan interesantes y lo que más les llama la atención son las ilustraciones y el mismo contenido que trae, pues es un tema de interés en su familia. Las maestras también demostraron que las piezas les resulta interesante por los colores y texturas utilizadas en las piezas. Gracias a esto, se sabe que las piezas no pasan desapercibidas y que su contenido es aceptado por el grupo objetivo.

Los diseñadores gráficos respondieron que las piezas de la campaña permitirán que los grupos objetivos adopten el hábito de lavado de manos eficientemente. Creen que la estrategia de los 21 días es una forma efectiva de que los grupos objetivos pongan en práctica el correcto lavado de manos. Además, creen que la cantidad de piezas es adecuada para la campaña.

Los expertos expresaron que el contenido de las piezas es el adecuado y que transmite correctamente los mensajes a los diferentes grupos objetivo. Además, las piezas también les transmiten interés debido

a la ilustración. Concluyendo ello, se sabe que el punto más fuerte en las piezas es la ilustración, cumpliendo con las funciones planteadas al principio.

Otras sugerencias:

Los diseñadores sugirieron las siguientes situaciones:

1. *Cambio de nombre al personaje.* Se hizo la observación por un diseñador sobre un nombre mucho más común para los niños, pero al momento de crear el personaje se conceptualizó que el nombre debía sonar “extranjero” debido a que el personaje no es de nuestra época y el grupo objetivo ya había mencionado que el personaje sí se les hacía extranjero por lo que un nombre de esta índole sería pertinente. Por ello no se tomará esta sugerencia.
2. *Integración de personajes en más piezas.* 2 diseñadores sugirieron el incluir los personajes en las piezas que no los tienen, en especial en la ruleta ya que ella sí estará en contacto con el grupo objetivo de los niños. Esta sugerencia únicamente se considerará para la ruleta y no en las demás piezas ya que las piezas que no tienen personajes son las que no están destinadas al grupo objetivo de los niños o en piezas que por costos necesitan ser a una sola tinta.
3. Aplicar la paleta completa para todas las piezas. Esta fue una sugerencia que únicamente se dio por parte de 2 diseñadores y 1 experto en el tema. Mencionaron que las piezas se vuelven monocromáticas y que necesitaban incluir colores más “vivos” (mayor saturación) o los demás colores. Pero las piezas monocromáticas son las piezas que están cumpliendo con funciones de comunicar instrucciones a grupos objetivo que no son los niños y buscan economizar en impresión. Además, no se busca saturar todas las piezas con colores ya que si no, perdería su funcionalidad de color “asociar con el tema” debido al exceso de colores. Es por ello que no se tomará esta sugerencia en cuenta.
4. Cambio de nombre para Open House. No se presentaron problemas con la palabra “Open House” con padres y maestras, pero debido a que podría ser causa de confusión con alguien más en el futuro por estar la palabra en inglés, se sugirió simplemente colocarle un nombre propio a la actividad. De esta forma se evitarían confusiones futuras con la palabra anglicana.

5. *Graduación.* Se sugirió por parte de un diseñador, que cuando las familias terminen de llenar su calendario y lo presenten en la escuela, se les recompense con algo pequeño para que exista una motivación por el cual terminar los 21 días de lavado en familia. Para lograrlo, se propone agregar un pin que muestre que el niño es parte de la Unidad anti bacterias y se le haga una pequeña graduación en la escuela donde se le dé el poder de enseñar a otros lo aprendido en la campaña, dado que luego en el open house, deben llevar a alguien adicional a su familia a la actividad para enseñarles sobre el tema.

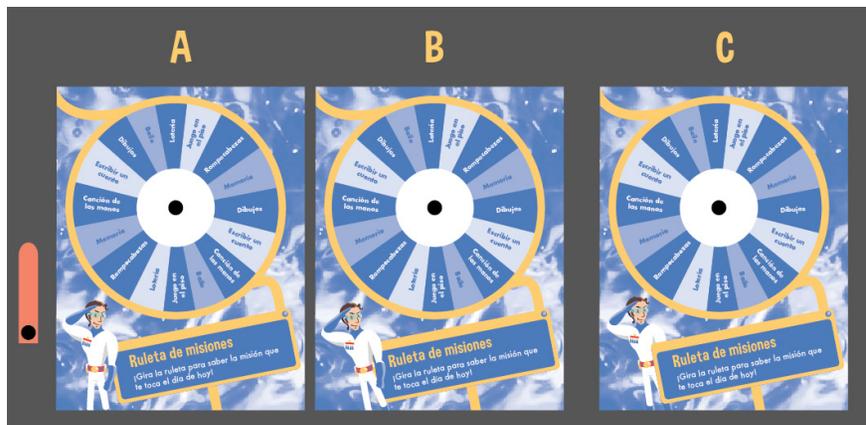
6. Cambios de textos en titulares. En el bifoliar informativo para padres, cambiar de “¿Para qué hay que lavarse las manos?” a “¿Por qué debemos lavarnos las manos?”, sugerencia que sí se tomará en cuenta ya que se reduce el espacio del titular y se evita la repetición de la palabra “que”.

5.6.2.2. CAMBIOS EN PIEZAS PRELIMINARES

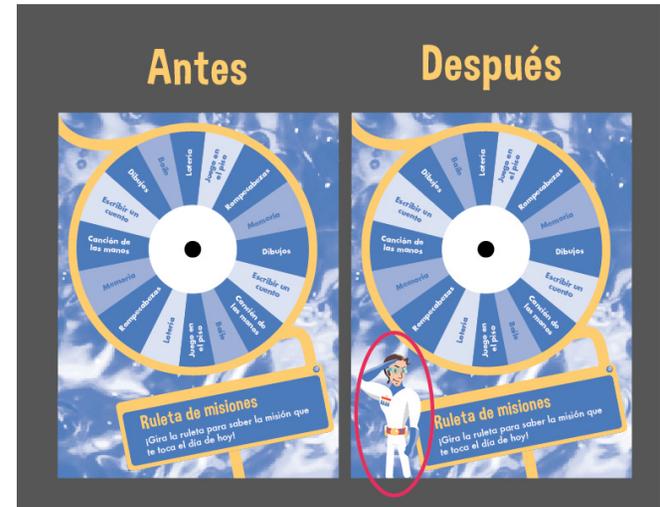
Terminado el análisis de las validaciones, se decidieron hacer cambios que se sugirieron en las piezas preliminares. En el caso que se decidiera hacer una pieza nueva, se realizó un bocetaje para la misma y luego la propuesta de esta.

Ruleta

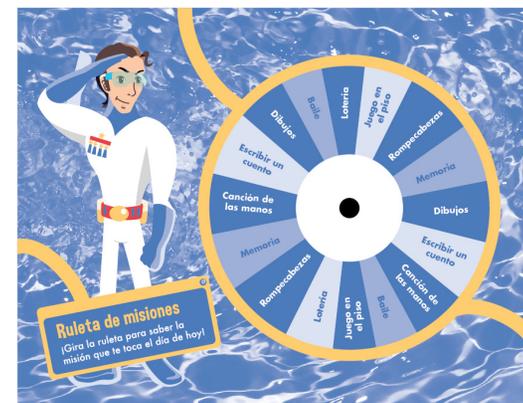
Se sugirió el incluir al personaje del Capitán Darikson en la pieza de la ruleta, debido a que es un material que está en contacto constante con el grupo objetivo de los niños. Para ello, intentaron las siguientes opciones:



Se consideró el área izquierda inferior ya que de esta forma no interrumpiría con el resto de la ruleta. Se decidió colocar a Darikson en posición de “saludo 1” debido a que la ruleta es quien indica la misión del día. En la opción A, se colocó de forma vertical mientras en las opciones B y C se inclinó con la retícula utilizada. Debido a que tanto en la B como en la C se ve que el personaje se va a caer, se decidió por la opción A ya que el personaje mantiene un equilibrio.



Se realizó un último cambio a la pieza, girando el formato y acomodando los elementos con la misma retícula modular inclinada. El resultado brinda una segunda jerarquía para el personaje, ya que es quien dicta las misiones dejando como último elemento a leerse, el texto.



Pines para graduación

Para motivar a las familias a realizar las actividades de los 21 días, se decidió realizar una graduación donde los niños se les puedan adquirir un cargo (subteniente) dentro de la *Unidad Anti Bacterias*, que les permite enseñarles a otras personas el correcto lavado de manos. En la actividad podrán llegar los padres mientras se hace una ceremonia para hacer entrega del obsequio. Éste último será un pin de 56 mm, acrílico, con el identificador de campaña.



En la figura anterior se pueden ver las opciones para el pin. En las opciones A, B y C se probaron los tamaños del identificador, siendo el A mediano, B pequeño y C grande. Eligiendo el B como referencia, se probaron formas de colocar el cargo de *Subteniente* y probando fondo de color. Se eligió al final la opción F ya que llama mucho más la atención, respeta el identificador y se integra el nombre del cargo con el fondo azul.



Nombre para open house

Debido a que podía causar problemas de entendimiento la palabra “open house” en el volante, se decidió colocarle un nombre a la actividad. Para ello se pensaron las siguientes opciones:

Festival de la higiene

- Festejo anti bacterias
- Festival anti bacterias
- Mañana anti bacterias
- Mañana de la higiene

Se eligió **Festival de la higiene**, debido a que la actividad se ve de una manera alegre y positiva la motive a las personas a asistir. Además se dejó de la higiene ya que decía directamente lo que es siempre de una manera positiva, para que las personas ya tengan un idea de lo que se va a realizar en la actividad.

Elegido el nombre, se procedió a cambiarle el título al volante por el nombre nuevo:



Titular en Bifoliar de padres

Se había hecho la sugerencia de un cambio de texto en un titular debido a la repetición de la palabra que. El resultado fue el siguiente:



Cambio en tipografías

Debido a que los votos para la función de la tipografía estuvieron muy variados, se decidió hacer mucho más evidente la función que se quería (separar áreas de información). Se aplicó en las piezas que tenían bloques de texto de un mismo color y donde los recursos de la itálica y negrilla no se dieron abasto. En las pruebas se utilizaron colores en las tipografías para destacar dentro de un mismo bloque de texto, las áreas de información puntual, instrucciones, saludos, ejemplos, etc.

INVITACIÓN

Proceso:



En la opción elegida permite diferenciar mejor el cuerpo del texto de la información puntual del lugar, fecha y hora. Esto permite su fácil identificación.

BIFOLIAR DE PADRES

Proceso:





Se utilizó el color para diferenciar áreas de explicación, destacar palabras clave, procesos e introducciones.

GUÍAS DE MAESTRAS

Para esta pieza, debido a que se imprimiría en una sola tinta, se decidió utilizar la opacidad del blanco en la portada, ya que era el área con mayor texto sin distinción entre ella. El resultado fue el siguiente:



Arreglo de cubos

Debido a que los cubos no permitían un fácil almacenaje estando aún en la escuela, se optó por convertirla en una caja de pegue lateral., la cual permitiría abrirla y doblarla para almacenarse y luego rearmarse por los mismos padres de familia o niños.



5.6.2.3.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN ANTE SEGUNDA VALIDACIÓN

A continuación, se presentan los resultados de una segunda validación ante expertos que se realizó con el motivo de optimizar las piezas.

Estrategia de capaña: Según los expertos, la cantidad de piezas era demasiado para un campaña de higiene personal, por lo cual se tomó la decisión de optimizar las piezas, eliminando algunas y uniendo otras. De igual manera se manejó la información anterior de la campaña pero de una manera más resumida y amigable con el usuario. De la estrategia se eliminaron o se realizaron modificaciones mayores a las siguientes piezas:

- *Invitación a charla de padres*: se eliminó debido a que se podían enviar a casa únicamente una nota de la escuela a través de los estudiantes.

- *Bifoliar para padres*: se eliminó debido a que su contenido era muy extenso, complicado y monótono. La misma información se iba a cubrir durante la charla de padres por lo que era repetir la información. Debido a ello, la información contenida en el bifoliar se resumió en varios puntos importantes y se integraron con el libro de cuentos para los padres.
- *Instrucciones de juegos e instrucciones de la guía para padres*: ambas piezas se mencionó que eran confusas y contradictorias, por lo que se tomó la decisión de reescribirlas y colocarlas de una manera más amigable dentro del libro de cuentos.
- *Libro de cuentos*: La redacción de la guía de padres se consideró como ausente de ritmo, armonía y lógica, ya que se escribieron de manera de poesía vocal a la manera antigua de las fábulas de niños. Debido a lo anterior, se reescribieron los cuentos de una manera más fácil y con vocabulario más sencillo. Además, debido a que varias piezas se integraron al libro de cuentos, se decidió hacer un libro más grande que permitiese colocar las ilustraciones y los textos de cada capítulo en un folio abierto y de esta manera la otra información pudiese ser integrada al principio y final del libro.
- *Respecto al kit de juegos*: Se cambió la estrategia del kit original a lo siguiente:
 - Libro de cuentos: funciona para dar a conocer las razones por las cuales debemos lavarnos las manos y llevar un control sobre ello.
 - Juegos del kit: funcionan para que el niño y el padre puedan saber cuándo se debe lavar las manos y recordarlo constantemente.
- *Etiqueta del gel dispensador*: se mencionó que la etiqueta del gel dispensador se podía omitir debido a que si se va a pedir que se donen por el patrocinio, ya traerán marca de la marca que los esté dando.
- *Guías y control para maestras*: La guía para maestras también se consideró que podía unirse con otra pieza por lo que se decidió que se imprimiría al retiro del control de actividades.
- *Pines de premiación en el festival*: Las recompensas dentro del festival se consideraron cambiarlas para recompensas semanales como premios por cumplir con las actividades. Estos pines seguirán siendo coleccionables y serán únicamente 4, dando uno al inicio por haber llegado a la charla y luego 1 por cada semana. Dado que el festival ya no tiene premios como tal para las actividades, se decidió entregar

un diploma a las familias donde se les haga constancia de que ya aprendieron y practican el lavado de manos y su familia está libre de las bacterias en ellas.

- *Pin del presidente de la clase*: se hizo la sugerencia que hubieran más presidentes de la higiene por clase, pero no se tomará en cuenta debido a que la razón por la cual existe un presidente de la higiene es para darle mayor importancia al cargo y por ello no pueden existir varios.
- *Afiches para recordar el momento de lavado de manos*: El afiche para casa se sugirió cambiarlo por algún objeto en la cocina de la familia, para que la madre se los recuerde a los hijos. Esto no se implementará debido a que por el tema es algo que debe permanecer en el baño.
- *Volante y unifoliar*: la función original del volante era invitar a las personas amigas de la familia al festival e la higiene, pero ya que las personas solo lo iban a leer y tirar, se decidió que fuese necesaria para recibir un premio especial en el evento y para aportarle valor a la pieza, se dejó un espacio para que el niño colocase el nombre de la persona que iba a invitar. Tomando en cuenta ello, se eliminó el unifoliar y se agradeció la asistencia en el jabón donde además debía mencionar los momentos de lavado.
- Fases: la campaña cambió de nombres en las fases por:
 - Enseñar: enfocada en que los niños aprendan sobre como lavarse y su importancia. De igual manera es la fase donde se les informa a los padres de la importancia del lavado y cómo manejarán el kit.
 - Practicar: enfocado a practicar los momentos de lavado de manos a través de las distintas actividades.
 - Multiplicar: Donde se expande el sentir de la campaña a más personas involucradas en el círculo social del niño.

Línea gráfica: Los expertos mencionaron que la textura de agua no estaba aportando gráficamente limpieza a ninguna de las piezas y por ello debía ser sustituida. Respecto a las pantallas y demás elementos utilizados no se hizo ningún comentario sugiriera un cambio pues solo con el cambio de textura, las piezas iban a cambiarlo.

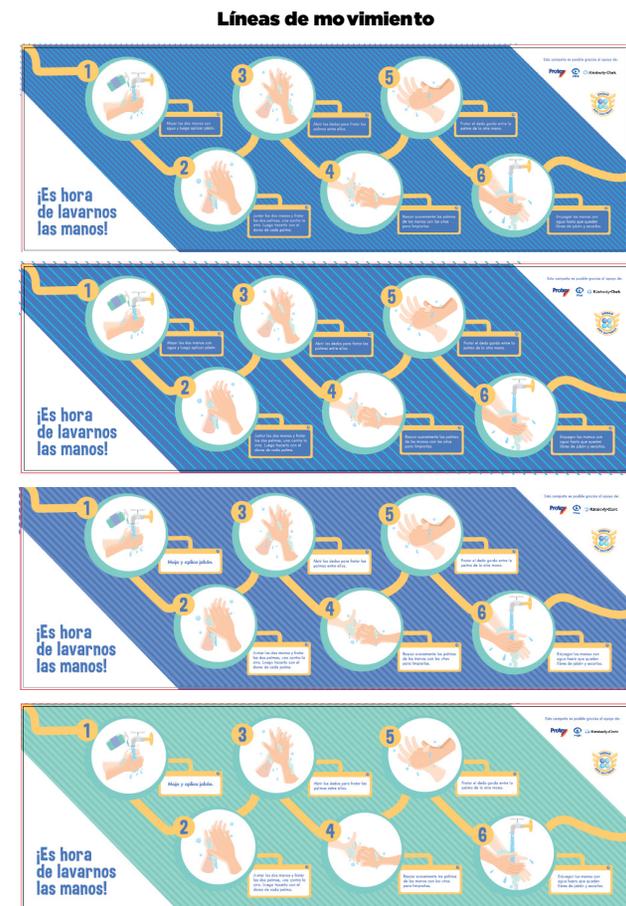
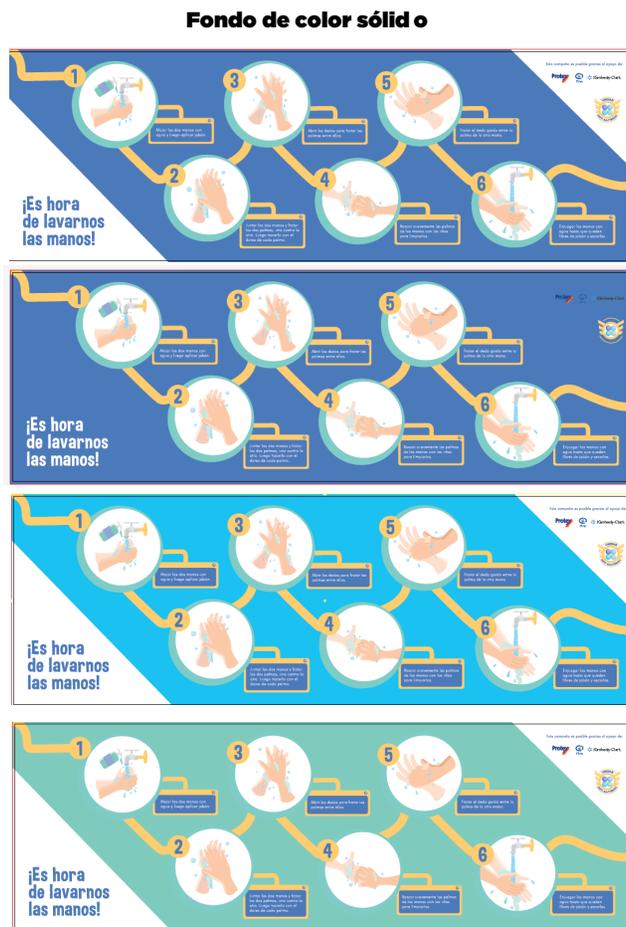
Identificador de la campaña: Ya que el patrocinio ayudaría a la campaña, se decidió que habrían aplicaciones de color y se usaría todas las piezas en CMYK.

5.6.2.4. CAMBIOS EN PIEZAS:

Textura de línea gráfica:

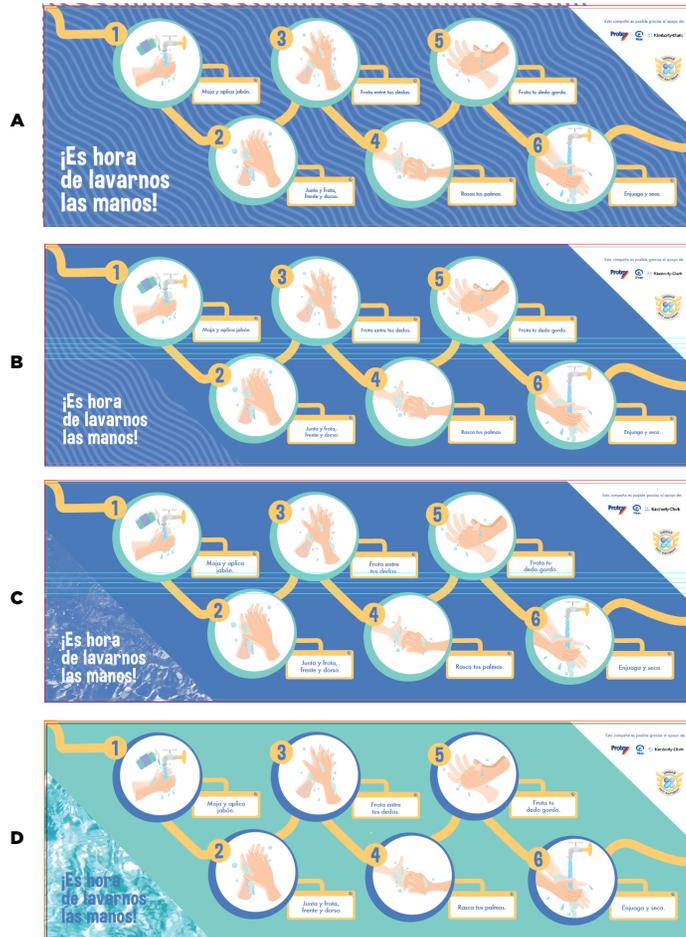
Para los cambios de la textura de agua se decidió con primera instancia, dejar el fondo a color, cosa que ya se había intentado en los primeros bocetajes pero se integró de manera que se uniera con ciertos elementos de las piezas. En esta ocasión se probaron los otros colores elegidos en la paleta de color viendo positivos las pruebas con el color en las piezas. Los resultados fueron piezas limpias pero faltaba que funcionara como representación directa de lo que es el agua y la limpieza.

Como siguiente opción fue la búsqueda por medio de líneas. Primero se probó con líneas diagonales de manera que mostraran la continuidad de un proceso, pero la rigidez de las líneas no se asociaba con el agua aunque si representaba dinamismo gracias al movimiento visual de la posición de las líneas. Aún así las pruebas con el color y como textura era bastante atractiva visualmente y ayudaba a salir de la monotonía.



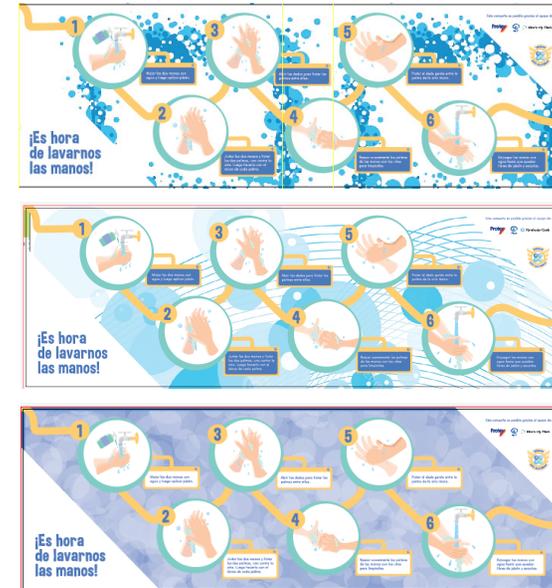
Se decidió probar luego una línea curva en lugar de recta, ya que el agua en varias simbologías se representa por medio de líneas curvas. Al utilizarla curva, permitió que las líneas diagonales pareciesen agua y siempre siguiendo la idea del proceso debido a la repetición de líneas. Esta parecía ser la mejor opción hasta el momento pero se bocetó unas últimas para decidir.

Líneas curvas



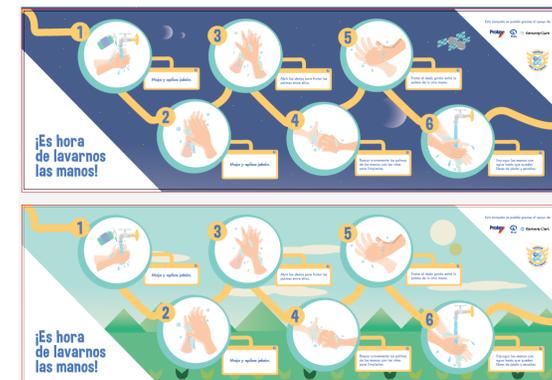
Para relacionar directamente con la higiene por medio del jabón, se probaron círculos que representase burbujas en el fondo. Se probaron varias maneras pero todas saturaban mucho la pieza quitándole el peso a las ilustraciones.

Otras texturas de burbujas

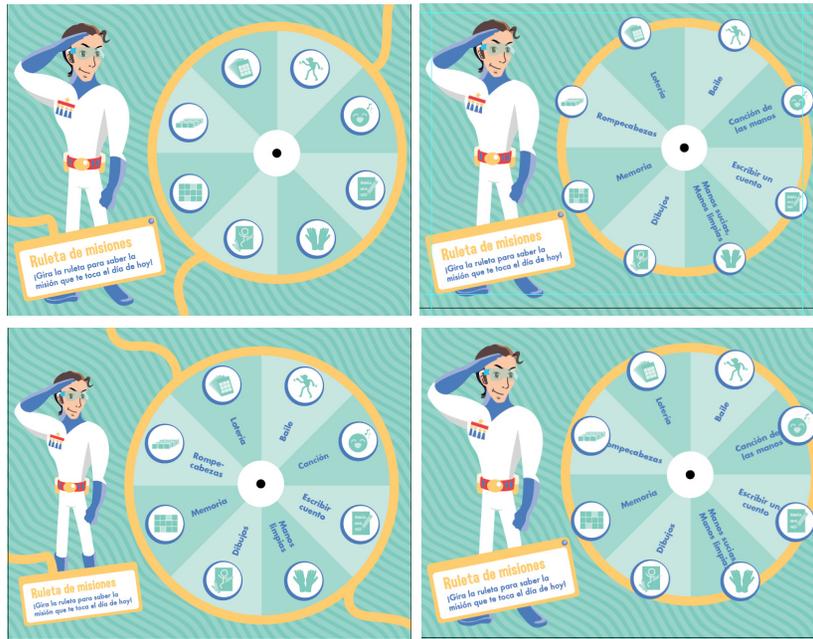


Como última opción se propuso usar escenas del libro de cuentos, pero realmente no estaba aportando alguna función la pieza y tampoco se relacionaba con la limpieza buscada.

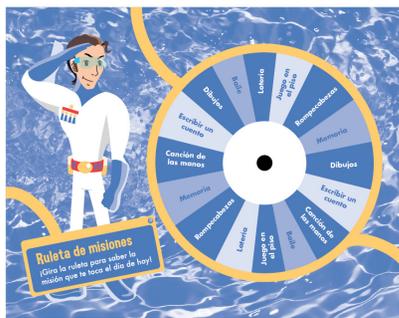
Ambientes del libro de cuentos



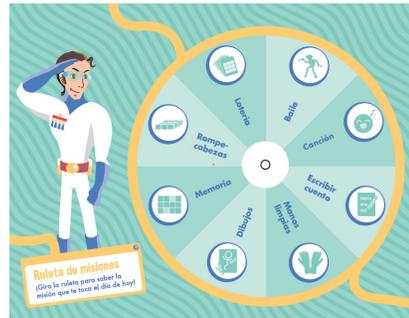
Bocetaje



ANTES



DESPUÉS



Instrucciones de juegos y bifoldiar de padres:

Las instrucciones de juegos se cambiaron completamente, incluyendo los íconos de la ruleta y distribuyendo al información en dos páginas. El resultado fue mucho más amigable y menos pesado a la vista.

Por otro lado, la información del bifoldiar se consideró más importante elegir los 3 beneficios principales e integrarlos en las burbujas del identificador. Luego se incluyó el proceso de lavado ya que de esta manera los padres pueden tener en casa el proceso que los niños tienen en la escuela.

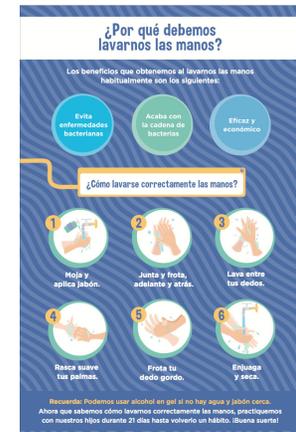
Bocetaje



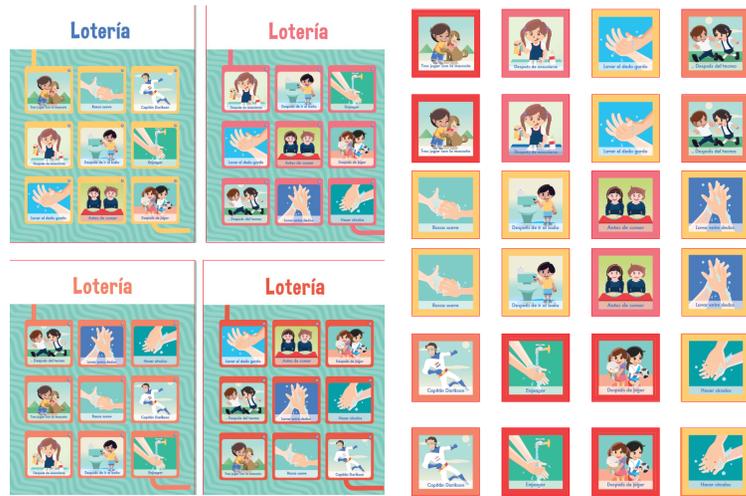
ANTES



DESPUÉS



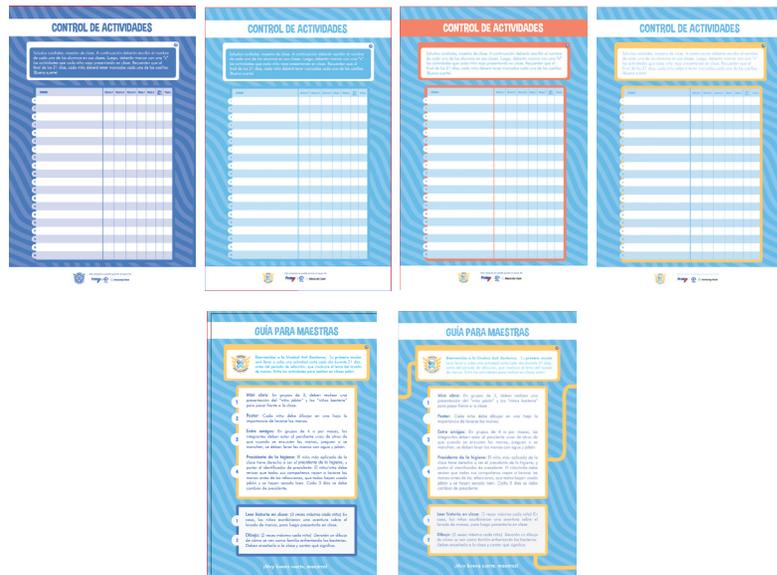
DESPUÉS



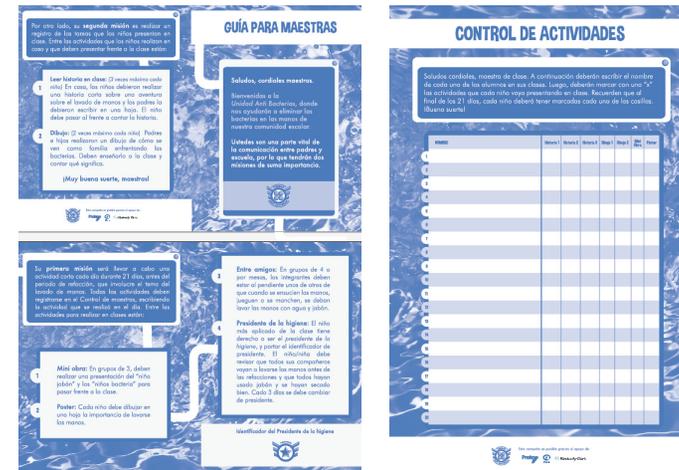
Guía de maestras:

Se utilizó el retiro del control para colocar la información para las maestras. Lo que se hizo fue retirar el párrafo introductorio de la portada y se colocó únicamente las actividades. Además se cambió la pieza a full color por lo que se combinó e textura celeste con otros colores de la campaña.

Bocetaje



ANTES



DESPUÉS



Volante del Festival de la Higiene:

Se optó por cambiar el contenido y colocarle un espacio donde el niño escribiera el nombre. Se implementó la retícula modular en deslizamiento utilizada anteriormente y siempre se dejaron los personajes para llamar la atención. Además se utilizó de manera horizontal pues permitía que existiera más información en una línea y menos líneas en los párrafos.

ANTES



DESPUÉS



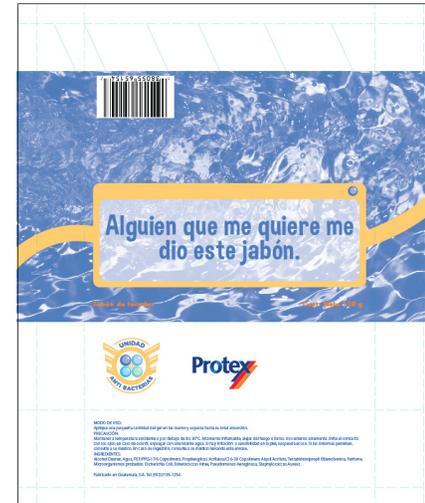
Jabón:

La nueva banda del jabón no incluiría la parte donde se dobla para sellar el panque, de esta manera sería un formato menor y evitaría que en el cierre se dañase el material por el dobles. Además se incluyeron los momentos de lavado de manos para recordarle a la persona a quien se le da cuales eran los momentos importantes en casa.

Bocetaje



ANTES



DESPUÉS



Diploma:

Se añadió como última pieza, un diploma de constancia de que las familias adquirieron el hábito de lavado de manos, para que conlleve a hacer otras campañas donde se enseñen otros hábitos. Se hizo de tamaño media carta y se utilizó la retícula medular con deslizamiento. Se incluyó al personaje del Capitán Darikson ya que es quien les otorga este premio y constancia por su perseverancia.



5.6.3. Fundamentación y propuesta final

Para la realización de la campaña educativa sobre el correcto lavado de manos, enfocada en los niños de 4 a 6 años de la Guardería Casita Benjamín y sus familias, se trabajó en base al concepto “manos en movimiento”. A continuación, se presentan los elementos gráficos empleados y la propuesta final.

5.6.3.1. IDENTIFICADOR DE CAMPAÑA

Con el objetivo de unificar las piezas de la campaña, se creó un identificador de campaña.

El símbolo del identificador presenta un círculo de color amarillo, color asociado con la energía del movimiento, rodeado por tres puntas que representan alas que inspiran a realizar el objetivo de la campaña. Cada punta lleva rectángulos delgados de color blanco que asemejan a un brillo, debido al tema de limpieza. Dentro de este círculo se encuentran cuatro elementos redondos que simbolizan cuatro burbujas en un medio-alto nivel de abstracción, relacionadas directamente con las burbujas de jabón de manos. Éstas se encuentran organizadas de manera equilibrada en dos filas, con dos burbujas arriba y dos abajo. En el centro se encuentra la intersección de las burbujas que crea una forma de estrella, similar a un destello de limpieza.

El nombre de campaña se encuentra dividido en dos partes: la palabra “unidad” se encuentra escrita en mayúsculas de color azul, asociado con el tema, en la parte superior del módulo anterior y la palabra “anti-bacterias”, también en mayúsculas de color azul en la parte inferior. Ambas tienen la curvatura del círculo que les permite integrarse al módulo. La tipografía empleada es una sans serif negrilla que ayuda a su fácil lectura e integración con los demás elementos del identificador. Finalmente en la parte exterior de las letras, lleva una línea gruesa de color amarillo, que busca integrar por completo el nombre de la campaña.

Identificador de campaña



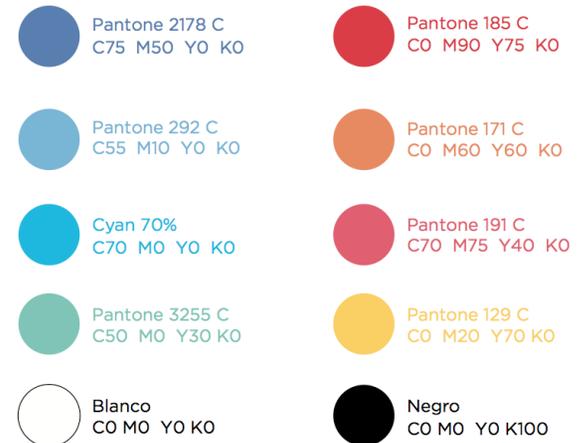
CMYK

5.6.3.2. COLOR

La elección de la paleta de color permite, según el color semiológico, asociarse con el tema de limpieza, pues la tonalidad cabe dentro de el color signico y esquemático, ya que es un color que no se encuentra en la naturaleza y es figurativa pues se emplea en sistemas gráficos. La gama de colores fríos según la psicología del color, se asocia con el agua, la cautela y la confianza. El color blanco representa la pureza y limpieza. Los colores comunican de manera efectiva el tema a quien ve el material con ellos.

Se definieron como colores que ayudarían a brindar puntos focales en la piezas, los complementarios de los fríos, los colores cálidos. Las tonalidades cálidas buscan llamar la atención del grupo objetivo en los materiales. Además ayudan a no caer en la monotonía y generar movimiento. El color negro se eligió pues es el complementario del blanco y ayudaría a generar un máximo valor de contraste en distintas aplicaciones. Los colores permiten que las personas tengan confianza en el tema y lo asocien rápidamente.

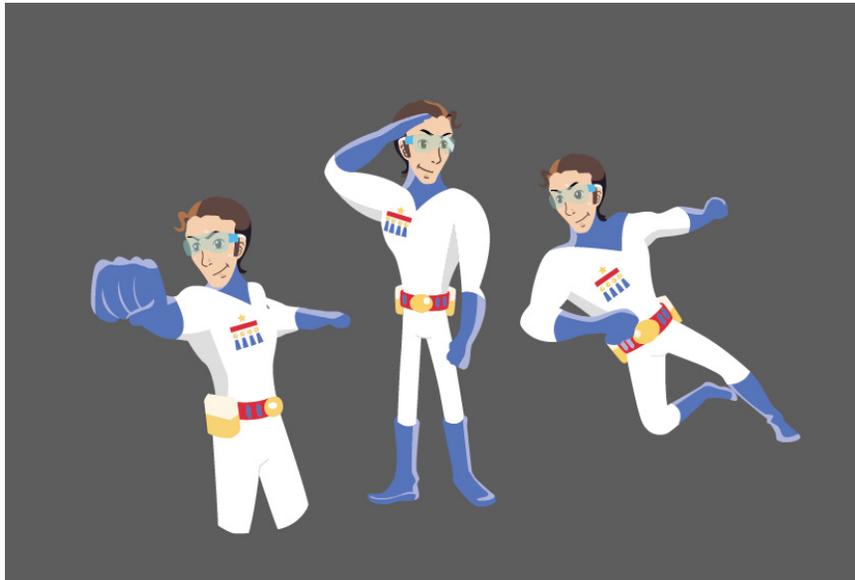
Paleta de color



5.6.3.3. PERSONAJE

Para guiar las actividades que el grupo objetivo necesita realizar durante la campaña se implemento un personaje con el nombre de Darikson, el cual significa el que protege contra el mal. Es un hombre de 30 años de edad con complexión musculosa que representa a una persona que viene de un futuro a 400 años, con experiencia en el tema. Es un capitán de la unidad anti bacterias y transmite liderazgo, confiabilidad y trabajo en equipo. Busca que las personas en el presente adquieran el hábito de lavado de manos pues en el futuro, las familias se enfermaron por no hacerlo. Se comunica de manera directa pero cordial al grupo objetivo.

Se utilizó un nivel de atracción medio-bajo de tipo vectorial. El sombreado para generar volumen en el personaje se enfoca en los brillos de la luz en asociación con el tema de limpieza. El personaje comprende un traje de látex limpio, medallas en el pecho representando su categoría de capitán, un visor que le permite visualizar a las bacterias a su alrededor y un cinturón con bolsas donde trae sus equipamiento especial para combatir a las bacterias. Los colores del traje del personaje se asocian directamente con el tema de limpieza y se utilizaron los colores rojos y amarillos en detalles del uniforme para representar energía y dinamismo.



5.6.3.4. TIPOGRAFÍA

Funciona separando las áreas de información, títulos, áreas de información, áreas de instrucciones, patrocinadores, historia, numeración de páginas, etc. Se utilizó en los titulares una tipografía de exhibición de tipo decorativa, Dimbo, para representar movimiento y llamar la atención en las piezas. En los cuerpos de texto, se utilizó la tipografía una san serif debido a su relación con limpieza, esta fue Futura, la cual también hace referencia al futuro como el personaje. Utilizando la tipografía futura en sus variaciones de familia, Light, Koyu, Medium, Book, Negrilla, Oblique e Itálica y aplicando variación en el tamaño y color en la tipografía, se logró la separación de las áreas que se buscaba.

Dimbo Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Dimbo Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Futura Koyu

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Futura LightOblique

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Futura Oblique

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Futura Beyaz Italic

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Futura Koyu Italic

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Futura Extra Bold

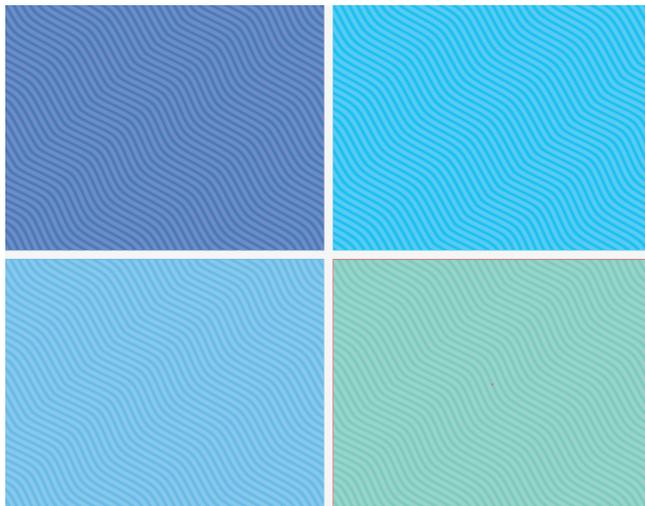
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

5.6.3.5. ELEMENTOS GRÁFICOS DE APOYO

Para atraer la atención del lector y brindar continuidad a las piezas que permitan encantar al grupo objetivo, se implementaron un nivel de alto nivel de abstracción, ilustraciones de pantallas y cables, en relación con que el movimiento se daría por medio de un capital que da las misiones. Ello permite que los textos puedan ser integrados a los diseños y atraer al lector a esas áreas de información. Los cables de las pantallas se presentarían con curvas haciendo alusión al concepto de movimiento y brindando la guía para la lectura. Además, se implementó la utilización de círculos con orilla que evoca la forma de una burbuja. Ellas funcionan para contener imágenes e información relevante en la pieza.

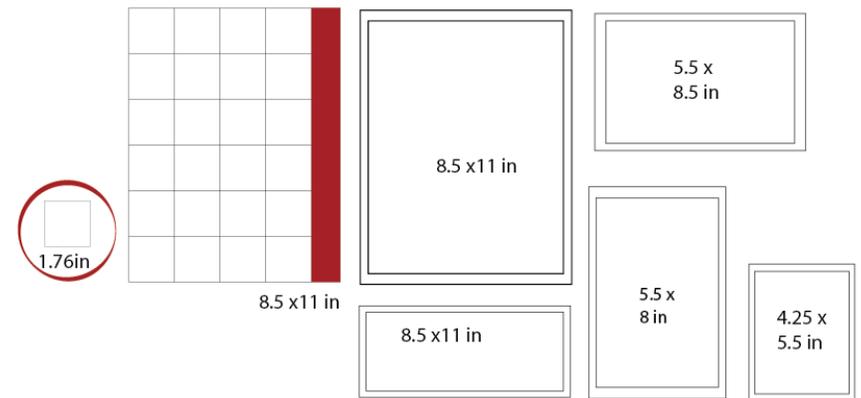


También se implementó el uso de textura de líneas curvas en diagonal, las cuales permite asosiar a las curvas producidas por el agua y la continuidad del proceso para crear el hábito. La utilización de la textura permitió unificar las piezas y generar el encanto que se buscaba gracias a su color exaltado azul escogido para la campaña.

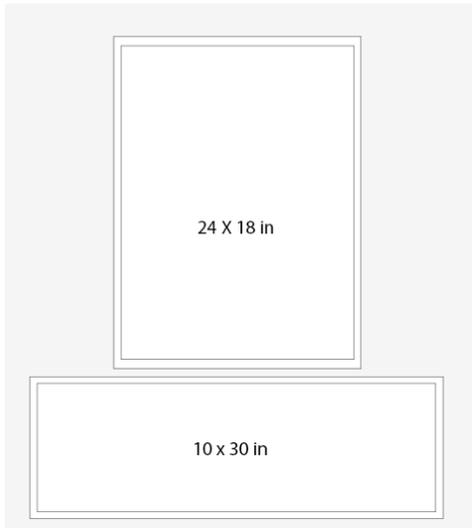


5.6.3.6. FORMATO

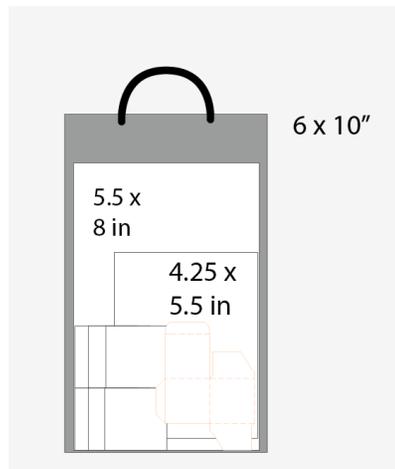
Los formatos permitieron el economizar costos y brindar un fácil almacenaje al grupo objetivo para que se sientan cómodos con el material. Para lograrlo se implementaron tamaños estándares como tamaño carta (8.5 x 11in) y los tamaños proporcionales a ellos. En cuanto a piezas que demuestren procesos, se utilizó el formato de manera horizontal para que permitiese llevar la secuencia del proceso y seguir los pasos de una manera cómoda. En cuanto a los formatos verticales, se utilizaron para permitir una lectura corta en piezas que contendrían mucho más información. Lo anterior aplica para los tamaños estándares de las etiquetas del jabón y dispensador de anti bacterial.



La utilización de formatos mayores al carta fueron para funciones específicas como llamar la atención de los grupos objetivos y colocar sus elementos mucho más grandes que permitiesen un fácil reconocimiento de los mismos. (30 x 10 in y 18 x 24 in).



Para los premios de pines se utilizaron las medidas de 5.6cm y 3 cm que son medidas estándares en tiendas de botones y permiten un fácil almacenamiento de los mismos tanto por parte de las maestras como los niños. Su formato redondo hace alusión al identificador de campaña y sus burbujas, las cuales se relacionan directamente con el tema. Finalmente el tamaño de la bolsa que almacenará las piezas del kit de padres será 10 x 6" que permite un fácil acomodamiento en casa y transmite comodidad debido a que se vuelve parte del hogar.

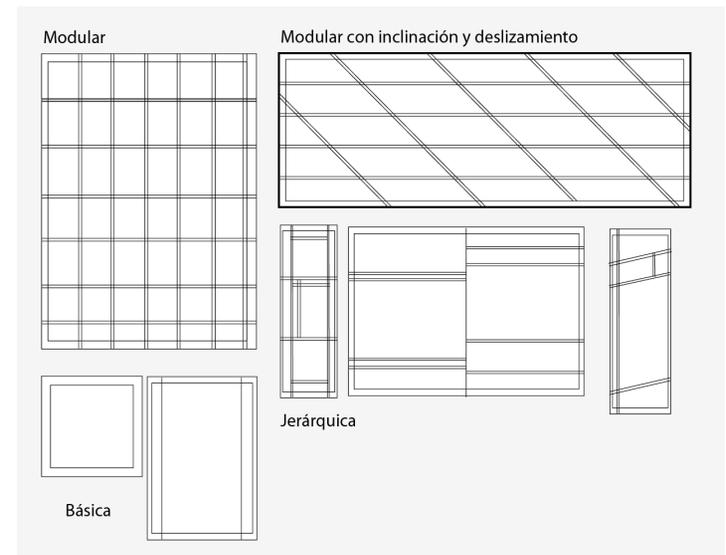


5.6.3.7. SOPORTE

La función de los sustratos utilizados en la campaña permiten que las piezas posean durabilidad y en los casos necesarios, resistencia al agua. Es por ello que se emplearon Texcote calibre 14 en los juegos del kit pues de esta forma tendrían una vida más larga cuando sean jugados diariamente y una pequeña resistencia al agua, opalina 280g en material informativo y algunos juegos los cuales permiten también durabilidad y bond emplasticado en piezas que van directamente en el baño y evitar la pérdida de la pieza por el contacto con el agua. Los pines de la campaña son de material acrílicos, también resistentes al agua. Al tener resistencia y durabilidad, los grupos objetivo sentirán comodidad en manejarlos pues podrán interactuar libremente con ellos.

5.6.3.8. EJES DE DIAGRAMACIÓN

La diagramación permitiría brindar una mayor jerarquía a las imágenes que muestran ejemplos y poder crear diferenciación. En general, la retícula jerárquica y la modular fueron las más utilizadas debido a que permitían colocar las imágenes de una manera organizada pero en mayor proporción que los textos y demás elementos. La utilización de retícula modular permitió crear una inclinación entre 25° hasta 45° que permitiese representar movimiento, de manera ascendente lo cual hace alusión a algo positivo. La estructura utilizada es activa en piezas donde se aprovechó para crear bloques de color que permitiesen la legibilidad y diferenciación de los elementos en la misma.



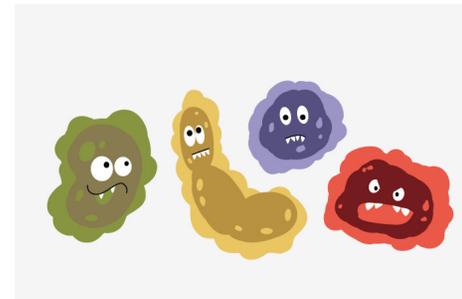
El equilibrio axial permitió crear piezas agradables a la vista y ordenadas para la lectura de la misma.

Los márgenes utilizados fueron de 0.5 in para piezas mayores de 8.5 x 5.5 in, si eran menores, se utilizó un margen de 0.25 in, la mitad.

5.6.3.9. IMAGEN

Las ilustraciones implementadas con un medio-bajo nivel de abstracción permiten que los grupos objetivo puedan seguir los ejemplos de los momentos clave y hábitos de lavado de manos. Para seguir con la línea gráfica del personaje, se decidió la utilización de ilustración vectorial que presentaba un sombreado sencillo y principalmente muestra brillos más que sombras. Las imágenes no tienen línea de contorno lo cual permite una ilustración bastante sencilla y limpia, alusión al tema de higiene. También permite darle más énfasis al color dado que es un elemento que llamará la atención de los niños y creará identificación con los mismos. Se utilizaron degradados de color de poco contraste para crear cambios de color suaves pero agradables a la vista y no cayese en monotonía los fondos y elementos.

Se desarrolló un libro ilustrado donde las ilustraciones están directamente relacionadas con lo que pasa en cada capítulo del libro. En estas ilustraciones se incluye el personaje de la campaña y se buscó que muestre mucho dinamismo en escenas de acción, a favor del concepto. Fueron en estas piezas donde más se implementaron los colores cálidos, ya que de esta forma se puede crear una mejor identificación con el grupo objetivo y su realidad.

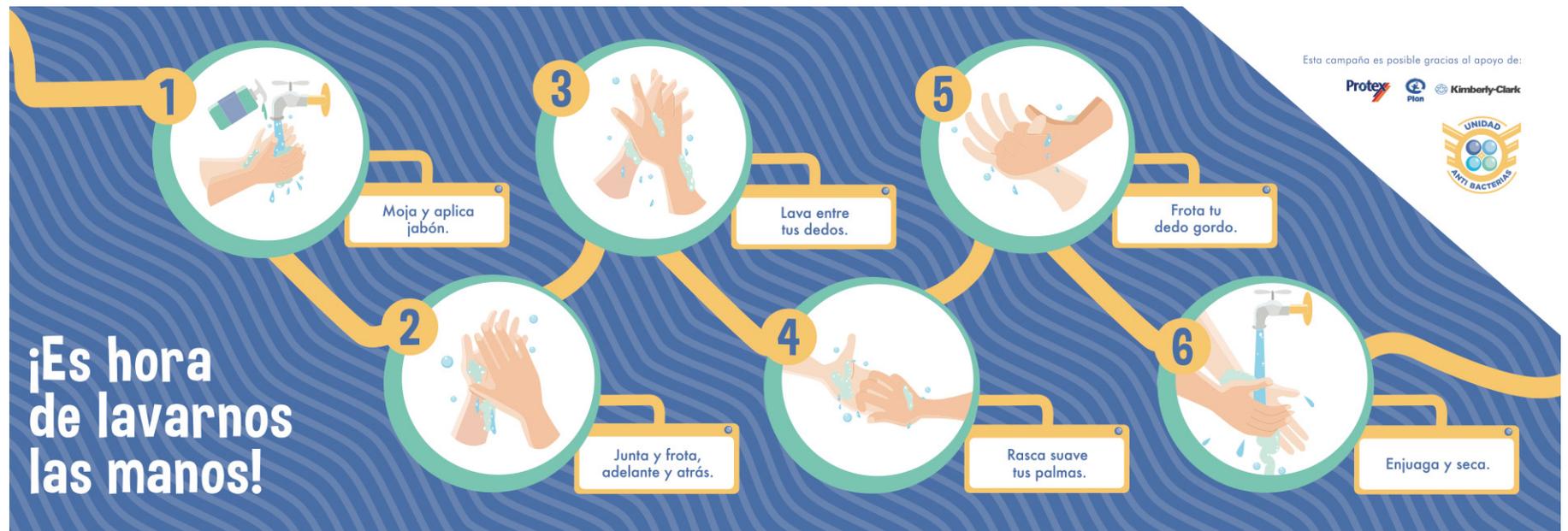


FASE 1 - Enseñar

Afiche de proceso de lavado de manos

30 x 10 in

bond 80g emplastificado



FASE 2 - Practicar

KIT

Bolsa del kit

5.5 x 8.5 in

Bolsa plástica traslúcida



Etiqueta de bolsa

2 x 3.4 in

Adhesivo transparente

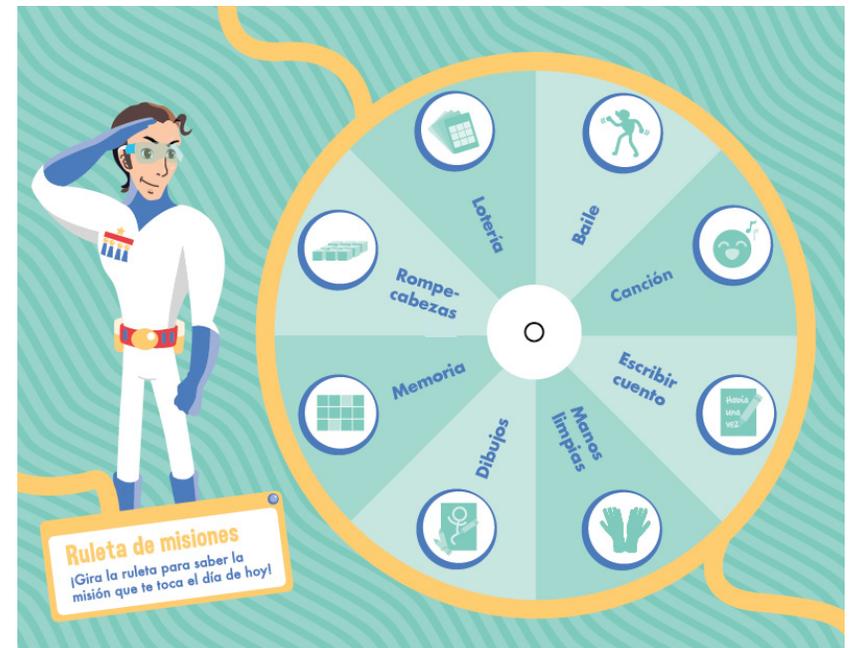


Ruleta

Cartón: 4.25 x 5.5 in

Flecha: 0.3 x 1.7 in

Texcote 14



Libro de cuentos
48 páginas
5.5 x 8.5 in cerrado
Bond 80 g
Full color



¿Por qué debemos lavarnos las manos?

Los beneficios que obtenemos al lavarnos las manos habitualmente son los siguientes:

Evita enfermedades bacterianas

Acaba con la cadena de bacterias

Eficaz y económico

¿Cómo lavarse correctamente las manos?



1 Moja y aplica jabón.



2 Junta y frota, adelante y atrás.



3 Lava entre tus dedos.



4 Rasca suave tus palmas.



5 Frota tu dedo gordo.



6 Enjuaga y seca.

Recuerda: Podemos usar alcohol en gel si no hay agua y jabón cerca. Ahora que sabemos cómo lavarnos correctamente las manos, practiquemos con nuestros hijos durante 21 días hasta volverlo un hábito. ¡Buena suerte!

Instrucciones de uso

- 1 Leer un capítulo de este libro.
- 2 Girar la "Ruleta de misiones".
- 3 Realizar la actividad que tocó.
- 4 Escribir la actividad en el calendario.
- 5 Anunciar "¡Es hora de lavarnos las manos!" y lavárselas.

Al terminar los 21 días, deberán enviar el calendario lleno a la escuela para que sea calificada y premiada.

¡Muy buena suerte, familias!

¡La ciudad se llenó de bacterias!

Las personas de la ciudad dejaron de lavarse los dientes, luego dejaron de bañarse y lo peor de todo es que dejaron de lavarse las manos.

La hermosa ciudad pronto se empezó a ensuciar y los ciudadanos se enfermaron.

El cielo tomó un color verde y las nubes se volvieron de humo. La grama se secó y los árboles botaron sus hojas. Además, los edificios comenzaron a llenarse de moho.

Las ciudades vecinas los comenzaron a llamar "La ciudad de las bacterias". Después de ello, se dieron cuenta que necesitaban ayuda.



CAPÍTULO
2

La ciudad más hermosa

En una tierra lejana, por el año 2416, había una ciudad llena de color. Ésta era tan hermosa, que la nombraron "la más hermosa del mundo".

Los parques eran llenos de pasto verde y en cielo se veían hasta cuatro soles.

En la ciudad, los carros ya volaban, incluso parecían aves en el cielo azul. Los niños aprendían y jugaban y las familias vivían sin problemas.

Sus alrededores se veían aseados y parecía ser la ciudad perfecta. Así que los ciudadanos empezaron a creer que ya no era necesario seguir limpiando y dejaron de hacerlo.



CAPÍTULO
1

La solución

La ciudad tan hermosa se había llenado de bacterias, debido a que todos, dejaron de limpiarse.

Los ciudadanos seguían enfermos, pero un grupo de científicos unieron sus fuerzas para buscar una solución al problema.

Tras muchos días de esfuerzo, un científico descubrió algo: una fórmula "anti bacterias" que brindó esperanzas a la ciudad.

Fue solo cuestión de tiempo para que surgieran héroes que les ayuden; la solución ya la tenían.



CAPÍTULO
3



La unión

Las familias que estaban enfermas siempre mantuvieron la esperanza por unos héroes que utilizaran el invento del anti bacterias para deshacerse de las bacterias.

Fue así como un día surgió una voz llamando a quienes aún podía pelear:

"Amigos míos, mi nombre es Darikson, el que protege contra el mal; ¡Bríndenme su apoyo para combatir a las bacterias!"

Los ciudadanos se levantaron y muchos lo siguieron, la unión podía salvarlos de las bacterias que los habían invadido.



CAPÍTULO
4



Un gran equipo

Darikson y los demás triunfaron y lograron eliminar las bacterias. Pero esto solo estaba comenzando, pues eran demasiadas y seguían apareciendo.

Para realmente poder eliminar a las bacterias, Darikson y los otros debían encontrar de dónde venían y ello solo lo podían lograr creando un equipo.

"Vamos amigos, formemos un equipo!" dijo Darikson a sus compañeros. Todos se le unieron, admirados por su capacidad y fortaleza; y fue ahí cuando lo empezaron a llamar "Capitán Darikson".



CAPÍTULO
6



Contra las bacterias

Muchas familias se unieron a Darikson y se formó un gran equipo. Este equipo tenía un mismo objetivo, querían ver que la salud regresara y que las bacterias quedaran eliminadas.

Darikson y sus aliados se prepararon, se equiparon con anti bacterias y se fueron a buscarlas.

No podían ver a las bacterias, pero sabían que estaban ahí, con el anti bacterias las atacaron, y todo volvió a estar limpio.

Gracias al anti bacterias, las bacterias comenzaron a huir, de poco en poco todo empezó a verse más limpio.



CAPÍTULO
5



Súper Anti Bacterias

Un día normal como hoy, surgió con nuevas fuerzas la **unidad anti bacterias**, con el objetivo de eliminarlas de una vez y para siempre.

Pidieron ayuda del científico creador del anti bacterias, para crear algo aún más poderoso que las eliminara a todas de una vez y para siempre.

Varios científicos se reunieron en su laboratorio y en un frasco gigante lograron mejorar la fórmula original del anti bacterias; creando así: ¡el Súper Anti Bacterias!

Ya con esta fórmula, el origen de las bacterias, ¡sería eliminado de una vez por todas!



CAPÍTULO
7



La raíz de las bacterias

¡Llegó la hora de ir por las bacterias y acabar con ellas! La Unidad Anti Bacterias se equipó con lo necesario y fueron a buscar la raíz de la enfermedad.

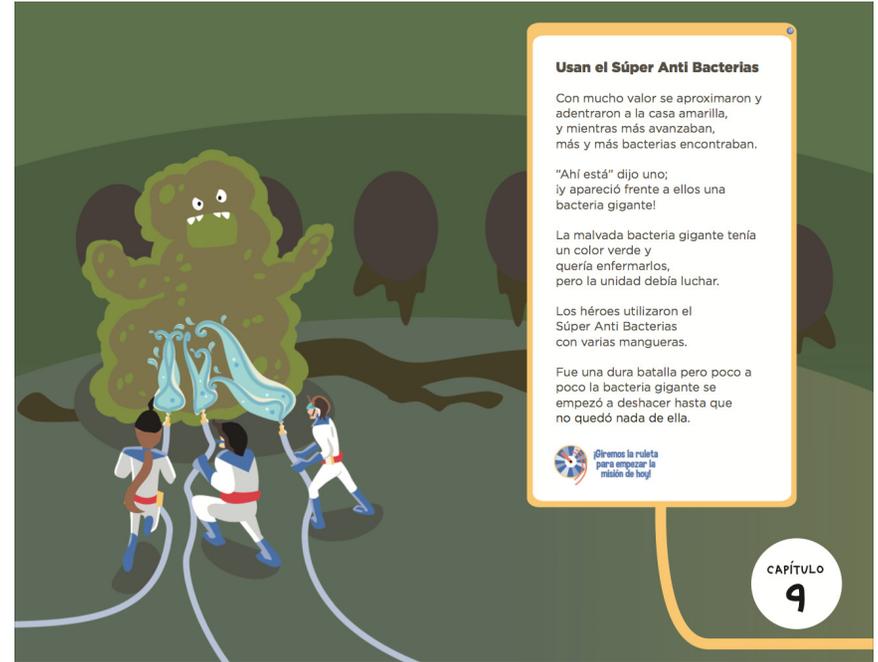
El equipo se adentró en calles muy sucias, atravesaron ríos verdes hasta que llegaron a una casa de color amarillo, la más sucia que habían encontrado.

Los héroes usaron sus visores para reconocer las bacterias en el lugar.

"Vamos amigos, ya vamos a llegar; usaremos el anti bacterias para así salvar a todos" dijo el Capitán Darikson; y se adentraron en el lugar.



CAPÍTULO
8



Usan el Súper Anti Bacterias

Con mucho valor se aproximaron y adentraron a la casa amarilla, y mientras más avanzaban, más y más bacterias encontraban.

"Ahí está" dijo uno; ¡y apareció frente a ellos una bacteria gigante!

La malvada bacteria gigante tenía un color verde y quería enfermarlos, pero la unidad debía luchar.

Los héroes utilizaron el Súper Anti Bacterias con varias mangueras.

Fue una dura batalla pero poco a poco la bacteria gigante se empezó a deshacer hasta que no quedó nada de ella.



CAPÍTULO
9



¡Celebremos una victoria!

El sol comenzó a brillar de nuevo, el aire que se respiraba era puro, las familias se empezaron a sentir mejor, porque la bacteria gigante había sido derrotada.

El Capitán Darikson y su equipo salieron de la lucha con la gran bacteria, regresaron a la ciudad y poco a poco fueron limpiándola hasta que quedó como nueva.

Los ciudadanos festejaron en el centro de la ciudad y con mucha emoción levantaron sus brazos.

Tras ese día, la Unidad Anti Bacterias comenzó a proteger la ciudad y oficialmente nombraron a su amigo, el Capitán Darikson, el líder, gracias a su esfuerzo y valentía.



CAPÍTULO
10



Esto no ha acabado

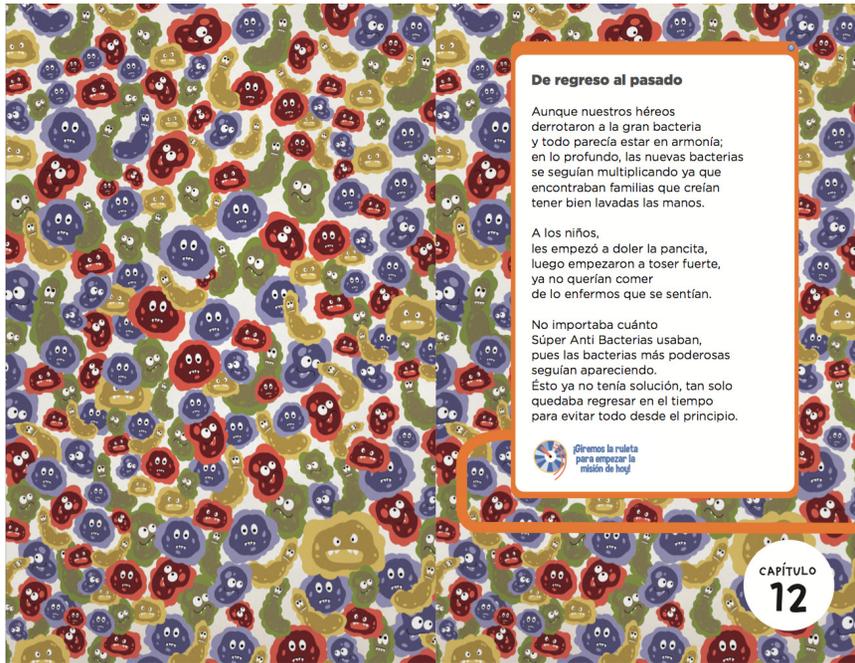
Celebrando su victoria, el Capitán Darikson se preguntaba el motivo de tanta bacteria. ¿por qué les dolía el estómago a todos? ¿por qué tosían demasiado los niños?

La duda aumentaba entre los ciudadanos, aunque el motivo era sencillo: nadie había seguido las reglas de higiene de manos.

Todo esto pudo haberse evitado con un buen lavado de manos antes de comer; todo esto pudo haberse evitado, con un buen lavado de manos antes y después de ir al baño.



CAPÍTULO
11



De regreso al pasado

Aunque nuestros héroes derrotaron a la gran bacteria y todo parecía estar en armonía; en lo profundo, las nuevas bacterias se seguían multiplicando ya que encontraban familias que creían tener bien lavadas las manos.

A los niños, les empezó a doler la pancita, luego empezaron a toser fuerte, ya no querían comer de lo enfermos que se sentían.

No importaba cuánto Súper Anti Bacterias usaban, pues las bacterias más poderosas seguían apareciendo. Ésto ya no tenía solución, tan solo quedaba regresar en el tiempo para evitar todo desde el principio.



CAPÍTULO
12



De regreso

Tanto la máquina del tiempo como el equipo estaban listos para viajar 400 años atrás, al año 2016. Así, el Capitán Darikson y su equipo entraron en la máquina.

Tres, dos, uno... ¡Y púm, al pasado! Dentro de la máquina, los héroes vieron muchas estrellas alrededor, destellos de colores volaban a medida que iban al pasado.

"¡Ya vamos a llegar amigos, y la tragedia de las bacterias evitaremos!" les dijo el Capitán Darikson.

En menos de lo que canta el gallo, la Unidad Anti Bacterias había realizado un viaje en el tiempo, todo por un mejor futuro.



CAPÍTULO
14



La máquina del tiempo

Sin oportunidad de deshacerse de las bacterias, el Capitán Darikson les dijo a sus compañeros:

"Amigos míos, debemos regresar en el tiempo, así les contaremos a las familias del pasado lo que pasará si dejan que las bacterias se multipliquen en sus manos."

Muchos días pasaron antes de que la máquina del tiempo quedara lista.

Por fin llegó el día, y la Unidad Anti Bacterias se preparó para regresar en el tiempo y advertir a las familias sobre lo que pasaría si no adquieren el hábito de lavado de manos.



CAPÍTULO
13



Un día como hoy

Era un día normal cuando a lo lejos se escuchó un estruendo y se vio del cielo una luz caer.

La Unidad Anti Bacterias había llegado al pasado pero estaban un poco perdidos.

"¿Dónde estoy?" se dijo el Capitán Darikson, mirando alrededor, sin saber qué pasó. "Ya recordé, ¡viajamos al pasado!"

El Capitán Darikson revisó el lugar y le dijo a su equipo: "Es hora de encontrar un lugar para ir a descansar."

Así que los héroes se pusieron en marcha y buscaron un lugar donde pudieron descansar y dormir.



CAPÍTULO
15



Un satélite, un hogar

La Unidad Anti Bacterias buscó en varios lugares, hasta que encontraron el lugar perfecto.

Decidieron que colocarían su equipamiento y descansarían en un satélite, uno que le daba cuatro vueltas al mundo en el día.

Así que el Capitán Darikson y su equipo, encendieron sus botas de propulsión y se lanzaron al espacio, hasta que llegaron al satélite.

En el satélite, bajaron su equipaje y decidieron tomar un descanso antes de hacer el plan para hablar con las familias.



CAPÍTULO
16



El encuentro con las bacterias

El Capitán Darikson se preparó para realizar su misión.

Bajó a la ciudad y comenzó dándole un vistazo; observó en las calles y en los parques e hizo el diagnóstico.

El lugar se veía bien a simple vista, pero cuando activó su visor para detectar a las bacterias, pudo verlas en las manos de los niños y aunque éstas, fueran aún muy pequeñas, ya estaban siguiendo a las familias que no tenían el hábito de limpiarse.

"Debo prevenir a las familias, antes que se enfermen y se repita lo que viví en el futuro," exclamó el Capitán Darikson antes de empezar a actuar.



CAPÍTULO
18



El país de la eterna primavera

Los héroes descansaron de su viaje del tiempo en el satélite.

Ya descansados, era hora que cada miembro encontrara un país que podía ser invadido por bacterias.

El Capitán Darikson sacó su telescopio y se puso a observar La Tierra.

Buscando y buscando, encontró un lugar que le llamó la atención y que sabía que él podía ayudar; esa ciudad con mucha belleza como la de donde él venía y que su ayuda podría a necesitar.



CAPÍTULO
17



Queridas familias

El Capitán Darikson se detuvo a pensar en un plan que le ayude a prevenir a las familias del problema de las bacterias.

Al final decidió que visitando escuelas era lo mejor, ya que las familias lo escucharían mientras los niños aprendían.

Y así el Capitán Darikson comenzó su misión, visitando varias escuelas, donde contó sus aventuras en el futuro y lo que pasaría si no mantienen el hábito de la higiene.

El Capitán Darikson les enseñó cómo lavarse bien las manos, les contó que se tienen que lavar antes y después del ir al baño, entre otras cosas.

Las familias siguieron sus pasos y trabajaron en equipo contra las bacterias.



CAPÍTULO
19

¡Es hora de lavarse!

La hora de lavarse había llegado para los niños, antes y después de ir al baño se lavaban sus manitas.

Y cuando iban a comer, muy atentos se lavaban de nuevo diciendo "¡Es hora de lavarse!".

Primero echaban jabón en sus manos, hacían círculos con sus palmas, entre los dedos se limpiaban, luego frotaban detrás de sus manos y ¡no podían olvidar al dedo gordo! Finalmente se enjuagaban y muy limpios quedaban.

Las bacterias no tenían oportunidad, pues las familias ya no les daban lugar, y como pudieron se desprendieron de sus manos y se perdieron.

¡Giramos la ruleta para empezar la misión de hoy!

CAPÍTULO 20

Instrucciones de juegos:

Después de que giren la ruleta, deben hacer lo que dice sobre la actividad a continuación. Recuerden **lavarse después de jugar**. Cada actividad tiene un máximo de veces, si la ruleta te indica que lo juegues otra vez, puedes volver a girarla.

- Rompecabezas:** Armen un rompecabezas con los 9 cubos del kit. Existen 6 diferentes resultados. Solo se arma uno por día. **Máximo de veces: 6.**
- Memoria:** Primero revelan las tarjetas en su bolsa y luego colóquenlas boca abajo sobre una superficie. Deberán voltear 2 tarjetas y si son iguales, las pondrán a un lado. Si no son iguales, ambas cartas se dejan boca abajo y termina el turno de la persona. **Máximo de veces: 2.**
- Dibujos:** Deberán hacer un dibujo donde la familia esté combatiendo a las bacterias. Al día siguiente, deben presentar el dibujo en clase. **Máximo de veces: 2.**
- Escribir un cuento:** Crean una historia de una aventura y el lavado de manos y luego escríbanlo. Al día siguiente, tu hijo lo presentará a su maestro. **Máximo de veces: 3.**
- Canción de las manos:** Ambos deben cantar parte de una canción que les guste pero cambiando la letra de la canción a lavado de manos. **Máximo de veces: 2.**
- Baile:** Deben elegir una canción que les guste y luego crear mímica y pasos que lleven movimiento de manos repasando los del correcto lavado de manos. **Máximo de veces: 3.**
- Manos sucias, Manos limpias:** Siéntense en el piso y jueguen cualquier cosa que ensucie las manos. Luego deben lavarse muy bien. **Máximo de veces: 2.**
- Lotería:** Repartan un cartón de lotería a cada quien y luego se coloca las mismas cartas de memoria en una bolsa. Una persona debe sacar una tarjeta de la bolsa y contraer para que quien tiene el dibujo de la tarjeta, lo marque con un frijol o piedra. Quien llene el cartón de lotería primero, gana. **Máximo de veces: 2.**

Recuerda siempre escribir la actividad que hicieron juntos en el calendario al final de este libro y cuando lo llenen, envíalo a la maestra de clase.

De vuelta al futuro

Tras 21 días de arduo esfuerzo, el Capitán Darikson estaba muy feliz, pues las familias estaban libres de las bacterias en sus manos.

"Mi labor aquí ha terminado, es hora de que mi equipo y yo regresemos al futuro. Adiós hermosas familias, con cariño los recordaré, y no olviden pensar en mí cada vez que digan: -¡Es hora de lavarse!-."

Todos muy agradecidos le dieron una linda despedida. Luego de ello, el Capitán Darikson y su equipo encendieron la máquina del tiempo y regresaron al futuro.

De vuelta en el futuro, la ciudad estaba limpia de nuevo, todos sus habitantes estaban sanos, limpios y felices. Ahora, el nombre de donde vivían los integrantes de nuestra Unidad Anti Bacterias había cambiado a "La hermosa ciudad de la eterna primavera".

Misión cumplida.

¡Giramos la ruleta para empezar la misión de hoy!

CAPÍTULO 21

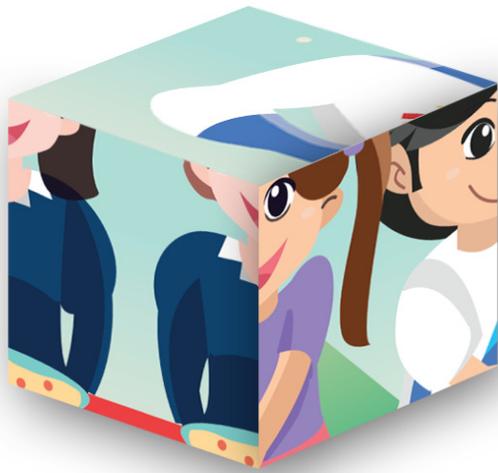
Calendario

Al terminar la actividad del día, deberemos escribir la actividad que realizamos en una casilla del calendario o continuación:

1	2	3
4	5	6
7	8	9
10	11	12
13	14	15
16	17	18
19	20	21

Este compendio es posible gracias al apoyo de:

Cajas de rompecabezas
 9 cajas distintas
 5.57 x 4.67 in (1.5 in cada lado)
 Texcote C14



Cartones de lotería
 4 diferentes
 4.25 x 5.5 in
 Opalina 280 g

Lotería



Lotería



Lotería



Lotería



Tarjetas de memoria

12 diseños

1.75 in

Opalina 280 g



- En clase -

Guía y control para maestras

5.5 x 5.4 in

Opalina 280 g

TIRO

GUÍA PARA MAESTRAS



Bienvenidas a la Unidad Anti Bacterias. Su primera misión será llevar a cabo una actividad corta cada día durante 21 días, antes del periodo de refacción, que involucre el tema del lavado de manos. Entre las actividades para realizar en clases están:

- 1 **Mini obra:** En grupos de 3, deben realizar una presentación del “niño jabón” y los “niños bacteria” para pasar frente a la clase.
- 2 **Poster:** Cada niño debe dibujar en una hoja la importancia de lavarse las manos.
- 3 **Entre amigos:** En grupos de 4 o por mesas, los integrantes deben estar al pendiente unos de otros de que cuando se ensucien las manos, jueguen o se manchen, se deban lavar las manos con agua y jabón.
- 4 **Presidente de la higiene:** El niño más aplicado de la clase tiene derecho a ser el *presidente de la higiene*, y portar el identificador de presidente. El niño/niña debe revisar que todos sus compañeros vayan a lavarse las manos antes de las refacciones, que todos hayan usado jabón y se hayan secado bien. Cada 3 días se debe cambiar de presidente.

- 1 **Leer historia en clase:** (3 veces máximo cada niño) En casa, los niños escribieron una aventura sobre el lavado de manos, para luego presentarla en clase.
- 2 **Dibujo:** (2 veces máximo cada niño) Llevarán un dibujo de cómo se ven como familia enfrentando las bacterias. Deben enseñarlo a la clase y contar qué significa.

¡Muy buena suerte, maestras!

RETIRO

CONTROL DE ACTIVIDADES

Saludos cordiales, maestra de clase. A continuación deberán escribir el nombre de cada uno de los alumnos en sus clases. Luego, deberán marcar con una “x” las actividades que cada niño vaya presentando en clase. Recuerden que al final de los 21 días, cada niño deberá tener marcadas cada una de las casillas. ¡Buena suerte!

NOMBRE	Historia 1	Historia 2	Historia 3	Dibujo 1	Dibujo 2	Mini Obra	Poster
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							

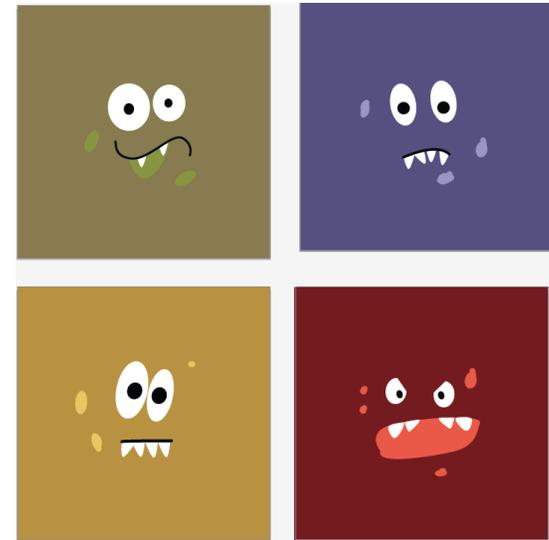


Este campaña es posible gracias al apoyo de:

Pin presidente de la clase
25 mm diámetro
Pin



Pines coleccionables
25 mm diámetro
impresión láser



FASE 3 - Post

Pin de graduación
56 mm
impresión láser - Pin



Afiche Clase
18 x 24 in
Texcote C12



Afiche Clase
 8.5 x 11 in
 Bond 80 g emplasticado



Volante
 8.5 x 3.67 in
 Bond 80



Diploma
 8.5 x 5.5 in
 Couché 100g



Etiqueta de jabón

5.5 x 6.5 in

Couché 100 g



5.6.4. Producción y Reproducción

5.6.4.1. SELECCIÓN DE MEDIOS:

Para la campaña educativa y material informativo sobre el correcto lavado de manos, se llevó a cabo la estrategia de implementación de las fases de la campaña. Ellas se expresan a continuación.

La fase de “Enseñar”, está programada para lanzarse el 21 de marzo, periodo en el cual los estudiantes, padres y maestras ya están instalados y habituados al ciclo del colegio. Lo primero que se colocaría serían los afiches del correcto lavado de manos, en los baños de los niños. Al ser dos baños, uno de niñas y el otro de niños, se colocaría uno en cada baño, en la pared, arriba de los lavamanos. Durante los primeros 21 días de campaña, las maestras deberán enseñarles a los niños con los afiches, los pasos para lavarse las manos ayudándose de los textos al lado de las ilustraciones. Además, durante los 21 días, invitará a dos doctores del Centro de Salud a una cuadra de la escuela, para que les transmita a los niños y maestros, la importancia de lavarse las manos. En el día 15 de la primera fase (abril 4), se enviará notas informativas para una reunión con los padres de familia, la cual se enviará con los niños o entregará personalmente cuando lleguen a recoger al niño. En el día 19 (8 de abril), se les entregará a las 4 maestras su guía y control de actividades, para que empiecen a familiarizar con sus actividades y planifiquen cómo las harán. El día 20, las maestras deberán de preparar los kits para los padres.

Los kits vienen en una bolsa plástica semi traslúcida, y cada una debe contener: una ruleta de juego, 9 cubos de rompecabezas, 1 libro de cuentos, 1 juego de memoria, 4 cartones de lotería, de 1 dispensador en gel y 1 jabón. Cada padre deberá cuidar de él y mantenerlo en casa.

En el día 21, se termina la fase de enseñar, siendo al día siguiente (11 de abril) en el cual se realiza la charla con los padres.

Durante la reunión de padres, la directora les explicará el sentido de la campaña. Al terminar la charla, se hará entrega de los 65 kits de juegos, siendo uno para cada padre de familia. Los padres que no puedan asistir a la reunión, se les enviará el Kit con sus hijos. Además se entregará el primer pin de la colección de las bacterias.

En la etapa “Practicar” los padres tendrán que realizar las actividades de sus kits, realizando las tareas y llevando a clase las que deben. En clases, las maestras usarán su control y su guía. En el día 1 de esta fase, (12

de abril) se les entregará a las maestras 1 pin identificador del presidente de la higiene, para que ellas decidan quien lo llevará cada 3 días. Serían 4 pines en total.

Terminada la fase anterior, se procede a la fase de “Multiplicar”, donde se darán 4 días de prórroga para los niños quienes no han terminado sus actividades y llevado a revisión en la clase. Aún así, en el día 1 (3 de mayo), se colocará el afiche de clase con los momentos de lavado de manos más importantes. Debido a que son 4 aulas, se colocarán 4 afiches, uno en cada una. En el día 5 de esta fase, se procederá a la graduación de los niños, donde se hará un acto cívico en el patio de la escuela, entregándoles a cada niño un pin de subteniente de 5.6cm (65 pines en total). Al final del día, se les enviará a casa un afiche para el baño de la casa, con los momentos de lavado en casa. Siempre con la misma metodología anterior.

En el día 8 se enviará a casa 2 volantes del festival de la higiene, invitándoles a dicha actividad y que pasen el volante a un invitado. Esto se realizará en el día 21 de dicha fase (21 de mayo), donde las maestras organizarán varios juegos, se invitará a expertos en la salud (enviado invitación desde el día 8) con ayuda del patrocinio, venta de comida y premios por participar. Al final del festival, se le brindará a cada niño 2 jabones con un mensaje. Estos deben ser entregado al invitado que llevaron al evento para que éste también dé el jabón extra a alguien más. Deben entregar el volante con el que se les invitó para tener el derecho a obtener el jabón.

Al finalizar el festival se hará entrega de los diplomas para felicitar a las familias que hayan cumplido con su calendario y reconocer que están limpias de bacterias en las manos abriendo paso a una siguiente campaña para otro hábito de higiene.

Las cantidades de impresiones fueron escogidas por la cantidad de niños encuestados en el transcurso de la investigación para este proyecto, siendo entre 42 a 62 niños.

A continuación se explicarán los medios elegidos y sus especificaciones para cada etapa de la campaña para el ciclo escolar del 2016.

TABLA 11
IMPLEMENTACIÓN DE PIEZAS DE LA CAMPAÑA

CANTIDAD	PIEZA	FORMATO	SUSTRATO	COLOR	DURACIÓN	
2	Afiches proceso	30 x 10 in	Bond 80 g Emplasticado	CMYK	Desde marzo 2016	Baño de niñas y niños.
4	Guía y control	5.5 x 8.5 in	Opalina 280 g tiro y retiro	CMYK	8 de abril al 3 de mayo.	Entrega a maestras de cada grado.
65	Etiqueta bolsa	2.5x2.5 in	Adhesivo transparente	CMYK	10 de abril al 3 de mayo.	Entrega a padres para su uso.
65	Ruleta + argolla + flecha	Ruleta: 4.25x5.5 in Flecha: 0.3x1.7 in	Texcote 14 (unir las piezas)	CMYK	10 de abril al 3 de mayo.	Entrega a padres para su uso.
65	Libro de cuentos de 48 páginas	5.5x8.5 in cada página	Bond 80 g (grapa)	CMYK	10 de abril al 3 de mayo.	Entrega a padres para su uso.
65 de cada 1	Cajas de rompe-cabezas (9 cajas diferentes)	Cada cara de la caja: 1.32 in	Texcote 14 (troquel de caja)	CMYK	10 de abril al 3 de mayo.	Entrega a padres para su uso.
65 juegos de tarjetas	Tarjetas de memoria: (tiro) 24 tarjetas, 12 diferentes diseños (cada juego lleva 2 de cada diseño)	Cada tarjeta: 1.76 in	Opalina	CMYK	10 de abril al 3 de mayo.	Entrega a padres para su uso.

65 juego de cartones	Cartones de lotería 4 diferentes diseño cada juego lleva 1 de cada 1 (tiro)	Cada cartón: 4.25 x 5.5 in	Opalina	CMYK	10 de abril al 3 de mayo	Entrega a padres para su uso.
4	Pin presidente	56 mm	Impresión láser sobre pin metálico	CMYK	11 de abril al 3 de mayo	Entrega a maestras.
65 cada uno	Pines pequeños (4 diferentes)	25 mm	Impresión láser sobre pin metálico	CMYK	21 de mayo	Escuela
65	Afiche Escuela	18x24 in	Texcote 12	CMYK	3 de mayo en adelante	Aulas.
65	Afiches Casa	8.5 x 11 in	Bond 80 g emplastificado	CMYK	7 de mayo en adelante	Casas de niños
65	Pines graduación	5.6 cm diámetro	Impresión láser sobre pin metálico	CMYK	7 de mayo	Entrega en la escuela a cada niño
130	Volantes	3.67 x 8.5 in	Bond 80 g	CMYK	10 de mayo	Entrega a padres.
130	Etiquetas de jabón	3.4inx6.5 in	Couché 100 g	CMYK	21 de mayo	Escuela
65	Diploma	8.5 x 5.5 in	Couché 100 g	CMYK	21 de mayo	Escuela

Fuente: Propia

5.6.5. Presupuesto

5.6.5.1. PRESUPUESTO DE DISEÑO.

A continuación, se presenta la carta destinada al cliente con el presupuesto total de la propuesta gráfica.

Guatemala, octubre de 2015
Lic. Loyda de Monroy
Directora
Guardería Casita Benjamín
Ciudad de Guatemala

Estimada Licda. Monroy:

El motivo de esta carta es para presentarle el presupuesto de la Campaña Unidad Anti Bacterias. El costo total es de Q32,704.00 tomando en cuenta la hora creativa, de investigación, hora de diseño y artes finales. El costo incluye gastos directos e indirectos, 3 correcciones e IVA.

Garantizo que la estrategia y las piezas de la campaña brindarán a sus estudiantes y sus familias, no solo el conocimiento del correcto lavado de manos sino adoptar el hábito. Con ello podrán prevenir enfermedades gastrointestinales, respiratorias y de origen bacteriana, las cuales afectan al rendimiento escolar y la asistencia a la misma.

Para llevar a cabo la campaña en su escuela, no dude en comunicarse conmigo por medio de correo electrónico o por teléfono.

Atentamente,
Karla Mellisa García Echeverría
47700896
mgarech@gmail.com⁶⁷

6.6.5.2. PRESUPUESTO DE IMPRESIÓN.

Para saber el costo de la impresión de las piezas, se enviaron cotizaciones a diferentes centros de impresión. Tomando en cuenta las cotizaciones, se realizó el siguiente presupuesto de impresión. Para ver las cotizaciones, ver el Anexo 15. Cotizaciones de impresión.

Tabla 12
Presupuesto de impresión

CAN-TIDAD	PIEZA	FORMATO	SUSTRATO	COLOR	PRECIO
2	Afiches proceso	30 x 10 in	Bond 80g Emplasticado	CMYK	Q200.00
4	Guías y control	5.5 x 8.5 in (tiro y retiro)	Opalina 280 g	CMYK	Q19.00
65	Etiqueta bolsa	2.5x2.5 in	Adhesivo transparente	CMYK	Q100.00
65	Ruleta	Ruleta: 4.25x5.5 in Flecha: 0.3x1.7 in	Texcote 14 (unir las piezas)	CMYK	Q65.00
65	Libro de cuentos de 48 páginas	5.5x8.5 in cada página	Bond 80 g (grapa)	CMYK	Q300.00
65 de c/u	Cajas de rompe-cabezas (9 cajas)	Cada cara de la caja: 1.32 in	Texcote 14 (troquel de caja)	CMYK	Q3250.00
65 de c/u	Tarjetas de memoria: (tiro) 24 tarjetas, 12 diseños diferentes	Cada tarjeta: 1.76 in	Opalina	CMYK	Q260.00

67. Ver Anexo 16. Detalle del presupuesto de diseño.

65 de c/u	Cartones de lotería 4 diferentes diseño (tiro)	Cada cartón: 4.25 x 5.5 in	Opalina	CMYK	Q260.00
6	Pin presidente	56 mm	Impresión láser sobre pin metálico.	CMYK	Q90.00
65	Pines pequeños (4 diferentes)	25 mm	mpresión láser sobre pin metálico.	CMYK	Q845.00
4	Afiche Escuela	18x24 in	Texcote 12	CMYK	Q160.00
65	Afiches Casa	8.5 x 11 in	Bond 80g emplastado	CMYK	Q325.00
65	Pines graduación	56 mm	Impresión láser sobre pin metálico.	CMYK	Q291.85
130	Volantes	8.5 x 3.67 in	Bond 80 g	CMYK	Q174.00
130	Etiquetas de jabón	3.4x6.5 in	Couché 100 g	CMYK	Q260.00
65	Diploma	8.5 x 5.5 in	Couché 100 g	CMYK	Q38.00
			TOTAL		Q6,637.85

Fuente: Propia.

Lo anterior significa que se estaría aportando un aproximado de Q200.00 por alumno para alcanzar tanto a él como su núcleo familiar.

Para poder desarrollar el proyecto, se propone buscar el patrocinio que ya que había considerado en las piezas. El primer patrocinador sería Plan International, pues es la organización quien inicialmente le interesaba un proyecto así para poderlo desarrollar en más escuelas y es por ello que se desarrolló este proyecto piloto. A través de ellos se lograría el contacto con Kimberly Clark, quien se ha visto interesada en proyectos de sanidad en Guatemala en años anteriores. Ellos podrían aportar con capital y además los dispensadores de gel. El otro patrocinador se busca que sea

Protex, pues es la marca que ya está en posición en las mentes del grupo objetivo y ayudaría a la credibilidad de la campaña. Se busca que apoyen con los jabones principalmente y el presupuesto.

Para el contacto de Plan International, contactar a
Srta. Marilssela Chacón
2323 0202
Marissela.chacon@plan-international.org

5.6.6. Artes digitales e informe técnico.

A continuación, se describe el contenido dentro del CD adjunto del proyecto “Unidad Anti Bacterias” con las artes finales para su correcta impresión.

El CD contiene una carpeta llamada “ARTES FINALES”. Dentro de ella se encuentra una carpeta llamada “PIEZAS” con los archivos de cada pieza en formato ai (Adobe Illustrator) versión CS5. Para facilitar la distinción de las piezas para cada fase, se colocó los números “01”, “02”, “03” y “04”. 01 corresponde a la fase “Enseñar”, 02 a las piezas dentro del Kit para las familias, 03 a las piezas que se usarán en la escuela durante la fase “practicar” y 04 para las piezas de la fase “Multiplicar”.

La carpeta tiene otra carpeta llamada “02KIT.librodecuentos” que tiene el package de InDesign para el libro de cuentos. El package contiene el archivo editable en inDesign CS5 y en pdf. Ambos archivos se encuentran compaginadas las páginas pensando en que se imprimen en tamaño carta tiro y retiro y se engrapa. Dentro de la misma carpeta se encuentran dos carpetas que contienen las tipografías utilizadas y otra con los links a las ilustraciones de los cuentos.

Dentro de la carpeta también se encuentran las siguientes carpetas:

La primera es “tipografías” contiene todas las familias tipográficas usadas en las piezas. La segunda carpeta dentro de “ARTES FINALES” corresponde con el nombre de “imágenes”. Ésta contiene las imágenes de los logotipos utilizados en las piezas.

Respecto a los archivos, cada uno está separado en capas correspondientes al 1) textos 2) imágenes 3) logos 4) troquel en Spot. Las piezas deben ser impresas de la siguiente manera:

- 01-AFICHE: 2 afiches 30 x 10 in en bond 80 g CMYK y luego deben emplastarse por separado.
- 02KIT-cajarompecabezas: 65 cajas de cada uno de los diseños de caja (9 diferentes). Texcote 14 CMYK. El área de impresión de la caja 5.57 x 4.67 in. Debe ser sisado y pegada la pestaña lateral para su almacenamiento en el kit.
- 02KIT-etiquetabolsa: 65 impresiones a una tinta (Pantone solid uncoated 2178) de 2.5 x 2.5 in cada una. Sobre adhesivo transparente.
- 02KIT-librodecuentos: 65 impresiones en bond 80 g CMYK. 5.5 x 8.5 in y abierto es tamaño carta. Archivo compainado Imprimir tiro y retiro. Engrapado. 48 páginas por libro.
- 02KIT-loteria: 65 juegos de cartones (4 diferentes diseños). Cada uno es de 4.25 x 5.5 in en opalina 280 g en CMYK. Está cada uno en diferente artboard.
- 02KIT-Ruleta: 65 impresiones en Texcote 14 en CMYK. El cartón de la ruleta es de 4.25 x 5.5 in y la flecha es de 0.3 x 1.7 in. Se debe unir con un ataché en la parte indicada.
- 02KIT-tarjetasmemoria: 65 juegos de tarjetas de memoria. Cada juego consiste en 12 diseño diferentes de tarjetas y se imprime 2 veces cada una para hacer un total de 24 tarjetas por juego. Las tarjetas miden 1.76 in y se imprime sobre Opalina 280 g a CMYK.
- 03-Controldemaestras: 4 impresiones de 5.5 x 8.5 in en opalina 280 g CMYK, tiro y retiro.
- 03-pines e identificadores: El arte en el “presidente” son 6 botones con gancho de 25 mm de diámetro impresión láser y colocado en listón azul. Los otros son 65 pines de cada diseño del mismo tamaño.
- 04-Afichecasa: 65 afiches de 8.5 x 11 in en bond 80 g y emplastado. Impresión CMYK digital.
- 04-Afichesesuela: 4 impresiones a 18x 24 in en Texcote 12, impresión CMYK.
- 04-jabón: 130 impresiones en couché 100 g de 3.4x6.5 in CMYK. Debe ir pegada la pestaña lateral.
- 04-pingraduacion: son 65 botones con gancho de 56 mm de diámetro e impresión láser.
- 04-volante: 130 impresiones de 8.5x3.67 in en bond 80 g a CMYK.
- 04-diploma: 65 en couché tamaño 8.5x5.5 in CMYK.

Conclusiones

- Con el propósito de sensibilizar sobre el correcto hábito del lavado de manos a los niños que asisten a la Casita Benjamín y sus familias se desarrolló una campaña educativa con la estrategia de 21 días pre, durante y post. Para el desarrollo de las mismas, se decidió utilizar el recurso de la ilustración el cual ejemplificó desde los pasos para el correcto lavado de manos hasta los momentos donde se recomienda hacerlo. En las piezas se decidió darle mayor jerarquía a las ilustraciones e integrarlo con los elementos gráficos de pantallas y cables donde se colocaban los textos que complementarían a las ilustraciones.

El concepto de la campaña permitió que los materiales de la misma tuvieran diferentes “movimientos” como lo es desdoblar el material, utilizar formas curvas en los cables de los elementos gráficos de apoyo, la textura de curvas representando el agua y el proceso que favorece al movimiento buscado.

La creación de un personaje primario que representase el sentido de la campaña, Capitán Darikson, que representa a un capitán, valiéndose de un perfil de personaje con el trasfondo de que venga del futuro para prevenir a las familias, favoreció a que se dirigiese la campaña para que tanto niños como padres tuvieran un modelo el cual seguir. Su apariencia fuerte y las medallas que porta fueron claves para demostrar su nivel de conocimiento en el tema. Su preparación ante cualquier circunstancia con un equipamiento adecuado y colores que le beneficiarán con relación al tema brindaron comodidad en el grupo objetivo. Además, al dar a conocer su historia día tras día permitirá que tanto niños como padres recuerden al personaje y lo que éste les transmite.

- Para que los niños que asisten a la Casita Benjamín y que las familias de los mismos recuerden el sentido de la campaña se realizó diferentes materiales educativos e informativos que permanecerán tanto en casa como en la escuela. Estos materiales se valieron de la utilización de ilustraciones en un medio bajo nivel de abstracción para aproximarse a la realidad de las familias y ellas se pudiesen identificar con las ilustraciones.

La parte de la campaña que permite la multiplicación del efecto se utilizó un recurso emocional para adentrarse en el círculo de las personas. Además, la utilización de la textura del fondo permitió que se relacionara con las fases anteriores de la campaña y brindar confianza en el tema.

Finalmente la doble función de los materiales en el kit de padres y los afiches de clase, permitirían recordar contantemente lo que se aprendió en la campaña.

Recomendaciones

- Se recomienda que para la creación de material educativo se utilice un personaje que sea una guía para el grupo objetivo a través del contenido de la campaña
- Al momento de crear cuentos para niños, se sugiere el subcontratar un experto que cree los cuentos para un resultado adecuado. Sin embargo, en el caso que no se encuentre un experto que pueda colaborar, se recomienda crearlos uno mismo y asesorarse del experto. Además, se puede utilizar un vocabulario sencillo y con oraciones en orden activo para que facilite la interpretación de las oraciones.
- En una campaña educativa donde el objetivo es crear un hábito, se sugiere utilizar una estrategia donde las piezas trabajen en un modo de proceso para llevar al grupo objetivo a través de él más que piezas individuales. La manera más adecuada es de micro a macro.
- Un seguimiento de la campaña a través de la implementación del hábito de lavado de dientes, baño diario y asearse. De esta manera se puede combatir la falta de higiene en todo aspecto personal en especial a la edad que tienen los niños y que lo pueden aprender con facilidad.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Asociación de Amigos del País. *Historia General de Guatemala*. Primera Edición. Guatemala: Amigos del País, 1992-1999. 120 p.

BARROSO, MORALES (et al). *Desafíos de la Educación a distancia en el escenario brasileño*. Argentina: Prometeo, 2007. 311 p.

COOPER, Alan. *About Face 3: The Essentials of Interaction Design*. Segunda Edición. Indiana, EEUU: Wiley Publishing, Inc, 2003. 648 p.

HERNANDEZ, FERNANDEZ Y BAPTISTA (et al). *Metodología de la investigación*. Tercera Edición. México: Mc Graw Hill, 2003. 600p.

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. *Diagnóstico Nacional de Salud*. Guatemala. Guatemala: Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, 2012. 68 p.

TAYALA, Esteban. *Principios de marketing*. Tercera Edición. Madrid, España: ESIC, 2008. 816 p.

Tesis:

LUX, Jacqueline Gabriela. "Diseño de una campaña publicitaria para dar a conocer los tipos de servicios médicos que presta una organización no gubernamental". Dirección: Maricruz Samayoa Peláez. Tesis previo a conferírsele el título de Administradora de Empresas en el Grado Académico de Licenciada. Universidad San Carlos, Guatemala, 2010. 113 p.

MORENO, Irene Méndez. "El Diseño Gráfico En La Creación De Personajes Para La Publicidad", Dirección: Francisco Chang. Tesis por el grado de Licenciada en Diseño Gráfico con Énfasis Creativo con Especialidad en Publicidad. Universidad San Carlos, Guatemala, 2010. 56 p.

PÉREZ, María Emperatriz. "Presentación Interactiva del Desarrollo Didáctico De Un Programa de Identidad e Imagen Corporativa". Dirección: Stuardo Samayoa. Tesis por el grado de Licenciatura en Diseño Gráfico. Universidad San Carlos, Guatemala, 2006. 45 p.

Documentos electrónicos:

ANONIMO. 2001. *Clima en Guatemala*. [en línea] Disponible en < http://www.voyagesphotosmanu.com/clima_guatemala.html > [Consulta: el 3/02/2014.]

CICEGUA. 2010. Casita Benjamín. [en línea] Disponible en < <http://www.cecicgua.org/quienessomos/quienessomos.html> > [Consulta: 30/01/14]

DEB. ¿Por qué es importante lavarse las manos. [en línea] Disponible en < <http://www.debgroupp.com/es/learning-zone/education-zone/school/why-hand-washing-important> > [Consulta: el 8 /3/14]

EDUCACIÓN EN FAMILIA. 2011. Hábitos y familia. [en línea] Disponible en < <http://www.familias.apoclam.org/habitos-y-familia.html> > [Consulta: el 11/3/14]

FERNANDEZ, Geraldine. 2013. Materiales educativos [en línea] Disponible en < <http://www.slideshare.net/geralrazy/materiales-educativos-18257923> > [Consulta: 17/07/2015]

IMPORTANCIA. Importancia del lavado de manos. [En línea] Disponible en < <http://www.importancia.org/lavado-de-manos.php> > [Consulta: el 8 /3/14]

INSTITUTO MÉXICO. 2010. Estrategias para promover hábitos, límites y normas en casa. [en línea] Disponible en < <http://www.slideshare.net/institutomexico/estrategias-para-promover-hbitos-lmites-y-normas-en-casa> > [Consulta: 11/3/14]

LIN, Nan. 2014. Tabla de Muestra del universo. [En línea] De Foundations of Social Research. Disponible en <<http://www.redalyc.org/pdf/105/10531453002.pdf> > [Consulta: el 8 /3/14]

LUZ. 2003 Día mundial del lavado de manos. [en línea] Disponible en < <http://salaamarilla2009.blogspot.com/2013/05/dia-mundial-del-lavado-de-manosrecursos.html> > [Consulta: el 9/3/14]

MARKETERO. Incrementa Tus clientes con Campañas Informativas. [en línea] Disponible en < https://marketero.com.mx/_blog/Seccion-Marketero-Incrementa-Tus-client > [Consulta: el 9/4/14]

MINISTERIO DE SALUD. 2011. Ministerio de Salud abala y acompaña campaña mundial por higiene de manos. [En línea] Disponible en <<http://www.msal.gov.ar/prensa/index.php/noticias/noticias-de-la-semana/57-ministerio-de-salud-avala-y-acompana-campana-mundial-por-higiene-de-manos>> [Consulta: 21/01/14]

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTECIA SOCIAL. *Diagnóstico Nacional de Salud*. Marzo 2012. Guatemala. P. 68. [Consulta: el 5/3/14]

MIRANDA C. 2008. Semmelweis y su aporte científico a la medicina: *Un lavado de manos salva vidas*. [en línea] Rev. Chil Infect. Disponible en <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0716-10182008000100011 > [Consulta: el 10/3/14]

MSPAS. 2012. *Prevención de Enfermedades diarreicas*. Guatemala [en línea] Disponible en < http://portal.mspas.gob.gt/index.php?option=com_content&view=article&id=804:prevencion-a-las-enfermedades-diarreicas&catid=2:noticias&Itemid=65 > [Consulta: 4/03/14]

PNUD. *Proyectos de desarrollo y la colaboración*. Guatemala. [en línea] Disponible en < <http://www.pnud.org.gt/frmMapa.aspx> > [Consulta: 4/02/2014]

POPULATION DATA. 2008. *Guatemala city*. [en Línea] Disponible en < <http://www.populationdata.net/index2.php?option=pays&pid=79&nom=guatemala> > [Consulta: 4/02/2014]

PRENSA LIBRE. 2013. Analfabetismo en Guatemala se mantiene." [en línea] Disponible en < http://www.prensalibre.com/comunitario/Analfabetismo-Guatemala-mantiene-ciento_0_872312942.html > [Consulta: l 4/02/14]

PRIETO, Daniel. 2012. Mediación Pedagógica. [en línea] Disponible en < <http://es.slideshare.net/cintiafredes/mediacin-pedaggica-13521789> > [Consulta: el 30/3/14]

PRODUCCIÓN RADIAL . 2012. Guía para la producción de una campaña educativa. [en línea] Disponible en < <http://produccionradial.blogspot.com/2012/04/guia-para-la-produccion-de-una-campana.html> >

REDCAMUS. 2008. Guatemala Información del país. [en línea] Guatemala. Disponible en < http://www.museoscentroamericanos.net/guatemala_museos/guatemala_info.htm > [Consulta: l 4/02/14]

RICHDUSH. 2010. El método deductivo. [en línea] Disponible en < <http://www.buenastareas.com/ensayos/El-Metodo-Deductivo/235065.html> > [Consulta: 4/02/14]

TALLER ECOLOGISTA. 2000. ¿Cómo hacer campañas. [en línea] Rosario, Argentina. Disponible en < www.taller.org.ar > [Consulta: 8/3/14]

UNICEF. 2010. Agua y Saneamiento e higiene. [en línea] Guatemala. Disponible en < <http://www.unicef.org/guatemala/spanish/wes.html> y http://www.unicef.org/guatemala/spanish/wes_21714.htm> [Consulta: 2/4/14]

UNICEF. 2008. La importancia del lavado de las manos en la lucha por salvar las vidas de los niños. [en línea] Disponible en < http://www.unicef.org/spanish/media/media_45956.html > [Consulta: 8/3/14]

UNICEF. 2008. La importancia del lavado de las manos en la lucha por salvar las vidas de los niños [en línea] < http://www.unicef.org/spanish/media/media_45956.html > [Consulta: 8/3/14]

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Campañas Educativas. [en línea] Disponible en< <http://www.urosario.edu.co/Bienestar-Universitario/ur/Programas-de-Asesoria-en-Salud/Promocion-de-Estilos-de-Vida-Saludables/#.VNUPBShZW> > [Consulta: 6/7/14]

USAID.W. 2009. Salud y Educación. [en línea] Guatemala. Disponible en < http://transition.usaid.gov/gt/espanol/health_education.htm > [Consulta: 2/4/14]

ZONU. 2014. Mapas y Fotos Satelitales. [en línea] Disponible en < <http://www.zonu.com/detail/2011-11-23-14980/Municipios-de-Guatemala-departamento.html> > [Consulta 4/02/14]

Glosario

Antibacterial. Los jabones antibacterianos funcionan por acción de la química o acción física. El jabón facilita la extracción física de las bacterias por efecto mecánica y el activo antibacteriano proporciona la acción microbiológica por efecto químico o físico.

Bacterias. Son organismos unicelulares muy simples; pueden vivir en varios ambientes y no todas son perjudiciales para el ser humano. Las bacterias al entrar a nuestro cuerpo pueden dañar directamente las células o producir unas sustancias dañinas llamadas toxinas.

Enfermedades infectocontagiosas. Son las enfermedades causadas por causadas por organismos que entran al cuerpo.

Hábito. Es cualquier comportamiento que se repite regularmente, éste requiere de un poco o ningún raciocinio.

Jabón: Producto que sirve para la higiene personal y lavar determinados objetos.

Lavado de manos. Es una de las maneras más eficaces y económicas de prevenir, entre otras, las enfermedades diarreicas y la neumonía.

ANEXO 1. ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

DIRECTORA:

ENTREVISTA:

- CAUSAS DE LA FALTA DE HIGIENE: ¿Cuáles cree que sean los tipos de causas de que los niños no se laven las manos dentro de la escuela? ¿cuál cree que sea la mayor?
- HÁBITOS: ¿Por qué cree que los niños no tomen los hábitos de higiene? ¿Por qué el niño no se lava después de ir al baño/ antes de comer? ¿cómo logra generar hábitos de higiene en la escuela?
- SOBRE LOS NIÑOS: ¿Los niños tienen la total atención de sus padres?
- PROYECTOS: ¿El ministerio de educación está trabajando con ustedes? ¿Qué piensa que el gobierno a nivel de escuela y comunidad para reforzar los hábitos?

MAESTRAS

ENTREVISTA:

- CAUSAS DE LA FALTA DE HIGIENE: ¿Cuáles cree que sean los tipos de causas de que los niños no se laven las manos dentro de la escuela? ¿cuál cree que sea la mayor?
- HÁBITOS: ¿Por qué cree que los niños no tomen los hábitos de higiene? ¿Por qué el niño no se lava después de ir al baño/ antes de comer? ¿cómo logra generar hábitos de higiene en la escuela?

NIÑOS

ENCUESTA

- ¿Tus papás trabajan todo el día? Sí ___ No ___
- ¿Alguno de ellos se queda en casa? Mamá ___ Papá ___ Ninguno ___
- ¿Tus papás te ponen atención? Todo el tiempo ___ A veces ___ Casi no ___
- ¿Qué piensan los niños sobre lavarse las manos? (abierta)

- ¿Te lavas las manos después ir al baño? Sí ___ No ___ A veces ___
- ¿Te lavas las manos antes de comer? Sí ___ No ___ A veces ___
- ¿Tus papás te piden que te laves las manos estando en casa? Sí ___ No ___ A veces ___
- ¿Tienes agua en casa? Sí ___ No ___
- ¿Usas jabón en tu casa? Sí ___ No ___ A veces ___

PSICÓLOGOS

ENTREVISTA

¿Qué tanta importancia tiene el lavarte las manos?
 ¿Por qué cree que los niños no realizan sus hábitos de higiene?
 ¿Cómo es que los hábitos de higiene se pueden generar en los niños de escuela?

MÉDICOS

ENTREVISTA

¿Qué tanta importancia tiene el lavarte las manos? Mucha, poca, ninguna.
 ¿Por qué cree que los niños no realizan sus hábitos de higiene?

PADRES

ENCUESTA

1. ¿Usted trabaja todo el día? Sí ___ No ___
2. ¿Ambos padres trabajan? Sí ___ No ___
3. ¿Cuánta atención le ponen al niño en casa? Todo el día, cuando se puede, no mucha.
4. ¿Tiene agua en su casa? ¿Por cuánto tiempo? Todo el día, más de 6 horas, - 6 horas.
5. ¿Trata de reforzar el lavado de manos en casa? Sí ___ No ___
6. ¿Qué tanta importancia tiene el lavarte las manos? Mucha, poca, ninguna.
7. ¿Qué piensa de que el gobierno haga proyectos en conjunto con sus hijos? _____
8. ¿Qué piensa que el gobierno a nivel de escuela y comunidad para reforzar los hábitos? _____

ENCARGADO DE PROYECTOS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN

ENTREVISTA:

¿Qué proyecto se están realizando con referencia al Lavado de Manos?
 ¿Cómo se están realizando estos proyectos?

¿Cómo establecen las escuelas que trabajan?

ANEXO 2: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS.

DIRECTORA: Loyda Monroy

ENTREVISTA:

- CAUSAS DE LA FALTA DE HIGIENE: ¿Cuáles cree que sean los tipos de causas de que lo niños no se laven las manos dentro de la escuela? ¿cuál cree que sea la mayor?

“Causas, podría mencionar, resumirlas tal vez en unas tres: uno que en la casa no hay ese modelo de parte de los padres. Dos pienso que en algunos casos muy extremos, cuando no hay agua en casa, se carece de eso. Y tres, creo que otra causa podría ser también como cuando a parte de la familia y a parte del factor del agua, los centros de educación no motiva a los niños en lavarse las manos frecuente mente. La mayor podría ser siempre el modelo de casa.”

- HÁBITOS: ¿Por qué cree que los niños no tomen los hábitos de higiene? ¿Por qué el niño no se lava después de ir al baño/antes de comer? ¿cómo logra generar hábitos de higiene en la escuela?

“Uno que lo vean en los adultos, los niños pues en sus papas o en sus maestras. Dos que se les repita constantemente que deben hacer que deben lavarse las manos, la repetición verdad, todo el tiempo. ¿ya se lavó las manos? ¿quiero ver las manos. Siempre es de verificar. Se tiene que ir formando ese hábito en casa. Hacerlo divertido no como algo que ellos no disfruten, sino que eso que les guste irse a lavarse, así como por ejemplo yo les compro un su jabón de uva, entonces eso los motiva. Y eso es un buen hábito”

- SOBRE LOS NIÑOS: ¿Los niños tienen la total atención de sus padres?

“En la mayoría de niños, podríamos decir que un 60% están aquí medio día, es decir que el resto está con sus padres. Algunos no porque sus papás estén en casa, sino porque los cuida la abuelita o el tío o un familiar. Los demás niños si la mayoría del tiempo están todo el día porque los papás trabajan. Todo el día a las 5:30pm. Yo digo que personalmente en mi caso, yo trabajo todo el día y en el tiempo que estoy con mis hijos, porque de nada me sirve estar con ellos todo el día y yo haciendo mis oficios, viene dando lo mismo. No tienen la atención todo el día porque los papas trabajan.”

- PROYECTOS: ¿El ministerio de educación está trabajando con ustedes? ¿Qué piensa que el gobierno a nivel de escuela y comunidad para reforzar los hábitos?

“Pues las pocas visitas que temas del ministerio de salud o del centro de

salud, van en relación a otras cosas. Cuestiones de vacunas o porque hay alguna campaña de algo o de alguna enfermedad. Es específico cuando la enfermedad está. No como de prevención como lo es lavado de manos. Y ellos vienen a otras cosas, y a veces se ve así como no importante pero es necesario. Ahorita el ministerio no está trabajando con nosotros, de ese tema tampoco ni el ministerio de educación. Con ellos solo facilitan información pero no específico de la higiene.

“Yo creo que es bueno, es bueno porque es una oportunidad más ellos como instituciones de salud que promuevan ese hábito.”

MAESTRAS

ENTREVISTA: Claudia Ruiz (Preparatoria)

- CAUSAS DE LA FALTA DE HIGIENE: ¿Cuáles cree que sean los tipos de causas de que lo niños no se laven las manos dentro de la escuela? ¿cuál cree que sea la mayor?

“Pues es que la formación empieza en la casa verdad. Tomar hábitos porque venimos tomando hábitos desde la casa verdad. Pienso también que la clase social muchas veces que son pobres, no significa muchas veces que sean pobres que sean uno shuquito sino que, entonces porque son pobres vienen así, no tienen ese hábito en casa y tenemos que enseñarlo aquí en el colegio, de que se laven las manos, que se laven las manos, que se bañen todos los días, que estén aseados. Si siento que, es un deber de los padres enseñar esa formación pero muchas veces la clase social impide bastante. La mayor no creo que se ignorancia por ejemplo porque tantos anuncios y cosas afuera que dicen que se laven las manos. Yo pienso que es dejadez de los papas. Porque ellos se van al colegio y en el colegio tienen la obligación de hacerlo todo y viniendo al colegio y que la maestra ella tiene la obligación de va a darles todos. Pero definitivamente no es así, si tiene que venir de casa. La clase social, ya se fue al colegio bueno que la maestra le enseñe. Siento que les faltan ciertos valores a la familia.”

- HÁBITOS: ¿Por qué cree que los niños no toman los hábitos de higiene? ¿Por qué el niño no se lava después de ir al baño/antes de comer? ¿cómo logra generar hábitos de higiene en la escuela?

“Si no se enseñan en casa, lo enseñan en el colegio. Por eso ellos deberían seguir lo hábitos. Y si no se enseña bien en casa se refuerza aquí siempre. Se vuelve un hábito aquí y en casa. Ya sea donde ellos digan Nos tenemos que lavar las manos’ un mecanismo que ellos ya se vuelven mecánicamente ya están ellos con ese hábito, ya se formaron ese valor ese hábito de higiene. Es todos los días ellos ya saben que después de recreo ellos tienen, que bueno van a refaccionar y bueno las manos, la toallita, incluso ellos el viernes se llevan ellos su toallita y yo les digo bueno hay que lavarlas porque bueno no puede estar sucia, porque se hiede Vienen el día lunes y la toallita no la traen. Y tiene que estar recalcando, lunes manden la toallita, manden la toallita. Con papelito y notitas en la agenda para que

los papas lo hagan.

“Si hay canciones para eso, muchas veces si se usan más que todo con los chiquitos. Ya aquí con los de prepa ya no hay mucho tiempo que nos da para cantar, muchas veces, me dicen ‘A ya estamos grandes maestra ya no vamos a cantar’ muchas veces no todo tiempo. Entonces si se refuerzan los hábitos de los dientes, de la manos de la cabeza con canciones pero con los chiquitos. Respecto con cartelitos si se debieran de tener “lávate las manos” ehh pero aquí no tienen el rótulo sino que solo el de NIÑOS y NIÑAS, pero no está el de por ejemplo no desperdicies el agua o lávate las manos o usa jabón. Es importante de que ellos vayan visualizando, tal ves el no lea pero si lo asocian con que hay que hacerlo.”

ENTREVISTA: Eugenia Cabrera (Kinder)

CAUSAS DE LA FALTA DE HIGIENE: ¿Cuáles cree que sean los tipos de causas de que lo niños no se laven las manos dentro de la escuela? ¿cuál cree que sea la mayor?

“Muchas veces es la mala educación que tienen en el hogar porque a veces que n no hay agua en la casa, entonces los padres no les da tiempo de enseñarles de que se laven las mano correctamente entonces eso va trascendiendo verdad. Yo creo que es por eso.”

HÁBITOS: ¿Por qué cree que los niños no tomen los hábitos de higiene? ¿Por qué el niño no se lava después de ir al baño/antes de comer? ¿cómo logra generar hábitos de higiene en la escuela?

“No solo en el hogar los padres que no se están con ellos entonces ponen a otras personas a que los cuiden y realmente que hay personas que no, tal ves por quitarse del paso porque con el tiempo, no les dan ese tiempo para que se laven las manos. Sino que rápidamente le dan su comida o van al baño y ni cuenta se dan que no se lavaron. Yo creo que también requiere que uno en el colegio, escuelas se pueda contribuir. Tal ves no es lo adecuado porque ya debería venir de casa instruidos pero como no se puede entonces nosotros tendríamos como maestras, nosotros tendríamos que ayudar a los padres también en ese punto para que ellos puedan ya tener el lavado de manos. Aquí en el colegio lo hacemos con cancioncitas así que cada vez que van al baño, decirle, lavarse las manos. A veces parecemos discos rallados pero así es, decirles ‘lávese las manos porque le va a doler el estómago ‘recomendándolo para que ellos puedan lavarse adecuadamente.”

ENTREVISTA: Daniela Rivera (Párvulos)

CAUSAS DE LA FALTA DE HIGIENE: ¿Cuáles cree que sean los tipos de causas de que lo niños no se laven las manos dentro de la escuela? ¿cuál cree que sea la mayor?

“Primero porque no lo, no tienen esos hábitos en su casa. Porque como las mamás no forman esos hábitos en casa entonces ellos ya se acostumbran

a no lavarse las manos. Segundo porque en el colegio, porque ahí si que lo que no enseñan en casa, uno tiene que enseñarlo en el colegio, reforzando esas áreas en el colegio. Y que como no les han enseñando de estarse lavando las manos también que sea ya una costumbre de estarse lavando las manos.”

HÁBITOS: ¿Por qué cree que los niños no tomen los hábitos de higiene? ¿Por qué el niño no se lava después de ir al baño/antes de comer? ¿cómo logra generar hábitos de higiene en la escuela?

“Para estos niños que no les gusta lavarse las manos, implementando eso de esa costumbre, hacerlo como que más dinámico, alegre, ‘bueno vamos a lavarnos las manos’. Hablarles así que son creación de Dios y que tienen que estar limpias, más por las enfermedades que se están dando últimamente. Entonces hacerlo como que tal ves dinámico hasta con algunas canciones que vamos a inventarnos, porque a veces uno de maestro le toca inventarse alguna. Aunque uno diga, ‘a eso no va o no va el ritmo’ pero meterle a los niños y así enseñarles. Y explicarles por qué. Como no tienen esa costumbre en casa, entonces ya se acostumbraron a no lavarse y ya se formaron así. “

ENTREVISTA: Irma Sacalxot (sala cuna)

CAUSAS DE LA FALTA DE HIGIENE: ¿Cuáles cree que sean los tipos de causas de que lo niños no se laven las manos dentro de la escuela? ¿cuál cree que sea la mayor?

“Muchas veces quizá porque no les dedican el tiempo a los niños porque nos les gusta lavarse las manos a los niños para ahorrarse un poco el tiempo. Pienso yo. Y otra que no se ponen a pensar en lo que es muy importante la higiene de los niños y que nosotros los maestros encargadas de las criaturas son muy importantes y velamos por la higiene para ellos. Y en base de eso, también como ellos llevan los alimentos hacia su boquita, entonces puede entrar o ingerir bacterias. Entonces son cositas que uno no se pone a pensar en no lavarse las manos y entro que es muy importante es lavarse la manos, por lo mismo de las bacterias que nosotras depende la higiene de los niños. Digamos nosotros que tenemos que estar viendo a los niños y sus manos y ver sus juguetes que ahí están metiéndoselos a la boca, así que también hay que darles higiene a los que ellos tocan.

HÁBITOS: ¿Por qué cree que los niños no toman los hábitos de higiene? ¿Por qué el niño no se lava después de ir al baño/antes de comer? ¿cómo logra generar hábitos de higiene en la escuela?

“Los creamos por póngales que es muy importante para nosotros les vamos a enseñar a los niños que es bueno y qué no. Sobre todo lo que es para ellos la higiene que les vamos a enseñar. Explicándoles a ellos por qué tienen que tener una buena idea y como tenerla, como lavarse las manos, qué es lo que se echan en sus manitas, que ahí está la toalla. Tener toalla, jabón o gel antibacterial para ellos. Hay a veces póngales para no estar, nosotras nos la inventamos, dependiendo de la situación.

Incluso cuando están tristes nos inventamos canciones, para levantarle a él el ánimo. Y ya los niños después aprender a cantarlas o hacer una ronda, agarrados de la manita o con los pectitos .”

PSICÓLOGOS

ENTREVISTA: Lic. Trinidad López

¿Qué tanta importancia tiene el lavarte las manos?

“Preservar la salud y mantenerse uno sano para evitar todo tipo de infecciones.”

¿Por qué cree que los niños no realizan sus hábitos de higiene?

“En primero lugar porque no les han fomentando el hábito. En segundo lugar podría ser que los niños por desobediencia no lo hagan. Recuérdese que un hábito se forma después de veintiuna repetición que desee para adquirir un hábito. Entonces a veces a los niños pequeñitos especialmente hasta los nueve años, hay que acompañarlos a lavarse las manos. El problema es que lavarles, se les dice ‘vaya y lávese las manos’ y no se las revisan como se lavan las manos Entonces es un hábito exigido por la sociedad pero no ha sido inculcado adecuadamente por los papás.”

¿Cómo es que los hábitos de higiene se pueden generar en los niños de escuela?

“Para los niños que son ‘rebeldes’ se les puede inculcar por medio de premios. Por eso se pone una meta, se pone un objetivo el cual alcanzar por tanto tiempo. Entonces eso lo tiene que ir viendo el adulto. Porque también el problema es que el adulto, pone una meta pero tampoco la supervisa que la realice. Por ejemplo, nosotros no podemos ver los resultados.

En la escuela les enseña a los niños y lo exige desde parvulitos. Les pide que traigan toalla y jabón para lavarse las manos. Y lo debería seguir en la casa. Pero es el problema que se rompe esos conocimientos, esa enseñanza que dan en la escuela y en la casa ya no la exigen. Porque simple y sencillamente los adultos no se lavan las manos, no tienen el hábito de lavarse constantemente las manos.

Es importante el lavarle las manos a los niños, y explicarles por qué es el lavado de manos. Así como lavarse ANTES de entrar al baño. Porque la mayoría de la gente se lava siempre después de ir al baño, pero no, siempre hay que lavarse antes y después de lavarse las manos. Antes porque usted tiene las manos contaminadísimas porque usted está tocando todo, picaportes, usted tocando dinero y usted va a ir a poner en contacto sus manos con una parte limpia de su cuerpo. Es así porque tiene que tener las manos limpias por higiene interna después de ir.

Con los antibacteriales, yo no mucho confío pero algo harán. Yo como soy amante del agua y el jabón. El mejor antiséptico que puede haber en

este mundo es el agua y el jabón. Los antibacteriales son geniales para la persona que está acostumbrada a lavarse las manos, pero las personas que no lo hacen, solo ayudan a fijar las bacterias, el virus o la suciedad. Pero ese es mi punto de vista.

MÉDICOS

ENTREVISTA. Dr. Helmer Leónidas Sarasúa Estrada

¿Qué tanta importancia tiene el lavarte las manos?

“Aquí atendemos pacientes y pacientes con alto riesgo, la importancia, digamos entran tanto indigentes y gente de escasos recursos y siempre el examen clínico tenemos que hacer, el manejo de instrumentos, y tenemos que tener la precaución del lavado de manos. Realmente yo no miro niños porque soy de medicina interna pero es básico la importancia, así como las uñas cortas y limpias. Manos limpias y un factor que no se mira mucho de que lo hagan las madres y por ende también en las escuelas no prestan mucha atención.”

¿Por qué cree que los niños no realizan sus hábitos de higiene?

“Se inculca en casa pero hay muchos factores que predispone a no realizarla. En esta área póngase a veces hay falta de agua, falta de insumos, lo mínimo el jabón verdad. A veces se mira mucha gente que no tiene el lavado de manos. Así ya no prestan mucho atención a eso.”

ENTREVISTA. Dra. Claudia Eugenia Aceituno (Pediatra)

¿Qué tanta importancia tiene el lavarte las manos?

“Sobre todo evitan la transmisión de enfermedades, ehh, principalmente infectocontagiosas que son las que normalmente tenemos. Son enfermedades prevenibles, que en su mayoría en Guatemala es la de las mayores causa de morbilidad. Pero, si eso principalmente. “

¿Por qué cree que los niños no realizan sus hábitos de higiene?

“Creo que uno de los principales problemas es la falta de educación, la accesibilidad que tienen en su mayoría, o por lo menos la población que aquí acude no tienen recursos ni siquiera para tener agua en su casa, ni siquiera un chorro. Eso es una gran desventaja. La falta de educación en cuanto a nivel escolaridad, propiamente. Y un poco como de que saben y no lo hacen.

Con los niños, en su gran mayoría tendría que ser en casa, es la principal fuente, pero en niños más grandes, las guarderías son una gran ayuda, guarderías, escuelas etc. Niños grandes entre 3-4 años. Se refuerza un poco, porque en la casa es el problema, porque las madres no lo hacen y no lo enseñan, entonces los niños no lo saben hacer. Y cuando son

No: I
A veces: IIII

Encuestas de padres

1. ¿Usted trabaja todo el día?

Sí: IIIII IIIII IIIII IIII

NO: III

2. ¿Ambos padres trabajan?

Sí: IIIII IIIII IIIII IIIII

NO: II

3. ¿Cuánta atención le ponen a su hijo en casa?

Todo el día: IIIII IIII Cuando se puede: IIIII IIII

No mucha: III No contestó: II

4. ¿Tiene agua en su casa? ¿Por cuánto tiempo?

Todo el día: IIIII IIIII IIIII Más de 6 horas: I Menos de 6 horas: IIIII I

5. ¿Trata de reforzar el lavado de manos en casa?

Sí: IIIII IIIII IIIII IIIII II

No

6. ¿Qué tanta importancia tiene el lavarse las manos?

Mucha: IIIII IIIII IIIII IIIII II

Poca :

Ninguna:

7. ¿Qué piensa de que el gobierno haga proyectos en conjunto con sus hijos?

No contestó.

Que estaría bien pero que lo haga. Más educación en la higiene personal. Que es buena para la salud de nuestros hijos. Si son para beneficios de

ellos está bien. Excelente. Está bien. Son buenos los proyectos , pero no difunden la información por ello uno nunca se entera. Buena iniciativa y también en centros educativos. Muy bien participan todos en salud. Bien. Sería bueno pero casi no los realizan. Muy bien que ayudan en su educación. No contestó. Que bueno por que ayuda a personas con escasos recursos. Esta bien que inviertan en la educación. No contestó. Muy buena idea. Interesante. Que es bueno porque aprenden de todo un poco. Que ayudarían mucho en su formación. No estoy enterada de proyectos que haga el gobierno con mi hijo.

8. ¿Qué piensa que el gobierno a nivel de escuela y comunidad para reforzar los hábitos?

No contestó. Estaría muy bien. Que cumple lo que promete. Que deberían poner más atención sobre el tema. Esta bien. Excelente. Que lo lleve a cabo. Excelente pero deben tomar acciones, porque posiblemente lo planifican pero no lo llevan a cabo. La educación y hábitos de casa se reforzaran en

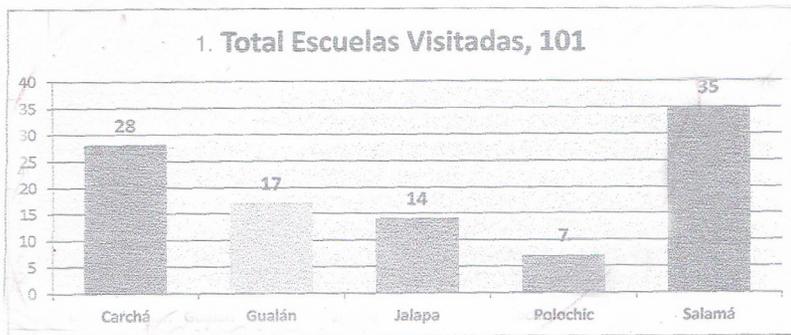
la escuela. Excelente. Aprenden a cuidar su salud. Bien. Pero en realidad no se esfuerzan por lograrlo. Pues que aprenden a mejorar su hábitos. No contestó. Que bueno que siga así. Los hábitos se aprenden en la casa no lo da el gobierno. Perfecto así los niños aprenden a cuidarse. No contestó. Me parece muy bueno. No contestó. Uniría a las familias. No contestó.

Extracto de documento proporcionado por Plan Internacional

2. Escuelas Inclusivas

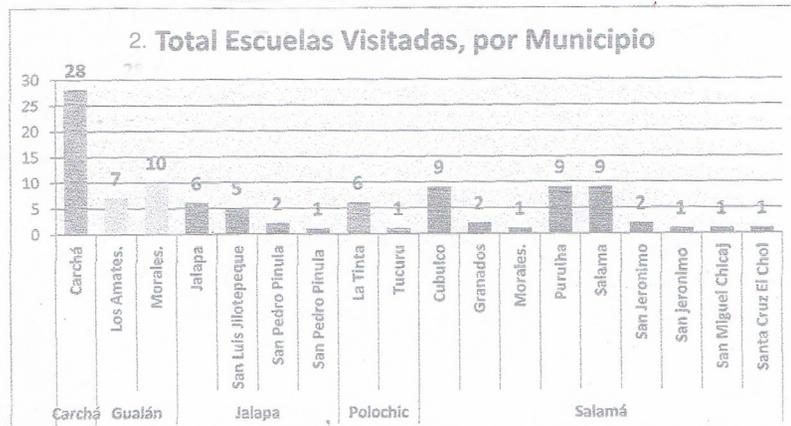
Se visitaron 101 escuelas inclusivas en la cinco UP como se puede observar en la gráfica 1, según el porcentaje total de comunidades atendidas, la de Salamá (Salamá y Rabinal) y Carchá son las que más escuelas incluyeron, la de Polochic que la de menos con 7, ya que es la UP que menos comunidades atiende. En la gráfica 2 se pueden observar la cantidad de escuelas visitadas por municipio.

Gráfica 1.



Fuente: Plan Internacional

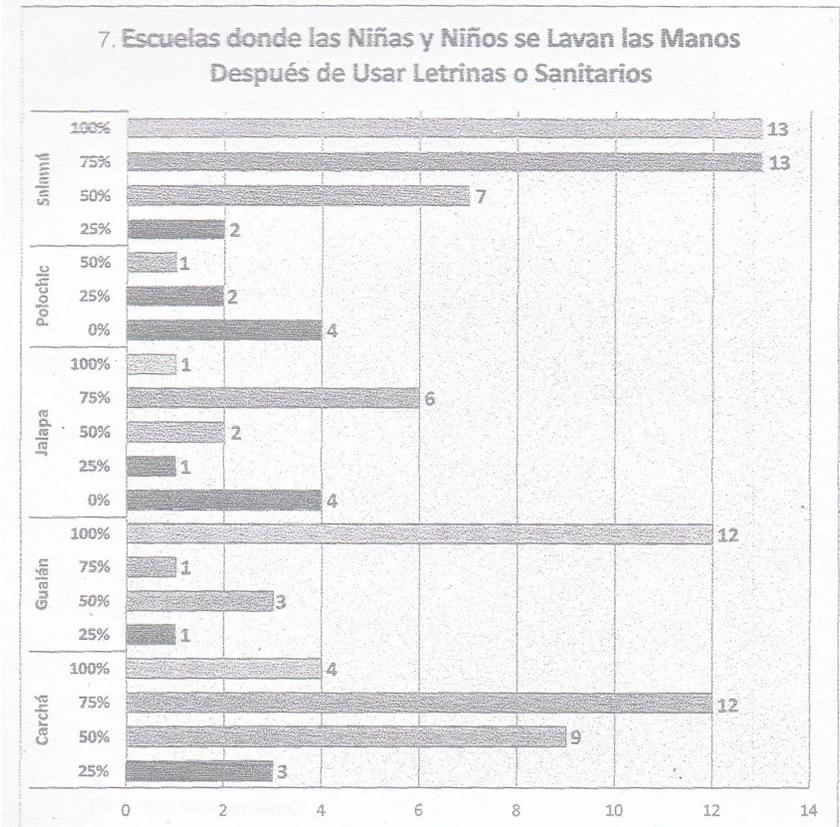
Gráfica 2.



Fuente: Plan Internacional

Extracto de documento proporcionado por Plan Internacional

Gráfica 7



Fuente: Plan internacional

ANEXO 5. ENCUESTA DE GRUPO OBJETIVO PARA NIÑOS

1. ¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre?
 - a. Ver tele
 - b. Leer libros /con mis papas
 - c. Jugar con mi juguetes
 - d. Otros
2. Caricatura Favorita: _____
3. ¿Cuál es tu película favorita? _____
4. ¿Cuál es tu comida favorita? _____
5. Gaseosa preferida _____
6. ¿Miras alguna caricatura/serie con tus papas? ¿Cuál? _____
7. ¿Te gusta el futbol? Si No
8. ¿Sales con tu familia todos los fines de semana? SI No
9. ¿Qué haces cuando sales con tu familia?
 - a. Viajamos
 - b. Vamos al Centro Comercial
 - c. Visitamos a la familia
 - d. Salimos a comer
 - e. Vamos al cine
 - f. Otro ¿Qué hacen? _____

10. ¿Haces alguna actividad con tus padres?
11. ¿Tus papas te leen cuentos?
12. ¿Canción favorita
13. ¿Sabes leer? Si ___ No ___
14. ¿Cuál es tu juguete favorito? _____
15. ¿Tienes alguna mascota en casa?
16. ¿Cuál de los siguientes perros te gusta más?
1 2 3 4

17. Color preferido _____
18. ¿Qué color se te hace a limpieza?
 - a. Azul
 - b. Blanco
 - c. Verde
 - d. Celeste
 - e. rojo
19. ¿Cuál de las siguientes portadas prefieren? Menciona el por qué.
1 2 3 4

ANEXO 6. ENCUESTAS DE GRUPO OBJETIVO PARA PADRES



Buen día, mi nombre es Mellisa García y estudio Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad en la Universidad del Istmo. En este momento me encuentro realizando mi tesis sobre el lavado de manos con ayuda de la Guardería Casita Benjamín. De antemano se agradece su colaboración para llenar la siguiente encuesta, la cual me ayudaría mucho en orientar mi proyecto.

1. ¿Cuántos dormitorios tiene en su casa?
1 2-3 4-5 más de 6
2. ¿Cuántos baños tiene en su casa?
1 2 3
3. ¿Cuántas personas viven en su casa?
1 2-3 4 o más
4. La casa donde vive es...
 propia alquilada
5. Tiene algún empleado que le ayude con el quehacer de la casa? Si la respuesta es sí, ¿cuántos?
Sí/Cuántos____ No
6. ¿Cómo se moviliza en su día a día?
Transporte público auto propio Jalón
motocicleta otro ____
7. Marque a continuación lo que tenga en su casa:
 - Agua potable
 - Horno microondas
 - Lavadora de ropa
 - Secadora de ropa
 - Sala familiar independiente de la sala de visitas
 - Ninguno
8. ¿Tienen televisor en su casa? Si la respuesta es sí, ¿cuántos?
 Sí/Cuántos____ No
9. ¿Tiene alguna preferencia por algún programa en la televisión? ¿Cuál sería éste?
10. ¿Mira algún noticiero?
11. ¿Cuál es su artista favorito?
 - Noti7
 - Telediario
 - Guatevisión – Noticias
 - Otro ____ ..
12. ¿Su hijo/a tiene alguna caricatura que le guste verla en familia? Si la respuesta es sí, ¿cuál?
13. ¿Tiene teléfono celular?
Sí No
14. ¿Su teléfono es de tarjeta o de factura?
Tarjeta Factura
15. ¿Tiene alguna tarjeta de crédito?
Sí No
16. ¿Cuál de los siguientes sería su ingreso salarial familiar promedio?
 - a) Menor a Q2,500.00
 - b) Q2,501.00 - Q4,000.00
 - c) Q4,001.00 – Q6,000.00
 - d) Q6,001.00 – Q 8,000.00
 - e) Mayores a Q8,000.00
17. ¿Qué hacen en familia en su tiempo libre? Marque los que apliquen.
 - Viajamos
 - Vamos al Centro Comercial
 - Visitamos a la familia
 - Salimos a comer
 - Vamos al cine
 - Otro ¿Qué hacen? _____
18. En estos momentos, ¿tiene visa americana vigente para viajar a Estados Unidos?
Sí No
19. ¿Cuál es su comida favorita?
20. ¿Qué periódico lee? *Puede marcar varias de ser necesario
 - Prensa Libre
 - Nuestro Diario
 - El periódico
 - Al día
 - Otro ____
 - No leo el periódico
21. ¿Tiene alguna marca de jabón de preferencia?
22. ¿Dónde adquiere los alimentos para su hogar?
Mercado Supermercado Ambos

23. ¿Qué color asocia con la higiene?
 - a) Azul
 - b) Verde
 - c) Blanco
 - d) Rojo
 - e) No asocia algún color con la higiene
24. ¿Cómo se le facilita el aprender de un material educativo?

- a. más texto que imagen
 - b. igual cantidad de imagen y texto
 - c. solo texto
25. De los siguientes bloques de texto, ¿cuál es más legible? *se lee mejor. (Circule el párrafo con su respuesta)

Descubre los interesantes detalles del lugar que acoge nuestro campus, déjate sorprender, aprende y amplía tus perspectivas.

Descubre los interesantes detalles del lugar que acoge nuestro campus, déjate sorprender, aprende y amplía tus perspectivas.

Descubre los interesantes detalles del lugar que acoge nuestro campus, déjate sorprender, aprende y amplía tus perspectivas.

Descubre los interesantes detalles del lugar que acoge nuestro campus, déjate sorprender, aprende y amplía tus perspectivas.

26. ¿Cuál de las siguientes portadas prefieren? Mencione el por qué.



Anexo no. 7.

Encuesta para el grupo objetivo de maestras.



Buen día, mi nombre es Mellisa García y estudio Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad en la Universidad del Istmo. En este momento me encuentro realizando mi tesis sobre el lavado de manos con ayuda de la Guardería Casita Benjamín. De antemano se agradece su colaboración para llenar la siguiente encuesta, la cual me ayudaría mucho en orientar mi proyecto.

1. En su casa viven:
 - a) Familiares (su mamá, papá, primos, abuelos etc)
 - b) Familia propia (su esposo, hijos, nietos)
 - c) Amigos
 - d) Vivo sola
2. ¿Es madre de familia?
 - a) Sí
 - b) No
 - c) No pero hay un bebé en casa que también cuida.
3. De la escuela, usted vive:
 - a) Cerca
 - b) Promedio
 - c) Lejos
4. Para llegar al centro de estudio, usted se transporta en:
 - a) Motocicleta
 - b) Auto propio
 - c) Camioneta
 - d) Jalón
 - e) A pie
 - f) Otro ____
5. Graduada de: (marque las que apliquen)
 - Diversificado
 - Licenciatura
 - Maestría
 - Técnico
6. Su ingreso familia es de
 - a) Menor a Q2,500.00
 - b) Q2,501.00 - Q4,000.00
 - c) Q4,001.00 – Q6,000.00
 - d) Q6,001.00 – Q 8,000.00
 - e) Mayores a Q8,000.00

7. ¿Tiene un segundo trabajo aparte de ser maestra?
 - a) Sí b. No
8. ¿Ve algún noticiero?
 - Noti7
 - Telediario
 - Guatevisión – Noticias
 - Otro ____
 - No veo noticieros
9. ¿Escucha alguna emisora de radio?
 - a) Sí, ¿cuál? ____
 - b) No
10. Su teléfono es de:
 - a) Tarjeta b. Factura
11. ¿Qué acostumbra hacer los fines de semana? (Marque los que apliquen)
 - Salgo de viaje al interior
 - Voy a los centros comerciales
 - Visito a mi familia / amigos
 - Salgo a comer
 - Voy al cine
 - Otro ¿qué hace? ____
12. ¿Qué periódico lee? (marque las que apliquen)
 - a) Prensa Libre
 - b) Nuestro Diario
 - c) El periódico
 - d) Al día
 - e) Otro ____
 - f) No leo el periódico
13. ¿Tiene computadora con internet en casa?
 - a) Si tengo computadora con internet en casa
 - b) Tengo computadora pero no internet
 - c) No tengo computadora ni internet en casa
 - d) Uso el celular para ver el internet
14. ¿Qué color asocia con la higiene?
 - a) Azul
 - b) Verde
 - c) Blanco
 - d) Rojo
 - e) No asocia algún color con la higiene
15. Cuando se trata de instrucciones para clases, prefiere:
 - texto explicativo
 - texto explicativo con ejemplos
 - texto explicativo con alguna imagen de apoyo

16. ¿De los siguientes textos, cuál logra leer con mayor claridad?

Descubre los interesantes detalles del lugar que acoge nuestro campus, déjate sorprender, aprende y amplía tus perspectivas.

Descubre los interesantes detalles del lugar que acoge nuestro campus, déjate sorprender, aprende y amplía tus perspectivas.

Descubre los interesantes detalles del lugar que acoge nuestro campus, déjate sorprender, aprende y amplía tus perspectivas.

Descubre los interesantes detalles del lugar que acoge nuestro campus, déjate sorprender, aprende y amplía tus perspectivas.

17. Para comunicarse con las familias, se le hace más fácil comunicarse por medio de:

- a) Reuniones con los padres
- b) Enviar notas informativas a casa
- c) Por vías telefónica
- d) Por medio de la directora de la escuela

Método: Arte de preguntar

Para este método de diseño se debe proponer el problema en forma de pregunta. Luego, por medio de una guía, se realizan preguntas respecto al problema. Esto permite tener otro acercamiento al problema que anteriormente no se había pensado.

Problema

¿Cómo pueden ser modelos de sus hijos? (Los padres)

Preguntas:

¿Cuándo están los padres con sus hijos?

Cuando regresan de trabajar y los fines de semana

¿Cuándo podrían enseñarles a sus hijos?

A la hora de cenar, con recordatorios y fines de semana

¿Todos podrían enseñar a lavarse?

Todos podrían.

¿Para quién son los modelos?

Para los niños

¿Cómo podrían ver los padres a sus hijos?

Por medio de notas, mensajes...

¿Qué clase de modelos hay para niños?

Tecnología, s XXI

¿A quién se podría tomar de modelos para padres?

Medios como tele visión o prensa

¿Qué tan a menudo deberían enseñarle a sus hijos?

Al menos 21 días

¿Por qué no son modelos de sus hijos?

Porque no son constantes.

¿Por cuánto tiempo los modelos surten ejemplo?

21 días mínimo para que el hábito se cree.

Conclusión

Los padres están con sus hijos, en su mayoría, de 5 pm hasta que se duermen, Liegos los fines de semana. Necesitan acostumbrar a lavarse las manos todos los días a la cena, al menos 21 días y puedn recordarse por teléfono, notas y en los programas favoritos de sus hijos.

Concepto:

“El reto de los 21 días.”

El concepto lleva a la referencia de aprender un hábito en 21 días. De esta forma, se presenta el lavarse las manos para cenar por 21 días a cada familia en manera de reto familiar, creando motivación entre padres e hijos en apoyarse mutuamente en llevar a cabo la campaña.

Método: El catálogo

Para este método se plantea el objetivo creativo a trabajar. Seguido se escoge un libro de cualquier índole para abrirlo en cualquier página y escoger una palabra. A esta palabra se le realiza el método de relaciones forzadas para luego hacer combinaciones de palabras entre estas palabras con el objetivo creativo.

Objetivo Creativo

Campaña educativa que sensibilice a la importancia del lavarse las manos y beneficios.

Palabras:

Anillo:

Joyería => mujeres => compromiso => herradura => perla => diamante => luz => relación => contrato => lujo => cuidado => descuido => limpieza => fama

Baile:

Promoción, => lucidez => “drama queen” => escuela => desastre => ponche => electrónica => disco => música => luces => rateros => comilones => pista => DJ => coreografía => celebración => vive => YOLO => disfrutar => alegría => emociones => duda => enamorado => baño => relación => dirty

Promoción + sensible:

- Promovamos sensaciones
- Buscar sensaciones

YOLO + sensible:

- Solo tienes una vida
- Una vida, siéntela

Compromiso + manos

- Manos comprometidas
- Dedos con relación
- Compromiso de manos
- Agarra el compromiso
- Escuela + beneficios
- Aprendiendo el bien
- Escuela de beneficios

Música + baile + problema

- Movimiento en beneficio tuyo
- Sonidos de sensibilidad
- Importantes movimientos
- Movimientos educativos
- Musicalidad en las manos
- Manos musicales
- Manos emocionados
- Manos en movimiento
- Manos con emoción

Manos con emoción

- Manos que imitan/trasladan/comparten/participan
- Manos que apoyan
- Manos que creen
- Manos que admiran
- Manos que (se) apoyan

Conclusiones

Manos que apoyan

Con este concepto se busca que los niños se apoyen en sus padres para crear el hábito de lavarse las manos. SE buscaría estimular que el padre haga el hábito al mismo tiempo que su hijo.

Manos que participan

Con este concepto se busca, de alguna manera, la interacción con el grupo objetivo y mantener su atención y colaboración en fomentar el lavado de manos. Además se quiere que los niños aprendan el hábito por medio que realicen actividades con sus padres.

Método: Provocación

El método se realiza por medio de proponer una teoría que suene muy loca para luego comprobarla. Se puede hacer más de una.

Declaración:

“Lavarse las manos sin agua.”

Comprobación:

- Negaría la falta de hábito debido a la falta de agua.
- Ventajas: se puede sustituir el agua por gel desinfectante en momentos donde no haya agua.
- Otra forma es pro medio de reservas de agua y con la palangana
- Es ventajoso cuando el agua escasea en casa y se desea mantener la higiene en la familia. Cultura de ahorro de agua.

Declaración:

“Los niños pueden ser los modelos de sus padres.”

Comprobación:

- Los niños evalúen junto con sus padres cada limpieza de manos antes de cenar
- Es ventajoso pues los niños tienen mucho más entusiasmo de aprender
- Se trabajaría por una grúa colocada en el baño, revisándolo el padre al hijo y el hijo a su padre
- Los niños pueden llevar a sus padres a lavarse
- Invertir los roles
- Es un reto
- Cuidado mutuo, motivación mutua.

Conclusiones

Inversión de papeles

Los padres pueden seguir a sus hijos en el modelo de lavado de manos, viéndolo como un reto y motivación mutua. Se pueden realizar recompensas mutuas, como salidas, ver un programa o salir a comer.

Antibacterial sale a la luz

En el caso de casas donde es difícil que el agua llegue, se puede utilizar más a que todo el gel antibacterial para limpieza antes de comer, estando este presente en los comedores de las familias.

Cultura de reserva de agua

Promover la reserva de agua en tonel para lavarse las manos al utilizar el sanitario.

Método: Técnica de Da Vinci

Para este método, se debe escribir el problema. Luego se deben enumerar los diferentes obstáculos que provocan el problema. Al tener esto claro, se deben empezar a hacer dibujos/ bosquejos rápidos sin pensar muy bien lo que se esté haciendo. Inconscientemente, los dibujos pueden unir soluciones para el problema.

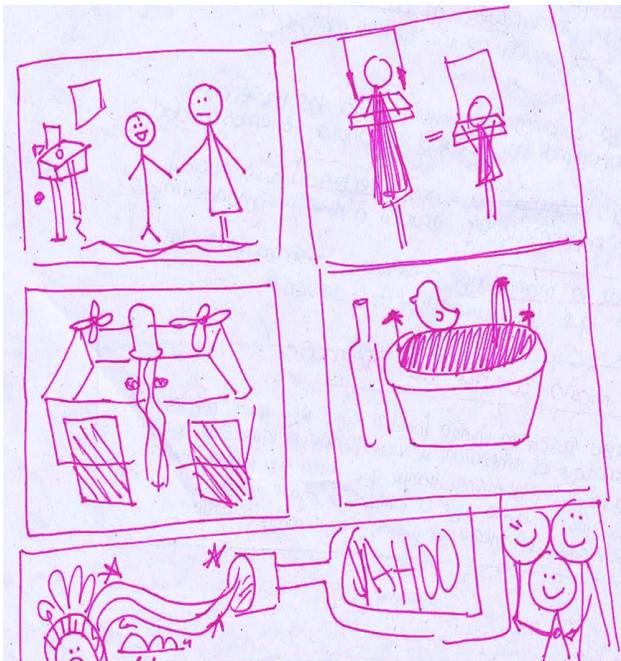
Problema:

Los niños no se lavan bien las manos porque sus padres no son modelos de ellos.

No encaja / obstáculos:

- Desconocimiento del correcto lavado de manos
- Padres escasamente en casa
- Padres no son modelos de sus hijos
- Escasos recursos
- Falta de agua

Dibujos



Juntos combatimos las bacterias:

- Familia unida, manos limpias
- De la manos nos ayudamos
- A manos del cuidado
- Manos limpias
- Juntos de la mano
- Ayuda de la mano

- Jugando en el baño
- Equidad
- Imitación
- Apoyo
- Ayuda
- Cuidado
- Juego
- Diversión
- Historia
- Motivación
- Ilusión
- Guerra ganada
- Lavadero
- Todo en el baño

Una **familia unida lucha** contra las **baterías** que ocasionan enfermedades. Esta familia unida **cuida mutuamente** de ellos y se ayudan de la “botella mágica”.

En familia ganamos la guerra contra las bacterias pues nos unimos por la salud y ahora tenemos cuidado.

En familia nos **divertimos** pues estamos libres de enfermedades gracias a nuestras manos limpias.

Juntos de la mano, nos divertimos combatiendo las bacterias que se encuentran en el ambiente.

Concepto:

De la mano contra las bacterias

Este concepto busca la unidad familiar como base para “enfrentar2 a las bacterias que los amenazan. Se ve reflejado el lavado de manos en “de la mano”, al mismo tiempo que busca esta unidad familiar. Con este concepto se busca que la familia se apoye para lavarse sus manos por medio de juegos, motivación y diversión.

Método: Ideart

Este método busca una obra de referencia para realizar relaciones forzadas con los distintos elementos que aparezcan en la pintura.

Obra de referencia:

La primavera de Botticelli

Relaciones:

- Las 3 gracias llevan virtudes -> 3 puntos que le hagan lavarte las manos
- La doncella se para con gracias -> estar derechos ante las bacterias
- En primavera nacen los bebés y las flores -> La temporada de lavado de manos. Florecer del lavado -> **“Movimiento del lavado de manos”**
- El invierno se trata de llevar a la primavera à Las bacterias se quieren llevar a sus hijos -> **“Temporada de lavado”**
- **Los bosques llenos de naranjas y flores** -> Paraíso de lavado de manos -> **“Contra las bacterias”**
- **Movimientos** -> Activistas en lavado de manos à **“Manos en movimiento.”**

Conceptos:

Movimiento del lavado de manos:

Con este concepto se busca todo un mundo de personas unidas por realizar un buen lavado de manos . Demostrar el dinamismo de la acción y de la misma gente realizando este cambio.

Contra las bacterias

Con este concepto se busca crear conciencia de lo que pasa a sus hijos con las bacterias y dando el lavado e manos como alternativa para la prevención.

Scamper

Para este método se requiere de la guía de preguntas de SCAMPER. Este método permita formular preguntas respecto al problema que brindarán soluciones locas, fuera de lo común y muy útiles al momento de crear estrategias.

Problema:

Los padres no son modelo de sus hijos para lavarse las manos.

SUSTITUIR:

- ¿Qué pasaría si los hijos enseñaran a sus padres?
- ¿Qué pasaría si los padres son sus propios modelos?
- ¿Y si se pusiera un modelo para ambos?
- ¿Si los padres son modelos de otras cosas?
- ¿Sí si les enseñase alguien más?

COMBINAR:

- ¿Si se jugase con los padres al lavarse?
- ¿Qué pasaría si se dibujara antes de lavarse?
- ¿Cómo combinaría el deporte con el lavado de manos?
- ¿Cómo combinar el teléfono con el lavado de manos?
- ¿Y si hubieran cuentos en el baño para lavarse?
- ¿Qué que pasaría si el baño fuera cool?

ADAPTAR:

- ¿Cómo se lava la gente rica?
- ¿Y la gente en el interior?
- ¿Qué hacen en china?
- ¿Cómo nos lavábamos hace 100 años?
- ¿Y si un personaje fuese modelo de ambos?
- ¿Cómo se lavan en el Campo Real?

MODIFICAR:

- ¿Cómo lavarse sin agua?
- ¿Cómo se pueden lavar los niños solos?
- ¿Cómo lavarse con gel?
- ¿Y si el gel oliera bien?
- ¿Y si el jabón tuviera figuritas?
- ¿Y si te ganaras un juguete por acabarte el jabón?
- ¿Y por qué no usar una palangana?
- ¿Lavarse en la regadera?
- ¿Usar barquitos de juguete?

UTILIZARLO PARA OTROS USOS

¿Quién se lava las manos?

¿Quién fue modelo de las padres?

ELIMINAR

¿Y si ninguno fuese modelo del otro?

¿Y si no se lavan?

¿Y si no hay agua?

¿Por qué no quitar a los niños y solo padres?

¿Por quién podría educar a los hijos?

¿Y si fuera solo la escuela?

REORDENAR

¿Qué pasaría si los padres no van a casa?

¿Y si se lavaron con su mascota?

¿Y si se lavaran viendo tele?

¿Y si se lavaran en su cuarto?

¿Si tuvieran que correr por el agua?

¿Si se lavaran antes de ver tele?

¿Si los padres fueron los hijos?

IDEAS SCAMPER:

- Hijos enseñan a padres
- Un modelo para ambos
- Enseñarse alguien más
- Jugar con sus padres al a lavarse
- Combinar la tele con el lavado
- Combinar el teléfono con el lavado
- Cuentos en el baños
- Baño fuera cool
- Personajes fuese modelo de ambos
- Lavarse como campo real
- Niños lavarse solos
- Lavarse con gel
- Gel huela bien
- Jabón con formas
- Ganarse un juguete por acabarse el jabón
- Lavarse viendo tele
- Lavarse antes de ver tele
- Premio: salidas, juguete, televisión.

1. Juego del lavado
2. Divertirse con las manos - tele, olores, juegos, historias, premios, formas
3. El show del lavado

En familia -> y div.

Lavado dinámico

Lavado emocionante

Lavado divertido

Juntos por el lavado

Juego que trasciende.

CONCEPTO:

Juego que trasciende:

Busca encontrar en familia una forma divertida de lavarse las manos y que al resultarle divertido a uno, motive al segundo en lavarse también. Para lograr la diversión se puede optar por:

- Olores
- Formas
- Historias
- Premios
- Juegos
- Televisión

Conclusiones de conceptos

A continuación se presentan los conceptos escogidos en cada método.

ARTE DE PREGUNTAR

“El reto de los 21 días”

EL CATÁLOGO

“Manos que apoyan”

“Manos que participan”

PROVOCATIVA

“Inversión de papeles”

“Antibacterial sale a la luz”

“Cultura de reserva de agua”

TÉCNICA DE DA VINCI

“De la mano contra las bacterias”

IDEART

“Movimiento del lavado de manos”

SCAMPER

“Juego que trasciende”

Estrategia de 21 días

Uniones de conceptos:

“Juego que trasciende” + “Manos que apoyan/ participan” +
““Movimiento del lavado de manos”

- Movimiento de manos que apoyan
- Apoya al movimiento de manos
- Participando en el movimiento de manos
- Participa en el movimiento de manos
- Manos que participan en el movimiento
- Manos en movimiento (un movimiento no puede pasar sin que participen)

CONCEPTO:

“Manos en movimiento.”

El concepto representa todo un movimiento de personas participando en la campaña al mismo tiempo que en sí el movimiento realizado al lavarse las manos. Con el concepto se busca crear una campaña y material que mueva a padres e hijos a lavarse las manos de forma lúdica (juegos, olores, formas, historias y premios) y crear el hábito en ambos.

ANEXO 9. CORROBORACIONES PARA ESTRATEGIA DE DISEÑO

A continuación se presentan las respuestas de los profesionales a quienes se les consultó la estrategia de diseño así como sus opiniones respecto a la misma. Estas se enviaron por medio de correo electrónico y una que fue personal la cual se adjunta su firma en la hoja de apuntes.

Corroboración 1:

● **PATTY DE FLORES** abr 14 a las 2:08 PM ★
Para kmge4@yahoo.es

Hola Melissa es un gusto saludarte, me disculpo por no haber respondido antes pero tenemos problemas de salud con mi suegra y no quería contestarte algo a la ligera sino mas bien poner toda mi atención a tu trabajo, espero no sea demasiado tarde. Asimismo pues te cuento que yo tengo mas de 20 años de graduada y a esta fecha pues las cosas han cambiado muchísimo a pesar que me gusta mucho actualizarme en cuanto programas y cosas nuevas que van saliendo para no quedarme muy atrás aunque me encantan las ideas nuevas de los jóvenes que vienen empujando fuerte como tú. Me encantó la idea está genial, lo de los 21 días reforzando con los padres está buenísimo, creo que va a ser difícil que se les olvide. Bueno te voy a comentar algo que quizá pueda servirte sin que tengas que tomarlo muy en cuenta pues como te digo las cosas han cambiado bastante, pero solo puedes pensarlo a ver si te sirve ok.

empiezo:

1. Me hubiera gustado que me contaras el estatus social de las personas a quien va dirigido, ya que estamos hablando de que de aquí en adelante tendrán que comprar su jabón y un gel antibacterial (eso sería lo ideal que puedan comprarlo) pero te pueden hacer esa pregunta y mejor si la llevas preparada.
2. en la Fase 1: Pre-21 días (duración 21 días)
Esta parte de la campaña se enfoca en dar a conocer el correcto lavado de manos **tan** en la escuela yo le quitaría la palabra que dice TAN, solo le dejaría " EL CORRECTO LAVADO DE MANOS EN LA ESCUELA....."
3. Si tu grupo objetivo es de muy bajos recursos económicos, talvés puedas lograr con tu alianza estratégica que te regalen jabones por lo menos mientras dure el año escolar para entregarles a los padres de familia.

Me parece interesantísimo la interacción en cada misión entre Padres e Hijos, muchas felicidades es un trabajo muy lindo, me hubiera gustado mucho ver tus materiales, seguro están muy lindos.

BUENA SUERTE!!! SEGURO TE IRÁ GENIAL

Dios te bendiga

saludos

Patty

Corroboración 2:

● **MANUEL ANTONIO GAITÁN DÁVILA** abr 13 a las 11:00 AM ★
Para Mellissa Garcia

Hola Melliza:

Revisé tu documento y me parece que está bien realizado, solo me quedó la duda en el punto "Tipo de material gráfico", no se cuáles son los requerimientos de Erika, pero usualmente se coloca la definición del tipo de material y luego cómo funcionará este en tu propuesta.

Saludos

Tony

Corroboración 3: *esta corroboración se terminó por medio de llamada telefónica.

● **Carmen** abr 13 a las 9:52 PM
Para Mellissa Garcia

Hola querida Mellisa
Tu trabajo está muy bien
Mi única recomendación es agregar una explicación + una motivación para que los adultos y niños quieran desarrollar un buen hábito
Con gusto podemos hablar este martes 9:30 am si te queda bien

Sent from my iPhone

> [Mostrar historial de mensajes](#)

<Estrategia-de-piezas.docx>

Corroboración 4:

★ **Jaime Sebastián Álvarez Colindres <blazichari_chino388@hotmail.com>** 14 de abril de 2015 21:48
To: Mokka <kmge4@yahoo.es>
Respuesta de tesis



De: Maria Galdamez
Enviado el: martes, 14 de abril de 2015 9:36 p. m.
Para: Jaime Sebastián Álvarez Colindres

En general está bien solo mejorar la descripción de las piezas gráficas, es mejor pedir que se regalen los productos (comúnmente en las escuelas grandes se regalan productos Colgate u oral B tienen campañas de salud donde los regalan)

-----Original Message-----

From: Jaime Sebastián Álvarez Colindres
Sent: Saturday, April 14, 2015 9:29 PM
To: Maria Fernanda Galdamez (mafer1989@hotmail.com)
Subject: Revisión tesis
Hola Mafer te mando el archivo de la tesis que te pedí para revisar y me des tu opinión y en que se podría mejorar gracias

Enviado desde Correo de Windows

Corroboración 5: *Corroboración a mano con firma del experto.

PRE
21 años

- Charla → Primer acercamiento
- escribir que ellos lo han hecho (niños en su casa)

en la charla
darla de padres
dar el bifolio

POST 2 años

- Cadena de favor solo lleva a 1
niño → amigo → ??

Te

→ Invitación a mañana deportiva: para saber cómo buarse.

• Saber ct y ganar act
como lavarse

→ En la mañana deportiva:
Jabón (2)

en el jabón: legón → para quien quiero

¡Juntos contra la suciedad!

[NIÑO] → primo → abuelo x

→ Fin → premios
→ botín cada uno nuevo
pequeños coleccionables

Parte emotiva
Se atraiga a la
campana.

Kevin Schiparis
REVISTAS

ANEXO 10. INVESTIGACIÓN DE DISEÑO

I. Campaña educativa

I.1. Definición:

Una campaña educativa es la cual “Fortalece y desarrolla habilidades, destrezas y actitudes que llevan a la construcción de hábitos que promueven y favorecen la salud física, psicológica, social, espiritual y de relación con el medio ambiente.”⁶⁸

Según el blog de producción radial, los pasos a seguir para realizar una campaña educativa son los siguientes:⁶⁹

• OBJETIVO :

Para realizar un objetivo se debe preguntar: ¿Cómo se puede contribuir a revertir esta situación/problema? ¿Cómo se podría crea conciencia?¿Cómo se hace que las personas se den cuenta?. Siempre tener en cuenta que un problema concreto lleva a una solución concreta.

• PÚBLICO (CAP)

Se debe realizar una investigación sobre los conocimientos, actitudes y prácticas del público objetivo:

1. Conocimientos (C) Edad, sexo, nivel social, ocupación, nivel de instrucción.
2. Actitudes (A) Es la creencia fija, forma de pensar que el público tiene del problema planteado, pues es lo que se quiere revertir.
3. Prácticas (P) Es la costumbre, el hábito arraigado. Esto es consecuencia de la actitud o creencia.

• ARGUMENTO

Esto es lo que se quiere plantear en cada mensaje para el público objetivo. El concepto debe ir en cada uno de los medios a utilizar. Por consejo, debe existir una frase introductoria con impacto para que el público objetivo tenga interés en continuar leyendo el mensaje. El nombre como refuerzo es muy importante pues le da validación a la pieza.

68. UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Campañas Educativas. [en línea] Disponible en <http://www.urosario.edu.com> > [Consulta: 3/4/14]

69. PRODUCCIÓN RADIAL. 2012. Guía para la producción de una campaña educativa. [en línea] Disponible en < <http://produccionradial.blogspot.com> > [Consulta: 4/4/14]

En la enseñanza, como proceso de aprendizaje es importante que el docente⁷⁰

- Conozca y cuestione su pensamiento y el de los alumnos.
- Adquiera, tanto él como los alumnos, conocimientos teóricos y prácticos sobre la materia que se imparte.
- Haga críticas fundamentadas en la enseñanza habitual, pruebe otros medios acordes a la tecnología actual, ya que el alumno se familiariza con material digitalizado, sobre todo cuando estudia Diseño Gráfico.
- Sepa planificar, preparar actividades, enseñar con apoyo visual o interactivo.
- Enseñe estratégicamente contenidos y habilidades de la asignatura que imparte.
- Sepa evaluar el conocimiento.
- Utilice la investigación e innovación disciplinaria y psicopedagógica y la aplique de forma diferente a la tradicional.

Al final se espera que los alumnos tengan una nueva perspectiva de estudio, para establecer sus logros como alumnos y, posteriormente, como profesionales.

I.II Identificador de campaña

El identificador de campaña o identificador iconográfico de campaña, es una figura o representación visual de algo específico para una campaña⁷¹ El identificador tiene la función de representar la idea y el sentido de una campaña, siendo ella de cualquier índole. Es un identificador gráfico que sirve para firmar las comunicaciones de una entidad (empresa, producto, servicio, institución, etc.)⁷²

Cabe diferenciar un logotipo del identificador de campaña pues el logotipo puede permanecer, registrarse y restringir aspectos sobre su uso para que las personas lo utilicen de manera adecuada, mientras que el identificador de campaña se crea únicamente para ser aplicado a las piezas de esa campaña. El identificador de campaña tiene un principio y un fin a su uso.⁷³

70. PÉREZ, María Emperatriz, Presentación Interactiva del Desarrollo Didáctico De Un Programa de Identidad e Imagen Corporativa,

71. Fuente: <http://dispub1-diegowolf.blogspot.com>

72. Fuente: <http://www.slideshare.net>

73. GRAJEDA. Erika. Clase Presencial. Agosto 2015.

II. Material Educativo

II.I. Definición

Son todos aquellos materiales y medios que juegan un papel específico del proceso educativo. Ellos son instrumentos de apoyo y ayudas didácticas (guías, libros, materiales impresos y no impresos, esquemas, videos, diapositivas, imágenes, etc.) que se construyen o seleccionan con el fin de acercar al aprendiz al conocimiento.⁷⁴

El sentido de estos materiales debe tener como fundamento el resultado de reflexionar lo siguiente: ⁷⁵

- Lo que se quiere enseñar
- Lo que se espera del aprendiz
- Los procedimientos que se deben desarrollar tanto del aprendiz como el educador.

Los materiales educativos tienen las siguientes ventajas:

- Facilitan la expresión de los estilos de aprendizaje.
- Crean lazos entre disciplinas.
- Liberan en el aprendiz la creatividad, capacidad de observación y también de comprar y crear conclusiones.
- Funcionan como una herramienta para que el aprendiz descubra estrategias de “aprender a aprender”.
- Fueron evaluados por la UNESCO como un proceso para emprender en un mayor nivel de calidad de la educación.⁷⁶

II.II. Clasificación del material educativo

Se pueden clasificar los materiales educativos de la siguiente manera:

1. Por su origen:
 - *Naturales*: Material que se toma de la naturaleza como hojas, semillas, piedras, etc.
 - *Artificiales*: material interferido por el hombre como láminas, ladrillos, etc.
2. Por su naturaleza:
 - *Estructurados*: Adquiridos en el comercio como mapas, globos terráneos, etc.
 - *No estructurados*: Realizados por el educador o con los alumnos como lo son móviles, carteles, etc.

74. FERNANDEZ, Geraldine. 2013. Materiales educativos [en línea] Disponible en < <http://www.slideshare.net/> > Diapositiva 2-3

75. FERNANDEZ, op cit., Diapositiva 3.

76. FERNANDEZ, op. cit., Diapositiva 5.

3. Por su uso:
 - *Fungibles*: Que pueden sufrir un desgaste o deterioro tras el uso, como lo son yesos, lápices, plastilina, crayones de cera, etc.
 - *No fungibles*: Material que no se gasta como libros, mapas, etc.

4. Por la vía sensorial:
 - *Visuales*: Apreciados con la vista.
 - *Auditivos*: Percibidos por el oído.
 - *Audio-visuales*: requiere de los dos sentidos anteriores.

Éstas tienen las ventajas de facilitar el aprendizaje pues son canal alternativos cuando se tiene un bajo nivel de actividad de lectura.

5. De acuerdo al nivel de concreción:⁷⁷

Se comprenden doce niveles:

- *Experiencias directas*: Interacción del aprendiz con la realidad desarrollando las capacidades sensoriales.
- *Experiencias preparadas*: Es una aproximación con la realidad como lo es un modelo o una maqueta.
- *Dramatizaciones*: reconstruye hechos.
- *Demostraciones*: explica un proceso.
- *Excursiones*: se realizan para que el aprendiz tenga una oportunidad de observar hechos culturales.
- *Exhibiciones*: Presenta algo desconocido para el espectador.
- *Televisión educativa*: material audiovisual para observar hechos pasados.
- *Películas*: Permiten acercar la realidad al aprendiz, mostrando continuidad y movimiento en el tiempo.
- *Imágenes fijas*: Permite la práctica de observación y análisis sin mayor preparación.
- *Radio o grabaciones*. Programas variados con diferentes objetivos.
- *Símbolos verbales*: Señales y signos como carteles de lectura entre otras cosas.
- *Símbolos visuales*: Representaciones gráficas como lo es una pizarra.

II.III. Elaboración de material educativo

Para una elaboración de material educativo correcto se debe contar en cuenta los siguientes pasos:

1. Diseño de material

a) Antes del diseño. Es la parte donde se reúne toda la información sobre los usuarios y su contexto, como lo que es el conocimiento previo, nivel de comprensión, etc.

Para analizar la situación, se debe determinar el contenido que se va a tratar, definir la audiencia y establecer las prioridades educativas. Seguido se debe planificar el tiempo disponible para la realización del material y el control de los recursos disponibles.

b) Diseño. Se debe crear el “esqueleto del material” con las siguientes características: definir los objetivos del material, su contenido y las características físicas y didácticas.

2. Desarrollo del material

Consiste en darle cuerpo al esqueleto con la información recogida y estructurada. Con ello se integra el contenido del mismo, aplica la parte física e integrar ilustraciones, etc. hasta obtener un prototipo.

3. Revisión y corrección

Para verificar que el material se hizo de manera correcta, debe contestar las siguientes preguntas:

- *¿el material responde al objetivo desarrollado?*
- *¿los contenidos han sido desarrollados correctamente?*
- *¿el lenguaje es comprensible?*
- *¿las ilustraciones y recursos sonoros son significativos para el contexto?*
- *¿los ejemplos permiten comprender de mejor manera los conceptos?*
- *¿el tamaño del material es adecuado?*

Para revisar lo anterior, se procura evaluarlo con a) expertos, b) “uno a uno” con el aprendiz, y c) con un grupo pequeño.

4. Elaboración del prototipo y producción experimental

Se elabora el modelo del material para proceder a producción.

77, FERNANDEZ, Geraldine. Materiales educativos [en línea] 2013. Disponible en < <http://www.slideshare.net> > Diapositiva 2-3

5. Evaluación en función

Se debe evaluar la función del material de acuerdo a los objetivos. Ellos se realizan con el aprendiz y se registran cuidadosamente la información sobre su eficacia y de la necesidad de una nueva revisión.

6. Reajuste producción final

En base a lo que se evaluó en la anterior etapa, se reajusta el prototipo para continuar con la producción final.

II.II. Mediación pedagógica

“Se llama pedagógico a toda mediación capaz de promover y acompañar el aprendizaje de nuestros interlocutores, es decir, de promover en los educandos la tarea de construirse y de apropiarse del mundo y de sí mismo”⁷⁸. La mediación pedagógica se orienta hacia el logro de una mayor comunicación e interacción, desde las relaciones entre los actores participantes y desde los procesos de producción de los materiales de estudio.

La mediación lo que busca es resolver inconvenientes entre dos o más entes, en el caso de la mediación pedagógica, lo que cambia es que se convierte en un puente que permite enlazar la comunicación profesor. Estudiantes a través de elementos externos a ello. Todo para efectos de enseñanza-aprendizaje. La mediación pedagógica busca acompañar y promover el aprendizaje.

Estas acciones se despliegan en los contextos o comunidades de aprendizajes a través de la acción organizada del aprendiente-facilitador, la interacción de los participantes-aprendientes y los textos mediados que facilitan la comprensión de su contenido.⁷⁹

Según la presentación de Daniel Prieto Castillo, la Mediación pedagógica mide:⁸⁰

UMBRAL PEDAGÓGICO

Se utiliza el término umbral para mencionar algo que está a la entrada de otro.

78. Prieto Castillo, 1999:16.

79. MOLINA, Antonio. 2012. Mediación pedagógica [en línea] Disponible en < <http://www.slideshare.net/> >

80. PRIETO, Daniel. MEDIACIÓN Pedagógica. [en línea] Disponible en < <http://es.slideshare.net/> > [Consulta 4/5/15]

La mediación pedagógica supone un juego de cercanía sin invadir y una distancia sin abandonar donde el punto de partida: los conocimientos previos.

EL DISCURSO EN LA MEDIACIÓN

Se busca construir conocimientos a partir de un esfuerzo de apropiación de conceptos y métodos adecuados.

MEDIAR CON EL EDUCADORES APRENDER DE UN EDUCADOR

- Se aprende de un educador por medio de lo siguiente:
- Capaz de establecer relaciones empáticas.
- Método de relación: Personalización
- Capaz de comunicar de manera clara
- Entusiasta por el material
- Pasión por el conocimiento
- Sensibilidad a las variaciones del contexto
- Persuasión por la importancia de su materia.

MADUREZ PEDAGÓGICA

Significa la capacidad de utilizar en la promoción y el acompañamiento del aprendizaje, ricos recursos de comunicación propios de una relación educativa. La producción de textos deben ser adecuados al público objetivo. El ambiente también es un aspecto muy importante para esto. Se debe tener en cuenta en dar libertad al estudiante para su desarrollo.

COMUNICABILIDAD

Relación lograda en las instancias de aprendizaje: está la institución con sus docentes, estudiantes y el contexto, con los docentes entre sí y con los estudiantes, los estudiantes entre sí y con los medios, los materiales y el contexto.

MEDIAR CON TODA LA CULTURA

Siempre llevar a las personas fuera de su zona de confort, pues es donde se desarrolla el verdadero aprendizaje. Cualquier creación del ser humano puede ser utilizado como recurso de mediación.

SOBRE LOS MATERIALES, MEDIOS Y TECNOLOGÍAS

Ni los medios, ni los materiales son útiles de manera autónoma para promover y acompañar el aprendizaje por los siguientes motivos. Los medios deben estar mediados, con ejemplos, anécdotas, y experiencias, con puentes hacia el conocimiento del otro.

APRENDIZAJE EN GRUPO

El aprender en conjunto constituye un espacio en el que se aprende a buscar información en forma ordenada y en grupo. Principalmente se aprende a interactuar y escuchar a los demás. Para ello se deben siempre aceptar críticas y corregir errores.

El volver pedagógica la instancia grupal supone un adecuado seguimiento, la preparación de guías de trabajo y otros insumos que permitan orientar la tarea, una buena distribución de responsabilidades y finalmente la búsqueda y logros de resultados concretados en documentos escritos o audiovisuales.

MODELOS DE MEDIACIÓN PEDAGÓGICA.

Cuando se habla de mediación pedagógica, se puede referir a un modelo *tradicional*, en el cual se hace énfasis en la enseñanza, cómo se enseña, etc. Por otro lado, un modelo *alternativo* logra hacer el énfasis en el aprendizaje o aprendiz de quien se le enseña. Ello mira de una mejor forma lo que es el arte de aprender. El modelo *pedagógico*, toma el cómo se realiza este aprendizaje, en las metodologías, adoptando nuevas dinámicas y métodos de enseñanza.⁸¹

- *Tratamiento temático desde el tema:* La mediación pedagógica comienza desde el contenido. El autor del texto base parte con recursos pedagógicos destinado a hacer la información accesible, clara, bien organizada en función del autoaprendizaje.
- *Tratamiento pedagógico desde el aprendizaje:* La siguiente fase, desarrolla los procedimientos más adecuados para el autoaprendizaje por medio de ejercicio que enriquecen el texto con referencias a la experiencia y el contenido educando.
- *Tratamiento formal desde la forma:* El tratamiento desde la forma se refiere a los recursos expresivos puestos en juego en el material: diagramación, tipografías, ilustraciones, etc.

En resumen, el tratamiento de la forma toma en cuenta lo siguiente:

ASPECTOS	ESTRATEGIAS EN CUALES APOYARSE
1. Juego Pedagógico (Contenido y Forma)	<p>Expresión del Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conjugar lo escrito y lo icónico <p>Recursos Expresivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puestos en juego en el material <p>Características de la Forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belleza, expresividad, originalidad y coherencia.
2. Características del Tratamiento Formal	<ul style="list-style-type: none"> • Enriquece el tema y la percepción • Hace comprensible el texto • Establece un ritmo • Da lugar a sorpresas, rupturas. • Logra variedad
3. Línea Editorial	<ul style="list-style-type: none"> • Letra y números: títulos y subtítulos • Caja: márgenes y citas • Pie de página
4. Diseño Gráfico:	<p>Diagramación del Texto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se le da formato a la hoja, párrafos, cuadros, espacios, con ritmo y descansos visuales. <p>Ilustraciones como expresión</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expresarse por medio de el uso de figuras, gráficas, dibujos, color, contrastes, ubicación, texturas, silencios y soportes.

81. MOLINA, Antonio. Mediación pedagógica. 2012. Disponible en <http://www.slideshare.net/> > [Consulta 5/4/15]

III. Ilustración y personajes

Personaje

La palabra “personaje” al igual que la palabra castellana “persona” probablemente provengan de “phersa” que en etrusco significa “máscara”. La primera acepción latina de personaje es justamente “máscara de teatro”. “Los personajes son herramientas de diseño, cuyo fin es representar características específicas de los usuarios finales de un producto interactivo.”

Alan Cooper utiliza el término personaje y arquetipo, común en la psicología junguiana. El significado que otorga Cooper a la palabra personaje, es muy diferente al de Jung, que viene lo propone como la careta o fachada que un individuo exhibe públicamente. Cooper no se refiere en absoluto a Jung o al teatro antiguo, sin embargo, se inspira por el carácter arquetípico que tiene un personaje teatral o fílmico.⁸²

El personaje publicitario, es una representación *arquetípica* de un usuario potencial, que se adapta como representante del objetivo. El personaje, representa patrones de uso, motivaciones y comportamiento de usuarios reales, por medio de una narrativa descriptiva.

El personaje como recurso de comunicación visual

Para anunciar los beneficios de una empresa, es importante el adecuado uso de un personaje, esto es conveniente para cualquier tipo de compañía. Un negocio o una marca que está enfocada al consumo infantil por ejemplo; es un buen prospecto, ya que los niños se identifican fácilmente con personajes, con esos “amigos” que los pueden comprender mejor; dos marcas que comercializan productos específicos, y de alta competitividad y tecnología de paridad y calidad superior. Pueden utilizar o crear un personaje, para diferenciarse de su competencia y generar empatía, valor que mueve a los consumidores para preferir un producto entre otros parecidos.

- El personaje ideal o subjetivo, es el que sirve de guía al individuo en la elección y el cumplimiento de sus conductas. Desde arrastrar a la persona al sacrificio de sí misma y de lo real, a una conducta heroica positiva, ilusoria y bovarística.

- El personaje social u objetivo, actualiza la personalidad en un papel afectivamente insertado en la estructura social.

La función psicológica del personaje, puede tomar diversos valores. Es conocida la distancia, que media entre la personalidad tal cual se vive, y el personaje tal cual se interpreta. El papel tiene el valor de una máscara social, de un medio exterior, de un instrumento de uso exclusivamente externo, personaje engañoso. A la inversa, el personaje puede invertir de tal modo a la personalidad, que ésta quede reducida a no ser más que su personaje, personalidad engañada o identificación completa, esto es el hombre de un sólo papel, en quien la máscara absorbe el rostro.

En general, los compromisos son compatibles con las reservas disponibles en razón de la multiplicidad de papeles atribuidos al hombre. El predominio de un papel no impide desempeñar los otros. Algunos se integran a la personalidad, otros siguen siendo exteriores y extraños a ella.

El Diseño orientado a metas, es más un enfoque de diseño, que una teoría sobre usuarios e interacción. Tampoco se puede llamar un método ya que no es completo ni detallado. El diseño orientado a metas gira en torno a tres aspectos fundamentales: las metas del usuario, los personajes y los guiones.

Sus metas son representadas por medio de personajes, estos personajes aparecen en guiones, que a su vez son utilizados para alcanzar soluciones de diseño de manera interactiva.

El Personaje y las marcas

Su presencia lúdica viene encantando a generaciones y se vuelven compañeros con fuertes lazos de afectividad, sin que se perciba este gran universo imaginario, que se alía a un tipo de marca o un producto, o mismo servicio.

Se ha creado en los últimos años un alto impacto de personajes imaginarios, que actúan a servicio de la marca. Ellos se han multiplicado en la industria de los alimentos, del entretenimiento y hasta en las instituciones más serias, como los bancos. No siempre son personajes con identidad propia, o con personalidad singular.

Es sorprende cuando los consumidores describen la “personalidad” de una marca. Los consumidores tienen la capacidad de atribuir las marcas, haciendo creer que normalmente no las ven como meros productos,

82. Cooper, Alan. et al. (2003). About Face 3: The Essentials of Interaction Design. Indiana, EEUU.

pero sí como identidades con personalidad propia. Es una percepción, que ocurre de modo subliminal, aún así es importante, pues auxilia en la determinación de una identidad de marca distinta, lo que diferencia la marca en la mente del consumidor.

En la “personalidad de marca” también puede ser encarnada por un personaje real, (caso común el de celebridades, como Michael Jordan y Nike) o imaginario, como el Hombre de Marlboro. Puede también ser un personaje no real como de las historietas: un nomo, un gigante o un payaso.

La ventaja del personaje no real es el control que la marca ejerce sobre él, pues, envejece y no cambia a lo largo del tiempo, y ciertamente, más efectivo para “encarnar la personalidad con la cual la marca quiere ser identificada”.

Schmitt y Simonson en su libro *Marketing Y Estetica* hacen una alerta importante cuando dicen que estratégicamente es más interesante lanzar mano de una figura prototípica para representar una empresa y/o sus productos, con personas reales o portavoces ilustres para una representación gráfica. Por tratarse de un símbolo genérico, y ejercer atracción más amplia, el prototipo tiene mayor alcance en la identificación de clientes que un portavoz humano. Además de que la figura prototípica no tiene vida y tampoco acción propia; es una figura mítica que no puede estar sujeta a críticas, como estaría un portavoz real.

En la actualidad, el público más joven tiene un contacto más permanente con los personajes de marca y su producto. Además de los habituales medios, como envases, televisión, ahora el Internet y los juegos electrónicos proporcionan una interacción diaria. Así pues, las características morfológicas de los personajes de marca, encuentran referencias casi siempre muy familiares.

Construcción de un personaje

A continuación se enlistan y explican los pasos, para la creación de personajes publicitarios respetando el Método Estandarizado propuesto por Alan Cooper, en su libro *About Face 3: The Essentials of Interaction Design*:

1. Formular hipótesis de personaje

A consecuencia de la formulación de hipótesis de personajes, se define el foco de las investigaciones etnográficas. Identificar las tres preguntas fundamentales, que necesitan ser respondidas de manera genérica:

A. *¿Qué clase de persona utilizarán este producto?*

B. *¿Cómo variarán las necesidades y los comportamientos de estas personas?*

C. *¿Qué gamas de comportamientos y tipos de entorno necesitan ser investigados?*

A partir de las respuestas a estas preguntas, se comienza con las investigaciones, el foco de las investigaciones, estará determinado por las respuestas que se den a estas tres preguntas. La información en esta fase proviene de una variedad gama de datos: descripción administrativa de roles, análisis de tareas, diagramas de flujos de tareas, organigramas, estadísticas tecnológicas y/o de marketing, etc.

2. Revisar la hipótesis de personaje

Después de haber desarrollado las investigaciones etnográficas, y de haber estructurado y analizado los resultados, se comparan los patrones identificados en los resultados con las suposiciones realizadas en la fase anterior; de esta manera se verifica la validez de los roles, y de las variaciones de comportamiento formuladas. Si las hipótesis no son válidas deberán formularse nuevas hipótesis.

3. Relacionar usuarios entrevistados con variables de comportamiento

Si están identificadas las variables de comportamiento, se debe relacionar cada usuario con un lugar en la gama de comportamiento.

4. Identificar patrones de comportamiento

Cuando se ha relacionado, a los usuarios con un lugar en la gama de comportamiento, se pueden apreciar grupos de usuarios que se repiten a través de las diferentes gamas de comportamiento. Estas repeticiones constituyen patrones. Podrían verse patrones como el siguiente: los usuarios expertos de procesadores de textos no pinchan en los íconos, sino que utilizan las teclas de acceso directo cuando quieren ejecutar una acción determinada.

5. Sintetizar características y metas relevantes

En cada patrón significativo de comportamiento, que se haya señalado, se sintetizan los detalles más sobresalientes en forma de lista. Se describe el entorno potencial de uso, un día de trabajo típico, maneras en que los usuarios realizan su trabajo, frustraciones, etc. En este momento se pueden incluir ciertos detalles de ficción, para afinar la personalidad de los personajes, el nombre del personaje por ejemplo u otros datos demográficos que encajen con los patrones descubiertos. Cooper advierte sobre los peligros de la utilización de demasiados datos provenientes de la ficción.

En formulación de las metas, sólo cabe agregar que para qué las metas sean efectivas como herramienta de diseño, éstas deben guardar cierta relación con el producto que se está diseñando.

6. Verificar la completitud del elenco

Siempre se debe verificar por un lado, que no hayan quedado patrones de comportamiento sin representar, y por otro, que no haya personajes redundantes. Un personaje es redundante cuando existe otro del que sólo se diferencia por cuestiones demográficas.

7. Desarrollar narrativas

La lista de características debe transformarse en una narrativa, que contenga de manera explícita las metas, necesidades y el resto de las características del personaje. Esta narrativa servirá como medio de comunicación entre los integrantes del equipo de diseño.

8. Definir tipos de personajes

En este paso los personajes ya pueden percibirse como gente real. Este último paso en el proceso de creación de personajes consiste en definir tipos de personajes de acuerdo a niveles de importancia. Esta actividad podría considerarse como fuera del proceso de creación de personajes, ya que es una meta-actividad.

Es en este punto donde Cooper hace una aseveración extrema, que él denomina axioma: una interfaz debe ser diseñada sólo para un único personaje. Este tema se comentará con mayor profundidad más adelante, por ahora es interesante remarcar que este enfoque está en total oposición a la práctica actual del diseño de software. Cooper compara al software actual con las famosas navajas suizas Victorinox, un artefacto para muchos tipos de usuarios diferentes. Se debe pensar por ejemplo, en la interfaz de Photoshop, utilizada por colectivos tan disímiles como diseñadores web, fotoperiodistas, artistas digitales y editores de video.

Establece una jerarquía de personajes, en lo más alto de la lista se encuentra el personaje primario, las interfaces deben ir dirigidas especialmente a este personaje primario. Cuando haya más de un personaje primario, también deberá haber más de una interfaz.

Personalidad, el personaje y la marca que representa

La personalidad es un conjunto de características o patrones, que definen a una persona, es decir, los pensamientos, sentimientos, actitudes y hábitos y la conducta de cada individuo, de manera muy particular; hacen que las personas sean diferentes a las demás. La manera en que cada ser pensante, actúa sobre situaciones diversas, nos dice algo sobre la personalidad de cada persona, en otras palabras es el modo habitual por el cual cada ser piensa, habla, siente y lleva a cabo alguna acción para satisfacer sus necesidades en su medio físico y social.

Cuando una marca crea un personaje real o animado, que sea identificado por el público y asociado a la marca le reporta unos beneficios exacerbados, ya que permite vender incluso sin mostrar, dependiendo del poder de esa marca y del ícono, forman parte de nuestra vida, integrándose en la sociedad y usándose en el lenguaje popular, creando una cultura que se nutre de imágenes de marca.

Características Visuales, la relación con las características del producto

Alan Cooper sostiene que un personaje publicitario debe tener las características determinadas visuales para lograr una adecuada relación con las características que promueve. Dichas características son:

- Individualidad: los personajes son representados como gente real, con características concretas. Tienen nombres, gustos, ocupaciones, amigos, familias, etc. Los personajes son de la misma manera igual, un personaje de teatro tiene una identidad y existencia propia pese a ser ficción. Los personajes tienen edad, género, nivel de cultural. Tienen historias de vida, motivaciones, preferencias y maneras de hacer las cosas.

Alan Cooper sostiene que, “cuanto más específicos son los personajes, más útiles son como herramienta de diseño, ya que éstos se vuelven personas reales en la mente de los diseñadores”

- Unión al contexto: debido al enfoque etnográfico de recolección de información, mencionado anteriormente, los personajes están en íntima conexión con el contexto para el que fueron creados. Esto significa que los personajes sirven específicamente para un producto determinado en un contexto determinado, y no pueden ser fácilmente reutilizados para otros productos ya que no son modelos genéricos de usuarios.
- Pertenencia a un elenco: una descripción del target contiene datos demográficos, tal vez descripciones de estilos de vida, actitudes, roles, etc. Lo que generalmente no describe son las gamas de comportamiento que exhiben los integrantes de este target, al utilizar un producto interactivo. Los personajes pretenden, identificar tipos ejemplares de comportamiento dentro de las gamas identificadas. Por este motivo, se debe constituir un elenco de personajes asociado a un determinado producto. Los múltiples personajes permiten transformar la gama en elementos discretos, que están en correlación con diferentes segmentos de la gama de comportamiento.
- Motivación de la acción: el diseño de la interacción sólo tiene sentido, cuando hay un usuario utilizando el producto interactivo por algún motivo. De ahí que los personajes (los usuarios) y las metas (los motivos) sean los componentes esenciales del enfoque parte de la premisa que un usuario utiliza un producto interactivo con un fin determinado: entretenerse, trabajar, etc. El tema de las metas será tratado más exhaustivamente a continuación.
- Metas: es necesario distinguir metas de tareas. Una meta es una condición final, mientras que una tarea es un estadio intermedio, una manera de alcanzar una meta.

Dichas metas están dirigidas por la motivación, y son perennes, mientras que las tareas están casi completamente determinadas por la tecnología. Cuando una persona quiere ir a su trabajo por las mañanas, la meta puede ser, hacerlo rápidamente y con la mayor comodidad posible. La tarea depende, del medio de transporte elegido y de la época en que la tarea debe llevarse a cabo.

Hoy en día la tarea puede ser abordar el autobús o conducir un automóvil. Antes de la revolución industrial la tarea era caminar o cubrir la distancia que separaba la vivienda del lugar de trabajo, gracias a la utilización de un medio de transporte de tracción a sanguínea.

Los personajes permiten al diseñador, entender y diferenciar metas de tareas. El diseñador debe concentrarse primariamente en las metas, para luego encargarse de diseñar las tareas; es decir la funcionalidad del producto, que permitirá al usuario alcanzar sus metas.

Es, en este punto donde la investigación etnográfica muestra su importancia. No tiene sentido preguntar abiertamente a los usuarios, cuáles son sus metas.

El investigador y diseñador deducen las metas, a partir del comportamiento observado, de respuestas dadas por los usuarios durante la observación, de claves no-verbales o de la apariencia del entorno, como por ejemplo el uso de chuletas para recordar un procedimiento de trabajo.

Una vez identificadas las metas, éstas se expresan de la manera más sucinta posible. Cooper distingue dos grandes tipos de metas: metas del usuario y metas externas; de las cuales las metas del usuario son las más importantes”.

Tipos de personaje

La categorización de los personajes, en diferentes tipos, es un elemento fundamental del enfoque Cooperiano de diseño orientado a las metas.

Esta tipificación no es inherente a la creación de personajes, el acto de crear los diferentes tipos de personajes no difiere entre un tipo y otro. Los tipos de personajes según Cooper son: “primarios, secundarios, suplementarios, otros, servidos, negativos”

Personajes primarios

Estos representan al objetivo primario para el diseño de una interfaz, un personaje es primario cuando sus necesidades y metas son lo suficientemente únicas, como para requerir una interfaz propia. Existe una relación de uno a uno entre interfaz y personaje; el personaje primario está perfectamente satisfecho con la interfaz, no hay nada, que el personaje necesite y la interfaz no ofrezca.

Puede ocurrir que, un mismo producto interactivo cuente con diferentes personajes primarios, por consecuencia deberá contar también con diferentes interfaces.

Personajes secundarios

El personaje secundario, está casi satisfecho con la interfaz del personaje primario, sino fuese por algunas necesidades específicas que no quedan satisfechas por esta interfaz. El personaje secundario es casi tan importante como el principal. En este caso, la interfaz del usuario primario deberá ser adaptada para incluir elementos requeridos, por el personaje secundario. Es importante que esta adaptación no cree conflictos con las necesidades o metas del primario.

Personajes suplementarios

Son aquellos personajes que, sin ser redundantes, quedan completamente satisfechos por la interfaz de los personajes primarios o secundarios. Para estos no hace falta diseñar ninguna interfaz aparte.

Otros personajes

Existen otros personajes que sirven para mejorar el entendimiento del contexto del producto. Y no determinan consecuencias directas para el diseño.

Personajes servidos

Estos, usuarios del producto, pero sí están directamente afectados por el uso del producto. Ejemplo mantelitos individuales para niños, que utilizan en los restaurantes

Personajes negativos

Son personajes publicitarios, que reflejan antagónicamente las cualidades del personaje principal, pero que retóricamente cumplen con la función de promocionar determinada marca entrelazando como en la realidad, lo bueno y lo malo.

IV Campaña Informativo

“Las campañas informativas, son aquellas que están conformadas artículos de contenido, tips y métodos de uso o aplicación que encuentras en algunos productos. No son una novedad, porque se utilizan desde hace tiempo.”⁸³ Son las usadas para cómo utilizar algo, folletos, información de nutrientes, etc.

Anteriormente, las campañas tenían un límite mucho más marcados, pero ahora debido al constante cambio de negocios y la competitividad, las empresas invierten más en campañas.

Es el tipo más común de campaña. Se utiliza desde tiempos antiguos para brindar información a consumidores.

Cabe destacar que la creación de este tipo de campañas impulsa la confianza con el cliente, pues se vuelve como un asesor y se asume una posición de liderazgo. Este tipo de campañas servirá para desarrollar nuevos clientes y fidelizar a los existentes

83 MARKETERO. Incrementa Tus clientes con Campañas Informativas. [en línea] Disponible en < <https://marketero.com.mx> > [Consulta 4/2/15]

Identificador de campaña.

Pregunta realizada a las maestras:

Para la campaña que se tiene en plan, se tiene pensado el que tanto padres, maestros y niños se unan contra las bacterias. Para ello, se necesita darle un nombre a la unión de los grupos anteriores. ¿Cuál de los siguientes nombres le parece más adecuado para dicha unión? Colocar el por qué.

Unidad anti-bacterias
Liga anti-bacterias
Escuadrón anti-bacterias

Respuestas:

Unidad anti-bacterias II
Liga anti-bacterias I
Escuadrón anti-bacterias II

Descripciones:

“Está claro y corto, se escucha bien”
“Porque todos se incluyen y forman una unidad”
“Porque será un gran equipo el que se unirá para terminar con las bacterias”

Análisis:

Las maestras tienen una mayor preferencia por el nombre “unidad anti-bacterias” y “Escuadrón anti-bacterias” debido a que ambos reflejan el concepto e implican la unión de todos los grupos objetivos. Será necesario decidir entre estas dos opciones para definir el nombre de la campaña.

ANEXO 12. HISTORIAS: UNIDAD ANTI BACTERIAS

Capítulo 1. Años en el futuro

¡Qué lugares tan hermosos!
Llenos de mucho esplendor,
muchos objetos lucen brillosos
y a los ciudadanos llenan de vigor.

En estos años los carros ya vuelan,
los niños aprenden y juegan
y las familias viven sin problemas.

Todos los días un nuevo invento surge,
para mejorar la vida de las personas,
todos son muy bondadosos,
y se cuidan el uno al otro.

Capítulos 2. Futuro lleno de bacterias

Es un sitio muy hermoso,
el lugar donde viven los ciudadanos,
todos en perfecta salud
y siguiendo sus sueños.

Pero la perfección no duró
pues algo del fondo surgió
y a todos ensució.

La ciudad de las bacterias,
así los llamaron
y todos coincidieron,
que ayuda necesitaban.

Capítulos 3. La solución

A pesar de su estado,
ellos no se rendirán,
todos siguieron adelante
y una solución se ha encontrado.

Un científico la concibió
y anti bacterias la ha nombrado;
por fin las esperanza ha llegado.

Es solo cuestión de tiempo
que surjan héroes que les ayuden;
la solución ya la tienen,
es solo cuestión de tiempo.

Capítulos 4. La unión

Aunque habían familias con enfermedades,
ellas permanecieron esperando por héroes;
aquellos quienes los salvarían,
de las bacterias que los invadieron.

“Amigos míos, mi nombre es Darikson,
el que protege contra el mal;
bríndenme su apoyo para combatir a las bacterias.”

Palabras de esperanza él les dijo
y muchos se le unieron,
pues todos sintieron,
un deber cada quien con su hijo.

Capítulo 5. Contra las bacterias.

Se formó un gran equipo,
todo por un mismo objetivo,
querían ver que la salud regresara
y que el poblador a la tierra alegrara.

Darikson y sus aliados se prepararon,
con anti bacterias se equiparon
y a buscar las bacterias se marcharon.

A las bacterias no podían ver,
pero sabían que estaban ahí,
con el anti bacterias las atacaron,
y todo limpio regresó a estar.

Capítulo 6. Un equipo seremos.

Darikson y los demás se vieron triunfantes,
las bacterias eliminadas fueron;
pero esto solo estaba comenzando,
pues ellas eran demasiadas y seguían apareciendo.

Para poder realmente eliminar a las bacterias,
su raíz debían encontrar,
lo cual solo, en equipo, podrían lograr.

“Unirnos debemos, amigos” lo escucharon
llamando a los pobladores;
así se le unieron más seguidores
y “Capitán Darikson” lo proclamaron.

Capítulo 7. Súper Anti Bacterias

Con nuevas fuerzas,
la unidad anti bacterias surgió;
con el fin de eliminar a las bacterias,
de una vez y para siempre.

Ayuda del científico pidieron,
para crear algo poderoso
que eliminara a todas las bacterias de un solo.

Así, el científico con mucho esfuerzo,
logró mejorar la fórmula original del anti bacterias;
creando así, iel Súper Anti Bacterias!
El cual debían de usar para la raíz eliminar.

Capítulo 8. La raíz de las bacterias

Equipados con lo necesario,
fueron a buscar la raíz de la enfermedad;
dentro de calles más sucias,
en el área más turbia.

Los visores de los héroes indicaron el lugar,
luego ellos se aproximaron,
con mucha habilidad.

“Vamos amigos,
ya vamos a llegar;
el anti bacterias vamos a utilizar
y a la humanidad salvar.”

Capítulo 9. Usan Súper Anti Bacterias

Cerca de la batalla final,
Darikson y su equipo se adentran al lugar;
examinando los alrededores,
ellos buscan la raíz de las bacterias.

Con mucho valor se aproximan,
y sus visores encuentran,
más y más bacterias mientras caminan.

“Ahí está” dice uno;
era una bacteria gigante.
Los héroes utilizan el Súper Anti Bacterias,
y la bacteria gigante se deshace sin más.

Capítulo 10. Victoria

El sol comienza a brillar de nuevo,
el aire se respira más puro,
las familias se empiezan a sentir mejor,
pues la bacteria gigante cayó.

Darikson y su equipo salen,
con la gran ilusión,
de un nuevo comienzo.

Tras ese día,
la Unidad Anti Bacterias se presenta,
oficialmente nombrando a su amigo,
Capitán Darikson al mando.

Capítulo 11. Esto no ha acabado

Celebrando su victoria,
el Capitán Darikson se pregunta el motivo de tanta bacteria.
¿por qué les dolía el estómago a todos?
¿por qué tosían demasiado los niños?

La duda aumenta entre los ciudadanos,
el motivo era sencillo,
Nadie había seguido las reglas de higiene de manos.

Todo esto pudo haberse evitado
con un buen lavado de manos antes de comer;
todo esto pudo haberse evitado,
con un buen lavado de manos antes y después de ir al baño.

Capítulo 12. De regreso al pasado

Aunque a la bacteria gigante derrotaron,
en el fondo las nuevas bacterias se seguían multiplicando,
pues seguían encontrando muchas familias,
que creían tener bien lavadas las manos.

De nuevo a los niños les empezó a doler el estómago,
luego empezaron a toser más fuerte,
ellos ya no querían comer,
de lo enfermos que se sentían.

No importa cuánto Súper Anti Bacterias usaban,
bacterias más poderosas seguían apareciendo,
esto ya no tenía solución,
solo regresar en el tiempo para evitarlo desde el principio.

Capítulo 13. La máquina del tiempo

“Amigos míos, debemos regresar en el tiempo.
para advertirle a las familias,
lo que pasará si dejan,
que las bacterias se multipliquen en sus manos.”

Se esforzaron mucho por crear una máquina del tiempo,
pero después de un tiempo,
lograron terminarla.

Anunciado el día para regresar en el tiempo,
Cada héroe regresarían en el tiempo a una ciudad
y advertir a las familias sobre lo que pasa si
los hábitos de lavado de manos no adoptan.

Capítulo 14. De regreso.

Equipo listo,
la máquina ya está lista para viajar 400 años atrás,
Capitán Darikson y los demás
entraron en la máquina.

3,2,1, ¡al pasado!
Estrellas alrededor, mucho color,
Próximamente en el pasado estarán.

Un viaje en el tiempo,
todo por un mejor futuro.
“Ya vamos a llegar amigos,
y la tragedia de las bacterias evitaremos.”

Capítulo 15. El día de hoy

A lejos se escuchó un estruendo
y se vio del cielo una luz caer.
Los héroes habían llegado al pasado
pero estaban un poco desconcertados.

“¿Dónde estoy?” se dijo el Capitán Darikson,
mirando alrededor, sin saber qué pasó.
“Ya recordé, ¡al pasado viajé!”

Revisando el lugar,
el Capitán Darikson supo dónde estaba,
“Es hora de encontrar un lugar
para ir a descansar.”

Capítulo 16. Satélite

Era hora de buscar un campamento,
para que los héroes colocaran su equipamiento,
mientras habitaban en el pasado
y pensar en el plan adecuado.

“Debemos de quedarnos en un lugar,
alejado de todos los habitantes,
para nosotros crear un buen plan”.

Así que el Capitán Darikson y su equipo,
usando sus botas a propulsión,
se lanzaron al espacio,
y en un satélite se establecieron.

Capítulo 17. El país de la eterna primavera

Establecidos en el satélite,
era hora que cada quien encontrase un país,
que podía ser víctima de muchas bacterias
y poder advertirles de ellas.

Un país donde las personas se sonreían,
un país donde las personas trabajaban,
un país donde vivían familias felices.

El Capitán Darikson utilizó su telescopio,
y así por fin encontró ese lugar
al que tanto quería ayudar;
esa ciudad con mucha belleza
y que su ayuda iba a necesitar.

Capítulo 18. El encuentro con las bacterias

El Capitán Darikson se acercó a la ciudad
para realizar un reconocimiento del lugar;
muchas familias observó
y su diagnóstico emitió.

El lugar se veía bien a simple vista,
pero al utilizar el visor detector de bacterias,
pudo ver las bacterias en las manos de las personas.

“Debo prevenir a las familias,
las bacterias aún son pequeñas,
ahora que ellos están a salvo
y ellos aún no se han enfermado”
exclamó el Capitán Darikson.

Capítulo 19. Queridas familias

El Capitán Darikson decidió,
que visitando escuelas era lo mejor,
las familias lo escucharían
y a los niños les enseñarían.

Y así el Capitán Darikson comenzó su misión,
visitando varias escuelas,
donde contó sus aventuras en el futuro
y a los niños entusiasmó.

Cuidadosamente escucharon su historia
y creyeron todo lo que les contó;
luego sus pasos comenzaron a seguir
y trabajaron en equipo contra las bacterias.

Capítulo 20. ¡Es hora de lavarse!

Los niños y sus familias
paso por paso aprendieron del Capitán Darikson,
antes y después de ir al baño se lavaban,
antes de comer contentos se decían “¡Es hora de lavarse!”.

Echando jabón en sus manos
círculos con sus palmas hacían,
entre los dedos se limpiaban,
luego frotaban detrás de sus manos
y finalmente se enjugaban.

Las bacterias no tenían oportunidad,
pues las familias ya no les daban lugar;
corriendo se desprendieron
y en el espacio se perdieron.

Capítulo 21. De vuelta al futuro

Tras 21 días de arduo esfuerzo,
el Capitán Darikson estaba muy feliz,
pues las familias estaban libres de las bacterias
y su misión había logrado.

“Mi labor aquí ha concluido,
es hora que mi equipo y yo regresemos al futuro,
Adiós hermosas familias, con cariño los recordaré,
y no olviden pensar en mí cada vez que digan:
-¡Es hora de lavarse!-”

Todos muy agradecidos le dieron una linda despedida,
luego la máquina del tiempo encendieron
y el Capitán Darikson y su equipo regresaron al futuro.

De vuelta en el futuro, la ciudad estaba limpia de nuevo
todos estaban sanos y el nombre de donde vivían cambiaron
“la hermosa ciudad de la eterna primavera”.

Misión cumplida.

ANEXO 13. INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN

UNIVERSIDAD DEL ISTMO
ENCUESTA DE VALIDACIÓN PARA DISEÑADORES

Nombre:

Teléfono:

Lugar donde labora:

Puesto que ocupa:

Instrucciones: Analizando las piezas de la campaña, se pide 15 minutos de su tiempo para responder a la siguiente encuesta para validar el diseño de la campaña.

1. Considera que los formatos de las distintas piezas:
 - a. Ayudan al fácil almacenamiento y manejo de las mimas.
 - b. Economizan los costos para la campaña
 - c. Le son indiferentes
2. Cree que los formatos escogidos transmiten:
 - a. Entretenimiento
 - b. Comodidad
 - c. Libertad
3. Piensa que el soporte escogido brinda:
 - a. Durabilidad y resistencia al agua.
 - b. El economizar costos.
 - c. Otro ¿Cuál?
4. El soporte escogido le da la sensación de:
 - a. Pertenencia
 - b. Comodidad
 - c. Calidez
 - d. Otro ¿Cuál?
5. Los colores fríos que observa en el material los asocia con:
 - a. Limpieza y salud
 - b. Suciedad y desorden
 - c. Tristeza
6. Los colores cálidos utilizados en las piezas permiten:
 - a. Crear desentono.
 - b. Complementar los colores fríos y crear puntos de interés.
 - c. Romper con la monotonía.
7. La utilización de los colores transmite ____ con el tema.
 - a. No asociarse
 - b. Diferenciación
 - c. Confianza
8. La tipografía utilizada en los materiales permiten:
 - a. Diferenciar titulares de contenido.
 - b. Separar áreas de información.
 - c. Llamar su atención.
9. La tipografía implementada en cuerpo de texto, al leer el contenido, le da la sensación de:
 - a. Comodidad.
 - b. Desagrado
 - c. No logro entender el texto.
10. Considera que los elementos de las texturas de agua generan:
 - a. Continuidad en las piezas.
 - b. Distracción del contenido.
 - c. Ninguna de las anteriores ¿Por qué?
11. Cree que los elementos de las líneas gruesas y cuadros que simulan pantallas transmiten:
 - a. Distracción del contenido.
 - b. Atención a esas áreas.
 - c. Ninguna de las anteriores ¿Por qué?
12. Piensa que los elementos gráficos de apoyo transmiten:
 - a. Libertad
 - b. Disgusto
 - c. Encanto
13. La utilización de las retícula jerárquica en las piezas brindan:
 - a. Mayor jerarquía a la imagen.
 - b. Minimalismo.
 - c. Desorden ¿Por qué?
14. La manera en que están distribuidos los elementos en las piezas (textos e ilustraciones) expresan:
 - a. Atrevimiento
 - b. Diferenciación
 - c. Desorden ¿Por qué?

15. Supone que las ilustraciones permiten:
- Crear una secuencia de pasos a seguir y comprender mejor el contenido.
 - Llamar la atención de los niños.
 - No transmiten ningún mensaje específico
16. Considera que las ilustraciones transmiten
- Identificación
 - Rechazo
 - Distorsión
 - Autonomía
17. Piensa que las piezas escogidas permiten que el grupo objetivo:
- Comprenda el tema de higiene de manos.
 - Adopte el hábito de lavados de manos.
 - No los entiende ¿Por qué?
18. Cree que la cantidad de piezas utilizadas en la campaña
- Son suficientes para cumplir los objetivos.
 - No son suficientes para que el grupo objetivo aprenda el hábito.
 - Otros ____
19. Considera que la estrategia de 21 días para aprender un hábito implementada en la campaña
- Funcionaría para adoptar el hábito de lavado de manos.
 - No sería suficiente ¿Qué mejoraría?
 - Otros ¿Qué mejoraría?

Observaciones

UNIVERSIDAD DEL ISTMO

ENCUESTA DE VALIDACIÓN PARA EXPERTOS RELACIONADOS

Nombre: _____

Lugar de trabajo: _____

Cargo que ocupa: _____

Número de teléfono: _____

Instrucciones: Analizando las piezas de la campaña, por favor conteste lo que se pida a continuación:

- Considera que los tamaños de las distintas piezas:
 - Ayudan al fácil almacenamiento y manejo de las mimas.
 - Economizan los costos para la campaña
 - Le son indiferentes
- Cree que los que los tamaños de las distintas piezas escogidos transmiten:
 - Entretenimiento
 - Comodidad
 - Libertad
- Piensa que el tipo de papel escogido brinda:
 - Durabilidad y resistencia al agua.
 - El economizar costos.
 - Otro ¿Cuál?
- El tipo de papel elegido le da la sensación de:
 - Pertenencia
 - Comodidad
 - Calidez
 - Otro ¿Cuál?
- Los colores que observa en el material los asocia con:
 - Limpieza y salud
 - Suciedad y desorden
 - Tristeza
- La utilización de los colores transmite ____ con el tema.
 - No asociarse
 - Diferenciación
 - Confianza

7. El tipo de letra utilizada en los materiales permite
- Diferenciar los títulos de contenido.
 - Separar áreas de información.
 - Llamar su atención.
8. El tipo de letra implementada en cuerpo de texto, al leer el contenido, le da la sensación de:
- Comodidad.
 - Desagrado
 - No logro entender el texto.
9. Considera que las texturas de agua generan:
- Continuidad en las piezas.
 - Distracción del contenido.
 - Ninguna de las anteriores ¿Por qué?
10. Cree que los elementos de las líneas gruesas y cuadros de pantallas transmiten:
- Distracción del contenido.
 - Atención a esas áreas.
 - Ninguna de las anteriores ¿Por qué?
11. Piensa que los elementos de apoyo transmiten
- Libertad
 - Disgusto
 - Encanto
12. La manera en que están distribuidos los elementos (textos e ilustraciones) expresan
- Atrevimiento
 - Diferenciación
 - Desorden ¿Por qué?
13. Supone que las ilustraciones permiten:
- Crear una secuencia de pasos a seguir y comprender mejor el contenido.
 - Llamar la atención de los niños.
 - No transmiten ningún mensaje específico
14. Considera que las ilustraciones ayudarán a la transmisión de
- Identificación
 - Rechazo
 - Distorsión
 - Autonomía
15. Cree que el contenido en las piezas
- Es correcto para los materiales
 - Transmite correctamente los mensajes
 - No los entiende ¿por qué?
16. Las piezas le generan:
- Interés
 - Aburrimiento
 - Rechazo
17. La respuesta anterior es debido a
- Su dinamismo
 - La utilización de ilustración
 - Los colores y texturas
 - El contenido
 - Otro, indicar ____

Observaciones:

ENCUESTA PARA GRUPO OBJETIVO NIÑOS

1. Crees que el tamaño de los materiales es para que
 - a. Las puedas guardar fácil.
 - b. No se gaste mucho en impresión
 - c. No lo sé.

2. Crees que los que los tamaños de los materiales son para que
 - a. Te diviertas
 - b. Que estés cómodo con ellas.
 - c. Te sientas libre.

3. Piensas que el tipo de papel hace que los materiales
 - a. Duren mucho y resistan al agua
 - b. Se ahorre dinero
 - c. Otro ¿Cuál?

4. El tipo de papel elegido te hacen sentir
 - a. Que es tuyo
 - b. Cómodo
 - c. Tibieza
 - d. Otro ¿Cuál?

5. Los colores que ves te recuerdan a:
 - a. Limpieza y salud
 - b. Suciedad y desorden
 - c. Tristeza

6. Crees que las líneas gruesas y pantallas te:
 - a. Distraen
 - b. Llaman tu atención
 - c. Ninguna de las anteriores ¿Por qué?

7. Los anteriores te:
 - a. Hacen sentir libre.
 - b. Disgustan.
 - c. Gustan.

8. El orden de lo que hay en las piezas hace que
 - a. Se vea abusivo.
 - b. Puedas diferenciar la imagen de lo demás
 - c. Veas desorden ¿Por qué?

9. Los dibujos crees que son para
 - a. Seguir paso por paso la explicación.
 - b. Llaman mi atención.
 - c. Nada. ¿Por qué?

10. Consideras que los dibujos te hacen sentir:
 - a. Cómodo porque son fácil de entender
 - b. Incómodo porque no me gustan
 - c. Confuso porque No entiendo
 - d. Ninguna.

NOMBRE: _____

TELÉFONO O CELULAR: _____

LUEGO DE ANALIZAR LAS PIEZAS DE LA CAMPAÑA “UNIDAD ANTI BACTERIAS”, SE LE AGRADECE SU TIEMPO Y VERACIDAD PARA EVALUAR CONTESTANDO LA SIGUIENTE ENCUESTA. MARQUE LA QUE CONSIDERA MÁS APROPIADA.

1. Considera que los tamaños de las distintas piezas:
 - a. Ayudan a manejar y almacenarse fácilmente.
 - b. Reducen los costos para la campaña
 - c. Le son indiferentes
2. Cree que los tamaños de las piezas transmiten:
 - a. Entretenimiento
 - b. Comodidad
 - c. Libertad
3. Piensa que el tipo de papel de las piezas permitirá
 - a. Que dure y resista al agua
 - b. Reduzca costos
 - c. Otro ¿Cuál?
4. El tipo de papel elegido le da la sensación de:
 - a. Pertenencia
 - b. Comodidad
 - c. Calidez
 - d. Otro ¿Cuál?
5. Los colores que observa en el material le recuerdan al tema de:
 - a. Limpieza y salud
 - b. Suciedad y desorden
 - c. Tristeza
6. Los colores en los materiales expresan:
 - a. No los asocia al tema de lavado de manos
 - b. Distinguir el tema.
 - c. Confianza con el tema.
7. El tipo de letra utilizada le transmite:
 - a. Fácil de leer.

- b. Confusión
- c. Movimiento

8. El tipo de letra implementada en cuerpo de texto, al leer el contenido, le da la sensación de:

- a. Comodidad.
- b. Desagrado
- c. No logro entender el texto.

9. Considera que los elementos de las líneas gruesas y pantallas le transmiten:

- a. Distracción del contenido.
- b. Atención a esas áreas.
- c. Ninguna de las anteriores ¿Por qué?

10. Piensa que los elementos de apoyo transmiten

- a. Libertad
- b. Disgusto
- c. Encanto

11. La manera en que están distribuidos los elementos en las piezas (textos e ilustraciones) le dan la sensación de:

- a. Atrevimiento
- b. Diferenciación de elementos.
- c. Desorden ¿Por qué?

12. Considera que las ilustraciones lo ayudarán a:

- a. Su fácil identificación.
- b. Su rechazo
- c. A que no las entienda
- d. Ninguna de las anteriores. ¿Por qué?

13. Las piezas le generan:

- a. Interés
- b. Aburrimiento
- c. Rechazo

14. La respuesta anterior es debido a

- a. Su dinamismo
- b. La utilización de ilustración
- c. Los colores y texturas
- d. El contenido
- e. Otro, indicar ____

NOMBRE: _____

TELÉFONO O CELULAR: _____

LUEGO DE ANALIZAR LAS PIEZAS DE LA CAMPAÑA "UNIDAD ANTI BACTERIAS", SE LE AGRADECE SU TIEMPO Y VERACIDAD PARA EVALUAR CONTESTANDO LA SIGUIENTE ENCUESTA. MARQUE LA QUE CONSIDERA MÁS APROPIADA.

1. Considera que los tamaños de las distintas piezas:
 - a. Ayudan a manejar y almacenarse fácilmente.
 - b. Reducen los costos para la campaña
 - c. Le son indiferentes
2. Cree que los tamaños de las piezas transmiten:
 - a. Entretenimiento
 - b. Comodidad
 - c. Libertad
3. Piensa que el tipo de papel de las piezas permitirá
 - a. Que dure y resista al agua
 - b. Reduzca costos
 - c. Otro ¿Cuál?
4. El tipo de papel elegido le da la sensación de:
 - a. Pertenencia
 - b. Comodidad
 - c. Calidez
 - d. Otro ¿Cuál?
5. Los colores que observa en el material le recuerdan al tema de:
 - a. Limpieza y salud
 - b. Suciedad y desorden
 - c. Tristeza
6. Los colores en los materiales expresan:
 - a. No los asocia al tema de lavado de manos
 - b. Distinguir el tema.
 - c. Confianza con el tema.
7. El tipo de letra utilizada le transmite:

- a. Fácil de leer.
- b. Confusión
- c. Movimiento

8. El tipo de letra implementada en cuerpo de texto, al leer el contenido, le da la sensación de:
 - a. Comodidad.
 - b. Desagrado
 - c. No logro entender el texto.
9. Considera que los elementos de las líneas gruesas y pantallas le transmiten:
 - a. Distracción del contenido.
 - b. Atención a esas áreas.
 - c. Ninguna de las anteriores ¿Por qué?
10. Piensa que los elementos de apoyo transmiten
 - a. Libertad
 - b. Disgusto
 - c. Encanto
11. La manera en que están distribuidos los elementos en las piezas (textos e ilustraciones) le dan la sensación de:
 - a. Atrevimiento
 - b. Diferenciación de elementos.
 - c. Desorden ¿Por qué?
12. Considera que las ilustraciones lo ayudarán a:
 - a. Su fácil Identificación.
 - b. Su rechazo
 - c. A que no las entienda
 - d. Ninguna de las anteriores. ¿Por qué?
13. Las piezas le generan:
 - a. Interés
 - b. Aburrimiento
 - c. Rechazo
14. La respuesta anterior es debido a
 - a. Su dinamismo
 - b. La utilización de ilustración
 - c. Los colores y texturas
 - d. El contenido
 - e. Otro, indicar.

TABULACIÓN PARA GRUPO OBJETIVO PADRES (10)

1 Considera que los tamaños de las distintas piezas:

- a IIIII III
- b I
- c II

2 Cree que los tamaños de las piezas transmiten:

- a IIIII IIII
- b I
- c I

3 Piensa que el tipo de papel de las piezas permitirá

- a III
- b IIIII I
- c I

4 El tipo de papel elegido le da la sensación de:

- a I
- b IIIII II
- c II
- d

5 Los colores que observa en el material le recuerdan al tema de:

- a IIIII IIIII
- b
- c

6 Los colores en los materiales expresan:

- a II
- b IIIII I
- c II

7 El tipo de letra utilizada le transmite:

- a IIIII IIIII
- b
- c

8 El tipo de letra implementada en cuerpo de texto le da la sensación de:

- a IIIII IIII
- b I
- c

9 Considera que los elementos de las líneas gruesas y pantallas le transmiten:

- a
- b IIIII IIIII
- c

10 Piensa que los elementos de apoyo transmiten

- a IIIII
- b
- c IIIII

11 La manera en que están distribuidos los elementos le dan la sensación de:

- a III
- b IIIII II
- c

12 Considera que las ilustraciones lo ayudarán a:

- a IIIII IIIII
- b
- c
- d

13 El tipo de papel elegido le da la sensación de:

- a IIIII IIIII
- b
- c

14 La respuesta anterior es debido a

- a III
- b III
- c II
- d III
- f I

TABULACIÓN PARA GRUPO OBJETIVO NIÑOS (10)

1 Crees que el tamaño de los materiales es para que

- a IIIII II
- b II
- c I

2 Crees que los que los tamaños de los materiales son para que

- a III
- b II
- c IIIII

3 Piensas que el tipo de papel hace que los materiales

- a IIIII III
- b II
- c

4 El tipo de papel elegido te hacen sentir

- a IIII
- b IIII
- c I
- d I

5 Los colores que ves te recuerdan a:

- a IIIII IIII
- b I
- c

6 Crees que las líneas gruesas y pantallas te:

- a II
- b IIIII II
- c I

7 Los anteriores te:

- a I
- b
- c IIIII IIII

8 El orden de lo que hay en las piezas hace que:

- a II
- b IIIII III
- c

9 Los dibujos crees que son para:

- a IIIII III
- b I
- c I

10 Consideras que los dibujos te hacen sentir:

- a IIIII III
- b I
- c I

TABULACIÓN DE GRUPO OBJETIVO MAESTRAS (6)

1 Considera que los tamaños de las distintas piezas:

- a IIII
- b I
- c I

2 Cree que los tamaños de las piezas transmiten:

- a IIII
- b I
- c I

3 Piensa que el tipo de papel de las piezas permitirá:

- a IIIII I
- b
- c

4 El tipo de papel elegido le da la sensación de:

- a III
- b
- c IIII
- d

5 Los colores que observa en el material le recuerdan al tema de:

- a IIIII II
- b
- c

6 Los colores en los materiales expresan:

- a
- b II
- c IIIII

7 El tipo de letra utilizada le transmite:

- a IIIII
- b
- c II

8 El tipo de letra implementada en cuerpo de texto le da la sensación de:

- a IIIII II
- b
- c

9 Considera que los elementos de las líneas gruesas y pantallas le transmiten:

- a
- b IIIII II
- c

10 Piensa que los elementos de apoyo transmiten:

- a IIIII
- b
- c II

11 La manera en que están distribuidos los elementos le dan la sensación de:

- a II
- b IIIII
- c

12 Considera que las ilustraciones lo ayudarán a:

- a IIIII II
- b
- c
- d

13 El tipo de papel elegido le da la sensación de:

- a IIIII II
- b
- c

14 La respuesta anterior es debido a

- a II
- b I
- c III
- d I
- f

TABULACIÓN DE DISEÑADORES (6)

1 Considera que los formatos de las distintas piezas:

- a IIIII I
- b
- c

2 Cree que los formatos escogidos transmiten:

- a IIIII
- b I
- c

3 Piensa que el soporte escogido brinda:

- a II
- b III
- c I

4 El soporte escogido le da la sensación de:

- a II
- b IIIII
- c
- d

5 Los colores fríos que observa en el material los asocia con:

- a IIIII I
- b
- c

6 Los colores cálidos utilizados en las piezas permiten:

- a
- b IIIII I
- c

7 La utilización de los colores transmite ___ con el tema.

- a
- b
- c IIIII I

8 El tipo de letra utilizada permiten

- a III
- b III
- c

9 La tipografía utilizada loe dan la sesación de

- a IIIII I
- b
- c

10 Considera que los elementos de las texturas de agua generan:

- a IIIII
- b II
- c

11 Cree que los elementos de las líneas gruesas y cuadros transmiten:

- a
- b IIIII I
- c

12 Piensa que los elementos gráficos de apoyo transmiten

- a III
- b
- c III

13 La utilización de las reticula jerárquica en las piezas brindan

- a IIIII
- b I
- c

14 La manera en que están distribuidos los elementos en las piezas expresan

- a
- b IIIII I
- c

15 Supone que las ilustraciones permiten:

- a III
- b III
- c

16 Considera que las ilustraciones transmiten

- a IIIII I
- b
- c

17 Piensa que las piezas escogidas permiten que el grupo objetivo

- a II
- b IIIII
- c

18 Cree que la cantidad de piezas utilizadas en la campaña

- a IIIII I
- b
- c

- 19 Considera que la estrategia de 21 días para aprender un hábito implementada en la campaña
- a IIII I
 - b
 - c

TABULACIÓN DE EXPERTOS EN EL TEMA (3)

- 1 Considera que los tamaños de las distintas piezas:

- a III
- b
- c

- 2 Cree que los que los tamaños de las distintas piezas escogidos transmiten:

- a II
- b
- c I

- 3 Piensa que el tipo de papel escogido brinda:

- a II
- b I
- c

- 4 El tipo de papel elegido le da la sensación de:

- a
- b II
- c I
- d

- 5 Los colores que observa en el material los asocia con:

- a III
- b
- c

- 6 La utilización de los colores transmite ___ con el tema.

- a
- b
- c III

- 7 El tipo de letra utilizada en los materiales permite

- a I
- b I
- c I

- 8 El tipo de letra implementada en cuerpo de texto, al leer el contenido, le da la sensación de:

- a III
- b
- c

- 9 Considera que las texturas de agua generan:

- a III
- b
- c

- 10 Cree que los elementos de las líneas gruesas y cuadros de pantallas transmiten:

- a
- b III
- c

- 11 Piensa que los elementos de apoyo transmiten

- a II
- b
- c I

- 12 La manera en que están distribuidos los elementos (textos e ilustraciones) expresan

- a II
- b I
- c

- 13 Supone que las ilustraciones permiten:

- a II
- b I
- c

- 14 Considera que las ilustraciones ayudarán a la transmisión de

- a II
- b
- c
- d I

- 15 Cree que el contenido en las piezas

- a I
- b II
- c

- 16 Las piezas le generan:

- a III
- b
- c

- 17 La respuesta anterior es debido a

- a I
- b II
- c
- d
- e

ANEXO 15. FOTOGRAFÍAS DE PERSONAS QUE VALIDARON.

A continuación se presentan las fotografías junto con los datos otorgados por cada persona como constancia de la correcta ejecución de la validación.

Grupo objetivo

Grupo objetivo: Padres

Datos (nombre y número de teléfono)

Amparo García

José Raúl Tún

Lidia de Gómez 54003901

Honey (no dio apellido) 50706332

Miriam Martínez

Verónica Elizabeth Castillo Martínez - 59677694

Ofelia Carrillo

Jessica Sanchez 48402267

Dalila Coronado Coronado 51914456

Leidy Brianda González

Padres



Maestras

Grupo objetivo: Maestras

Se tomaron 6 debido a que es la población total del lugar.

Datos (nombre y número de teléfono)

Ana Beatriz Juarez E. 3428 1921

Eugenia Cabrera

Irma Yolanda Sacalxot Gómez. 55020497

Daniela Rivera

Melisa Fernandez 33582714

Claudia Ruiz Escobar 34341759

Grupo objetivo: Niños



Datos:

Steven
Kimberly
Honey
Jonathan
Samuel rivas Llorjan
Melody
Rodrigo
Camila
Benjamín Tun
Swandy

Diseñadores Gráficos

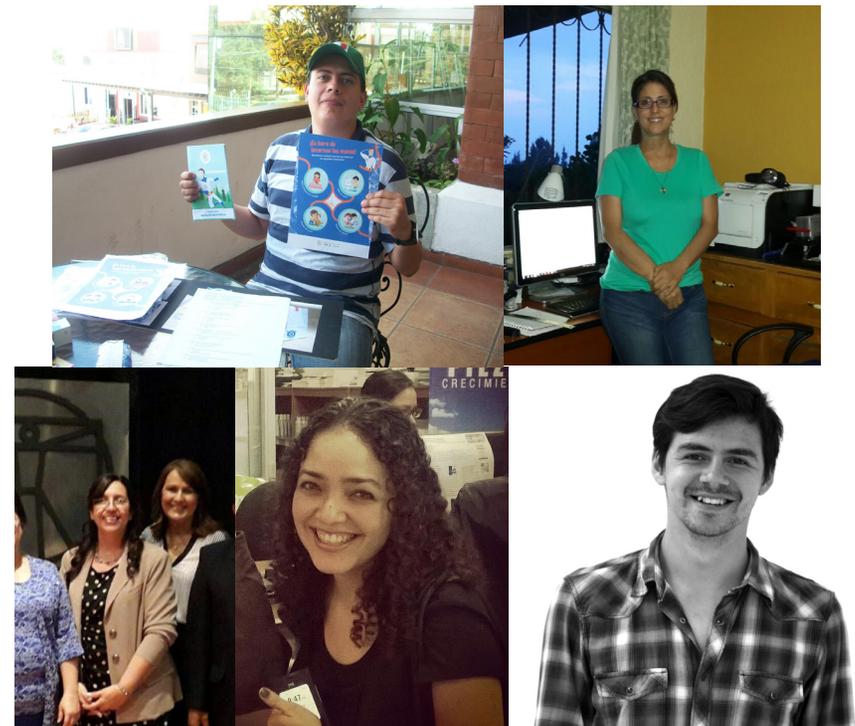
Datos (Nombre, lugar de trabajo, cargo, número de teléfono)

- Mauricio Samayoa Oliva. Alado Media Studio - Diseñador Gráfico. 5018 9356
- Gabriela Alfaro. Freelance - Diseñadora. 4703 5040
- Hortensia Maza de Antonucci. Estudio Toscana S.A. - Directora de Diseño. 4344 1119
- Annabella Vesco de Haussler. CEC Toscana - Directora de Arte. 5208 0836
- Julio Camey. Cognits - Diseñador de UX & UI. 5717 5339 (Se hizo online)
- Patricia de Flores. Línea Gráfica, S.A. - Gerente General. 5201 2842

Niños



Diseñadores Gráficos



Expertos en el tema

Datos (Nombre, lugar de trabajo, cargo, número de teléfono)

- Dra. Ivette Aracely Mendoza García. INACIF. Perito Profesional. 5344 5239
- Vilma María Urquizú de López. Centro de Educación Creativa Toscana - Dirección Técnica. 2332 6867 (Psicopedagoga)
- Loyda Monroy. Casita Benjamín - Director de Administración. 2471 1821. (Psicóloga)



ANEXO 16. DETALLE DEL PRESUPUESTO DE DISEÑO.

A continuación se presenta el desglose de las consideraciones dentro del presupuesto de diseño.

Aspecto	Precio por hora	Horas / cantidad	Totales
Hora Creativa	Q200.00	48	Q9,600.00
Hora de investigación	Q100.00	40	Q4,000.00
Hora de diseño	Q150.00	35	Q3,500.00
Hora de artes finales	Q50.00	2	Q100.00
Creación de personaje	Q1,000.00	1	Q1,000.00
Ilustraciones	Q200.00	34	Q6,800.00
Subcontratación para cuentos	Q200.00	21	Q4,200.00
Subtotal			Q29,200.00
IVA			Q3,504.00
TOTAL			Q32,704.00

* Su cotización ya lleva gastos directos e indirectos

Fuente propia

La cotización tiene derecho a 3 correcciones. Se debe pagar 25% de anticipo y el resto contra entrega.

ANEXO 17. COTIZACIONES DE IMPRESIÓN,

A continuación se presentan las cotizaciones que las empresas enviaron para la impresión de la campaña.

DON BOTÓN.



Cotización **4521B**

Guatemala 26 de octubre de 2015

Cliente: **Melisa Garech / Beckmsa S.A.**

Cantidad	Descripción	P Unidad	Total
65	Botón con gancho 56 MM diámetro Impresión láser	Q4.49	Q291.85
65	Botón con gancho 25 MM diámetro impresión láser.	Q3.25	Q211.25

Tiempo de entrega: 1 días después de la aprobación final. Forma de pago: al cotado.

Tel: 43206523 donboton.gt@gmail.com /donbotongt



Don Botón

para mí

9:13 (hace 4 horas)

Buen día Mellisa. Perdona la demora en contestar.

Estos medallones le saldrían Q90 la media docena.

Por el momento sólo tengo en color Amarillo y rojo.

Si tiene alguna duda, estamos a la orden.

Saludos.

Atentamente, Christian

GREEN PRINT.



Pedro Luis Gómez Millo <pedroluis@greenprint.com.g

14:02 (hace 9 horas)

para mí

algunas cosas no entendi como son, requiero ver el arte para poder cotizar, así como los pines que tampoco hacemos, pero seria bueno ver como son porque si hacemos de otros tipos

4 guías 5.5x8" bond 80gr tiro y retiro, medidas abierta, doblados...total Q40
65 etiquetas adhesivo transparente 2.5x2.5" total Q100
8 control 5.5x8.5" opalina tiro total Q80
65 instrucciones 5.5x8.5" opalina tiro total Q650
130 unifoliales 3.45x4.25" opalina tiro, total Q325
65 invitaciones 2.85x11" opalina tiro, total Q325
130 volantes 3.67x8.5" bond 80 gr tiro total Q260
65 folletos 24 paginas (6 pliegos carta) cerrado 5.5x8.5" engrapados, total Q3,900
65 afiches hogar 8.5x11" bond laminados brillante tiro total Q1300
4 afiches escuela 18x24" adhesivo sobre texcote tiro total Q160

65 rompecabezas, NECESITO VER ARTES
65 ruletas, NECESITO VER ARTES

130 etiquetas jambon 5.5x6.5" couche 100 gramos, total Q650
65 etiquetas dispensador 3.5x6cm adhesivo transparente Q200

4 pines metalicos 4x3cm, No imprimo en metal
65 pines pequeños 3cm diámetro, acrílico, necesito ver muestra
65 pines grandes 5.6cm diámetro, acrílico, necesito ver muestra



Pedro Luis Gómez Millo

23:37 (hace 2 minutos)

para mí

65 bifoliales doblados, tiro y retiro 5.5x8.5, texcote c-12 total Q650
65 juegos de tarjetas opalina tiro (24 tarjetas) total Q3,120
65 juegos de cartones opalina tiro (4 tarjetas) total Q1,300
2 afiches 30x10" bond emplastado total Q200

los pines que tienes en la foto si los tenemos de 1.25 de diámetro (Q10 c/u) y de 2.25" de diámetro (Q15 c/u)

65 ruleta total Q3,900
65 cajas total Q3,250



Pedro Luis Gómez Millo

23:51 (hace 0 minutos)

para mí

60% anticipo 40% contra entrega, tiempo de entrega dos a tres días

LITOMASTER.

Contacto:

Oscar Sazo

2250 5923

COTIZAR

CANTIDAD	PIEZA	FORMATO	SUSTRATO	COLOR	
4	Guías	5.5 x 8.in	Bond 90g (doblado a la mitad)	1 tinta PANTONE SOLID COATED 2178C	30.00
65	Etiqueta bolsa	2.5x2.5in	Adhesivo transparente	1 Tinta PANTONE SOLID COATED 2178C	
8	Control	5.5x8.5in	Opalina 280g	1 tinta PANTONE SOLID COATED 2178C	38.00
65	Instrucciones	5.5x8.5in	Opalina 280g	1 Tinta PANTONE SOLID COATED 2178C	130.00
130	Unifoliare	3.45x4.25in	Opalina 280g	1 tinta PANTONE SOLID COATED 2178C	45.00
65	Invitación	2.85 x 11in	Opalina 280g	2 tintas PANTONE SOLID COATED 2178C PATONE SOLID COATED 129 C	165.00
130	Volantes	3.67 x 8.5in	Bond 80g	CMYK	175.00
65	Folletos de 24 páginas	5.5x8.5" in cada página	Bond 90g (grapa)	CMYK	150.00
65	Afiches Hogar	8.5 x 11in	Bond emplastado	CMYK	325.00
65	Bifoliare (doblados) tiro y retiro	5.5 x 8.5in (abierto)	Texcote 12	CMYK	620.00
4	Afiche Escuela	18x24in	Texcote 12	CMYK	
65 de cada 1	Cajas de rompecabezas (9 cajas diferentes)	Cada cara de la caja: 1.32in	Texcote 14 (troquel de caja)	CMYK	
65	Ruleta + argolla + flecha	Ruleta: 4.25x5.5in Flecha: 0.3x1.7in	Texcote 14 (unir las piezas)	CMYK	
130	Etiquetas de jabón	5.5x6.5in	Couché 90g	CMYK	260.00
65	Etiqueta dispensador	3.5x6cm	Adhesivo transparente	CMYK	
4	Pin metálico	4cm x3cm	Metal impreso	CMYK	
65 cada uno	Pines pequeños (8 diferentes)	3cm	Pin acrílico	CMYK	
65	Pin Grande	5.6cm Cada uno	Pin acrílico	CMYK	