





5. CONCEPTUALIZACIÓN.	36
6. ESTRATEGIA FINANCIERA.	39
7. ARGUMENTACIÓN.	44
8. CONCLUSIONES.	46
9. GLOSARIO.	48
10. ANEXOS.	55
11 . BIBLIOGRAFÍA.	60

# INTRO DUCCIÓN

La **PRODEMEFA** (Procuraduría en Defensa de Menor y la Familia) y el **CAIMEDE** (Centro de Atención Integral a Menores en Desamparo) trabajan en conjunto para resguardar y proteger al menor desamparado. Ambas partes tienen como objetivo brindar resguardo, hogar y familia a cualquier menor de edad que lo llegara a necesitar.

A partir de los siete años de edad se reducen las probabilidades de que el pequeño sea adoptado, esperando cumplir la mayoría de edad para empezar una vida independiente fuera del **CAIMEDE** o casas hogar. La realidad podría ser otra, consiguiendo que alguien los adopte para formar parte de una familia que les brinde protección y cariño.

Si bien no se diera el caso de ser adoptados, las condiciones del menor en el albergue deben de ser óptimas, de esto se encarga el **CAIMEDE** junto con el **Patronato**, que además de su desempeño diario, están en la constante búsqueda de mejorar las instalaciones, el servicio y el personal; siendo las donaciones uno de los principales factores enfocados a esto.

# PRO BLEMÁTICA

El **CAIMEDE** es un albergue dependiente del **DIF** (Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia) estatal y de donaciones obtenidas por el **Patronato** (asociación de individuos cuya misión es brindar recursos necesarios al **CAIMEDE**). La cantidad de menores bajo el resguardo de la casa hogar ha ido en aumento, mientras que la capacidad de hospedaje se ha conservado sin cambio alguno.

## DEFINICIÓN

El albergue precisa de fondos para continuar creciendo y seguir brindando los servicios necesarios a menores que atiende.

### OBJETIVO.

Promover la obtención de donaciones en beneficio del **CAIMEDE** por parte de entidades altruistas; mediante el producto, material o servicio que más le convenga emplear al **Patronato**.

### PREGUNTAS CLAVE:

¿Cuáles son los planes a mediano y largo plazo del **CAIMEDE**?

¿Qué acciones avalan el servicio que **CAIMEDE** proporciona a la sociedad?

¿Cuál es el perfil de donador a quien se dirige el Patronato?

¿Por qué razón un potencial donante debe interesarse por el **CAIMEDE**?

¿Qué tipo de donaciones se realizan?

¿Cuál es el proceso completo de donación y qué partes se ven involucradas?





## CAIMEDE

El CAIMEDE es un albergue que depende del DIF estatal y brinda apoyo a los niños, niñas y adolescentes que presenten algún tipo de problema o dificultad con sus familias. Dándoles atención psicológica, apoyo jurídico, consultas médicas y dentales, se les imparten clases de música, danza, artes plásticas, manualidades y deporte. El centro cuenta con dos estancias que sirven de dormitorio según la edad del albergado, un consultorio médico, un consultorio dental, áreas de juegos, cancha de usos múltiples, una biblioteca o área de esparcimiento, un comedor y área de visita.

### PERFIL DEI MENOR DENTRO DEL CAIMEDE.

- Dentro de la casa hogar habitan niños desde recién nacidos, hasta jóvenes de 18 años. Se presentan casos excepcionales de niños y jóvenes que padecen alguna discapacidad (física o mental).
- Nivel socioeconómico bajo.
- El menor puede ingresar (máximo 13 años de edad) tras haber sido víctima de abuso sexual, físico, psicológico, violencia familiar, omisión de cuidados, abandono, extravió, entre otros.

### SITUACIÓN DEL MENOR EN DEL CAIMEDE.

- Taller de inducción donde se le hace saber al menor qué es el CAIMEDE, los servicios que ofrece y sus derechos. Se les brinda esperanza de salida (dentro de red familiar o por adopción).
- Al ingresar el menor manifiesta ansiedad ante la separación, problemas de sueño, problemas de alimentación y ocasionalmente problemas relacionados a su conducta.

- Entre los comportamientos conductuales más comunes se encuentran TDHA (Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad), Trastorno Negativista Desafiante, Trastorno Disocial...

- Despedida de CAIMEDE mediante un proceso psicoterapéutico, ya sea individual o grupal, se manejan técnicas de tipo lúdico-narrativo. Sobre todo en edades de maternal y preescolar.

- Se brinda curso de inducción al personal del CAIMEDE para conocer la misión y visión, y se les sensibiliza sobre el tema de adopción y la delicadeza de los temas. Además de firmar un acuerdo de confidencialidad.

## ESTRUCTURA INTERNA.

-Niños separados por edades y géneros.

-Niños de 6 - 9 años se consideran chicos.

-Niños de 9 – 12 años se consideran medianos.

-Planta baja es “Casa hogar” de 6-18 años y de niños con discapacidad.

-Distribución de 20 niños chicos por cuarto y de 23 niños medianos por cuarto.

-Niños medianos doblan su ropa y arreglan sus cosas. Los niños chicos están aprendiendo.

-De las 14:00 a 16:00 juegan, después se van a asesorías.

-El DIF brinda juguetes y ropa; sin embargo se reciben donaciones.

-Existe un cuarto de adaptación para los primeros 15 días de los niños en el CAIMEDE. Aquí se les realizan pruebas psicológicas, médica y dental.

-Alto nivel de organización en útiles y objetos generales en las áreas.

-Área de adaptación con 15 niños.

-Niños no pueden salir del CAIMEDE por riesgo de escaparse o perderse.

-Un niño por cama. (Matrimoniales en caso de gemelos o hermanos...).

-Vigilancia y niñeras las 24 horas, 3 turnos. (3 día, 2 tarde, 2 noche).

### SALUD.

-DIF está a cargo de la contratación del personal y asigna médicos de Secretaría de Salud los fines de semana. Sin embargo no es suficiente. El CAIMEDE cuenta con 5 médicos generales, un psiquiatra y cuatro enfermeras.

-IMSS manda únicamente 2 médicos y una enfermera, lo demás son contrataciones por parte del CAIMEDE.

-Apoyo de capacitación externa para casos de "tratamientos especiales".

-No existe cuarto especial para los enfermos; siguen junto a su grupo.

-Cuentan con 9 psicólogos que ayudan a los niños con cualquier duda.

-En caso de que el menor tenga algún problema odontológico se les envía a la Mayab.

### NUTRICIÓN.

-Nutrióloga a cargo de toda la alimentación (menús, dietas, presupuesto, proveedores...)

-Niños aprenden a comer de todo y a comer bien. (Cinco comidas al día).

-Solicitudes especiales para casos médicos en donde se les separa de la despensa común.

-Presupuesto anual anterior de comida fue de \$3 000, 000. Todo el apoyo monetario viene del gobierno del DIF Yucatán.

-Reciben donaciones de proveedores.

-Se evita el chocolate porque hay niños con tratamientos susceptibles a estos productos. Lo pueden comer los demás pero les da demasiada energía.

-Ayuda de un chef. (Pasantes de nutrición).

- Es una tarea cambiante porque las necesidades y variaciones en los niños siempre cambian.

-Horarios para comer segmentados (edades).

-2 cocineras y 1 ayudante para todos.

### NIÑOS MENORES (CASA CUNA).

-Existe una encargada en toda el área de cunas con 4 niñeras apoyándola.

-En la parte de arriba se dispone de un área para niños menores de 5 años (hombres y mujeres).

-Cuentan con sala de estimulación temprana.

### NIÑOS DE 12 A 18 AÑOS.

-Tienen un área personal designada donde poner sus cosas. (Cuentan con un Xbox por donación).

- Mayor independencia. (Lavan su ropa).

- Objetos de aseo individuales, como la ropa; que en el caso de los niños chicos sí es ropa comunitaria.

-Rutina desde las 05:00 am para bañar y vestir.

### CASA DE LA JOVEN.

-Muchachas de 16 a 18 años, independientes. Sólo se encuentra una persona para ayudar.

-La convivencia con hombres se da cuando hay eventos, a la hora de la comida o salidas a la plaza. Asisten a la escuela y conviven regularmente.

-Se les permite tener novio. (Pueden entrar al área de visitas).

-Pueden ir de paseo a la plaza, cine, pista de hielo en horarios establecidos para todos.

-Se trata de que salgan, se busca una rutina y forjar responsabilidad.

-El cuarto de niñas es el más grande con capacidad de hasta 30 niñas, igualmente cuenta con un cuarto para televisión, cuarto con cama, baños y un patio donde tender la ropa y área de lavado. Disponen de un ropero grande donde pueden compartir ropa.

### EDUCACIÓN.

-Evaluación del niño al ingresar para colocarlo en el grado que corresponda.

-Escuela de gobierno del estado en el CAIMEDE. Se imparten:

- 1er y 2do compartidos.
- 4to y 5to compartidos
- 6to.

-Usan libros de la SEP, manejan el mismo horario y calendario escolar.

-Tienen 6 materias, educación física y artística. (Se planea tener hasta 8 materias).

-A los menores con discapacidad se les canaliza a escuelas especiales (Teletón).

-No cuentan con kínder ni preparatoria; por eso se envía a los menores a escuelas externas afiliadas al CAIMEDE.

-Tienen una piscina acondicionada para discapacitados, en la que todos los niños pueden entrar según su hora designada.

-En las mañanas y tardes las niñeras ayudan a los niños con sus tareas.

-Se fomenta la unión de hermanos (unión familiar).

-El CAIMEDE dispone de una sala de cómputo/biblioteca con su personal de mantenimiento.

#### DONACIONES.

-Horario de 8:00 a 15:00.

-Campañas de donación a cargo del DIF; donación privada en CAIMEDE.

-Cuenta con área de donativos para ropa, juguetes, despensa...

#### ÁREA DE VISITAS.

-Lunes y viernes son días de visita. Se solicita un pase en el DIF previamente.

-Asisten padres con autorización de ver los menores.

-Cuenta con "tiendita" administrada por los mismos niños del CAIMEDE con el propósito de generar experiencia en el trabajo.

## PATRONATO

Consejo formado por varias personas, que ejercen funciones rectoras, asesoras o de vigilancia en una fundación, instituto benéfico o docente, etc., para que cumpla debidamente sus fines.

El CAIMEDE cuenta con el apoyo del patronato bajo la dirección de la Sra. Yuly Matilde Chapur Zahoul; éste se concentra en la búsqueda de los recursos necesarios (monetarios, materiales, alimentación, medicamentos, educativos, recreativos, etc.) y convenios con diferentes casas hogar nacionales o extranjeras; además de organizar eventos recreativos para los menores como fiestas, convivios, paseos...

Durante la última firma de adopciones y entrega de actas de nacimientos de menores a padres adoptantes, se realizó la firma de un convenio con la agencia norteamericana Carolina Adoption Services Incorporation.

El convenio firmado permite que los menores discapacitados que viven en el CAIMEDE a tengan la posibilidad de ser trasladados a Carolina en búsqueda de lograr posibles adopciones.

Éste convenio es un ejemplo de la labor realizada por el patronato, ya que desempeñó un papel importante en la consumación del mismo.

## DIF

Es un organismo descentralizado del Gobierno del Estado, posee personalidad jurídica y patrimonio propio. Es el encargado de promover la asistencia social y brindar servicios de calidad en el campo, así como crear o reforzar acciones a favor del desarrollo integral de la familia, ya sean llevadas a cabo por instituciones públicas o privadas.

## PRODEMEFA

La Procuraduría de la Defensa del Menor y la Familia es una institución que existe en toda la república mexicana, facultada para representar y brindar protección a niñas, niños, adolescentes, adultos mayores, personas con discapacidad y mujeres en situación de violencia, que carezcan de representación jurídica o ésta fuera deficiente.

El papel de la PRODEMEFA es el de velar por el bienestar de los niños desde un ámbito jurídico, así es como la Procuraduría se transforma en el tutor legal de los menores.







Cualquier proceso de ideación requiere una investigación rigurosa para recaudar información y así permitir la detección de la necesidad y factores que determinan el camino adecuado a seguir en un proyecto.

Esta etapa en el proceso creativo de diseño se segmenta en los distintos pasos a continuación:

## I. ANÁLISIS

Toda la información recopilada a lo largo del proceso de investigación, se analizó para encontrar puntos clave de la problemática, mismos que sirvieron al equipo para definir bases y oportunidades sobre las que se construiría la propuesta.

Por ser un medio audiovisual, el video es una herramienta digital de que permite un fácil uso, acceso y transporte, además de la reducción de costos mostrando al CAIMEDE sin necesidad de acudir al centro en sí.

El video refleja la realidad de la rutina dentro del CAIMEDE, de una manera emotiva pero afirmativa da a conocer los recursos con los que ha contado, el uso de las donaciones orientadas al bienestar de los niños y la felicidad imperante en ellos que es sinónimo de los resultados del centro.

## ESTUDIO DE MERCADO

### 1. MERCADO META PRINCIPAL

Donador extranjero son aquellas personas que representen a una organización no gubernamental interesada en apoyar a instituciones sin fines de lucro como el CAIMEDE. Además de instituciones o centros afines cuyo propósito pueda no ser el de una donación sino de un convenio que beneficie a ambas partes.

### 2. MERCADO META SECUNDARIO

Donador nacional son personas representantes de organizaciones gubernamentales que buscan ayudar al CAIMEDE.

Las donaciones al poder ser de casi cualquier índole (alimento, vestido, útiles, material para infraestructura, tecnología...) acercan a compañías de muchos giros, desde medianas a grandes empresas.

Definir a un donador, es describir aquello que lo motiva a tomar la decisión de actuar, no es solo el altruismo implícito en su interés, sino ese lado que a cualquier persona, empresaria o no, le da seguridad sobre su donación y la forma en que será aprovechada.

¿A dónde se dirige su aporte? ¿Qué ha hecho el CAIMEDE con donaciones pasadas? ¿Qué se planea con las futuras? ¿De qué manera administra los donativos en beneficio de los niños?

La seguridad con la que se responda a estas inquietudes será punto clave para que el donador se convenza para actuar.

## COMPETENCIA

Existe una versión de video introductorio realizada por el personal del CAIMEDE para dar a conocer la historia, las instalaciones, el trabajo que ahí se realiza. Tiene una duración de 4 minutos con 19 segundos y consiste en una presentación de fotos del lugar con texto al frente. La calidad de las fotos es de resolución media con niveles bajos de saturación. En las imágenes donde aparecen niños se recurrió a herramientas de edición que ocultaran la identidad de los menores, perdiendo así calidad.

El mensaje del video introductorio busca mostrar lo que representan los niños para el CAIMEDE, todo el amor que transmiten lo plasmaron en imágenes, música y frases emotivas.

La tipografía con serif y la selección de color sobre diferentes imágenes propician la poca legibilidad y leibilidad de los textos. La audiencia tiene que leer demasiada información de textos que con el avance del video se vuelve cansado y confuso para la vista.

La banda sonora tiene los niveles de volumen muy altos lo que ocasiona que por momentos se vuelva un distractor o una molestia auditiva para el público

## II. REFERENCIAS

### “IMPULSO”

El video muestra elementos visuales grabados a 60 fotogramas o más que permitieron ralentizar ciertos momentos del video, creando un énfasis visual en las acciones de los actores. Cuenta con una narración en *voz in off* y sin sonidos de ambientación.

La referencia principal se encuentra en el ritmo ascendente del guion que con oraciones concisas y frases repetitivas, genera los niveles de emotividad y fuerza en el mensaje que quiere comunicar.

### “UNBROKEN”

La pista musical es uno de los elementos más importantes en un video para generar emoción. Es necesaria pues aumenta las posibilidades de que el usuario capte mejor la información que se le presenta y se vuelva memorable.

El video comienza con volúmenes bajos y ritmos lentos, apoyándose del nivel y tono de voz. Conforme ésta varía su intensidad la música se altera gradualmente haciendo así cambios de ritmo e instrumentación, ya sea de manera ascendente o descendente.

### III. PROPUESTA DE DISEÑO

#### 1. PREPRODUCCIÓN

##### A. GUIÓN

En un video, el guion es una parte primordial para transmitir el mensaje con la intención adecuada. Al tener en claro la meta a alcanzar, se pensó en un dialogo cuyo propósito no sea meramente la motivación a la acción de donar, sino el ser la herramienta que ayude a convencer.

Mostrar con un mensaje positivo las virtudes del CAIMEDE se convirtió en nuestra base para el guion, poder explicar todo lo que es sin decirlo de manera directa. Para ello se conceptualizó una propuesta que transmitiera el corazón del video, representando ese lado emotivo y maternal que la casa hogar representa para los niños.

La ideación del guion pasó por distintos procesos, inspirados en nuestras referencias anteriormente señaladas y supervisada por el profesor Bruno Abraham López Berumen (asesor de la materia y proyectos Practicum III).

Una vez hechas las correcciones necesarias, se realizaron pruebas de audio en las que se grabó el dialogo de manera amateur y con celulares, esto con el propósito de definir el ritmo del guion, tiempo, modulación básica de voz y el nivel de emotividad.

En el caso del guion en inglés, se realizó una traducción literal de español a inglés. Esta primera propuesta se envió a personas en el extranjero (anglohablantes) para que cada una hiciera las correcciones que creyeran pertinentes. Es importante señalar que al ser distintos expertos, se recibieron diferentes comentarios, así el equipo se dio a la tarea de determinar los ajustes más acertados según las necesidades del guion.

## a. Guion en español

### Introducción.

Voz en-off.

*(Preocupada y deseosa)*

Queremos verlos sonreír.

Queremos verlos crecer, jugar, como harían en casa.

Lo que queremos para los nuestros, aquí lo tienen.

Queremos ser un hogar y saber que nada les hace falta.

*(Determinada y afirmativa)*

No hay problema demasiado grande o demasiado chico, aquí todos somos una familia.

Somos especialistas en escuchar, cuidar, prepararlos.

Apoyarlos mientras estemos juntos y llegar tan lejos como podamos.

### Donadores.

Voz en-off.

*(Segura, decidida y un poco impositiva)*

Son muchos más quienes necesitan de nosotros.

Cada abrigo, cada paso. Los cuidados y las sonrisas han sido con apoyo de muchos.

Queremos que seas parte de esto, para continuar trabajando y seguir creciendo, junto con ellos.

### Call to action.

Voz en-off.

*(Seria con un toque de solemnidad)*

Aquí estamos...

Para ella, para él. Para todos.

Formemos su futuro que es nuestro también. Sigamos juntos.

CAIMEDE.

## b. Guion en inglés

### Introduction.

Voice in-off.

*(Worried and wishful)*

We want to see them smile.

We want to see them grow and play,  
as they would do at home.

What we want for our children, they  
can find it here.

We want to be a home and provide  
them with anything they need.

*(Certain and affirmative)*

There's no problem too big or too  
small, here we are a family.

We specialize in listening, preparing,  
caring for them.

Supporting them for as long as we  
are together and go as far as we can.

### Donors.

Voice in-off.

*(Decided, secure  
and imposing feeling)*

There are many more who need us.

Through every step, every care,  
we've had the support of many oth-  
ers, to see them smile.

We want you to be part of this, so  
we can keep working and growing,  
together.

### Call to action.

Voice in-off.

*(Serious and solemn)*

Here we are...

For her, for him. For all.

Let's shape side by side their future,  
it's ours too.

CAIMEDE.

## B. STORYBOARD

Ya definido cuál sería guion final, se comenzó con el desarrollo del *storyboard* para definir las escenas que le darían sentido al video.

Se trabajó en un *storyboard* que junto con la emotividad del guion reforzara el mensaje del video con imágenes siendo el reflejo de la realidad del CAIMEDE; tal cual es su rutina, sus personas, sus niños y el lugar.

Debido a las complicaciones que representaron las limitaciones establecidas por la PRODEMEFA en las que la identidad del niño no debe ser revelada, se decidió concentrar todos los recursos visuales en retratos de detalles, así el mensaje pareciera ser más íntimo. Al ser tomas cerradas la fuerza del mensaje se concentra en pocos elementos a la vista que muestran sólo lo que se quiere enseñar. Sonrisas, manos, miradas, abrazos, pies, pasos, caricias, y juegos como recursos clave para representar al CAIMEDE.

# CAIMEDE

1/4



Queremos verlos sonreír.



Queremos verlos crecer, jugar, como harían en casa.



Lo que queremos para los nuestros, aquí lo tienen.



Queremos ser un hogar y saber



que nada les hace falta.



No hay problema demasiado grande o demasiado chico.



# CAIMEDE

2/4



Aquí todos somos una familia.

Somos especialistas en escuchar,



cuidar, prepararlos.

Apoyarlos mientras estemos juntos y llegar tan lejos como podamos.



Son muchos más quienes necesitan de nosotros. Cada abrigo, cada paso. Los cuidados y las sonrisas

# CAIMEDE

3/4



han sido con apoyo de otros.



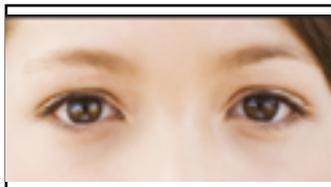
Queremos que seas parte de esto,



para continuar trabajando y seguir creciendo, junto con ellos.



Aquí estamos...



Para ella,



Para él.



Para todos.



Formemos su futuro,

## CAIMEDE

4/4



que es nuestro también. Sigamos juntos.



CAIMEDE



### C. CINEMÁTICO

La última fase de la preproducción fue la generación de un cinemático. Éste, es la unión de las primeras pruebas grabadas del guion, en ambos idiomas, junto con las imágenes y los tiempos establecidos en el *storyboard*.

La creación de un cinemático permitió ajustar los últimos detalles de ritmo e intención del video antes de proceder a la etapa de producción.

El cinemático final fue enviado a doña Yuly Chapur, y al profesor Bruno López para que cada uno, el primero como cliente y el segundo como supervisor de proyecto, aprobarán la propuesta y se pudiera dar paso a la siguiente etapa.

### 2. PRODUCCIÓN

La etapa que demanda mayor tiempo, pero que su realización se vio facilitada por el cinemático que estableció las escenas que se grabarían.

Una vez se tuvieron los permisos necesarios para grabar dentro del CAIMEDE por parte de la PRODEME-FA se planificó de manera sencilla la distribución de los días en los que se haría levantamiento de tomas para notificar a la casa hogar de las fechas de grabación.

En el primer día de grabación gran parte del tiempo se destinó a la observación de las rutinas de los niños, horarios para despertar, de escuela, de alimentación, de esparcimiento, actividades extracurriculares, entre otras; esto sirvió al equipo para distribuir por horarios las locaciones y sus respectivas escenas. Además, se aprovechó el tiempo de observación para filmar las actividades de los niños y no perder momentos que en la posproducción pudieran ser esenciales.

El segundo día, con mayor claridad de lo que acontece en la rutina dentro del CAIMEDE, la filmación de los niños fue más selectiva, se grabaron exclusivamente las escenas que hacían falta por cubrir según el cinemático.

Al concluir estos dos días de grabación se realizó una “limpieza de tomas” en la que el equipo valoró las escenas filmadas y las comparó con el storyboard para corroborar con qué material ya se contaba y qué faltaba por grabar, así se llegó a una estrategia de filmación para el tercer y último día.

En el tercer día, el equipo acudió al CAIMEDE sólo para filmar las escenas que hacían falta cubrir, lo que provocó que el tiempo de rodaje fuera el más corto.

Las limitaciones referentes al cuidado de la identidad del menor representaron dificultades a lo largo de esta etapa, la naturaleza activa de los niños y su inquietud al estar frente a una cámara obstaculizaron la realización de muchas capturas de video por los encuadres cerrados y el intento de no perjudicar la imagen del niño.

No obstante, a pesar de las complicaciones mencionadas, la filmación se desarrolló de manera rápida gracias a la guía de la preproducción.

Por otro lado, el aspecto sonoro del video es realizado bajo el contrato de distintas personas especialistas, todos siguiendo los lineamientos del guion (inglés y español), además de las instrucciones dictadas y la supervisión por parte del equipo.



Una buena planeación desde el inicio lleva a un buen desarrollo.

### 3. POSPRODUCCIÓN

La etapa final del proceso. Se recopilaron todos los archivos de video grabados para seleccionar las mejores tomas y encuadres.

Una vez realizada la limpieza de archivos se procedió a armar la primera prueba de video final; todas las piezas del rompecabezas se ajustaron, modificaron y distribuyeron para darle forma al video.

Esta fase del proyecto requirió mucha dedicación, no fue una tarea fácil la elección de las tomas finales, se debía considerar cada encuadre y con ello el mensaje que cada imagen transmitía.

Lograr la fusión coherente de los elementos visuales con los materiales de audio fue una labor delicada. Los visuales son el refuerzo del guion, por ello se tuvo especial cuidado en lograr el equilibrio justo.

La música, un recurso que pudo cambiar por completo el ambiente y con ello, la intención final del video. Este elemento en particular, por el rol que juega dentro del video, fue sujeto a más revisiones y correcciones. La emotividad que por sí mismo expresa tenía que servir para reforzar el mensaje sin hacer desapercibidas las demás partes.

Una vez lograda una coherencia entre todos los elementos, se procedió a darles tratamiento por separado. Limpiar los audios de ruidos y normalizarlos, edición de color de los videos originales, estabilización de las

tomas y se limpiaron elementos que pudieran ensuciar los encuadres.

Como requerimiento especial por parte del cliente, se incluyó al inicio del video, en inglés y español, la frase "Nadie es tan pobre para no regalar una sonrisa, ni tan rico para no necesitarla" (Anónimo).

Después de pulir todos los materiales y volver a construir la composición. Lo último por realizar, fue la exportación del video a los formatos adecuados, .mov y. mp4.



# CON CEPTUA LIZACIÓN

El video para donaciones tiene distintos usos, el objetivo principal es servir como una herramienta para dar a conocer a posibles donadores en el extranjero el día a día del CAIMEDE, parte de sus servicios y aún más importante su labor con los niños. El producto formará parte de los materiales presentados en reuniones cuyo propósito es buscar apoyo de distintas personas o empresas para continuar y mejorar los servicios, actividades y/o resolver necesidades de la casa hogar.

Otros métodos de empleo son difusión y promoción del lugar por medio de redes sociales y medios publicitarios en internet. Se espera que al ver el video las personas conozcan el trabajo y esfuerzo que se realiza dentro del CAIMEDE y quieran aportar, desde cualquier campo a las causas del centro.

La conceptualización del proyecto tiene su fundamento creativo en los objetivos encontrados durante el análisis, los cuales eran:

- a.** Generar una herramienta que sirva en el proceso de búsqueda de donadores para el CAIMEDE.
- b.** Mostrar qué es el CAIMEDE y su labor con los niños, sin la necesidad de ir al lugar. (para aquellos donadores que están en el extranjero).
- c.** Mostrar la eficiencia del CAIMEDE como centro.
- d.** Promoción del lugar orientada a la búsqueda de donadores.
- e.** Motivar al donador a actuar.

Por ser un medio audiovisual, el video es una herramienta digital muy útil que permite un fácil uso, acceso y transporte, además de la reducción de costos al mostrar al CAIMEDE sin necesidad de acudir el centro.

El video refleja la realidad de la rutina dentro del CAIMEDE, de una manera emotiva pero afirmativa da a conocer los recursos con los que ha contado, el uso de las donaciones orientadas al bienestar de los niños y la felicidad imperante en ellos que es sinónimo de los resultados del centro.



# ESTRATEGIA FINANCIERA

Los criterios a considerar para el presupuesto del proyecto “Donaciones CAIMEDE” son:

- Horas de diseño:

**a.**Preproducción.

**b.**Producción.

**c.**Posproducción.

- Costos de inversión de medios externos usados. Esto hace referencia a banda sonora, voz in of en idioma inglés y español realizadas por terceros y renta de equipo de grabación y audio.

## PREPRODUCCIÓN.

- Análisis del Proyecto.

- Investigación en el CAIMEDE.

- Investigación en la PRODEMEFA.

- Entrevistas con Doña Yuly Chapur.

- Investigación de medios digitales y propuestas existentes.

- Investigación de soluciones alternas que cumplan con el mismo fin.

- Recopilación y lluvia de ideas.

- Realización de guión en español e inglés.

- Realización de storyboard.

- Grabación de pruebas del guión.

- Realización de cinemático.

- Investigación y análisis para elección de voz en español y en inglés y banda sonora.

## PRODUCCIÓN.

- Levantamiento de tomas dentro de las instalaciones del CAIMEDE.
- Análisis y corrección de armonía y métrica del audio en español.
- Sesión de Grabación de audio en inglés.
- Análisis y corrección de la banda sonora realizada.

## POSPRODUCCIÓN.

- Selección y limpieza de tomas.
- Armado de video, audio y banda sonora.
- Corrección de color y tiempos.
- Normalización de audios.
- Detalles finales.
- Render.

### Valor total de producción:

\$49 440.00 MN.

### Costo total de inversión:

\$10 500.00 MN.

### COSTO TOTAL DEL PROYECTO

**\$54 940.00 MN.**

El equipo a cargo de este proyecto, en colaboración con la escuela de Diseño de la Universidad Anáhuac Mayab con el fin de sumarse a esta noble causa, llegó al acuerdo junto con el Patronato del CAIMEDE, a cargo de doña Yuly Matilde Chapur, de que el valor a cobrar del proyecto sólo contempla parte de los costos de inversión que se efectuaron durante el proceso de realización del proyecto. Excluyendo el trabajo de diseño realizado y el equipo que proporcionó la universidad para la realización del mismo, ya que éste es un donativo.

#### **COSTOS ABSORBIDOS POR PATRONATO**

**\$3 200.00 MN.**

#### **DONACIÓN FINAL**

(Costo total del proyecto - costos absorbidos por patronato)

**\$51 740.00 MN.**

## CLÁUSULAS COMERCIALES

- 1.** El valor total del proyecto se presenta en moneda nacional; se le debe agregar 16% de IVA en caso de requerir factura.
- 2.** De ser requerida, la facturación se entregará con valores en moneda nacional con los datos que el cliente indique.
- 3.** Se realizará un pago inicial del 80% sobre el total al iniciar el proyecto y el resto al finalizar.
- 4.** Cualquier servicio que el cliente solicite que no esté establecido dentro de la propuesta presentada requerirá un presupuesto nuevo para cotizarlo por separado.
- 5.** Todos los datos propiciados por parte del Cliente permanecen en exclusiva confidencialidad tratada sólo por miembros del equipo y presentada sólo en momentos de entregas.
- 6.** La vigencia de esta propuesta es el día 15 de Diciembre del 2014.

# ARGU MEN TACIÓN

El video es una respuesta creativa a la necesidad de dar a conocer y promocionar el CAIMEDE en la búsqueda de donadores o convenios. Siempre respetando el requisito acordado de no comprometer la identidad de ningún menor de edad.

El resultado final es una composición ideada para cumplir con las condiciones mencionadas a lo largo de este documento, lo cual requiere de ingenio y creatividad para realizar tomas que proyecten las virtudes antes mencionadas del CAIMEDE, sin que la estética de la composición sea afectada.

El video es la conclusión de un árduo proceso creativo, trabajo de diseño que contempla y le da importancia a cada fase, con una extensa investigación y análisis, para finalmente idear una propuesta completa, inteligente y funcional que cumple con los objetivos establecidos desde el inicio. Es un producto de calidad, en el que se cuidó cada elemento de las fases de producción.

Proponer una solución que no se limite a recursos físicos, aprovechar la tecnología y las tendencias del diseño digital actual en pro del CAIMEDE, le brindan la oportunidad de lograr una mayor difusión, que significa llegar a más personas, por lo tanto mayor oportunidad de recibir donaciones que apoyen a la casa hogar.

# CON CLUSIO NES

La creación de un producto audiovisual es sólo una de las muchas formas en las que se le puede dar apoyo a una institución, pero no es la menos importante. Ayudar a cambiar la imagen que los centros dan a la sociedad pudiera parecer poca cosa, sin embargo, en el diseño se sabe que la imagen es la cara de la institución, por lo tanto el empeño que se ponga en su conceptualización termina siendo el reflejo de la misma organización.

Al ser una organización gubernamental sin fines de lucro, la imagen con la que el CAIMEDE se presenta ante la sociedad se encuentra limitada a un presupuesto que no permite la contratación de estudios de diseño que se encarguen de ésta; repercutiendo así en la poca difusión del centro y en una posible percepción errónea de la casa hogar.

Esta propuesta creativa, al ser un donativo, permite al CAIMEDE mejorar la calidad de sus materiales audiovisuales a bajo costo; así el video se vuelve una “carta de presentación” para enfrentarse al mercado internacional, siendo de suma importancia por su alcance de difusión generar un material de alta calidad, para alcanzar y mantener los altos estándares que generan en el mercado meta confianza hacia una institución. t

Sin duda los retos que representan el trabajo en casas hogar son muchos, la emotividad y el deber por el cuidado de los menores son factores que se ven representados en la propuesta. Las limitaciones referentes a la delicadeza de los temas y privacidad de los menores para lograr empatía en el público, la búsqueda por alcanzar calidad, y el interés por ayudar a los demás, se transforman en las fortalezas de este video.



## A

### AUDIO

Técnica relacionada con la reproducción, grabación y transmisión del sonido. Hace referencia a la música, ambientación, instrumentos o voces.

## C

### CINEMÁTICO

Es la digitalización de la secuencia de imágenes del *storyboard*, éstas son reproducidas mediante un video,

además puede incluir audios, haciéndolo una herramienta que permite una previsualización más fiel del resultado final.

## D

### DISEÑO MULTIMEDIA

El Diseño Multimedia conceptualiza, propone y resuelve estrategias de comunicación multimediática, relacionadas con el diseño web, sistemas interactivos, soportes publicitarios, animación, comunicación audiovisual y efectos visuales en medios digitales.

## F

### FILMACIÓN

Se le denomina así a la acción de generar todo el contenido visual, es decir la grabación de video en las locaciones previamente seleccionadas. Hacen referencia al mismo significado palabras como rodaje y levantamiento de tomas.

### FORMATOS DE EXPORTACIÓN

Conversión de un archivo editable audiovisual a un formato en específico que permita su reproducción.

## G

### GUION

Escrito donde se detallan las indicaciones necesarias para la realización de un video o audios. Existen el guion técnico con explicaciones sobre iluminación, cámaras, sonido... y el guion literario con los diálogos de los actores.

## L

### LEGIBILIDAD

Se entiende a la calidad que tiene un texto de ser legible. La legibilidad no se refiere a que solamente el texto sea fácil de leer, que sea visible. También considera el diseño de las letras, palabras, oraciones y párrafos, es decir, la composición total, deben ser presentadas al lector de forma tal que se logre mantener la atención del mismo.

## LEIBILIDAD

Capacidad de comprender una composición con el mínimo de cansancio. En otras palabras, permite captar el mensaje que lleva una composición son mayor esfuerzo, siempre y cuando el texto esté bien diseñado.

## M

### MOV

Formato de exportación de video que tiene compresión, por lo tanto conserva la calidad; sin embargo genera archivos de gran peso.

## **MP3**

Formato de exportación de audio, es el más común dentro de la industria por su alta compatibilidad. Permite una gran compresión del archivo y reducción del peso sin perjudicar significativamente la calidad del mismo.

## **MP4**

Formato de exportación de video cuya compresión es mayor que un archivo .mov, conserva buena calidad con la ventaja de reducir el peso del archivo.

## **N**

### **NORMALIZAR**

Igualar el volumen de las diferentes pistas de un audio.

## **P**

### **POSTPRODUCCIÓN**

Es la etapa final durante el proceso de productivo, es la fase donde se realiza el montaje y de todos los elementos (video, audio, música...) para el "armado" final.

La importancia de la posproducción

radica en la edición de los videos y audios, además de la inclusión, de ser necesario, de efectos especiales, subtulado, corrección de color, entre otros.

Durante esta etapa los detalles de corrección deben de ser minúsculos si es que se llevó una buena planeación desde la preproducción. Está etapa contempla la exportación de los videos o medios audiovisuales a sus formatos de entrega.

### **PREPRODUCCIÓN**

Fase vital del proceso, es el momento donde se da la búsqueda de una solución al problema, es la concepción de la idea. Durante esta etapa se plantean todas las partes necesarias para la realización del video o proyecto, ya sean recursos materiales (equipo,

escenografía, locación...) o humanos (actores, equipo de vestuario, maquillaje...).

Consta de la creación del guion, storyboard, búsqueda de locaciones, trámites necesarios de permisos.

Es necesario que en esta etapa se detallen todos los recursos necesarios para el momento de grabar, así como tiempos y formas; así como la estrategia o plan para el desarrollo de la siguiente fase.

## PRODUCCIÓN

Es la etapa donde se crea todo el material necesario, se realiza la captura de videos, las grabaciones de audio, todo lo que haya sido contemplado durante la preproducción, por ello es de suma importancia que la fase previa este bien supervisada, ya que

que la solución de errores durante la producción pueden suponer costos muy altos.

Suele ser la etapa más pesada durante el proceso, ya que exige una gran labor física y disponibilidad de tiempo.

## S

## SCOUTING

Se le conoce así a la investigación de campo donde el equipo de preproducción se concentra en la búsqueda y supervisión de los lugares (locaciones) que servirán para las grabaciones.

en la búsqueda y supervisión de los lugares (locaciones) que servirán para las grabaciones.

Esta búsqueda suele ser exhaustiva ya que hay que considerar todos los factores que intervienen en cada lugar (como la gente, ambiente, iluminación, rutinas, materiales...)

## STORYBOARD

Es la secuencia de imágenes cuyo objetivo es guiar o definir la estructura de un video. Permite la previsualización de las propuestas de contenido, antes de filmarse; de esta forma se pueden realizar correcciones y prever errores.

## **V**

Son formatos usados frecuentemente durante el proceso de edición por su baja compresión y pérdida de datos.

### **VIDEO**

Sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética.

## **W**

### **WAV**

Formato de exportación de audio; es el que conserva la mayor calidad, por ello son archivos de gran peso.





## ENTREVISTA

**CECILIA PENICHE.**  
**DIRECTORA DE CAIMEDE.**

HISTORIA  
DE CAIMEDE.

El CAIMEDE viene a sustituir la casa cuna del DIF, ella era la directora cuando surgió el proyecto. Empieza con niños pequeños para cubrir la problemática de los niños de Yucatán. Este consiste en departamentos integrales para cubrir las necesidades del niño. Todo esto se proyectó en 1992 y la construcción se hizo en dos etapas.

El 20 de enero de 1994 se inaugura el CAIMEDE con 53 niños, quienes estaban en la casa cuna.

En la época de Víctor Cervera se ven en la necesidad de dividir las edades por el ruido y se crea el segundo piso y varias remodelaciones en abril del 2001.

En el 2002 se fue como directora y regresó 8 años después, a su regreso aumentó los dormitorios de tener 53 niños con capacidad de 130 hoy en día tienen 273 niños con capacidad de 260. Tienen sobre población.

Para resolver este problema que tiene a las autoridades en duda, se está proyectando la:

“CIUDAD DE LA FAMILIA”

Consiste en un conglomerado con varios departamentos destinados a la ayuda de las personas en sus diferentes etapas de vida, dentro de éste lo primero que se construirá es el nuevo CAIMEDE, más dividido de acuerdo a las necesidades de cada niño, más cómoda, grande y adecuada. El proyecto está en fase de recolecta de firmas, sin fecha de apertura, pero ya hay terreno, cerca del aeropuerto.

Otro proyecto en ejecución actualmente “CASA DEL JOVEN” para 32 adolescentes de 16 - 18 años de edad en un internado rentado bien equipado en remodelación en donde se les está capacitando y preparándo

para vivir independientemente en su futuro.

Sólo mayores de 13 años mujeres son 50. Es muy difícil que alguien los adopte.  
Adolescentes hay 20 más los jóvenes con discapacidad.

En el CAIMEDE hay Mujeres con discapacidad que pueden valerse por sí mismas y hay varones son más dependientes por su tipo de discapacidad.

*Carolina Adoptions* firmó convenio con el DIF para enviar niños con discapacidad de cualquier tipo sea retraso o algún enfermedad delicada y que fácilmente se puede llevar y cuidar de él en Estados Unidos.

El CAIMEDE recibe fondos del DIF, también es apoyado por Yuly Chapur, promotora de eventos y donaciones junto con su equipo de voluntarios, otro benefactor importante es Grupo Rotarios y gente que conoce CAIMEDE y así como quienes han adoptado, otro tipo de apoyo que recibe proviene de alumnos que vienen hacer su servicio social dando terapias, consultas tratamientos, etc. Todo tipo de ayuda es bienvenida y gratificada. CAIMEDE necesita ayuda de toda la sociedad, porque los niños y niñas que vienen al CAIMEDE han sufrido mucho por la sociedad misma.

#### PERFIL DE LA DIRECTORA.

- Estudió en el Teresiano.
- Luchó para construir una capilla en el CAIMEDE.
- Es protectora de los niños.
- Está en constante contacto con gente que fue adoptada y platican sobre sus experiencias.
- Se le hace muy valioso este trabajo.
- Está completamente agradecida.
- Contagia alegría y seguridad

## EVENTO

### Firma de convenio con *Carolina Adoption Services Incorporation* (CAS) y entrega de actas de nacimiento.

Mérida, Yucatán, 11 de septiembre de 2014.- Infantes y adolescentes cuyos procesos de adopción se dificultan a causa de problemas graves de salud y discapacidad física o cognoscitiva, tendrán la oportunidad de cumplir el sueño de tener un hogar, gracias al convenio de colaboración entre el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) Yucatán y la agencia norteamericana *Carolina Adoption Services Incorporation* (CAS, por sus siglas en inglés).

En ceremonia efectuada en el Gran Museo del Mundo Maya de Mérida y encabezada por la Presidenta del organismo asistencial, Sarita Blancarte de Zapata, se detalló que con la firma del citado acuerdo, el estado se convierte en el primero del país en impulsar de manera formal las adopciones internacionales.

“El convenio permitirá que los niños y adolescentes con alguna condición física o cognoscitiva particular, o bien, cuya edad ya no es atractiva para muchas familias, puedan tener el cariño que merecen. En esta alianza estamos dando los primeros pasos y esperamos dar los siguientes y todos los demás pasos necesarios para concretar esta muestra de generosidad”, enfatizó el director General del DIF Yucatán, Limber Sosa Lara.

En esta oportunidad, la titular de CAS, con sede en Carolina del Norte, Julie Glandt, destacó el interés de las autoridades estatales por afianzar políticas públicas que brinden la posibilidad de formar nuevas familias y así garantizar el bienestar de las futuras generaciones.

“Esta semana visitamos el Centro de Atención Integral al Menor en Desamparo (Caime) y constatamos el compromiso del personal, no sólo de esa institución, sino de todas las instancias enfocadas en atender a niños sin hogar. Nuestra misión es ayudar a niños vulnerables, todos tienen el derecho de estar con una familia amorosa”, dijo.

En su turno, la procuradora de la Defensa del Menor y la Familia, Cinthia Pacheco Garrido, subrayó que se trabajará en estrecha coordinación con la agencia estadounidense, además de que se cuenta con el respaldo de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), así como del Consulado Norteamericano.

Durante el evento, se entregaron actas de nacimiento a cuatro infantes, trámite con el que culminan la integración a sus nuevos hogares. Asimismo, tres menores recibieron la oportunidad de continuar su proceso de adopción al lado de sus futuros padres.

Con estas acciones ya suman 57 las adopciones realizadas en lo que va de 2014 y el 40 por ciento de éstas contempla a niños mayores de seis años.

Estuvieron en el evento, el presidente del Tribunal Superior de Justicia del Estado (TSJE), Marcos Celis Quintal; el delegado de la Secretaría de Relaciones Exteriores en Yucatán, José Manuel Torres Arroyo; y el cónsul General de los Estados Unidos en la entidad, Sonya Tsiros.

También, la coordinadora del programa post-adopción de CAS, Ángela Jackson; el representante legal de la mencionada agrupación, Arturo Rodríguez; y la directora del Caimede, Cecilia Peniche Mendiburu, además de titulares de diversos albergues.



DIF YUCATAN. CAIMEDE. Recuperado el 26 de septiembre de 2014, de <http://www.dif.yucatan.gob.mx/caimedede/>

DIF YUCATAN. DIF. Recuperado el 26 de septiembre de 2014, de <http://www.dif.yucatan.gob.mx>

DIF YUCATAN. PRODEMEFA. Recuperado el 26 de septiembre de 2014, de <http://www.dif.yucatan.gob.mx/prodemefa/>

GOBIERNO DE LA RÉPUBLICA [Luis Justificado] (8 de marzo de 2013). Impulso [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vPi7pg-TZX14>

MATEUZ M [Mateusz M] (15 de septiembre de 2014). Unbroken [Archivo de video]. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=26U\\_seo0a1g](https://www.youtube.com/watch?v=26U_seo0a1g)

Licenciatura en Diseño Multimedia. (n.d). En Anáhuac Mayab. Recuperado el 12 de noviembre de 2014, de [http://anahuacmayab.mx/licenciatura\\_en\\_diseno\\_multimedia/](http://anahuacmayab.mx/licenciatura_en_diseno_multimedia/)

RODRIGUÉZ, V. 2007. Legibilidad y Leibilidad: dos conceptos aparentemente olvidados por los diseñadores. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de <https://coerulea.wordpress.com/2007/09/23/legibilidad-y-leibilidad-dos-conceptos-aparentemente-olvidados-por-los-disenadores/>

RANDAL. 2012. ¿Qué es y cómo realizar una normalización de volumen en tus MP3? (Recuperado el 11 de noviembre de 2014, de <http://bitelia.com/2012/10/normalizacion-volumen-mp3>).

Producción Audiovisual. (n.d). En Wikipedia. Recuperado el 12 de noviembre de 2014, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n\\_audiovisual](http://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n_audiovisual)  
Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22ª ed.). Recuperado de <http://www.rae.es/rae.html>