



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE MATERIAL INTERACTIVO DE CARÁCTER INFORMATIVO
PARA EL SITIO WEB DE LA LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER
ACERCA DE LA IMPORTANCIA DE PREVENCIÓN Y DE LOS TIPOS
DE CÁNCER MÁS COMUNES EN GUATEMALA**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO POR

SARA GABRIELA LILIANA JEANPIERRE

PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

EGRESADA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA DE LA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

GUATEMALA, MARZO DE 2018





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

A light blue line-art illustration of human anatomy, including a brain, lungs, stomach, and intestines, interspersed with various medical icons like a microscope, a pill, and a virus. A large magnifying glass is positioned over the text.

**DISEÑO DE MATERIAL INTERACTIVO DE CARÁCTER
INFORMATIVO PARA EL SITIO WEB DE LA LIGA NACIONAL
CONTRA EL CÁNCER ACERCA DE LA IMPORTANCIA DE
PREVENCIÓN Y DE LOS TIPOS DE CÁNCER MÁS COMUNES EN
GUATEMALA**

“El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del proyecto de graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Decano - Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Vocal I - Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea
Vocal II - Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal III - Msc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal IV - Br. María Fernanda Mejía Matías
Vocal V - Br. Lila María Fuentes Figueroa
Secretario Académico - Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos

Tribunal Examinador

Decano - Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Secretario Académico - Msc. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Examinador - Lic. José Francisco Chang Meneses
Examinador - Lic. Marco Antonio Morales Tomas
Examinadora - Dra Blanca Emilia Alfaro

CONTENIDO

Dedicatoria	9
Presentación	11

CAPÍTULO 1

PRESENTACIÓN DE PROYECTO

Introducción	21
Antecedentes	23
Problema	31
Justificación	33
Objetivos	37

CAPÍTULO 2

PERFIL DE PARTICIPANTES

Perfil de la organización	45
Perfil del grupo Objetivo	49
Ubicación	53
Relación del grupo objetivo y la organización	55

CAPÍTULO 3

MARCO TEÓRICO

Conceptos relacionados con el tema del proyecto	63
Conceptos relacionados con la comunicación	71
Conceptos relacionados con el diseño gráfico	77

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

Estrategia de comunicación	87
Plan de medios	91
Desarrollo creativo	97
Primer nivel de visualización	107
Segundo nivel de visualización	115
Tercer nivel de visualización	123

CAPÍTULO 5

PROPUESTA FINAL DE DISEÑO

Propuesta final de diseño	135
Grupo focal y resultados	151
Fundamentación	155
Criterios técnicos	159
Inversión para la puesta en marcha del proyecto	161
Aporte económico	163

Conclusiones	165
Recomendaciones	167
Referencias del proyecto	169
Referencias de imágenes	171
Anexos del proyecto	183

PRESENTACIÓN

El proyecto fue realizado en la Liga Nacional contra el Cáncer. Se llevó a cabo una página web que presentara, de forma sencilla, la prevención de los tipos de cánceres más comunes que existen en Guatemala.

La falta de conciencia acerca de la prevención provoca que los casos se diagnostiquen en etapas tardías, lo cual genera pronósticos poco alentadores y opciones de tratamiento reducidas.

Esta circunstancia determinó que el problema de investigación se definiera como "la ausencia de material web innovador que aumente el índice de prevención al facilitar información a los guatemaltecos acerca de los tipos de cáncer más comunes en Guatemala".

La información proporcionada sobre el cáncer en Guatemala es repetitiva y abundante, pero aún no existe material adecuado que facilite la difusión de dicha información.

Para que el diseño resulte eficaz, hay que tener en cuenta la información recopilada en la fase de captación de necesidades. La creatividad será responsabilidad del diseñador, que presentará diferentes propuestas gráficas basadas en la estructura definida para el proyecto.



Imagen 4. Portada: Familia.



DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Este proyecto está dedicado a mi madre, a Randy y, especialmente, a mi hijo. También quiero agradecer:

A Dios.

Por haberme permitido culminar mis estudios por lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Liliana.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mis familiares.

A mi novio, por ser la ayuda que necesitaba en los momentos más difíciles, por su comprensión y amor.

A mis hermanos, por compartir momentos de apoyo durante toda mi carrera. A mi abuelita, mis tíos, mis primos y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de este proyecto de graduación. ¡Gracias a ustedes!

A mis maestros.

Por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de este proyecto; a todos los licenciados que me apoyaron por este camino de seguir adelante.

A mis amigos.

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos siendo amigos.

A mi hijo.

Mi gran motivación, que me impulsa a cada día superarme y ofrecerle siempre lo mejor. Le agradezco al Padre Santo por ponerme enfrente este hermoso bebé, que me da muchas sabias lecciones para la vida.

Capítulo 1

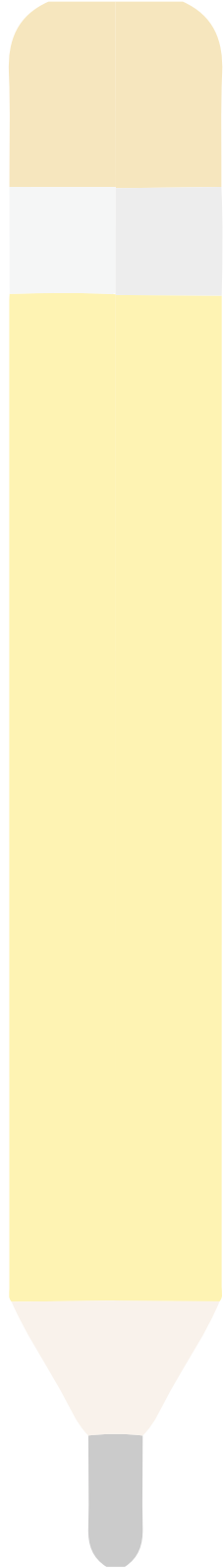
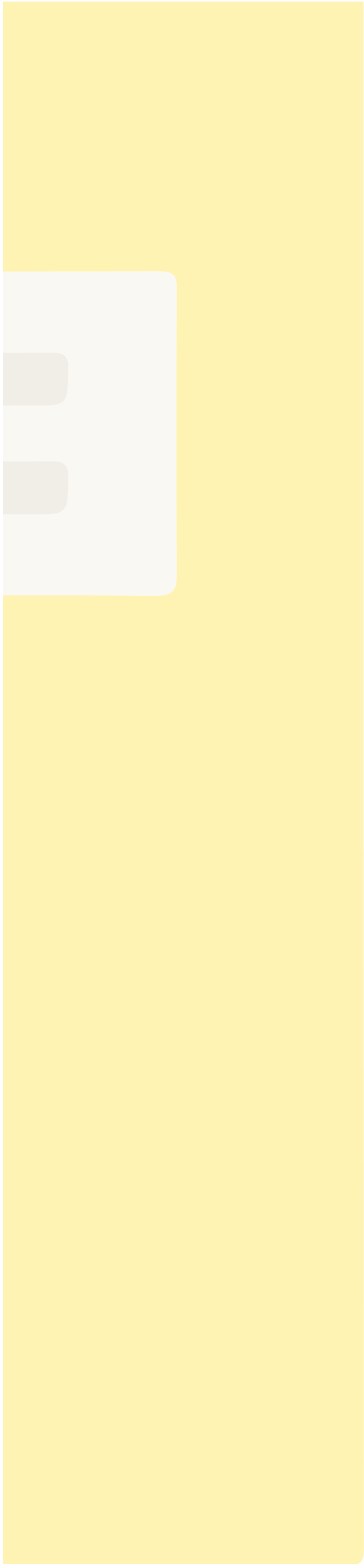


Imagen 5. Portada: Área de cirugía en el Incan.

Capítulo 1

PRESENTACIÓN





CAPÍTULO 1

ESTE CAPÍTULO CONTIENE:

21	1.1	Introducción
23	1.2	Antecedentes
24	1.2.1	Procesos de comunicación realizados
27	1.2.2	Planes de trabajo a corto plazo
28	1.2.3	Comunicación visual
31	1.3	Problema
33	1.4	Justificación
33	1.4.1	Magnitud
34	1.4.2	Trascendencia
34	1.4.3	Vulnerabilidad
35	1.4.4	Factibilidad
37	1.5	Objetivos
37	1.5.1	General
37	1.5.2	Específicos
	1.5.2.1	De comunicación
	1.5.2.2	De diseño



Imagen 6. Portada: Cirugía.



INTRODUCCIÓN

1.1

Para este proyecto se identificaron diferentes problemas de comunicación visual en los que el diseño gráfico puede brindar valiosos aportes. Durante la elaboración del proyecto, se contará con el apoyo de la Liga Nacional contra el cáncer.

La Liga Nacional contra el cáncer tiene diferentes unidades y departamentos, y se especializa en promover la lucha contra el cáncer; sin embargo tiene un inconveniente, no cuenta con un área profesional en Diseño Gráfico, y por ello carece de canales creativos para una buena divulgación sistematizada.

Durante la elaboración del proyecto, se contará con el apoyo de la organización Incan, con el fin de alcanzar una propuesta idónea con el apoyo de una buena comunicación.



Imagen 7. Portada: Cirugía.



ANTECEDENTES

1.2

La Liga Nacional Contra el Cáncer es asociación ajena no lucrativa, que tiene por objeto promover la organización y realización en la República de Guatemala de la lucha contra el cáncer y todas sus manifestaciones, actuando por sí misma y en cooperación con los organismos oficiales y privados, cuyos fines sean análogos a ella.

A principios del año 1941, el Dr. Bernardo del Vale fue escogido para un entrenamiento oncológico, por lo que permaneció cinco años realizando el postgrado en cirugía oncológica en el Hospital Memorial de Nueva York, para finalmente regresar a Guatemala a principios de 1946.

En 1951, el Dr. Del Valle organizó la Sala de Oncología en el Hospital San José, desaparecido ya hace muchos años, y ayudó en la atención del Departamento de Radioterapia del Hospital General. Fue así como empezó a ganar fama el nombre del verdadero pionero de la Oncología en Guatemala.

Con el apoyo del Club Rotario, nació la idea de fundar la Liga Nacional contra el cáncer y él fue su primer presidente, en 1952.

En 1968, se inauguró el Instituto de Cancerología y la Liga fue trasladada de sus dos salas en el hospital Incan, pero ya empezaba a ser lo que es hoy un hospital de concentración con tres bombas de cobalto y una para radiación superficial.

La comisión de organización de la Liga fue presidida por el Doctor Bernardo del Valle Samayoa, y sus estatutos y personalidad jurídica fueron aprobados por Acuerdo Gubernativo el 3 de febrero del año 1953. La primera clínica se inauguró el 28 de agosto de 1953 en las instalaciones del Hospital San Juan de Dios, su presupuesto fue financiado por la Liga.

En 1954 se obtuvo del gobierno central, un terreno aledaño al Hospital Roosevelt, en donde se inició la construcción de instalaciones para alojar a pacientes ambulatorios. En 1969 quedó inaugurado el Hospital de dos plantas para alojar 80 pacientes. Posteriormente se le agregó un nivel más y se le efectuaron algunas modificaciones, teniendo en la actualidad capacidad para atender 121 pacientes.

1.2.1. PROCESOS DE COMUNICACIÓN REALIZADOS

Los proyectos realizados con más incidencia son los siguientes:

Prevención de cáncer de mama, ya que a las personas les gusta estar informadas de los sucesos y cómo prevenir el cáncer antes de que les afecte a ellas o a algún miembro de su familia. En esta guía, se dió a conocer sobre el cáncer de mama, factores de riesgo, síntomas y la forma de se puede realizar un autoexamen una vez al mes. El proyecto de autoexamen es fundamental, ya que lo hicieron con el fin de prevenir el cáncer de mama y es uno de los más visualizados e importantes para todas las mujeres.



Imagen 8, Portada cómo prevenir el cancer de Mama.



Imagen 9, Información del cancer.



Imagen 10, Riesgo de contraer cáncer.



Imagen 11, Síntomas del cáncer.



Imagen 12, Autoexamen mamario.



Imagen 13, Autexamen mamario.

Este proyecto se realizó en el año 2016, en el departamento de Relaciones Públicas de la Liga Nacional contra el cáncer. La campaña duró un mes, el mes de octubre, durante la jornada de mama. Sus resultados fueron positivos, porque se divulgó en las redes sociales y fue uno de los más relevantes en conferencias.

Vuelta por la vida, es uno de los proyectos más importantes que han realizado el jefe de relaciones públicas y un ciclo periodístico que, en conjunto, han logrado reunir a muchos guatemaltecos y han fijado su meta con la lucha contra el cáncer.

El ciclista master Robín Martínez decidió pedalear durante 24 horas por una buena causa: la lucha contra el cáncer.

“Hace más de un año, Dios inquietó mi corazón para involucrarme de alguna manera y apoyar una buena causa. Decidí, junto a la Liga Nacional contra el Cáncer, dar la Vuelta por la vida”, afirmó en esa ocasión el atleta.

La detección temprana es lo que necesita Guatemala. Esto solo es posible informándose en el tema sobre tratamientos oncológicos para así evitar que más de 180 mil personas mueran anualmente en Latinoamérica.



Imagen 14. Afiche de "Vuelta por la vida".



Imagen 15. Ciclista Robin Martínez



Imagen 16. Itinerario del ciclista

Este proyecto se realizó en el año 2015, en el departamento de Relaciones Públicas de la Liga Nacional contra el cáncer. La campaña duró un mes, el mes de octubre, durante la jornada de mama. Sus resultados fueron positivos porque se divulgó en las redes sociales, se reunieron cientos de personas para tener día de prevención con la explicación de los afiches creados para un fin educativo.

Una vez lograda la atención de los guatemaltecos, se hace conciencia para las pruebas necesarias de la detección temprana de cáncer. Gracias a los resultados obtenidos se logró comprar un mamógrafo digital valorado en un cuarto de millón de quetzales.

Visualizar los diferentes proyectos que se realizaron en el Incan es muy importante, porque diagnostica cómo se encuentra la institución, si tiene un ritmo de diseño, si las publicaciones cumplen con el mensaje que se desea transmitir y si poseen actualizaciones.



Imagen 17. Afiche Carrera-Caminata AVON

La carrera AVON es muy importante, ya que se realiza anualmente, gracias a que ha tenido mucha planificación. Este proyecto es realizado por el departamento de Relaciones Públicas de la Liga Nacional contra el cáncer. La campaña publicitaria inicia casi tres meses antes para que la audiencia planifique y pueda colaborar en la lucha contra el cáncer de mama.



Imagen 18. Afiche de prevención de cáncer de próstata

Este proyecto se realizó en el año 2016, en el departamento de Relaciones Públicas de la Liga Nacional contra el cáncer. La campaña duró un mes, durante la jornada de Próstata.

1.2.2. PLANES A CORTO PLAZO

Los planes de trabajo a corto plazo se visualizan en jornadas de detección temprana para informar y concientizar sobre los tipos de cáncer que comúnmente se dan, para lo que se realiza una comunicación por medio de las redes sociales. Estos proyectos son ceremonias, boletines informativos, presentaciones e informes, en los cuales son realizados durante todo un año, por médicos, especialistas y trabajadores de la Liga Nacional contra el Cáncer.



Imagen 19. Afiche de ceremonia



Imagen 20. Afiche de cuidados paliativos



Imagen 21. Afiche de consultas externas

1.2.3. ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN VISUAL

La Liga posee una fan page en Facebook, de la cual está encargado el Jefe de Relaciones Públicas. Esta página es actualizada con regularidad, pero no tiene un diseño creativo.

La Liga Nacional contra el cáncer ha recibido contribuciones de diseño gráfico, tanto profesionales como no profesionales. Cuenta con un logotipo y una tipografía establecida. No existe una página web de prevención que permita una buena comunicación visual.



Imagen 22. Página en facebook del Incan.



Nosotros

La Liga Nacional contra el Cáncer, fundada en febrero de 1952, es una Asociación, ajena a toda actividad, política, religiosa y lucrativa, que tiene por objeto promover la organización y realización en toda la República de Guatemala, de la lucha contra el cáncer y todas sus manifestaciones, actuando por sí misma y en

cooperación con los organismos oficiales y privados, cuyos fines sean análogos a ella. Su duración es ilimitada y tiene su domicilio actualmente en 6ª. Avenida 6-58, Z. 11 de la Ciudad de Guatemala.



Para apoyarnos con nuestra noble y gran labor, pueden realizar sus donativos a la Cuenta Monetaria No.

362100354-9

A nombre de Liga Nacional contra el Cáncer en BANRURAL (se extenderá el recibo correspondiente de donación)



Para donativos en especie, llamar al

PBX 2417-2100 Ext. 224 /226

Correos: rrppligacanguate@yahoo.com /
patronatolncc@gmail.com

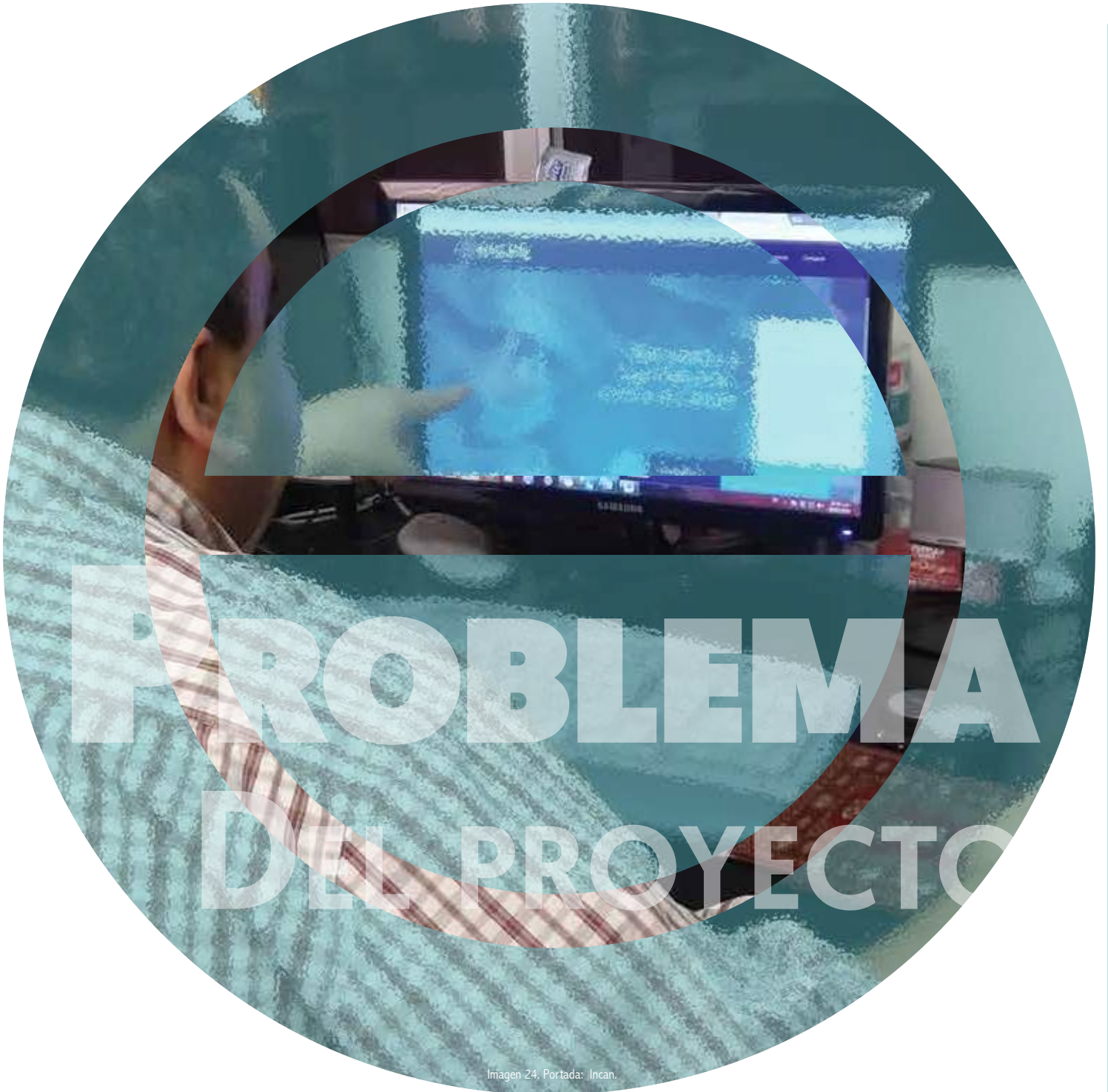


Imagen 24. Portada: Incan.



PROBLEMA

1.3

La batalla constante contra esta enfermedad sigue siendo la falta de conciencia, ya que las personas en riesgo no practican revisiones periódicas y una cultura de prevención. Más del 60 por ciento de los casos diagnosticados siguen detectándose en etapas tardías, con pronósticos poco alentadores y opciones de tratamiento reducidas.

El problema principal surge a partir de "la falta de información sistematizada" que se divulgue a través de un canal de información creativo. Si se da solución a este problema, los guatemaltecos tendrían un mejor acceso a la información acerca de los tipos de cáncer más comunes en Guatemala, el grado de prevención mejoraría y los diagnósticos tendrían lugar en etapas más tempranas.



Imagen 25. Portada: Incan.



JUSTIFICACIÓN

1.4

En la actualidad, la incidencia de cáncer en la población mundial aumenta dramáticamente. La mortalidad a causa de esta enfermedad es muy alta y se estima que anualmente hay más de seis millones de muertes causadas por algún tipo de cáncer en el mundo.

El reto es lograr informar a las personas de manera creativa, eficaz y funcional mediante contenido atractivo, interactivo y específico para que tengan acceso de una manera distinta a la información acerca de los diferentes tipos de cáncer. Debido a que son temas extensos, es importante tener una comunicación visual efectiva que reduzca la lectura y promueva una mayor interacción, esto debido a que las personas ya no leen lo que no les parece atractivo.

El diseño es una herramienta fundamental para desarrollar este tema y brindar soluciones creativas para la correcta difusión de la información.

1.4.1. MAGNITUD

"Anualmente detectamos cinco mil casos nuevos y se dan más de 20 mil consultas. Los cánceres que más muertes causan son de cérvix, en la mujer, y de estómago, en el hombre. Irónicamente, la mayoría de estas afecciones son prevenibles", comenta el patólogo del Instituto de Cancerología (Incan) en Guatemala, Walter Guerra.

En ese sentido, la prevención es clave para disminuir la incidencia de cáncer, así como la información, vía de comunicación y difusión. "El problema es cuando la persona viene a la institución y se encuentra en una etapa avanzada. Por ello se busca hacer jornadas para detectar o promover el mensaje de prevención", afirma al respecto Walter Guerra.

Se muestra un serio problema de difusión y aceptación del mensaje, ya que la persona no tiene consciencia de la gravedad del tema ni la institución cuenta con un medio de prevención para las personas.

1.4.2. TRASCENDENCIA

En la Liga Nacional contra el cáncer, son atendidos 80,000 pacientes al año. Si se informaran de la página web a realizar, una gran parte de la población que visita la Liga podría estar más informada sobre los tipos de cáncer que existen, los tratamientos que se realizan y cómo enfrentar esta enfermedad.

Este proyecto tiene como finalidad dar información breve de manera interactiva e invitar a que los guatemaltecos tengan prevención hacia su salud. Los resultados de este proyecto promoverán una sociedad educada en el tema con acceso a los avances y tratamientos oncológicos para poder así tratar el cáncer.

En ese sentido, la prevención es clave para disminuir el cáncer, así como las tasas de mortalidad, por ejemplo, si una persona lleva una mala alimentación, no practica ejercicio o alguna caminata, fuma y consume alcohol, es muy probable que la salud esté en riesgo y es muy probable que empiece con síntomas de alguna enfermedad.

1.4.3. VULNERABILIDAD

Se ve reflejado el desinterés de las personas al no tener una iniciativa de cuidarse, eso es debido a la poca cultura de lectura, quiere decir que en la actualidad las personas quieren interactuar más y leer menos. El tema del cáncer es extenso. Por ello es necesario informar y facilitar el tema de manera creativa.

En la actualidad, el Internet ha cambiado por completo nuestras vidas, ha facilitado la búsqueda de información y ha permitido compartir información de forma masiva, así como ideas y pensamientos que en cuestión de pocos minutos pueden llegar a diferentes partes del mundo.

Se puede decir que al no poner en marcha este proyecto, los pacientes no podrán tener una información concreta y creativa sobre el cáncer en Guatemala.

1.4.4 FACTIBILIDAD

El proyecto es viable y conveniente tanto para los fines de la institución como para las personas que se quieran informar más sobre cáncer de manera creativa. Para el desarrollo del proyecto se toman en cuenta las necesidades del grupo objetivo. Para el estudiante, las condiciones son adecuadas tanto como para la institución, porque se comprometen para que el proyecto camine y se dé seguimiento a la importancia a la prevención de cáncer.



Imagen 26. Portada: Proyecto.



OBJETIVOS

1.5

1.5.1 GENERAL

Contribuir con el Instituto de Cancerología, Incan, en la creación de una estrategia de comunicación desarrollada con tendencias actuales, acerca de la importancia de la detección temprana del cáncer, con el fin de informar que ciertos hábitos poco saludables suponen un alto factor de riesgo y pueden provocar cáncer.

1.5.2 ESPECÍFICOS

1.5.2.1 De comunicación

Proporcionar información de forma masiva y de manera creativa, con breves descripciones sobre las características de prevención de cáncer, los tratamientos, cómo enfrentar la enfermedad y cómo reconocer los cánceres más comunes en Guatemala.

1.5.2.2 De diseño

Crear material interactivo para la página web del Incan para informar a personas con hábitos de poca lectura.

Capítulo 2





Capítulo 2

PERFIL DE PARTICIPANTES



CAPÍTULO 2

ESTE CAPÍTULO CONTIENE:

45	2.1 Perfil de la institución
47	2.1.1 Misión
47	2.1.2 Visión
47	2.1.3 Valores
49	2.2 Perfil del grupo objetivo
50	2.2.1 Características psicográficas
51	2.2.2 Características sociodemográficas
51	2.2.3 Características socioeconómicas
53	2.3 Ubicación de la institución
55	2.4 Relación del grupo objetivo y la institución



Imagen 28. Portada: Junta directiva del Incan.



PERFIL DE LA INSTITUCIÓN 2.1

La Liga Nacional contra el cáncer es una asociación ajena a toda actividad política, religiosa y lucrativa, que tiene por objeto promover la organización y realización en la República de Guatemala de la lucha contra el cáncer y todas sus manifestaciones, actuando por sí misma y en cooperación con los organismos oficiales y privados, cuyos fines sean análogos a ella.

En 1969 quedó inaugurado el Hospital de dos plantas para alojar 80 pacientes. Posteriormente se le agregó un nivel más y se le efectuaron algunas modificaciones, teniendo en la actualidad, capacidad para atender 121 pacientes.

Actualmente se conforma de la siguiente manera:

- Instituto de Cancerología y Hospital "Dr. Bernardo del Valle S."(INCAN)
- Patronato
- Departamento de Prevención, Investigación y Educación en Salud (PIENSA)
- Farmacia

INCAN

Fundado en 1952

Con el apoyo del Club Rotario y por iniciativa del Dr. Del Valle se pudo fundar el Instituto de Cancerología, Incan.

El Incan tiene por objeto promover la organización y realización de la lucha contra el cáncer y todas sus manifestaciones, actuando por sí misma .



Datos generales

6ª. Avenida 6-58, Z. 11
2417 -2100

@IncanGuatemala

rrppligacanguate@yahoo.com

Competividad

Es un hospital especializado contra el cáncer en la región. Pertenece a la Asociación de Ligas Nacionales contra el Cáncer de Latinoamérica y reconocido como el primer hospital de vacunación permanente contra el virus del papiloma humano (VPH).

Objetivos

Objetivo general

Es coordinar, organizar, promover y difundir las actividades relacionadas con la investigación clínica realizada por la institución.

Objetivo de comunicación

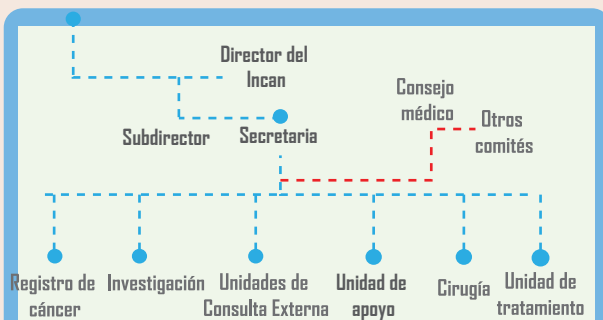
Brindar jornadas de detección temprana y llevar un mensaje de prevención a más personas.

Objetivo de diseño

Considerar filiales en los cuatro puntos cardinales del país y tener más prevención con la herramienta de material interactivo.



Áreas del Incan



Misión

Ser una institución privada no lucrativa, comprometida en brindar calidad de vida en servicios de educación, prevención, diagnóstico y tratamiento de cáncer en jóvenes y adultos en Guatemala.

Visión

Ser una institución líder en la región, en investigación y atención integral del cáncer, con la más alta tecnología, personal capacitado, con sensibilidad social, desarrollando estrategias para nuestra mejora continua.



Valores

Vocación de servicio
Profesionalismo
Humanismo
Compromiso
Credibilidad
Competitividad



Imagen 30. Portada: Grupo objetivo.



PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO 2.2

A continuación conocerá con mayor detalle al grupo objetivo. El rango de edad es de 24 a 65 años. El rango es muy amplio, pero está unido por un medio igual de amplio, el internet en la actualidad. Todas las personas están actualizadas o por algún motivo se deben de actualizar.

CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

Madurez temprana 24-29 años de edad

Necesidades: Ingresos propios, o de sus padres, vivienda, seguridad, tranquilidad, comunicarse.
Personalidad: Extrovertidos, agresivos, son divertidos, auténticos.
Actitudes: Positiva, siempre quieren más.
Estilo de vida: Se juntan con amigos frecuentemente y disfrutan de la mutua compañía bebiendo, saliendo.
Valores: La amistad es un valor fundamental, así como el compañerismo y el compartir.
Intereses: Se interesan por las reuniones, los contactos sociales, no tanto en conocer gente nueva sino en reforzar el vínculo de sus relaciones sociales existentes.

Adulto temprano 30-37 años de edad

Necesidades: Vivienda propia, con amigos o con pareja, seguridad, casarse, comunicarse.
Personalidad: Piensan antes de actuar, se divierten en ocasiones especiales, son espontáneos y auténticos.
Actitudes: Positiva y pacífica.
Estilo de vida: Son trabajadores, están con su familia, se juntan con amigos en ocasiones especiales y disfrutan bebiendo solos o acompañados, ya no salen mucho de casa si tienen familia, los domingos son familiares.
Valores: La familia es fundamental.
Intereses: Se interesan por las reuniones, los contactos sociales, quieren viajar con su familia y conocer nuevos lugares.

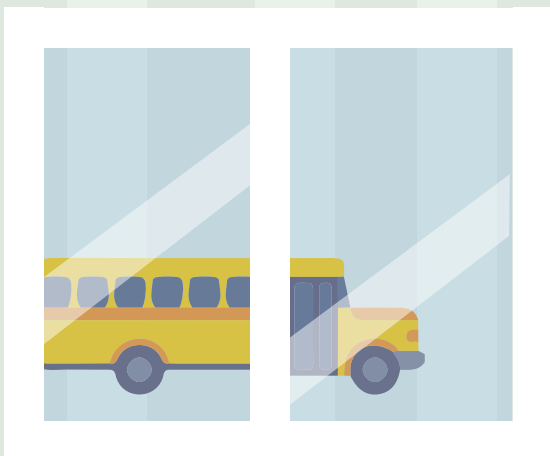
Adulto medio 38-49 años de edad

Necesidades: Descansar en casa, ver una buena película o un juego, seguridad, tranquilidad, comunicarse.
Personalidad: Piensan antes de actuar, relajados.
Actitudes: Pacífica.
Estilo de vida: Trabajan, descansan en el almuerzo, son personas activas en el trabajo, si salen lo planean.
Valores: Justicia, responsabilidad, puntualidad.
Intereses: Quieren terminar su trabajo bien hecho y lo más rápido para poder pasar un momento con su familia, viajes y conocer lugares.

Adulto mayor 50-65 años de edad

Necesidades: Descansar, jubilarse, la comunicación con sus hijos o amigos cercanos.
Personalidad: Aconsejan a los demás, son sumisos.
Actitudes: Pacífica.
Estilo de vida: Se mantienen con su familia, se juntan con amigos en ocasiones especiales, el domingo es la mayor actividad que pueden tener, descansan, toman vacaciones, los que trabajan trabajan medio tiempo.
Valores: La familia, unión, respeto.
Intereses: Sus intereses son individualistas, ya no salen de su casa a menos que sea una ocasión muy especial.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS



Transporte: En su mayoría se movilizan en transporte colectivo, mientras que otro porcentaje tiene vehículo propio y motocicleta.

Edad: 22-65 años
Género: Femenino y masculino
Indígenas y ladinos
Ubicación: República de Guatemala
Educación: Nivel medio, universitaria, postgrado.
Religión: Indiferente

Educación:

Nivel medio en adelante



Ingresos familiares

Q2,600 en adelante



Jóvenes adultos y mayores, solteros y casados, algunos padres de familia, comprendidos entre 25 a 65 años de ambos géneros, guatemaltecos.

Compran fruta y verdura en el mercado



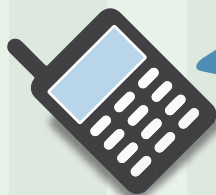
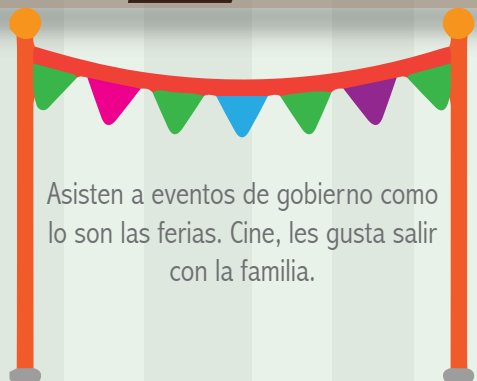
Nivel socioeconómico:

Clase media baja media y media-alta.

Ocupación:
Estudiantes,
trabajadores y jubilados



Asisten a eventos de gobierno como lo son las ferias. Cine, les gusta salir con la familia.



Hacen uso de:





Imagen 32. Portada: Ubicación del Incan.



UBICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN 2.3

Guatemala se caracteriza por tener el 50% de población joven, menor de 17 años, y un 68% población indígena.

Los servicios de salud son provistos en el 70% por el Ministerio de Salud Pública y Acción Social (MSPAS), en el 18% por el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS) y el 12 % por aseguradoras privadas o por instituciones privadas.

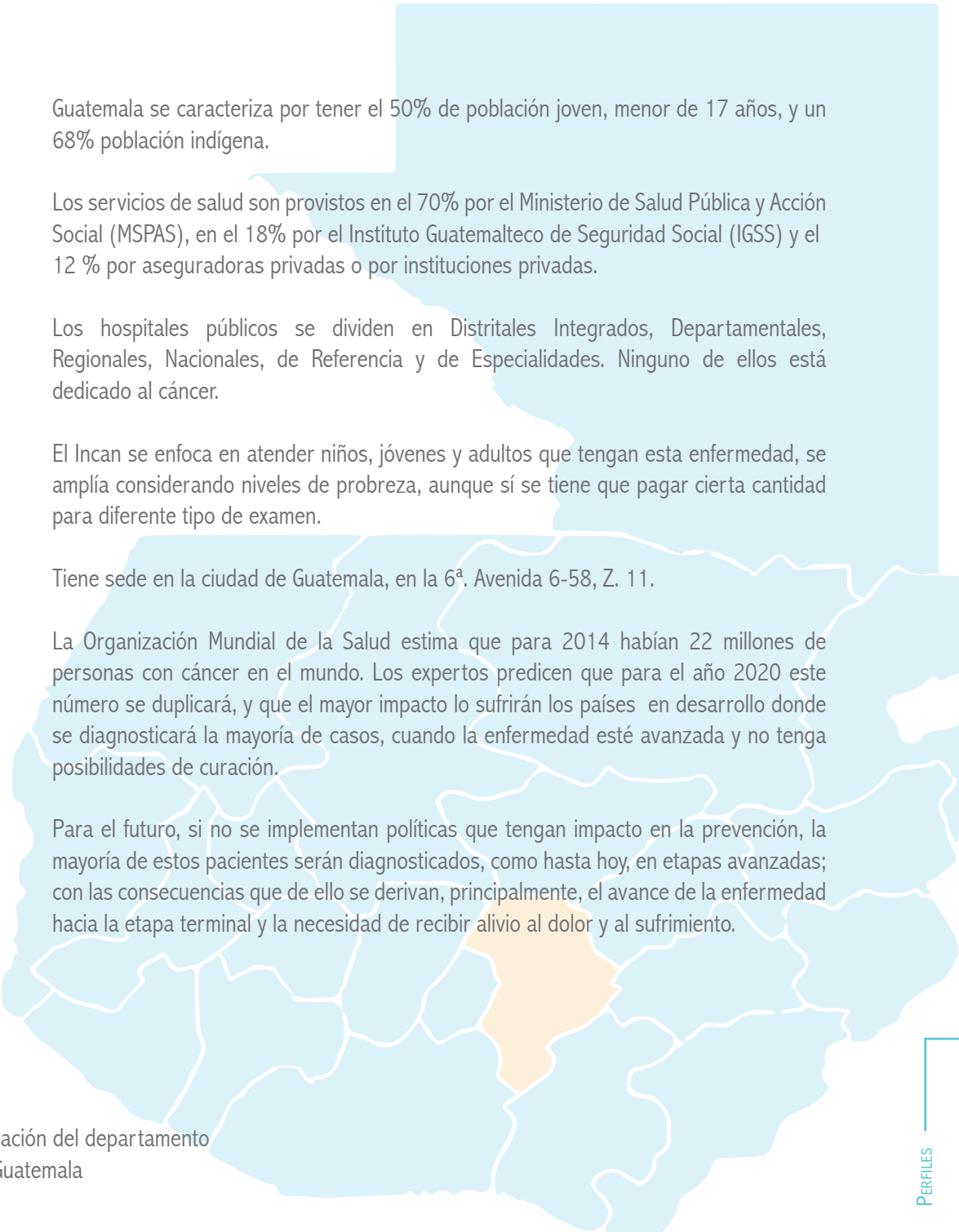
Los hospitales públicos se dividen en Distritales Integrados, Departamentales, Regionales, Nacionales, de Referencia y de Especialidades. Ninguno de ellos está dedicado al cáncer.

El Incan se enfoca en atender niños, jóvenes y adultos que tengan esta enfermedad, se amplía considerando niveles de pobreza, aunque sí se tiene que pagar cierta cantidad para diferente tipo de examen.

Tiene sede en la ciudad de Guatemala, en la 6ª. Avenida 6-58, Z. 11.

La Organización Mundial de la Salud estima que para 2014 habían 22 millones de personas con cáncer en el mundo. Los expertos predicen que para el año 2020 este número se duplicará, y que el mayor impacto lo sufrirán los países en desarrollo donde se diagnosticará la mayoría de casos, cuando la enfermedad esté avanzada y no tenga posibilidades de curación.

Para el futuro, si no se implementan políticas que tengan impacto en la prevención, la mayoría de estos pacientes serán diagnosticados, como hasta hoy, en etapas avanzadas; con las consecuencias que de ello se derivan, principalmente, el avance de la enfermedad hacia la etapa terminal y la necesidad de recibir alivio al dolor y al sufrimiento.




 Ubicación del departamento de Guatemala



Imagen 33. Portada: Incan.

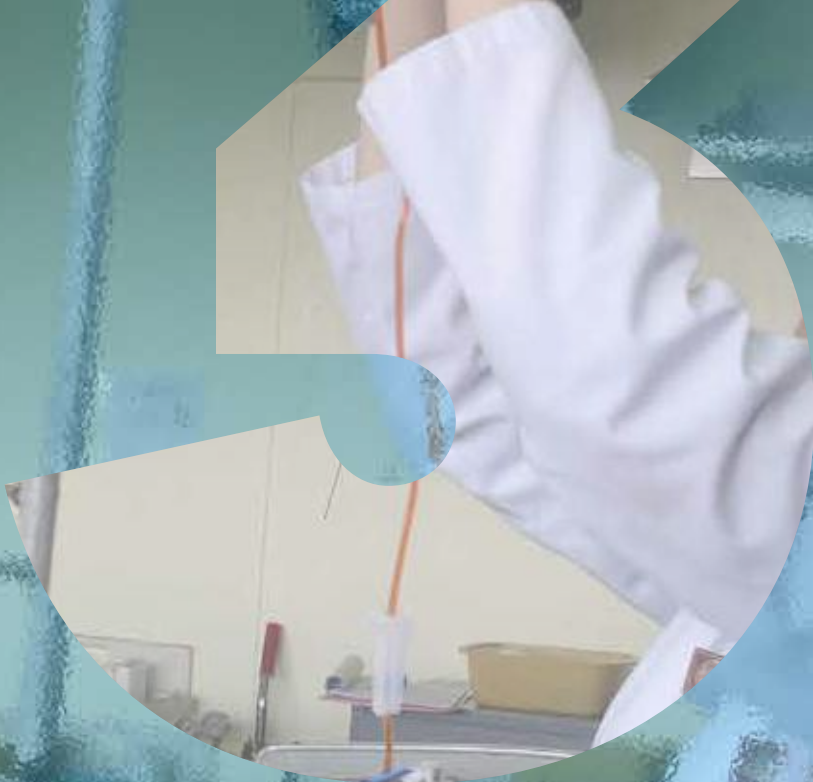
RELACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO Y LA INSTITUCIÓN 2.4

El fomento de la cultura de prevención es importante en una gran cantidad de ámbitos, especialmente en el ámbito laboral, donde es necesario considerar los factores de riesgo, aquellas situaciones que pueden devenir en daños y lesiones.

La relación del grupo objetivo con la institución se desarrolla por medio de las redes sociales, específicamente por Facebook, las noticias más relevantes por Twitter y las imágenes por Instagram. La página web fue actualizada el año 2017 por problemas de servidores, no consta con un sitio web de prevención, la relación se está deteriorando.

La creación de un canal de información sistematizada vinculará más a las personas de manera positiva para promover su interés en la prevención y que puedan interactuar más con la Liga Nacional contra el Cáncer. El grupo objetivo y la institución se relacionan en su lucha diaria en la búsqueda de una buena salud y de la prevención de la enfermedad.

Capítulo 3





Capítulo 3

MARCO **TEÓRICO**

CAPÍTULO 3

ESTE CAPÍTULO CONTIENE:

63	3.1 Conceptos y temas de proyecto
63	3.1.2 Cáncer
63	3.1.3 Cáncer, carácter social
64	3.1.4 Tipos de cáncer
64	3.1.5 Cáncer de carácter guatemalteco
64	3.1.6 Causas
66	3.1.7 Pruebas y exámenes
67	3.1.8 Detección temprana
68	3.1.9 Tratamiento
68	3.1.10 Tipos de cáncer más comunes en Guatemala
71	3.2 Conceptos y temas de Comunicación
71	3.2.1 Planteamiento estratégico
72	3.2.2 Métodos del proyecto
74	3.3.3 Herramientas del proyecto
77	3.3 Conceptos y temas de Diseño
77	3.3.1 Planteamiento final



CONCEPTOS Y TEMAS DEL PROYECTO

Imagen 35. Portada: Instrumentos.

CONCEPTOS Y TEMAS DEL PROYECTO 3.1

"Se abordan temas en relación con el cáncer y la salud, por ello también lo que esté implicado en sus prevenciones, tratamientos y puntos claves. Esto hace necesario conocer algunos conceptos fundamentales para el desarrollo de este proyecto."

3.1.2. CÁNCER

3.1.2.1 ¿Qué es el cáncer?

Según the free dictionary by farlex, el cáncer es el crecimiento y división incontrolados de las células de una parte del organismo que se extiende invadiendo y destruyendo los tejidos circundantes y que puede causar la muerte.

"Se debe de tener muy claro su concepto, ya que de aquí parte el proyecto."

3.1.3 CÁNCER, CARÁCTER SOCIAL

Al escuchar "cáncer", la persona se queda sin palabras. A su juicio, parte de ese miedo social tiene que ver con la falta de una buena educación sanitaria desde la base, pero también con lo que es considerado como "falta de conciencia".

3.1.3.4 ¿Cómo aparece el cáncer?

Es causado por cambios en los genes que controlan la forma de cómo funcionan nuestras células, especialmente cómo crecen y se dividen. Estos cambios pueden heredarse de los padres, también al dividirse las células o por el daño del ADN causado por algunas exposiciones del ambiente, como los compuestos químicos en el humo de tabaco y la radiación, o en los rayos ultravioleta del sol. Se debe tener en cuenta este concepto, porque de ahí parte un punto clave para el proyecto, ya que se decidirá si de forma principal en el sitio web, etc.

3.1.3.7 Cambios no cancerosos en los tejidos

No todo cambio en los tejidos del cuerpo es canceroso. Sin embargo, algunos cambios pueden hacerse cancerosos si no reciben tratamiento, por ello es importante prevenir en cualquier tipo de síntoma.

3.1.4 "TIPOS" DE CÁNCER

Hay más de 100 tipos de cáncer. Los tipos de cáncer reciben, en general, el nombre de los órganos o tejidos en donde se forman estas células, cada uno de ellos pueden también describirse según el tipo que los forma.

3.1.5 CÁNCER DE CARÁCTER GUATEMALTECO

A escala mundial, esta enfermedad es una de las principales causas de decesos y representa un 13 por ciento del total. Datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) indican que en el 2012 murieron 8.2 millones de personas por algún tipo de cáncer.

Guatemala no escapa de esa realidad. "Anualmente detectamos cinco mil casos nuevos y se dan más de 20 mil consultas. Los cánceres que más muertes causan son de cérvix, en la mujer, y estómago, en el hombre. Irónicamente, la mayoría de estas afecciones son prevenibles", comenta el patólogo del Instituto de Cancerología (Incan) en Guatemala, Walter Guerra.

Es muy importante que los guatemaltecos se informen porque con los conocimientos día a día se disponen a diseñar una aproximación racional a nuevos tratamientos.

3.1.6 CAUSAS

3.1.6.1 Causas de carácter social

Muchos factores están involucrados en su aparición y por ello se debe de tomar en cuenta el carácter social principal que afecta a la población de Guatemala. El cáncer es segunda causa de muertes en Guatemala, según expertos. Prevenir una enfermedad es importante no solamente para que tenga un rango mayor de edad sino porque también es bueno para la salud.

Edad

Muchos tipos de cáncer se vuelven más comunes a medida que envejecemos. Esto se debe a que los cambios necesarios para que una célula dañada se multiplique y forme un tumor generalmente toman un tiempo prolongado en desarrollarse.

Predisposición genética

Entre un cinco y un siete por ciento de las personas nacen o heredan genes alterados, por lo que pueden presentar una predisposición genética al desarrollo de ciertos cánceres.

Radiaciones

Las radiaciones ionizantes son uno de los factores causales más reconocidos. La radiación produce cambios en el ADN celular.

Sustancias químicas

Existen miles de sustancias químicas que pueden provocar cáncer. La mayoría de los carcinógenos químicos están relacionados con actividades industriales, por lo que gran parte de los cánceres producidos por ellos se dan en los países desarrollados.

El cigarrillo

Es el más importante agente cancerígeno de la vida cotidiana. El cigarrillo es muy dañino debido a las sustancias que contiene; nicotina, ácidos y óxidos de carbono y alquitrán.

El alcohol

Es considerado un agente carcinógeno. Los bebedores excesivos tienen un mayor riesgo de padecer cáncer de boca, esófago, laringe e hígado.

Sistema inmune

Las personas que poseen una disminución en la función del sistema inmune son más propensas a padecer algunos tipos de cáncer. Este grupo incluye a personas que: han tenido trasplantes de órganos y toman medicamentos para suprimir su sistema inmunológico a fin de detener el rechazo de órganos; padecen el VIH o sida; nacen con síndromes médicos poco frecuentes que afectan su inmunidad.

Infecciones por virus

Se ha comprobado que ciertos virus pueden ayudar a causar algunos tipos de cáncer, el virus puede provocar alteraciones genéticas en las células, lo que las hacen más propensas a convertirse en cancerosas.

Gérmenes infecciosos

Ciertos gérmenes infecciosos, incluso virus, bacterias y parásitos, pueden causar cáncer en personas infectadas o aumentar el riesgo de que se forme cáncer. Algunos virus pueden desorganizar los controles normales de crecimiento y proliferación celular.

3.1.7 PRUEBAS Y EXÁMENES

Las pruebas y exámenes, por lo tanto, son los ensayos que se hacen para saber cómo resultará algo en su forma definitiva, o los argumentos y medios que pretenden demostrar la verdad o falsedad de algo.

Tomografía

La tomografía computarizada, TC, es un procedimiento con imágenes que usa equipo especial de rayos X para crear imágenes detalladas, o exploraciones, de regiones internas del cuerpo. Esta prueba para detectar el cáncer de pulmón ha demostrado que reduce las muertes por cáncer de pulmón entre fumadores empedernidos de 55 a 74 años de edad.

Mamografía

La mamografía es un tipo de imagen médica especializada que utiliza un sistema de dosis baja de rayos X para visualizar el interior de las mamas.

Pruebas de Pap y del VPH

Es una forma de detectar células del cérvix anormales, incluso lesiones precancerosas del cérvix, así como también cánceres cervicales en etapa temprana, a partir de los 21 años de edad hasta los 65 años, siempre y cuando los resultados recientes sean normales.

Exámenes de piel

Los médicos a menudo recomiendan que las personas en riesgo de padecer cáncer de piel se revisen la piel con regularidad o le pidan a un proveedor de salud que haga la revisión por ellas.

Resonancia magnética del seno

Esta prueba con imágenes a menudo se usa en mujeres que son portadoras de una mutación dañina en el gen BRCA1 o en el gen BRCA2. Estas mujeres tienen un alto riesgo de padecer cáncer de seno, así como otros tipos de cáncer.

Estos exámenes pueden ayudar a los médicos a encontrar y a tratar a tiempo varios tipos de cáncer. La detección temprana es importante porque el tejido anormal o el cáncer que se encuentra en forma temprana puede ser más fácil de tratar. Para el momento en que aparecen los síntomas, el cáncer puede haber empezado a diseminarse y es más difícil de tratar.

3.1.8 DETECCIÓN TEMPRANA

El diagnóstico precoz de un tumor puede incluir distintos métodos, como examen físico, exámenes de laboratorio, imágenes y análisis genéticos. Los métodos de diagnóstico precoz corresponden a programas de control periódico, supervisados por un médico u otro profesional de la salud. No tiene utilidad realizar un examen aislado o de forma no controlada.

3.1.8.1 Prevención

La prevención es la acción de defenderse y de advertirse a ciertos riesgos, esto hace bajar el riesgo de padecer alguna enfermedad, en este caso en cáncer.

3.1.8.2 Tipos de prevención

Consumir una dieta sana y equilibrada

La dieta sana incluye frutas y verduras (por lo menos 5 porciones al día), las pastas y otras comidas con los hidratos de carbono y especialmente esos con la fibra. La fibra es muy importante en la dieta.

Mantener un peso corporal sano y normal

Los altos niveles de peso corporal aumentan el riesgo de cualquier tipo de cáncer, se debe de tener en cuenta el peso ideal para cada persona.

Enfermedad de transmisión sexual

Esto puede prevenir la transmisión de la Hepatitis C y del Virus de Papiloma Humano (HPV). El anterior es responsable de cánceres de hígado mientras que este último para los cánceres de cuello del útero.

Alcohol

Las mujeres no deben beber regularmente más de 2 a 3 unidades de alcohol al día, y los hombres no deben beber regularmente más de 3 a 4 unidades un día. Esto es debido a que se puede llegar a padecer cáncer de laringe o algún otro tipo.

Exposición prolongada al sol

Los rayos ultravioleta y la exposición frecuente al sol son un factor común para el cáncer de piel. Aquí se debe de tomar en cuenta el tema de detección temprana, porque con una estrategia de comunicación se debe evolucionar desde una estructuración textual a una más visual.

3.1.9 TRATAMIENTO

3.1.9.1 Tipos de tratamiento

Conjunto de medios que se aplican para curar o aliviar una enfermedad a una persona. Los tratamientos más comunes son la cirugía, la quimioterapia y la radioterapia. Las opciones más recientes incluyen la terapia dirigida, la inmunoterapia y la terapia hormonal láser, entre otras. A continuación se encuentra un resumen de los distintos tipos de tratamientos.

Cirugía

La cirugía es un tratamiento común para muchos tipos de cáncer. Durante la operación, el cirujano extrae una masa de células cancerígenas (tumor) y algo de los tejidos circundantes. En ocasiones, la cirugía se lleva a cabo para aliviar los efectos secundarios causados por un tumor.

Quimioterapia

La quimioterapia se refiere a fármacos que se utilizan para eliminar las células cancerígenas. Los fármacos se pueden administrar de forma oral, como una inyección o directamente en un vaso sanguíneo (vía intravenosa). Se pueden administrar distintos tipos de fármacos juntos al mismo tiempo o uno luego de otro.

Radioterapia

La radioterapia utiliza radiografías, partículas o semillas radiactivas para eliminar las células cancerígenas. Las células de este tipo crecen y se dividen más rápido que las células normales del cuerpo. Debido a que la radiación es más perjudicial para las células que crecen rápidamente, la radioterapia daña las células cancerígenas más que las células normales.

Se deben de tener en cuenta estos temas porque suponen un factor importante, ya que son tratamientos comunes y por ello se debe de poner en el proyecto a realizar.

3.1.10 TIPOS DE CÁNCER MÁS COMUNES EN GUATEMALA

Se debe de tener en cuenta estos tipos de cáncer, ya que son la fuente principal del sitio web, así las personas se informan sobre los tipos de cáncer más comunes y pueden prevenirlos de mejor manera.

3.1.10.1 Cáncer de boca

El cáncer bucal se produce en los labios (generalmente, en el inferior). Afecta con mayor frecuencia a los hombres que a las mujeres, y principalmente lo padecen personas mayores de 40 años. El tabaquismo en combinación con la ingesta fuerte de alcohol constituyen factores claves de riesgo.

3.1.10.2 Cáncer de pulmón

El cáncer de pulmón se produce cuando hay un crecimiento exagerado de células malignas en este órgano. El tabaquismo es la causa principal.

3.1.10.3 Cáncer de próstata

Es el cáncer que empieza en la glándula prostática. La próstata es una pequeña estructura con forma de nuez que forma parte del aparato reproductor masculino. Este órgano rodea la uretra, el conducto que transporta la orina fuera del cuerpo.

3.1.10.4 Cáncer cervical

Es el cáncer que comienza en el cuello uterino, la parte inferior del útero (matriz) que desemboca en la parte superior de la vagina.

3.1.10.5 Cáncer de colon

El cáncer de colon, o colorrectal, es el que comienza en el intestino grueso (colon) o en el recto (parte final del colon).

3.1.10.6 Cáncer esofágico

El cáncer esofágico es un tumor canceroso en el esófago, el conducto que transporta el alimento desde la boca hasta el estómago.

3.1.10.7 Cáncer gástrico

El cáncer gástrico es el cáncer que comienza en el estómago.

3.1.10.8 Cáncer de piel

El cáncer de piel escamocelular es el segundo tipo más común de cáncer en los Estados Unidos.

3.1.10.9 Cáncer de seno

Es el crecimiento descontrolado de las células mamarias. Para entender mejor el cáncer de mama, se debe entender cómo se desarrolla cualquier cáncer. El cáncer es el resultado de mutaciones, o cambios anómalos, en los genes que regulan el crecimiento de las células y las mantienen sanas.

Es muy importante saber sobre las jornadas y los tipos de cáncer que atiende la Liga Nacional contra el cáncer para tener en cuenta cómo se pondrá y qué se pondrá en la página web, pero eso se mirará más adelante.



Imagen 36. Portada: Página de Facebook.

CONCEPTOS Y TEMAS DE COMUNICACIÓN 3.2

3.2.1 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO CREATIVO

En el plan estratégico son relevantes las tendencias actuales a la disposición de un acceso a internet rápido y eficiente. El grupo objetivo está conectado a internet. Los índices de lectura que presenta el grupo objetivo en el uso de internet son bajos. Los estudios realizados determinan lo siguiente:

Más de la cuarta parte del grupo objetivo está en los sitios de internet o tiene una red social de forma activa. De esa cuarta parte, más del 50% se ha adherido a dicha red social como marca o empresa. Se debe aprovechar por completo las oportunidades de comunicarse con diferentes audiencias con la actividad diaria en las redes sociales, publicando contenido no siempre fomentando dialogo.

Para poder tener acceso a nuestro grupo objetivo se debe tener en cuenta:

Es un concepto que las personas utilizan para decidir si creen o no, ya que es una de las informaciones de la que no son testigos directos. En su aplicación intervienen componentes objetivos y subjetivos, ya que se conceden a las fuentes, canales o plataformas de difusión de información.

3.2.1.1 Credibilidad

Aquí se toma en cuenta la visibilidad y posicionamiento, como lo es un buscador de una página web.

3.2.1.2 Influencia

Es la calidad que otorga capacidad para ejercer determinado control sobre el poder por alguien o algo. La influencia de la sociedad puede contribuir al desarrollo de la inteligencia, la afectividad, la asertividad, el comportamiento y, en sentido general, la formación de la personalidad.

Aquí se toma en cuenta la captación del grupo objetivo mediante la interacción entre medios de comunicación.

3.2.1.3 Fidelidad

Es una noción que en su nivel más abstracto implica una conexión verdadera con una fuente. Se observa un canal adecuado de atención y con un servicio al grupo objetivo infinito.

3.2.2 MÉTODOS DEL PROYECTO

3.2.2.1 Producto

Sitio web, ofreciendo las siguientes líneas:

Consultas: El sitio web tendrá una mensajería instantánea con el encargado (Jefe de relaciones públicas), el cual evaluará y recomendará qué prevención tomar dependiendo del mensaje correspondiente de la persona que mire el sitio web.

Supervisiones: Verificación y ejecución de trabajos, proyectos y procesos que se encuentre desarrollando el cliente en un plazo determinado de tiempo, reportando los avances y metas alcanzados desde un punto de vista diferente, de manera imparcial y técnica.

Inspecciones: Revisión y verificación de la condición de los equipos, porque se espera que lleguen más personas con el fin de prevenirse. Primero que nada, es necesario tener claro los siguientes conceptos, ya que a partir de aquí se genera todo un proceso de investigación importante para el proyecto. ¿Cómo participan las personas? Es necesario centrarse en las relaciones de las personas no en las tecnologías.

3.2.2.2 Perfil socio-tecnográfico

Es un fenómeno social que consiste en que la gente utiliza las tecnologías para obtener lo que necesita, pero no de las empresas, sino de otras personas. Dependiendo de su forma de participar en las redes, será posible escoger una u otra plataforma en medios digitales, o bien diseñar distintas estrategias.

Una vez se está informado de lo que las personas hacen por medio de internet, se prosigue a las estrategias de comunicación.

3.2.2.3 Comunicación

Comunicar es el hecho de transmitir información significativa. Es la acción a través de la cual los individuos se relacionan entre sí.

Para que la comunicación sea efectiva se requieren tres elementos básicos: Un emisor, un mensaje y un receptor. A estos tres elementos fundamentales hay que sumarle dos factores de igual importancia: El código y el canal.

3.2.2.4 Comunicación digital

Es aquella que transmite la información a través de símbolos.

Los símbolos comunicativos pueden ser lingüísticos o escritos, y existe un consenso significativo para cada símbolo. Este consenso se ordena bajo reglas y normas lingüísticas. El significante y el significado de las palabras no tienen relación.

También se quiere llegar a que el grupo objetivo vea y se interese en la página web, genere atracción, que provoque clics de interesados y de venta, ya que es para que llegen a la Liga Nacional contra el Cáncer. Para ello tenemos que tener claro lo siguiente:

3.2.2.4 Branding

Es el proceso mediante el cual se construye una marca, comprendiendo este como el desarrollo y mantenimiento de un conjunto de atributos y valores inherentes a la marca y por la que esta será identificada por su público.

3.2.2.3 Interacción

Disciplina que define el comportamiento de los productos y sistemas con los que interactúa el usuario. La interactividad es el proceso que establece un usuario con un dispositivo, sistema u objeto determinado.

3.2.2.4 Tráfico en la red

El tráfico web es la cantidad de datos enviados y recibidos por los visitantes de un sitio web. Esta es una gran proporción del tráfico de internet. El tráfico web es determinado por el número de visitantes y de páginas que visitan.

Con estos métodos se quiere llegar a tener una segmentación alta, para que los usuarios, en este caso el grupo objetivo, se haga cada vez más grande.

3.2.2.5 Tecnología

Buscador

Es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores web gracias a su spider. Un ejemplo son los buscadores de Internet cuando se pide información sobre algún tema.

La herramienta del marketing online que concentra mayor interés es Google, con un 98% de usuarios en Centroamérica y Latinoamérica. Lo que se necesita hacer es optimizar la página web para conseguir mejores resultados.

Para ello se debe de tener calidad, una estructura y enlaces de texto claros con contenido y palabras clave, tener url sencillas y versión HTML.

Adwords

El grupo objetivo verá el anuncio justo en el momento en que busquen en Google el producto a ofrecer, en este caso la página web.

La frase de búsqueda define intención o actitud del servicio.

Enlaces patrocinados: El anunciante paga por clics realizados tras introducir los términos de búsqueda asociados al producto.

Publicidad Display

Es la más conocida y similar a la publicidad convencional, está conformada por banners y elementos básicos gráficos.

3.2.2.8 Social Media

Plataformas de comunicación de contenido donde los usuarios o el grupo objetivo se convierten en medios de comunicación. La social media es muy importante porque ofrece mayor cercanía e interacción, requiere gestión continua y las posibilidades son altas, pues hay campo por explotar.

Redes sociales

Las redes sociales en internet son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Contactar a través de la red puede llevar a un conocimiento directo o, incluso, la formación de nuevas parejas.

Facebook

Red social creada por Mark Zuckerberg, que marca los antecedentes y las condiciones que deben cumplir las demás. Se ha convertido en un medio para la masificación de la comunicación en Internet. Ofrece gran variedad de servicios: perfil personal, fanpages, juegos, aplicaciones, por mencionar algunos.

Twitter

Es una aplicación web gratuita de microblogging que reúne las ventajas de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea.

Infografía

La infografía es una representación visual o diagrama de textos escritos que en cierta manera resume o explica; en ella intervienen diversos tipos de gráficos, en este caso son pictogramas, que pueden o no coincidir con secuencias animadas y/o sonidos.

3.2.3 HERRAMIENTAS DEL PROYECTO

3.2.3.1 Página web

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o enlaces) para facilitar la navegación entre los contenidos.

Lenguaje de programación

Es un lenguaje formal diseñado para realizar procesos que pueden ser llevados a cabo por máquinas como las computadoras.

Html

Es un lenguaje de programación que se utiliza para el desarrollo de páginas de Internet. Se trata de la sigla que corresponde a HyperText Markup Language, es decir, Lenguaje de Marcas de Hipertexto, que podría ser traducido como Lenguaje de Formato de Documentos para Hipertexto.

Lectores de pantalla (screen readers en inglés)

Software que permite la utilización del sistema operativo y las distintas aplicaciones mediante el empleo de un sintetizador de voz que "lee y explica" lo que se visualiza en la pantalla, lo que supone una ayuda para las personas con graves problemas de visión o completamente ciegas.

3.1.11.2 Evolución del Internet

Internet ha revolucionado el mundo. Sobrepasa los 2.4 billones de usuarios. En 1971, Ray Tomlinson envió el primer email y aparece el primer virus Creeper. Dos años más tarde, la palabra internet se usó por primera vez en una transmisión de control de protocolo. 1982 fue la fecha que marcó un antes y un después por el gran auge que supusieron los emoticonos y que a día de hoy siguen teniendo. Nueve años después Tim Berners Lee, de la CERN crea la primera página web.

Yahoo se funda en 1994 y justo al año siguiente Microsoft lanza Internet Explorer. Otro de los términos revolucionarios, weblog aparece en 1997 usado por Jorn Barger. Un año muy importante en la historia de internet es 1998 por dos motivos. En primer lugar nace Google y el número de usuarios de internet alcanza un millón. En 2001 aparece la mayor enciclopedia colectiva, Wikipedia.

Entre el 2003 y 2005 se dan varias innovaciones gracias a la aparición de Safari, MySpace, LinkedIn, Skype y WordPress. En 2004 aparece Facebook, Gmail, Flickr y Vimeo. Sin embargo, YouTube tuvo que esperar a 2005 para ver la luz.

Chrome de Google nace en 2008 y dos años después nace Instagram, aunque sólo disponible para Apple. Pinterest, que nace en 2010 consigue 10 millones de usuarios más rápido que las otras redes. Por último, 2012 sirve para que internet alcance los 2.4 mil millones de internautas.



CONCEPTOS Y TEMAS DE DISEÑO

Imagen 37. Portada: Recursos Humanos.



CONCEPTOS Y TEMAS DE DISEÑO 3.3

3.3.1 PLANEAMIENTO FINAL

En el planeamiento final se muestran los conceptos de diseño que se utilizarán en todo el proceso del proyecto.

3.3.1.1 Proceso creativo

SPICE:

Es el cuadro comparativo es una estrategia de enseñanza–aprendizaje que permite identificar las semejanzas y diferencias de dos o más objetos o hechos. Una cuestión importante es que, luego de hacer el cuadro comparativo, es conveniente enunciar la conclusión a la que se llegó.

3.3.1.2 Mapas mentales

Son un método muy eficaz para extraer y memorizar información. Son una forma lógica y creativa de tomar notas y expresar ideas que consiste, literalmente, en cartografiar sus reflexiones sobre un tema.

3.3.1.3 Lluvia de ideas

El proceso conocido como lluvia de ideas (o también popular en inglés como brainstorming) es un proceso didáctico y práctico mediante el cual se intenta generar creatividad mental respecto de un tema. Tal como lo dice su nombre, la lluvia de ideas supone el pensar rápidamente y de manera espontánea en ideas, conceptos o palabras que se puedan relacionar con un tema previamente definido y que, entonces, puedan servir a diferentes fines.

3.3.1.4 Relaciones forzadas

Técnica creativa que nace del principio: “Combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación” (Whiting, 1958). Útil para complementar las ideas generadas en la lluvia de ideas.

3.3.1.5 Elementos de Diseño

Elementos funcionales

La interpretación modular de las metas requeridas en un proceso de diseño.

Elementos visuales

Así pues como ya han de suponer, los elementos visuales son:

Forma: Todo lo visible tiene una forma, la cual aporta para la percepción del ojo una identificación del objeto.

Medida: Todas las formas tienen un tamaño.

Color: El color se utiliza comprendiendo no solo los del espectro solar, sino asimismo los neutros (blanco, negros, grises) y las variaciones tonales y cromáticas.

Elementos de relación

Se refiere a la ubicación y a la interrelación de las formas en un diseño.

Dirección: La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.

Posición: La posición de una forma depende del elemento o estructura que la contenga.

Espacio: Todas las formas por más pequeñas que sean ocupan un espacio, el espacio así mismo puede ser visible o ilusorio (para dar una sensación de profundidad).

Gravedad: El efecto de gravedad no solamente es visual, sino que también psicológico. Podemos atribuir estabilidad o inestabilidad a una forma o a un grupo de ellas.

Elementos prácticos

Los elementos prácticos van más allá del diseño en sí y como es de esperar son conceptos abstractos.

Representación: Se refiere a la forma de realizar el diseño: puede ser una representación realista, estilizada o semi-abstracta.

Significado: Todo diseño conlleva consciente o subconscientemente un significado o mensaje.

Función: Para lo que está creado dicho diseño.

Estos elementos de diseño se utilizarán para poder desarrollar adecuadamente el proyecto.

Se toman en cuenta los tipos de tendencias web utilizadas en el año de realización de este proyecto. Esto es muy importante, ya que llama la atención del grupo objetivo. Los siguientes puntos son las tendencias que se utilizarán en la página web de prevención.

3.3.1.6 Tipos de tendencias web utilizadas

El diseño Flat

El Flat design es compatible con otras modas del diseño web como el minimalismo, el diseño web responsive o el Material Design.

De cara al futuro, es probable que veamos las siguientes tendencias en el diseño Flat.

Combinaciones de colores vivos: Las interfaces y plantilla más populares han llevado a muchos a comenzar a usar colores más vivos en sus diseños.

Tipografía sencilla: En el Flat Design, las tipografías sencillas ayudan a asegurar que el texto sigue siendo legible.

Botones fantasma: Son los botones que se presentan con un simple contorno, y cambian cuando el usuario se desliza sobre ellos. Estos mantienen la funcionalidad sin distraer al usuario.

Secciones largas con scroll

Los usuarios están acostumbrados al scroll en los dispositivos móviles, y por eso mismo vemos que ya no es necesario preocuparse por crear páginas web con secciones cortas en las que se trata de concentrar todo el contenido en la parte superior a toda costa. Las páginas con scroll son perfectas además para quienes quieren atraer al grupo objetivo.

Con este enfoque de investigación, empelado con frecuencia en todas las áreas relacionadas con los medios, estrategia de comunicación, desarrollo creativo, visualizaciones y propuesta final, el marco teórico aportará al buen desarrollo de creatividad y profesionalismo de este proyecto.

Capítulo 4



Capítulo 4

DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO





CAPÍTULO 4

ESTE CAPÍTULO CONTIENE:

87	4.1 Estrategia de comunicación
91	4.2 Plan de medios
91	4.2.2 Análisis del target
91	4.2.3 ¿Para qué?
92	4.2.4 ¿Qué?
92	4.2.5 ¿Con quiénes?
92	4.2.6 ¿Cómo?
92	4.2.7 ¿Cuándo?
97	4.3 Desarrollo creativo
97	4.3.1 Mapa de empatía
98	4.3.2 Brainstorming
101	4.3.3 Spice poems
103	4.3.4 Insight
105	4.3.5 Concepto creativo
107	4.4 Primer nivel de visualización
107	4.4.1 Etapa de bocetaje
113	4.4.2 Autoevaluación de selección de concepto
113	4.4.3 Análisis de autoevaluación
115	4.5 Segundo nivel de visualización
119	4.5.1 Propuesta de logotipo
120	4.5.2 Coevaluación
123	4.6 Tercer nivel de visualización
125	4.6.1 Evaluación del grupo objetivo

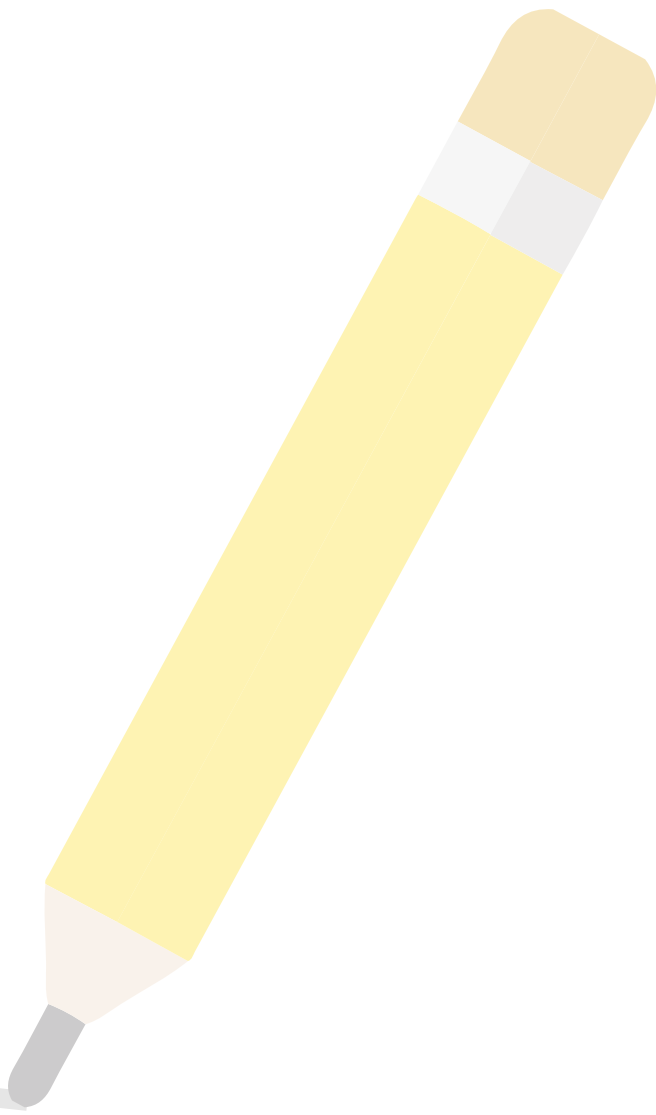




Imagen 39. Portada: Estrategia.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 4.1

Luego de analizar y conocer las necesidades de la institución se necesita tener un criterio Se determinó que se requiere una página interactiva para promover medios de prevención, mediante un diseño determinado por una serie de preguntas básicas, que ayudan a decidir la pieza gráfica a diseñar.

Se debe de tomar en cuenta, que al momento de diseñar la pieza gráfica tiene que ser accesible para el grupo objetivo, ya que la información es extensa y tiene que ser entendible para la edad del grupo objetivo.

A continuación se presenta una tabla para el desarrollo de esta estrategia de comunicación:

Objetivos	Objetivo General Contribuir con el Incan con una estrategia de comunicación, desarrollada con tendencias actuales, con el diseño de un material web acerca de la importancia de la detección temprana del cáncer, con el fin de informar que ciertos hábitos poco saludables suponen un alto factor de riesgo y pueden provocar cáncer.	Objetivo de comunicación Proporcionar información de forma masiva y de manera creativa, describiendo brevemente las características de prevención de cáncer, los tratamientos, cómo enfrentar la enfermedad, y así reconocer los cánceres más comunes en Guatemala, y de esta manera impulsar la prevención e informar que ciertos hábitos poco saludables están afectando la salud y pueden causar cáncer, se realizarán a través de las redes sociales, principalmente Facebook, Twitter, google ads y youtube.	Objetivo de diseño Creación de un material interactivo para la página web del Instituto de Cancerología, con fin informativo para las personas con hábitos de poca lectura.
Estrategia	Diseño de una página web, con un canal de información sistematizado e interactivo en el cual las personas se puedan informar de la prevención de cáncer. Boletines creativos para publicidad de la página.	No abusar de la tecnología. Las imágenes que tardan eternidades en cargar no van a ayudar. Comunicaciones eficientes. Las comunicaciones con el grupo objetivo es primordial, utilizar un programa de correo que revise la ortografía. La primera impresión es la que cuenta, contestar los correos o mensajes es primordial.	Diseño. El atractivo y visual diseño de las infografías permitirá destacar las publicaciones en redes sociales, ya que tienen un gran potencial para captar más y mejor la atención y el interés del usuario que un texto plano.
Táctica	Elaboración de infografías creativas con información necesaria y no saturada.	Fanpage	Material gráfico adicional que reforzará el sitio web (afiches, volantes, banners)
Curso de acción	Investigación, recopilación de datos, promoción en página web del Incan, diseño de infografías, video de prevención, diseño de promoción para la fanpage del Incan, crear el google+ ya que si alguien quiere buscar sobre el tema de prevención, este aparecerá en la página de google ads.		
Medios	Facebook, twitter, Impresión digital, correo electrónico.	Facebook, twitter, correo electrónico.	Facebook, twitter, correo electrónico.
Tiempo	3 meses: agosto, septiembre y octubre.	Dos meses: septiembre y octubre.	Dos meses: septiembre y octubre.
Responsable	Sara Jeanpierre Erasmo Morales.	Sara Jeanpierre	Sara Jeanpierre

Imagen 40. Cuadro comparativo de la estrategia de comunicación.

4.1.2 TIEMPO DE EXPOSICIÓN

Página web

El seguimiento de este proyecto es muy importante, se actualizará anualmente y dependerá del Instituto de Cancerología. El contenido de esta página web tiene una mayor permanencia y servirá como archivo de información de prevención.

Redes sociales

Es el comienzo de informarse sobre la nueva página web de prevención, cada mes se informará, con el tipo de cáncer correspondiente al mismo.



PLAN DE MEDIOS



PLAN DE MEDIOS 4.2

4.2.1. ANÁLISIS DEL TARGET

El consumidor está siempre conectado. El 72% de las personas no deja su celular en casa. Los smartphones se utilizan en todos los lugares, casa, trabajo, restaurantes, transporte, cafetería, tiendas, reunión social, colegio, aeropuerto, consulta médica, en el baño y al ver la televisión. Los medios de comunicación hacen referencia a las herramientas y los individuos somos capaces de transmitir una información.

4.2.3. ¿PARA QUÉ?

Para divulgar la importancia de la prevención a los guatemaltecos a través de la creación y el diseño de un material web acerca de la importancia de la detección temprana del cáncer con el fin de informar que ciertos hábitos poco saludables suponen un alto factor de riesgo y pueden provocar cáncer.

4.2.3.1 Estrategia

Boletines electrónicos. Tener una lista de distribución de correo electrónico para mantener contacto con los visitantes de la página web del Incan. Un boletín electrónico le permitirá estar en contacto con su audiencia y mantenerla actualizada el sitio web. Las personas tienen confianza y si una autoridad del Instituto de Cancerología mandará el correo, las personas se sentirían apreciadas.

Enlaces y direcciones. Siempre debe facilitar la navegación interna del sitio web y entregarle al visitante los datos de contacto para solicitar información adicional. No abusar de la tecnología. Las imágenes que tardan eternidades en cargar no ayudarán.

Comunicaciones eficientes. Las comunicaciones con el grupo objetivo son primordiales, utilizar un programa de correo que revise la ortografía, la primera impresión es la que cuenta, contestar los correos o mensajes es primordial.

Diseño. El atractivo y visual diseño de las infografías permitirá destacar las publicaciones en redes sociales, ya que tienen un gran potencial para captar más y mejor la atención y el interés del usuario que un texto plano.

4.2.4 ¿QUÉ?

El tema esta basado en Salud, por lo tanto apunta al área de prevención, que la institución pretende reforzar como base para instituir en las Jornadas de Prevenciones, reuniendo las herramientas necesarias para dar a conocer este tema de manera creativa y apropiada dentro y fuera de la institución.

4.2.5 ¿CON QUIÉNES?

El contenido irá dirigido a personas jóvenes maduras con una cultura de concientización apegada a una realidad de cultura visual, con el consentimiento de prevención, deben de tener en cuenta la salud y las enfermedades que existen, en este caso el cáncer.

4.2.6 ¿CÓMO?

El contexto del contenido se enfoca en la prevención, que las personas se tienen que preocupar por su salud. Proceso que se realizará a distancia, pero con visitas presenciales a la fundación, para presentar avances o seguir puliendo el material.

4.2.6 ¿CUÁNDO?

El desarrollo del proyecto será regido por el seguimiento de un cronograma de trapajo en donde en un período de tres meses se irán realizando las fases desde el proceso de bocetaje hasta la ejecución de la pieza final. También está un cronograma de seguimiento del lanzamiento del trabajo.

4.2.6.1 Presupuesto de la estrategia

Publicidad de pago por Clic en Facebook

La publicidad en Facebook se hace a través de pequeños anuncios que se ubican en la columna lateral derecha de sus páginas. Estos anuncios constan de una imagen, un título, una breve descripción de lo anunciado y el enlace al cual irán los visitantes cuando hagan clic en dicho anuncio.

Aunque este tipo de anuncios se consideran como publicidad interruptora (porque se muestra aunque el usuario no lo esté solicitando), es muy efectiva porque se presenta en forma muy segmentada, es decir, sólo se presenta la publicidad a aquellos usuarios que cumplen con un perfil determinado, lo cual hace que sea más focalizada de acuerdo a los intereses de dichos usuarios.

En el caso de Twitter será en interacciones de tweets

La intención es promover que más personas hablen de la página de prevención. Las campañas de interacción de tweets permiten ampliar el alcance de tu contenido a una audiencia relevante en twitter. Promocionar tweets que se publicarán de manera orgánica o crear tweets para promocionarlos solo a la audiencia a la que se desea. Solo se paga cuando el usuario segmentado interactúe con el contenido. Las impresiones que no generen una interacción son gratuitas, se establecerá un presupuesto total para la campaña y un presupuesto diario máximo.

En el caso de Adwords, búsqueda en Google

Cada vez que un usuario realiza una búsqueda en Google, AdWords lleva a cabo una subasta para determinar los anuncios que aparecerán en la página de resultados de la búsqueda y su posición en la página. Si desea que sus anuncios participen en la subasta, primero debe elegir cómo desea establecer la oferta. Pruebe elegir una estrategia de oferta basada en sus objetivos; por ejemplo, si desea centrarse en obtener clics, impresiones o conversiones.

Proyección de presupuesto mensual

Se determinan los siguientes precios por publicidad:

Publicidad por Facebook	Q 1,000
Publicidad por twitter	Q 500
Publicidad por Google	Q 1,400
	<hr/>
	Q 2,900

El monto mensual de publicidad en redes sociales es de Q2,900. Si tomamos en cuenta son 9 jornadas de los diferentes tipos de cáncer, si se quiere saber sobre el proyecto, la nueva página web y se quiere llegar a tener un buen grupo objetivo para prevención, esta es una muy buena opción para que Guatemala esté prevenida contra el cáncer.

4.2.6.2 Calendario del proyecto

La realización de las visualizaciones es muy importante, ya que determina la finalización del proyecto ejecutado.

Primera visualización

Del 15 al 19 de agosto 2016

Segunda visualización

Del 22 al 26 de agosto 2016

Tercera visualización

Del 29 de agosto al 22 de septiembre 2016

Sitio web terminado

30 de septiembre 2016

4.2.6.3 Calendario de seguimiento

Es muy importante tener en cuenta las jornadas de los diferentes tipos de cáncer durante el año 2018.

1 de enero	Se dará el primer anuncio de prevención en portada de fb
14 de enero al 11 de marzo	Se dará el anuncio de portada en fb de prevención de cáncer de Esófago, Estómago, Colon
14 marzo al 29 de abril	Se dará el anuncio de portada en fb de prevención de cáncer de Piel.
2 de mayo al 31 de mayo	Se dará el anuncio de portada en fb de prevención de cáncer de Boca y Pulmón.
1 de junio al 29 de julio	Se dará el anuncio de portada en fb de prevención de cáncer de Próstata.
8 de agosto al 9 de sep.	Se dará el anuncio de portada en fb de prevención de cáncer de Cérvix.
19 de sep. 16 de diciembre	Se dará el anuncio de portada en fb de prevención de cáncer de Seno.

Imagen, 42, Calendario de seguimiento.

La página estará durante el período de un año y luego será actualizada por el Instituto de Cancerología.

Como complemento se genera una tabla en donde se explica el tipo de pieza, sus ventajas y desventajas potenciales para resolver el problema de comunicación visual de la institución. Cada punto se desarrolla según la experiencia adquirida en la carrera, al finalizar se concluye qué pieza es la mejor y se adapta para cubrir las necesidades.

Página web

Ventajas

Se conserva y se difunde en cualquier momento, es fácil de difundir, no pesa tanto y no sufre de lectura de programas recomendados más que en pdf o virtual.

Permite muchas cosas, es muy flexible, sobre todo para el diseño.

Al tener solo un diseño general, se le puede dedicar más tiempo a optimizar detalles en las interacciones y probar diseños innovadores.

Desventajas

Requiere pensar y planificar muy bien el diseño. Concentrar toda la información en una página es un gran desafío, no es llegar y lanzar el contenido.

Para averiguar cuál contenido son eficiente y cuál no, se requieren herramientas de analítica orientadas a guardar la sesión de usuario, las cuales son más caras.



DESARROLLO CREATIVO

Imagen 43. Portada: Desarrollo creativo.

DESARROLLO CREATIVO 4.3

4.3.1. MAPAS DE EMPATÍA DEL GRUPO OBJETIVO

La tarea principal que se impone es conocer con detalle cuál es el segmento del grupo objetivo al que se dirige la nueva propuesta e identificar cuáles de sus características harán que se apruebe el proyecto realizado.

Para iniciar ese trayecto contamos con una herramienta muy eficaz. En primer se dan a conocer las características demográficas del grupo objetivo. Luego se desarrolla el mapa de empatía. En este momento se genera el insight. El concepto fue generado a través de una lluvia de ideas de la que se eligieron las palabras clave y se obtuvieron mapas mentales para aplicarlos en relaciones forzadas y finalmente obtener el concepto.

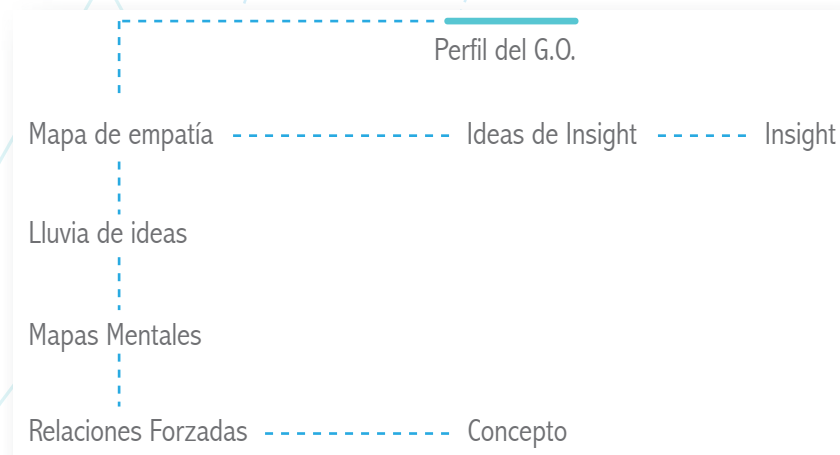


Imagen 44. Cuadro conceptual del perfil del grupo objetivo.

4.3.2 BRAINSTORMING

En primer lugar se hizo una pequeña lluvia de ideas para poder elegir el mercado al que será lanzado. Esta lluvia de ideas se realizó con ayuda de la institución.

4.3.2.1 Segmentación de mercados



Imagen 45. Paso 1: Proceso creativo.



Imagen 46. Paso 2: Proceso creativo.



Imagen 47. Paso 2: Proceso creativo.



Imagen 48. Paso 2: Proceso creativo.



Imagen 49. Paso 2: Proceso creativo.

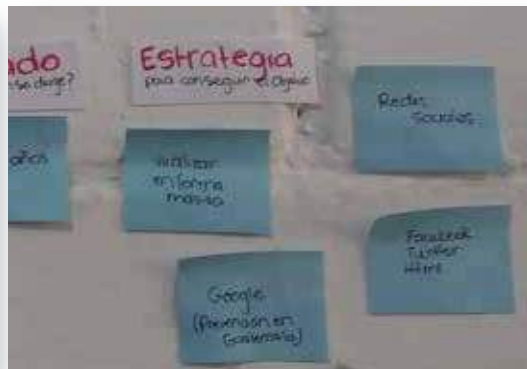


Imagen 50. Paso 2: Proceso creativo.

En el Paso 1 se realiza un brainstorming con la institución.

En el paso 2 se busca en el brainstorming el producto, objetivo, mercado y estrategia a la cual se quiere llegar. Se determinó utilizar las redes sociales y marketing viral para explotar las redes sociales y medios electrónicos para producir un incremento en la visualización de prevención del cáncer.

En el Paso 3, luego con la ayuda de la institución, se plantean individualmente las ideas principales y se retoman las características sociodemográficas, tales como estado civil, ingresos, edad, sexo, etc.

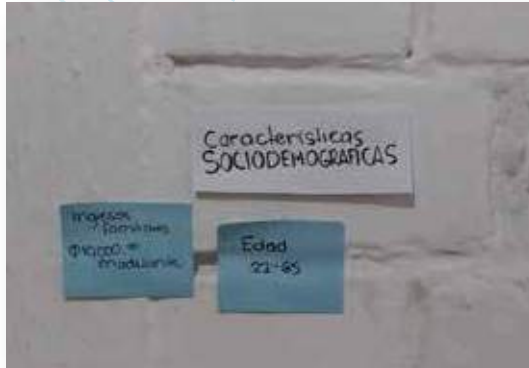


Imagen 51. Paso 3: Proceso creativo.

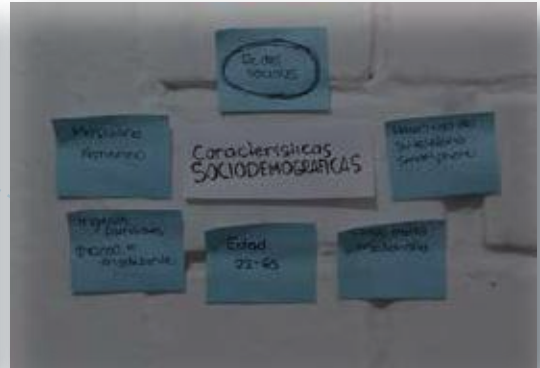


Imagen 52. Paso 3: Proceso creativo.

Ya con la recopilación del brainstorming, objetivo, mercado y estrategia que se puede llegar a utilizar y las características sociodemográficas que el grupo objetivo puede llegar a poseer, se empezará a trabajar el paso 4, que es el mapa de empatía y con la ayuda de “post it” plantear las respuestas a las diferentes preguntas, con base en el perfil de cliente.



Imagen 53. Paso 4: Proceso creativo.



Imagen 54. Paso 4: Proceso creativo.



Imagen 55. Paso 4: Proceso creativo.



Imagen 56. Paso 4: Proceso creativo.

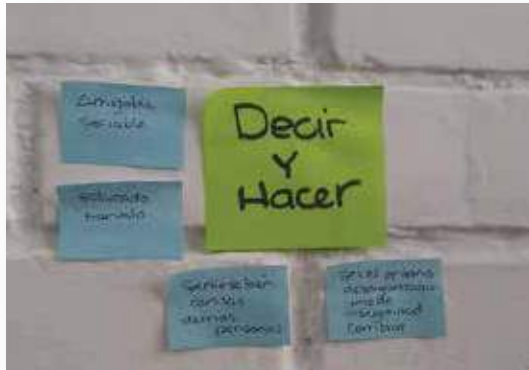


Imagen 57. Paso 4: Proceso creativo.

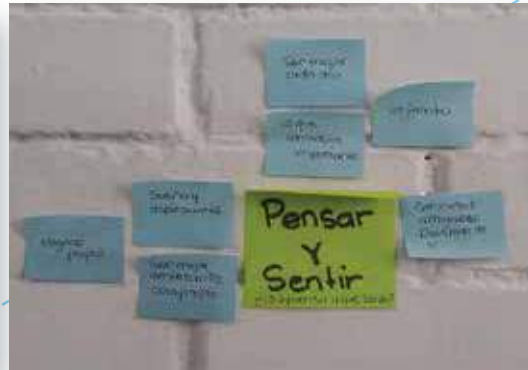


Imagen 58. Paso 4: Proceso creativo.

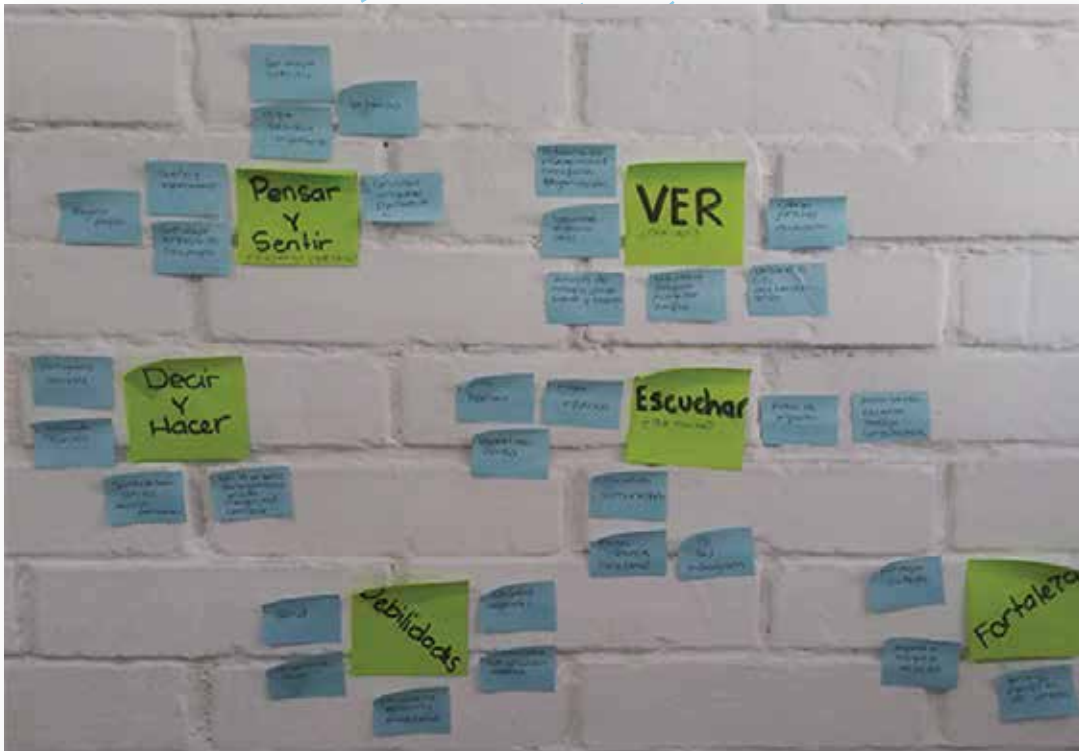


Imagen 59. Paso 4: Proceso creativo.

Se plantearon las preguntas, ¿qué escucha?, ¿qué ve?, ¿qué debilidades tiene?, ¿cuáles son sus fortalezas?, ¿qué dice y hace?, ¿qué piensa y siente? Este es el resultado del mapa de empatía. Después de realizarlo se procede con el paso 5, el mapa de SPICE POEMS, en él se verán los resultados del grupo objetivo.

4.3.3 SPICE POEMS



Imagen 60. Paso 5: Proceso creativo

Se plantea el paso 5, SPICE, profundizando las peculiaridades del grupo objetivo, como por ejemplo, qué es lo más importante en su vida, el entorno que los rodea, las necesidades, su salud, las características que posee, la información que necesita y sus emociones.

¿Quiénes están en contacto con su salud?

Familiares, amigos, hermanos y novios o novias.

¿Qué cosas físicas se pueden crear?

Trifoliales, Afiches en cada jornada, portadas para redes sociales en cada jornada, sitio web interactivo.

¿Qué servicios pueden ofrecer?

Salud, hacer una detección temprana de cualquier tipo de cáncer, estar prevenidos o también estar psicológicamente preparados.

P
O
S
G.O.
E
M

¿En dónde se pueden llevar a cabo?

En jornadas de **prevención**, exposiciones, actividades y jornadas.

Redes sociales, a la hora de buscar en Google, la página de prevención aparecerá en la lista de búsqueda. En fb, se anunciará en la fanpage del Incan.

¿Cómo puede ser distribuida esta información?

Imagen, 61, Paso 5, Proceso creativo.

Se plantea POEMS para profundizar en las peculiaridades del grupo objetivo, pero ya de una forma de cómo se puede realizar el proyecto, teniendo en cuenta las características de sus contactos y así ver cómo crear la parte física del proyecto, dónde se llevará a cabo, cómo distribuir la información, qué servicios pueden ofrecer.

El aprendizaje de SPICE POEMS es identificar las semejanzas y diferencias del grupo objetivo al que se quiere llegar analizar a través del ejercicio de SPICE and POEMS se obtuvieron los siguientes insights, seleccionando el insight en **negritas**.

4.3.2.2 Propuesta de insight

Del ejercicio SPICE, se seleccionaron las palabras, **familiares, sentirse feliz consigo mismo, seguridad y madurez**. Del ejercicio POEMS se seleccionó **seguridad**. Se realizó una lista en donde se pueden ver los posibles insights.



Imagen 62. Paso 6: Proceso creativo.

Cuida tu salud como a tu familia
La importancia familiar
Sentirse bien

Necesito salud para reflejar quien soy

4.3.4 INSIGHT

Necesito salud para reflejar quien soy

El insight seleccionado es el reflejo de una persona hacia las demás. Es muy importante que las personas se cuiden para poder reflejar salud y no se habla de apariencia física sino de cómo se siente uno mismo al estar saludable. Por ello se tienen que preocupar por prevenirse de enfermedades que hoy en día van evolucionando como los virus.

El insight se refiere a reflejar una vida saludable.

4.3.2.3 Propuesta de concepto

Para poder identificar el concepto de diseño, se realizó el paso 6, que es una lluvia de ideas con palabras elegidas por la institución y del diseñador. El concepto debe de llamar la atención para que el grupo objetivo cumpla con el interés del tema.

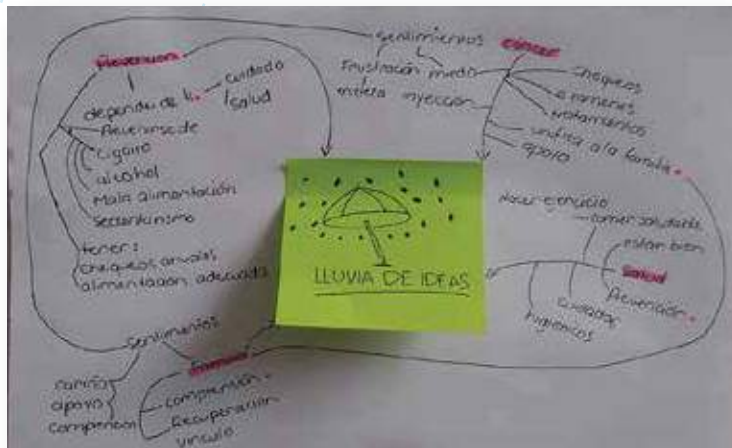


Imagen 63. Paso 6: Proceso creativo.

Las palabras que se seleccionaron tienen un punto del lado derecho, estas son: Dependencia de ti, Comprensión, Prevención y Unión.

A partir de la lluvia de ideas se realizaron mapas mentales de cada una de las palabras seleccionadas. Esto es para reforzar la palabra y poder encontrar el concepto indicado.



Imagen 64. Paso 6: Proceso creativo.

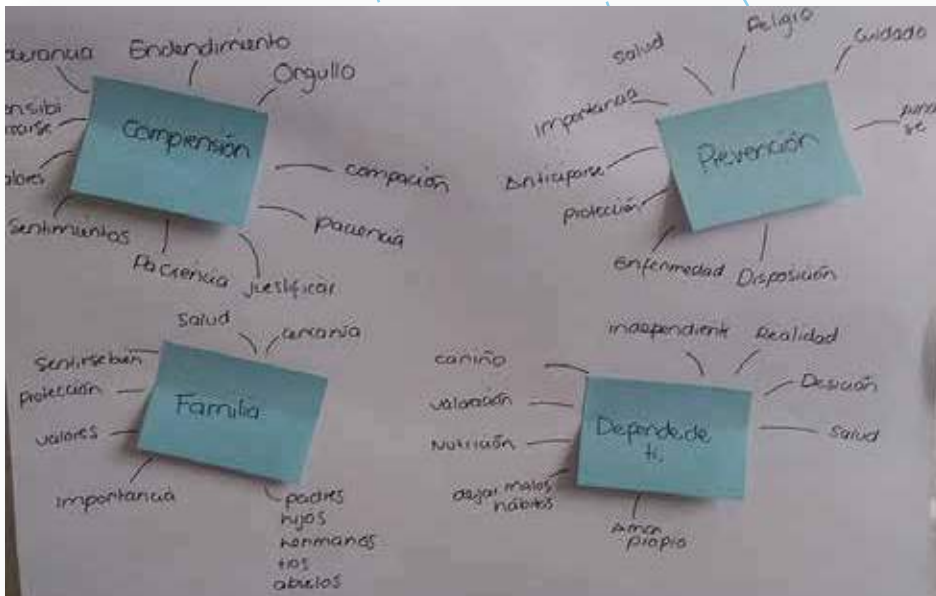


Imagen 65. Paso 6: Proceso creativo.

Para finalizar y poder reforzar el concepto se utilizó la técnica de relaciones forzadas, la cual se realiza en un cuadro comparativo.

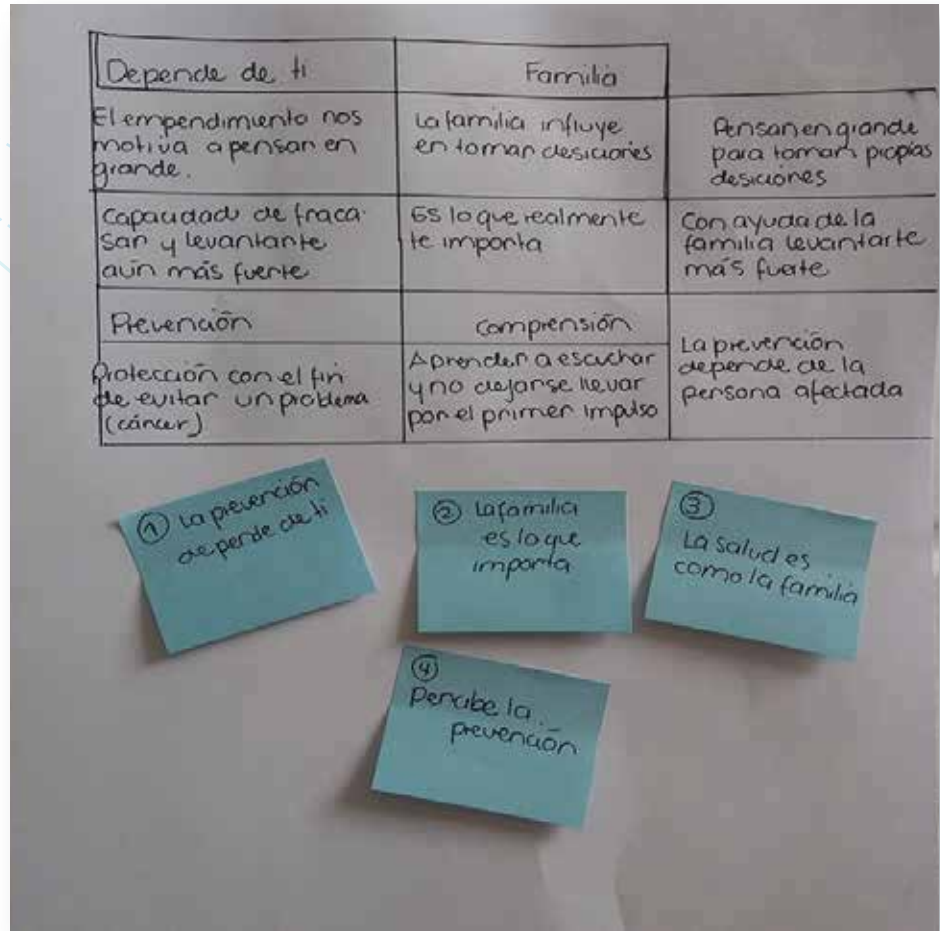


Imagen 66. Paso 6: Proceso creativo.

Se realizó un cuadro comparativo en el cual se forzaron las ideas y salieron los siguientes cuatro conceptos:

- La familia es lo que importa
- La salud es como la familia
- Percibe la prevención.

La prevención depende de ti.

4.3.5 CONCEPTO

La prevención depende de ti

La salud es vital para mantenernos en buen estado, no solo física sino mentalmente. La prevención es muy importante, porque la preocupación por estar bien depende de cada uno. Se pretende que el grupo objetivo tome conciencia y se reduzca el índice de cáncer en Guatemala. La mayor batalla contra esta enfermedad sigue siendo la falta de conciencia, pues todavía por no contar con revisiones periódicas y una cultura de prevención más del 60 por ciento de los casos diagnosticados siguen ocurriendo en etapas tardías, con pronósticos poco alentadores y opciones de tratamiento reducidas.



Imagen 67. Portada: Primer nivel de visualización.

PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN 4.4

4.4.1 ETAPA DE BOCETAJE

En esta etapa se desarrolló el primer nivel de bocetaje en base al concepto creativo seleccionado. Se realizó una serie de ideas a partir de un mapa mental para poder conocer las propuestas de diseño con que se realizará la página web.

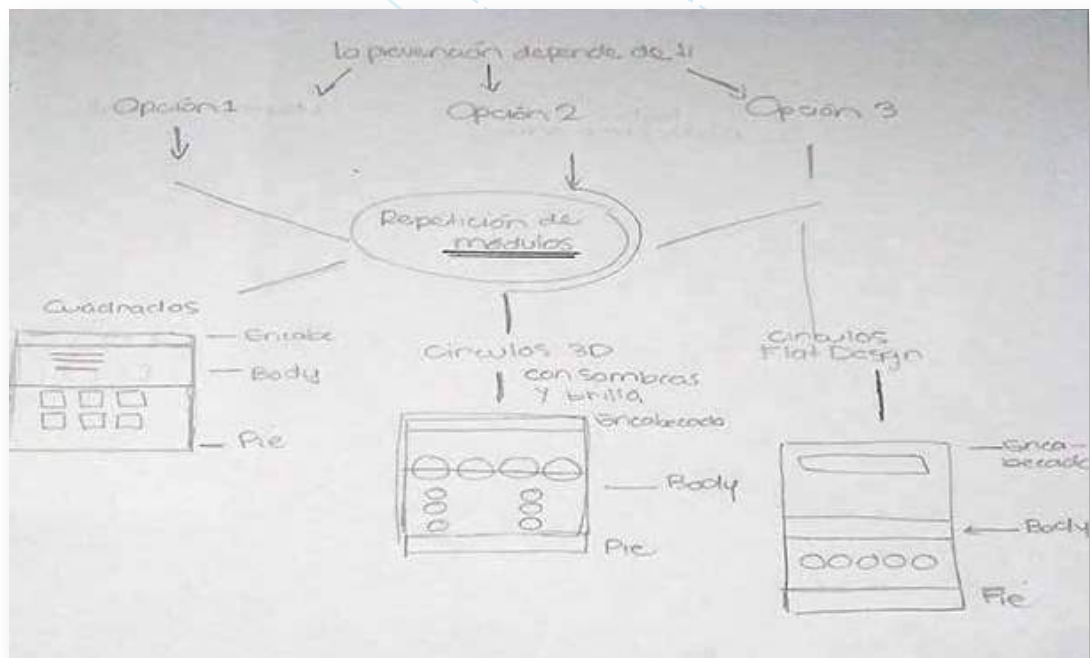


Imagen 68. Etapa de bocetaje de primera propuesta.

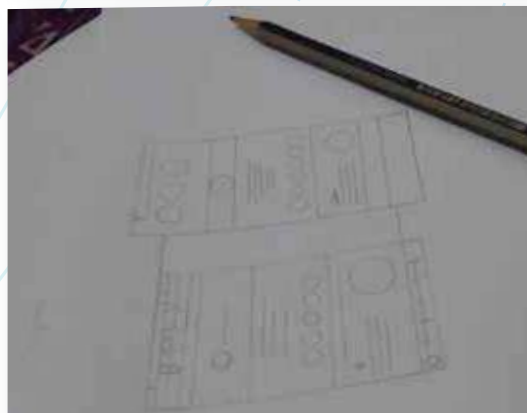


Imagen 69. Etapa de bocetaje de primera propuesta.

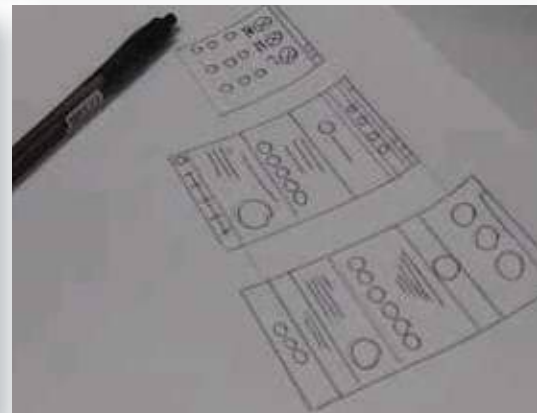


Imagen 70. Etapa de bocetaje de primera propuesta.

Se realizan bocetos en base al concepto creativo y se visualizan tres opciones, de las cuales se realizan los bocetos,

4.4.2 PRIMERA PROPUESTA

4.4.2.1 Propuesta "Cuida a tu salud como a tu familia"

Esta propuesta, se compone de pictogramas en 3d, se resalta la unión familiar representada por círculos. Hace énfasis en un vínculo muy fuerte entre personas cercanas al grupo objetivo.

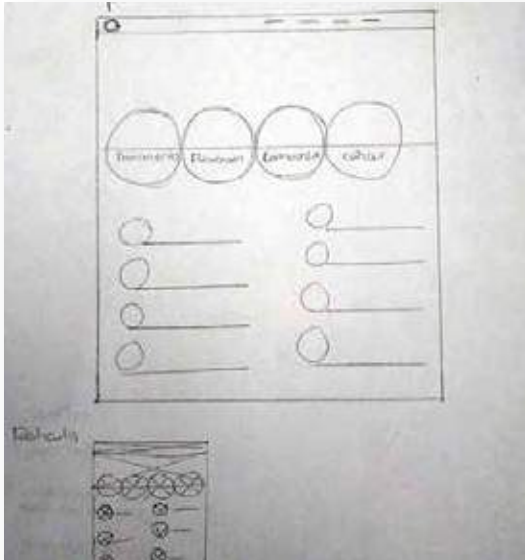


Imagen 71. Etapa de bocetaje de primera propuesta.

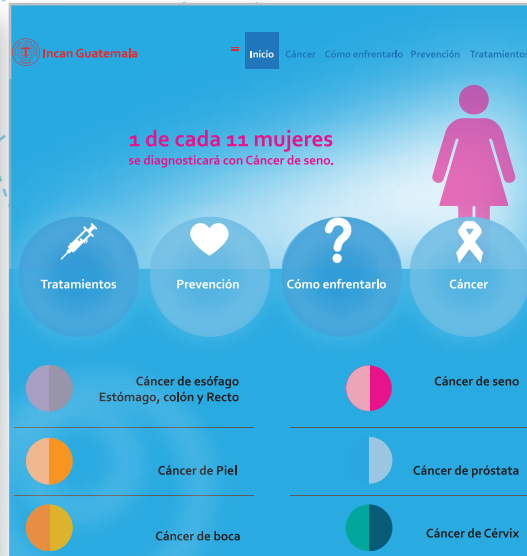


Imagen 72. Etapa de bocetaje digitalizada de primera propuesta.

4.4.2.2 Propuesta tipográfica

La selección de la tipografía se fundamenta en el estudio del diseño web, resaltando el mensaje de forma agradable y eficaz. Una de ellas para los títulos y la otra para los textos, complementándose entre sí. Estas fueron las que se seleccionaron.

Titulares	Texto
<p style="text-align: center;">ChunkFive</p> <p>ABCDEFGHIJKLMN ÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñop qrstuvwxyz 0123456789</p>	<p style="text-align: center;">Avenir Next</p> <p>ABCDEFGHIJKLMNÑ OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopq rstuvwxyz 0123456789</p>

Imagen 73. Etapa de bocetaje de primer propuesta: Tipografía.

4.4.2.3 Propuesta de paleta cromática

La paleta cromática se selecciona a partir de la composición o en las formas y en la combinación de colores. Hay que saber elegir los colores cuidadosamente, pues una visita a la página web decide en cuestión de segundos si se queda o no en ella.

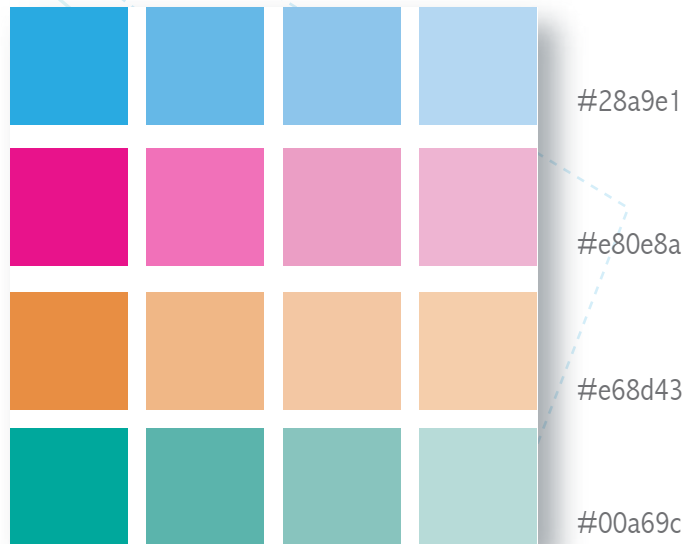


Imagen 74. Etapa de bocetaje de segunda propuesta: Paleta cromática.

4.4.3 SEGUNDA PROPUESTA

4.4.3.1 Propuesta "Prevenir es vivir"

Esta propuesta, se compone de un diseño lineal y plano, con pictogramas de 3 colores combinando el contraste uno con otro.

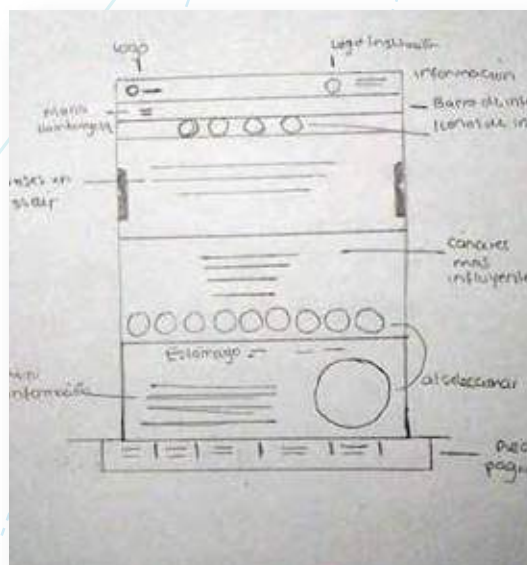


Imagen 75. Etapa de bocetaje de segunda propuesta



Imagen 76. Etapa de bocetaje de segunda propuesta

4.4.2.2 Propuesta tipográfica

La selección de la tipografía se fundamenta en el estudio del diseño web, resaltando el mensaje de forma agradable y eficaz. Una de ellas para los títulos y la otra para los textos, complementándose entre sí. Estas fueron las que se seleccionaron.

Titulares	Texto
ApexNew-Bold ABCDEFGHIJKLMNÑO PQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñoopqrs tuvwxyz 0123456789	Avenir Next ABCDEFGHIJKLMNÑO OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñoopq rstuvwxyz 0123456789

Imagen 77. Etapa de bocetaje de segunda propuesta: Tipográfica.

4.4.2.3 Propuesta de paleta cromática

La paleta cromática se selecciona a partir de la composición o en las formas y en la combinación de colores. Hay que saber elegir los colores cuidadosamente, pues una visita a la página web decide en cuestión de segundos si se queda o no en ella.



Imagen 78. Etapa de bocetaje de segunda propuesta: Paleta cromática.

4.4.4 TERCERA PROPUESTA

4.4.4.1 Propuesta “La prevención depende de tí”

Esta propuesta se compone de pictogramas en un flat design, a partir de módulos de repetición, con idea de que la página sea infinita y se use el scroll.

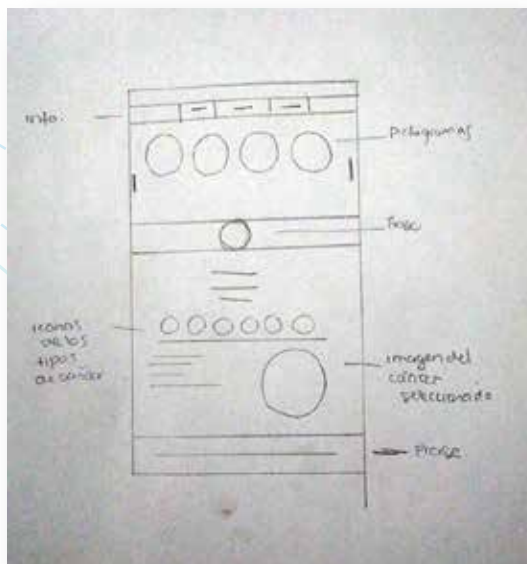


Imagen 79. Etapa de bocetaje de tercera propuesta.

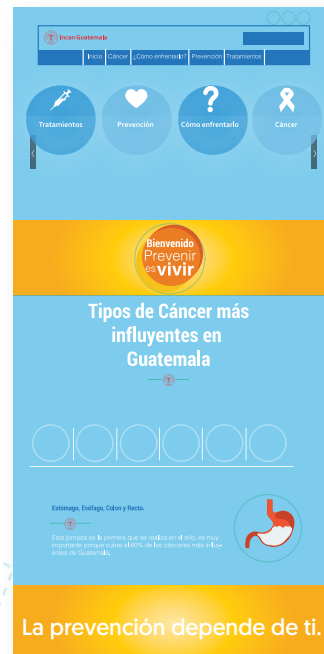


Imagen 80. Etapa de bocetaje de tercera propuesta.

4.4.2.2 Propuesta tipográfica

La selección de la tipografía se fundamenta en el estudio del diseño web, resaltando el mensaje de forma agradable y eficaz. Una de ellas para los títulos y la otra para los textos, complementándose entre sí. Estas fueron las que se seleccionaron.

Titulares	Texto
<p style="text-align: center;">Dobra slab</p> <p>ABCDEFGHIJKLMN ÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñop qrstuvwxyz 0123456789</p>	<p style="text-align: center;">Avenir Next</p> <p>ABCDEFGHIJKLMNÑ OPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopq rstuvwxyz 0123456789</p>

Imagen 81. Etapa de bocetaje de tercera propuesta: Tipografía.

4.4.2.3 Propuesta de paleta cromática

La paleta cromática se selecciona a partir de la composición o en las formas y en la combinación de colores. Hay que saber elegir los colores cuidadosamente, pues una visita a la página web decide en cuestión de segundos si se queda o no en ella.

4.4.2.3 Propuesta de paleta cromática

La paleta cromática se selecciona a partir de la composición o en las formas y en la combinación de colores. Hay que saber elegir los colores cuidadosamente, pues una visita a la página web decide en cuestión de segundos si se queda o no en ella.

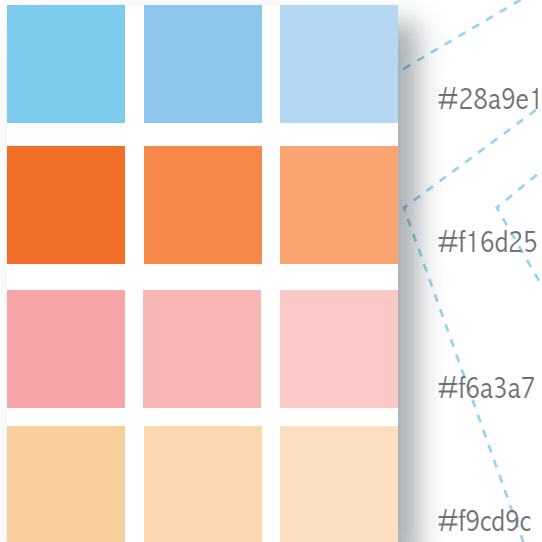


Imagen 82. Etapa de bocetaje de tercera propuesta: Paleta cromática.

4.4.5 AUTOEVALUACIÓN DE SELECCIÓN DE CONCEPTO

Nombre de la versión	Color		Tipografía			Tratamiento del sitio web			Composición			
	Paleta de colores		Paleta tipográfica			Tratamiento del sitio			Composición de la página			
	Llama la atención	Refleja insight	Atractiva	Legible	Funcional	Llama la atención	Refiere al contenido	Refleja insight	Armonía	Agradable	Estética	
Propuesta 1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	14
Propuesta 2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	3	19
Propuesta 3	2	1	2	2	2	1	2	1	3	2	2	20

Imagen, 83. Cuadro de autoevaluación de selección de concepto.

4.4.6 SELECCIÓN DE AUTOCONCEPTO

Luego de realizar la autoevaluación por medio de la matriz anterior se obtuvieron los siguientes resultados:

En esta etapa se desarrollaron 3 ideas fundamentales, para poder llegar a la propuesta creativa seleccionada. Se tomó en cuenta el objetivo general del proyecto y los objetivos específicos, si aporta elementos innovadores, si los colores llaman la atención y cómo refleja el insight, la tipografía, el tratamiento del sitio web y la composición del mismo.

Los bocetos mejor evaluados fueron la propuesta 2 y la propuesta 3.

Analizando las propuestas se puede observar que ambas tienen un orden, explican una página no cargada de elementos y creativa, llaman la atención tanto los colores como la paleta tipográfica. El tratamiento del sitio tiene una secuencia importante para poder visualizarla.

Una de las metas para alcanzar los objetivos del proyecto es crear un sitio web que va acorde a las tendencias de diseño web. Algunas tendencias son los iconos flat, un diseño responsive, así como los enlaces a sus redes sociales que forman parte de la estrategia de comunicación.

Por lo tanto, la segunda propuesta fue mejor aceptada al consultar con otros profesionales del diseño gráfico. Es un sitio que marca lo directo en los puntos de información y diseño.



Imagen 84. Portada: Segundo nivel de visualización.



SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN 4.5



Imagen 85. Segundo nivel de visualización.

(Header) En el encabezado de la página web, se puede observar que hay una barra con las opciones de "Inicio", "¿Cómo enfrentarlo?", "Prevención" y "Tratamientos"; seguida por la frase "La prevención del cáncer es muy importante", luego se encuentran los íconos de los cánceres más comunes de Guatemala.

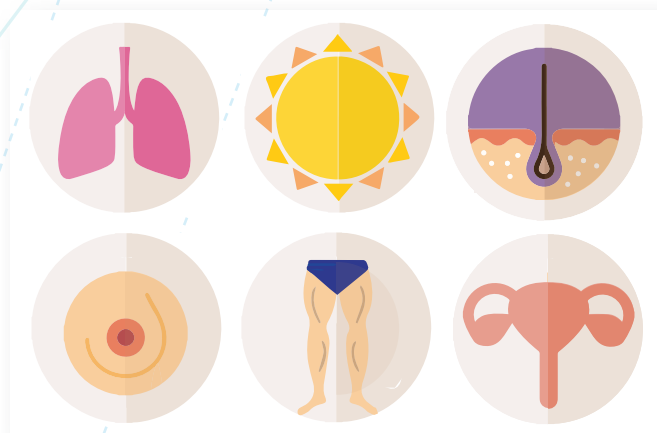


Imagen 86. Segundo nivel de visualización.

Se presenta un pictograma específico para cada tipo de cáncer, el cual tiene que tener la función que se entienda al solo ver la imagen.

Al momento de dar clic en un pictograma, se deslizará una ventana con una pequeña información del cáncer seleccionado y se abrirá la infografía del mismo.

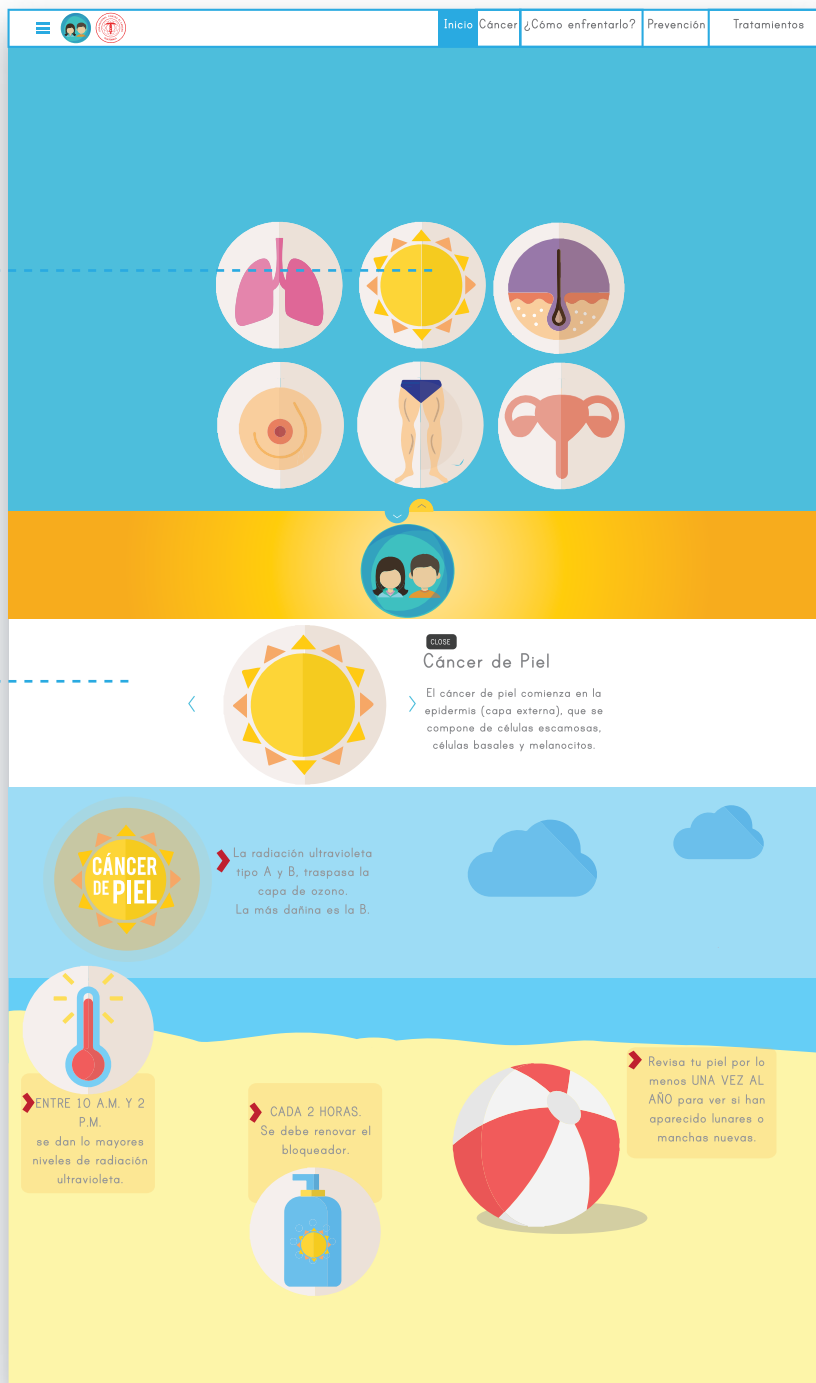


Imagen 87. Segundo nivel de visualización.

Cada pictograma tiene su propia infografía animada, con el fin de hacer más llamativa la información y propiciar la interacción en ella.

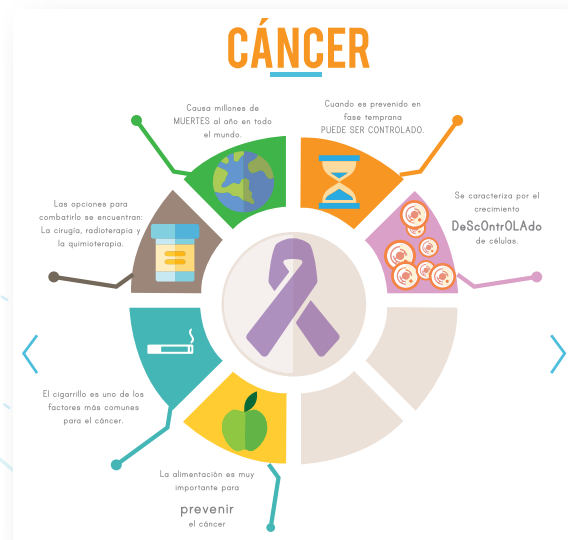


Imagen 88. Segundo nivel de visualización.

(Body) En el cuerpo de la página web es posible observar un tipo de infografía acerca del cáncer. En esta parte irán los títulos "¿Cómo enfrentarlo?", "Tratamientos" y "¿Cómo prevenirlo?"

INFÓRMATE
 Contáctate con la Liga Nacional
 contra el Cáncer

Nombre

Correo

Teléfono

Escribe tu mensaje

Seguridad

Enviar

2017-2100
 rps@ligacongate@yahoo.com

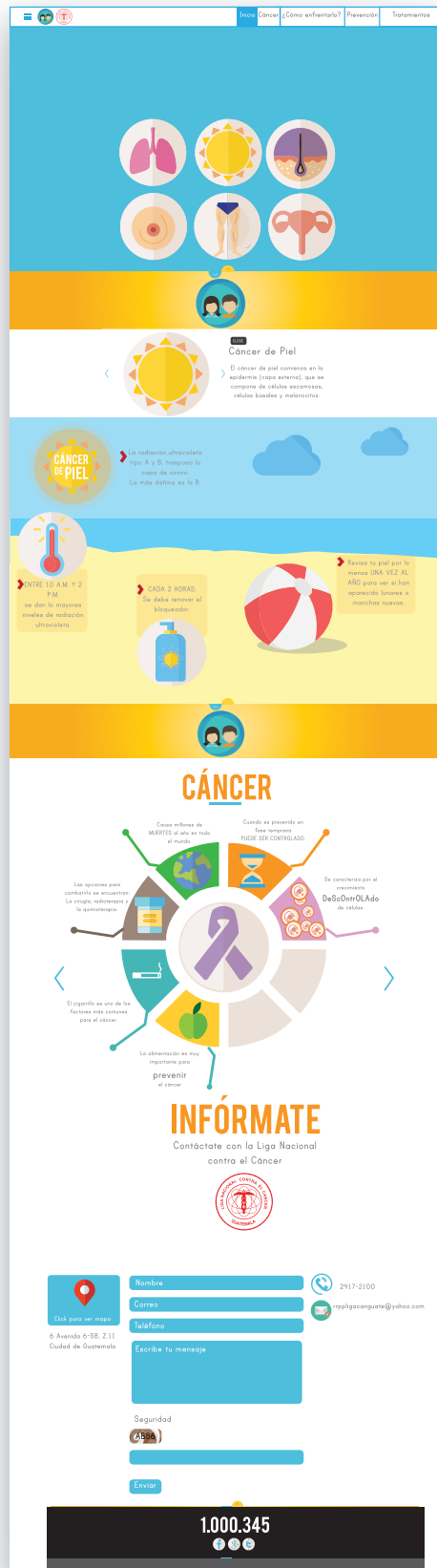
6 Avenida 6-58, Z11
 Ciudad de Guatemala

1.000.345

, Imagen 89. Segundo nivel de visualización.

(Footer) En el pie de la página web se encuentra una ubicación del Hospital Incan, el número de teléfono, las redes sociales y se puede enviar un mensaje directamente a Relaciones Públicas para mayor información de prevención.

Así es como queda la página visualizada de forma completa.



, Imagen 90. Segundo nivel de visualización.

4.5.1 Propuesta de imagotipo

Primero se utilizó un isologo con una representación de círculo por la unión familiar y a un padre y un hijo simulando un abrazo, el texto se encuentra fundido en la imagen.

En esta opción, el imagotipo está conformado por dos personas en el caso del padre y madre de familia, se hizo la representación de anillos en la orilla del círculo para poder identificar la unión familiar.

El tercero es un isologo en el cual la unión familiar está representada por el árbol y la base de todo esto es la familia.

Este imagotipo representa la familia y la salud al mismo tiempo, con la frase "Cuida tu salud como a tu familia".

El imagotipo es un latido, con la frase "La prevención depende de ti", a su vez es algo que se representa como algo serio.

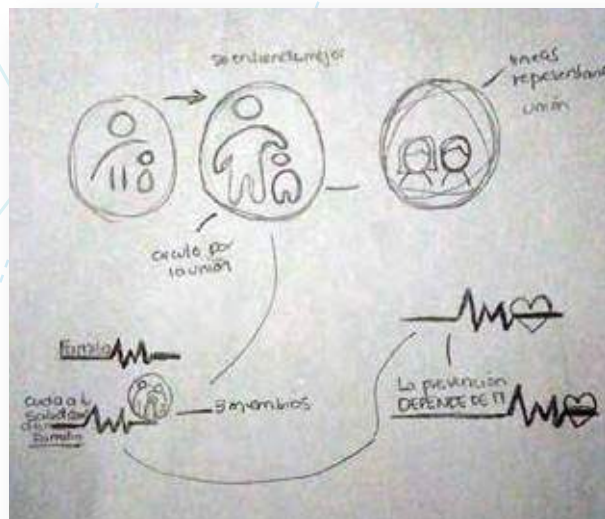


Imagen 91. Propuesta de bocetaje: imagotipo.



Imagen 92. Imagotipo.

Imagotipo final con cambios respectivos brindados en las asesorías y seleccionado por el grupo objetivo.

4.5.2 COEVALUACIÓN

Nombre de la versión	Color		Tipografía			Concepto			Composición		Total
	¿Qué le connota?		Paleta tipográfica			¿Cuál cree que es?			Composición de la página		
Propuesta 3	Salud	Bienestar	Adecuada	Inadecuada	Mejorar	Salud	Prevención	Familia	Interactiva y Estética	Agradable	12
	3	0	3	0	0	1	2	0	2	1	

Imagen 93. Coevaluación.

Tipografía			Concepto			Composición			Total
¿Cómo crees que es el material final?			¿Crees que la infografía es interactiva y creativa?			¿Crees que el contenido de la infografía es suficiente para informarte de manera breve el tipo de cáncer?			
Adecuada	Inadecuada	Mejorar	Si	No	Repetitiva	Si	No	Le falta información	
3	0	0	2	0	0	3	1	0	9

Imagen 94. Coevaluación.

4.4.6 ANÁLISIS DE COEVALUACIÓN

Los resultados que se obtuvieron después de ser evaluada la propuesta (por diseñadores), cumple con los objetivos de diseño y refleja de mejor manera el insight y el concepto creativo.

Las recomendaciones de los compañeros son: unificar los iconos, que tengan todos una misma línea gráfica, las infografías se tienen que unificar en base a los íconos, que toda la página tenga una unión.

Después de estos resultados se procedió a hacer los cambios sugeridos y pasar a la siguiente nivel de visualización.



Imagen 95. Portada: Tercer nivel de visualización.

TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN 4.6

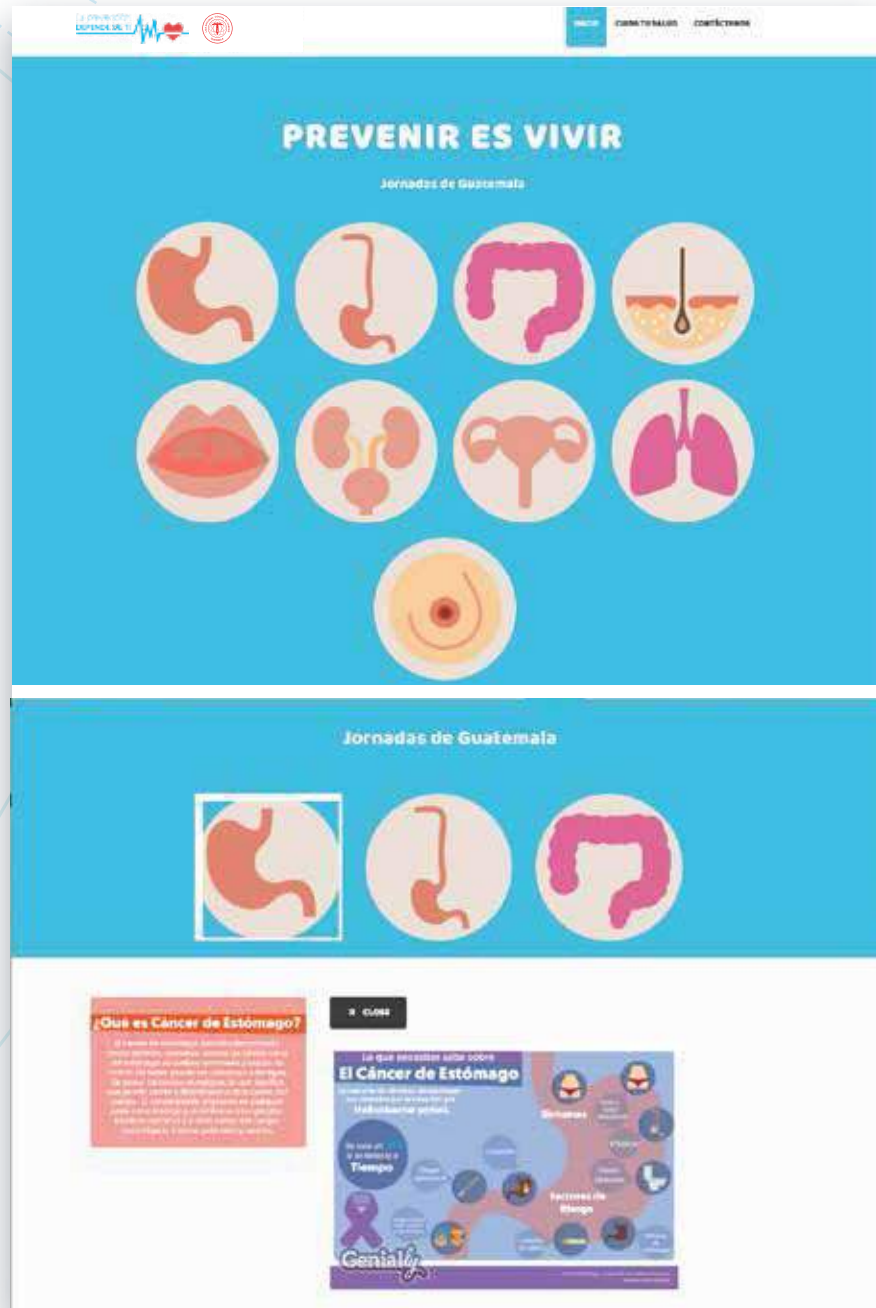


Imagen 96. Tercer nivel de visualización.

En la parte superior, se puede observar el imagotipo y las tres opciones en la barra blanca de "Inicio", "Cuida tu salud" y "Contáctanos". Al momento de dar clic en el icono del estómago, se despliega la información de dicho cáncer, contiene una infografía



Imagen 97. Tercer nivel de visualización.

4.6.1. EVALUACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Para verificar el la propuesta de diseño se evalúa con una serie de preguntas en las cuales se verifica la funcionalidad del proyecto.

Se verifican los colores, la tipografía, los elementos de diseño, la funcionalidad de la página, la interactividad de la página.

Esta actividad se lleva con un proceso de validación con el Focus Group. Para tener buenos resultados se trabaja con un mínimo de 10 personas.

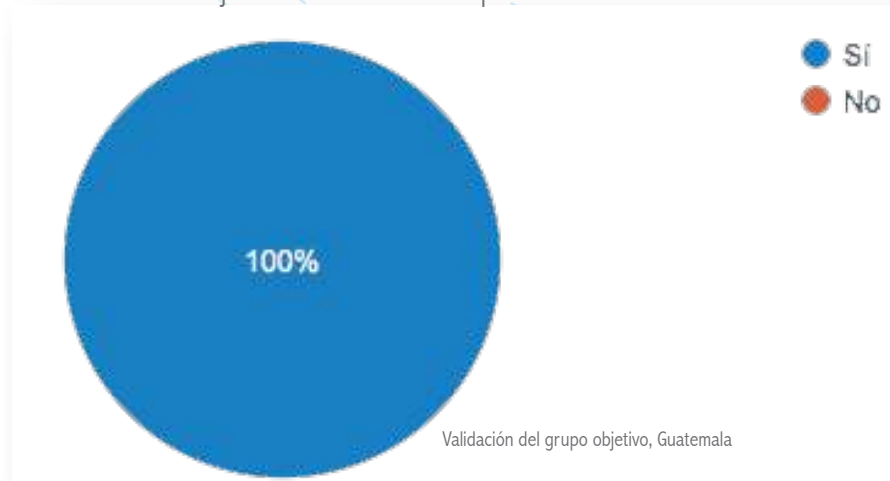


Imagen 98. Evaluación: Gráfica 1.

1. El 100% cree que el logotipo va de acuerdo al tema siendo simple y llamativo.

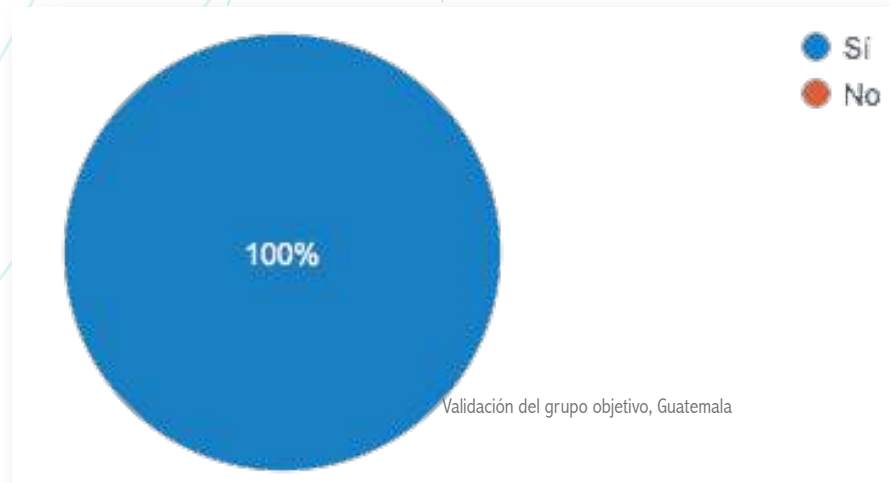


Imagen 99. Evaluación: Gráfica 1.

2. El 100% considera que el diseño de la interfaz, estructura y organización de la página son adecuados y tienen un orden.

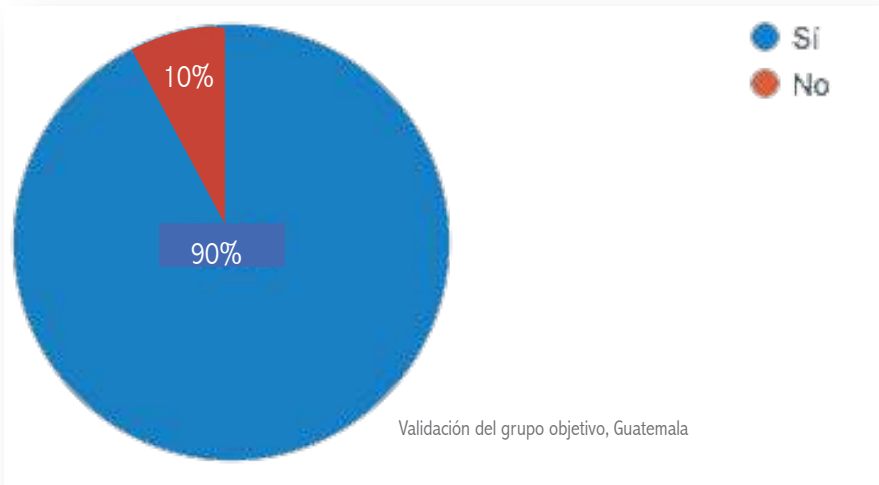


Imagen 100. Evaluación: Gráfica 3.

3. El 90% considera que los elementos multimedia utilizados en la página web facilitan el proceso de aprendizaje de los contenidos, ya que es una manera rápida de entender la información que se brinda en cada infografía. El 10% considera que no hay un proceso de enseñanza, pero en base a estos resultados, se ponen palabras más cortas para que lean de manera rápida.

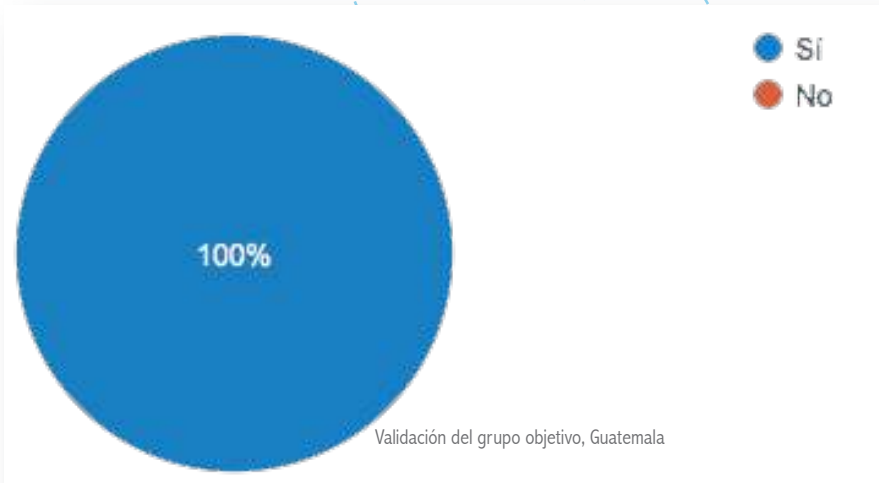


Imagen 101. Evaluación: Gráfica 4.

4. El 100% considera que los elementos de la página web son entendibles y creativos.

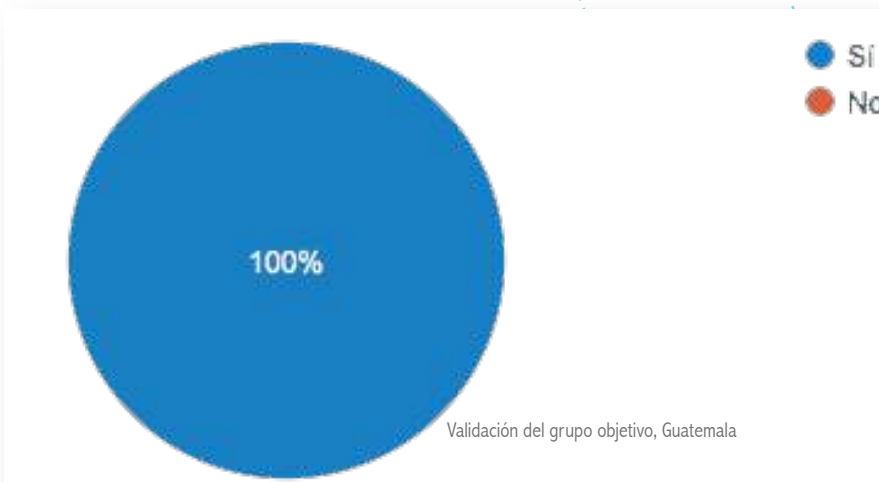


Imagen 102. Evaluación: Gráfica 5.

5. El 100% considera que la tipografía es entendible, se lee fácilmente y es del tamaño adecuado.

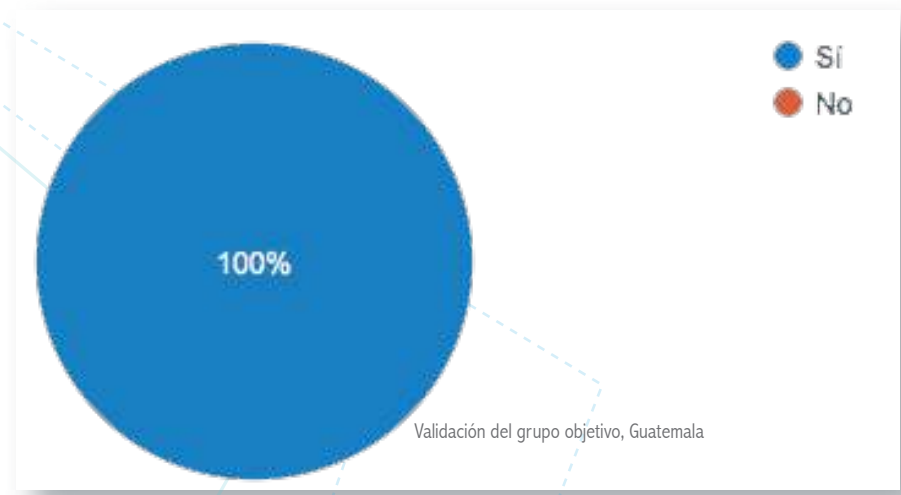


Imagen 103. Evaluación: Gráfica 6.

6. El 100% cree que la página web puede ayudar a comprender mejor el tema que una explicación teórica, ya que la información que se da es la necesaria para poder entender de lo que se habla.
7. El grupo objetivo considera que la información que se proporciona en la página web es directa, se entiende y no es abundante, eso hace que se les facilite el conocimiento sobre este tema tan extenso.

4.6.2. ANÁLISIS DE EVALUACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Tras los resultados obtenidos en la evaluación anterior se realizan cambios mínimos, pero importantes en la propuesta gráfica. Se mantienen los iconos principales que representan los diferentes tipos de cáncer en Guatemala, el color llama la atención y no se necesita ningún cambio al respecto.

El tratamiento de las infografías con el concepto de al lado, tiene que tener cierta estética y línea gráfica con la infografía.

La tipografía se requiere una más llamativa, pero a la misma vez formal, para que sea agradable a la vista y no redondeada. El nuevo key visual logra hacer un vínculo entre el espectador ante la prevención, que es lo que se necesita en este proyecto.

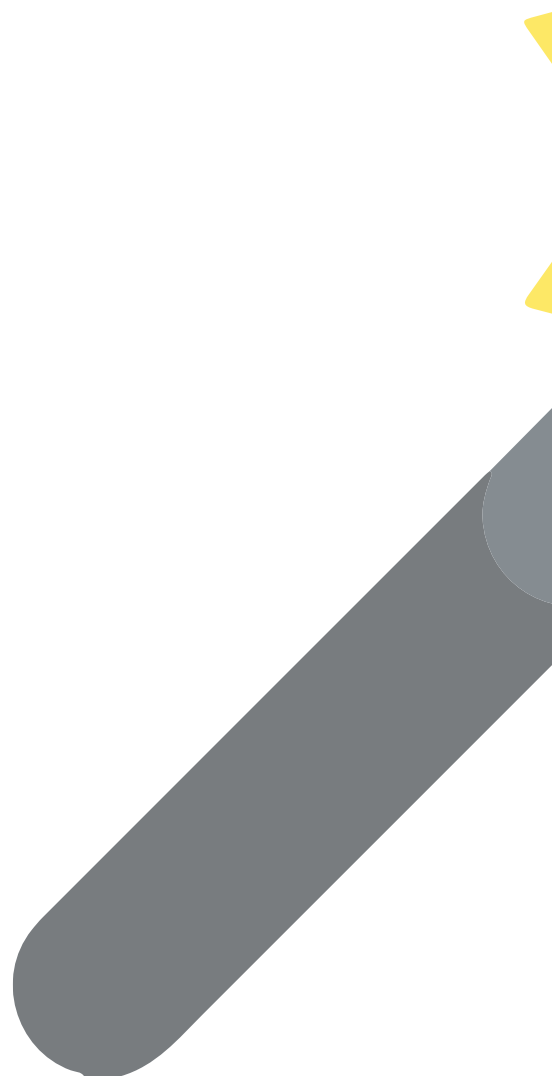
Capítulo 5





Capítulo 5

**PROPUESTA FINAL
DE DISEÑO**





CAPÍTULO 5

ESTE CAPÍTULO CONTIENE:

135	5.1 Propuesta final de diseño
136	5.1.1 Mapa de sitio
138	5.1.2 Propuesta final
146	5.1.3 Visualización en diferentes dispositivos
151	5.2 Grupo focal
151	5.2.1 Guía de discusión
152	5.2.2 Interpretación de resultados
155	5.3 Fundamentación
155	5.3.1 Justificación
155	5.3.2 Concepto
156	5.3.3 Formato y retícula
156	5.3.4 Colores
157	5.3.5 Código icónico
157	5.3.6 Tipografía
159	5.4 Criterios técnicos
159	5.4.1 Sitio web
159	5.4.2 Redes sociales
159	5.4.3 Promoción
159	5.4.4 Medio
159	5.4.5 Contenido viral
107	5.5 Inversión para la puesta en marcha del proyecto
108	5.6 Aporte económico que presenta el proyecto



Imagen, 105, Portada , Propuesta final de diseño.



PROPUESTA

FINAL DE DISEÑO 5.1

5.1.1 MAPA DE SITIO

Primero se realiza el mapa de sitio, ya que es una herramienta de planificación para el diseño de la página web, de una forma organizada, comúnmente de forma jerárquica. Utilizar un mapa de sitio ofrece muchos beneficios adicionales, no únicamente en términos de una navegación más sencilla, sino también en cuestión de mejor visibilidad en los motores de búsqueda.

Secciones

Logo de la página web

Logo del Incan

Inicio

Cuida tu salud

Mensaje

Prevenir es vivir

The main interface is a blue rectangular area. At the top, it contains a 3x3 grid of nine orange circles. Below this grid is a white horizontal bar with the text 'frase'. At the bottom of the interface, there is a section containing an orange circle on the left and a green rectangle on the right.

Al momento de presionar sobre un pictograma, se abrirá una pestaña en la parte de abajo, esta indicará qué tipo de cáncer es y la infografía respectiva.

A green rectangular area representing an infographic, positioned below the main interface. It has a thin blue border at the top and bottom.

Tipo de cáncer

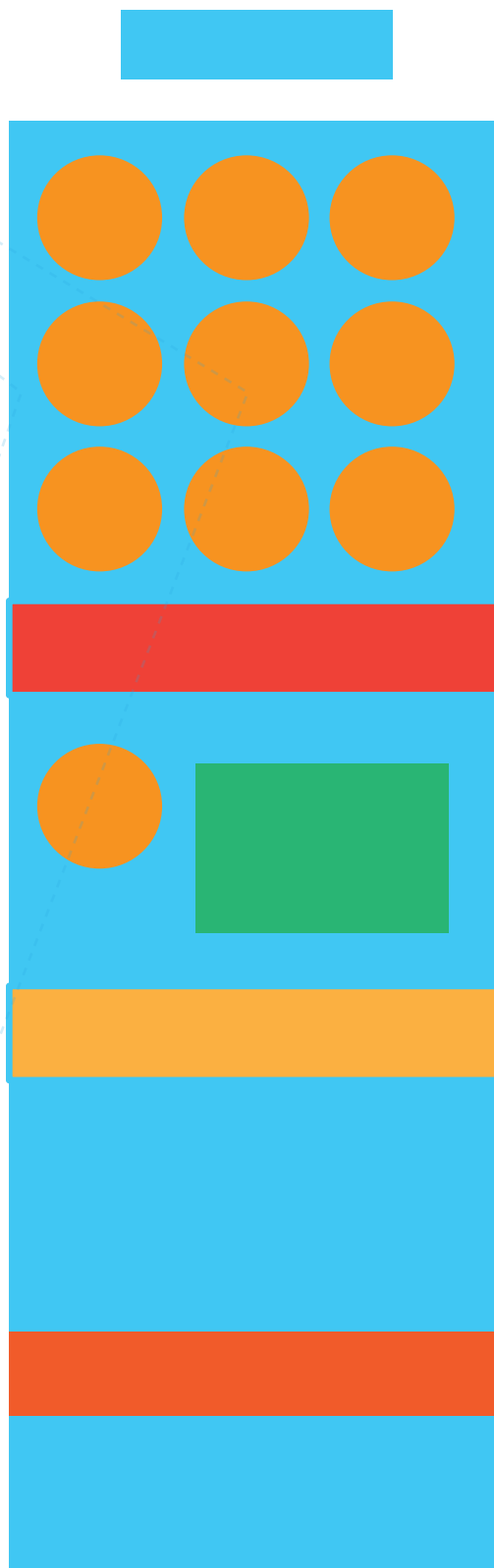
Información del cáncer seleccionado

Al presionar envía a la pestaña de infografías informativas (estas no tienen animación) son tres y van en slider.

Aquí es un espacio para comunicarse con la Liga Nacional contra el cáncer, y se ponen ciertos datos de la persona.



Página web completa.



4.5.2 PROPUESTA FINAL

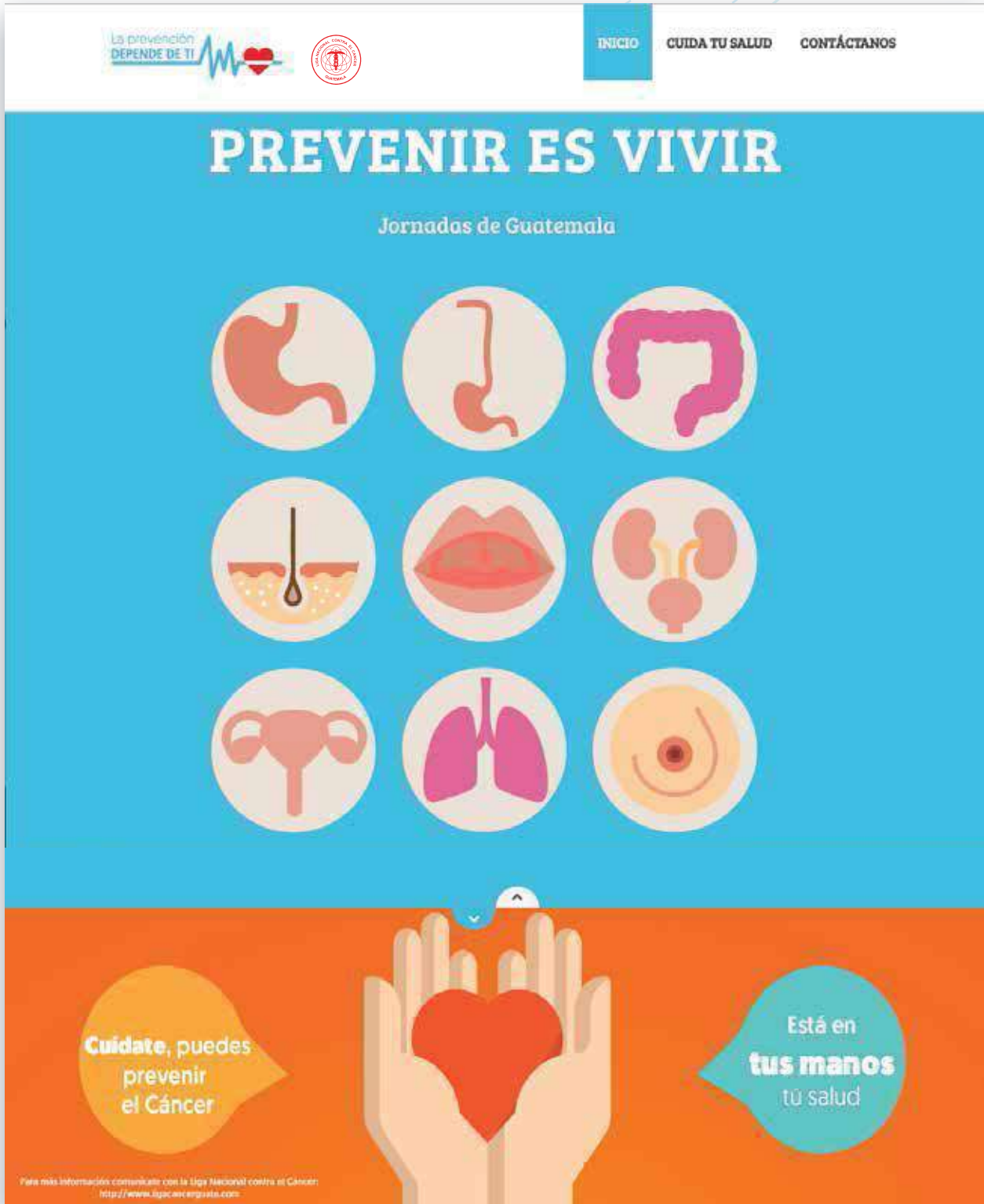


Imagen 106. Propuesta final: Encabezado.



“ MEJOR ES PREVENIR QUE CURAR.

— ERASMO DE ROTTERDAM ”

Imagen 107. Propuesta final: Cuerpo.



El Cáncer de Estómago

¿Qué es?

El cáncer de estómago es una enfermedad por la que se forman células malignas (cancerosas) en el revestimiento del estómago.

X CLOSE

Lo que necesitas saber sobre El Cáncer de Estómago

La mayoría de cánceres de estómago son causados por la infección por **Helicobacter pylori**.

Se curará un **70%** si se detecta a **Tiempo**

Cirugía estomacal

La gastritis

Síntomas

Dolor y ardor Abdominal

Vómitos

Heces oscuras

Factores de Riesgo

Organos empujados, Cerebro y su amor

Consumo de tabaco

Linfoma de estómago



El Cáncer de Estómago, se representa con el lazo rojo púrpura diseñado con la Infografía.

Imagen 108. Propuesta final: Infografía animada.



El Cáncer de Esófago

¿Qué es?

El cáncer esofágico es un tumor canceroso en el esófago, el conducto que transporta el alimento desde la boca hasta el estómago.

X CLOSE

Lo que necesitas saber sobre El Cáncer de Esófago

Se curará un **71%** si se detecta a **Tiempo**



Enfermedad crónica pulmonar



Los fumadores son más de tres veces propensos a padecerlo



Tomar algo muy caliente



Dificultad para tragar



Pérdida de Peso



50+

Mayores de 50 años de edad



Alimentación



Indigestión y ardor después de comer

Presión en el pecho



El Cáncer de Esófago, se representa con el lazo rojo. Diseñado con la Infografía.

Imagen 109. Propuesta final: Infografía animada.

El Cáncer de Colon
¿Qué es?
El cáncer de colon, o colorrectal, es el que comienza en el intestino grueso (colon) o en el recto (parte final del colon).

Lo que necesitas saber sobre El Cáncer de Colon

Factores de Riesgo

- Edad: Mayores de 50 años de edad.
- Herencia: El cáncer puede ser hereditario.
- Alimentación: El consumo excesivo de carne roja y grasas.
- Polipos: Los pólipos son tumores que crecen en el interior del colon y pueden convertirse en cáncer.
- Asociados: Leucemia, Diabetes, Enfermedad de Crohn y Colitis ulcerosa.

Síntomas

- Sangrado rectal o cambios en el color de las heces.
- Rebujidos del abdomen de los gases, hinchazón, náuseas.
- Cambios en el hábito intestinal.

Se cura un 90% si se detecta a Tiempo

Genial.ly

Imagen 110. Propuesta final: Infografía animada.

El Cáncer de Piel
¿Qué es?
El cáncer de piel se origina en las células de la piel. Algunos otros tipos de cáncer se originan en otras partes del cuerpo y pueden propagarse a la piel, aunque estos no son cánceres de piel.

Lo que necesitas saber sobre El Cáncer de Piel

El ABC del Cáncer de Piel

- A**simetría: Si un lado es diferente al otro.
- B**ordes Irregulares: Los bordes del tumor no son uniformes.
- C**olores Diferentes: El tumor puede tener diferentes colores.
- D**iámetro Mayor a 6 mm: El tamaño del tumor.
- E**levación Por encima del nivel de la piel: El tumor puede estar elevado.

Consejos:

- Evitar quemaduras solares.
- Revisar tu piel por lo menos UNA VEZ AL AÑO.
- Usar protector solar.
- Evitar quemaduras solares.
- Evitar quemaduras solares.

Se cura un 90% si se detecta a Tiempo

Genial.ly

Imagen 111. Propuesta final: Infografía animada.

El Cáncer de Boca

¿Qué es?
El cáncer de boca es un término general en medicina para cualquier crecimiento maligno localizado en la boca. Puede aparecer como una lesión primaria del mismo tejido de la cavidad oral.

Lo que necesitas saber sobre El Cáncer de Boca

Se cura un **33%** si se detecta a **Tiempo**

Cuida tu boca

- Utiliza hilo dental con frecuencia
- Utiliza enjuague bucal con fluoruro
- Realiza exámenes dentales y radiografías periódicas

Factores de Riesgo

- Exposición prolongada al sol
- Infección por VPH
- Higiene oral y dieta no saludable

Síntomas

- Problemas para masticar
- Dolor al tragar
- Fisura profunda en lengua o labio
- En la lengua o labio

Genialy

El cáncer de Boca, se representa con el color rojo. Regístrate en la Infografía.

Imagen 112. Propuesta final: Infografía animada.

El Cáncer de Próstata

¿Qué es?
Es el cáncer que empieza en la glándula prostática. La próstata es una pequeña estructura con forma de nuez que forma parte del aparato reproductor masculino. Este

Lo que necesitas saber sobre El Cáncer de Próstata

Se cura un **95%** si se detecta a **Tiempo**

Síntomas

- Necesidad de orinar con frecuencia, sobre todo en las noches
- Causa dificultad para orinar (ardor o dolor)
- Dolor en la espalda o cadera
- Sangre en la orina

Factores de Riesgo

- Antecedentes familiares
- Edad 40+
- Raza o grupo étnico: hombres de raza negra, que también son más propensos
- Vasectomía

Genialy

El cáncer de Próstata, se representa con el color azul oscuro. Regístrate en la Infografía.

Imagen 113. Propuesta final: Infografía animada.

El Cáncer Cervicouterino

¿Qué es?
Es el cáncer que comienza en el cuello uterino, la parte inferior del útero (matriz) que desemboca en la parte superior de la vagina.

Lo que necesitas saber sobre El Cáncer Cervicouterino

Síntomas

- Dolor durante las relaciones sexuales
- Sangrado vaginal anormal
- Fracturas óseas
- Hinchazón en una sola pierna
- Secreción vaginal anormal

Factores de Riesgo

- Inicio precoz de actividad sexual
- Múltiples parejas sexuales
- Promiscuidad de la pareja
- Infección por VPH (II y III)
- Más de 2 embarazos

Se cura un **92%** si se detecta a **Tiempo**

Genialy

El cáncer de Cervice, se representa con el ícono color Teal que observas en la infografía.

Imagen 114. Propuesta final: Infografía animada.

El Cáncer Pulmonar

¿Qué es?
Los pulmones se localizan en el tórax. Cuando usted respira, el aire pasa a través de la nariz, baja por la tráquea y llega hasta los pulmones, donde fluye a través de conductos llamados bronquios.

Lo que necesitas saber sobre El Cáncer Pulmonar

Síntomas

- Falta de aliento
- Dolor en el tórax
- Tos con sangre

Factores de Riesgo

- Fumar tabaco
- Contaminación ambiental, como la en la calefacción
- Ciertos virus pueden causar cáncer de pulmón
- Es más frecuente en los hombres
- Es más frecuente en los fumadores

Se cura un **70%** si se detecta a **Tiempo**

Genialy

El cáncer de Pulmón, se representa con el ícono color Dorado que observas en la infografía.

Imagen 115. Propuesta final: Infografía animada.



El Cáncer de Seno

¿Qué es?

El cáncer de seno (o cáncer de mama) se origina cuando las células en el seno comienzan a crecer de forma descontrolada. Estas células normalmente forman un tejido que a menudo se puede sentir en un tacto radiografía y se puede detectar como una protuberancia (bulto).

X CLOSE

Lo que necesitas saber sobre El Cáncer de Seno

Se cura un 95% si se detecta a Tiempo

6 Signos de Alerta

- Sangre o secreción del pezón
- Bulto
- Cambios en la textura de la piel
- Pieles hundidas
- Cambios en el color de la piel
- Cambios en el tamaño o forma del seno

Estadísticas:

- Es la causa de mortalidad por cáncer en las mujeres de 20 años de edad.
- El 80% de las mujeres con cáncer de seno sobrevive al menos 5 años.
- El 95% de las mujeres con cáncer de seno sobrevive al menos 10 años.
- El 30% de las mujeres con cáncer de seno sobrevive al menos 20 años.

Factores de riesgo:

- El riesgo de cáncer de seno aumenta con la edad.
- El riesgo de cáncer de seno aumenta con la edad.
- El riesgo de cáncer de seno aumenta con la edad.

También:

- El riesgo de cáncer de seno aumenta con la edad.
- El riesgo de cáncer de seno aumenta con la edad.
- El riesgo de cáncer de seno aumenta con la edad.

Imagen 116. Propuesta final: Infografía animada.



“ MEJOR ES PREVENIR QUE CURAR.

— ERASMO DE ROTTERDAM ”

INFÓRMATE DE:

TIPS para Prevenir EL CÁNCER La prevención ayuda a detectar el 80% de tumores

Realiza un chequeo
A partir de los **50** años los hombres y las mujeres deben realizar chequeos regulares aún sin presentar síntomas.

Los alimentos permitidos de la dieta!
Incluye: frutas, verduras, cereales y legumbres. Evita: carnes rojas, carnes procesadas, alcohol y tabaco.

Reducir el consumo de CARNE ROJA
Siguiendo estos consejos usted podrá mejorar su calidad de vida. Se ha demostrado que la alimentación juega un papel fundamental en la prevención.

LLEVAR UNA VIDA SANA
Limitar consumo alcohol y el cigarro.

Vigila tu peso 30 minutos de actividad física 4 veces a la semana. Ayudará a cuidarte y mantenerte saludable.

La ingesta de bebidas azucaradas aumenta el riesgo de padecer cáncer. El fumar genera las posibilidades de un 30%.

“ TU FAMILIA ES LO MÁS IMPORTANTE, CUIDALA Y CUÍDATE ”

INFÓRMATE CON LA LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER



Click para ver el mapa

6ª Avenida 6-58, 2. 11
Ciudad de Guatemala

Nombre

Email

Teléfono

Mensaje

Teléfono:
2417-2100

ENVIAR

4.5.2 VISUALIZACIÓN EN DIFERENTES DISPOSITIVOS MÓVILES

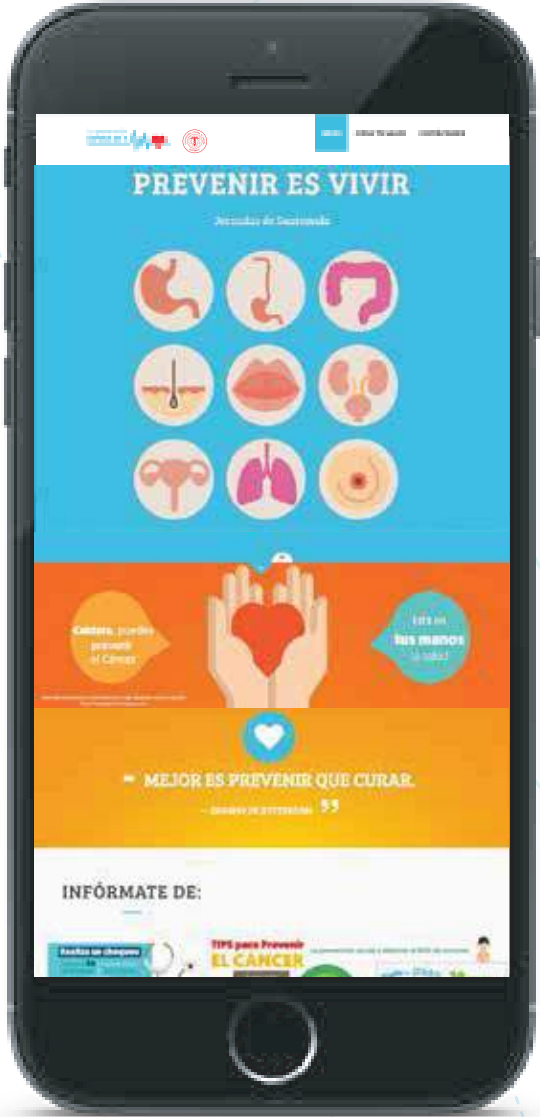


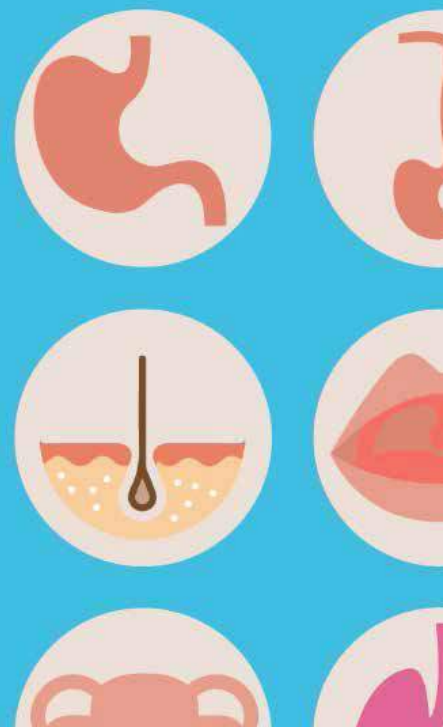
Imagen 118. Propuesta final: Visualización en celular.



Imagen 119. Propuesta final: Visualización en tableta.

PREVENI

Jornadas d



INICIO

CUIDA TU SALUD

CONTÁCTANOS

R ES VIVIR

de Guatemala

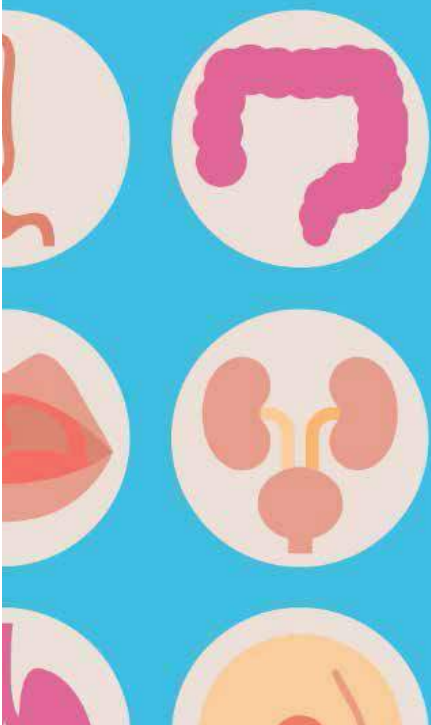


Imagen 120. Propuesta final: Visualización en computadora.



Imagen 121. Portada: Grupo focal.

5.3.1 DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Se organizó un grupo focal en la 16 avenida 5-93 zona 11, el día 10 de octubre con miembros del Grupo objetivo. Se dio una introducción sobre al proyecto (problema, objetivos) así como las piezas finales del proyecto.

Fecha: 10 de octubre 2016
Lugar: 16 avenida 5-93 zona 11
Hora de inicio: 4:00 pm.
Hora de finalización: 4:30 pm.
No. de participantes: 10

Primero se agradeció la participación y se estableció una serie de preguntas:

- 1 ¿Consideras que el diseño de la interfaz (estructura y organización de la página web), es adecuado?
- 2 ¿Crees que los elementos de multimedia utilizados en esta página web facilitan el proceso de enseñanza del contenido?
- 3 ¿La página web, el lenguaje, los pictogramas y las ilustraciones son claros?
- 4 ¿Consideras que el uso de esta página web puede ayudar a comprender de una mejor manera un tema muy extenso como lo es el cáncer?
- 5 ¿En qué medida consideras que la utilización del contenido de la página web te ha facilitado sobre la prevención de cáncer?

Se observa al grupo objetivo para determinar si tiene alguna pregunta o interés, y así poder finalizar la actividad.

5.3.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS



Imagen 122. Grupo focal: María Mass.



Imagen 123. Grupo focal: Herbert Armin



Imagen 124. Grupo focal: María Fernanda.



Imagen 125. Grupo focal: Randy Donis.

¿Consideras que el diseño de la interfaz (estructura y organización de la página web) es adecuado?

La mayoría de las respuestas consideraba la organización de la página muy ordenada, les llamaron la atención los colores, comprendieron cómo utilizarla correctamente. El resultado del grupo focal en esta pregunta es positiva, ya que en el objetivo de comunicación es proporcionar información de manera creativa, desarrollada con tendencias actuales.

¿Crees que los elementos de multimedia utilizados en esta página web facilitan el proceso de enseñanza del contenido?

Los resultados fueron positivos, ya que dijeron que con las infografías consideraban leer todos los puntos de cada tipo de cáncer y esto es lo que se quiere, dar al grupo objetivo un mensaje claro y no muy extenso sobre el tema.

¿La página web, el lenguaje, los pictogramas y las ilustraciones son claros?

Las respuestas dieron positivo, ya que sí entendieron cómo utilizarla, dónde presionar a cada pictograma, las ilustraciones les llamaron la atención y los colores.

¿Consideras que el uso de esta página web puede ayudar a comprender de una mejor manera un tema muy extenso como lo es el cáncer?

La mayoría de respuestas acertó, ya que la interactividad de la infografía hacía que la leyeran toda y así podían comprender todo lo que se quería dar a entender.

¿En qué medida consideras que la utilización del contenido de la página web te ha facilitado sobre la prevención de cáncer?

La respuesta fue que la medida que consideraban era muy buena o bastante, porque hay datos no extensos que están en la página web y datos que ellos no sabían.



Imagen, 126, Portada, Fundamentación de diseño.



FUNDAMENTACIÓN DE DISEÑO 5.3

5.3.1 JUSTIFICACIÓN

El haber realizado una página web recae en el sentido de la necesidad de un material innovador para la Institución. Luego de realizar un proceso de investigación, se llegó a la conclusión de que para el área de prevención será destinado el material realizado, integrando el contenido al tener en cuenta las características del lenguaje del sitio web de Liga Nacional contra el cáncer.

Esta página web tiene como finalidad impulsar y promover la prevención, ya que las personas se interesan por su salud, pero no hacen nada al respecto. Por ello, el acceso a una página web bien desarrollada y estructurada, ayudará de una manera creativa en la comprensión de un contenido muy extenso, teniendo en cuenta un estudio teórico que las personas sí leerán o interactuarán con la misma.



Imagen 127. Fundamentación del diseño.



Imagen 128. Fundamentación del diseño.

5.3.2 CONCEPTO

El concepto creativo manejado en la elaboración de la página web es: “La prevención depende de ti”, ya que se trata de que las personas del grupo objetivo tomen en cuenta estar bien consigo mismos, y que la salud es vital para mantenernos en buen estado, no solo física sino mentalmente. La prevención es muy importante, porque el preocuparse por el estar bien depende de cada persona a partir del grupo objetivo para que se reduzca el índice de cáncer en Guatemala, y genere acciones en beneficio a las personas para obtener y aportar decisiones en su proceso de

“**LA PREVENCIÓN DEPENDE DE TI**”

5.3.3 FORMATO Y RETÍCULA

La retícula se crea por un espacio donde se implementen las tres divisiones de la página web: el encabezado, el cuerpo y el pie de la misma. Se utilizó una retícula dividada en seis bloques con altura de 1400 px para que se adapte a pantallas grandes.

La retícula es jerárquica, quiere decir que la información se organiza de forma intuitiva, en proporción a los elementos se acomoda la información por orden de importancia.

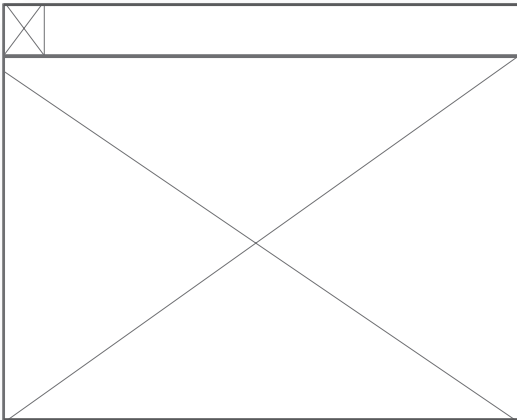


Imagen 129. Fundamentación del diseño: Formato y retícula.

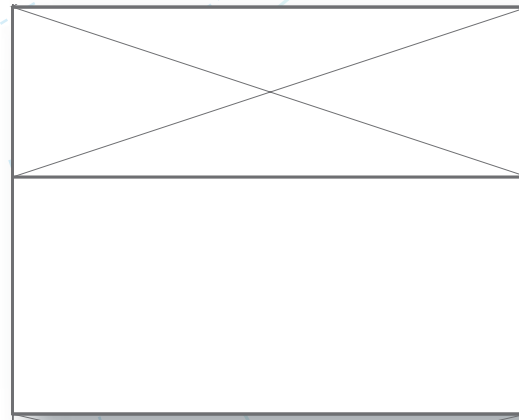


Imagen 130. Fundamentación del diseño: Formato y retícula.

5.3.4 PALETA CROMÁTICA

La inspiración para la paleta cromática fueron tonos instintivos, pero a su vez agregan un valor de estrategia persuasiva, que es de acuerdo al instinto del diseñador, pero siempre con un sentido que respalde el porqué se empleó en la página web.

Se utilizó el color web #3DC6F3. Es un color que simboliza la paz y la confianza, transmite seriedad y tranquilidad, estimula la paciencia y la serenidad. Es el color del infinito, de los sueños y de la amistad. También puede relacionarse con el poder de la tecnología, la limpieza, el aire y el agua. Se utilizaron los colores complementarios de este azul para dar resultados positivos en la página y que sea llamativa al grupo objetivo. Para los pictogramas se utilizaron tintas de color para darles un mejor contraste.



Imagen 131. Fundamentación del diseño: Paleta cromática.



Imagen 132. Fundamentación del diseño: Paleta cromática.

5.3.5 CODIGO ICÓNICO

El sentido de los pictogramas es reflejar de forma plana y concisa las nueve jornadas de cáncer en Guatemala, por ello dentro del documento se realizó una serie de elementos pictográficos para que el lector pueda entenderlos sin necesidad de texto alguno.

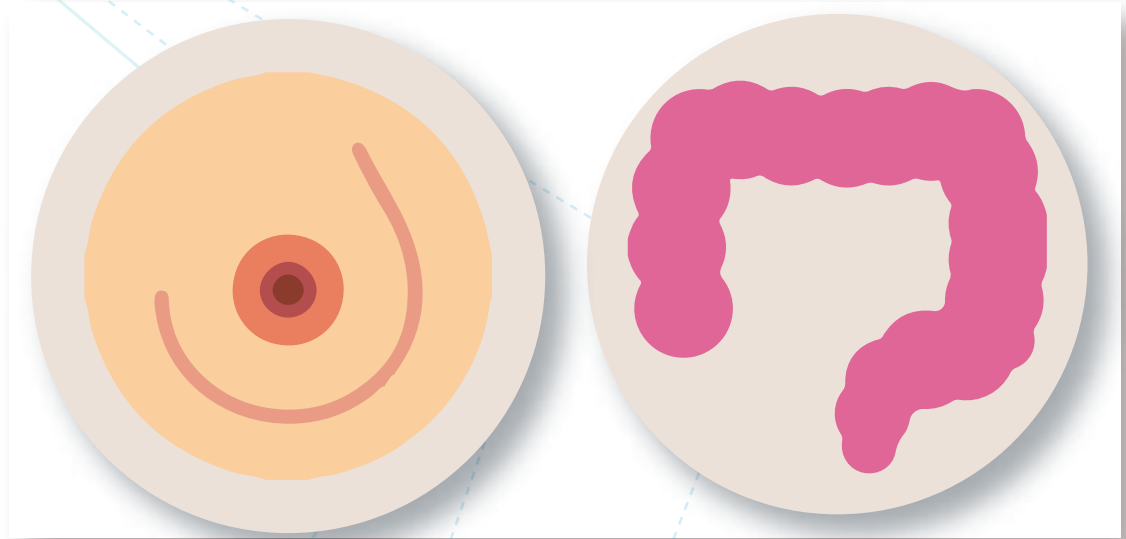


Imagen 133. Fundamentación del diseño: Código icónico.

5.3.6 PALETA TIPOGRÁFICA

La tipografía principal es Dobra slab, facilita la lectura, es un tipo de letra muy geométrico y eso hace que llame la atención.

La secundaria es Bree serif, es original y versátil, excelente para diseños tipo web uso corporativo. Se complementa con la tipografía principal y lo más importante es que no se vea saturado.

AaBbCcDdEeFfGgH

ABCĆČDĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVW
XYZŽabcčćdďefghijklmnopqrsštuvw
xyzž1234567890'?'“!”(%)[#]{}@}/&<-
+ ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . *

Imagen 134. Fundamentación del diseño: Paleta tipográfica.



Imagen, 135, Portada , Criterios técnicos.



CRITERIOS TÉCNICOS 5.4

5.4.1 SITIO WEB

Para poner en marcha la Estrategia digital comunicativa para la Liga Nacional contra el cáncer es necesario tener en cuenta una comunicación eficaz para el cumplimiento eficiente de los objetivos. El diseño del sitio web se encuentra elaborado de tal forma que los componentes gráficos puedan adaptarse de manera sencilla a distintos dispositivos digitales (computadora, tabletas y celulares inteligentes), es decir, un diseño responsive y emplear funciones modernas que facilitan la navegación y tendencias actuales como lo es el scroll down, menú fijo que te transporta a los diferentes cuadrantes de la web.

5.4.2 REDES SOCIALES

Una de las funciones importantes de la página web es redirigir o tener un espacio donde se encuentren las redes sociales del Instituto de Cancerología, INCAN, los cuales, a su vez, redirigen al sitio web. En Facebook debe mantenerse una misma comunicación visual en todos los materiales que se coloquen en el sitio web y redes sociales, para tener coherencia. Twitter es una red social que se caracteriza por dar información de manera inmediata y de forma breve; por tanto, se propone utilizar el hashtag #Prevención, #Jornadas de prevención en Guatemala, al igual que en Facebook.

5.4.3 PROMOCIÓN

Material gráfico que reforzará la prevención y sus diferentes jornadas (portadas en facebook y banners). Elaboración de boletín electrónico.

5.4.3 MEDIOS

Internet
Correo electrónico
Página web
Redes sociales

5.4.3 CONTENIDO VIRAL

El sitio web Contenidos e Inbound Marketing expone que el contenido viral es “aquel que se difunde de forma multitudinaria en Internet, ya sea a través de redes sociales, correo electrónico, mensajería instantánea, etc”. Es muy importante difundirlo, de primero con personas conocidas y después viralizarlo.



Imagen 136. Portada: Inversión.



INVERSIÓN PARA LA PUESTA EN MARCHA 5.5

A continuación se presenta un presupuesto base para la reproducción del material a la Liga Nacional contra el cáncer. Este presupuesto se realiza tomando en cuenta las especificaciones descritas en los criterios técnicos para la puesta en marcha

Presupuesto para la propuesta en marcha del Proyecto			
Actividad	Descripción	Horas	Valor
Programación de la página web	Servicio de programación página web lenguaje HTML.	Aproximadamente un mes, 200 horas	3,800.00
Manejo de Redes Sociales	Facebook, cambio de portada foto de perfil post de jornada del mes.	Por cada pieza gráfica 1 hora	1,200.00
	Twitter, posts en tiempo real (compartir novedades de la página web.		
Promoción	Material gráfico, banner digital (info. de Jornadas) Portada de cada Jornada	Por cada pieza gráfica 1 hora	1,200.00
Costo total			Q 6,200.00



Imagen 137. Portada: Aporte económico..



APORTE ECONÓMICO

QUE REPRESENTA EL PROYECTO 5.6

Actividad	Valor
Visitas a la institución	Q 500.00
Investigación	Q 4,000.00
Desarrollo creativo	Q 1,000.00
Proceso de bocetaje	Q 5,000.00
Propuestas de diseño	Q 2,100.00
Diseño de página web	Q 2,000.00
Infografías creativas	Q 2,000.00
Ilustraciones	Q 3,000.00
Validaciones	Q 2,000.00
Gastos operativos	Q 2,000.00
Costo Total	Q 25,600.00

Los costos que se presentan incluyen gastos operativos como luz, teléfono, internet, depreciación de computadora y transporte.



Imagen 138. Portada: Conclusiones.



CONCLUSIONES DEL PROYECTO

Objetivos	Objetivo general	Objetivo de comunicación	Objetivo de diseño
Conclusiones	<p>Contribuir con el Incan con una estrategia de comunicación, desarrollada con tendencias actuales, con el diseño de un material web acerca de la importancia de la detección temprana del cáncer con el fin de informar que ciertos hábitos poco saludables suponen un alto factor de riesgo y pueden provocar cáncer.</p>	<p>Proporcionar información de manera creativa, describiendo las características de la prevención del cáncer, sus tratamientos, cómo enfrentar la enfermedad y los tipos de cáncer más comunes en Guatemala y así impulsar la prevención e informar que ciertos hábitos poco saludables están afectando su salud y pueden llegar a tener cáncer, a través de las redes sociales, principalmente Facebook, Twitter y Adword.</p>	<p>Creación de un material interactivo para la web site del Instituto de Cancerología con fin informativo para las personas con hábitos de poca lectura.</p>
Lecciones aprendidas	<p>Se cumplió el objetivo establecido con el Incan encontrando la estrategia adecuada creando así una página web interactiva con la información más importante sobre la misma.</p> <p>Al fomentar la participación del grupo objetivo en el proyecto se logra que este se interese en un tema tan extenso como lo es el cáncer.</p> <p>Al trabajar el Proyecto de Graduación en una institución u organización, se forma parte de un equipo de trabajo con personas con las que, de uno u otro modo, se llega a compartir una misión, visión y objetivos en común.</p>	<p>Debido al avance de la tecnología y la cantidad de personas que actualmente tienen acceso a internet, se llegó a la conclusión de que la social media es la mejor herramienta para transmitir información de forma masiva.</p> <p>Es muy importante investigar el tema, buscar la manera más creativa y estratégica para promocionar el proyecto.</p>	<p>Gracias al diseño e implementación de la página web, se logró una mejor interacción e interés por parte del grupo objetivo, dando a conocer visualmente un canal sistematizado con poca información debido a que las personas de poca lectura asocian mejor las imágenes visuales incluidas.</p> <p>El diseño gráfico es una profesión muy importante en la vida, ya que no solo proyecta comunicaciones visuales sino que ayuda en problemas específicos a organizaciones, creando comunicación y estrategia para la vida.</p>

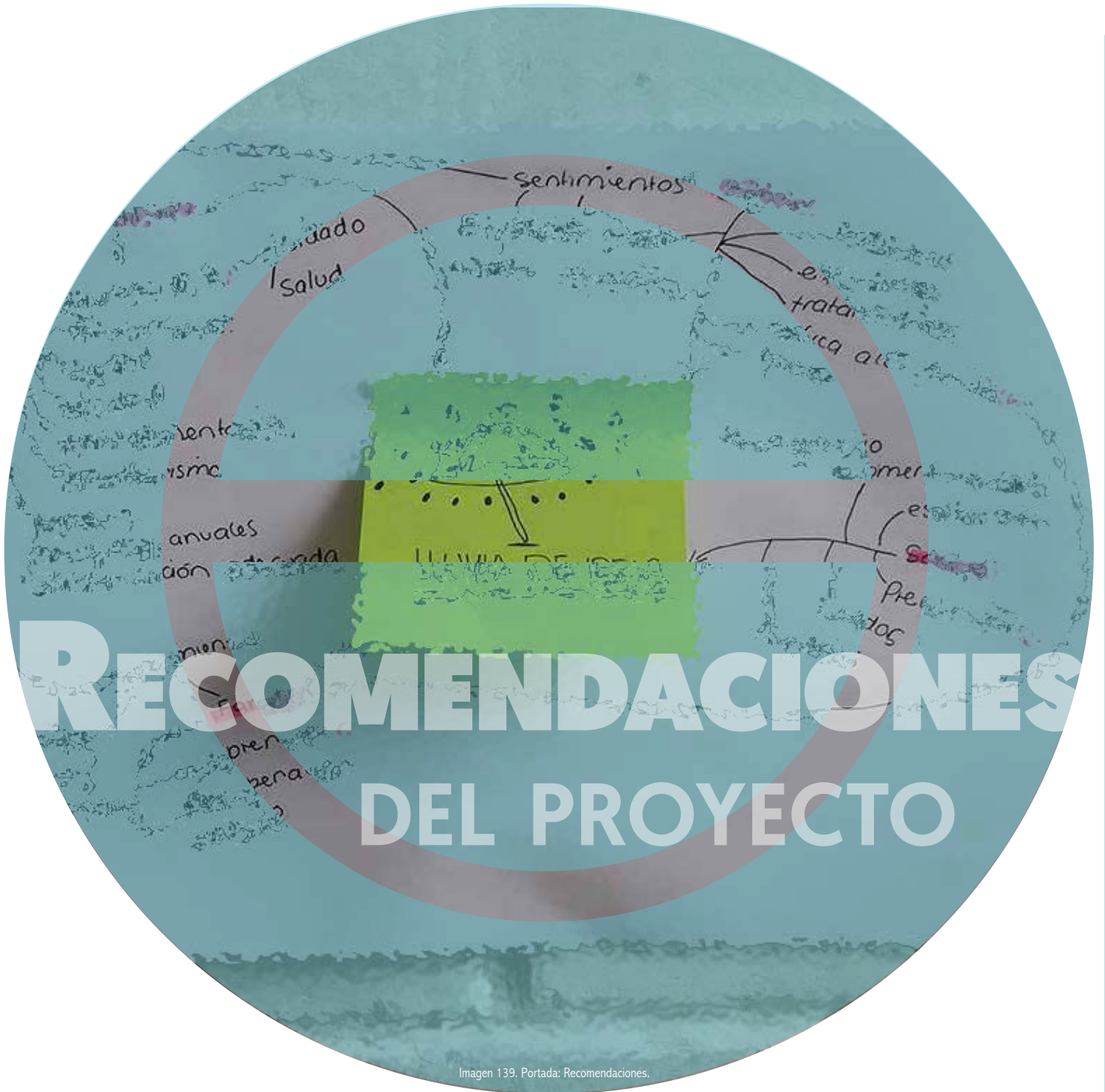


Imagen 139. Portada: Recomendaciones.



RECOMENDACIONES

DEL PROYECTO

A la institución Incan

En base al estudio realizado y siguiendo el objetivo de la propuesta sobre la modificación de la página Web, se recomienda que para diseños posteriores de la misma se anexe los casos reales que fueron positivos por esta información de prevención y referente a los estudios ofrecidos por parte del departamento de prevención.

Por otro lado también se recomienda incluir un calendario de prevención, congresos y actividades organizados por parte del departamento, así como el calendario de la página principal del Incan.

Crear un correo electrónico empresarial para facilitar la comunicación entre el equipo de trabajo del Incan. Existen aplicaciones como Gmail de Google que ofrecen este servicio. Un correo electrónico empresarial refleja formalidad y profesionalismo y genera mayor confianza en la organización.

A los estudiantes de Diseño Gráfico

Es fundamental investigar y compartir con los catedráticos, los compañeros, los familiares, los amigos, entre otras personas, el tema que se está trabajando.

Al diseñar para una causa social es muy importante presentar datos o estadísticas como un respaldo de la labor que se realiza.

El uso de contraste en el diseño ayuda a destacar todas las áreas dentro de las imágenes, hacer el color brillante, resaltar las sombras y texturas. Es de suma importancia resaltar los colores, sobre todo al elegir el color de fondo y el color de las fuentes o gráficos que se utilizarán en el diseño.



Imagen 140. Portada: Referencias.



REFERENCIAS

DEL PROYECTO

- 1 SEOM, 2011. Sociedad de Oncología Médica. Recuperado de: <http://www.seom.org/en/informacion-sobre-el-cancer/que-es-el-cancer-y-como-se-desarrolla>.
- 2 Asociación nacional contra el cáncer, 2016 recuperado de: <http://www.uicc.org/membership/asociación-nacional-contra-el-cáncer><http://www.cancCancer>, causas y prevención, 2014 recuperado de: er.gov/espanol/cancer/causas-prevencion
- 3 Cáncer de mama, medlineplus, 2015. Recuperado de: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000913.htm>
- 4 Organización mundial de la salud, 2016 recuperado de: <http://www.who.int/es/>
- 5 <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/001521.htm>
- 6 EVU RED, Conocimiento con todos y para todos, 2015. Recuperado de: <https://www.guiooteca.com/adulto-mayor/%C2%BFque-colores-les-conviene-usar-a-los-adultos-mayores/>
- 7 Psicología económica, características sociodemográficas y psicográficas 2013, recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/cgm/caracteristicas.html>
- 8 Perfil del cliente, slidershare, 2014 recuperado de: http://es.slideshare.net/MTRAUIGM/perfiles-de-clientes?next_slideshow=1
Union internacional contra el cáncer, 2016. Recuperado de: <http://www.uicc.org>



Imagen 140. Portada: Referencias de imágenes.

REFERENCIAS

DE IMÁGENES

Imagen 1. Portada Sala quirurgica. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.402027066546631.96709.402013549881316/1405066646242663/?type=3&theater>.

Imagen 2. Portada Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de google. Guatemala. <http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/usac-inicia-proceso-de-modernizacion-administrativa>.

Imagen 3. Portada de la Liga Nacional contra el Cáncer, Recuperado el 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.8767899901.96709.402013549881316/1405066646242663/?type=3&theater>.

Imagen 4. Portada dedicatoria al proyecto. Recuperado el 25 de julio de 2016, del sitio de facebook de Sara Jeanpierre. Guatemala. <https://www.facebook.com/SaraJeanpierre/photos/a.8767899901.96709.402013549881316/1405066646242663/?type=3&theater>.

Imagen 5. Portada Pasillo del hospital INCAN. . Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.478999871.96709.402013549881316/14078765442663/?type=3&theater>

Imagen 6. Portada Sala quirurgica. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.3929288990099888765475656563333/1405066646242663/?type=3&theater>

Imagen 7. Portada Sala quirurgica. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.3929288990099888765475656563333/1405066646242663/?type=3&theater>

Imagen 8. Portada, Publicación Digital. Autoexamen, Como prevenir el cáncer de mama. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.3929288990099888765475656563333/1405066646242663/?type=3&theater>

Imagen 9. Publicación Digital, Autoexamen, Información sobre el proyecto. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.3929288990099888765475656563333/1405066646242663/?type=3&theater>.

Imagen 10. Publicación Digital, Autoexamen, Riesgo de contraer cáncer. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/09876778767889998877675656563333/1405066646242663/?type=3&theater>.

Imagen 11. Publicación Digital, Autoexamen, Síntomas del cáncer. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.3929288990099888765475656563333/1405066646242663/?type=3&theater>.

Imagen 12. Publicación Digital, Autoexamen, Autoexploración mamario. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.356543213456447665475656563333/14090987766554443/?type=3&theater>.

Imagen 13. Publicación Digital, Autoexamen, Autoexploración mamario. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.356543213456447665475656563333/14090987766554443/?type=3&theater>.

Imagen 14. Publicación Digital, Afiche, Vuelta por la vida. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=3&theater>.

Imagen 15. Publicación Digital, Afiche, Vuelta por la vida, ciclista Rony Martínez y su familia. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=3&theater>.

Imagen 16. Publicación Digital, Afiche, Vuelta por la vida, Agenda ciclística. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=3&theater>.

Imagen 17. Publicación Digital, Afiche, Carrera AVON. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=3&theater>.

Imagen 18. Publicación Digital, Afiche, Cáncer de próstata. Recuperado el día 28 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=3&theater>.

Imagen 19. Publicación Digital, Afiche, Ceremonia, reunión sobre el cáncer en general. Recuperado el día 2 de abril de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=5&theater>.

Imagen 20. Publicación Digital, Afiche, Cuidados paliativos. Recuperado el día 2 de abril de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=87&theater>.

Imagen 21. Publicación Digital, Afiche, Consultas externas. Recuperado el día 2 de abril de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=6&theater>.

Imagen 22. Publicación Digital, Página de facebook. Recuperado el día 2 de abril de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=5&theater>.

Imagen 23. Publicación Digital, Sitio web Incan. Recuperado el día 2 de abril de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=3&theater>.

Imagen 24. Portada, Recursos Humanos. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/28374849000000094837385656563333/1405066646242663/?type=2&theater>

Imagen 25. Portada, Sala de espera, Hospital INCAN. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/283234112354533456635385656563333/1456778755543363/?type=2&theater>

Imagen 26. Fotografía Digital, Sara G. J. Recuperado el día 4 de mayo de 2016, Guatemala.

Imagen 27. Sala de estudio de tomografía. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.402027066546631.96709.402013549881316/1405066646242663/?type=3&theater>

Imagen 28. Portada, Junta directiva de la Liga nacional contra el cáncer. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/a.402027066546631.96709.402013549881316/1405066646242663/?type=3&theater>

Imagen 29. Infografía digital, Sara G. J. Recuperado el 12 de octubre del 2016, Guatemala.

Imagen 30. Fotografía digital, Sara G. J. Recuperado el 4 de mayo del 2016, Guatemala.

Imagen 31. Infografía digital, Sara J. Recuperado el 13 de octubre del 2016, Guatemala.

Imagen 32. Portada Mapa de ubicación del INCAN. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de google. Guatemala. <https://www.google.com/maps/place/I.N.C.A.N./@14.616441,-90.5434815,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8589a19ec70e9ff7:0x559f5741d3cafc16!8m2!3d14.616441!4d-90.5412928>

Imagen 33. Portada, Personal de enfermeras del INCAN. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/89383746660443.323333333334229881316/1405066646242663/?type=3&theater>

Imagen 34. Portada, Encamamiento en la Liga nacional contra el cáncer. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/12029384757483934020135498844441316/1405066646242663/?type=3&theater>

Imagen 35. Portada, Instrumentos de la Liga nacional contra el cáncer. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/12378273444473838344.44498455443313/17857483838383838383/?type=3&theater>

Imagen 36. Portada, Ubicación de la Liga Nacional contra el cáncer. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.google.com/maps/place/I.N.C.A.N./@14.616441,-90.5434815,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8589a19ec70e9ff7:0x559f5741d3cafc16!8m2!3d14.616441!4d-90.5412928>

Imagen 37. Portada, Fotografía digital, Sara G. J. Recuperado el 25 de marzo del 2016, Guatemala.

Imagen 38. Portada, Sala de estudio de reuniones. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/b.7636640201354914838389300/?type=3&theater>

Imagen 39. Portada, Ilustración digital, Sara G. J. Recuperado el 25 de marzo del 2016, Guatemala.

Imagen 40. Cuadro comparativo, Sara G. J. Recuperado el 25 de marzo del 2016, Guatemala.

Imagen 41. Portada, Ilustración digital, Sara G. J. Recuperado el 28 de marzo del 2016, Guatemala.

Imagen 42. Calendario de seguimiento para el proyecto, Sara G. J. Recuperado el 25 de febrero del 2016, Guatemala.

Imagen 43. Portada, Fotografía digital, Sara G. J. Recuperado el 12 Junio del 2016, Guatemala.

Imagen 44. Cuadro conceptual para el perfil del grupo objetivo, Sara G. J. Recuperado el 13 de Junio del 2016, Guatemala.

Imagen 45. Paso 1 proceso creativo, segmentación de mercado, Brainstorming. Sara G. J. Recuperado el 9 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 46. Paso 2 proceso creativo, segmentación de mercado. Sara G. J. Recuperado el 9 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 47. Paso 2 proceso creativo, segmentación de mercado. Sara G. J. Recuperado el 9 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 48. Paso 2 proceso creativo, segmentación de mercado. Sara G. J. Recuperado el 9 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 49. Paso 2 proceso creativo, segmentación de mercado. Sara G. J. Recuperado el 9 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 50. Paso 2 proceso creativo, segmentación de mercado. Sara G. J. Recuperado el 9 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 51. Paso 3 proceso creativo, segmentación de mercado, características sociodemográficas. Sara G. J. Recuperado el 9 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 52. Paso 3 proceso creativo, segmentación de mercado, características sociodemográficas. Sara G. J. Recuperado el 9 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 53. Paso 4 proceso creativo, mapa de empatía. Sara G. J. Recuperado el 15 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 54. Paso 4 proceso creativo, mapa de empatía. Sara G. J. Recuperado el 15 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 55. Paso 4 proceso creativo, mapa de empatía. Sara G. J. Recuperado el 15 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 56. Paso 4 proceso creativo, mapa de empatía. Sara G. J. Recuperado el 15 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 57. Paso 4 proceso creativo, mapa de empatía. Sara G. J. Recuperado el 15 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 58. Paso 4 proceso creativo, mapa de empatía. Sara G. J. Recuperado el 15 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 59. Paso 4 proceso creativo, mapa de empatía. Sara G. J. Recuperado el 15 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 60. Paso 5 proceso creativo, Spice. Sara G. J. Recuperado el 18 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 61. Paso 5 proceso creativo, Spice. Sara G. J. Recuperado el 18 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 62. Paso 5 proceso creativo, Propuesta de insight. Sara G. J. Recuperado el 19 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 63. Paso 6 proceso creativo, Lluvia de ideas. Sara G. J. Recuperado el 19 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 64. Paso 6 proceso creativo, Lluvia de ideas. Sara G. J. Recuperado el 19 de Julio del 2016, Guatemala. .

Imagen 65. Paso 6 proceso creativo, Lluvia de ideas. Sara G. J. Recuperado el 19 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 66. Paso 6 proceso creativo, Relaciones forzadas. Sara G. J. Recuperado el 22 de Julio del 2016, Guatemala.

Imagen 67. Portada, Fotografía digital, Sara G. J. Recuperado el 2 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 68. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, primer nivel de visualización. Sara G. J. Recuperado el 2 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 69. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, primer nivel de visualización. Sara G. J. Recuperado el 2 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 70. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, primer nivel de visualización. Sara G. J. Recuperado el 2 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 71. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, primer nivel de visualización. Sara G. J. Recuperado el 2 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 72. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, primer nivel de visualización digitalizado. Sara G. J. Recuperado el 3 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 73. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, primer nivel de visualización propuesta tipográfica. Sara G. J. Recuperado el 3 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 74. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, primer nivel de visualización propuesta de paleta cromática. Sara G. J. Recuperado el 3 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 75. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, segundo nivel de visualización propuesta, prevenir es vivir. Sara G. J. Recuperado el 4 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 76. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, segundo nivel de visualización propuesta, prevenir es vivir. Sara G. J. Recuperado el 4 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 77. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, segundo nivel de visualización propuesta tipográfica. Sara G. J. Recuperado el 4 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 78. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, segundo nivel de visualización propuesta de paleta cromática. Sara G. J. Recuperado el 4 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 79. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, tercer nivel de visualización, la prevención depende de ti. Sara G. J. Recuperado el 6 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 80. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, tercer nivel de visualización, la prevención depende de ti. Sara G. J. Recuperado el 6 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 81. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, tercer nivel de visualización, la prevención depende de ti, propuesta tipográfica. Sara G. J. Recuperado el 6 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 82. Fotografía digital, Etapa de bocetaje, tercer nivel de visualización, la prevención depende de ti, propuesta de paleta cromática. Sara G. J. Recuperado el 6 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 83. Fotografía digital, cuadro de autoevaluación para selección del conceptoñ Sara G. J. Recuperado el 6 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 84. Portada, Infografía digital, Sara J. Recuperado el 3 de Agosto del 2016, Guatemala.

Imagen 85. Página web digital, segundo nivel de visualización, encabezado de la página. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 86. Página web digital, segundo nivel de visualización, pictogramas. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 87. Página web digital, segundo nivel de visualización, pictogramas. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 88. Página web digital, segundo nivel de visualización, cuerpo de la página. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 89. Página web digital, segundo nivel de visualización, pie de la página. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 90. Página web digital, segundo nivel de visualización. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 91. Página web digital, segundo nivel de visualización, propuesta de imagotipo. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 92. Página web digital, Imagotipo. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 93. Segundo nivel de visualización, Coevaluación. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 94. Segundo nivel de visualización, Coevaluación. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 95. Fotografía digital, Portada de imagotipo. Sara G. J. Recuperado el 3 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 96. Página web digital, tercer nivel de visualización, página web. Sara G. J. Recuperado el 7 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 97. Página web digital, tercer nivel de visualización, página web. Sara G. J. Recuperado el 7 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 98. Evaluación del grupo objetivo, gráfica 1. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 99. Evaluación del grupo objetivo, gráfica 2. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 100. Evaluación del grupo objetivo, gráfica 3. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 101. Evaluación del grupo objetivo, gráfica 4. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 102. Evaluación del grupo objetivo, gráfica 5. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 103. Evaluación del grupo objetivo, gráfica 6. Sara G. J. Recuperado el 2 de Septiembre del 2016, Guatemala.

Imagen 104. Portada, pruebas y estudios de sangre en la Liga Nacional contra el cáncer. Recuperado el 25 de marzo del 2016, del sitio de facebook. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/3234445667768789877665687877659/09876655466773333/?type=87&theater>.

Imagen 105. Portada, Propuesta final de diseño Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.google.com/maps/place/I.N.C.A.N./@14.616441,-90.5434815,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8589a19ec70e9ff7:0x559f5741d3cafc16!8m2!3d14.616441!4d-90.5412928>

Imagen 106. Propuesta final de diseño, encabezado de la página web. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer.

Imagen 107. Propuesta final de diseño, cuerpo de la página web. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala, <https://www.google.com/maps/place/I.N.C.A.N./as53556774466.774556656,7z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8589a19ec70e9ff7:0x559f5741d3cafc16!8m2!3d14.616441>

Imagen 108. Propuesta final de diseño, infografía animada sobre el cáncer de estómago. Recuperado el día 10 de septiembre de 2016.

Imagen 109. Propuesta final de diseño, infografía animada sobre el cáncer de esófago. Recuperado el día 10 de septiembre de 2016.

Imagen 110. Propuesta final de diseño, infografía animada sobre el cáncer de colon. Recuperado el día 10 de septiembre de 2016.

Imagen 111. Propuesta final de diseño, infografía animada sobre el cáncer de piel. Recuperado el día 10 de septiembre de 2016.

Imagen 112. Propuesta final de diseño, infografía animada sobre el cáncer de boca. Recuperado el día 10 de septiembre de 2016.

Imagen 113. Propuesta final de diseño, infografía animada sobre el cáncer de próstata. Recuperado el día 10 de septiembre de 2016.

Imagen 114. Propuesta final de diseño, infografía animada sobre el cáncer de cervicouterino. Recuperado el día 10 de septiembre de 2016.

Imagen 115. Propuesta final de diseño, infografía animada sobre el cáncer de pulmonar. Recuperado el día 10 de septiembre de 2016.

Imagen 116. Propuesta final de diseño, infografía animada sobre el cáncer de seno. Recuperado el día 10 de septiembre de 2016.

Imagen 117. Propuesta final de diseño, cuerpo y pie de la página web. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer.

Imagen 118. Fotografía digital, visualización en diferentes dispositivos, celular. Sara G. J. Recuperado el 11 de noviembre del 2016, Guatemala.

Imagen 120. Fotografía digital, visualización en diferentes dispositivos, Computadora. Sara G. J. Recuperado el 11 de noviembre del 2016, Guatemala.

Imagen 121. Portada, Grupo focal. Recuperado el día 25 de marzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/28374849000000094837385656563333/1405066646242663/?type=2&theater>

Imagen 122. Grupo focal. Interpretación de resultados. Sara G. J. Recuperado el día 3 de septiembre del 2016.

Imagen 123. Grupo focal. Interpretación de resultados. Sara G. J. Recuperado el día 3 de septiembre del 2016.

Imagen 124. Grupo focal. Interpretación de resultados. Sara G. J. Recuperado el día 3 de septiembre del 2016.

Imagen 125. Grupo focal. Interpretación de resultados. Sara G. J. Recuperado el día 3 de septiembre del 2016.

Imagen 126. Portada, Fundamentación del diseño Sara G. J. Recuperado el día 35 de marzo del 2016.

Imagen 127. Fundamentación de diseño, Justificación. Sara G. J. Recuperado el día 3 de septiembre del 2016.

Imagen 128. Fundamentación de diseño, Justificación. Sara G. J. Recuperado el día 3 de septiembre del 2016.

Imagen 129. Fundamentación de diseño, Formato y retícula. Sara G. J. Recuperado el día 6 de septiembre del 2016.

Imagen 130. Fundamentación de diseño, Formato y retícula. Sara G. J. Recuperado el día 6 de septiembre del 2016.

Imagen 131. Fundamentación de diseño, Paleta cromática. Sara G. J. Recuperado el día 6 de septiembre del 2016.

Imagen 132. Fundamentación de diseño, Paleta cromática. Sara G. J. Recuperado el día 6 de septiembre del 2016.

Imagen 133. Fundamentación de diseño, Código Icónico . Sara G. J. Recuperado el día 7 de septiembre del 2016.

Imagen 134. Fundamentación de diseño, Paleta tipográfica. Sara G. J. Recuperado el día 7 de septiembre del 2016.

Imagen 135. Portada, Criterios técnicos. Recuperado el día 29 de noviembre de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/28374849000000094837385656563333/1405066646242663/?type=2&theater>

Imagen 136. Portada, Inversión para la puesta en marcha. Recuperado el día 29 de noviembre de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/28374849000000094837385656563333/1405066646242663/?type=2&theater>

Imagen 137. Portada, Aporte económico que presenta el proyecto . Recuperado el día 25 demarzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/28374849000000094837385656563333/1405066646242663/?type=2&theater>

Imagen 138. Portada, Conclusiones del proyecto . Recuperado el día 25 demarzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/28374849000000094837385656563333/1405066646242663/?type=2&theater>

Imagen 139. Portada, Recomendaciones del proyecto. Recuperado el día 25 demarzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/28374849000000094837385656563333/1405066646242663/?type=2&theater>

Imagen 140. Portada, Referencias de imagenes.. Recuperado el día 25 demarzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/28374849000000094837385656563333/1405066646242663/?type=2&theater>

Imagen 140. Portada, Referencias de ifotografía.. Recuperado el día 25 demarzo de 2016, del sitio de facebook de La liga nacional contra el cáncer. Guatemala. <https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/photos/28374849000000094837385656563333/1405066646242663/?type=2&theater>

ANEXOS DEL PROYECTO

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación
Lic. Francisco Chang / Lic. Marco Morales



Grupo focal

1. ¿Consideras que el diseño de la interfaz: (estructura y organización de la página web), son adecuados?
2. ¿Crees que los elementos de multimedia utilizados en esta página web facilitan el proceso de enseñanza del contenido?
3. ¿Entiendes la página web, el lenguaje, los pictogramas y las ilustraciones son claras?
4. ¿Consideras que el uso de esta página web, puede ayudar a comprender de una mejor manera un tema muy extenso como lo es el cáncer?
5. ¿En que medida consideras que la utilización del contenido de la página web, te ha facilitado sobre la prevención de cáncer?

TU SALUD Y EL CANCER

Responde las siguientes preguntas con lo que más consideres conveniente.



Edad

- 24-29 años
- 30-37 años
- 38-49 años
- 50-65 años

Sexo *

- Femenino
- Masculino

¿Qué es lo más importante para ti? *

Texto de respuesta larga

¿Materialmente qué es lo más importante para ti? *

Texto de respuesta larga

¿Qué es lo que más necesitas emocionalmente? *

Texto de respuesta larga

¿Quiénes te rodean? ¿Con quién te comunicas más? Especifica *

Texto de respuesta larga

Te preocupas por tu salud *

- Sí
- No

Si tu respuesta fue SI, indica el porque *

Texto de respuesta larga

¿Sabes cómo esta tu salud en este momento? *

- Si
- No

Si tu respuesta fue SI, indica de que fue tu chequeo, y si padeces de alguna enfermedad. *

Texto de respuesta larga

¿Alguien de tu familia o amigo tiene alguna enfermedad terminal? *

- Si
- No

Si tu respuesta fue SI, indica cual es la enfermedad. *

Texto de respuesta larga

¿Cuanto o que sabes del Cáncer? *

Texto de respuesta larga

¿Te previenes de él, cómo? *

Texto de respuesta larga

¿Cómo te sentirías si tuvieras algún tipo de cáncer? *

Texto de respuesta larga

¿Te haces algún chequeo anual?¿cuál? *

Texto de respuesta larga

¿Si te metieras? en un sitio web interactivo y creativo te interesarías más por el cáncer? *

- Si
- No

¿Crees que los elementos son los correctos? *

Sí

No

¿La tipografía es clara y entiendes lo que está en la infografía? *

Sí

No

¿Crees que el uso de la nueva página web de Prevención puede ayudar a comprender mejor que una explicación teórica? *

Sí

No

¿En qué medida consideras que la utilización de los contenidos de esta página web te han facilitado sobre el conocimiento de prevención de cáncer? *

Texto de respuesta larga

¿Qué te parece el logotipo de la página? *

Texto de respuesta corta

¿Consideras que el diseño de la interfaz: estructura y organización de la página web son adecuados? *

Sí

No

¿Crees que los elementos multimedia utilizados en esta página web facilitan el proceso de enseñanza de los contenidos? *

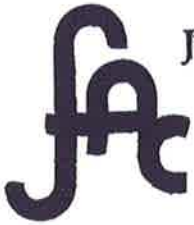
Sí

No

¿Crees que los elementos son los correctos? *

Sí

No



JULIO FERNANDO AVENDAÑO C.
LICENCIADO EN LETRAS

0 CALLE "B" 4-88 ZONA 3
SAN BARTOLOMÉ MILPAS ALTAS
SACATEPÉQUEZ
(502) 5994 4872

Guatemala, 14 de noviembre de 2017.

Doctor
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente hago de su conocimiento que he realizado la revisión de redacción y estilo del proyecto de graduación DISEÑO DE MATERIAL INTERACTIVO DE CARÁCTER INFORMATIVO PARA EL SITIO WEB DE LA LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER ACERCA DE LA IMPORTANCIA DE LA PREVENCIÓN Y DE LOS TIPOS DE CÁNCER MÁS COMUNES EN GUATEMALA de la estudiante SARA GABRIELA LILIANA JEANPIERRE de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, identificada con el carné universitario número 201122536, previamente a conferírsele el título de DISEÑADORA GRÁFICA en el grado de LICENCIADA.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

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


Julio Fernando Avendaño C.
LICENCIADO EN LETRAS
— Colegiado No. 13238 —

Julio Fernando Avendaño C.
Licenciado en Letras
Colegiado activo No. 13238

“Diseño de material interactivo de carácter informativo para el sitio web de la Liga Nacional contra el Cáncer acerca de la importancia de prevención y de los tipos de Cáncer más comunes en Guatemala”

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Sara Gabriela Liliana Jeanpierre

Asesorado por:



Marco Antonio Morales Tomas



José Francisco Chang Meneses

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

