



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## **FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE EDUCACIÓN**

### **CARRERA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO**

#### **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“GESTIÓN DE DISEÑO PARA DAR A CONOCER LA  
LABOR DEL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO  
ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATACUNGA”**

Proyecto de Investigación Presentado Previo a la Obtención del Título de  
Ingeniero en Diseño Gráfico Computarizado.

**Autor:**

Chiluisa Llumiyinga Wilmer  
Stalin

**Tutor:**

Mg. Realpe Castillo Jeanette  
Rossana

**Latacunga – Ecuador**

**Marzo 2018**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, **CHILUISA LLUMIQUINGA WILMER STALIN**, declaro ser autor del presente proyecto de investigación: **GESTIÓN DE DISEÑO PARA DAR A CONOCER LA LABOR DEL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATACUNGA**, siendo la Ing. **REALPE CASTILLO JEANETTE ROSSANA** tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

.....  
**CHILUISA LLUMIQUINGA WILMER STALIN**

CI: 050364035-1

## **AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO**

En calidad de director del trabajo de investigación sobre el tema:

**“GESTIÓN DE DISEÑO PARA DAR A CONOCER LA LABOR DEL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATACUNGA”**, De **CHILUISA LLUMIQUINGA WILMER STALIN**, de la carrera de la Carrera de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Marzo 2018

.....  
**Mg. REALPE CASTILLO JEANETTE ROSSANA**

**EL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Humanas y Educación; por cuanto, el postulante: **CHILUISA LLUMIQUINGA WILMER STALIN** con el título de Proyecto de Investigación: **“GESTIÓN DE DISEÑO PARA DAR A CONOCER LA LABOR DEL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATACUNGA”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Marzo 2018

Para constancia firman:

.....

Santiago Fernando Brito

González

CC: 171017229-5

LECTOR 1

.....

Mg. Isaac Eduardo Cajas

Cayo

CC: 050220516-4

LECTOR 2

.....

Mg. Sergio Eduardo Chango

Pastuña

CC: 050237217-0

LECTOR 3

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a dios por darme la oportunidad de haber existido, a mis padres por ser mi apoyo incondicional en esta etapa de mi vida estudiantil, por ser el hombro que necesitaba en los momentos más difíciles, por ser mi ejemplo a seguir de finalizar un objetivo propuesto en mi vida, agradezco a mis docentes que gracias a sus experiencias y a el conocimiento que impartieron en clase, me sirvo de mucho para poder realizar este proyecto investigativo.

**Stalin**

## **DEDICATORIA**

Dedicó este proyecto de investigación a Dios y a mis padres por que gracias a ellos ha sido posible que este aquí finalizando, no desmayarme en el camino darme fuerzas para seguir luchando pese a las adversidades puestas en transcurso.

**Stalin**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN**

**Autor:**

Chiluisa Llumiquinga Wilmer Stalin

**RESUMEN**

**TEMA: “GESTIÓN DE DISEÑO PARA DAR A CONOCER LA LABOR DEL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATACUNGA”.**

El presente proyecto abordó el problema comunicacional del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, ubicado en la ciudad de Latacunga; a través de una gestión de diseño. Es necesario que la población latacungeña tenga conocimiento sobre las insuficiencias que tiene el instituto para ayudar a las personas de tercera edad que necesitan de una atención especial, la escasa promoción de la institución y la falta de presupuesto para plantear un programa de promoción son algunas de las razones que determinó la necesidad de la investigación. El objetivo fue elaborar una estrategia de diseño que permitió dar conocer la labor social que realiza el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para la concientización de la ciudadanía latacungeña. El proyecto de investigación contiene técnicas de investigación como: la investigación bibliográfica y documental, la investigación de campo que se realizaron previo al diseño, para determinar la situación actual del lugar. La investigación exploratoria se derivó en cuantitativa (encuesta) y cualitativa (entrevistas a profundidad) apropiadas para la población objeto de estudio. Los beneficiarios directos son los adultos mayores que se encuentran habitando en este lugar. La aplicación de la tecnología permitió el rediseño de la imagen e identidad, la creación de una página web, el impulso de las redes sociales que son los elementos o productos gráficos que se aplicaron en esta investigación haciendo mención a la gestión de diseño de la información y la comunicación también se empleó la gestión de diseño de la identidad corporativa. Para esto se empleó la metodología de Bruno Munari que por medio de las 12 etapas permitieron la construcción y mejora del área estética y comunicacional. Con los resultados obtenidos se propondrán ejecutar estas acciones para incrementar la recolección de recursos y el voluntariado que este instituto necesita.

**Palabras claves:** Hogar de ancianos, gestión del diseño, pagina web, imagen corporativa.



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI  
FACULTY OF HUMAN SCIENCES AND EDUCATION**

Author:

Chiluisa Llumiquinga Wilmer Stalin

**ABSTRACT**

**Title:** “DESIGN MANAGEMENT TO ALLOW TO KNOW THE WORK OF NURSING HOME ESTUPIÑÁN INSTITUTE LOCATED IN LATACUNGA”

This research addressed a communicational problem through a design management in nursing home Estupiñán institute located in Latacunga. It is essential that people from Latacunga know about the inadequacies that the institute has to help the elderly. Those people whom need special attention, the limited promotion of the institution and the lack of budget to propose a promotion program are some of the reasons why this research was carried out. The main objective was to elaborate a design plan strategy that allowed knowing the social work that is develop in nursing home Estupiñán institute for the awareness of citizens of Latacunga. The research work contains research techniques such as bibliographic, documentary research, and field research that was carried out before the design to determine the current situation of the place. The exploratory research was derive in quantitative (survey) and qualitative (in-depth interviews) appropriate for the population undergo to the study. The beneficiaries are the elderly people who are living in this place. The use of technology allowed to redesign the image and identity of the place, the web page creation impulse by social networks, are the graphic elements or products that were applie in this research. Keep in mind the management of information, communication and management design the corporate. Techniques and methodologies oriented to graphic design were applie such as multimedia design, identity and brand, styles, etc. Bruno Munari methodology was use by means of 12 stages allow the construction to improve of the aesthetic and communication areas through design management strategies for non-profit organizations. Results are gather;

these actions will be propose to increase the collection of resources and the volunteering that this institute needs.

**Keyword:** Nursing home, management design, web page, corporative image..



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

## CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

### **AVAL DE TRADUCCIÓN**

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por el señor Egresado de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación: **CHILUISA STALIN**, cuyo título versa **“GESTIÓN DE DISEÑO PARA DAR A CONOCER LA LABOR DEL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATAACUNGA”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Lataacunga, 2018

Atentamente,

Lic.

**DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS**

**C.C.**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xx
1 INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	3
3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	4
4 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	5
Beneficiarios directos: .....	5
5 EL PROBLEMA DEL PROYECTO .....	6
5.1 Formulación del problema .....	8
6 OBJETIVOS .....	8
6.1 Objetivo general .....	8
6.2 Objetivos específicos.....	8

7	ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS .....	10
8	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA .....	11
8.1	Gestión de Diseño .....	11
8.1.1	Programación del Diseño .....	12
8.1.2	Niveles de incorporación del diseño de la Empresa .....	12
8.1.3	Estrategia de gestión de diseño la marca y el branding .....	13
8.1.4	Estrategias de gestión de diseño con medios de comunicación .....	14
8.1.5	Modelo de gestión de diseño publicitario en las redes sociales .....	15
8.1.6	Modelo de gestión de diseño de la información y la comunicación .....	16
8.1.7	Modelo de gestión sobre el marketing social .....	17
8.1.8	Diseño social o diseño con responsabilidad social .....	17
8.1.9	Diseño para organizaciones sin fines de lucro .....	18
8.1.10	Casos de diseño gráfico social .....	19
8.1.11	Publicidad social .....	19
8.2	Labor social .....	20
8.3	Programas sociales para el adulto mayor .....	21
8.3.1	Beneficios en el asilo de ancianos mediante actividades recreativas 21	
8.4	Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán .....	22
8.4.1	Servicios de Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán .....	23
9	PREGUNTAS CIENTÍFICAS .....	25
9.1.1	Matriz de descriptores .....	26
10	METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL .....	27
10.1	Paradigma de la investigación .....	27
10.2	Enfoque cualitativo .....	27

10.3	Enfoque cuantitativo.....	27
10.4	Tipo de investigación.....	28
10.4.1	Investigación bibliográfica documental.....	28
10.4.2	Investigación de campo.....	28
10.5	Métodos .....	29
10.5.1	Método Proyectual.....	29
10.6	Técnicas de investigación.....	29
10.6.1	Técnica de la observación.....	29
10.6.2	Técnica de la entrevista.....	30
10.6.3	Técnica de la encuesta .....	30
10.7	Instrumentos .....	30
10.7.1	Cuestionario .....	30
11	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	31
11.1	Operación de variables .....	31
11.2	La población .....	31
11.3	La muestra .....	31
11.4	ANÁLISIS DE LA ENCUESTA .....	32
11.4.1	RESULTADOS DE LA ENCUESTA:.....	47
11.5	ENCUESTA AL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATACUNGA:.....	47
11.5.1	La muestra del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán ubicado en Latacunga.....	48
11.6	ANÁLISIS DE LA ENCUESTA AL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATACUNGA:.....	48
11.7	RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	62
12	DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	66
12.1	Tema:.....	66

12.1.1	Objetivo General.....	66
12.1.2	Objetivos Específicos.....	66
12.2	Factibilidad de la propuesta.....	66
12.2.1	Factibilidad Técnica.....	66
12.2.2	Factibilidad Económica.....	67
12.2.3	Factibilidad Operacional.....	67
METODOLOGÍA DE BRUNO MUNARI .....		67
12.3	Fases del Proyecto .....	67
EL PROBLEMA.....		68
12.4	Situación actual del problema.....	68
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA:.....		70
12.5	Definición del problema en forma de pregunta.....	70
DEFINICIÓN Y RECONOCIMIENTO DE SUB PROBLEMAS.....		70
12.6	Sub problemas .....	70
RECOPIACIÓN DE DATOS.....		72
12.7	Recopilación de información.....	72
12.7.1	Misión del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.....	72
12.7.2	Visión del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.....	72
12.7.3	Información relevante .....	72
12.7.4	Servicios.....	72
12.7.5	Dirección del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.....	73
ANÁLISIS DE DATOS.....		73
12.7.6	Propósito de la nueva marca .....	73
12.7.7	Propósito de la Página Web .....	74
12.7.8	Propósito del uso de redes sociales y spot publicitario.....	74
CREATIVIDAD .....		75

12.8	Lluvia de ideas.....	75
12.8.1	Estudio de Branding.....	76
MATERIALES Y TECNOLOGÍA.....		77
12.9	Materiales y Tecnologías para la gestión del Diseño.....	77
EXPERIMENTACIÓN.....		78
12.10	Experimentación de marca:.....	78
MODELOS.....		79
12.11	Bocetos.....	79
12.11.1	Boceto de la marca.....	79
12.11.2	Construcción de la marca.....	80
12.11.3	Vectorización de la marca.....	80
12.11.4	Tipografía de la marca.....	81
12.11.5	Construcción de la retícula.....	82
12.11.6	Cromática de la marca.....	83
12.11.7	Modelo para la construcción de la página web.....	83
12.11.8	Modelo de la página web.....	84
12.11.9	Maquetación para Redes sociales.....	87
12.11.10	Spot publicitario.....	88
12.11.11	Guion literario del Spot.....	89
VERIFICACIÓN.....		90
12.12	Pruebas de la marca.....	90
12.13	Pruebas de la página web.....	91
DIBUJOS CONSTRUCTIVOS.....		96
12.14	IMAGEN CORPORATIVA.....	96
12.14.1	Reconstrucción de la marca.....	96
12.14.2	Gestión del diseño en Posicionamiento.....	96

12.14.3	Primera composición de la página web.....	97
12.14.4	Construcción del Spot .....	99
SOLUCIÓN EL PRODUCTO FINAL .....		101
12.15	Página web completa: En esta se coloca toda la información obtenida mediante la recolección de datos, en esta se coloca el Spot, las fotografías y la construcción de la información.....	101
12.16	Redes sociales completa: En esta se coloca toda la información obtenida mediante la construcción de datos en esta se coloca el Spot, las fotografías y se enlaza a la página web. ....	102
13	IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS):.....	102
14	PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO .....	103
14.1	Costos Directos:.....	103
14.2	Costos indirectos.....	104
14.3	Costos generales: .....	104
15	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: .....	105
15.1	Conclusiones.....	105
15.2	Recomendaciones .....	105
16	BIBLIOGRAFÍA .....	107
17	ANEXOS .....	109

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Beneficiarios directos .....	5
<b>Tabla 2:</b> Número de personas encuestadas separadas por género .....	33
<b>Tabla 3:</b> Edad de las personas encuestadas.....	34
<b>Tabla 4:</b> Lugar de residencia.....	35
<b>Tabla 5:</b> Ha escuchado del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.....	36
<b>Tabla 6:</b> ubicación exacta del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán .....	37
<b>Tabla 7:</b> Que tipo de institución es .....	38
<b>Tabla 8:</b> Quien dirige la institución .....	39
<b>Tabla 9:</b> Situación económica del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.....	40
<b>Tabla 10:</b> Quién financia el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán .....	41
<b>Tabla 11:</b> Donaciones de la ciudadanía .....	42
<b>Tabla 12:</b> Donación al Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.....	43
<b>Tabla 13:</b> Tipo de donaciones haría usted .....	44
<b>Tabla 14:</b> Cuanto estaría dispuesto a donar (al año).....	45
<b>Tabla 15:</b> Sistema de donación de Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán .....	46
<b>Tabla 16:</b> La Población del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.....	47
<b>Tabla 17:</b> Edad.....	49
<b>Tabla 18:</b> Género .....	50
<b>Tabla 19:</b> Lugar de residencia.....	51
<b>Tabla 20:</b> Personal suficiente.....	52
<b>Tabla 21:</b> Personal capacitado .....	53
<b>Tabla 22:</b> Necesidad de voluntarios.....	54
<b>Tabla 23:</b> Instrumentos médicos adecuados .....	55
<b>Tabla 24:</b> Instrumentos suficientes .....	56
<b>Tabla 25:</b> Disponibilidad de instrumentos .....	57
<b>Tabla 26:</b> Falta de equipo médico.....	58
<b>Tabla 27:</b> Espacio físico adecuado.....	59
<b>Tabla 28:</b> Espacio de terapia .....	60
<b>Tabla 29:</b> Medicina adecuada .....	61
<b>Tabla 30:</b> Entrevista al presidente de la comunidad .....	62

<b>Tabla 31:</b> Entrevista al presidente de la comunidad .....	64
<b>Tabla 32:</b> Materiales y Tecnologías.....	77
<b>Tabla 33:</b> Etapa de recolección de datos.....	84
<b>Tabla 34:</b> Costos directos.....	103
<b>Tabla 35:</b> Costos indirectos .....	104
<b>Tabla 36:</b> Costos Generales .....	104

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Encuestadas separadas por género.....	33
<b>Gráfico 2:</b> Edad de las personas encuestadas.....	34
<b>Gráfico 3:</b> Lugar de residencia.....	35
<b>Gráfico 4:</b> Ha escuchado del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.....	36
<b>Gráfico 5:</b> ubicación exacta del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán .....	37
<b>Gráfico 6:</b> Que tipo de institución es .....	38
<b>Gráfico 7:</b> Quien dirige la institución .....	39
<b>Gráfico 8:</b> Situación económica del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.....	40
<b>Gráfico 9:</b> Quién financia el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán .....	41
<b>Gráfico 10:</b> Donaciones de la ciudadanía .....	42
<b>Gráfico 11:</b> Donación al Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán .....	43
<b>Gráfico 12:</b> Tipo de donaciones haría usted .....	44
<b>Gráfico 13:</b> Cuanto estaría dispuesto a donar (al año).....	45
<b>Gráfico 14:</b> Sistema de donación de Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán .....	46
<b>Gráfico 15:</b> Edad.....	49
<b>Gráfico 16:</b> Género .....	50
<b>Gráfico 17:</b> Lugar de residencia.....	51
<b>Gráfico 18:</b> Personal suficiente.....	52
<b>Gráfico 19:</b> Personal capacitado .....	53
<b>Gráfico 20:</b> Necesidad de voluntarios.....	54
<b>Gráfico 21:</b> Instrumentos médicos adecuados .....	55
<b>Gráfico 22:</b> Instrumentos suficientes .....	56
<b>Gráfico 23:</b> Disponibilidad de instrumentos.....	57
<b>Gráfico 24:</b> Falta de equipo médico.....	58
<b>Gráfico 25:</b> Espacio físico adecuado .....	59
<b>Gráfico 26:</b> Espacio de terapia.....	60
<b>Gráfico 27:</b> Medicina adecuada .....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Fotografías de la institución.....	69
<b>Figura 2:</b> Logotipo Actual .....	69
<b>Figura 3:</b> Imagen Actual .....	70
<b>Figura 4:</b> Experimentación ideas de la marca.....	78
<b>Figura 5:</b> Experimentación del manual.....	78
<b>Figura 6:</b> Experimentación Página web.....	79
<b>Figura 7:</b> Boceto de la marca.....	80
<b>Figura 8:</b> Logotipo Institucional.....	81
<b>Figura 9:</b> Construcción Tipográfica.....	81
<b>Figura 10:</b> Familia Tipográfica.....	82
<b>Figura 11:</b> Retícula de la Marca .....	82
<b>Figura 12:</b> Cromática de la marca.....	83
<b>Figura 13:</b> prototipo de baja fidelidad. ....	86
<b>Figura 14:</b> Maquetación.....	87
<b>Figura 15:</b> Maquetación de las redes sociales .....	88
<b>Figura 16:</b> Pruebas de la marca en uniformes.....	90
<b>Figura 17:</b> Pruebas de la marca en documentación .....	90
<b>Figura 18:</b> Prueba del Card Sorting.....	91
<b>Figura 19:</b> Prueba Card Sorting.....	91
<b>Figura 20:</b> Pruebas beta de Layout .....	92
<b>Figura 21:</b> Prueba Card Sorting.....	92
<b>Figura 22:</b> Pruebas beta de Layout .....	93
<b>Figura 23:</b> Prueba Card Sorting.....	93
<b>Figura 24:</b> Pruebas beta de Wireframe .....	94
<b>Figura 25:</b> Pruebas usabilidad con Wireframe .....	94
<b>Figura 26:</b> Pruebas moderadas.....	95
<b>Figura 27:</b> Pruebas mediante video .....	95
<b>Figura 28:</b> Construcción de manual.....	96
<b>Figura 29:</b> Elaboración de la página web .....	97
<b>Figura 30:</b> Pagina web.....	97

<b>Figura 31:</b> Conoce nuestro hogar.....	98
<b>Figura 32:</b> página web .....	98
<b>Figura 33:</b> Edición de Audio .....	99
<b>Figura 34:</b> Edición de Audio .....	99
<b>Figura 35:</b> Edición de Video.....	100
<b>Figura 36:</b> Edición de Video.....	100
<b>Figura 37:</b> página web .....	101
<b>Figura 38:</b> Redes sociales .....	102

## PROYECTO TITULACIÓN II

### 1 INFORMACIÓN GENERAL

**Título del Proyecto:**

Gestión de diseño para dar a conocer la labor del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán ubicado en Latacunga

**Fecha de inicio:** abril del 2017

**Fecha de finalización:** marzo del 2018

**Lugar de ejecución:**

**Provincia:** Cotopaxi

**Cantón:** Latacunga

**Parroquia:** La Matriz

**Instituciones:** Universidad Técnica de Cotopaxi

Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.

**Unidad Académica que auspicia**

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

**Carrera que auspicia:**

Licenciatura en Diseño Gráfico Computarizado

**Proyecto de investigación vinculado:**

El diseño social y su impacto en la economía popular (Proyecto de Investigación Formativa del Rediseño de carrera)

**Equipo de Trabajo:**

**Proyectista**

**Apellidos y Nombres:** Chiluisa Stalin

**Teléfonos:**

**Correo electrónico:** mafio0012@gmail.com

**Tutor de Titulación II**

**Apellidos y Nombres:** Realpe Castillo Jeanette Rossana

**Teléfonos:** 0987089437

**Correo electrónico:** jeanette.realpe@utc.edu.ec

**Área de Conocimiento:**

Artes y Humanidades

**Línea de investigación:**

Tecnologías de la Información y Comunicación, y diseño gráfico

Educación y comunicación para el desarrollo humano y social

**Sub líneas de investigación de la Carrera:**

Diseño gráfico aplicado a proyectos de economías alternativas

**Plan local:**

Socio económico

**Plan regional:**

Reducción de brechas

**Plan nacional:**

**PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR**

**Objetivo 3:****Mejorar la calidad de vida de la población.**

El mejoramiento de la calidad de vida es un proceso multidimensional y complejo, determinado por aspectos decisivos relacionados con la calidad ambiental, los derechos a la salud, educación, alimentación, vivienda, ocio, recreación y deporte, participación social y política, trabajo, seguridad social, relaciones personales y familia. (Plan Nacional del Buen Vivir 2009, p.76)

**Política 3.4.-** Brindar atención integral a las mujeres y a los grupos de atención prioritaria, con enfoque de género, generacional, familiar, comunitario e intercultural.

**2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

El presente proyecto abordó el problema comunicacional del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, ubicado en la ciudad de Latacunga; a través de una gestión de diseño. Es necesario que la población latacungueña tenga conocimiento sobre las insuficiencias que tiene el instituto para ayudar a las personas de tercera edad, la escasa promoción de la institución y la falta de presupuesto para plantear un programa de promoción del instituto y la obtención de donaciones son algunas de las razones que determinó la necesidad de la investigación. El objetivo fue elaborar una estrategia de diseño que permita dar conocer la labor social que realiza el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para la concientización de la ciudadanía latacungueña.

El proyecto de investigación contiene técnicas como: la investigación bibliográfica y documental, la investigación de campo que se realizaron previo al diseño, para determinar la situación actual del lugar. La investigación exploratoria se derivó en cuantitativa (encuesta) y cualitativa (entrevistas a profundidad) apropiadas para la población objeto de estudio.

Los beneficiarios directos son los adultos mayores que se encuentran habitando en este lugar como el personal administrativo los beneficiarios indirectos

son las empresas privadas que aportan a las personas de la tercera edad, la ciudad de Latacunga como los familiares de los adultos mayores, especialistas en rediseño de marcas e interesados en temas de ayuda social y planes publicitarios y de gestión.

La aplicación de la tecnología permitió el rediseño de la imagen e identidad, la creación de una página web, el impulso de las redes sociales, la publicidad mediante el spot; son los elementos o productos gráficos que se aplicaron en esta investigación haciendo mención a la gestión de diseño de la información y la comunicación y la gestión de diseño de la identidad corporativa.

Para esto se aplicaron técnicas y metodologías orientadas al diseño gráfico como: el diseño multimedia, la identidad y marca, estilos, etc. y la metodología de Bruno Munari que por medio de las 12 etapas permitieron la identificación de problemas y sub problemas para la solución rápida y eficaz además se realizó una verificación de las posibles soluciones conjuntamente con los dibujos constructivos, esto permitió mejorar el área estética y comunicacional mediante las estrategias de gestión de diseño para las organizaciones sin fines de lucro. Con los resultados obtenidos se propondrán ejecutar estas acciones para incrementar la recolección de recursos y el voluntariado que este instituto necesita.

### **3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

La investigación se realiza para implantar estrategias de diseño en el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán. Las instituciones de ayuda social deben innovar su imagen, la finalidad del trabajo es proporcionar información a la ciudadanía sobre la situación actual del hogar de ancianos, lo que permitirá su sensibilización y de esta forma se dé la generación de donaciones.

El proyecto aporta a la comunidad información de ayuda comunitaria, por tanto permitió a la ciudadanía estar al tanto de las cosas que realiza el hogar de ancianos, con la información obtenida se logrará analizar las condiciones en la que ven la labor del instituto a favor de la personas de la tercera edad, el objetivo es que se conozca del trabajo social que se realiza el Instituto Estupiñán e incentivar a la población latacungueña a colaborar con esta institución.

Con el desarrollo del proyecto los beneficiarios serán las personas que asisten y residen en el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, así como el personal que trabaja en dicha organización, los proveedores y la ciudadanía en general, por lo tanto se impulsará de mejor manera el hogar de ancianos, apuntando a un reconocimiento en la población.

El impacto esperado es la sensibilización de la sociedad laticungeña hacia las problemáticas del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán a través de la promoción de los servicios que ofrece esta institución y sus necesidades existentes, por tanto se enfatiza al área social. El trabajo investigativo es de utilidad práctica porque ayuda a gestionar de manera adecuada la imagen del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán por medio de productos audiovisuales, técnicas fotográficas, diseño de la identidad y marca, para una eficiente promoción, de los servicios sociales con los que el instituto aporta a la comunidad.

#### 4 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

**Beneficiarios directos:** Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán (hombres y mujeres de tercera edad que residen en el lugar) y el personal administrativo del Instituto Estupiñán

**Tabla 1:** Beneficiarios directos

<b>Personal administrativo</b>	
Profesionales	5
Trabajadora social	1
Terapista ocupacional	1
Terapistas físicas	2
Psicóloga	1
Personal operativo	5
Hermanas de la calidad	6
<b>Residentes del Instituto Estupiñán</b>	
<b>Mujeres</b>	44
<b>Hombres</b>	27
<b>Sub total</b>	<b>22</b>
<b>Total</b>	<b>93 personas</b>

Fuente: Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

**Beneficiarios indirectos:** Son las empresas privadas que aportan a las personas de la tercera edad, la ciudad de Latacunga como los familiares de los adultos mayores,

especialistas en rediseño de marcas e interesados en temas de ayuda social y planes publicitarios.

## **5 EL PROBLEMA DEL PROYECTO**

En Latinoamérica la población de adultos mayores según la CEPAL (2012) *Comisión Económica para América Latina y el Caribe* alcanza alrededor de 41 millones y para el 2025 se prevé que la población de más de 65 años llegará alcanzar los 57 millones. Lo que indica que se deberán tomór acciones de cuidado para promover la creación de institutos, casas y centros que proporcionen el cuidado, así como para generar conciencia en la población sobre la necesidad de apoyar al cuidado del adulto mayor.

Los países latinoamericanos han implementado la gestión de diseño para dar a conocer las actividades organizacionales en donde la utilización de los medios tecnológicos para la promoción de los hogares de ancianos se ha hecho necesaria en la recolección de recursos económicos, medicamentos, alimentarios, voluntarios, enfermería, entre otros recursos necesarios para la atención a los ancianos.

En Latinoamérica en el caso de la ONG Hospicio San José de Costa Rica, “la aplicación de este plan de comunicaciones en la organización comprende varias actividades y básicamente dentro de los objetivos del documento se pretende mantener un contacto permanente con los medios de comunicación nacionales e internacionales, tomór ventaja de las relaciones con los actuales donantes, fortalecer las relación con los socios estratégicos, promocionar el trabajo y proyectos de la organización para conjuntamente para explorar nueva posibilidades de donantes potenciales”. (Vega, 2010)

Por tanto esta investigación menciona que la comunicación con la ciudadanía es indispensable al ser instituciones que subsisten mediante el apoyo y las donaciones de la comunidad. La campaña publicitaria de concientización de apoyo económico para PRODIC ONG, con el lema los voluntarios harán grandes cambios, a institución Proyectos de Desarrollo Integral Comunitarios “PRODIC, ONG”, la que promueve la ejecución de proyectos de infraestructura, medio

ambiente, educación, comunicación, salud, vivienda, entre otros, lo cual es auspiciado por entidades privadas, o no, nacionales o internacionales que financian este tipo de proyección comunitaria en la sociedad. (León, 2013)

En el Ecuador según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2012), existen un millón 341 mil 664 personal que tienen más de 60 años de edad, el 48,5% está en la Sierra, 48% es de la Costa y el 3,5% está en la Amazonia. Por lo tanto la creación de instituciones públicas y privadas que se dedican a proporcionar el servicio de cuidado de los adultos mayores, a pesar de los diferentes hogares existe en el país no son suficientes por la falta de recursos e infraestructura (INEC, 2012), lo que ha originado un porcentaje importante de adultos mayores en el Ecuador, se encuentre actualmente en situación de vulnerabilidad. La promoción de estas instituciones es poca y en algunos casos inexistentes.

El concienciar a la población sobre esta problemática es fundamental en el aseguramiento de la calidad de vida del adulto mayor, todo esto para dar cumplimiento al Objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017: “Asegurar la calidad de vida de la población”.

En la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, se ubica el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, una institución de ayuda social a cargo de las Hijas de la Caridad desde 1961, en donde las personas de tercera edad guardan reposo ya sea porque van en busca de un lugar para dormir o para permanencia definitiva, pocas son las personas que se interesan o conocen las necesidad que padece esta prestigiosa institución.

Es necesario que la población latacungueña tenga conocimiento sobre las insuficiencias que tiene el instituto para ayudar a las personas de tercera edad que necesitan de una atención especial, la escasa promoción de la institución y la falta de presupuesto para plantear un programa de promoción son algunas de las razones que determinan la necesidad de la investigación. Por lo que es necesario la utilización de los nuevos medios tecnológicos para la creación de acciones que sirvan para fomentar y cultivar un buen hábito: El compartir con las personas que necesitan.

Las estrategias de diseño están encaminadas a brindar información sobre la institución, además de fotografías y argumentos que motiven a las personas a realizar donaciones, como; kits de aseo, medicamentos para las terapias, alimentos, implementos de recreación entre otros, y nazca en ellos un interés por las personas vulnerables, consiguiendo que la sociedad se conecte más a este grupo vulnerable de la población. Logrando que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán obtenga más voluntarios con quien contar en los momentos difíciles, siendo de gran ayuda, para mantener y poder seguir adelante con la misión de dar un buen vivir a las personas de tercera edad que residen en el instituto. Mejorando la calidad de vida de cada uno de los residentes del lugar, y optimizando la instancia de estas personas vulnerables.

### **5.1 Formulación del problema**

La pregunta problema de investigación es la siguiente: ¿Qué estrategias de gestión de diseño deben emplearse para dar a conocer a la población las necesidades del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán y para incentivar a la ciudadanía a la toma de acción para cubrir sus necesidades?

## **6 OBJETIVOS**

### **6.1 Objetivo general**

Elaborar una estrategia de diseño que permita dar a conocer la labor social que realiza el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para la concientización de la ciudadanía latacungueña.

### **6.2 Objetivos específicos**

- Determinar los tipos de estrategias de diseño para las instituciones de ayuda social a través de la investigación bibliográfica y documental.
- Analizar la percepción de la población latacungueña sobre la labor que realiza el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para determinar el nivel de concientización de la ciudadanía sobre esta problemática social.

- Diseñar una estrategia de diseño que permita concienciar a la población sobre la necesidad de contribuir con el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán aplicando herramientas tecnológicas de diseño.

## 7 ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESULTADO DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
<b>Objetivo 1</b> Determinar los tipos de estrategias de diseño para las instituciones de ayuda social a través de la investigación bibliográfica y documental.	Búsqueda de información bibliográfica	Detallar los puntos a investigar	Temas más sobresalientes de la investigación
	Selección de información	Contenido Científico	Citas bibliográficas
	Organización de la información	Lectura del contenido	Resumen
	Redacción de los fundamentos científicos teóricos del proyecto	Obtención del marco teórico	Fundamentación Científica Técnica del proyecto
<b>Objetivo 2</b> Analizar la percepción de la población latacungueña sobre la labor que realiza el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para determinar el nivel de concientización de la ciudadanía sobre esta problemática social.	Determinación de la población	Tamaño de la población	Número de beneficiarios
	Plan muestra u obtención de la muestra.	Obtención de la muestra	Formulas estadísticas
	Diseño de la encuesta	Cuestionario o guía de preguntas.	Estructura de la encuesta
	Pilotaje	Reformular las preguntas	Listado de preguntas
	Aplicación de la encuesta	Información	Cuestionario
<b>Objetivo 3</b> Diseñar una estrategia de diseño que permita concienciar a la población sobre la necesidad de contribuir con el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán aplicando herramientas tecnológicas de diseño.	Codificar la información.	Tabulación de datos	A través de Excel hojas de cálculo
	Efectuar un análisis.	Resultados	Análisis y discusión del proyecto.
	Establecer conclusiones y recomendaciones	Resultados relevante del problema	Elaboración y conclusión del proyecto.
	Redacción del informe final del proyecto	Conclusión del proyecto.	Informe final.

**Fuente:** Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

## **8 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA**

Con respecto a la investigación y fundamentación científica y teórica de la investigación se mencionan dos variables siendo la primera la gestión del diseño y la segunda la labor social. Este análisis es crítico con referencias a artículos científicos, documentos y libros mencionando los respectivos autores.

### **8.1 Gestión de Diseño**

El investigador Montaña (2011) menciona que “la gestión del diseño tiene por objetivo coordinar todos los recursos de diseño” y su función es “crear la relación correcta entre el diseño y las otras áreas de la organización”(p.12) por otro lado según Paterson (2015) afirma que: “La gestión del diseño es la implementación de diseño como un programa formal de actividades al interior de la empresa, para comunicar la relevancia del diseño en todos los niveles y coordinar los recursos de los cuales este dispone para alcanzar los objetivos de la empresa”(p.23).

Como los autores afirman la gestión de contenidos permitió el cumplimiento de los objetivos empresariales, de este modo identificar las necesidades de un posible consumidor. La identidad es el primer recurso gráfico que debe concordar con la imagen que se pretende mostrar al público objetivo. La gestión de diseño se realiza mediante estrategias que incluyen el posicionamiento de la marca hasta el estudio de mercado.

Según la Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica (2008) menciona: “El diseño es un proceso de trabajo estructurado para crear objetos, imágenes o espacios, que también se utiliza con éxito para crear servicios y, más aun, para crear estrategias empresariales innovadoras” (p.11).

La gestión del diseño trata un proceso que resuelve de modo original problemas que están ligados a la innovación y a la comunicación respetando las necesidades del usuario. Por tanto la gestión del diseño en una institución o empresa aporta valor al producto. Este inicia en la programación de diseño, se establece este concepto a continuación.

### **8.1.1 Programación del Diseño**

La programación de diseño permitió trabajar estructuradamente desde la creación de espacio, hasta la gestión y estrategias innovadoras que consiste en resolver de manera original un problema. Es un proceso donde la creatividad es la solución para inconvenientes comunicacionales, esta va de la mano con la innovación.

Según el autor Lecuona (2008) menciona: “El diseño específico, o el contratar un diseño no resuelve, o solo resuelve parcialmente las dudas de una empresa. Dan a conocer a conciencia cierta quien maneja la empresa las necesidades y capacidad para programar las intervenciones y que sean beneficiosas para la empresa” (p.40).

El éxito de los productos de bienes o servicios, de las marcas y de las organizaciones está muy relacionado con la calidad del proceso de diseño. La capacitación de profesionales en diseño gráfico permitirá llevar a cabo este proceso y su adecuada dirección es la clave para la obtención de ventajas competitivas. Estos programas de diseño se manejan en niveles que incorporan los procesos creativos en la empresa, este tema se menciona a continuación.

### **8.1.2 Niveles de incorporación del diseño de la Empresa**

Los niveles de diseño relacionan la usabilidad con la funcionabilidad, el diseño centrado en el usuario permitió la evaluación de cada experiencia en cuanto a la usabilidad del producto. Esto se realiza mediante pruebas de usabilidad que determinan la adaptación adecuada del producto hacia el cliente, de este modo realizar una incorporación efectiva de estos parámetros en la empresa.

“Los niveles se consideran básicos para los empresarios y clientes, estos evalúan el producto esencial según los beneficios reales y psicológicos que les reportara, es decir que el diseño desempeña un papel clave para establecer la identidad del producto y la marca” (MacFarland, 1996, p. 45)

La empresa incorpora ideas para llamar la atención del público objetivo. Estos niveles influyen en los valores intrínsecos de la marca, desde la construcción de la misión, hasta la personalidad y carácter de la identidad corporativa. Esto se puede comprobar en las estrategias de diseño que se mencionan a continuación.

Este concepto va desde la identificación y clasificación de problemas hasta las características del posible producto, para esto se realiza un estudio de marca por medio del branding: una estrategia de gestión institucional.

### **8.1.3 Estrategia de gestión de diseño la marca y el branding**

#### **8.1.3.1 La marca**

Al establecer la gestión de diseño en una empresa según la Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica (2008) “La marca, más allá de un nombre, un símbolo y un logotipo, es el paraguas que protege todos los atributos del producto, reales o simbólicos” (p.26).

En la construcción del producto hay elementos que identifican a la empresa como la creación de la marca, en el caso de un producto tangible y comercial el precio y el envase. Estos elementos forman parte de la estrategia y gestión de la marca. Para la identificación de los elementos visuales que componen las características de un logotipo la empresa debe transmitir no solo los valores sino el servicio que esta brinda.

Dado que la imagen de la empresa se forma en la opinión pública a través de estímulos, no únicamente visuales, es fácil entender que para diseñar un programa de imagen se requiera considerar al menos tres elementos fundamentales: primero, que existan políticas y estrategias en relación a la imagen que se quiere transmitir; segundo, que se le considere a largo plazo; y tercero, que haya una coordinación entre todas las comunicaciones, no únicamente entre las visuales (Lecuona M, 2008, p.15).

La gestión de la marca transforma los valores y objetivos instituciones para obtener la imagen corporativa la misma que es construida por el diseñador gráfico donde el uso de símbolos de tipo técnicos y las artes gráficas aplicadas conjuntamente a la identificación de la empresa, permitió orientar al público objetivo.

Con respecto la gestión de la identidad e imagen empresarial el autor Duran (2014) menciona “La identidad de marca es lo que el emisor identifica y diferencia sus productos de los de la competencia: el nombre o fono tipo (identidad verbal), logotipo (representación gráfica del nombre, forma parte de la identidad visual) y grafismos (dibujos, colores que completan la identidad visual)” (p.11).

En este proceso busca la brevedad y facilidad en la lectura del nombre y la memorización, la identidad permitió la adaptación de la marca en diferentes medios desde el empaque y la rotulación a cualquier soporte publicitario, para realizar este proceso se debe considerar la ejecución de un branding.

#### **8.1.3.2 El branding**

Según Duran (2014) menciona: “Un estudio de branding es un estudio de marketing que mantiene un resumen breve de la información de una empresa” (p.27).

Sin embargo en la aplicación de diseño el branding permitió identificar problemas y plantear soluciones. El branding va de la mano con la publicidad y los objetivos de la empresa identificando el público objetivo y estableciendo el posicionamiento deseado. Esta herramienta estratégica se utiliza en la gestión de medios de comunicación que se menciona a continuación.

#### **8.1.4 Estrategias de gestión de diseño con medios de comunicación**

Según Urrutia F. & Zelaya L. (2011) “Los medios masivos de comunicación (como periódicos, radio, televisión e Internet) son el medio principal a través del cual se pueden llevar los mensajes a grupos de personas grandes y diversos” (p.23).

Como gestión de medios de comunicación la cobertura permitió transmitir a gran escala un mensaje. Esta estrategia debe de organizar la información institucional y actualizarse. En la actualidad la tecnología ha evolucionado y se manejan estrechamente con la sociedad. Esta estrategia permitió visualizar las necesidades creativas de la comunicación, el alcance del target para obtener prestigio y credibilidad, de este modo aumentar la tasa de clientes.

El medio de comunicación que en la actualidad utilizan la mayor cantidad de personas es el internet el cual insita directamente el uso de redes sociales como: Facebook, Twitter, blogs, entre otros. Es necesario mencionar la gestión del diseño publicitario en el uso de redes sociales.

#### **8.1.5 Modelo de gestión de diseño publicitario en las redes sociales.**

La creciente demanda de redes sociales en la publicidad ha impulsado la trasmisión de medios de comunicación en un entorno digital. Un estudio de redes sociales en Washington reveló que:

El 40% de las marcas más representativas del mercado han sentido que los medios sociales impusieron el nuevo reto de defender la integridad de su marca 30% confesó que han realizado cambios en su estrategia de marketing debido a los ataques que han recibido en la social media. (MiresBall y KRC Research, 2010, p. 24)

Este estudio afirma que en la actualidad los medios de comunicación en especial el internet mediante el uso de las redes sociales permitió añadir información digital ampliando el público objetivo. Este método permitió informar directamente al cliente y conocer su opinión, con el fin de estar en contacto directo con la ciudadanía, de este modo el público se siente escuchado y es propenso a ser influenciado. Esta gestión se basa directamente en el posicionamiento de la empresa en el sub consiente de la persona logrando obtener nuevos clientes.

Según los autores Urrutia F. & Zelaya L. (2011) menciona que :“Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están

conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos” (p.36).

Las redes sociales abarcan grandes grupos de personas con características comunes, en estas instancias se puede colocar información personal, pero para la empresa el único objetivo es estar cerca del consumidor y generar una relación estrecha.

#### **8.1.6 Modelo de gestión de diseño de la información y la comunicación**

La información y la comunicación se encuentran entrelazados entre el emisor que es la empresa el medio (radio, televisión, redes sociales, internet) que es el transmisor y el mensaje siendo la información o el contenido publicitario que llega al cliente que vendría a ser el receptor. Por lo que el diseño de información y comunicación tienen que ver con:

Crear las mejores condiciones para la identificación y reconocimiento de aspectos tales como: marca, anuncios, páginas web, stands, envase, etiquetas y otros elementos auxiliares, sacando al producto del anonimato y reclamando la atención de los receptores que a su vez pueden ser diversos: la opinión pública, los consumidores, los distribuidores, los empleados (Lecuona M, 2008, p.14).

La información y la comunicación habilitan la difusión y promoción de un mensaje, los medios de comunicación son: los celulares, las tabletas gráficas, los dispositivos móviles inteligentes conocidos como: Smartphone, las computadoras, el internet, son medios que en la actualidad pueden contener imágenes promocionales con distintos mensajes.

Para la gestión de diseño en base a la identidad corporativa se busca la identificación visual para la creación de una marca. En el diseño social se debe transmitir el servicio que esta brinda a la sociedad. El diseño de la identidad, en un sentido amplio, supone el desarrollo de programas de imagen corporativa. El objetivo de un programa corporativo es dar la máxima coherencia a todas las

comunicaciones visuales de la empresa, de forma que configuren una única imagen en el receptor. El modelo de gestión sobre marketing social se menciona a continuación.

### **8.1.7 Modelo de gestión sobre el marketing social**

El marketing social permitió comunicar las necesidades o problemas de la sociedad. Este modelo analiza los valores y objetivos empresariales, se planea identificar a la empresa con el público objetivo. En este sentido se puede decir que el marketing social no busca vender sino innovar y transformar el problema en solución

“La primera de estas se ocupa del naciente marketing social, los objetivos y las estrategias de la campaña para entrar en la mente del espectador y posicionarse en ella” (Ries y Trout, 1993, p 12).

En la publicidad las estrategias comunicacionales se crean a partir de los años 60 y van de la mano con el mercado publicitario. Estas estrategias comunican los valores para que el consumidor distinga cada elemento del producto o de la marca.

### **8.1.8 Diseño social o diseño con responsabilidad social**

El diseño social permitió a las organizaciones no lucrativas obtener diseños de calidad. Esto ayuda a transmitir de manera efectiva mensajes a la sociedad que resuelvan problemas enfocados en diferentes grupos sociales como: transmisión de valores, problemas educacionales, concientización ambiental, problemas de identidad entre otros.

Según Moreno de las Casas (2014) menciona: “La institución u organización que recibe la ayuda, valoriza la labor y función del diseñador ya que lo ayuda a alcanzar sus objetivos de una manera directa, rápida y mejor” (p.7).

Las instituciones se ven agradecidas al realizar una gestión institucional que permita diseñar acciones que van desde la innovación y organización de los

elementos visuales de la empresa. Pero para esto se debe considerar el concepto de instituciones sin fines de lucro que se menciona a continuación.

Según Chacha (2008) “Un diseño gráfico socialmente responsable tiene en cuenta su huella ecológica y social, no sólo en el producto final, sino en sus insumos, en su cadena de producción, y servicios a la sociedad” (p. 3).

El diseño social por tanto intenta involucrarse en todos los elementos de la institución, la creación ergonómica de un producto, su usabilidad, reutilización, y selección de materiales biodegradables son parte de la corresponsabilidad del diseño. A su vez se debe considerar el diseño para la gente, es decir en beneficio de la sociedad desde publicidad, propaganda, creación de marcas o slogans. Este diseño social se maneja en las organizaciones sin fines de lucro.

#### **8.1.9 Diseño para organizaciones sin fines de lucro.**

Con respecto a las organizaciones sin fines de lucro el autor Aragall, (2004) menciona que: “el término ONG suele utilizarse actualmente para definir organizaciones sin ánimo de lucro y que desarrollan actividades de solidaridad con determinados colectivos o territorios” (p.10).

Es así que las organizaciones sin fines de lucro son las que mantienen estrecha relación con la ayuda social, manejan valores de responsabilidad, seguridad, cuidado de la salud y educación. Con respecto al trabajo del diseñador se puede realizar trabajos como:

Recuperación de técnicas prehispánicas para la elaboración textil y artesanías, revaloración de instrumentos musicales, empaques para productos de exportación, alimentación preventiva del cáncer, trabajo infantil, maltrato a los animales, cuidado del ornato, falta de identidad peruana, ecología y protección del medio ambiente, promoción de valores, recuperación de lugares turísticos, prevención de enfermedades, educación sexual, revaloración de nuestro patrimonio, entre otros. (Moreno de las Casas, 2014, p.5)

### **8.1.10 Casos de diseño gráfico social**

Con respecto al diseño gráfico en instituciones no lucrativas los trabajos en comunicación visual son escasos, con respecto a los fondos que estas organizaciones manejan son utilizadas para diferentes actividades incluidas en la ayuda social, por tanto los fondos para cambios en el diseño no están disponibles.

El Instituto Toulouse-Lautrec (TLS) (2017) fue fundado hace 30 años por tres estudiantes de economía, con la visión de hacer del Diseño una verdadera profesión. Ellos con una gran visión identificaron la importancia que tenía el diseño para los negocios y para el desarrollo del Perú, ya que es un elemento identificador y diferenciador en este mundo globalizado. Vieron también la importancia de formar Diseñadores que estén al servicio de su cliente resolviéndole problemas de comunicación visual y también brindándoles constante asesoría. (Moreno de las Casas, 2014, p.3)

Con respecto al caso TLS esta institución de trabajo social permitió apoyar las organizaciones no lucrativas en el Perú, esta institución accede trabajar con empresas no lucrativas y realiza actividades que permitieron cambios o la invención de imagen corporativa, tanto en la trasmisión de información vía on-line o en la construcción de la imagen corporativa para aplicaciones publicitarias.

### **8.1.11 Publicidad social**

Permitió difundir comportamientos para el beneficio de la comunidad, desde la creación de campañas publicitarias para el cuidado de mascotas, hasta campañas de prevención del VIH. Esta se diferencia de la publicidad comercial al dejar de lado el capitalismo y buscar el beneficio de varios miembros vulnerables de la sociedad.

El autor Orozco J. (2008) “Estas formas de publicidad, relativamente nuevas y afortunadamente cada vez frecuentes, se aplican en distintas denominaciones; publicidad de utilidad pública, publicidad de interés social, publicidad de bien público, publicidad de causas sociales” (p. 21).

Esta publicidad social alienta el desarrollo local e integral de la comunidad y aporta a las áreas culturales y educativas, para esto se analizaran los componentes de la publicidad social que van desde la persuasión hasta el desarrollo estratégico.

Como **elementos de la publicidad social** la persuasión pretende que los individuos realicen alguna actividad, la publicidad preventiva anticipa acciones negativas para el perjuicio de la comunidad, esta va de la mano con las campañas contra la droga, el cigarrillo. Otro factor es la venta de la intangibilidad en este caso los valores como el respeto, la solidaridad. La función educativa y la comunicación participativa la participación solidaria se conviene en una labor difícil de lograr.

## **8.2 Labor social**

La labor social busca un ambiente de paz, la solución de la violencia, la injusticia y la discriminación. En la actualidad se necesita interactuar de manera positiva con la colectividad tratando de fortalecer las áreas vulnerables de la sociedad desde la transparencia y confianza, hasta brindar servicios sociales. La labor social explora programas para el beneficio de muchos sin incursionar en el capitalismo.

El crecimiento tiene que ser holístico con respeto al ser humano y al ambiente que cada día está siendo destruido. Es importante la presentación de objetivos hacia una utilidad material así como también es valioso el incremento de la tecnología; pero estos elementos de nada sirven si no existe calidad con responsabilidad social hacia el hombre. (Guayaquil, 2010).

La labor social permitió que las instituciones de carácter social implementen metas constructivas, que se relacionan con la lucha de los derechos de las personas, a su vez permitió que las personas de bajos recursos económicos o con discapacidades de tercera edad se beneficien.

### **8.3 Programas sociales para el adulto mayor**

Los programas sociales de ayuda al adulto mayor se dedican al cuidado y brindan hogar a este público objetivo, estos programas protegen de la indigencia, desnutrición y enfermedades para proporcionar calidad de vida mediante actividades recreacionales.

Según la norma técnica de la población adulta mayor el Ministerio de Inclusión Económica y Social (2014) menciona que: “se fundamenta la política pública para la población adulta mayor en un enfoque de derechos que considera al envejecimiento como una opción de ciudadanía activa y envejecimiento positivo, para una vida digna y saludable” (p.9). Los programas de cuidado social que en la actualidad funcionan en el Ecuador son:

Los centros gerontológicos residenciales brindan cuidado y protección especial para las personas adultas mayores de la tercera edad posean una residencia y no se encuentren en situación de abandono. De este modo mejorar la calidad de vida mediante el fortalecimiento del bienestar físico, mental, y social.

La protección social, la atención y cuidado permitió al adulto mayor mejorar su alimentación, capacitarse y prevenir el deterioro cerebral.

#### **8.3.1 Beneficios en el asilo de ancianos mediante actividades recreativas**

Las actividades que los adultos mayores realizan deben ser participativas, estas son parte de los beneficios de los programas sociales, de este modo se desarrollan procesos como talleres ocupacionales y de terapia recreativa y de integración, orientados a la prevención y cuidado de la salud.

Según la norma técnica de la población adulta mayor el Ministerio de Inclusión Económica y Social (2014) menciona que: “Área para talleres-terapia ocupacional y recreativa: La unidad de atención deberá contar con un espacio multiuso donde llevar a cabo actividades ocupacionales como procesos terapéuticos, manualidades, juegos de mesa, trabajo manual, y actividades artísticas en general” (p.33).

Es necesario evaluar la participación del jubilado para motivarlo a compartir y realizar estas actividades, la planificación permitió atender por igual a todos los miembros de la institución

Las actividades que ayudan a la salud física son: gimnasia, rumba terapia, y se da juntamente con seminarios y charlas, el tiempo libre se maneja con actividades como jardinería, cursos de tejido. En las actividades de integración y participación se emplea actividades de cultura y recreación.

#### **8.4 Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán**

El Instituto Estupiñán es conocido como el asilo de ancianos de la ciudad de Latacunga, esta institución brinda a la comunidad los servicios de cuidado del adulto mayor, es decir de la tercera edad. En la actualidad el instituto alberga a 65 adultos entre los que se encuentran mujeres y hombres que viven en la institución mientras que 15 visitan las instalaciones por ayuda diurna.

Según el diario la Gaceta (2007) la mayoría de adultos no tienen referente familiar, por lo cual, los demás miembros del hogar se convierten en su familia.

Esta institución se fundó por el Señor Pantaleón Estupiñán sin embargo en la actualidad las hijas de la caridad entidad religiosa se encarga de la gestión administrativa de la institución. La situación de abandono o maltrato familiar al adulto mayor ha ocasionado que en algunos casos los adultos mayores no poseen familiares. Los servicios que la institución brinda a la comunidad Latacungueña son: alojamiento, alimentación (tres comidas al día) atención psicológica para el cuidado integral, espiritual con el apoyo de la terapia ocupacional.

Según el diario Los Andes (2016) “En el año 2009-2010, implementaron el proyecto de terapia ocupacional con recursos de la Casa Madre de la Compañía de las Hijas de la Caridad, funciona con recursos propios y el apoyo solidario de personas e instituciones sensibles que buscan transformar esta realidad.” (pág.9).

La directora de la institución Güilcaso (2017) menciona que gran parte de estos ancianos llegan al hogar por medio del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), institución con la que existe un convenio, el mismo que ayuda a solventar algunos gastos. Además, algunas empresas de la provincia y la ciudad, colaboran con útiles de aseo, víveres y otros productos. Los habitantes de la ciudad también prestan ayuda, pero estos prefieren permanecer en el anonimato.

#### **8.4.1 Servicios de Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán**

El “Instituto Estupiñán” está ubicado entre las calles Juan Abel Echeverría 10-73 y Napo; su teléfono es el 032-800-403. La Institución entrega en esta etapa de la vida; cariño y afecto a través de una atención que incluye los siguientes servicios:

- Cuidado espiritual.
- Vivienda.
- Alimentación.
- Vestuario.
- Salud.
- Terapia física y ocupacional esporádicamente.
- Servicios exequibles.

El Instituto en la actualidad atiende a todos los Adultos Mayores que han sido admitidos, con las siguientes características:

En el “Instituto Estupiñán” habitan 61 Adultos Mayores de los cuales 44 son mujeres y 27 son varones (La Gaceta, 2017)

- El grupo tiene una media de 65 años de edad
- En cuanto al género el 67.21% pertenece al género femenino y el 32.78% al género masculino.
- La realidad personal del Adulto Mayor está marcada por la ausencia de familiares o abandono en algunos casos, el 78% viven esta realidad, y el 12% cuentan con el apoyo relativo de la familia.

- El 80% provienen del área rural y el 20% del área urbana de la provincia de Cotopaxi.

De los Adultos Mayores que habitan en el Instituto, el 85% de las personas padecen de las siguientes patologías.

- Respiratorio (neumonía y bronquitis, resfrío común)
- Cardiopulmonar (hipertensión arterial)

## 9 PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- ¿Cuáles son los modelos de gestión de diseño existentes para instituciones de ayuda social sin fines de lucro?
- ¿Qué casos de estudio exitosos existen como referentes de la gestión del diseño para instituciones de ayuda social sin fines de lucro en América Latina y Ecuador?
- ¿Cuáles son los sectores accesibles para la labor social?
- ¿Cómo dar a conocer la labor social del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán?
- ¿Cuáles son las herramientas tecnológicas para transmitir información del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán?
- ¿Qué estrategias de diseño permitirán mejor la imagen del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán?

### 9.1.1 Matriz de descriptores

<b>MATRIZ DE DESCRIPTORES</b>			
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>INFORMANTES CLAVE (fuentes de información)</b>	<b>TÉCNICA E INSTRUMENTO A UTILIZAR</b>
1. Determinar los tipos de estrategias de diseño para las instituciones de ayuda social a través de la investigación bibliográfica y documental.	<p>¿Cuáles son los modelos de gestión de diseño existentes para instituciones de ayuda social sin fines de lucro?</p> <p>¿Qué casos de estudio exitosos existen como referentes de la gestión del diseño para instituciones de ayuda social sin fines de lucro en América Latina y Ecuador?</p>	<p>Investigación bibliográfica en libros o artículos sobre gestión del diseño orientado a instituciones de ayuda social sin fines de lucro.</p> <p>Investigación en tesis y proyectos con temas afines en Latinoamérica y Ecuador, sitios web, fan pages, canales de youtube, de instituciones sociales sin fines de lucro en América Latina y Ecuador.</p>	<p>Recolección de información bibliográfica y documental. Fichas bibliográficas.</p> <p>Recolección de información bibliográfica y documental. Fichas bibliográficas.</p>
2. Analizar la percepción de la población laticungueña sobre la labor que realiza el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para determinar el nivel de concientización de la ciudadanía sobre esta problemática social.	<p>¿Cuáles son los sectores accesibles para la labor social?</p> <p>¿Cómo dar a conocer la labor social del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán?</p>	<p>Empresas Privadas Ama de casa. Población estudiantil nivel secundaria.</p> <p>Libros sobre metodología de la investigación proyectual en diseño.</p> <p>Recoger información a la población Laticungueña.</p>	<p>Entrevista. Cuestionario.</p> <p>Encuestas. Cuestionario.</p>
3. Diseñar una estrategia de diseño que permita concienciar a la población sobre la necesidad de contribuir con el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán aplicando herramientas tecnológicas de diseño.	<p>¿Cuáles son las herramientas tecnológicas para transmitir información del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán?</p> <p>¿Qué estrategias de diseño permitirán mejor la imagen del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán?</p>	<p>Bibliografía especializada sobre herramientas tecnológicas de diseño multimedia.</p> <p>Diseño de la nueva imagen.</p> <p>Reportaje de sensibilización</p>	<p>Investigación de las herramientas multimedia.</p> <p>Definición de Estrategias de diseño Multimedia.</p>

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

## **10 METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL**

### **10.1 Paradigma de la investigación**

**Interpretativo.-** Este paradigma permitió el análisis entre las causas y los efectos de los aportes que la ciudadanía tiene con el hogar de ancianos, es decir conocer los elementos necesarios para la estrategia de diseño gráfico. También permitió sintetizar la problemática que el hogar de ancianos tiene para incrementar la ayuda por parte de la sociedad.

En la población Latacungueña una mínima parte conocen a cerca del Instituto Estupiñán, mientras que la mayoría de la población desconocen completamente a cerca del mismo es por este motivo que se planteó generar estrategias de concientización pertinentes para la solución al problema investigativo.

### **10.2 Enfoque cualitativo**

La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes. (Blasco y Pérez 2007, p. 25).

La investigación cualitativa es inductiva, es decir, se obtiene conclusiones generales mediante la entrevista que se realizó al personal del Instituto Estupiñán. Del mismo modo en esta investigación se recogió información actual de la población a cerca del Instituto Estupiñán lo cual ayudó a la solución del problema planteado.

### **10.3 Enfoque cuantitativo**

La información cuantitativa, radica en la riqueza de los métodos, procedimientos y herramientas empleados por esta disciplina y el consiguiente incremento de las posibilidades para obtener soluciones

apropiadas. Hoy estas técnicas cubren lo que es la investigación científica, sin duda, la notable aplicación de la estadística: el acopio de información cuantitativa que se recopila y se publica todos los días en nuestra sociedad. (Jaramillo & Ramírez 2006, p. 22).

La característica fundamental de la investigación es el enfoque cuantitativo, con el cual se da a conocer, comprender e interpretar la realidad de la gestión del diseño gráfico en el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán con este enfoque se realizó una descripción de los escenarios particulares para determinar el porqué del escaso apoyo económico, o donaciones por parte de la ciudadanía.

#### **10.4 Tipo de investigación**

##### **10.4.1 Investigación bibliográfica documental**

“Los métodos de información bibliográfica para la investigación son aquellos que permitirán al usuario utilizar la información registrada en determinados documentos para llevar a cabo su propia investigación” (Fernández 2004, p76).

En la investigación bibliográfica se investigó datos técnicos y teóricos, esta información es tomada de fuentes bibliográficas como: libros revistas, artículos científicos, entre otros. La investigación documental es crítica y sintetizada.

##### **10.4.2 Investigación de campo**

“El trabajo de campo, debe existir un equipo de investigación, integrado por todas las personas que participarán en la encuesta y las funciones específicas que deben cumplir en cada caso” (Cerde H. 2011, p. 56).

La investigación de campo es un estudio que se realizó en el lugar donde acontecen los hechos el levantamiento de la información se realizó en el Instituto Estupiñán, por lo tanto para la investigación analizó una estrategia de diseño gráfico apropiada para este lugar.

## **10.5 Métodos**

### **10.5.1 Método Proyectual**

Plantea un método proyectual basado en la resolución de problemas. Esta metodología evita el inventar la rueda con cada proyecto y plantea sistematizar la resolución de problemas. Bruno Munari define el método proyectual como una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. (Bruno Munari. 1907, p 36).

El método proyectual consiste en obtener resultados necesarios con un orden lógico, la finalidad es conseguir un máximo resultados con el mínimo esfuerzo que ayuden a la solución del problema planteado.

## **10.6 Técnicas de investigación**

- Observación del lugar de los hechos, esta se realizara en la institución
- Entrevistas a las autoridades del Instituto Estupiñán y a las personas de la tercera edad residentes.
- Encuesta a la población latacungueña.

### **10.6.1 Técnica de la observación**

“La observación, no es una observación improvisada sino todo lo contrario, completamente reflexionada y planificada e intencional, el observador sabrá elegir la técnica que mejor recoja los datos que pretende observar y según la finalidad de la investigación” (Sara Benguría, 2010, p. 8).

La técnica de la observación aportó con la determinación del problema investigativo, el cual es conocer las necesidades de los adultos mayores que asisten o residen en el área Instituto Estupiñán, el observar las causas y efectos que generaron la problemática permitió establecer el presente proyecto de investigación.

### **10.6.2 Técnica de la entrevista**

Es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistado obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa. En tal caso los roles de entrevistador entrevistado irían cambiando a lo largo de la conversación. (Peláez, 2011, p. 2)

La técnica de la entrevista permitió una interrelación directa con la fuente de información para el proyecto la aplicación de la entrevista se la realizara a las autoridades del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán de la ciudad de Latacunga.

### **10.6.3 Técnica de la encuesta**

“La encuesta es el método utilizado en la investigación de ciencias sociales. A su vez, ésta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para conseguir información. Ésta hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes” (Alelú, 2010, p. 4)

La técnica de la encuesta permitió realizar el levantamiento de la información necesaria a los involucrados en lo referente al incremento de donaciones, se aplicó a los habitantes de la ciudad Latacunga, a través de un cuestionario de preguntas que permitió recolectar los datos, analizarlos e interpretarlos.

## **10.7 Instrumentos**

### **10.7.1 Cuestionario**

“Los cuestionarios o guía de la encuesta, se organizan sobre la base de algunas preguntas cerradas o semi cerradas, dentro de un ordenamiento lógico y coherente, con el propósito de facilitar todo el proceso posterior a la recopilación de datos” (Graterol R.2011, p. 45)

El cuestionario es el instrumento que se aplicó a la población de estudio, en el caso del proyecto se lo realizó a los adultos mayores del Instituto Estupiñán.

## **11 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Se realizó el estudio analítico de datos para presentación de resultados mediante el análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e interrogantes. En este punto se realizó la interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.

### **11.1 Operación de variables**

**Variable Independiente:** Gestión de Diseño

**Variable Dependiente:** Labor Social

### **11.2 La población**

Como población en la investigación investigó la perspectiva de la ciudad de Latacunga hacia el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán de este modo evidenciar la conceptualización de esta institución ante la sociedad.

Como población según el censo INEC (2010) Latacunga cuenta con 82.301 habitantes de esta población se tomara una muestra la misma que servirá para recopilar información por medio de la encuesta, mediante el instrumento conocido como cuestionario.

### **11.3 La muestra**

Para determinar la población se debe considerar que Latacunga cuenta con 82.301 personas por lo que se deberá calcular con la siguiente fórmula.

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1)(e/k)^2 + PQ}$$

**Equivalentes:**

**n**= Tamaño de la muestra.

**PQ**= Constante de Muestreo. (0,25)

**N**= Población.

**(N-1)**=Población menos uno.

**e**= Error que se admite.

**K**= Constante de corrección del error. (2)

### **Aplicación.**

Calcular el tamaño de la muestra si la población 82.301 personas tomándo una muestra de población y el índice de adultos es de 18 a 79 años admitiendo el 10% de error.

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1)(e/k)^2 + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 * 82.301}{(82.301 - 1)(0,10/2)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{20575.25}{(82.300)(0,0025) + 0,25}$$

$$n = \frac{20575.25}{(82.300)(0,05) + 0,25}$$

$$n = \frac{20575.25}{205.75 + 0,25}$$

$$n = \frac{20575.25}{206}$$

$$n = 99.87$$

**n= 100 personas**

## **11.4 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA**

**OBJETIVO:** Obtener la percepción de la población de Latacunga referente a la labor del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para la realización de una gestión de diseño”.

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente y señale con una X la respuesta que considere correcta. La encuesta es anónima no requiere su identificación. Al llenar el cuestionario se pide contestar las preguntas con la mayor seriedad del caso.

**DIRIGIDA A:** Moradores de la ciudad de Latacunga. Esta encuesta fue realizada en las plazas en los mercados del Salto y San Sebastián.

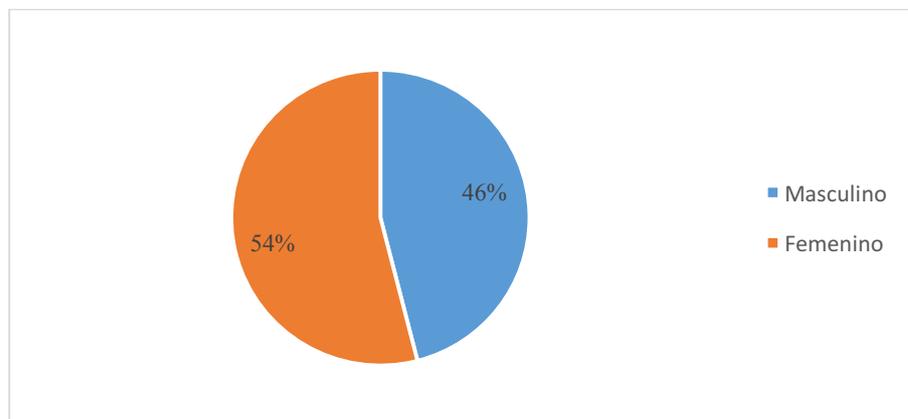
**Género.**

**Tabla 2:** Número de personas encuestadas separadas por género

<b>GÉNERO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Masculino	46	46%
Femenino	54	54%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga  
**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Gráfico 1:** Encuestadas separadas por género.



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga  
**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Análisis e interpretación de datos.**

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 54% que corresponde al índice alto de personas encuestadas menciona que son mujeres. El 46% que corresponde al índice bajo de personas encuestadas menciona que son hombres, lo que demuestra que existe un público objetivo de ambos géneros.

El grupo femenino puede colaborar en la institución con el voluntariado, mientras que el público masculino puede aportar de forma económica. Para las siguientes tabulaciones se considera todo el grupo de estudio sin importar el género.

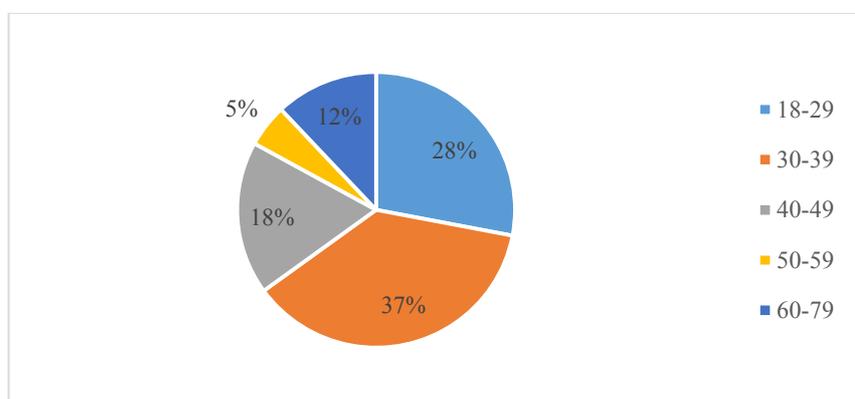
## La edad.

**Tabla 3:** Edad de las personas encuestadas.

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-29	28	28%
30-39	37	37%
40-49	18	18%
50-59	5	5%
60-79	12	12%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga  
**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 2:** Edad de las personas encuestadas.



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga  
**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

## Análisis e interpretación de datos.

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 37% menciona que tienen entre 30 y 39 años de edad siendo el porcentaje alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 5% menciona que tiene una edad comprendida entre 50 a 59 años de edad lo que corresponde al porcentaje bajo considerando el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió determinar la edad del público objetivo, que va de los 18 a los 79 años de edad. La edad es indispensable al buscar ayuda social sea esta económica o con el voluntariado, de este modo se puede aplicar una gestión de diseño para el Grupo focal al momento de realizar pruebas de usabilidad de la propuesta de diseño.

### Lugar de residencia.

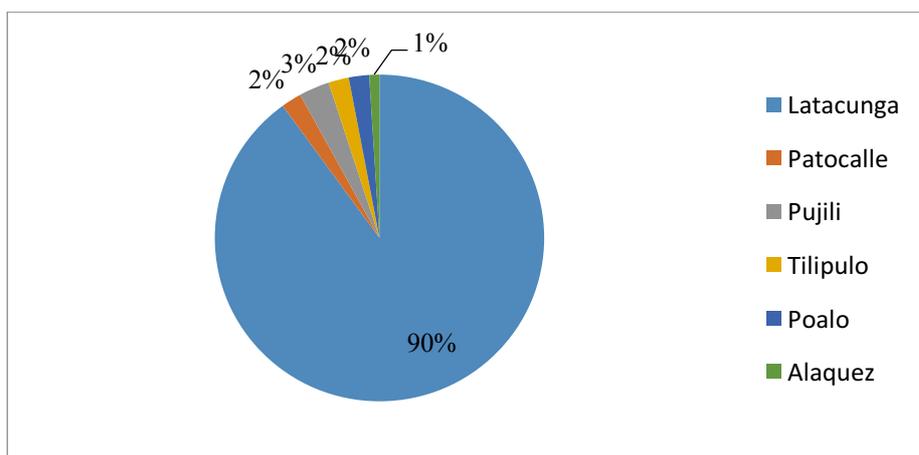
**Tabla 4:** Lugar de residencia.

LUGAR DE RESIDENCIA.	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Latacunga	90	90%
Patocalle	2	2%
Pujili	3	3%
Tilipulo	2	2%
Poalo	2	2%
Alaquez	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga.

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 3:** Lugar de residencia.



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga.

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

### Análisis e interpretación de datos.

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 90% menciona que su lugar de residencia es en Latacunga siendo el porcentaje alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 1% menciona vive en Tilipulo siendo el porcentaje bajo considerando el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió determinar la residencia del público objetivo, el 10% se reparte en porciones de lugares aledaños a la ciudad de Latacunga.

## 1. Ha escuchado hablar usted del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán?

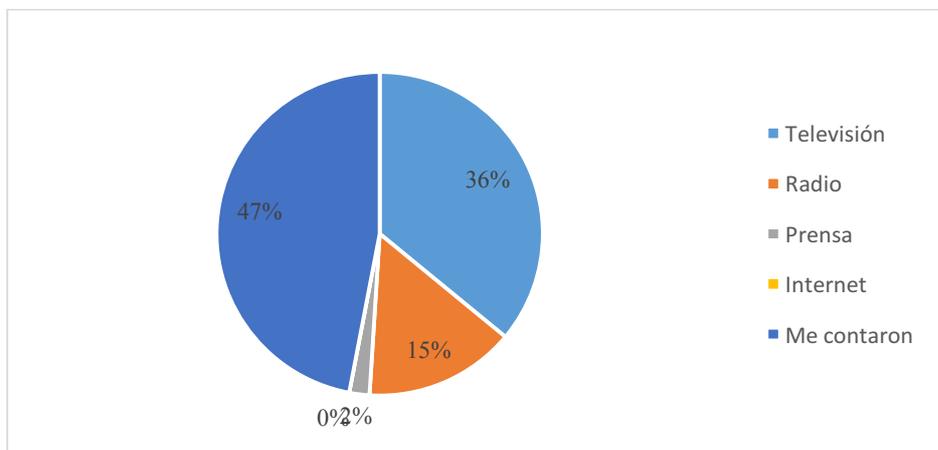
**Tabla 5:** Ha escuchado del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	36	36%
Radio	15	15%
Prensa	2	2%
Internet	0	0%
Me contaron	47	47
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 4:** Ha escuchado del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

### Análisis e interpretación de datos.

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 36% menciona que ha escuchado hablar del Instituto Estupiñán por medio de “me contaron” siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 2% menciona ha escuchado hablar del Instituto Estupiñán por medio de la prensa lo que corresponde al porcentaje más bajo considerando el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió determinar el nivel de información que la comunidad latacungueña conoce del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, de este modo analizar qué información debe ser promulgada en la gestión de diseño el 0% de encuestados no ha escuchado de esta institución por medio del internet por tanto se puede implementar la transmisión de información es esta área.

## 2. Conoce usted la ubicación exacta del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

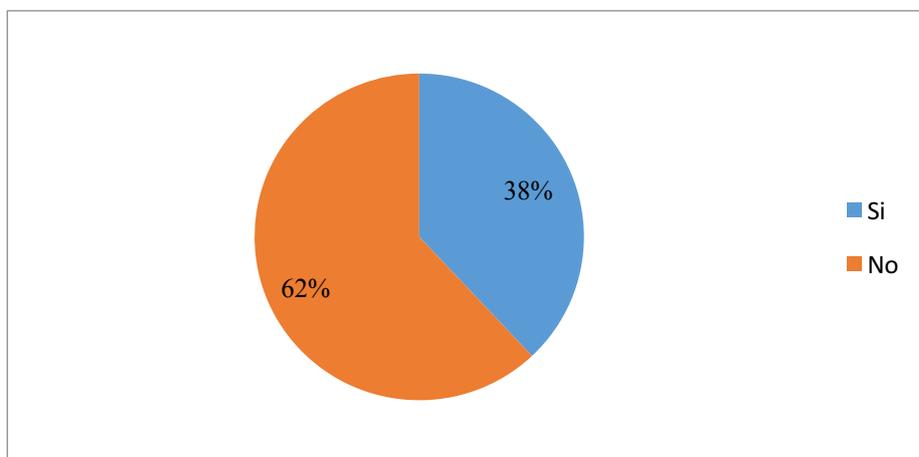
**Tabla 6:** ubicación exacta del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	38	38%
No	62	62%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Moradores de la ciudad de Latacunga

Elaborado por: Stalin Chiluisa.

**Gráfico 5:** ubicación exacta del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán



Fuente: Moradores de la ciudad de Latacunga

Elaborado por: Stalin Chiluisa.

### Análisis e interpretación de datos.

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 62% menciona que no conoce la ubicación del Instituto Estupiñán siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 38% lo que corresponde al porcentaje más bajo considerando el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió identificar que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán necesita informar a la comunidad su ubicación geográfica, esto se puede realizar por medio de diferentes medios como un mapa o fotografías del sector para facilitar a la ciudadanía acercarse a la institución.

### 3. Sabe usted si es una Institución

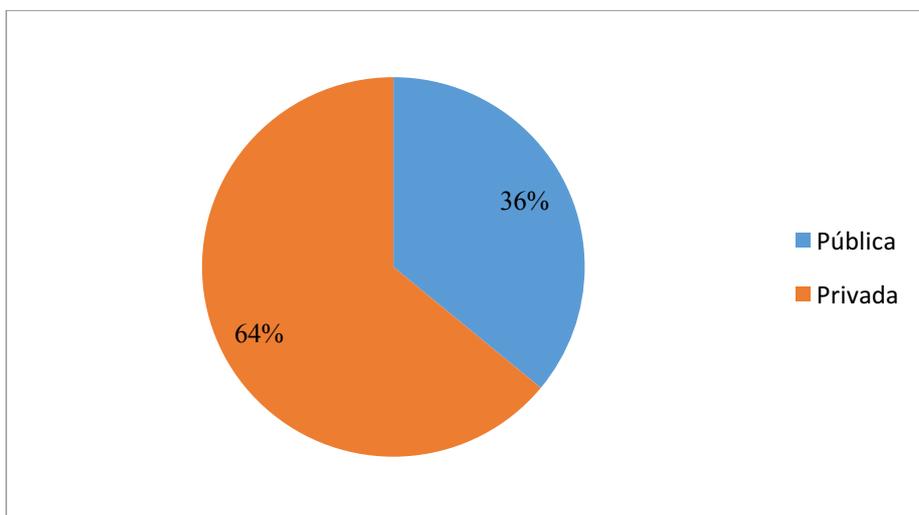
**Tabla 7:** Que tipo de institución es

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pública	36	36%
Privada	64	64%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 6:** Que tipo de institución es



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

#### **Análisis e interpretación de datos.**

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 64% menciona que considera al Instituto Estupiñán como un asilo de ancianos privado, siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 36% es decir tanto de hombres como de mujeres lo que corresponde al porcentaje más bajo considera a este instituto público.

Esta pregunta permitió identificar que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán necesita informar a la comunidad que es una organización no lucrativa que se maneja con fondos del estado y que brinda ayuda a los adultos mayores de la tercera edad y que brinda albergue a quien lo necesita.

**4. Sabía usted que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán es dirigido por las hermanas de la Caridad.**

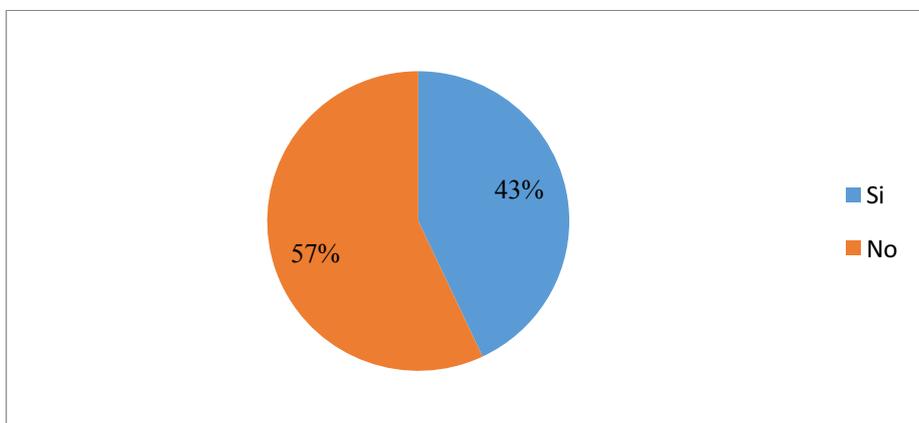
**Tabla 8:** Quien dirige la institución

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	43	43%
No	57	57%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Moradores de la ciudad de Latacunga

Elaborado por: Stalin Chiluisa.

**Gráfico 7:** Quien dirige la institución



Fuente: Moradores de la ciudad de Latacunga

Elaborado por: Stalin Chiluisa.

**Análisis e interpretación de datos.**

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 57% menciona que no sabía que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán es dirigido por las hermanas de la Caridad, siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 43% considera que este instituto si es manejado por la comunidad católica siendo este el porcentaje más bajo tomón do en cuenta el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió identificar que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán necesita informar a la comunidad la labor social que las hermanas de la Caridad realizan hace 57 años, dando realce a la labor cristiana al ser las que dirigen y cuidan la institución.

**5. Según su criterio la situación económica del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán es:**

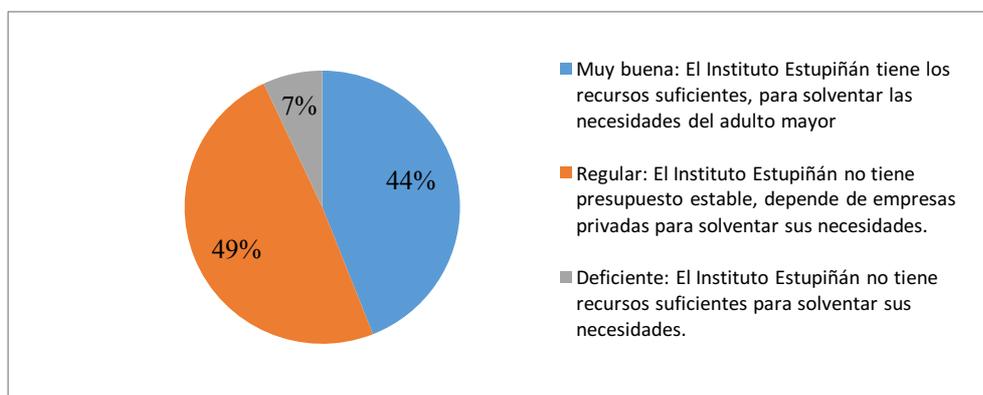
**Tabla 9:** Situación económica del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRE</b>	<b>POR</b>
Muy buena: El Instituto Estupiñán tiene los recursos suficientes, para solventar las necesidades del adulto mayor	44	44%
Regular: El Instituto Estupiñán no tiene presupuesto estable, depende de empresas privadas para solventar sus necesidades.	49	49%
Deficiente: El Instituto Estupiñán no tiene recursos suficientes para solventar sus necesidades.	7	7%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 8:** Situación económica del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Análisis e interpretación de datos.**

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 49% menciona que considera al Instituto Estupiñán con una situación económica regular es decir el Instituto Estupiñán no tiene presupuesto estable, depende de empresas privadas para solventar sus necesidades, siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 7% considera que la situación económica es deficiente: El Instituto Estupiñán no tiene recursos suficientes para solventar sus necesidades, siendo este el porcentaje más bajo tomón do en cuenta el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres. Esta pregunta permitió identificar que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán debe transmitir a la comunidad la necesidad de realizar donaciones voluntarias para mejorar la condición económica de la institución.

## 6. Sabe quién financia el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

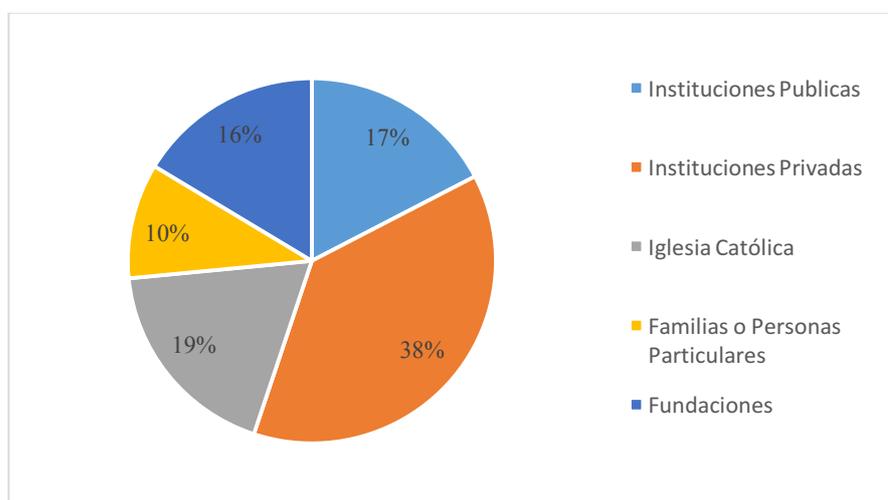
**Tabla 10:** Quién financia el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Instituciones Publicas	17	17%
Instituciones Privadas	37	37%
Iglesia Católica	18	18%
Familias o Personas Particulares	10	10%
Fundaciones	16	16%
Otros	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 9:** Quién financia el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

### Análisis e interpretación de datos.

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 38% menciona que considera que el Instituto Estupiñán es financiado por instituciones privadas, siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 10% considera familiares o personas particulares financian esta institución, siendo este el porcentaje más bajo tomón do en cuenta el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió identificar como la comunidad determina las donaciones o el financiamiento de la institución. El MIES entrega fondos a la institución sin embargo estos no cubren la totalidad de gastos en la institución.

## 7. Sabía usted que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán recibe donaciones de la ciudadanía

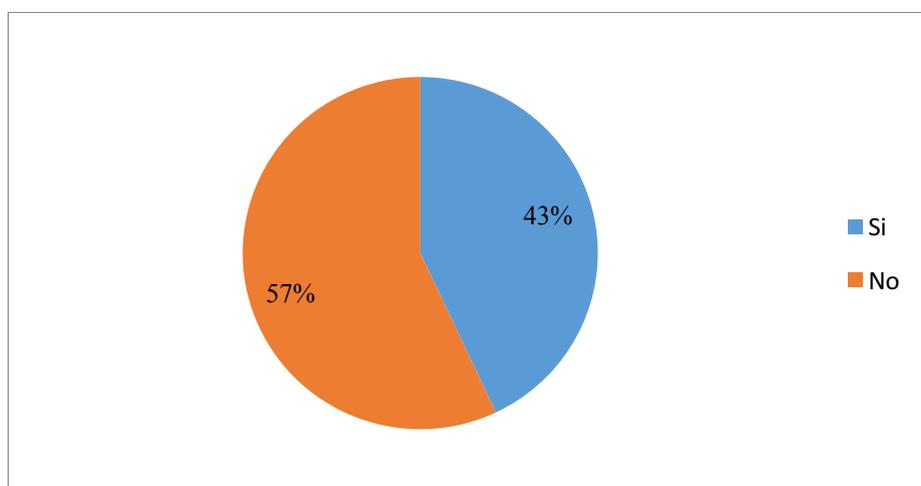
**Tabla 11:** Donaciones de la ciudadanía

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	43	43%
No	57	57%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Moradores de la ciudad de Latacunga

Elaborado por: Stalin Chiluisa.

**Gráfico 10:** Donaciones de la ciudadanía



Fuente: Moradores de la ciudad de Latacunga

Elaborado por: Stalin Chiluisa.

### **Análisis e interpretación de datos.**

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 57% menciona que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán no recibe donaciones de la ciudadanía, siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 43% considera que si recibe la institución donaciones este el porcentaje más bajo tomónndo en cuenta el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió identificar la necesidad de informar que la ciudadanía puede hacer donaciones. De este modo utilizar sistemas de información como la web, el internet y las redes sociales para comunicar el tipo de donaciones que puede hacer la comunidad.

## 8. Estaría usted dispuesto a realizar alguna donación al Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

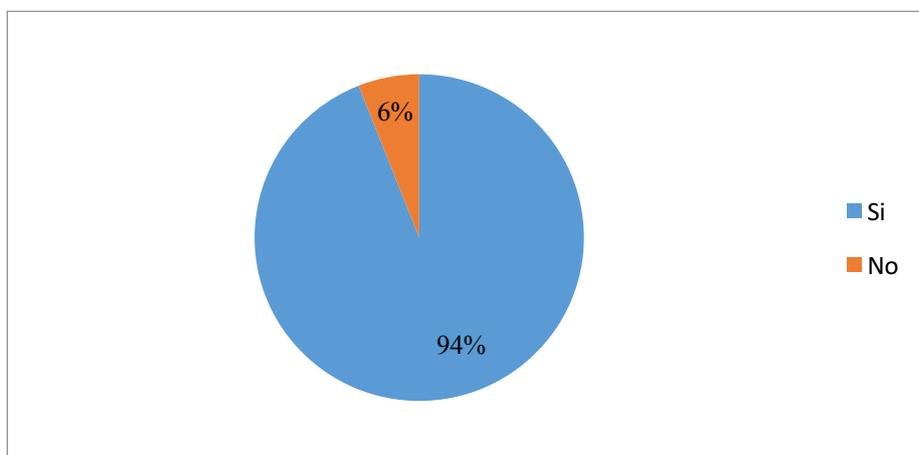
**Tabla 12:** Donación al Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	94	94%
No	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 11:** Donación al Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

### **Análisis e interpretación de datos.**

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 94% menciona que si realizaría donaciones al Instituto Estupiñán, siendo este el porcentaje alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 6% considera que no realizaría donaciones siendo este el porcentaje bajo tomón do en cuenta el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió identificar la disposición de la ciudadanía a realizar donaciones a la institución, por tanto se debe poner un medio a disposición de la ciudadanía, que esté al alcance por medio de la tecnología.

## 9. Qué tipo de donaciones haría usted:

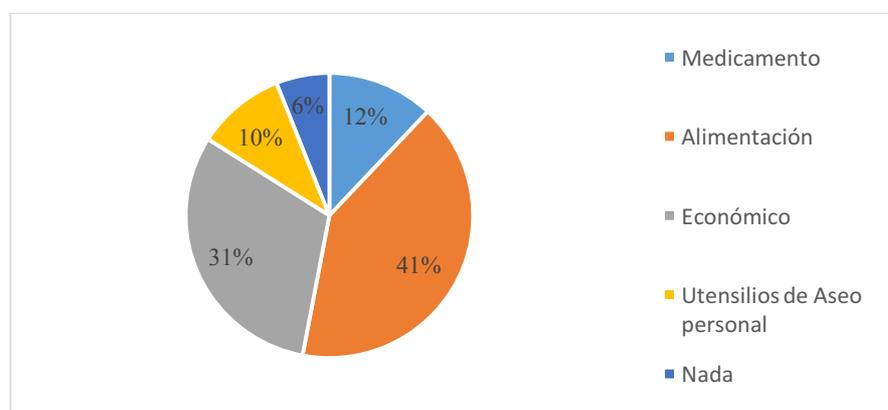
**Tabla 13:** Tipo de donaciones haría usted

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Medicamento	12	12%
Alimentación	41	41%
Económico	31	31%
Utensilios de Aseo personal	10	10%
Nada	6	6%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 12:** Tipo de donaciones haría usted



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

### Análisis e interpretación de datos.

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 41% menciona que considera la alimentación la mejor forma de donar al Instituto Estupiñán siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 12% considera proveer de medicamento sería un apoyo a la institución. Sin embargo el porcentaje más bajo es el 6% que no desea realizar donaciones y no marco ninguna opción siendo este el porcentaje más bajo tomándolo en cuenta el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió visualizar al público objetivo las maneras en las que se puede realizar donaciones. El 31% mencionó que estaría dispuesto a realizar donaciones económicas, por tanto se puede colocar la información del número de cuenta bancario de la institución en la gestión de diseño.

## 10. Cuanto estaría dispuesto a donar (al año)

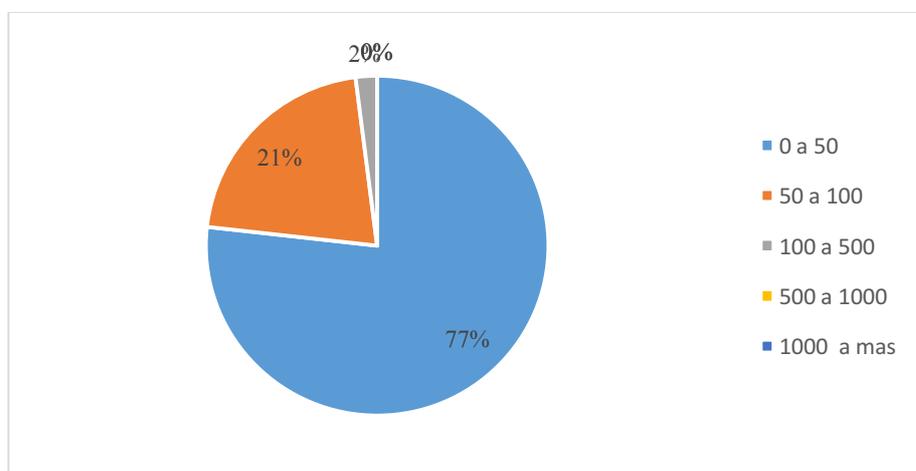
**Tabla 14:** Cuanto estaría dispuesto a donar (al año)

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 a 50	76	76%
50 a 100	21	21%
100 a 500	2	2%
500 a 1000	0	0%
1000 a mas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 13:** Cuanto estaría dispuesto a donar (al año)



**Fuente:** Moradores de la ciudad de Latacunga

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

### Análisis e interpretación de datos.

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 77% menciona que considera que el Instituto Estupiñán necesita una colaboración que va de 0 a 50 dólares siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, mientras que el 2 % considera una donación de 100 a 500 dólares la cantidad más alta que podrían donar siendo este el porcentaje más bajo tomándolo en cuenta el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió identificar el grado de colaboración monetario que se realizara por parte de la ciudadanía. Se debe enfatizar y motivar a la comunidad a conocer los diferentes medios por los cuales se puede realizar este tipo de donaciones.

### 11.- Conoce Usted el sistema de donación de Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.

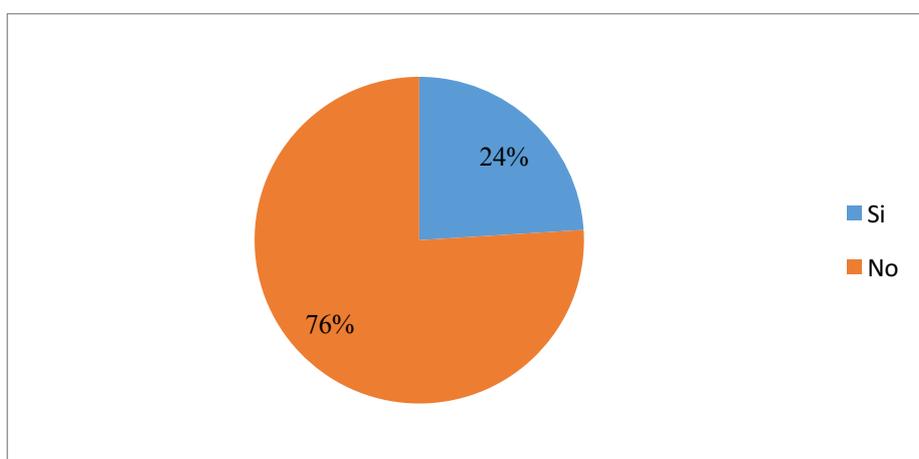
**Tabla 15:** Sistema de donación de Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	24	24%
No	76	76%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Fuente: Moradores de la ciudad de Latacunga

Elaborado por: Stalin Chiluisa.

**Gráfico 14:** Sistema de donación de Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán



Fuente: Moradores de la ciudad de Latacunga

Elaborado por: Stalin Chiluisa.

#### **Análisis e interpretación de datos.**

Del 100 % de Latacungueños encuestados el 76% menciona que no conoce de los sistema de donación de Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán siendo este el porcentaje más alto de encuestados tanto de hombres como de mujeres, y el 24% considera que si conoce como realizar donaciones a esta institución, siendo este el porcentaje más bajo tomón do en cuenta el número de personas encuestadas tanto hombres y mujeres.

Esta pregunta permitió identificar la necesidad de la creación de una gestión del diseño que facilite a la comunidad informarse en cómo hacer las donaciones o qué tipo de donaciones se pueden realizar. Se realizara la gestión del diseño en base a organizaciones sin fines de lucro con carácter de labor social enfocada a grupos vulnerables.

#### 11.4.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA:

Al haber realizado la encuesta se puede concluir que se ha cumplido el objetivo planteado en primera instancia el cual se basó en analizar la percepción de la población Latacungueña sobre la labor que realiza el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para determinar el nivel de concientización de la ciudadanía sobre esta problemática social, dando como resultado de la pregunta dos la opción poca con un porcentaje del 62 % es decir la ciudadanía desconoce la ubicación exacta del Instituto Estupiñán, la pregunta tres se puede identificar que la ciudadanía cree que es una institución privada con un índice del 64%.

A su vez la aceptación por parte de la población Latacungueña ha sido favorable el realizar donaciones a la institución es de 94% como lo demuestra la pregunta ocho. Por tanto la identidad visual y la percepción de la ciudadanía deben ser modificadas para aumentar los donativos y dar a conocer los sistemas de donación que maneja la institución.

#### 11.5 ENCUESTA AL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATACUNGA:

Como población se seleccionó a los ancianos que viven en el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, la administración y los trabajadores, dando como resultado: 56 ancianos de los cuales 37 son mujeres y 19 hombres, 7 u 8 personas que son irregulares y 22 que se encuentran en administración y en las oficinas del lugar.

**Tabla 16:** La Población del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

<b>Personal administrativo</b>		<b>Residentes del Instituto Estupiñán</b>	
Profesionales	5	<b>Mujeres</b>	44
Trabajadora social	1	<b>Hombres</b>	27
Terapista ocupacional	1		
Terapistas físicas	2		
Psicóloga	1		
Personal operativo	5		
Hermanas de la calidad	6		
<b>Sub total</b>	<b>22</b>		<b>71</b>
<b>Total</b>			<b>93 personas</b>

Elaborado por: Stalin Chiluisa

### **11.5.1 La muestra del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán ubicado en Latacunga**

La muestra de investigación fue necesaria debido a que la mayor parte de los adultos mayores que viven en el lugar no saben leer ni escribir, o sus posibilidades cognitivas se han desvanecido. Se tomó en cuenta los adultos mayores que se encuentran aún lucidos y al personal administrativo que este en contacto directo con estas personas. Por tanto se llegó a la conclusión de 19 encuestas la misma que serán tabuladas y analizadas.

### **11.6 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA AL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN UBICADO EN LATACUNGA:**

**OBJETIVO:** Obtener información con respecto a las necesidades del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán ubicado en Latacunga.

**DIRIGIDA:** Trabajadores y adultos mayores del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán ubicado en Latacunga.

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente y señale con una X la respuesta que considere correcta. La encuesta es anónima no requiere su identificación.

## a) Edad

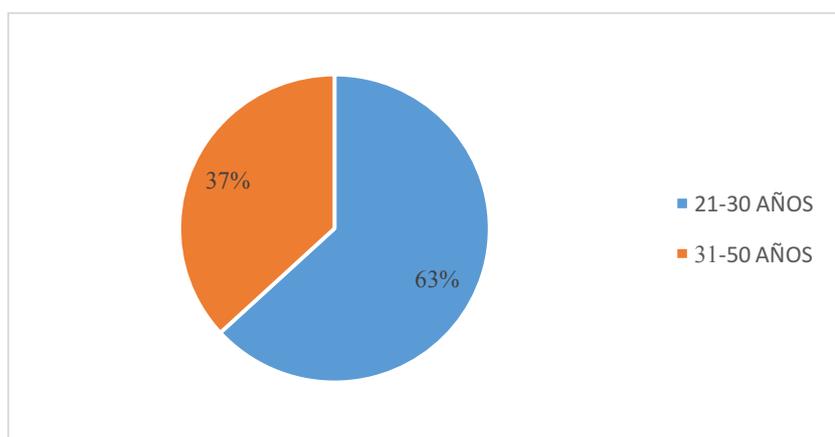
Tabla 17: Edad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50-65 AÑOS	12	63%
70-90 AÑOS	7	37%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Gráfico 15: Edad



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

## Análisis e interpretación de resultados

El promedio de edad del personal del hogar de ancianos está entre los 50 a 65 años, con el 58% y el 42% entre 70-90 años. Lo que indica que gran parte del personal son adultos mayores.

## b) Género

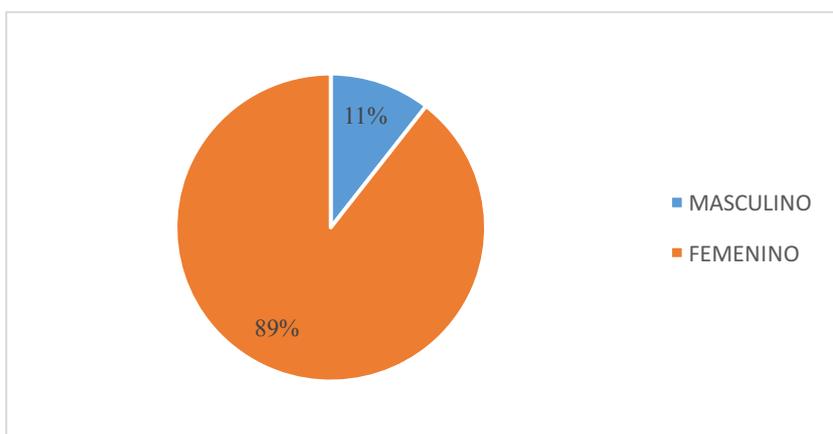
**Tabla 18:** Género

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	2	11%
FEMENINO	17	89%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa.

**Gráfico 16:** Género



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

## Análisis e interpretación de resultados

El 89% del personal encuestado es de género femenino y tan solo el 11% de los trabajadores pertenece al género masculino. Lo que indica que en el hogar de ancianos predomina el género femenino en su personal, esto se debe por la paciencia y dedicación que se necesita para el cuidado de ancianos.

### c) Lugar de residencia

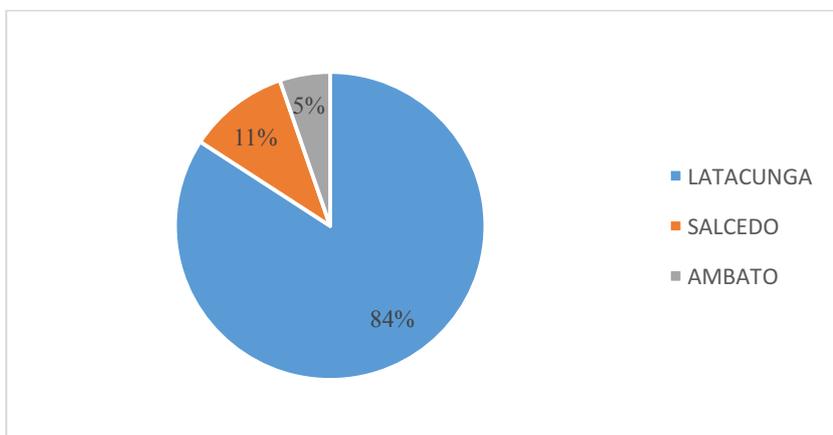
**Tabla 19:** Lugar de residencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LATACUNGA	16	84%
SALCEDO	2	11%
AMBATO	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Gráfico 17:** Lugar de residencia



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### Análisis e interpretación de resultados

El 84% del personal que labora en el hogar de ancianos reside en la ciudad de Latacunga, el 11% indica que vive en el cantón Salcedo y el 5% menciona que su lugar de residencia en la ciudad de Ambato.

**1.- ¿Usted cree que el personal que trabaja en la Institución es suficiente para atender a todos los residentes del Hogar de Ancianos?**

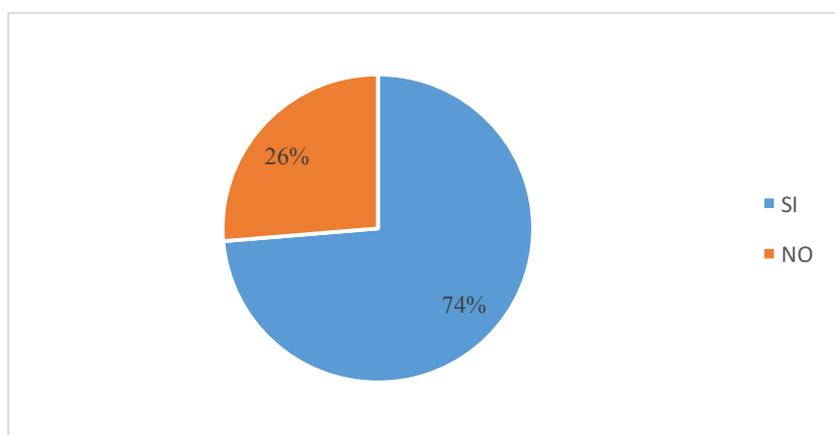
**Tabla 20:** Personal suficiente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	74%
NO	5	26%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Gráfico 18:** Personal suficiente



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### **Análisis e interpretación**

El 74% del personal que trabaja en el hogar de ancianos menciona que sí es, suficiente el número de trabajadores, un 26% indica que no lo es. Esto lo demuestran porque ya se encuentran establecidos en cada una de las áreas de trabajo y están acorde a las necesidades de la institución.

El personal que trabaja en el hogar de anciano en gran parte de ellos reconoce que son lo suficientemente capaces y el número de trabajadores es el adecuado para las actividades a desempeñar al cuidado de los adultos de la tercera edad.

**2.- ¿Las personas que trabajan en el Hogar de Ancianos están capacitados para trabajar con personas de tercera edad?**

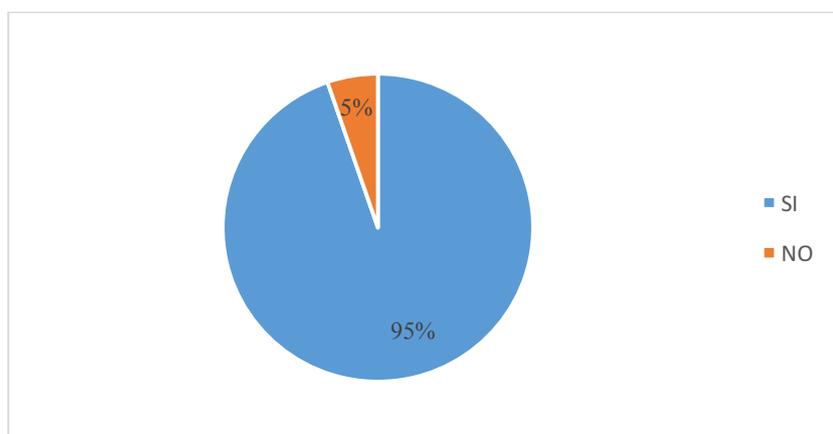
**Tabla 21:** Personal capacitado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	95%
NO	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personal del hogar de ancianos

Elaborado por: Stalin Chiluisa

**Gráfico 19:** Personal capacitado



Fuente: Personal del hogar de ancianos

Elaborado por: Stalin Chiluisa

**Análisis e interpretación**

El 95% del personal indica que si está capacitado para realizar las tareas, y tan solo en 5% menciona que necesitan mayor capacitación. Porque cada uno de los trabajadores del hogar de ancianos cumple con el perfil para el puesto de trabajo y también están preparados en la atención para adultos mayores.

La capacitación es necesaria para la mayoría del personal del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, los encuestados indican que son totalmente capaces para desempeñar las funciones y actividades del cuidado de las personas de la tercera edad.

### 3.- ¿Cree usted conveniente que se necesite voluntarios para esta área?

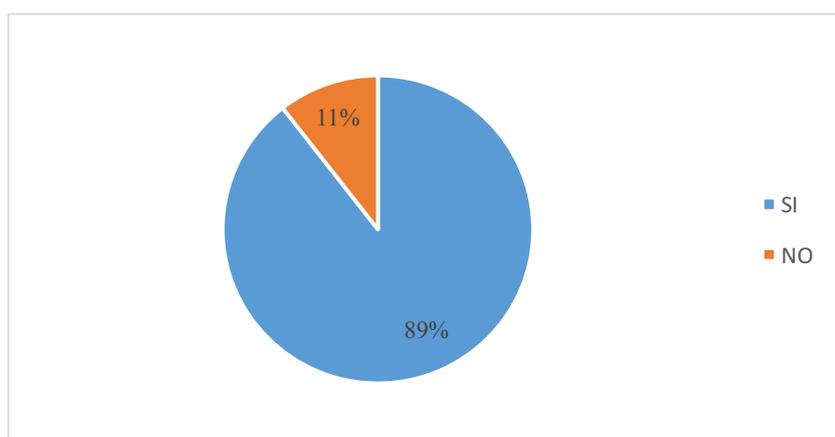
**Tabla 22:** Necesidad de voluntarios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	89%
NO	2	11%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Gráfico 20:** Necesidad de voluntarios



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

#### **Análisis e interpretación**

Un 89% de los encuestados mencionan que si son convenientes los voluntarios, el 11% manifiesta que no son convenientes los voluntarios por el desconocimiento de los procedimientos de cuidado. Son necesarios los voluntarios porque ayudan en la movilización de los adultos mayores, además se podrá proporcionar de una atención personalizada a los ancianos.

El contar con voluntario en el hogar de ancianos para la mayor parte del personal es muy conveniente, porque les permitirá facilitar el trabajo con los adultos mayores, con el aporte de los voluntarios se podría satisfacer de mejor forma las necesidades de los ancianos.

#### 4.- ¿Los instrumentos médicos son adecuados para poder atender a las personas que residen en el Hogar de Ancianos?

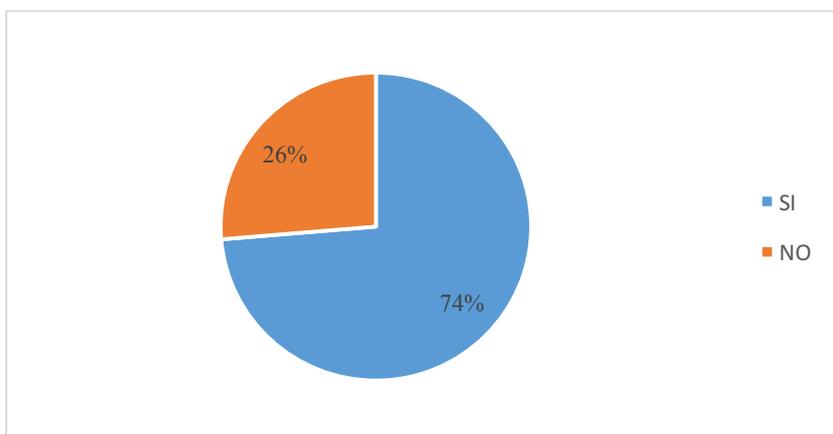
**Tabla 23:** Instrumentos médicos adecuados

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	74%
NO	5	26%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Gráfico 21:** Instrumentos médicos adecuados



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

#### **Análisis e interpretación**

El 74% de los trabajadores del hogar de ancianos mencionan que si son adecuados los instrumentos médicos, un 26% indica que no son apropiados los instrumentos. El personal expresa que son los instrumentos adecuados porque la directora se ha encargado de buscar los necesarios para la atención a los adultos mayores.

El contar con los instrumentos médicos adecuados para la atención de los adultos mayores es una de las gestiones principales de la directora, sin embargo con los que cuenta el instituto son adecuados para la actividad.

### 5.- ¿Cuentan con los suficientes instrumentos médicos para poder atender a los residentes del Instituto?

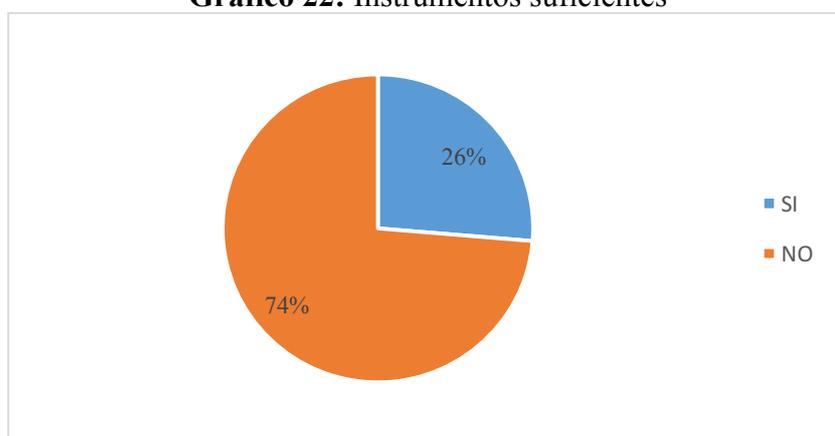
**Tabla 24:** Instrumentos suficientes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	26%
NO	14	74%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personal del hogar de ancianos

Elaborado por: Stalin Chiluisa

**Gráfico 22:** Instrumentos suficientes



Fuente: Personal del hogar de ancianos

Elaborado por: Stalin Chiluisa

### Análisis e interpretación

Un 74% de los encuestados menciona que no son suficientes los instrumentos con los que cuenta el hogar de ancianos, el 26% del personal indica que si son suficientes. No son suficientes los instrumentos porque no se cuenta con equipo para cada uno de los ancianos y en algunos casos se revisa con la misma instrumentación a vario.

La instrumentación en una de los problemas que mencionan gran parte del personal del hogar de ancianos, esto se debe a que no son suficientes para la atención de cada adulto mayor. Lo que indica que es necesario gestionar la donación de equipo médico.

## 6.- ¿Los instrumentos médicos que disponen son actualizados?

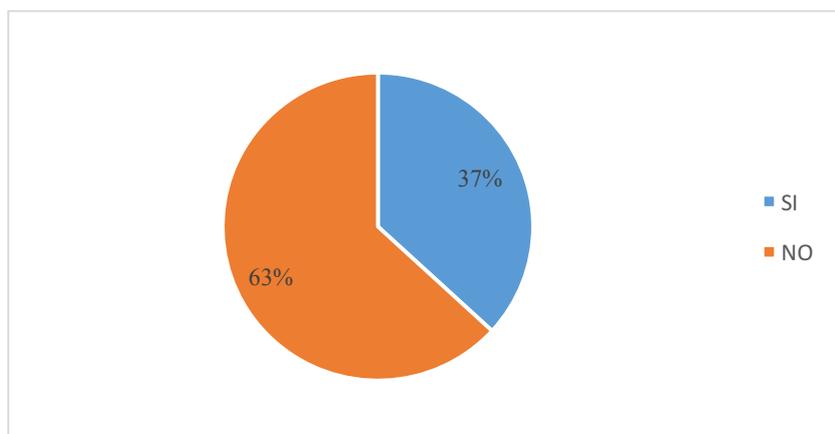
**Tabla 25:** Disponibilidad de instrumentos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	37%
NO	12	63%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Gráfico 23:** Disponibilidad de instrumentos



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### Análisis e interpretación

El 63% del personal del hogar de ancianos indica que no es actualizado los instrumentos de la institución, un 37% en cambio expresa que si son actualizados. El porqué de que la mayoría opinen que son desactualizados los equipos médicos es por la razón que son instrumentos donados o ya cumplieron su vida útil.

El contar con una instrumentación médica actualizada es necesario para proporcionar una atención efectiva y eficiente a los adultos mayores del Hogar de Anciano Instituto Estupiñán. Es necesario coordinar la con las empresas y organizaciones benefactoras la posibilidad de solicitar la donación de equipo médico nuevo o moderno.

## 7.- ¿Hace falta algún instrumento para una mejor atención de los residentes del Hogar de Ancianos?

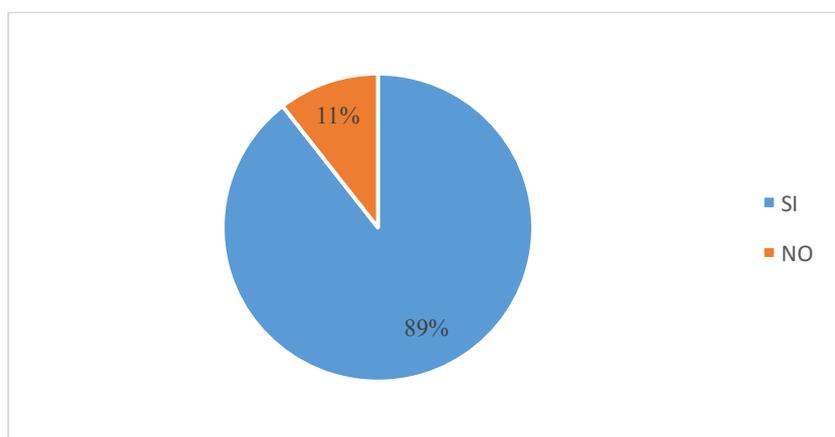
**Tabla 26:** Falta de equipo médico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	89%
NO	2	11%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Gráfico 24:** Falta de equipo médico



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### Análisis e interpretación

Un 89% de los encuestados indica que si hace falta equipo médico para la atención de los ancianos y tan solo el 11% del personal manifiesta que no hace falta equipo. Porque hace falta equipo para la desinfección de instrumentos médicos, mesas para los ancianos que no se pueden movilizar solo, también hace falta de equipo para el aseo de los adultos mayores.

La falta de equipo es notoria para gran parte del personal que labora en el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, equipos de movilización, aseo, desinfección, de gimnasia, mecanoterapia, electroterapia son entre algunos que se necesita para la atención a los residentes del hogar de ancianos.

## 8.- ¿El espacio físico es el adecuado para atender a las personas de tercera edad?

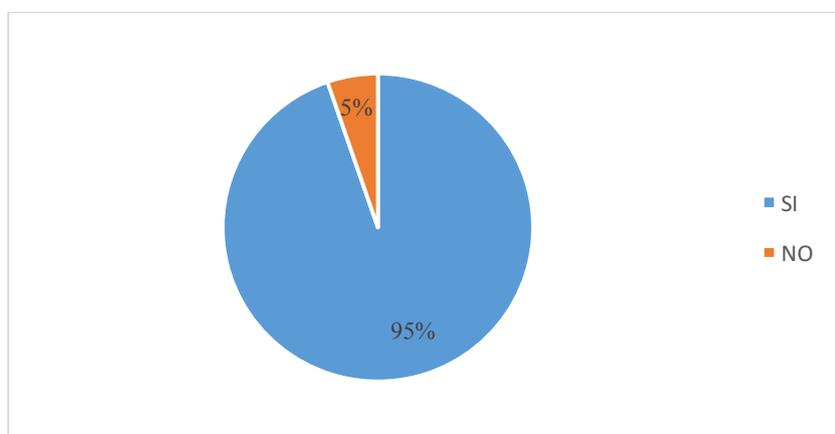
**Tabla 27:** Espacio físico adecuado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	95%
NO	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Gráfico 25:** Espacio físico adecuado



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### **Análisis e interpretación**

Para el 95% de los encuestados indican que el espacio físico es adecuado para la atención a los ancianos, un 5% indica que no lo es. El espacio físico es adecuado porque cuenta la institución con instalaciones amplias y están determinadas para cada actividad con los adultos mayores.

El espacio físico en lo referente a la atención de los adultos mayores es sumamente indispensable por el traslado y movilización de las personas mayores como lo indican gran parte de los trabajadores del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, el instituto cuenta con el espacio suficiente y necesario para cada área.

### 9.- ¿El espacio es el adecuado para realizar terapia para los residentes del Hogar de Ancianos?

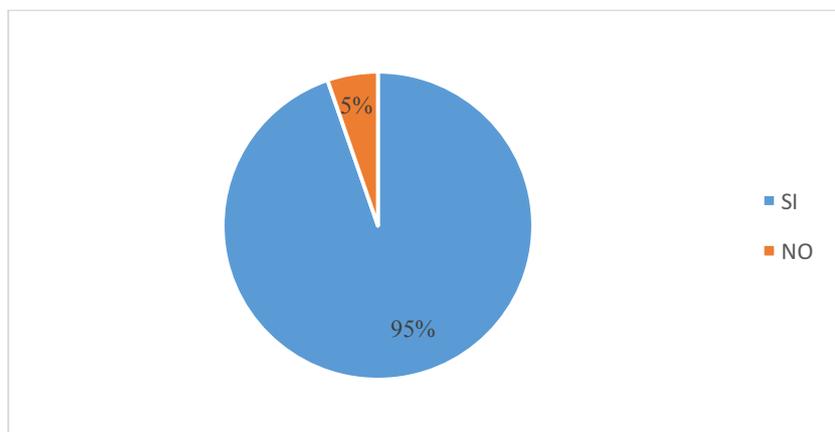
**Tabla 28:** Espacio de terapia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	95%
NO	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Fuente: Personal del hogar de ancianos

Elaborado por: Stalin Chiluisa

**Gráfico 26:** Espacio de terapia



Fuente: Personal del hogar de ancianos

Elaborado por: Stalin Chiluisa

### Análisis e interpretación

El 95% del personal de hogar de ancianos menciona que sí disponen del espacio adecuado para las terapias de los adultos mayores, un 5% indica que no dispone del espacio suficiente. Esto es porque cada área de la institución cuenta con ese perímetro adecuado para las actividades que se realice en ellos.

El espacio para realizar las actividades terapéuticas en el hogar de ancianos es lo primero que se adecuó según como lo manifiestan el personal encuestado. Lo que indica que la institución cuenta con el espacio necesario para las terapias de los adultos mayores residentes.

## 10.- ¿La medicina abastece para todos los residentes del Hogar de Ancianos?

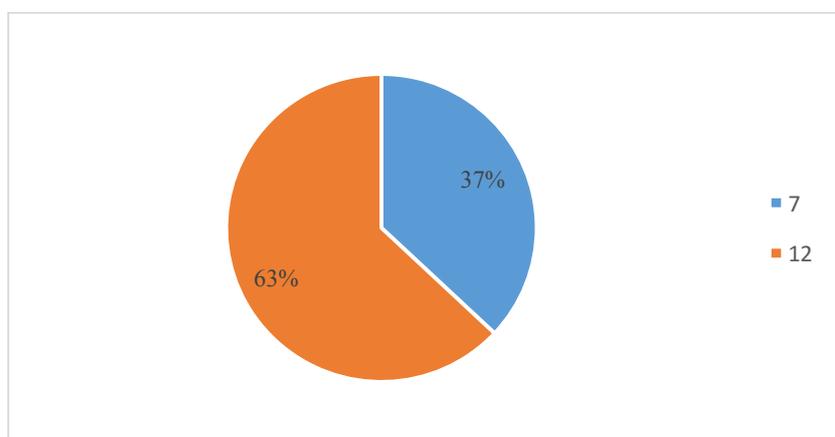
**Tabla 29:** Medicina adecuada

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	37%
NO	12	63%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Gráfico 27:** Medicina adecuada



**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### **Análisis e interpretación**

El 63% del personal encuestados del hogar de ancianos indica que no es la medicina suficiente para los residentes de la institución, un 37% menciona que si abastece la medicina para todos los ancianos. No se abastece con la medicina necesaria es porque cada uno de los adultos mayores tiene una patología diferente y a pesar de las donaciones hace falta medicación para tratar otros tipos de afectaciones que padecen los adultos mayores residentes.

El abastecimiento de medicina es un problema que acoge al Hogar de Anciano Instituto Estupiñán según lo mencionan el personal de la institución, indicado la necesidad que hay de medicina para el tratamiento de las patologías que

cada adulto mayor que reside en el hogar de anciano padece, por lo que es preciso la gestión de donaciones de medicamentos para los ancianos.

## 11.7 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

### **Análisis de la entrevista realizada a la directora del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán**

La entrevista se realizó en julio del 2017 donde se indago la situación actual del Hogar de Ancianos.

**Tabla 30:** Entrevista al presidente de la comunidad

<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>FECHA</b>
Señora Mónica Guilacaso	encargada del Hogar de Ancianos del Instituto Estupiñán y pertenece a la Comunidad de Hermanitas de la Calidad	Hogar de Ancianos del Instituto Estupiñán	Viernes 28 de Julio del 2017

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Para este se utilizó como instrumento de investigación cualitativo el cuestionario, donde se realizaron preguntas de carácter social, personas que viven en el sector, su valor

### **Cuestionario**

1. ¿Quién creo el hogar de ancianos?
2. ¿Porque se creó el Hogar de Ancianos?
3. ¿El Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán es una institución pública o privada?
4. ¿Quién financia el hogar de ancianos?
5. ¿Cuántas personas trabajan en el hogar de ancianos?
6. ¿Cuántas personas de la tercera edad residen en el hogar de ancianos?
7. ¿Cuántos voluntarios permanentes cuenta la institución?

8. ¿Cuántos donantes de recursos cuenta el hogar de ancianos?
9. ¿Cuál es el límite de donaciones que recibe el Hogar de Ancianos?
10. ¿Cuáles son las principales necesidades del hogar de ancianos?
11. ¿Cómo aportaría el investigador al Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán?
12. ¿El hogar de ancianos cuenta con redes sociales para su promoción?
13. ¿Se ha realizado un reportaje sobre el hogar de ancianos?
14. La propuesta del diseño de la página web

### **Conclusión de la entrevista**

El creador del hogar de ancianos fue el señor Pantaleón Estupiñán quien contaba con bienes, y tomó la decisión de crear un hogar de ancianos para las personas de la tercera edad que no tienen hogar o familiares que los cuiden. Es una institución privada financiado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y también con la autogestión de la entidad.

En la institución trabajan 22 personas, de las cuales están 5 profesionales, una trabajadora social, una terapeuta ocupacional, dos terapeutas físicas y una psicóloga el resto es personal operativo, también trabajan 6 hermanas de la calidad. En esta residen un total 65 personas los horarios que asiste es de las 7:00 hasta las 17:00 y 18:00 que están de retorno con sus familiares. Existen voluntarios que son esporádicos.

El hogar de ancianos cuenta con 16 donantes que son empresas e institución privadas que ayudan al sostén de la institución. No se ha realizado reportajes o spots que muestren las actividades y necesidades específicas del hogar de ancianos, en conclusión es de gran interés la propuesta de la creación de una página web porque les ayudaría mucho en la promoción y recolección de donaciones para el Hogar de Ancianos del Instituto Estupiñán.

**Análisis de la entrevista realizada a las personas de la tercera edad del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán**

**Tabla 31:** Entrevista al presidente de la comunidad

NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN	FECHA
<b>Varios entrevistados</b>	Persona de la tercera edad que llaga a la institución.	Hogar de Ancianos del Instituto Estupiñán	Viernes 28 de Julio del 2017

**Fuente:** Personal del hogar de ancianos

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Conclusión de la entrevista**

1. ¿Cuántos años tiene?
2. ¿Cuál es su lugar de nacimiento?
3. ¿Cuánto tiempo reside en el Instituto Estupiñán?
4. ¿Tiene familia que se preocupa por usted?
5. ¿Algún Familiar lo viene a visitar al Instituto?
6. ¿Cuál era su posición económica anteriormente?
7. ¿Usted cuenta con todos los útiles de aseo personal en el hogar de ancianos?
8. ¿La alimentación que le proporcionan en el hogar de ancianos es apropiada para usted?
9. ¿La comida que proporcionan es suficiente para que usted se sienta satisfecho?
10. ¿Cuenta con suficiente ropa para todos los días?
11. ¿La ropa que usted utiliza es cómoda para las actividades que realiza en el día?
12. ¿Comparte su cama con otra persona?
13. ¿Al momento de dormir su cama es cómoda para descansar?
14. ¿La habitación donde descansa es cálida o fría?
15. ¿En la infraestructura del hogar de ancianos las instalaciones son las correctas?
16. ¿Cuándo usted se enferma el hogar de ancianos le proporcionan las medicinas?
17. ¿Cuándo usted se siente mal como es la atención de los profesionales?

### **Conclusión de la entrevista**

De los adultos mayores entrevistados un promedio de edad de 82 años, en un rango de edad desde los 74 años hasta los 90 años, estos viven en sectores como: Latacunga, Salcedo, Ibarra, Quito, y Orellana. Residen entre 1 año a 10 años en el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, con un promedio de residencia de 5 años. Un pequeño grupo no tiene familiares directos, es más algunos no tienen ni hijos, para que se preocupen por su bienestar, los que tienen familia no los han visitados en varios años. Se siente el abandono que los ancianos reflejan en sus conversaciones. Las actividades económicas que realizaban los adultos mayores están; entre comerciantes, jornaleros, obreros y amas de casa. La alimentación que reciben en el hogar de ancianos según los adultos mayores es variada y apropiada a su nivel de nutrición, en función a las necesidades de las personas de la tercera edad.

Las prendas de vestir son proporcionadas por los hijos y donantes anónimos. En el hogar de ancianos cada uno de los adultos mayores cuenta con su propia cama la misma que es utilizada por solo ellos, por lo cual no comparten la cama con ninguna persona, la infraestructura del hogar de ancianos necesita remodelación y correctivo para el libre y fluido tránsito de los ancianos. El profesional brinda atención dentro de las instalaciones y vigilan la salud del adulto mayor. Por tanto la institución es un lugar de armonía para la comunidad.

## **12 DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **12.1 Tema:**

**GESTIÓN DE CONTENIDOS VISUALES Y TECNOLÓGICOS DEL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN POR MEDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE DISEÑO PARA DAR A CONOCER LA LABOR SOCIAL QUE ESTA REALIZA.**

#### **12.1.1 Objetivo General**

Diseñar la gestión de contenidos visuales y tecnológicos del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán por medio de las estrategias de diseño para dar a conocer la labor social que esta realiza.

#### **12.1.2 Objetivos Específicos**

- Reconstrucción de la marca y del manual corporativo como gestión en información y comunicación como estrategias de diseño para las organizaciones sin fines de lucro.
- Generar contenidos en redes sociales para la dar a conocer la labor del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.
- Diseñar una página web que contenga información sintetizada del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.

### **12.2 Factibilidad de la propuesta**

#### **12.2.1 Factibilidad Técnica**

La factibilidad técnica se logró al tener un responsable el cuál es el investigador el mismo que cumplió una función gráfica estableciendo un estudio concienzudo de las gestiones anteriores con respecto al diseño gráfico del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para la generación nuevas representaciones gráficas que brinden un mensaje que dé a conocer no solo a nivel provincial sino también a nivel nacional la ayuda social que brinda este lugar. Esto se logró gracias al conocimiento en gestión de contenidos gráfico, y el plan de mejora publicitaria.

### 12.2.2 Factibilidad Económica.

En esta fase se determinó el tipo de recursos que deben establecerse para la realización del proyecto, para esto se ha planteado un cronograma de gastos que va desde la investigación del proyecto hasta la presentación del mismo, en este se detallan los gastos, imprevistos, costos indirectos, costos directos, materiales, alimentación, etc. Se detalla en la sección presupuesto de la investigación.

### 12.2.3 Factibilidad Operacional.

Este punto enfatiza los recursos administrativos que debe tener el proyecto estos se dividen en tres: Los recursos humanos, técnicos, tecnológicos, bibliográficas, etc.

- **Recurso Humano:** Personal Administrativo del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, investigador de proyecto, asesor o director del proyecto.
- **Recurso Técnico:** programas de diseño gráfico, pinceles digitales, recursos para maquetación de interfaces
- **Recurso Tecnológico:** Laptop, internet, impresora, cartuchos de tinta, flash memory, etc.
- **Recursos bibliográficos:** Investigaciones bibliográficas, artículos científicos, libros especializados, fichas bibliográficas, etc.

## METODOLOGÍA DE BRUNO MUNARI

El proyecto de investigación se basó en el proceso de simplificación de problemas realizado por el investigador y diseñador industrial gráfico Bruno Munari el cual plantea un método proyectual basado en la resolución de problemas. Esta metodología se logró sistematizar la solución del problema de forma rápida.

### 12.3 Fases del Proyecto

**1- Problema:** Se seleccionan cual es el problema de la investigación

**2- Definición del problema:** Se realiza la pregunta de investigación

- 3- Definición y reconocimiento de sub problemas:** Se analiza el campo de los problemas para determinar consecuencias.
- 4- Recopilación de datos:** Se obtiene información del lugar de los hechos
- 5- Análisis de datos:** Se analiza el propósito para la solución del problema
- 6- Creatividad:** Se analiza la lluvia de ideas y el análisis de la factibilidad mediante un estudio de Branding
- 7- Materiales y Tecnología:** Se analiza los materiales y recursos tecnológicos como para la realización del proyecto.
- 8- Experimentación:** Se busca posibles soluciones con diferentes materiales
- 9- Modelos:** Se realiza bocetos, dibujos de construcción la maquetación de las posibles soluciones.
- 10- Verificación:** Se realiza pruebas de usabilidad con la finalidad de comprobar cada faceta del producto.
- 11- Dibujos constructivos:** Construcción de las soluciones
- 12- Solución:** Producto final, construcción de las soluciones.

## **EL PROBLEMA**

### **12.4 Situación actual del problema**

Se determinó mediante la encuesta realizada a la población laticungueña, como resultados de esta investigación se enfatizó que se desconoce la labor social del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán ubicado en Latacunga, a su vez existe desinformación de las actividades que realiza la institución, por lo que se necesita una gestión de diseño.

**Figura 1:** Fotografías de la institución



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

En la fachada de la institución se observa solo el nombre, no se observa el logotipo, en el exterior no hay rotulación ni letreros, no poseen manual corporativo para documentos formales, además la institución no maneja medios de comunicación digitales o plataformas web como el caso de página electrónica o redes sociales.

**Figura 2:** Logotipo Actual



**“HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN”**

*¡La caridad de Cristo Crucificado nos apremia!*

Juan Abel Echeverría N° 10-73 y Napo

Telf. 2800403

Latacunga - Ecuador

haieobraltg@hotmail.com

---

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

La identificación de la identidad actual de este instituto es tenue se maneja en colores grises y negros, sin una buena señalética del lugar, esta institución funciona en su mayor parte por donaciones voluntarias, y es de importancia lograr abrir la distribución de información a un público amplio, sin embargo esta no cuenta con una página web, ni manejo de redes sociales.

**Figura 3: Imagen Actual**

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

El logotipo actual es la de un anciano o adulto mayor y la tipografía con el nombre del lugar. No utiliza colores, da la impresión de ser un lugar triste y apagado, debido al nombre y a la imagen parece un hogar de ancianos solo para hombres.

## **DEFINICIÓN DEL PROBLEMA:**

### **12.5 Definición del problema en forma de pregunta**

¿Qué estrategias de gestión de diseño deben emplearse para dar a conocer a la población las necesidades del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán para incentivar a la ciudadanía a la toma de acción para cubrir sus necesidades?

## **DEFINICIÓN Y RECONOCIMIENTO DE SUB PROBLEMAS**

### **12.6 Sub problemas**

Los sub problemas se derivan en dos: los que son del diseñador y los que son de la institución. Para esto se observa el siguiente mapa que contiene 4 problemas que corresponden al área estética comunicacional, se realizaran las estrategias de diseño para las organizaciones sin fines de lucro (gestión en diseño en identidad corporativa y diseño e información de la comunicación.) y las dos

últimas son las consecuencias de estos problemas desde el punto de vista institucional.



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Se debe estipular los sub problemas que presenta la institución desde el punto de vista del diseñador, para esto se considera la comunicación gráfica y visual que se manejaba hasta la actualidad. En este punto se tomó en cuenta tres factores principales que mediante esta metodología se pretenderá resolver. Estos son la imagen de la institución, la carencia de un manual corporativo, la creación de una página web, y el escaso manejo de redes social. Estos produjeron sub problemas a la institución como son: la desinformación, el desconocimiento. Todo esto acarrea a que las donaciones por parte del público sean escasas.

## **RECOPIACIÓN DE DATOS**

### **12.7 Recopilación de información**

En esta etapa de la investigación se plantea obtener la información necesaria para la construcción una solución. Como primera parte se colocara la misión visión y objetivos que esta institución maneja.

#### **12.7.1 Misión del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán**

Brindar cuidado a los adultos mayores con alta calidad, técnica y científica, con respeto y paciencia, cimentados en ofrecer completos servicios de atención y contribuir al mejoramiento en la calidad de vida de nuestros residentes, propiciando su desarrollo integral en el campo físico, mental, intelectual y social, basada en el carisma Viceciano siendo una institución trasparente, eficiente y eficaz

#### **12.7.2 Visión del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán**

Ser la Institución líder en la presentación de servicios asistenciales a los adultos mayores en la provincia de Cotopaxi, por su elevado nivel de conocimiento científico en el anejo de adultos mayores, para la prevención y control de dolencias físicas y mentales propias de la ancianidad

#### **12.7.3 Información relevante**

Hogar de ancianos Estupiñan, está por cumplir 104 años al servicio integral del adulto mayor, Fue fundada el por el señor Pantaleón Estupiñan un 24 de enero, con la finalidad de proveer de un techo a los necesitados. Es un hogar geriátrico con experiencia, situado en la ciudad de Latacunga- Ecuador, estructurado para una atención integral con los siguientes servicios.

#### **12.7.4 Servicios**

- Terapia física
- Terapia ocupacional
- Trabajo social

- Psicología clínica
- Asistencia médica- Enfermería
- Alimentación
- Asistencia de peluquería
- Atención espiritual, misa confesión comunión

#### **12.7.5 Dirección del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán**

- Juan Abel Echeverría No. 10-73 y Napo
- Telf. 032 800-403
- E-mail: heieltg2014@hotmail.com
- Latacunga-Ecuador
- 0958941666
- Sor Mónica Guilcaso

Esta información permitió conocer que es lo que desea transmitir la institución al público, la institución es sin fines de lucro, por lo que el diseño social como estrategia se debe aplicar, de este modo estrechar los lazos con la ciudadanía. Otro aspecto que se debe analizar son los datos técnicos y operacionales, por lo que en la siguiente etapa se analizara la factibilidad.

### **ANÁLISIS DE DATOS**

Propósitos de la investigación en base a la solución de los problemas

#### **12.7.6 Propósito de la nueva marca**

Se debe tomar en cuenta que es lo que se quiere lograr. En el caso de la necesidad de la institución es fomentar a la ciudadanía Latacungeña la realización de aportes voluntarios o donaciones hacia el asilo de ancianos, por tanto se debe enfatizar la propuesta hacia una perspectiva social, mostrar a la ciudadanía que se debe de cuidar al adulto mayor. También se debe solucionar factores como: cambiar la cromática del logotipo, mostrar modernidad, integración social,

positivismo, tranquilidad y amor y que es un instituto unisex esto es parte de la gestión en diseño en identidad corporativa

### **12.7.7 Propósito de la Página Web**

Debido al aumento de la tecnología y el alcance comunicacional, la generación de una página web es primordial. Esta permitirá transmitir información de forma veraz y oportuna directamente al público objetivo, esta información no solo será escrita sino visual, por medio de fotografías, videos. Además se puede actualizar y mantener informada a la ciudad los por menores de la institución, la ciudadanía podrá reconocer fácilmente a la institución y su labor de este modo obtener donaciones abriendo el público objetivo, sobretodo se obtendrá respuestas directas de los usuarios, permitiendo comentar y realizar preguntas esto es parte de la gestión del diseño.

### **12.7.8 Propósito del uso de redes sociales y spot publicitario**

Como propósito del uso de redes sociales en el proyecto de investigación se enfatizara la relación social que debe tener la institución hacia la ciudadanía. De este modo lograr posicionar en la web la imagen institucional al ser identificada por los usuarios no solo de la ciudad de Latacunga sino también de todo aquel que necesite un asilo de ancianos. En definitiva se amplía los beneficios comunicacionales utilizado este recurso multimedia. En el caso del Spot se podrá evidenciar este video en diferentes medios desde las redes sociales como en uno de los buscadores que se encuentra a nivel mundial el cual es YouTube. El spot permitió evidenciar la labor que ejerce esta entidad. Estas propuestas unifican todos estos conceptos con la finalidad de mejorar el modo de vista de esta institución hacia la ciudad, esta estrategia se usa para lograr la gestión de la estética visual y comunicativa del Hogar de Ancianos Estupiñan esto es parte de la gestión del diseño en información y comunicación.

## CREATIVIDAD

En la metodología de Bruno Munari se establece una etapa completa con respecto a la creatividad. Para lograr una solución posible se debe de establecer una solución a los sub problemas, esto se verá en el siguiente mapa que está basada en la gestión de la estética visual y comunicativa del Hogar de Ancianos Estupiñan lo que corresponde a la gestión del diseño y búsqueda de oportunidades usando la lluvia de ideas.

### 12.8 Lluvia de ideas



Elaborado por: Stalin Chiluisa

En la lluvia de ideas se puede establecer las posibles soluciones para cada fase, se realizó la lluvia de ideas en forma de mapa conceptual, el mismo que

contiene sub-etapas este proyecto realizó un proceso desde lo inductivo a lo deductivo, por tanto la reestructuración de la marca es el primer paso para la solución del problema, posterior a esto se realizó el manual de identidad, la creación de una página web y como recurso comunicacional un Spot.

### 12.8.1 Estudio de Branding,

Analiza cómo se relacionan estos sub problemas entre sí, mencionando las posibles soluciones. Anqué esta es una estrategia usada a la vez en el estudio de mercado forma parte de la gestión de diseño para la creación del concepto de identidad corporativa.



Elaborado por: Stalin Chiluisa

El Branding es una estrategia de mercadotecnia que permitió la construcción de una marca, a su vez la vinculación con diferentes áreas del diseño para lograr

una comunicación eficaz, mediante un impacto visual. De esta forma utilizar la página web para la transmisión de esta información.

## MATERIALES Y TECNOLOGÍA

### 12.9 Materiales y Tecnologías para la gestión del Diseño.

En esta etapa como Munari establece que se debe estipular los elementos que permitió la solución del problema. En este caso para la construcción del manual corporativo, la creación de una página web y del Spot.

En esta se coloca lo necesario para la ejecución.

**Tabla 32:** Materiales y Tecnologías

<b>POSIBLES SOLUCIONES</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>TECNOLOGÍAS</b>
<b>Construcción de la Identidad y marca</b>	Lápiz, papel, hojas, para la realización de bocetos.  Fotografías como referencias del lugar.	Software de Ilustración Digital para la sectorización y construcción del logotipo institucional.
<b>Construcción de una Pagina web</b>	Lápiz papel, hojas, para la construcción de bocetos.  Fotografías que se encuentren dentro de la página web.	Software para la construcción de la página web, software para edición fotográfica.
<b>Construcción de una Fan Page manejo de redes sociales.</b>	Esquema de redes sociales, fotografías, información referente a la institución	Redes sociales, creación de usuarios.
<b>Construcción de un spot publicitario</b>	Guion Literario, cámara, micrófono	Software para edición de Audio y Video.

Elaborado por: Stalin Chiluisa

Estos materiales y tecnologías permitieron la ejecución práctica del proyecto. Se debe considerar que el proyecto se desarrolla en su mayoría de manera digital, además se debe experimentar en algunas etapas de la investigación.

## EXPERIMENTACIÓN

En esta etapa se realizó experimentos de las posibles marcas, y variaciones en la página web. Con la finalidad de obtener mejores resultados.

### 12.10 Experimentación de marca:

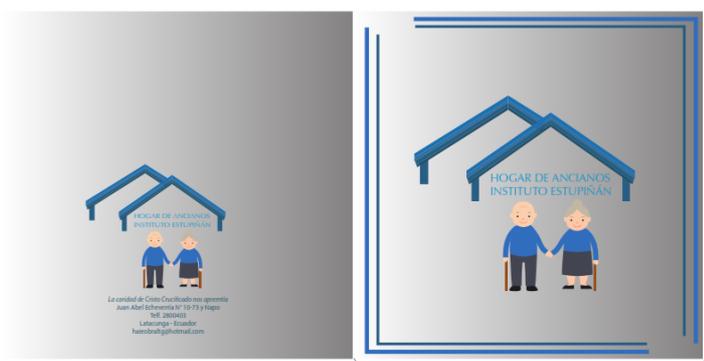
**Figura 4:** Experimentación ideas de la marca



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

En la experimentación de la marca se realizaron varios cambios con respecto a los estilos de la marca de este modo se determinó fallas comunicacionales, en color y forma. Estos ejemplos permitieron desarrollar el producto final.

**Figura 5:** Experimentación del manual



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Figura 6:** Experimentación Página web

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Esto permitió conocer las fallas y las oportunidades de la realización de estos elementos gráficos, se pudo determinar que la marca necesitaba ser realizada mediante iconografía, y que se debe utilizar los colores que representan la institución. La página web también necesita ser dinámica con organización en los contenidos. Para realizar todos estos cambios el proceso de modelos es el oportuno.

## MODELOS

Los modelos de la propuesta se realizó a escala real, en este caso los modelos son los diferentes procesos que se realizaron para la obtención del producto final o la solución. En esta etapa se plasma los conceptos en forma de bocetos o esquemas.

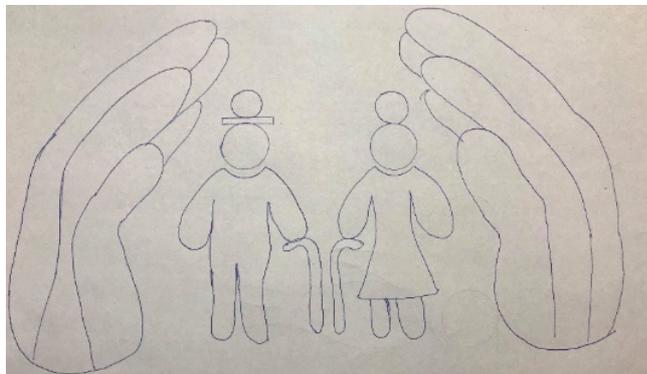
### 12.11 Bocetos

#### 12.11.1 Boceto de la marca

Para el boceto de la marca se realizó una ilustración sencilla que incluye la imagen de una pareja de ancianos de frente como señal de respeto y tranquilidad, además incluye la figura de una mujer. Los bocetos se realizaron a mano, con lápiz

y papel, se utilizaron líneas sencillas, figuras geométricas. El trazo es libre se realizó para plasmar de forma rápida la ilustración.

**Figura 7: Boceto de la marca**



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### 12.11.2 Construcción de la marca

Para la construcción de la marca se tomó en cuenta el significado de las cosas que componen la identidad del logotipo. Entre estos están los siguientes:

- **Adultos mayor hombre y mujer:** Esta imagen permitió identificar las personas que se benefician de esta institución, Se usó una abstracción iconográfica de color naranja.
- **Nombre del establecimiento:** El nombre no puede variar por ser una institución con norma jurídica. Se ha seleccionado la tipografía y el color.
- **Manos en forma de techo:** Protección y seguridad se asemeja al techo de la institución y manteniendo ese color.

### 12.11.3 Vectorización de la marca

Este boceto se construyó por medio de una abstracción del cuerpo de un hombre agarrando su bastón, para esto se construyó dos figuras simétricas pero la una con rasgos femeninos, y la otra con rasgos masculinos, dando realice en el sombrero del hombre y el cabello en forma de moño de la mujer.

**Figura 8:** Logotipo Institucional



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Boceto fue realizado mediante brochas digitales para dar un toque de sencillez se está utilizado un color naranja para dar un toque moderno que impacte a simple vista, se usó azul como signo de tranquilidad, la iconografía para facilitar la elaboración de BTL (material publicitario) en la marca.

#### 12.11.4 Tipografía de la marca

**Figura 9:** Construcción Tipográfica

INSTITUTO  
ESTUPIÑÁN  
HOGAR DE ANCIANOS

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

La construcción de la tipografía se encuentra el nombre de la institución el cual no se puede cambiar al ser una entidad con registro oficial, y la función que cumple al ser un hogar de ancianos.

**Figura 10:** Familia Tipográfica

Trajan Pro Blod

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**1234567890**

**.,:;\_! ”, \$%&/()=?¿ \*^` +“Ç**

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

La familia tipográfica es la Trajan Pro Bold que se utiliza al ser una tipografía con san Serifo que expresa seguridad firmes, es legible y a su vez formal, eficaz para instituciones y utilizada en varias para páginas web al ser legible en dispositivos electrónicos.

### 12.11.5 Construcción de la retícula

**Figura 11:** Retícula de la Marca

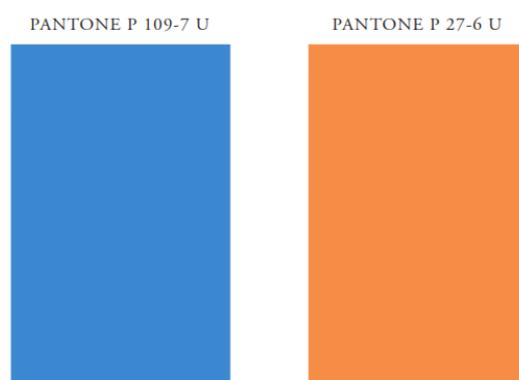


**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Para la Composición de la marca se utilizó una retícula modular, se estableció líneas guías para la construcción de la retícula. Esta es la última variable de la construcción de la marca, La retícula se realizó una medida de 0,5mm, con una medida total de 20cm x 9cm, con una medida mínima de 3 cm x 5cm, se tomó la distancia entre letra y letra la medida de X.

#### **12.11.6 Cromática de la marca**

**Figura 12:** Cromática de la marca



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

La cromática de la marca utiliza dos colores el naranja que se basa en la infraestructura de la institución, en específico en el techo y el color de las paredes que se distingue desde la calle principal. El azul por el uniforme que distingue a las hermanas de la caridad, las mismas que cumplen administra esta institución. Para el color se emplearon pantones de ilustración que permitió abaratar los costos en la impresión.

#### **12.11.7 Modelo para la construcción de la página web**

Para esta etapa es necesario reunir gran cantidad de información, esta información se obtuvo mediante las entrevista a profundidad realizada a los encargados del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, donde se obtuvo información de su fundación, sus valores como institución, las actividades que realizan, etc.

Para esta etapa se realizan las siguientes preguntas:

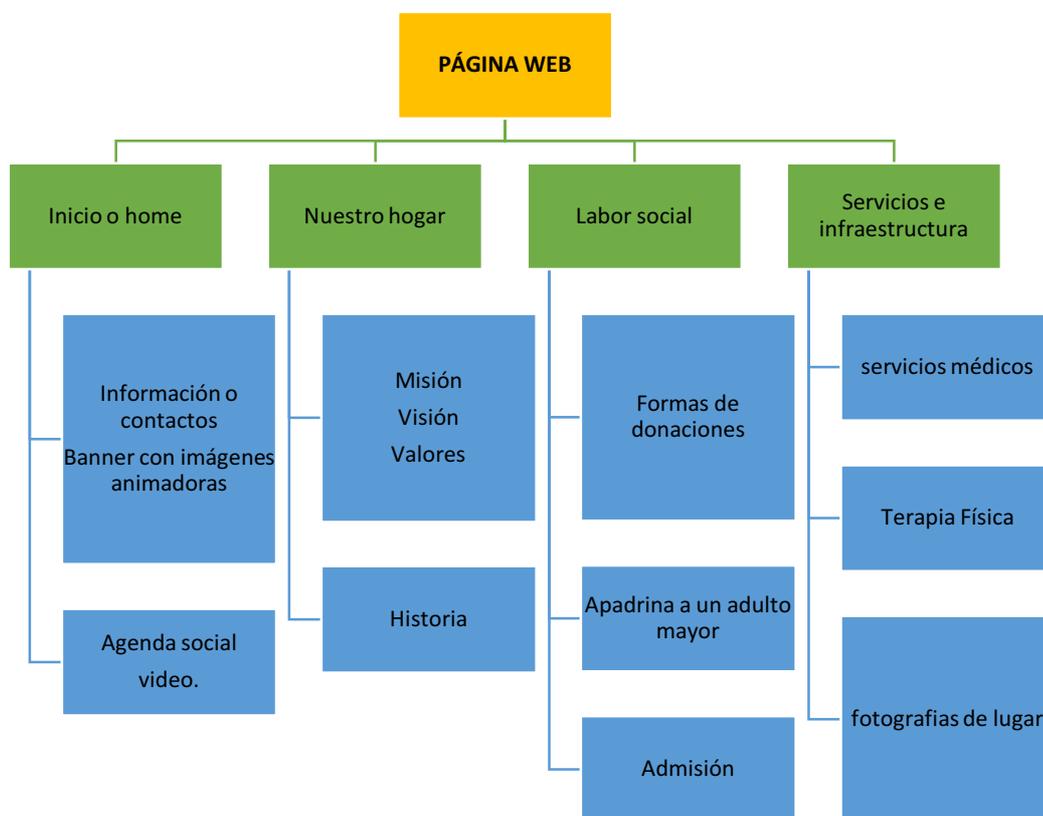
**Tabla 33:** Etapa de recolección de datos

<b>PASOS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>PROPÓSITO</b>	¿Cuál es el propósito del Sitio? ¿Qué tipo de servicio estoy brindando?	Esta plataforma informativa conocida como sitio web tiene el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía la labor social que este ancianito realiza. En este se detallan los valores, misión y visión
<b>OBJETIVOS</b>	¿Qué quiero que hagan mis visitantes al ver el sitio?	El objetivo del sitio es lograr obtener donaciones o apadrinamiento para estas personas.
<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	¿A quién estoy tratando de llegar?	A la ciudad de Latacunga especialmente a adultos que oscilan entre 25 a 42 años que puedan apoyar de diferentes maneras tanto económica, como material.
<b>CONTENIDOS</b>	¿Qué tipo de información se difundirá?	Información de la residencia, información de la Admisión, Labor social, infraestructura, etc.

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### 12.11.8 Modelo de la página web

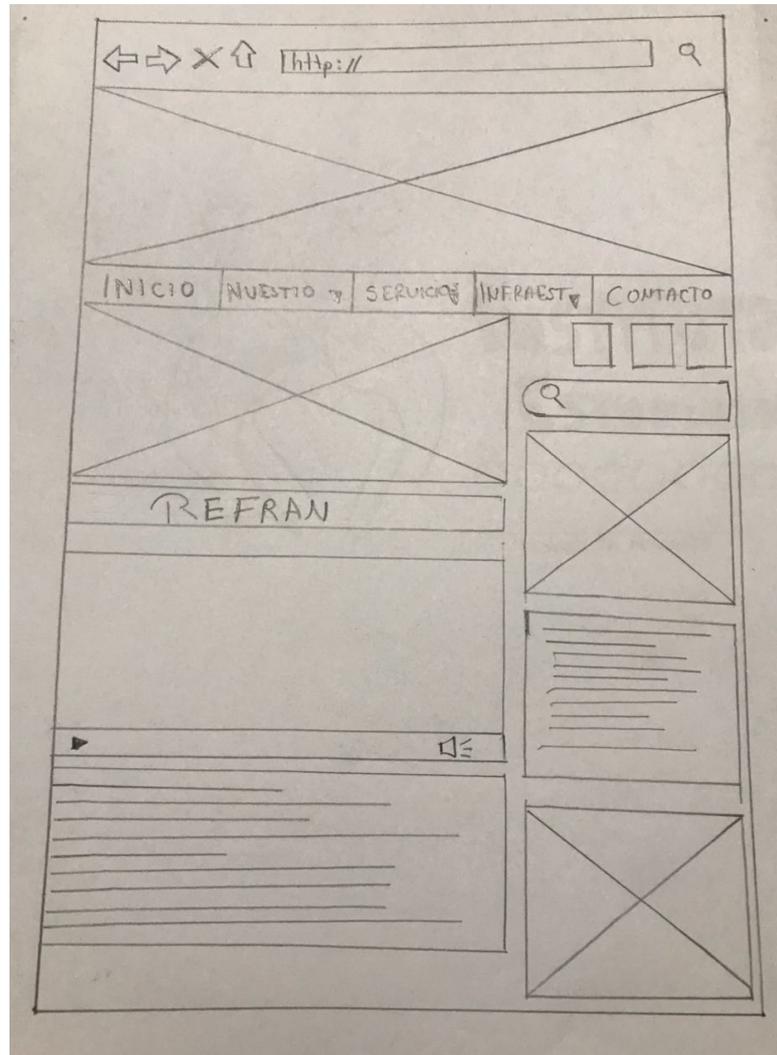
**1.-Creación del mapa de sitio:** El mapa de sitio de la página web tomó el contenido de la información y se ordenó su contenido. El mapa de sitio de la página web es la siguiente.



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Este mapa de sitio se desarrolla en vételes en el nivel uno para el nombre de la página, los botones verdes indican las ventanas, pestañas que tendrá la aplicación y el nivel azul la sub-información, o el contenido de cada ventana. De este modo realizar un sistema de navegación homogéneo que sea sencillo y fácil de manejar

**2.- Creación de Bocetos de la página web:** En esta sección se realiza un boceto básico del sitio web para esto se utilizó el Layout el mismo que se construyó con el uso de lápiz y papel como prototipo de baja fidelidad.

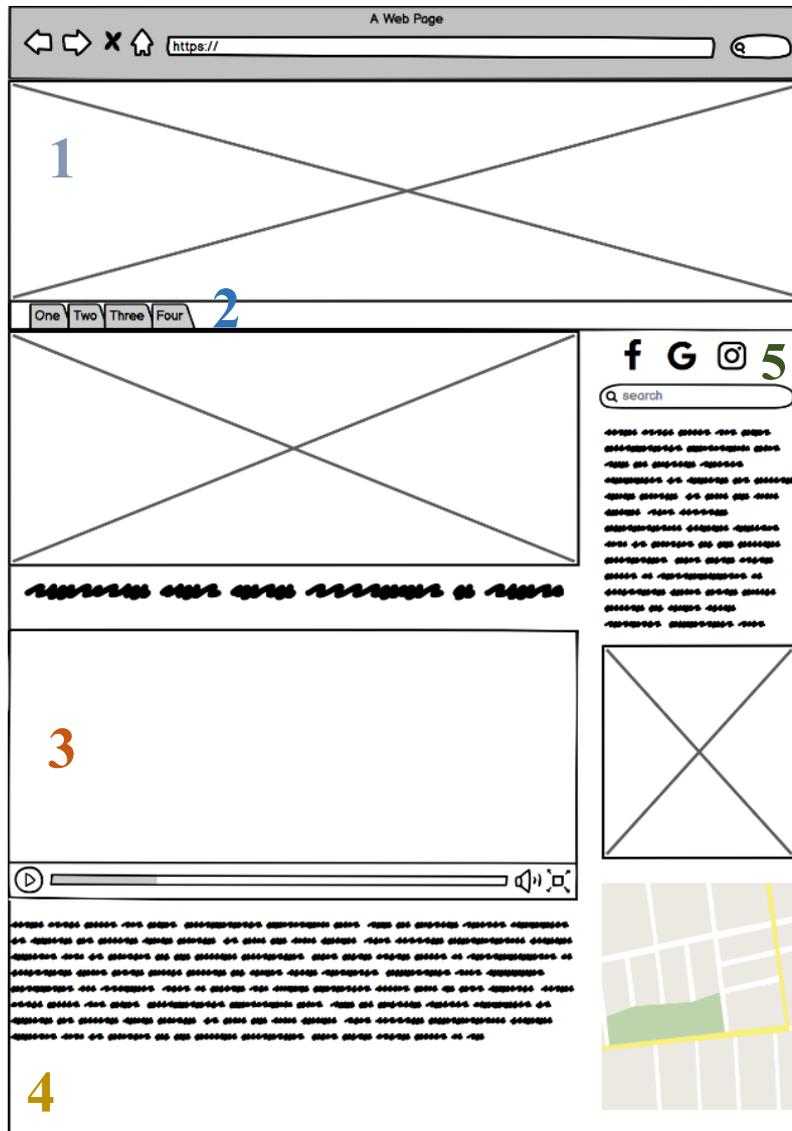
**Figura 13:** prototipo de baja fidelidad.

Elaborado por: Stalin Chiluisa

### 3.- Wireframes en la página web

Para la construcción de la página web se consideró la utilización de la herramienta Balsámic la misma que es gratuita y permitió la simulación de la información al generar botones y contenido. La simulación del uso de esta plantilla se muestra en la etapa verificación.

Figura 14: Maquetación



- 1.- Banner
- 2.- Botonera
- 3.- Contenido
- 4.- Video o spot
- 5.- Redes sociales

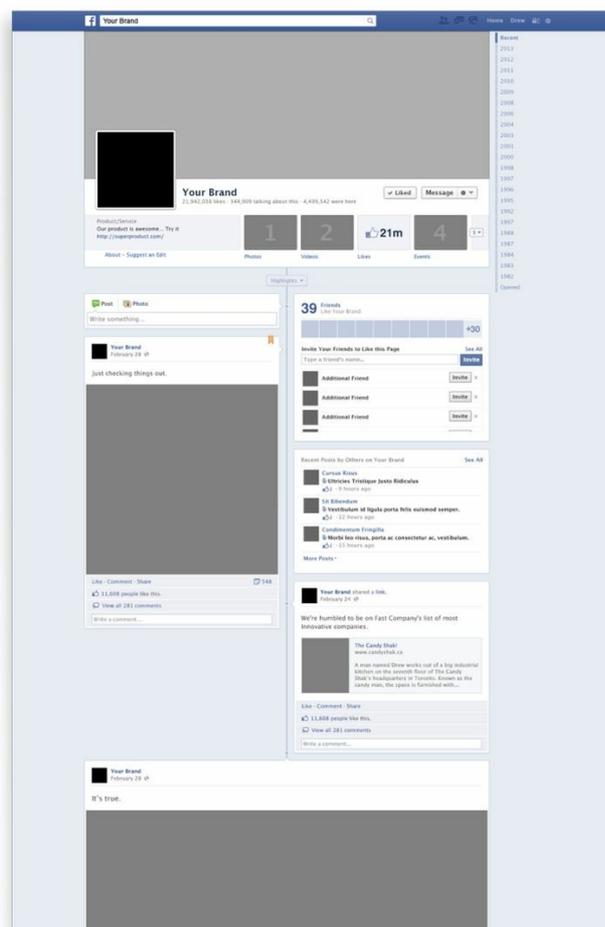
Elaborado por: Stalin Chiluisa

Se realizó la estructura mediante figuras geométricas sencillas, este proceso una herramientas digitales de maquetación. Como elementos de la página web se encuentran: las fotografías, el texto, el mapa de sitio, los botones, la cabecera donde se coloca la información y la identificación de la imagen visual de la página web, redes sociales y el spot.

### 12.11.9 Maquetación para Redes sociales

Las red social que se utilizó fue el Facebook. Al finalizar la página web se realizara el lanzamiento de esta mediante las redes sociales.

**Figura 15:** Maquetación de las redes sociales



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Esta se realizó con la finalidad de dar a conocer a los ciudadanos la labor de esta obra, además se publicara información que anime a la sociedad a realizar donaciones.

### 12.11.10 Spot publicitario

El spot publicitario se realizó como parte de la gestión de los contenidos englobando al Branding, de esta manera incentivar a la comunidad latacungueña que ingrese en nuestra página web o en las redes social información visual. El spot dura 2mm, se realizó en programas de edición visual, tanto el audio como el video.

### **12.11.11 Guion literario del Spot**

El Spot contendrá imágenes de las actividades que se realizan en esta institución, inicia con una introducción, la misma que menciona breves rasgos del asilo de ancianos. Esta narrativa se menciona a continuación.

Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, está por cumplir 104 años al servicio integral del adulto mayor, Fue fundada el por el señor Pantaleón Estupiñán un 24 de enero, con la finalidad de proveer un techo a los necesitados. A cargo de esta obra se encuentran en la actualidad la compañía hijas de la caridad, quienes brindan albergue y ayuda a 65 adultos entre hombres y mujeres, los mismos que se cuidan con entrega y fervor. Esta institución se maneja a base de donaciones las mismas permitió realizar actividades recreacionales, dar albergue, alimentación y cuidado médico. Para saber cómo apadrinar a un adulto mayor ingresa a nuestra página web [www.InstitutoEstupiñan.com](http://www.InstitutoEstupiñan.com) en la sección Labor social podrá encontrar información para ser voluntario o realizar donaciones económicas o materiales Todos podemos apoyar a esta noble causa, sus donaciones brindan un futuro mejor y dan alegría a sus rostros. Sé un donante ellos te lo agradecerán. (Elaborado por Stalin Chiluisa.)

Para la realización del spot publicitario la investigación de campo recolecto esta información

## VERIFICACIÓN

### 12.12 Pruebas de la marca

**Figura 16:** Pruebas de la marca en uniformes



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Mediante esta prueba se puede destacar que el logotipo de la marca se identifica de maneras adecuada, se puede ver claramente que se podrá usar en uniformes y en papelería oficial de la institución de este modo se puede reconocer que la identidad de la institución se ha recuperado.

**Figura 17:** Pruebas de la marca en documentación

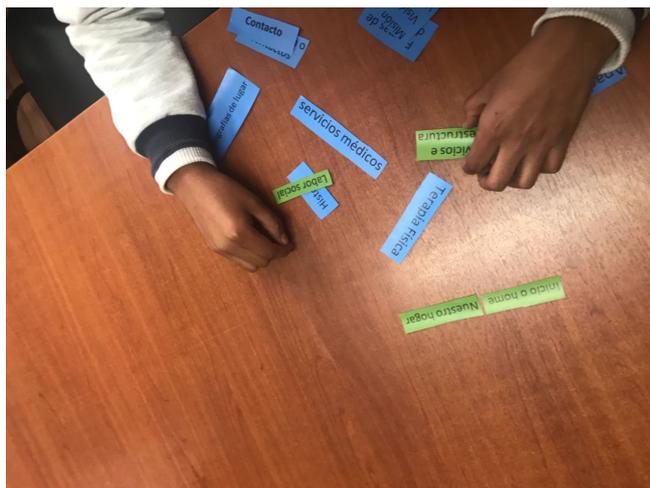
 <p><b>INSTITUTO ESTUPINÁN</b> HOGAR DE ANCIANOS</p> <p>La ciudad de Cuito - Cercado nos apasenta Juan Abel Echeverría N° 10-73 y Napo Telf: 280040 Latacunga - Ecuador latacubaig@hotmail.com</p>		<p>Ruc: 0987592948001</p> <p><b>FACTURA</b> <b>00000001</b> 0987592948001</p>	
<p>Cliente: _____ Fecha: _____</p> <p>Ruc: _____</p> <p>Dirección: _____</p>			
N	Descripción	V. Unitario	V. Total
<p>Estamos obligados a llevar contabilidad tributaria para cumplir con el estado</p>		<p>Sub Total</p> <p>Descuento</p> <p>Iva 12%</p> <p>Total</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>Autorizado _____ Recibe _____</p>		<p>La imprenta tiene toda la autorización para hacer estos factureros. Estamos obligados a llevar contabilidad tributaria</p>	

**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### 12.13 Pruebas de la página web

**Pruebas de la arquitectura de la información mediante el Card Sorting:** esta prueba permitió categorizar el contenido del sitio y ubicarlos de acuerdo a los usuarios de este modo crear mapas de navegación.

**Figura 18:** Prueba del Card Sorting



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

En esta prueba se pudo establecer la ubicación de la información con respecto al pensamiento del usuario, este colocó las tarjetas que conforman el esquema de información de manera adecuada, por tanto se comprueba que la arquitectura de la información se encuentra correctamente diseñada.

**Figura 19:** Prueba Card Sorting



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Pruebas de la arquitectura de la información mediante pruebas beta de Layout:** Se identifican la interacción de la página web, este ejercicio se realizó con los posibles usuarios, esta prueba se debe hacer con el producto diagramado en blanco y negro.

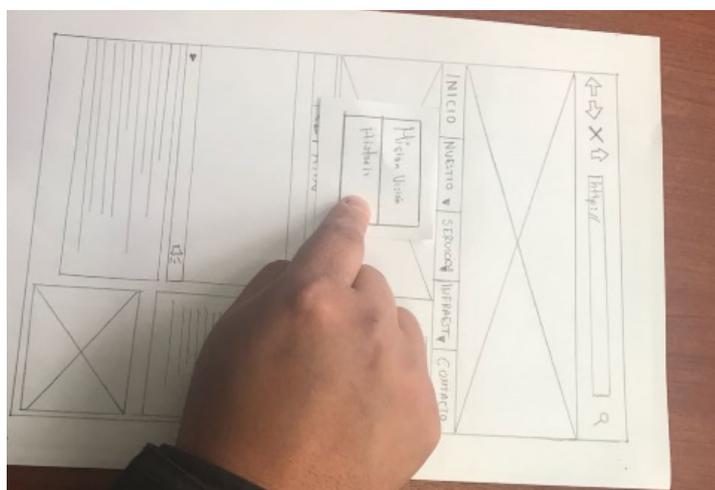
**Figura 20:** Pruebas beta de Layout



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

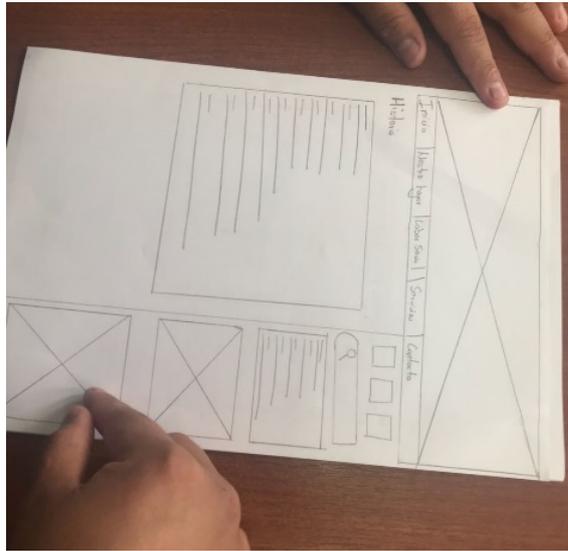
En esta prueba se ubicó la información diagramada en por medio de lápiz y papel, se procedió a pedir al usuario que interactúe con la pagina indicándole que toque botones o realice pruebas específicas como seleccionar la misión y visión.

**Figura 21:** Prueba Card Sorting



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

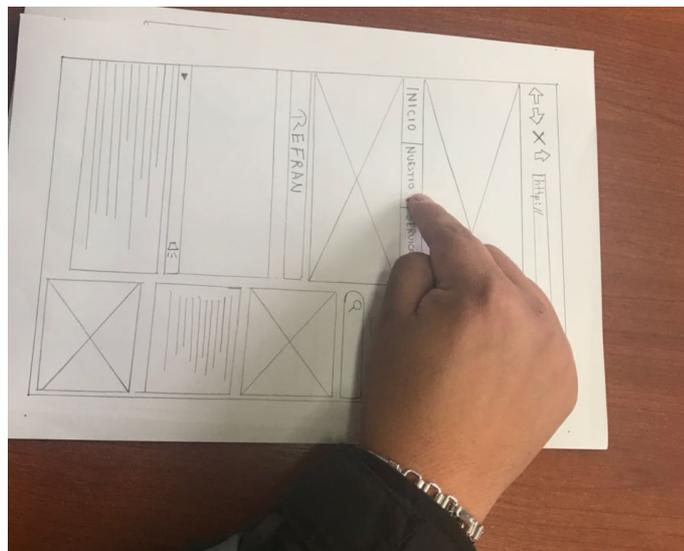
**Figura 22:** Pruebas beta de Layout



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

Para que la prueba funcione se utilizó ventanas emergentes realizadas en papel que den semejanza al movimiento. De este modo se puede establecer movimientos mediante diferentes funciones. Se puede colocar un contenido para que el usuario retroceda y adelante la información.

**Figura 23:** Prueba Card Sorting



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

En esta prueba se pudo comprobar que se necesita identificar y destacar la botonera para que el usuario ingrese directamente a la página web. El video o spot

debe verse en la primera ventana de la página, y se utilizará un slogan que llame la atención.

**Pruebas de la arquitectura de la información mediante pruebas beta de Wireframe:** Se identifican la interacción de la página web, este ejercicio se realiza con la maquetación real de la página web en este caso se imprime la construcción de la página antes de ser subida a la web.

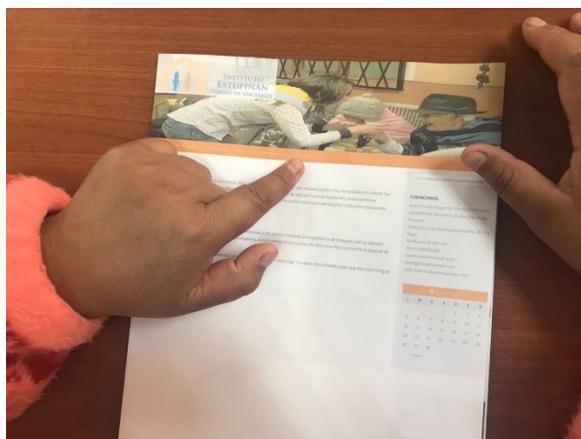
**Figura 24:** Pruebas beta de Wireframe



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

En esta prueba pregunto al usuario si podía identificar la información y se realizó una simulación de las acciones del usuario. Además si puede visualizar toda la información mediante una lectura rápida.

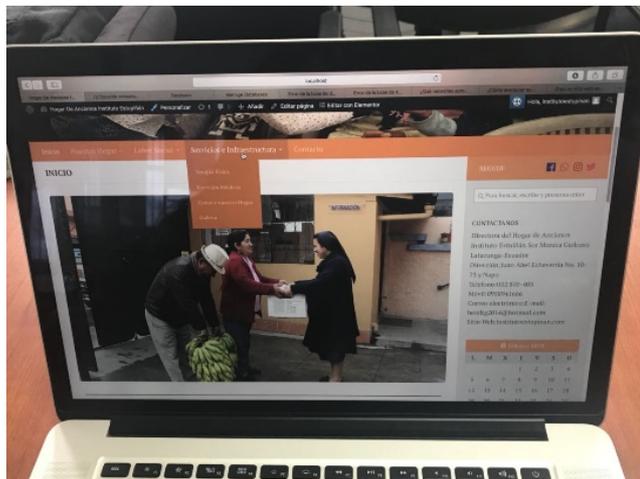
**Figura 25:** Pruebas usabilidad con Wireframe



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Pruebas de la arquitectura de la información mediante pruebas moderadas:**  
Tareas encomendadas a un usuario para probar funciones específicas, estas pruebas se registran en video.

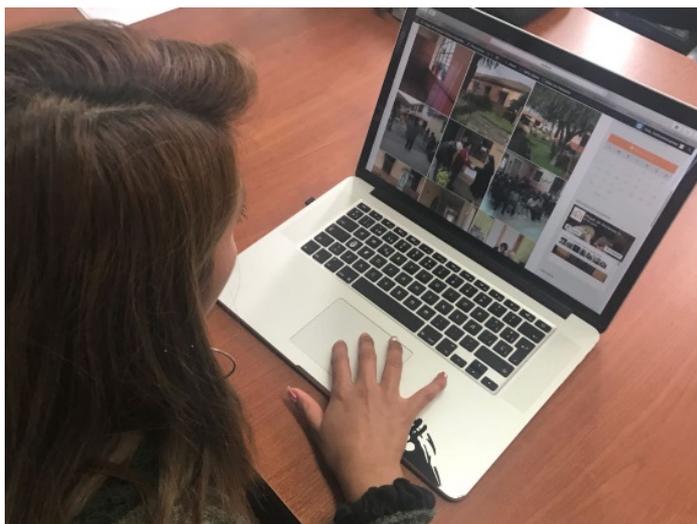
**Figura 26:** Pruebas moderadas



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

En esta prueba permitió recopilar información con respecto a la usabilidad de la aplicación mediante video y grabación de las acciones del usuario estas pruebas permitió identificar la solución final del producto.

**Figura 27:** Pruebas mediante video



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

## DIBUJOS CONSTRUCTIVOS

### 12.14 IMAGEN CORPORATIVA

#### 12.14.1 Reconstrucción de la marca.

Como etapa previa a la construcción de la imagen del proyecto fue necesario establecer una reestructuración de la marca, la misma que comenzó con el análisis de la marca anterior para concluir él porque es necesario cambiar la marca actual.

#### 12.14.2 Gestión del diseño en Posicionamiento

Luego de la creación de la marca y la elaboración del manual institucional es necesario mostrar la marca a la ciudadanía, en la actualidad lo que se utiliza es el entorno digital como el caso de las redes sociales, las plataformas digitales y el spot publicitario que brinde la oportunidad de conseguir patrocinadores. El manual corporativo se realiza con la finalidad de establecer un estilo institucional, el cual debe ser aplicado en todo elemento tanto en la papelerera (oficios, facturas, tarjetas de presentación), como en los uniformes y en la señalética de la institución.

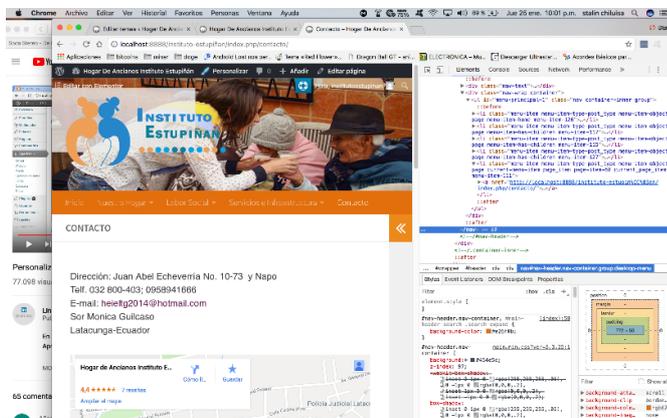
**Figura 28:** Construcción de manual



Elaborado por: Stalin Chiluisa

### 12.14.3 Primera composición de la página web

**Figura 29:** Elaboración de la página web



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

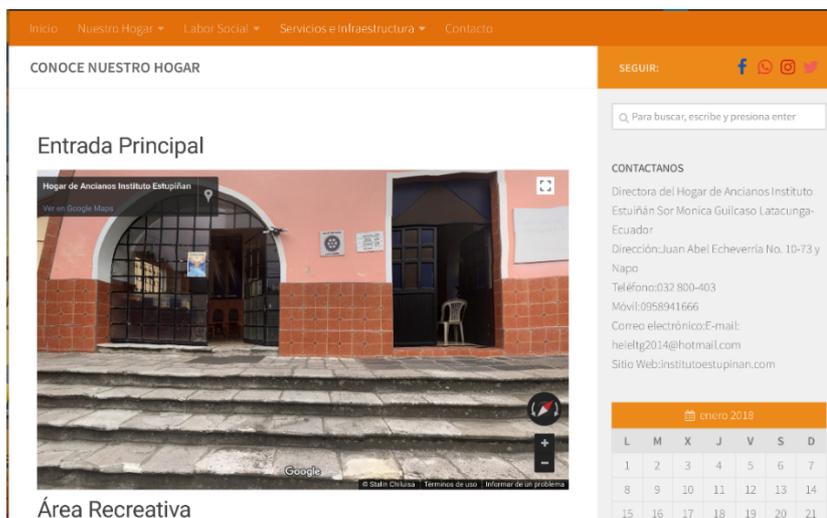
Parte de la creación de la página web se realizó mediante la construcción de información por medio de estilos y herramientas en el programa wordpress, donde las herramientas de diseño son las construcción de entradas y la estética de la página maneja el color de la marca o identidad. En esta etapa Bruno Munari hace referencia a la solución sencilla, se establece la simpleza de la página web con los elementos reales.

**Figura 30:** Pagina web



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**Figura 31: Conoce nuestro hogar**

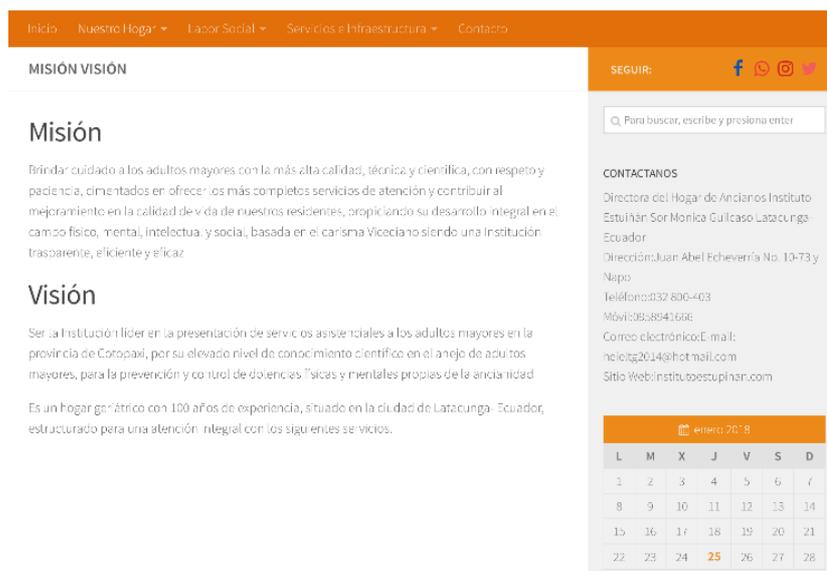


**Elaborado por: Stalin Chiluisa**

### 12.14.3.1 Etapa 3: Diseño

En la etapa de diseño se cuenta con todos los elementos indispensables para la página web, en esta se puede usar un simulador, aparte de los programas de diseño útiles para la gestión de contenidos.

**Figura 32: página web**

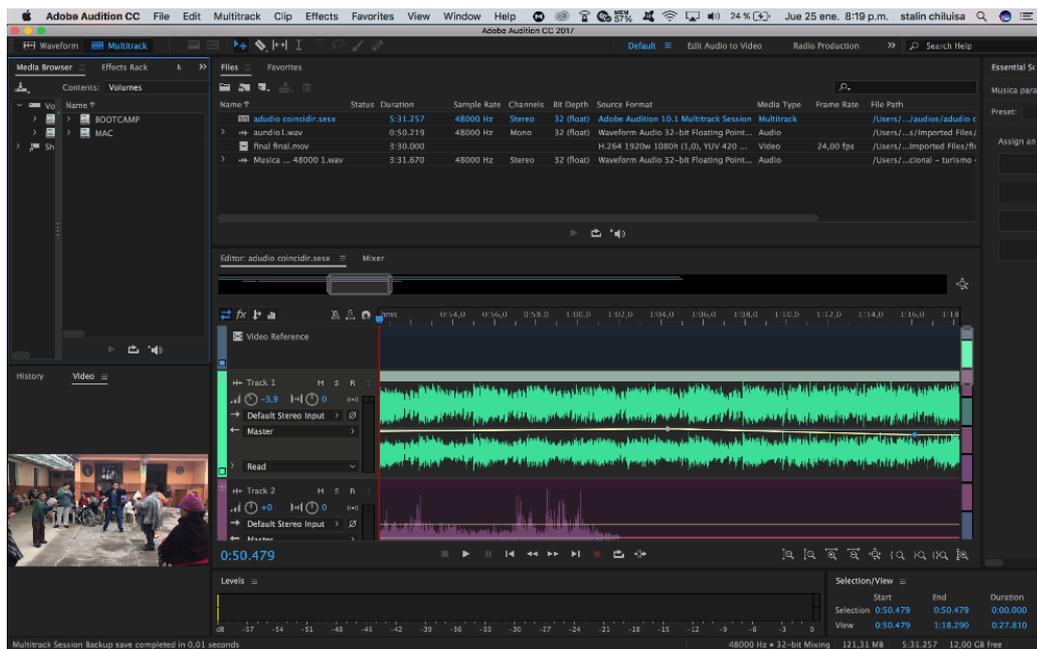


**Elaborado por: Stalin Chiluisa**

### 12.14.4 Construcción del Spot

El spot publicitario se realizó como parte de la gestión de los contenidos englobando al Branding, de esta manera incentivar a la comunidad latacungueña que ingrese en nuestra página web o en las redes social información visual.

**Figura 33:** Edición de Audio



Elaborado por: Stalin Chiluisa

El spot dura 2mm, se realizó en programas de edición visual tanto el audio como el video. Este video se expondrá en las redes sociales, en un canal vía YouTube

**Figura 34:** Edición de Audio



Elaborado por: Stalin Chiluisa

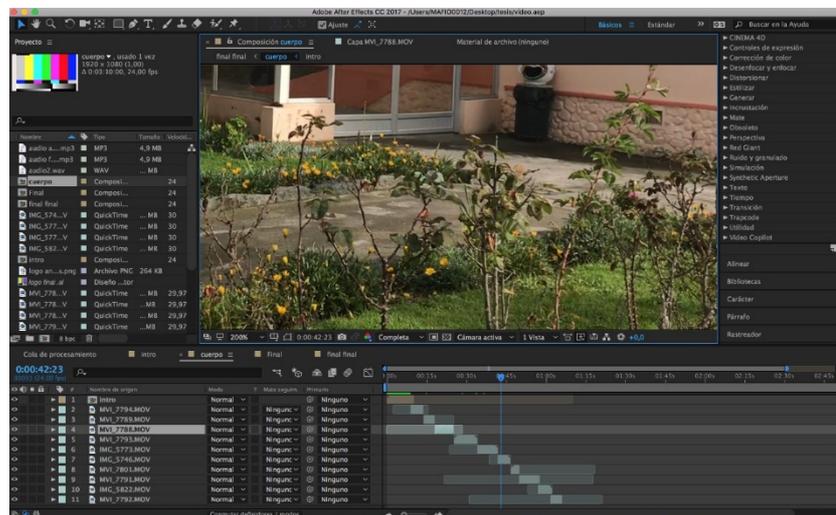
**Figura 35: Edición de Video**



**Elaborado por: Stalin Chiluisa**

Se realizó grabaciones de las actividades que realiza este hogar de ancianos, se realizó la fusión de los videos donde se cortó y edito para obtener un producto final. La imagen y marca del asilo se incluyó en este material audiovisual.

**Figura 36: Edición de Video**

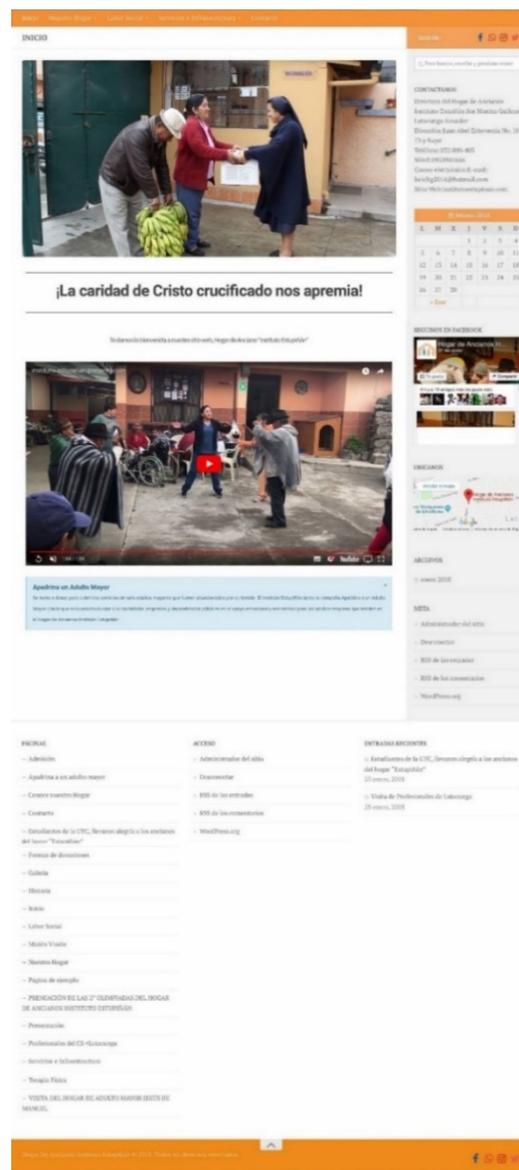


**Elaborado por: Stalin Chiluisa**

## SOLUCIÓN EL PRODUCTO FINAL

**12.15 Página web completa:** En esta se coloca toda la información obtenida mediante la recolección de datos, en esta se coloca el Spot, las fotografías y la construcción de la información.

**Figura 37:** página web



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

**12.16 Redes sociales completa:** En esta se coloca toda la información obtenida mediante la construcción de datos en esta se coloca el Spot, las fotografías y se enlaza a la página web.

**Figura 38:** Redes sociales



**Elaborado por:** Stalin Chiluisa

### 13 IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS):

Los impactos de la investigación se analizan en primera instancia los aspectos técnicos, los mismos que se destacan en conocimientos plasmados en la investigación, estos se manifiestan con la gestión de contenidos al realizar múltiples facetas para la reconstrucción de la identidad del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán. Con la creación de este proyecto de investigación se generan antecedentes como fuente bibliográfica para nuevos proyectos.

La investigación mantiene otro impacto el de carácter social al mantener como centro de la investigación y objetivo la creación de una página web con contenidos visuales para lograr el aporte de la ciudadanía hacia el hogar de ancianos por medio de donaciones, esto se logró por medio de la reconstrucción de la identidad, la creación de una página web, y el aporte del uso de redes social en las que se incluye un spot publicitario.

## 14 PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Para la investigación se realiza el costo detallados de los gastos indirectos como directos con un porcentaje para imprevistos. En la investigación se analiza los recursos tanto administrativos como los recursos tecnológicos.

### 14.1 Costos Directos:

**Tabla 34:** Costos directos

RECURSOS	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
<b>Materiales suministros</b>	3	Resmas de papel INEN A4	5.30	15.90
	4	esferos	0.30	1.20
	4	lápices	0.50	2.00
	1000	Copias	0.05	50.00
	1	Perforadora	4.00	4.00
	1	Grapadora	20,00	20.00
	2	Boceteros	2,50	5.00
	1	Resaltador	1,00	4.00
<b>Tecnológicos</b>	100	horas de Internet	0.80	80.00
	4 días de trabajo	Horas – Tiempo, bocetaje	20 dólares el día	80.00
	10 días de trabajo	Horas – Tiempo, Ilustración	20 dólares el día	200.00
	30	Horas diseño-creatividad	20 dólares el día	600.00
	2	Software informáticos	100.00	200.00
	10 días de trabajo	Servicio De hosting y diseño Web	20 dólares el día	200,00
<b>TOTAL</b>				<b>2182.10</b>

Fuente: Stalin Chiluiza

## 14.2 Costos indirectos

**Tabla 35:** Costos indirectos

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO (\$)</b>	<b>VALOR TOTAL (\$)</b>
<b>Alimentación</b>	60 Días de trabajo para dos personas	2.00\$	120.00
<b>Trasporte</b>	250 Días de trabajo para dos personas	0.60\$	150.00
<b>Comunicación</b>	250 Días de trabajo para dos personas	1.00\$	250.00
<b>TOTAL</b>			<b>520.00</b>

Fuente: Stalin Chiluisa

## 14.3 Costos generales:

**Tabla 36:** Costos Generales

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL (\$)</b>
<b>Gasto directos</b>	2182,10
<b>Gastos indirectos</b>	520,00
<b>10% de imprevistos</b>	270,21
<b>TOTAL</b>	<b>2972,31</b>

Fuente: Stalin Chiluisa

## **15 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:**

### **15.1 Conclusiones**

La gestión de diseño integra varios elementos desde la metodología hasta la integración de elementos tecnológicos, en la investigación se aplicaron técnicas de información y comunicación por medio de la página web, el spot y la creación del manual corporativo y las redes sociales que permitieron conocer la labor del Instituto Estupiñan para concienciar a la población Latacungueña.

Se analizó la labor que realiza el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñan para determinar el nivel de concientización de la ciudadanía sobre esta problemática social, esto se logró por medio de la realización de entrevistas de campo, se indagó la percepción de la ciudad de Latacunga hacia el Instituto Estupiñan por medio de una encuesta la mismo que identificó el punto de vista de la ciudad ante la institución, también se constató los las necesidades de la institución en cuanto a comida, e infraestructura, lo que se destacó fue el desconocimiento de esta obra benéfica-

Los tipos de estrategias para las instituciones de ayuda social en la construcción y gestión de contenidos son: El Branding, que permitió la construcción de la identidad y la marca, la creación de medios multimedia por medio de herramientas de uso gratuito que no necesitan mantenimiento, donde se estipulan etapas de gestión de contenidos conocida como: procesos multimedia. Se utilizó la Metodología de Bruno Munari para elaborar de forma lineal el esquema de información necesaria para la trasmisión del mensaje “donaciones para la institución”. La información bibliográfica fue fundamental en la investigación, esta información colocó las bases en cuanto a la gestión del diseño y el diseño multimedia.

### **15.2 Recomendaciones**

Las estrategias de Gestión del diseño son amplias y varían en facetas y etapas, por tanto es indispensable orientar el producto en base al diseño social o

diseño con responsabilidad social a las organizaciones sin fines de lucro por lo que se recomienda generar un cronograma de la planificación y ejecución para campañas publicitarias, el uso de redes social, videos, que facilite la generación del proyecto de investigación, además con respecto a la gestión del diseño se puede usar las estrategias de diseño y comunicación.

Para conocer de mejor manera la perspectiva del grupo objetivo al cual va dirigida la página web es necesario realizar una investigación exploratoria a profundidad, para esto es necesario la creación de cuestionarios y pruebas de usabilidad para lograr una etapa de mantenimiento y mejora continua de la información que contiene el producto gráfico, esto se debería hacer de manera trimestral, recordando que la información se debe actualizar mensualmente.

Las estrategias de diseño y las metodologías son herramientas metodológicas que se recomiendan ser adaptadas para beneficio de la investigación, estas se pueden adaptar al objetivo de la investigación y a la necesidad gráfica que la investigación pretende realizar. Es necesario indagar en cuanto a las metodologías adaptables para el proyecto, esto se recomienda hacer en las primeras etapas de la investigación para que el desarrollo de la propuesta estas metodologías y estrategias se adapten perfectamente al proyecto.

## 16 BIBLIOGRAFÍA

- Alelú, M. (18 de Noviembre de 2010). Métodos de investigación .
- Aragall, F. (2004). *Diseño para todos un conjunto de instrumentos*. Malagá: DISEO.
- Castillo, J. M. (2012). *Manual para la gestion del diseño de productos en la empresa*. España: Gobierno de Aragon.
- Chacha, M. (3 de Julio de 2008). El diseño gráfico socialmente responsable. Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Israel .
- Duran, A. (2014). *Fundamentos de la publicidad* . Universiadad Rey Juan Carlos .
- Esclapez, C. C. (2007). *Protocolo y comunicacion en la empresa y los negocios*. FC.
- Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica. (2008). *Diseño e innovacion, la gestión de diseño en la empresa*. Pza. Marqués de Salamanca 11, 2.º izqda.: Cotec.
- Güilcaso, M. (07 de 09 de 2017). Donaciones y ayuda al adulto mayor. *La gaceta* .
- Kadushin, C. (2013). *Comprender las redes sociales: Teorias, conceptos y hallazgos*.
- La Gaceta. (16 de Octubre de 2017). Instituto Estupiñan, más que un hogar, una familia para los ancianos . *La Gaceta*, , pág. 9.
- Lecuona, M. (2008). *manual sbre gestion de diseño*. barcelona: ediciones interactivas y el laboratorio de aplicaciones multimedidi de la universidad politecnica de cataluña.
- León, J. I. (29 de Octubre de 2013). *Campaña publicitaria de conceintización de apoyo económico para PRODIC ONG "Proyectos de desarrollo integral comunitarios"*. Obtenido de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02\\_2138.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_2138.pdf)
- Los Andes. (10 de 12 de 2016). Eventos para los adultos mayores. *Los Andes*, pág. 6.
- MacFarland, M. R. (1996). *Diseño gráfico de envases: guía y metodología*. mexico: Universidad Iberoamericana.

- Macías, B. (14 de Mayo de 2012). Uso de las redes sociales por parte de las ONGs más importante de España y sus relaciones con la educación para el desarrollo. Cadíz : Universidad de Cadíz.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2014). *Norma Técnica Población Adulta Mayor*,. Quito: Dirección Nacional de Comunicación Social.
- MiresBall y KRC Research. (2010. ). *Branding y Social Media en medios sociales* . Washington, .
- Montaña, J. (21 de Marza de 2006). *s.f.* Obtenido de <http://disseny.ivace.es/es/disenyo-y-empresa/gestion-de-disenyo/gestion-de-disenyo.html>
- Montaña, Jordi. (2011.). *La gestión del diseño. Aparado Diseño: rentabilidad social y rentabilidad económica*. Fundación BCD, Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- Moreno de las Casas, C. (2014). El diseño gráfico y su responsabilidad social. *Creatividad y Sociedad* , 1-15.
- Paterson, D. E. (2015). *“Design Management. Uso del diseño para la cooperativa innovación* .
- Peláez, A. (2 de Enero de 2011). España: ETV.
- Sara Benguría. (14 de Diciembre de 2010). *Métodos de investigación en educación especial*. Madrid: PPU.
- Solis, S. M. (2007). *La Web Semantica*.
- Urrutia F. & Zelaya L. (2011). *Uso de las redes sociales Facebook y Twitter como estrategias del diseño publicitario para el posicionamiento de marcas* . El Salvado: Seminario de Especialización Gestión Estratégica del Diseño .
- Vega, A. (7 de Abril de 2010). Imagen corporativa de las ONG y posicionamiento en la mente de los públicos interés. San José de Costa Rica, Costa Rica: Universidad de Palermo.

<http://www.revista.unam.mx/vol.14/num8/art24/>

[http://www.creatividadysociedad.com/articulos/22/16\\_Moreno.pdf](http://www.creatividadysociedad.com/articulos/22/16_Moreno.pdf)

## 17 ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta

# Universidad Técnica de Cotopaxi

**Objetivo:** Obtener información de la concientización de la ciudadanía con respecto al Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.

Datos Informativos

Masculino  Femenino

Edad: \_\_\_\_\_

Lugar de residencia: \_\_\_\_\_

1.- Ha escuchado hablar usted del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán?

Televisión

Radio

Prensa

Internet

Me contaron

2.- Conoce usted la ubicación exacta del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

Si  no

3.- Sabe usted si es una Institución:

Pública

Privada

4.- Sabía usted que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán es dirigido por las hermanas de la Caridad.

Si  no

5.- Según su criterio la situación económica del Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán es:

Muy buena: El Instituto Estupiñán tiene los recursos suficientes, para solventar las necesidades del adulto mayor

Regular: El Instituto Estupiñán no tiene presupuesto estable, depende de empresas privadas para solventar sus necesidades.

Deficiente: El Instituto Estupiñán no tiene recursos suficientes para solventar sus necesidades.

6.- Sabe quien financia el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán:

Instituciones Publicas

Instituciones Privadas

Iglesia Católica

Familias o Personas Particulares

Fundaciones

Otros

7.- Sabia usted que el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán recibe donaciones de la ciudadanía

SI  No

8.- Estaría usted dispuesto a realizar alguna donación al Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán

Si  No

9.- Que tipo de donaciones haría usted:

Medicamento

Alimentación

Económico

Utensilios de Aseo personal

10 Cuanto estaría dispuesto a donar (al año)

0 a 50

50 a 100

100 a 500

500 a 1000

1000 a mas

11.- Conoce Usted el sistema de donación de Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán.

Si  No

**Gracias por su colaboración**

## **Anexo 2: Entrevista**

### **ENTREVISTA REALIZADA A LA SR. MÓNICA GUILACASO, QUIÉN ES LA ENCARGADA DEL HOGAR DE ANCIANOS DEL INSTITUTO ESTUPIÑÁN Y PERTENECE A LA COMUNIDAD DE HERMANITAS DE LA CALIDAD.**

#### **2.- Quién creo el hogar de ancianos**

El creador del hogar de ancianos fue el señor Pantaleón Estupiñan

#### **3.- Porque se creó el Hogar de Ancianos**

El señor Estupiñan al no tener familiares directos, ni ser casado y contaba con bienes, tomó la decisión de crear el hogar de ancianos para que se le recordará su nombre al pasar del tiempo, ayudando a las personas de la tercera edad que no tienen hogar o familiares que los cuiden.

#### **4.- El Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán es una institución pública o privada**

La institución es una institución privada.

#### **5.- Quién financia el hogar de ancianos**

El Hogar de ancianos es financiado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y también con la autogestión de la entidad, quienes a través de la recolección de los rubros de los arriendo de los locales que estuvo en el contorno sur y oeste del Hogar de Ancianos ayuda a el financiamiento.

#### **6.- Cuantas personas trabajan en el hogar de ancianos**

En la institución trabajan 22 personas seglares, de las cuales están 5 profesionales, una trabajadora social, una terapeuta ocupacional, dos terapeutas físicas y una psicóloga el resto es personal operativo, también trabajan 6 hermanas de la calidad.

#### **7.- Cuantas personas de la tercera edad residen en el hogar de ancianos**

En total 65 personas ocupan las instalaciones de la institución en sus dos modalidades, la modalidad de residentes están 56 ancianos de los cuales 37 son mujeres y 19 hombres, en la modalidad vivonal son 7 hombres y 8 mujeres, estas personas son personal con familia que viene y van luego de cumplir con las actividades sociales en la institución, las misma que se retiran al caer la noche, en horarios que asiste es de las 7:00 hasta las 17:00 y 18:00 que están de retorno con sus familiares.

#### **8.- Cuantos voluntarios permanentes cuenta la institución**

La directora menciona que como voluntarios permanentes no existe un gran número de voluntarios a excepción de un voluntario que pertenece a la religión Juan 23 y que los demás voluntarios son esporádicos.

#### **9.- Cuantos donantes de recursos cuenta el hogar de ancianos**

El hogar de ancianos cuenta con 16 donantes que son empresas e institución privadas que ayudan al sostén de la institución.

#### **10.-Cuál es el límite de donaciones que recibe el Hogar de Ancianos**

No existe un límite de donaciones, porque las donaciones son voluntarias y como el hogar genera gastos entonces siempre se necesita la ayuda externa para proporcionar los servicios de la institución.

#### **11.- Cuales son las principales necesidades del hogar de ancianos**

La principal necesidad es económica porque los ancianos generan gastos, a más del mantenimiento de la infraestructura del edificio que ya tiene alrededor de 103 años de vida, es por ese sentido que la necesidad principal es la parte económica.

#### **12.- Como aportaría el investigador al Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán**

La directora menciona que la creación de la página web es una de las herramientas que aportaría a la gestión de la institución a más de la restauración de la imagen corporativa con el rediseño del logo de la institución.

### **13.- El hogar de ancianos cuenta con redes sociales para su promoción**

El hogar de ancianos solo cuenta con la red social del Facebook para promover sus eventos o actividades.

### **14.- Se ha realizado un reportaje sobre el hogar de ancianos**

Se ha realizado un reportaje sobre la institución por parte del canal de Ecuavisa pero este estaba más orientado a la navidad, no se ha realizado un reportaje en cual se muestren las actividades y necesidades específicas del hogar de ancianos.

### **15.- Que medios utilizan para incrementar las donaciones en la institución**

Se utiliza los medios de comunicación locales y también se realizan invitaciones a instituciones y personas a que visiten el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán porque es una institución de puertas abiertas para la comunidad.

### **16.- La propuesta del diseño de la página web**

La directora muestra un gran interés sobre la propuesta de la página web porque les ayudaría mucho en la promoción y recolección de donaciones para el Hogar de Ancianos del Instituto Estupiñán.

### **ANEXO 3: Entrevista**

## **ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD DEL HOGAR DE ANCIANOS INSTITUTO ESTUPIÑÁN**

### **18. ¿Cuántos años tiene?**

De los adultos mayores entrevistados un promedio de edad de 82 años, en un rango de edad desde los 74 años hasta los 90 años.

### **19. ¿Cuál es su lugar de nacimiento?**

Existe una diversidad de lugares de procedencia de los ancianos que se encuentran dentro de la institución, entre las que están; Latacunga, Salcedo, Ibarra, Quito, y Orellana.

### **20. ¿Cuánto tiempo reside en el Instituto Estupiñán?**

De los adultos mayores entrevistados ya residen entre 1 año a 10 años en el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán, con un promedio de residencia de 5 años.

### **21. ¿Tiene familia que se preocupa por usted?**

Una gran parte de los adultos mayores que reside en el hogar de ancianos tienen familiares pero los mismos que no los visitan, un pequeño grupo no tiene familiares directos, es más algunos no tienen ni hijos, para que se preocupen por su bienestar.

### **22. ¿Algún Familiar lo viene a visitar al Instituto?**

El nivel de visitas de familiares según los relatos de los adultos mayores es bajo, porque en algunos casos ya no los han visitados en varios años. Se siente el abandono que los ancianos reflejan en sus conversaciones.

### **23. ¿Cuál era su posición económica anteriormente?**

Las actividades económicas que realizaban los adultos mayores están; entre comerciantes, jornaleros, obreros y amas de casa.

**24. ¿Usted cuenta con todos los útiles de aseo personal en el hogar de ancianos?**

La mayoría de adultos mayores que se encuentran en el Hogar de Ancianos Instituto Estupiñán indican que cuentan con los útiles de aseo personal necesario para sus usos diario, los mismos que son proporcionados por la institución.

**25. ¿La alimentación que le proporcionan en el hogar de ancianos es apropiada para usted?**

La alimentación que reciben en el hogar de ancianos según los adultos mayores es variada y apropiada a su nivel de nutrición, en función a las necesidades de las personas de la tercera edad.

**26. ¿La comida que proporcionan es suficiente para que usted se sienta satisfecho?**

Todos los entrevistados concordaron que con ración de alimentos que reciben en el hogar de ancianos les permitió quedar satisfechos a su necesidad alimentaria.

**27. ¿Cuenta con suficiente ropa para todos los días?**

La ropa con la que cuentan los ancianos es adecuada para las temperaturas ambientales a las que están expuestas en las épocas del año, las prendas de vestir son proporcionadas por los hijos y donantes anónimos.

**28. ¿La ropa que usted utiliza es cómoda para las actividades que realiza en el día?**

Los adultos mayores en gran parte de ellos están cómodos con las prendas de vestir que portan y utilizan para las actividades que realizan dentro del hogar de ancianos.

**29. ¿Comparte su cama con otra persona?**

En el hogar de ancianos cada uno de los adultos mayores cuenta con su propia cama la misma que es utilizada por solo ellos, por lo cual no comparten la cama con ninguna persona.

**30. ¿Al momento de dormir su cama es cómoda para descansar?**

La mayor parte de entrevistados en lo que respecta a la comodidad que ellos cuentan al descansar mencionaron que están cómodos y tranquilos en el hogar de ancianos.

**31. ¿La habitación donde descansa es cálida o fría?**

Las habitaciones según los adultos mayores son cálidas a excepción de las que se encuentran con el piso de baldosa que son un poco frías.

**32. ¿En la infraestructura del hogar de ancianos las instalaciones son las correctas?**

Algunos de los mayores indican que las instalaciones están acorde a sus necesidades, otra parte en cambio menciona que la infraestructura del hogar de ancianos necesita remodelación y correctivo para el libre y fluido tránsito de los ancianos.

**33. ¿Cuándo usted se enferma el hogar de ancianos le proporcionan las medicinas?**

De acuerdo a la hora en la que se sientan mal de salud ellos notifican si es, en el día la madre superiora y en la noche en cambio le comunican con la enfermera celadora o de turno de ese día quien les proporcionan de la medicación necesaria si no tiene mayor afectación, de lo contrario si es de consideración el paciente es trasladado al Hospital General de Latacunga para un diagnóstico integral.

**34. ¿Cuándo usted se siente mal como es la atención de los profesionales?**

El profesional que primero llega a proporcionar atención dentro de las instalaciones del hogar de ancianos es la enfermera encargada, quien tomó los primeros signos de la afectación de la salud de cada adulto mayor.

## ANEXO 4: Fotografías

### FOTOGRAFÍAS DEL LUGAR

