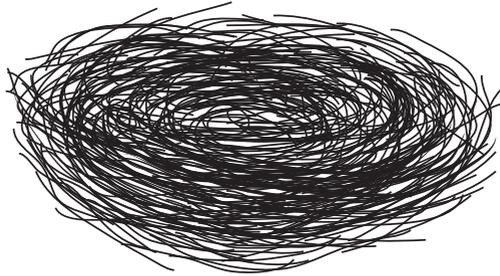




ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS



DISEÑO DE CAMPAÑA

LIGRA

**Licenciatura en Diseño Gráfico y
Publicitario**

BROCHURE DE PROCESOS

Tema:

Campaña para reducir el índice de abandono a adultos mayores en la Casa de Reposo "Hermano Gregorio"

Autores:

Darío Alejandro Álava Mejía

Eduardo Raúl Calderón Hernández

Paralelo 3

EDCOM
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Año 2016

Firma del Profesor

.....

Contenido:

Resumen	5
Antecedentes	6
Público objetivo o target	7
Investigación y Metodología del proyecto	7
Objetivos del proyecto (comunicación y de diseño)	8
Cronograma	9
ETAPA DE DISEÑO	
Introducción	11
Concepto creativo	12
Proceso de bocetos	13
Fotografías	14
Prueba - error	17
Proceso técnico (tarjetas personalizadas)	18
Proceso técnicos (estampas con frases)	20
Elección Tipográfica	22
Relicario y Packaging	23
Etapas de la campaña	24
Artes finales	26
Presupuesto	32
Resultados	33
Conclusiones	34
Bibliografía (normas APA)	35
Anexos	36

RESUMEN

Un adulto mayor necesita sentirse seguro, estar cerca de otras personas y olvidar los problemas que comúnmente les rodea en esas instancias de la vida. El vínculo entre sus familiares es muy importante para llevar una adecuada salud emocional.

Se debe tomar en cuenta que los adultos mayores son personas muy valiosas, llenas de conocimientos y experiencias de las que se puede aprender permanentemente. Por eso, es necesario que las nuevas generaciones comprendan la importancia de convivir con ellos.

El 30% de los adultos mayores cuentan con asistencia de alguien para cuidarlo (INEC 2010), algunas personas recurren a asilos o casas de reposo para dejar que otros se encarguen de su familiar. Muchas veces las consecuencias pueden ser lamentables ya que debido a esta situación los familiares pueden llegar a desvincularse casi por completo del adulto mayor.

La falta de afecto y atención por parte de sus familiares genera sufrimiento emocional que puede incluso afectar seriamente el estado de salud del adulto mayor. Es necesario que en esta etapa de sus vidas se sientan respaldados por sus seres queridos, y que haya un acercamiento permanente entre el adulto mayor y sus familiares.

ANTECEDENTES

La casa de reposo Hermano Gregorio nace de la necesidad de cubrir un problema familiar, que fue el cuidado de la suegra de la administradora y dueña del ancianato Zenny Zambrano, quien ya contaba con 20 años de experiencia como ayudante de cirugía y debía cuidar de su señora suegra que padecía de Alzheimer, enfermedad cerebral que afecta a la memoria del paciente.

La institución fue creada en el año 2000 en Urdesa, al norte de la ciudad de Guayaquil, por Zenny Zambrano. Comenzó como un pequeño asilo de pocas habitaciones, que con el pasar de los años su dueña invirtió en la creación de nuevas áreas comunes, más habitaciones, y espacios de recreación para mejorar la calidad del servicio, y así poder acoger a más pacientes.

Hoy en día cuenta con más de 50 pacientes de distintas edades. El más joven tiene 35 años y padece esquizofrenia, y el mayor tiene 99 años. La casa de reposo llegó a registrar pacientes de hasta 105 años de edad.

Esta institución se ha caracterizado por realizar actividades de concientización, encargándose de fomentar la educación mediante técnicas que comprenden el correcto cuidado hacia los adultos mayores. Las temáticas de concientización promueven la ecología, cómo cuidar su salud y como mantenerlos felices.

PÚBLICO OBJETIVO

Mujeres y hombres de 35 a 40 años, familiares de los adultos mayores que residen en la casa de Reposo Hermano Gregorio ubicada en la ciudad de Guayaquil.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

A través del método histórico podremos conocer de todos los sucesos, procesos y cambios relevantes de la institución a lo largo de su historia, con el fin de detallar aún más la investigación exploratoria.

Para llegar a un acercamiento con las personas involucradas en la institución es indispensable la implementación del método de entrevistas. El mismo que nos permitirá conocer en detalle experiencias vividas y así lograr entender claramente la problemática que influye en la toma de decisiones de estas personas.

OBJETIVOS

DE COMUNICACIÓN

Comunicar a los familiares de los pacientes de la Casa de Reposo Hermano Gregorio, las anécdotas del paciente a través de mensajes que motiven el aumento de visitas al adulto mayor.

DE DISEÑO

General:

Proponer una estrategia comunicacional para poder lograr un acercamiento permanente entre los familiares y sus adultos mayores.

Específicos:

- Analizar la situación actual de los adultos mayores en la casa de reposo.
- Identificar sus necesidades.
- Planificar una campaña que aumente el número de visitas por parte de los familiares de los adultos mayores.

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1.- Fase de investigación																
Plantaemino de ideas	■															
Definición de tema.		■	■													
Planteamiento de problemas.				■	■											
Planteamiento de objetivos.					■	■										
Diseño presupuestario.							■									
2.- Fase de análisis.																
Reunion con la casa de reposo.			■				■			■					■	
Recopilación de información.			■	■	■	■										
3.- Fase de desarrollo.																
Toma de fotos para las piezas.								■	■							
Diseñar.								■	■	■	■					
Informe mensual				■				■			■					■
Impresión de piezas.													■	■		
4.- Fase de implementación																
Entrega de piezas.															■	■
Elaboración de informe.															■	■

ETAPA DE DISEÑO



Casa de reposo Hermano Gregorio

INTRODUCCIÓN

Esta etapa contiene la elaboración de una estrategia comunicacional que se basa en la creación de piezas gráficas con mensajes de alta carga emocional con el fin de lograr un acercamiento permanente entre los familiares y sus adultos mayores que residen en la casa de reposo Hermano Gregorio.

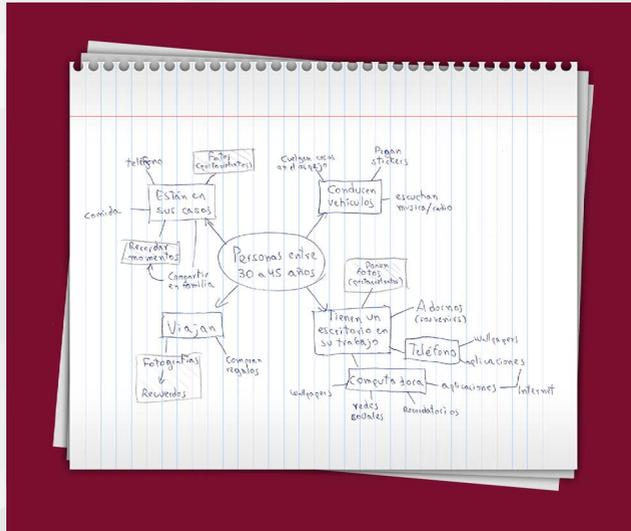
El análisis de la situación actual de los pacientes de la casa de reposo, nos indica que ellos carecen de afecto y atención por parte de sus familiares. Por lo tanto, la campaña comunicacional cubrirá un tiempo aproximado de un año, para motivar las visitas frecuentes durante este periodo, apelando a los sentimientos a través de recuerdos personales, y así darle a los adultos mayores la alegría de compartir con sus seres queridos.

La campaña está estructurada en 3 etapas:

1. Entrega de tarjeta personalizada:
Fotografía del adulto mayor junto a una anécdota vivida con su familiar.
2. Entrega de relicario con fotografía del adulto mayor
3. Entrega de estampa con frases de reflexión.

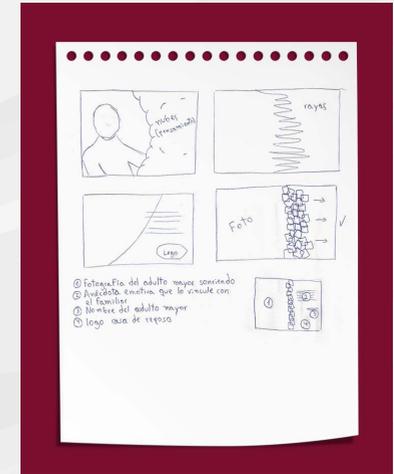
CONCEPTO CREATIVO

Para la búsqueda de ideas en el desarrollo de la campaña, utilizamos la herramienta de mapas mentales, donde partiendo del público objetivo e identificando sus actividades, se puede hallar la mejor forma de llegar a ellos.



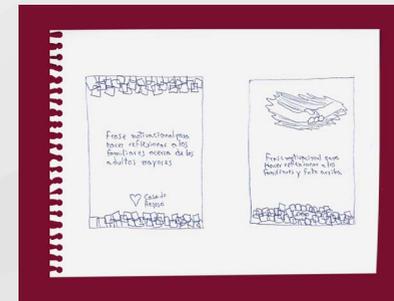
BOCETOS

Para llegar a la estructuración de las tarjetas personalizadas, procedimos a realizar bocetos para lograr un diseño amigable y dinámico donde se pueda ordenar todos los elementos que componen el arte.



Bocetos de tarjeta personalizada

Antes de proceder a digitalizar se realizaron pruebas en una hoja para organizar la diagramación de los elementos que componen cada una de las piezas gráficas.



Bocetos de estampa

FOTOGRAFÍAS



El propósito general era captar la esencia y motivación de los adultos mayores, durante 15 días. Para la realización de las fotos la estrategia utilizada fue de acercamiento, a través de un diálogo amigable sin profundizar en su vida personal.

La administradora de la casa de reposo desde el inicio indicó que se procure tratar los temas y la producción de fotos de una manera muy discreta ya que muchos de los pacientes sufren de depresión.



Durante las primeras visitas a la casa de reposo nos encontramos con la dificultad de lograr y concretar una comunicación efectiva con los adultos mayores, cosa que se vio proyectada en las fotografías.



FOTOGRAFÍAS



Luego de algunos días, la comunicación con el adulto mayor pasó de ser rígida a ser más dinámica, existiendo una fluidez en sus diálogos y actividades. Logrando con esto la obtención de las fotografías requeridas.



FOTOGRAFÍAS



Finalmente recibimos la colaboración por parte de los adultos mayores para realizar tomas más elaboradas, como lograr poses ante la cámara y así conseguir escenas que se acoplen con las frases de las estampas.



PRUEBA - ERROR

Realización de varias pruebas con ayuda de los bocetos para ver qué diseño es más funcional.



Prueba con degradado



Fluidez al leer el texto



Formato vertical



Primer modelo estampa

PROCESO TÉCNICO

TARJETA PERSONALIZADA

Al realizar pruebas con bocetos a lápiz, procedemos a la digitalización de las propuestas, utilizando el software de edición de imagen, tanto para retocar las fotografías como el uso de herramientas para obtener los elementos que componen el arte.



Software utilizado



Formato: A5
Soporte: Cartulina couché

La tarjeta personalizada está compuesta de 4 elementos:

- ① Fotografía de cada adulto mayor.
- ② Fragmento de una historia que vincule al adulto mayor con su familiar.
- ③ Nombre del adulto mayor.
- ④ Logotipo de la casa de reposo.



En la composición de la tarjeta personalizada se han ubicado los elementos estratégicamente, el peso visual recae del lado izquierdo con el elemento principal que es la fotografía del adulto mayor, haciendo posible un recorrido visual "circular" para una cómoda lectura como se muestra en la imagen.



Entregable: Sobre cerrado

PROCESO TÉCNICO

ESTAMPA CON FRASES

Se digitalizaron los bocetos a lápiz en el software de edición de imagen y utilizando herramientas que nos permitieron lograr la elaboración de los elementos que componen el arte.



Software utilizado



La estampa está compuesta por 3 elementos:

- ① Fotografía referente a la frase.
- ② Frase sencilla que invita a la reflexión y pretende acercar a los familiares con sus adultos mayores.
- ③ Logotipo de la casa de reposo.



La organización de los elementos de la estampa tiene como factor de composición un equilibrio simétrico donde predomina el peso visual superior, con la imagen que llama la atención e invita a leer la frase de reflexión.



Entregable: Sobre cerrado

ELECCIÓN TIPOGRÁFICA

Se utilizó una fuente de caligrafía para representar elegancia y dinamismo en las frases presentes en la tarjetas personalizadas y en las estampas.
Fuente: Lakesight.

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
ñ o p q r s t u v w x y z

A

Terminaciones en curvas que reflejan elegancia.

abc

Fuente tipo manuscrita que da sensación de escritura personalizada.

RELICARIO Y PACKAGING

El relicario contiene una fotografía actual del adulto mayor, con el fin de que el familiar lo pueda llevar a todas partes, para que le genere emociones al verlo y lo motive a estar más tiempo con el.



Entregable: Caja

ETAPAS DE LA CAMPAÑA

La campaña contiene 3 elementos representativos, los cuales poseen una alta carga emocional y han sido creados específicamente para cada familiar de los pacientes de la casa de reposo Hermano Gregorio.

Las estampas serán entregadas de manera trimestral para motivar la visita a los pacientes por parte del familiar.

1

Al momento de realizar el pago mensual, junto con la factura se adjuntará un sobre que contendrá una tarjeta personalizada.



La campaña inicia con los pacientes que están actualmente en la casa de reposo, cubriendo un periodo de 12 meses para fomentar el acercamiento frecuente por parte de los familiares.

2

Si logramos que el familiar se acerque a visitar al paciente, la institución hará que el adulto mayor entregue un relicario con su fotografía.



Si el familiar no recurre a visitar a su paciente, se procederá a enviar un relicario debidamente empacado con la foto del adulto mayor hasta la puerta de su casa.

3

A partir de este tercer mes, junto con la factura del pago mensual, se entregará trimestralmente estampas con frases que invitan a la reflexión para generar un acercamiento frecuente.



4

5

6

Entrega de segunda estampa con frases de reflexión.



12

Entrega de cuarta estampa con frases de reflexión.



11

10

9

Entrega de tercera estampa con frases de reflexión.



8

7

Los meses que no contienen actividades específicas, servirán para comprobar la efectividad que va teniendo la campaña con los familiares.

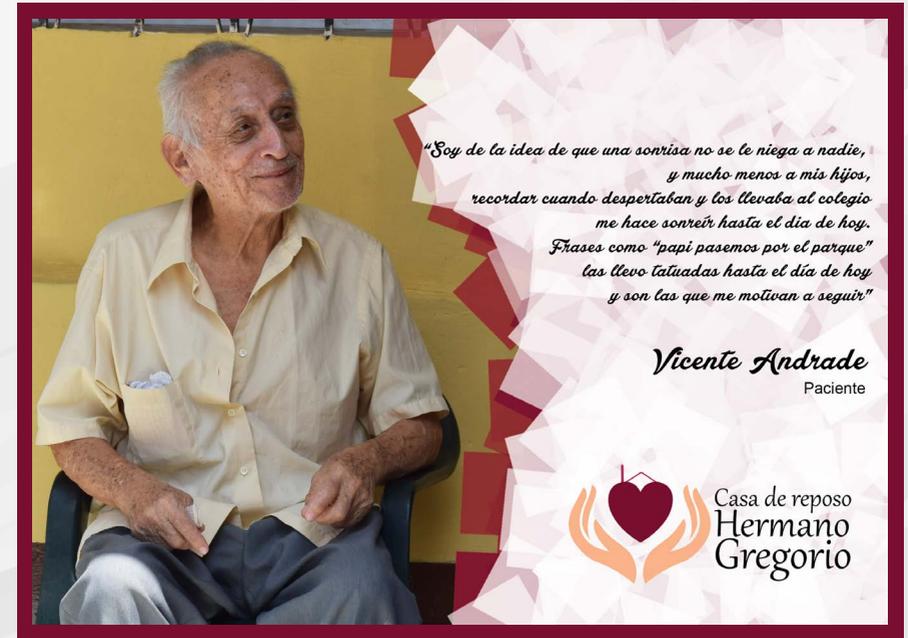
ARTES FINALES

TARJETAS PERSONALIZADAS



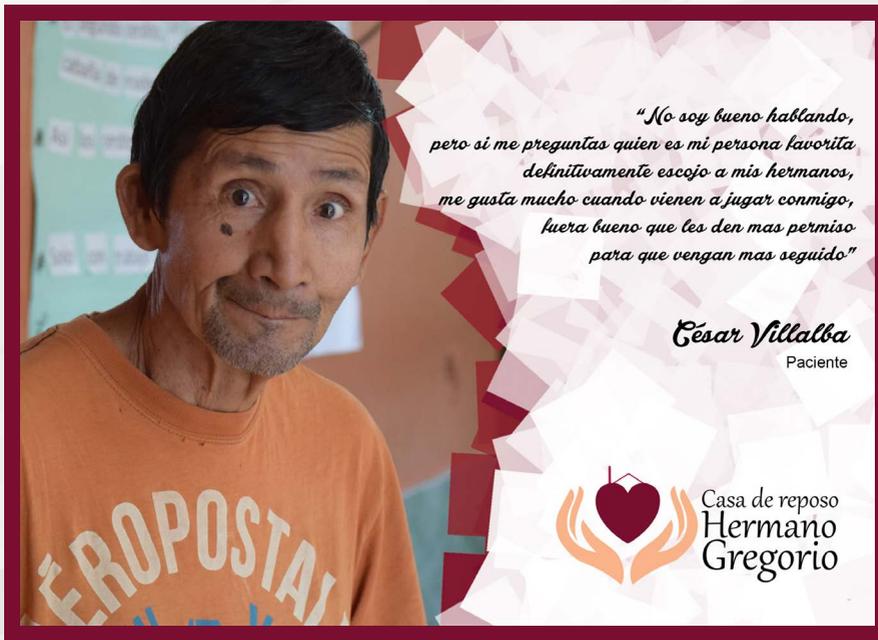
ARTES FINALES

TARJETAS PERSONALIZADAS



ARTES FINALES

TARJETAS PERSONALIZADAS



ARTES FINALES

TARJETAS PERSONALIZADAS



ARTES FINALES

ESTAMPAS CON FRASES



ARTES FINALES

ESTAMPA CON FRASES



PRESUPUESTO

		Unitario	Total
Egresos			\$
Gastos	Costos fijos		
4	Servicios básicos	\$50	\$200
4	Movilización	\$22	\$368
4	Sueldos diseñadores	\$640	\$3.520
4	Imprevistos	\$50	\$200
Total Mes 01 a 04			\$4.288
Diseño	Investigación + desarrollo		
1	Definición Mercado objetivo	\$200	\$200
1	Concepto creativo	\$150	\$150
Total Mes 01 a 02			\$350
Construcción	Bocetos y pruebas		
1	Diseño de propuestas (pruebas)	\$80	\$80
1	Digitalización de propuestas	\$100	\$100
1	Diagramación	\$120	\$120
1	Prototipo final	\$70	\$70
Total Mes 02 a 03			\$370
Comunicación	Diseño de piezas gráficas		
2	Díptico	\$220	\$440
50	Adaptación	\$15	\$750
Total Mes 03 a 04			\$1.190
Implementación			
20	Impresiones	\$10	\$200
16	Fotos	\$2.50	\$40
50	Relicarios	\$10	\$500
50	Cajas y estampa	\$1.00	\$50
Total mes 04		\$	\$790
Total	Egresos +ingresos Mes 01 a 04		\$6988

RESULTADOS

- Aumento en el número de visitas por parte de los familiares hacia los pacientes de la Casa de Reposo Hermano Gregorio.
- Crear experiencias y anécdotas en los familiares y pacientes.
- Crear conciencia de la importancia de visitar a los adultos mayores por parte de los familiares.
- Aumentar el autoestima de los pacientes al hacerlos sentir queridos e importantes.

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de este proceso aprendimos que no todo trabajo, campaña o activación tiene una regla guía o directriz. Aprendimos que en el andar puede incluso surgir nuevas ideas y los procesos pueden tomar giros inesperados.

Inicialmente se contó con un pequeño problema de aceptación por parte de los adultos mayores, la recopilación de información no fue una actividad sencilla. Pero una vez superado este problema se descubrió la riqueza de conocimientos, experiencias y sonrisas que se encontraba dentro de ellos.

A diferencia de lo que muchas personas creen, el adulto mayor es una persona muy capaz y sobretodo dedicada. La realización de una tarea por más simple que sea, para ellos se vuelve una meta importante que cumplir.

Conocer a los adultos mayores de esta institución fue una experiencia gratificante. Nos acercamos a ellos en busca de información y detalles específicos, pero a medida que pasaban los días aquellas visitas de trabajo se volvieron visitas llenas de risas y mucho cariño. Hoy podemos decir que estas agradables personas son nuestros amigos y quedan las ganas de volver a compartir momentos junto a ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- MIES, (2013, 11). Atención y buen vivir del adulto mayor. Inclusión. Obtenido 07, 2016, de <http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/GUIA-PAM-ATENCION-DOMICILIARIA.pdf>
- CNII. (2014, 09). Cuántos son los adultos mayores en el Ecuador. Igualdad. Obtenido 07, 2016, de <http://igualdad.gob.ec/adulto-a-mayor/cuantos-son-adulto-mayor.html>
- INEC, (2008, 11). Población adulto mayor. Ecuador en cifras. Obtenido 07, 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Socio-demograficos/Poblac_Adulto_Mayor.pdf
- Bolumburu, A. (2009, 03). Beneficios de la visita domiciliaria profesional para los adultos mayores. UC. Obtenido 07, 2016, de <http://www.uc.cl/la-universidad/noticias/423-un-estudio-muestra-los-beneficios-de-la-visita-domiciliaria-profesional-para-los-adultos-mayores>
- León, D. (2014). Calidad de Vida en la Vejez (1 ed., Vol. 1, pp. 13-17). Chile, Los Andes

ANEXOS

Entrevista

Zenny Zambrano – Directora de casa de reposo

- De los 50 pacientes, cuántos son hombres y cuantos son mujeres?

De los 50 pacientes registrados en la Casa de Reposo, **27 son hombres y 23 son mujeres.**

- Cuántos de los pacientes son de la ciudad de Guayaquil?

Te podría decir que el **96%** son de aquí de Guayaquil generalmente son pocas las veces que me dejan pacientes de otras regiones o provincias, en este momento cuento con 2 pacientes de Playas.

- Cuál es el promedio de edad de los pacientes?

Como te comente he tenido pacientes de distintas edades, desde 35 hasta pacientes de 105 años, aquí llegan con todo tipo de problema ya sea psiquiátrico o motriz, pero **el promedio de edad es de 68 años**

- Está permitida la visita a los pacientes?

Claro que si, ellos pueden venir las veces que ellos deseen, y siempre se los repito.

- Existe un horario de visita?

Si, ellos pueden venir todos los días por la mañana y tarde, sin embargo jamás le negare la entrada a un familia si viene un poco pasado de hora o por una urgencia

- Con qué frecuencia son visitados los pacientes?

Muy poca lamentablemente.

- Generalmente cuál familiar los visita?

Hija, hijo, esposa, jamás veo otro tipo de familiar

- Cómo afecta la ausencia del familiar en el paciente?

Muchísimo, es fundamental, el apoyo por parte del familiar del paciente ayuda muchísimo a mejorar su calidad de vida, prolongar su edad y mantener una vida sana.

- **Existen estudios o información que respalde la teoría de lo mencionado en la pregunta anterior?**

Si, aunque no recuerdo la institución o entidad que lo realizó, **en España** en un asilo muy reconocido realizo un estudio en como así sea por Skype, la vida del paciente mejoró viendo a su familiar 30 minutos al día, tanto su estado anímico como su comportamiento.

- **Cómo fomenta o incentiva a los familiares a visitar a sus pacientes?**

Les hacemos recordatorios cada vez que visitan la casa de reposo, y le pedimos de favor que no abandonen sus pacientes. Que ellos los necesitan mucho para mejorar y tener una muy buena calidad de vida.

- **Qué recomendaciones da cuando una persona registra un familiar en la Casa de Reposo HG?**

Le hablamos sobre la importancia de la visita continua, a si sea una vez por semana, les conversamos sobre los distintos tipos de dietas, cómo se trata al paciente dentro de la institución, cuales son las modalidades de pago, y la colaboración que necesitamos por parte de ellos, cómo lo es la entrega de medicamentos.

- **Al momento que llega un familiar, ¿cuál es la intervención por parte de la Casa de Reposo HG?**

Mínima, no queremos complicarle la vida al familiar, le agradecemos por su visita, le damos algunos datos como si está comiendo o no y le explicamos lo importante que es su visita para nosotros. Pero todo esto la hacemos en menos de **2 minutos**.

