



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica, Guatemala, Guatemala, 2018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la comunicación, Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Lucia Paola del Rosario Miranda Escalante

14002444

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, abril 2018

Diseño de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica, Guatemala, Guatemala, 2018.

Lucia Paola del Rosario Miranda Escalante

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

2018

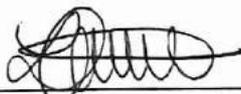
Guatemala 10 de abril de 2017

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

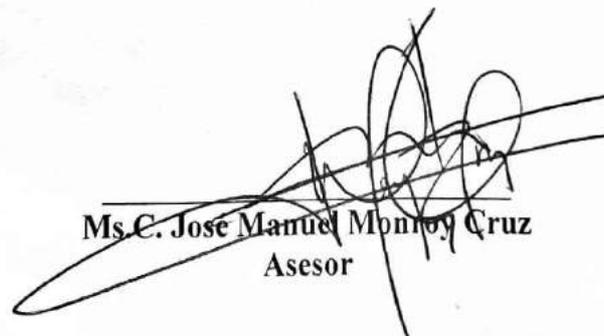
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN EL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo solicito que el Ms.C. José Manuel Monroy Cruz sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Lucia Paola del Rosario Miranda Escalante
14002444



Ms. C. José Manuel Monroy Cruz
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 08 de mayo de 2017

Señorita:
Lucia Paola del Rosario Miranda Escalante
Presente

Estimada Señorita Miranda:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN EL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Así mismo, se aprueba al Ms.C. José Manuel Monroy Cruz, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2018

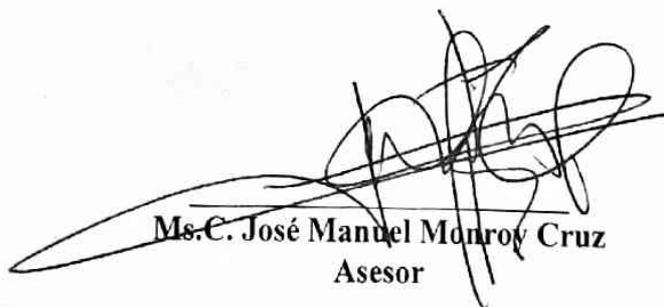
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN EL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: Lucia Paola del Rosario Miranda, con número de carné: 14002444, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ms. C. José Manuel Monroy Cruz
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 08 de junio de 2018

Señorita
Lucia Paola del Rosario Miranda Escalante
Presente

Estimada Señorita Miranda:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 17 de julio de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN EL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, GUATEMALA, GUATEMALA 2018***, de la estudiante Lucia Paola del Rosario Miranda Escalante, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 20 de julio de 2018

Señorita:
Lucia Paola del Rosario Miranda Escalante
Presente

Estimada Señorita Miranda:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN EL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: Lucia Paola del Rosario Miranda Escalante, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

AUTORIDADES

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Rector

Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrectora general

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza.

Secretario general

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, Ms.C.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Quiero dedicar esta tesis, que más allá de ser un proyecto fue una prueba a mi constancia y esfuerzo, a mis padres, quienes me apoyaron desde el inicio y hasta el final de esta etapa.

Los años que pasé en la universidad, ya fuera en clases o conviviendo con quienes estaban allí, me ayudó a ver las cosas de una diferente perspectiva. La universidad y sus profesores me dieron una base importante para iniciarme en el área laboral y siempre voy a estar agradecida por eso.

Una licenciatura, aunque tenga cuatro o cinco años para completarse y parezca que es un tiempo largo, en realidad resulta ser muy escaso. Cuando menos lo imaginas ya estás redactando los agradecimientos del proyecto que te ayudará a graduarte, por lo que es importante aprovechar cada uno de esos momentos que se tienen mientras se está estudiando, al final todo lo aprendido sirve y debemos valorarlo.

A cada una de las personas que forman una parte importante en mi vida, lo sepan o no y que a lo largo de esta licenciatura me animaron ya fuera con frases o palabras, gracias.

Finalmente quiero agradecerle a Dios por haberme dado la oportunidad de tener los medios para estudiar y superarme de manera académica, sin él en mi vida muchas de las cosas que tengo, no serían posibles.

Sinopsis

A través del acercamiento con la institución del Fondo de Cultura Económica se identificó que **no cuenta con** diseño de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar material digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales, a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó material digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales, a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica y se recomendó contratar a un Community Manager que se encargue de dar seguimiento a la fan page de Facebook del Fondo de Cultura Económica.

Para efectos legales únicamente la autor(a) Lucia Paola del Rosario Miranda Escalante es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción.....	
1.1 Introducción.....	1
Capítulo II: Problemática.....	
2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	2
2.3 Justificación.....	3
2.3.1 Magnitud.	3
2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
2.3.3 Trascendencia.....	4
2.3.4 Factibilidad.....	4
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	4
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	5
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	5
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	5
Capítulo III: Objetivos de diseño.	
3.1. Objetivo general.....	6

3.2. Objetivos específicos.....	6
Capítulo IV: Marco de referencia.	
4.1 Información general del cliente.	7
4.1.1 Datos básicos.....	7
4.1.2 Antecedentes.....	7
4.1.3 Visión.....	9
4.1.4 Misión.....	9
4.1.5 Organigrama.....	10
4.1.5.1 Gerencia de Producción.....	11
4.1.6 Datos del Logotipo.....	12
4.1.7 FODA.....	13
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	
5.1 Perfil geográfico.....	14
5.2 Perfil demográfico.....	14
5.3 Perfil psicográfico.....	15
5.4 Perfil conductual.....	15
Capítulo VI: Marco teórico.	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	16
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	20
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	28
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.	
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	37
7.2 Conceptualización.....	39

7.3 Bocetaje.....	40
7.4 Propuesta preliminar.....	96
Capítulo VIII: Validación técnica.....	
8.1 Población y muestreo.....	106
8.2 Método e Instrumentos.....	106
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	111
8.4 Cambios en base a los resultados.....	124
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	
9.1 Propuesta gráfica final.....	134
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....	
10.1 Plan de costos de elaboración.....	145
10.2 Plan de costos de producción.....	146
10.3 Plan de costos de reproducción.....	146
10.4 Plan de costos de distribución.....	146
10.5 Margen de utilidad.....	148
10.6 IVA.....	149
10.7 Cuadro resumen.....	149
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	
11.1 Conclusiones.....	150
11.2 Recomendaciones.....	150
Capítulo XII: Conocimiento general.....	
12.1 Demostración de conocimientos.....	151
Capítulo XIII: Referencias.....	
13.1 Referencias.....	152

Capítulo XIV: Anexos.....	
14.1 Tabla de nivel socioeconómico.....	158
14.2 Tabla de población departamental.....	158
14.3 Encuesta de validación.....	159
14.4 Fotos de validación.....	163
14.5 Investigación Facebook Publicidad Pagada.....	169

Capítulo I

Capítulo I: Introducción

El Fondo de Cultura Económica es una institución mexicana que llegó a Guatemala en el año de 1995, que se encarga de editar, producir, comercializar y promover obras de cultura nacional, iberoamericana y universal, a través de redes de distribuciones propias y ajenas, dentro y fuera de nuestras fronteras.

En la actualidad tienen una amplia oferta editorial, donde se encuentran no solo libros producidos por ellos mismos, además realizan diversas actividades que invita a todos a llegar con ellos. Sin embargo, éstos no llegan a la cantidad de personas que desean, pues no se coloca la información necesaria de esto en su red social.

Para dar una solución a esto, se sugirió diseñar material gráfico digital para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan ellos.

Una vez se termina la respectiva investigación, se hace el proceso de diseño y la selección de la propuesta preliminar. La herramienta de validación utilizada para concretar el proyecto serán las encuestas, que llevarán a un resultado para dar a conocer si la propuesta necesita cambios.

Dichos cambios, de ser necesarios, se harán para así ayudar a dar por finalizado el proyecto.

Capítulo II

Capítulo II: Problemática

En el Fondo de Cultura Económica las diversas actividades que realizan no tienen el alcance que se espera y provocan que se desperdicien recursos económicos de la institución.

2.1 Contexto

El Fondo de Cultura Económica carece de información necesaria en redes sociales para dar a conocer las actividades que realizan dentro de la institución. Esta institución mexicana fue fundada en 1921, y se ha expandido por Latinoamérica.

En la actualidad el Fondo de Cultura Económica enfrenta la problemática de no tener una presencia en las redes sociales. Esto dificulta su comunicación con sus clientes y el poder informar de sus diversas actividades.

Con base a estos argumentos, se propone como solución el diseño de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica, lo que permitirá la comunicación entre el Fondo de Cultura Económica y sus clientes reales y potenciales.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

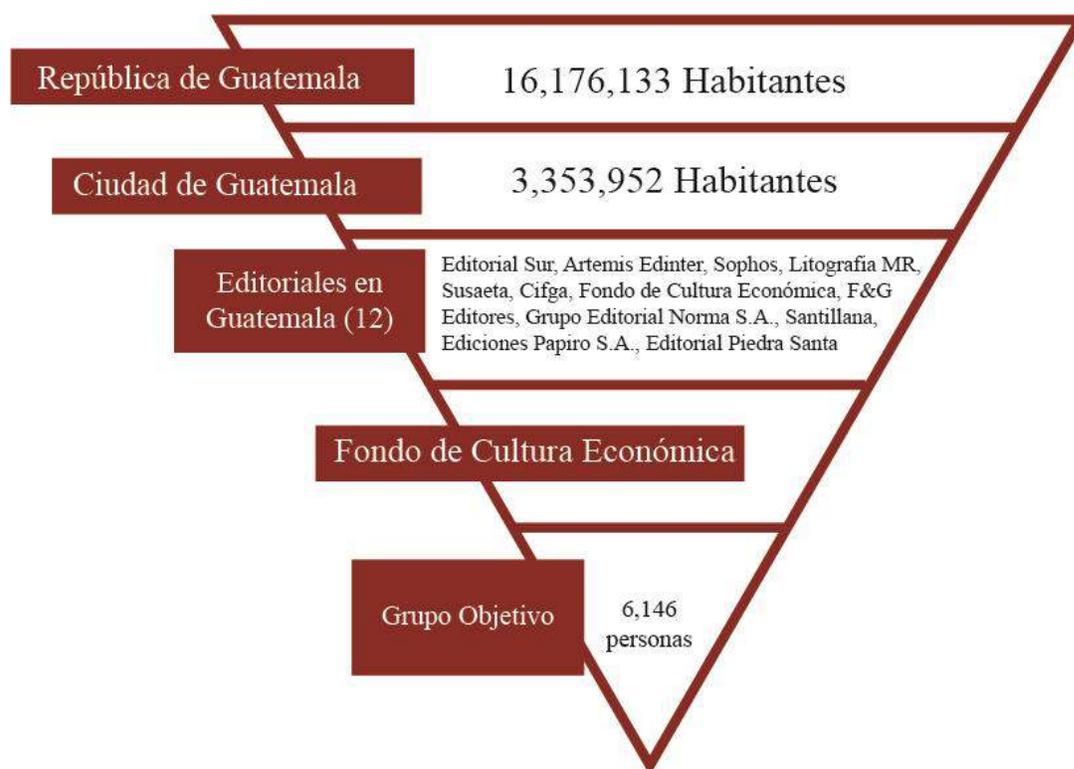
El Fondo de Cultura Económica **no cuenta con** materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

2.3.1. Magnitud.

Se presenta la cantidad o porcentaje de personas afectadas por la problemática de comunicación y/o diseño existente. Se describe de lo general a lo particular y adicionalmente se presenta de forma gráfica.



2.3.2. Vulnerabilidad.

Al no contar El Fondo de Cultura Económica con materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan, enfrentan una desinformación continua hacia sus clientes reales y potenciales.

2.3.3. Trascendencia.

Al contar con materiales digitales en redes sociales se estará implementado una vía de comunicación importante entre el Fondo de Cultura y sus clientes reales y potenciales. Lo que llevará a ampliar el público que llegue a sus diversas actividades.

2.3.4. Factibilidad.

El proyecto es realizable porque cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos que una empresa o institución debe de tener.

2.3.4.1 Recursos Humanos.

El Fondo de Cultura Económica cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales.

Los ejecutivos del Fondo de Cultura Económica autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos.

El Fondo de Cultura Económica cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilitan la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.

El Fondo de Cultura Económica cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, diseñar y presentar el resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar materiales digitales para dar a conocer a clientes reales y potenciales, a través de las redes sociales, las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Investigar información relacionada a la elaboración de material digital en redes sociales por medio de fuentes bibliográficas que sustenten el desarrollo de este proyecto.

3.2.2 Recopilar información acerca del Fondo de Cultura Económica por medio de un brief para establecer el contenido del material digital de las redes sociales.

3.2.3 Crear ilustraciones para ser digitalizadas a través de un software de diseño para que sea colocadas en las redes sociales del Fondo de Cultura Económica facilitando la participación de los usuarios en las actividades que se realicen.

Capítulo IV

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del Cliente

4.1.1 Datos Básicos.

Nombre: Fondo de Cultura Económica

Dirección: 6 Avenida, 8-65 zona 9

Teléfono: 23341635

Email: comexterior@fceguatemala.com

Contacto: María de los Ángeles Velásquez Morales (Jefa de Comercio Exterior) y César Medina (Gerente General)

4.1.2 Antecedentes.

Historia del Fondo de Cultura Económica:

En la década de los años treinta hubo una serie de acontecimientos internacionales que afectaron profundamente la vida del estado mexicano. No existió grupo político o social que permaneciera inmutable ante la crisis económica de 1929, así como los brotes de descontento de Cuba y Centroamérica, la Guerra Civil Española, la Segunda Guerra Mundial o el desarrollo de la Rusia Soviética.

Estos mismos sucesos se ven reflejados en la producción literaria y en la labor editorial tanto oficialmente como particular, que a su mismo tiempo alteró los gustos y hábitos de lectura de gran cantidad de la población en general.

Una buena parte de las obras que se observaron en esta época están las que intentan explicar científicamente las convulsiones sociales, que condenaban al sistema vigente o que proponían un nuevo orden en el poder.

Hubo más literatura orientada a las luchas del proletario, de sus aspiraciones y necesidades. De igual manera en este tiempo, el gobierno mexicano contribuyó a que se difundieron masivamente pues las clasificaron como “revolucionarias”. En ese tiempo el Fondo de Cultura Económica tuvo la labor editorial oficial teniendo como fin principal dar a conocer la ideología de la nueva escuela y servir al pueblo.

El nacionalismo cultural tenía una necesidad de reafirmar los valores propios frente a los vertiginosos cambios mundiales, se reflejó también en la producción literaria y editorial. Asimismo las principales editoriales de México les dieron prioridad a las obras nacionales que a las extranjeras.

El nacimiento del Fondo de Cultura Económica, una nueva editorial, enriqueció en gran parte el ambiente cultural de México.

Cómo surge el Fondo de Cultura Económica en Guatemala:

El Fondo de Cultura Económica en Guatemala inicia en 1995, cuando la paz comenzaba en la región Centroamericana, es por esta razón que el mismo Fondo es un actor en la vida académica y cultural en la cotidianidad de miles de personas centroamericanas y de habla hispana que leen.

Lleva en el país 21 años, con más de 40 ediciones de ferias internacionales del libro, presencias en librerías y con distribuidores locales, así como convenios institucionales con el gobierno a través del Ministerio de Educación o de Cultura. Gracias a esto mismo es que una vez habiendo tenido una sede fuera de México, y haber llegado a Guatemala, con los años se expande por toda Centroamérica llegando inclusive hasta República Dominicana, Puerto Rico y Cuba.

Durante su estancia en Guatemala han publicado libros de escritores y temas importantes de la región. Permitiendo el intercambio de ideas y visiones en relación a la

historia del país. Así como sus cambios sociales y políticos. Tales como: Memorial de Sololá, Tiempos de Jorge Ubico, Guatemala Historia Silenciada Tomo I y II de Carlos Sabino, En la mirilla del jaguar de Margarita Carrera, Breve historia contemporánea de Guatemala de Jorge Luján Muñoz, La Marimba, de Léster Godínez Hernández, entre otros.

Actualmente el Fondo de Cultura Económica en Guatemala tiene amplia oferta editorial, donde se encuentran no solo libros producidos por ellos mismos, sino que también de otras casas editoras de habla hispana, nacional como internacional, tales como: Piedra Santa, Artemis Edinter, F&G Editores, Amanuense, Leyenda, Paídos, Planeta, Homo Sapiens, Amorrortu, Océano, Almadía, Colegio de México, Lexus Editores, Colegio de México Cal y Arena, entre otros.

4.1.3 Visión.

Seremos una editorial esencial en la discusión y creación de las ideas en los diferentes campos del saber cuya acción seguirá contribuyendo a consolidar la identidad de la región y a integrar una agenda pública, cultural y científica iberoamericana con un amplio sentido social y para todas las edades.

4.1.4 Misión.

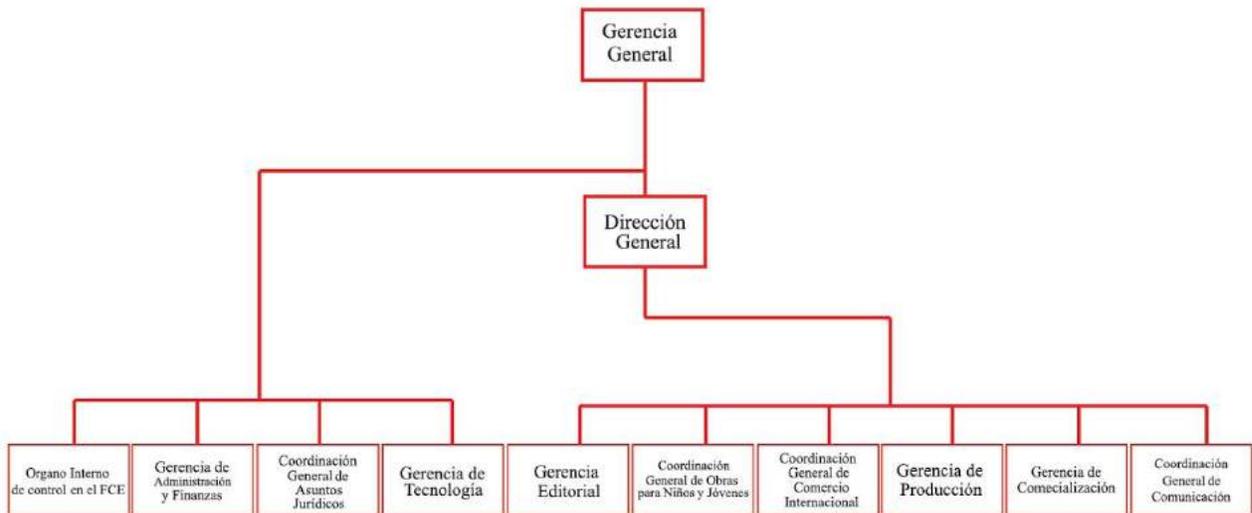
El Fondo de Cultura Económica es una institución editorial del Estado mexicano, que edita, produce, comercializa y promueve obras de la cultura nacional, iberoamericana y universal, a través de redes de distribución propias y ajenas, dentro y fuera de nuestras fronteras.

Nuestras acciones se orientan a la creación, transmisión y discusión de valores e ideas, así como a la formación de lectores, estudiantes y profesionistas.

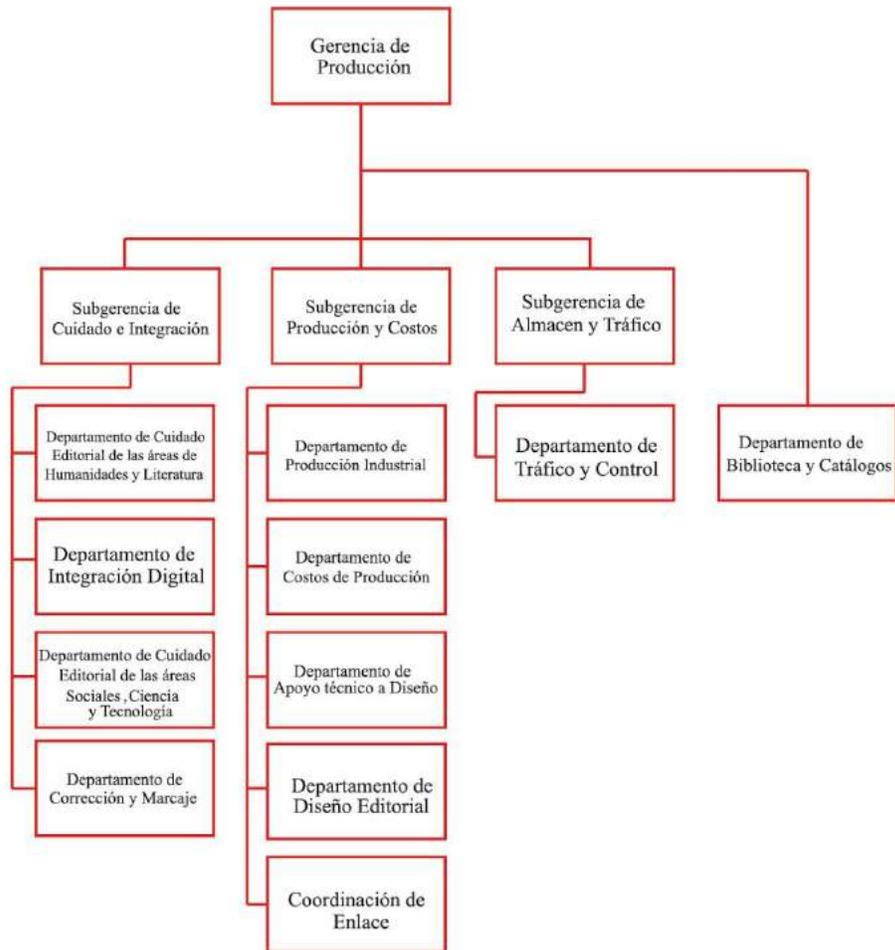
4.1.5 Organigrama.

4.1.5.1 Estructura Organizacional.

Estructura Orgánica



4.1.5.2 Gerencia de Producción.



4.1.6 Datos del Logotipo.

El logotipo del Fondo de cultura está compuesto únicamente por tipografía. En su lado derecho se observan las palabras “Fondo de Cultura Económica” y a su izquierda las iniciales de este mismo en un cuadro rojo.



C: 6%
M: 99%
Y: 98
K: 0%
R: 224%
G: 33%
B: 39%



C: 0%
M: 4%
Y: 2%
K: 0%
R: 254%
G: 243%
B: 241%



C: 62%
M: 56%
Y: 55%
K: 85%
R: 26%
G: 24%
B: 24%



C: 41%
M: 33%
Y: 35%
K: 1%
R: 156%
G: 156%
B: 155%

4.1.7 FODA.

<h3>Fortalezas</h3> <ol style="list-style-type: none">1. Estabilidad en el mercado.2. Especialidad en área editorial.3. Experiencia en el área de librería y galerías.	<h3>Amenazas</h3> <ol style="list-style-type: none">1. Carencia de información.2. Falta de publicidad.3. Falta de presencia en redes
<h3>Debildades</h3> <ol style="list-style-type: none">1. No ser reconocidos.2. Falta de publicidad.3. Falta de presencia en redes	<h3>Oportunidades</h3> <ol style="list-style-type: none">1. Brindar un ambiente agradable a jóvenes que desean leer o estar en un ambiente amigable.2. Mejorar la percepción de lectura en jóvenes.3. Obtener mayor participación y comunicación con sus clientes.

Capítulo V

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El material digital en redes sociales está dirigido a clientes reales y potenciales que deseen informarse acerca de las diferentes actividades que el Fondo de Cultura Económica realiza.

5.1 Perfil Geográfico.

La república de Guatemala se ubica en Centroamérica, colinda al Noroeste con México y al Sureste con Honduras y El Salvador.

Está constituida por una población indígena, ladina y garífuna. Conserva una cultura, en especial la maya quiché.

Cuenta con una extensión de 108.190 km² y una población de 16,176,133 habitantes. Tiene clima variado según la altitud en donde se encuentre. Por encima de los 1000 metros, los días tienen clima templado y noches frescas. Con temperatura de los 20°C.

En la república se puede encontrar religiones como el cristianismo, el catolicismo, el judaísmo, el mormón y el Maya-quiché. Sin embargo, predomina el catolicismo.

El proyecto es realizado en la ciudad de Guatemala, en el Fondo de Cultura Económica, ubicado en 6a. Avenida 8-65, Zona 9.

5.2 Perfil Demográfico.

Jóvenes adultos de nivel socioeconómico C+, que tengan un gusto por la lectura y las actividades recreativas intelectuales.

NIVEL C+
Superior, Licenciatura,
Ejecutivo medio, comerciante, vendedor
Piso Q20 mil
Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos
Sitios/terrenos interior por herencias
Por día
Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca
Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera
1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computador a familia electrodomésticos básicos
Cine, CC, parques temáticos locales,
1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo

Ver tabla de NSE en Anexo 14.1

5.3 Perfil Psicográfico.

Guatemaltecos adaptados a una vida social media- alta, estudiantes emprendedores, que gustan de leer, participar en actividades juveniles, ir a conciertos, a teatros entre otros, y que a menudo se encuentran en reuniones sociales con amigos y familiares.

5.4 Perfil Conductual.

Niños, jóvenes y adultos con actitud positiva ante la lectura y el aprendizaje, que al mismo tiempo disfrutan de las diversas actividades que se pueden hacer en teatro, y galerías, ya que llegan a obtener un enriquecimiento en su acervo cultural al ser partícipes de ellas.

Capítulo VI

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

En los siguientes conceptos se describe de manera amplia términos relacionados con la temática del proyecto de tesis en cuestión.

6.1.1 Actividades.

Es un movimiento libre que tienen las personas por motivo de una intención, razón o emoción. Su palabra proviene del latín "activitas" que quiere decir actuar.

Estas mismas pueden ser físicas o mentales, y dar diferentes tipos de estímulos a las personas que se vean en ellas. Además de que existen las actividades involuntarias, que son realizadas ya sea por personas u objetos.

6.1.2 Cultura.

Desde antiguas civilizaciones, la palabra cultura ha tenido un cambio notable, tanto en su manera de escribirse como en la manera que se ve en diferentes partes del mundo. Como en el idioma alemán, que se comenzó escribiendo con una "k" en lugar de una "c", a diferencias de otros países.

Principalmente cultura se define como el cultivo de algún objeto, usualmente para referirse a la siembra de alimentos y derivados. Poco después es que este término cambia y finalmente es descrito como la manera en la que distintas culturas de la sociedad demuestran sus cualidades y diferencias entre otras con el fin de compartir con un enfoque positivo.

6.1.3 Empresa privada.

Es una entidad formada por un grupo de socios, que a su mismo tiempo cumplen la función paralela de las instituciones públicas. Estas mismas pueden contar con un solo socio o con varios. Son de igual manera aquellas que generan ingresos al Estado por medio de los impuestos, que provienen de los servicios o productos que producen.

6.1.4 Fondo.

El Fondo, en cuanto a este caso, es una institución de orden mexicana que edita, produce, comercializa y promueve obras literarias de cultura universal por medio de canales de distribución propios y ajenos dentro y fuera de la frontera de donde se encuentre, que busca a su manera extender la cultura en el mundo.

6.1.5 Galería de arte.

Es principalmente un área cultural donde se exhiben y promocionan obras de arte, en algunos casos estas mismas son vendidas en la misma galería al público que llega a verlas.

A diferencia de los otros comercios, las galerías de arte, aunque generan ganancia, son promovidas por el sentimiento que provocan las pinturas y obras en las personas que se acercan a visualizarlas.

Asimismo, permite seguir expandiendo cultura, y es un lugar importante para los artistas que tienen ya una carrera fomentada en ese medio y para los que recién comienzan en ella.

6.1.6 Lectura.

Es una actividad que consiste en interpretar y descifrar mediante el signo de la escritura una serie de párrafos que conllevan a información. La lectura es una actividad que se realiza a diario y de manera involuntaria.

6.1.7 Redes Sociales.

Social media como es conocido, es un término relativamente nuevo que se refiere al contenido que se comparte en internet y que usa herramientas tecnológicas. Permiten el intercambio de información y la interacción de personas en diversos formatos. Es la vía por donde cualquier persona puede compartir información con costo de producción bajo, dando así libertad de compartir audios, vídeos o imágenes.

6.1.7.1 Facebook.

Es una red social cuyo objetivo es el intercambiar una comunicación fluida y poder compartir contenido de manera sencilla en la web. Creada por Mark Zuckerberg en 2004, pero comercializada hasta el año 2007. Actualmente cuenta con más de 500 millones de usuarios alrededor de todo el mundo.

6.1.7.1.1 Post de Facebook.

Dentro de la red social Facebook se puede compartir información con muchas personas, esta misma puede ser compartida por medio de un post de Facebook, que consiste en una imagen que contiene información, así como

imágenes que ayuden a que se entienda mejor y que sea llamativa para su público objetivo.

Según el blog profesional de Louise Myers, diseñadora experta en el mercado por haber trabajado para Macys, Disney y Walmart, como entre otros, indica que Facebook ha realizado una constante serie de cambios en cuanto al tamaño adecuado para sus post, siendo el más actualizado para el año 2017 de **940px x 788px**. Y el del cover de la Fanpage de Facebook de **828px x 315px**.

6.1.8 Sociedad.

Es un conjunto de seres vivos que se reúnen o viven con un objetivo en común. Una sociedad en cuanto a los humanos se considera en un grupo reunido, puede ser un país, pueblo o ciudad.

Estas mismas tienen un orden y reglas por seguir para que todas las personas que la conforman sepan que es lo permitido que ayuda a que se pueda tener un ambiente de paz y armonía.

6.1.9 Teatro.

El teatro es una de las artes más antiguas que existe en la sociedad. Puramente teatro es el interpretar y llevar a la vida historias de géneros dramáticos y cómicos de diferentes épocas. Actualmente se trata de la fusión literaria y la espectacular. Entonces se puede decir que teatro es el espectáculo público.

6.1.10 Usuario.

Según su término en latín, se refiere netamente a la persona que utiliza un objeto que está destinado para que sea de su servicio. Ya sea este público o privado, así mismo este término es empleado mayormente en la informática, el internet y en cuanto a productos se refiere.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación.

La comunicación es un punto importante en la conducta de las personas y de las organizaciones en general. Es el proceso de compartir información de un lugar a otro. Es dar a conocer un mensaje a receptores que desean o no información de diferentes sistemas. Así mismo es hecha de un receptor a otro.

6.2.1.2 Principales autores de la comunicación.

6.2.1.2.1 Harold Lasswell.

Fue un científico político que vivió de 1902 – 1978. Impartió clases en la universidad de Chicago, con ideales de Sigmund Freud. La definición que Harold Lasswell le da a la comunicación es que es " Un proceso a través del cual un emisor transmite un mensaje a un receptor utilizando un canal en específico, con el propósito de generar respuesta.

6.2.1.2.1 Paul Lazarsfeld.

Vivió de 1901 a 1976, fue director en la universidad de Princeton. Su teoría de la comunicación decía que la comunicación misma tiene dos funciones. 1. Ser el que difunda prestigio y 2. Ser quien refuerza las normas.

6.2.1.2.3 Carl Hovland.

Nace en 1912, siendo hijo de inmigrantes escandinavos, estudió matemática, ciencia y psicología. Su teoría de la comunicación se dividía en seis fases. *El cambio de conducta, el acto emisor, el llegar con mensaje, el alcanzar, el actuar y el permanecer.* Cabe mencionar que su teoría se refería y aplicaba a la comunicación social. Su interés del estudio se basaba en el interés y reacción del destinatario del mensaje con este mismo.

6.2.1.3 Proceso de comunicación.

Para poder entender el proceso que la comunicación, se tiene que tener definido de manera correcta qué es un proceso. Proceso es el término que se le da a cualquier fenómeno que tiene un cambio o modificación continua.

Por lo que es acertado decir que la comunicación es un proceso, pues constantemente se encuentra en un cambio y avance en su forma de darse. Así mismo como que para llegar a una comunicación misma se debe hacer un *proceso* para tenerlo. Lo que involucra una investigación y comprobación de varias hipótesis que se modifican en su camino.

El proceso de la comunicación es entonces el que tiene la fuente de la comunicación, un codificador, un mensaje, canal, decodificador y receptor de la

comunicación. Esto puede ser llamado también como un modelo de la comunicación.

6.2.1.4 Tipos de comunicación.

La comunicación tiene diversos tipos, que se adaptan al tipo de empresa u organización. Entre ellos está: *comunicación directa, comunicación indirecta, comunicación descendente, comunicación ascendente, comunicación horizontal, comunicación formal y la comunicación informal.*

6.2.1.4.1 Comunicación directa.

Es el tipo de comunicación que se produce entre el receptor y el emisor sin necesidad de algún intermediario o herramienta que facilite el mensaje.

6.2.1.4.2 Comunicación Indirecta.

Es el tipo de comunicación que se da entre emisor y receptor que necesita de una herramienta para que el mensaje destinado se pueda compartir.

6.2.1.4.3 Comunicación descendente.

Es la que se da en una organización partiendo desde el puesto organizacional más alto hasta el más bajo. Es otro tipo de comunicación llamado unidireccional ya que no hay manera de que la comunicación vuelva al lugar de inicio.

6.2.1.4.4 Comunicación ascendente.

Es la comunicación que comienza desde el puesto más bajo de una organización hacia el puesto más alto de esta misma. Es un tipo de comunicación más actualizada pues da voz a los empleados de una empresa para comunicar sus opiniones y quejas.

6.2.1.4.5 Comunicación horizontal.

Esta comunicación dista de los anteriores modelos de comunicación puesto que no es vertical sino en orden horizontal queriendo decir que los rangos en los que se distribuye son los mismos. Este tipo de comunicación permite que se resuelvan problemáticas y compartan opiniones de la misma con mucha más facilidad.

6.2.1.4.6 Comunicación formal.

Es la comunicación cuyo fin y estructura se basa en lo laboral, institucional u organizacional. Es un tipo de comunicación que tiene que cumplir con normas burocráticas y que tiene como objetivo compartir información importante y relevante para la empresa o institución, y que generalmente se comparte de manera interna.

6.2.1.4.7 Comunicación informal.

A diferencia de la comunicación formal, la comunicación informal es aquella que se pasa por medio de canales no oficiales, por lo que no tiene que llevar normas burocráticas obligatoriamente y es espontánea.

6.2.1.5 Funciones de la comunicación.

La comunicación es importante para que el humano pueda comunicarse entre su misma especie, por esto mismo tiene tres funciones vitales que permiten esto suceda. La comunicación entonces es *afectiva, reguladora e informativa*.

Es afectiva cuando lo que expresamos lleva emociones y sentimientos de nosotros que buscamos se transmitan a las demás personas. Es reguladora cuando se utiliza para medir la conducta de los demás y su adaptación a la sociedad. Finalmente es informativa cuando transmitimos cultura, historias o experiencias.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño.

Diseño es una actividad que tiene como fin el dar una solución a una problemática. Es una actividad que organiza, planea, controla y relaciona. De igual manera un factor crítico para el intercambio cultural y económico.

Puede ser visto como la materialización de una idea, y como un proceso de planificación. Se divide en varias categorías, puede ser gráfico, industrial, arquitectónico y de modas.

6.2.2.2 Principales autores del diseño.

6.2.2.2.1 Miguel De Lorenzi.

Fue uno de los primeros diseñadores gráficos, a lo largo de su carrera comenzó siendo un dibujante publicitario, también se dedicó a la pintura. Fue colaborador importante en el estudio Gramática y desde 1979 hasta el 2005 fue director de arte y diseñador de La Voz del Interior.

6.2.2.2.2 *Rubén Fontana.*

Diseñador gráfico especializado en el área de la tipografía, fue la persona que fundó la carrera de diseño gráfico como carrera en Argentina. Nacido en 1942, comenzó estudiando dibujo y su pasión de niño por saber cómo es que las tipografías se hacían en los periódicos, lo lleva a estudiar diseño gráfico.

6.2.2.3 *Tipos del diseño.*

6.2.2.3.1 *Diseño Gráfico.*

Es una actividad que tiene como objetivo el resolver una problemática de comunicación visual por medio de una técnica creativa, que siga un proceso al momento de realizarse.

Tales como el diseño editorial, diseño publicitario, diseño multimedia, de identidad corporativa y diseño tipográfico. El diseño cuenta con tres fases, la cual es la analítica, la creativa y la fase del desarrollo.

Sus funciones pueden ser comunicativas, persuasivas, constructiva, didáctica y estética.

6.2.2.4 *Elementos del diseño.*

6.2.2.4.1 *Punto.*

Elemento básico que compone el diseño, no tiene ángulos o dirección por sí solo. Tiene un gran poder de atracción cuando está solo. Usualmente cuando se añade un punto con otro en un mismo plano se crea una sensación de tensión.

6.2.2.4.2 Línea.

Es el elemento básico del diseño, junto con el punto, es altamente expresiva y dinámica. Compuesta firmemente por una serie de puntos en un plano horizontal o vertical.

6.2.2.4.3 Forma.

Es cómo se representa un objeto. Puede tener cualquier tamaño y si se modifica no hay cuestión de error pues seguirá siendo una forma. Usualmente se encuentra conformada por líneas y es de dos dimensiones.

6.2.2.4.4 Tamaño.

Depende principalmente de la comparación de varias formas. Puede establecerse por mayor o menor dimensión y/o escala. Asimismo este tamaño puede ser real o imaginario, dependiendo siempre de sus otros elementos de diseño que lo acompañen.

6.2.2.4.5 Color.

Una forma puede verse y percibirse también por su color. El color es la reacción de los rayos de la luz. Tiene tres propiedades pues puede ser verde, rojo y azul en cuanto a tono. En valores puede ser claro u oscuro y en saturación puede ser brillante o color mate.

6.2.2.4.6 Espacio.

Es la distancia que hay entre los elementos, es fundamentalmente lo que los une o los separa. Así mismo puede hacer la ilusión de tener profundidad. Un espacio puede estar vacío u ocupado.

6.2.2.4.7 Posición.

Es el lugar determinado que se le dará al objeto en cuanto a su relación en el espacio que tendrá en el diseño que se esté trabajando.

6.2.2.4.8 Retícula.

Es una estructura bidimensional que permite organizar los elementos de diseño en un espacio determinado. Surge en la antigüedad y era utilizada por los pintores y arquitectos antiguos.

6.2.2.4.9 Bocetaje.

Consiste en plasmar las ideas que se tienen para un diseño desde el inicio, para así poder colocar de manera estructural para tener un orden y que a su vez permite que el diseño tenga su fin concreto que es el poder comunicar de manera exitosa el mensaje.

6.2.2.4.10 Diagramación.

Al igual que la retícula y del bocetaje es lo que permite que un diseño tenga orden y que se vea de manera agradable al ojo de la persona que este observándolo. Utiliza métodos de jerarquización y otros complementos de diseño que permitirá su resultado sea el esperado.

Y revisa los elementos que irán en el diseño y los modifica según su necesidad.

6.2.2.4.11 Digitalización.

Es un proceso que conlleva el llevar el boceto que se ha realizado a los programas de diseño donde se estará creando este mismo. Es un paso primordial para últimos cambios que se puedan solicitar. Esto es un proceso que se puede adaptar en las ilustraciones, libros, revistas y demás.

6.3 Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias

6.3.1 Ciencias Auxiliares.

6.3.1.1 Semiología.

Es la ciencia que se encarga del estudio de los signos, señas y códigos, también conocidos como signos no lingüísticos. Tiene una importancia grande pues en cuanto al diseño gráfico es un sistema de información que transmite un mensaje a

las personas a quienes les llega el mensaje. Por lo tanto, es de mayor importancia que se sepa cómo manejar. La semiología estudia los signos, estos son conformados por el significante y significado.

6.3.1.2 Lingüística.

Trabaja con todas las manifestaciones del lenguaje humano, tomando en cuenta todas las formas de expresión. El objetivo principal de la lingüística es ver las múltiples interpretaciones que hay para cada palabra en el lenguaje. Verifica el carácter social, e individual.

6.3.1.3 Psicología.

Es la ciencia que estudia la conducta y a los procesos mentales. Es lo que describe, explica los pensamientos, sentimientos y las percepciones, así como las acciones humanas. Su término proviene del griego psique que significa alma y de logos que significa ciencia.

6.3.1.4 Psicología de la comunicación.

Es la rama que estudia la conducta de la comunicación de los humanos y su interacción con su entorno. Aunque se aplica como la psicología, utiliza también la información y proceso que la comunicación, pues funciona con un mensaje, un emisor, un canal y un receptor.

6.3.1.5 Psicología del consumidor.

Es la que se encarga de estudiar el comportamiento que tiene el consumidor al momento de su compra en cuanto al ámbito psicológico. Según la psicología la compra del consumidor se ve afectada por tres factores. El núcleo familiar, los amigos del círculo íntimo, así como el grupo escolar. Y finalmente los medios de comunicación, los líderes de opinión.

Sin embargo, puede ser afectado también por el entorno de cultura y status en el que se encuentre. Puede ser una necesidad, o algún deseo afectivo. Un consumidor es estimulado por la economía, la psicología que el producto o servicio tenga al presentarse.

6.3.1.6 Psicología del color.

La psicología del color transmite emociones, entre otras cosas a las personas que se ven en contacto con ella. Puesto que el color es sensorial e individual, es subjetivo por lo que la psicología del color los clasifica por sus significados, basándose en sus funciones.

El color permite que se sientan estímulos, tales como la tristeza o la alegría, también permiten que se sienta hambre, frío, calor, orden o desorden. La psicología del color separa sus gamas de tonos en los cálidos y los fríos.

6.3.1.7 Sociología.

La sociología es el estudio que se hace a la vida social del ser humano, en grupos o de manera individual. Se encarga de ver el contexto social, y cómo este

nos condiciona. Ve cómo es que ese acciona en nuestra propia individualidad, con el mundo que nos rodea y el tiempo en el que sucede.

Nos ayuda también a responder sobre nuestro futuro como sociedad, cuestionando el pasado que se tuvo y los hechos.

6.3.1.8 Cibernética.

Es entendida como la ciencia que es netamente política, pues se enfoca a saber cómo es que se gobierna. Aunque al mismo tiempo, es descrita como una ciencia con enfoques matemáticos.

Fue en 1943 cuando el mexicano Arturo Rosenblueth publicó un artículo donde analizaba el desarrollo a un futuro de las máquinas y la cibernética en general. En ella explicaba que la raza humana y la tecnología en un futuro tendrían una unión estrecha, tanto en lo laboral como en lo personal.

Por lo tanto, la cibernética es el empleo de métodos científicos para explicar los fenómenos de la naturaleza y/o de la sociedad del ser humano con las máquinas.

6.3.1.8.1 Internet.

Proviene de la palabra Interconnected Network, lo cual tiene un significado de redes interconectadas. En esta red se puede encontrar diferentes tipos de información de toda índole, gubernamental o educativa e inclusive de entretenimiento.

6.3.1.9 Pedagogía.

Es un conjunto de saberes que buscan tener un impacto en procesos educativos de los niños. Su término proviene de la antigua Grecia, sin embargo, aunque su origen y término indican que es psicosocial que tiene como fin la misma

educación, se alimenta de la sociología, la economía, psicología, historia, medicina, entre otros.

En la pedagogía, el profesor distribuye sus temas como mejor le parece, así como del tiempo y método que usará para enseñarlo.

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Artes escénicas.

Son aquellas que conllevan una práctica y un conjunto de expresiones que requieren se presenten, en el teatro, música, o danza. Que al mismo tiempo requiere una organización y de espectáculo. Y que finalmente requiere de un grupo o público para completar su comunicación.

El arte escénica tuvo un origen en Atenas, con rituales mágicos y posteriormente fue evolucionando hasta lo que es hoy en día. En un pasado fue una interpretación del culto que se tenía a los dioses con un público de más de 17.000 personas.

6.3.2.2 Pintura.

Es un tipo de ilustración que tiene relación con algo de la realidad. Puede ser un ícono, figura, panorama, retrato, recreación o réplica de esto mismo. Según John Berger, la pintura es la manera en la que el pintor se encuentra con la realidad.

Es entonces en pocas palabras aquello que nos hacer ver a mayor detalle lo que nos rodea, elaborada con una técnica determinada en una superficie de dos dimensiones.

Cuenta con elementos, color y estructuras, tales como el punto y la línea sobre este mismo.

6.3.2.3 *Literatura.*

Su palabra tiene un origen del latín *Litterae* que significa letras, lo cual era otra manera de designar a los escritos. Actualmente tiene diferentes géneros como lo poético, narrativo y dramático.

Aunque tradicionalmente es escrita, existen obras que son habladas y consideradas como literatura. La literatura no tiene características que hagan que sean literatura pues es considerada esta misma desde que hay una compleja red de estructuras textuales a juego con expectativas y perspectivas, así como valores.

Se compone del artista, que escribe la obra. El texto e historia que escribe que es denominada la obra misma y finalmente del público que recibe esta historia y la lee. Posiblemente una de las cosas que distinguen a la literatura de un texto normal, es el lenguaje que emplea al momento de escribirlo.

En la literatura, el mensaje tiene una unidad fundamental entre forma y su contenido que no permite se parafrasee. Así como que su significado puede interpretarse de diferentes maneras. Aunque como cualquier otro tipo de comunicación, lleva un mensaje, emisor, oyente, contexto, código y contacto.

6.3.2.4 *Fotografía.*

Según *Artlex Art Dictionary*, fotografía es el arte, habilidad y ciencia que produce imágenes permanentes de objetos sobre superficies fotosensibles del medio ambiente. La fotografía es un proceso que comienza con la cámara, sigue a cuando

la luz que da el reflejo de lo que queremos fotografías entra por el lente y se adhiere al material fotosensible. Y se ve en la cámara posteriormente.

Antes de la fotografía lo que era más común la pintura, que generaba un reto mayor al momento de querer observar la realidad. Entonces al ser mucho más exacta esta, se dice que la fotografía funciona como un rastro de almacenado.

6.3.2.5 Tipografía.

Para saber el concepto de tipografía y poder comprenderlo, se debe de conocer los demás términos que forman parte de él. Tal como tipo y fuente tipográfica. El tipo es un modelo o diseño de una letra determinada.

Fuente tipográfica es el estilo o apariencia de un grupo completo compuesto por caracteres, números y signos.

Una vez expuesto estos conceptos podemos decir que la tipografía es el arte y técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. Se ocupa también del estudio y la clasificación de distintas fuentes tipográficas.

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color.

Como se sabe, el color es un reflejo de la luz propia en una superficie, El color mismo tiene sus propiedades como los tonos, la saturación y luminosidad que este pueda tener. En esto entra la gama de colores en CMYK y RGB, que son las dos versiones de colores que se tienen, unas se usan para las impresiones y otros para cuando veremos los colores únicamente en la pantalla de una computadora.

La teoría del color se refiere a que cada color por individual tiene su propio significado, según su contexto y perspectiva del mismo es interpretado por la persona que lo observe. Así como que según el orden que estos tengan, si se mezclan crean estímulos y reacciones en nuestra mente.

6.3.3.2 Teoría de Gestalt.

Pone un énfasis a lo que experimentamos en la vida, relacionado con el contexto que tenemos de cada situación, y lo que posteriormente nos lleva a tomar una decisión sobre algo.

En otras palabras, la teoría de Gestalt es la que nos ayuda a como seres humanos percibir cosas en nuestro diario vivir de cierta manera. Siendo esta la que nos permite en casos extraños o nuevos llegar a tener una comprensión mental mayor.

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Flat Design.

Es el tipo de diseño minimalista que se especializa en el material impreso o digital que consiste en eliminar cualquier tipo de adorno excesivo en un diseño para simplificar la manera en que un mensaje se compartirá permitiendo que este sea captado de manera mucho más rápida y efectiva.

Entre sus características está el uso de colores vivos y tipografías de tipo sans serif. Su primera aparición fue a finales del 2010 en la interfaz de Microsoft Windows, poco después fue introducida a casi toda plataforma, como lo es hoy en día.

Una de sus mayores ventajas es la facilidad que tiene de poder adaptarse a cualquier tipo de plataforma por su sencillez.

6.3.4.2 Diseño Modular.

Es un diseño que consiste en poder adaptar los textos largos en espacios pequeños para que los usuarios que lo lean puedan interactuar de mejor manera con él. Su ventaja es que ayuda a que los diseños se vean mucho más profesionales sin saturarlos.

Capítulo VII

Capítulo VII:

Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico

7.1.1 Redes sociales.

La utilización de las redes sociales, en este caso Facebook, será de vital importancia pues es la plataforma por la que la información de diversas actividades que realiza el Fondo de Cultura Económica se dará a conocer.

Esta misma será más efectiva que los medios tradicionales por su rapidez y facilidad de volverse viral al permitir que se llegue al grupo objetivo con mayor facilidad.

7.1.2 Diseño Gráfico.

Es el apoyo que se tiene en el proyecto para materializar una propuesta creativa, que al mismo tiempo sea atractiva a la vista del grupo objetivo.

7.1.3 Comunicación.

Permitirá de manera conjunta con el diseño gráfico que se brinde la información que el Fondo de Cultura Económica desea su grupo objetivo sepa. Exponiéndola de manera fácil de entender.

7.1.4 Semiología.

Al ser la ciencia que estudia los signos y los símbolos, permitirá que se dé a conocer un mensaje correcto por medio de las imágenes al grupo objetivo.

7.1.5 Psicología del color.

Permitirá que se empleen los colores adecuados para transmitir las emociones y las ideas al grupo objetivo, siendo este uno de los principales objetivos del proyecto.

7.1.6 Cibernética.

Es la comunicación entre la tecnología y el hombre, por lo que será importante en la implementación de este proyecto. Esta permitirá que se acceda a las redes sociales y compartir el proyecto en cuestión.

7.1.7 Tipografía.

La tipografía es importante para que el mensaje que se desea comunicar sea legible y por ende entendible para nuestro grupo objetivo. Una tipografía bien empleada permitirá que sea mucho más atractivo un diseño a la vista de quien lo vea.

7.1.8 Fotografía.

Servirá para hacer el enlace entre las tipografías y la información que el diseño del proyecto lleve para que así cause un impacto que llame la atención de manera positiva para el grupo objetivo.

7.1.9 Flat Design.

Es una tendencia de diseño limpia, sin degradé alguno y que permite se vean diseños sencillos, atractivos a la vista del espectador. Se usará debido que los diseños que se creará son para diversas edades.

7.1.10 Diseño Modular.

Permitirá finalmente que el diseño pueda diagramar, de manera que sea de lectura fácil y rápida haciendo que la comunicación sea mucho más efectiva.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

Se utilizaron dos métodos de creatividad para el diseño y realización de los post para Facebook del Fondo de Cultura Económica. Siendo el primero “Ideal Final Result”, que consiste en imaginar que el diseño que se creará ya existe y escribir una serie de preguntas que cuestionan la finalidad de este mismo. Este método de creatividad fue hecho por Ellen Domb.

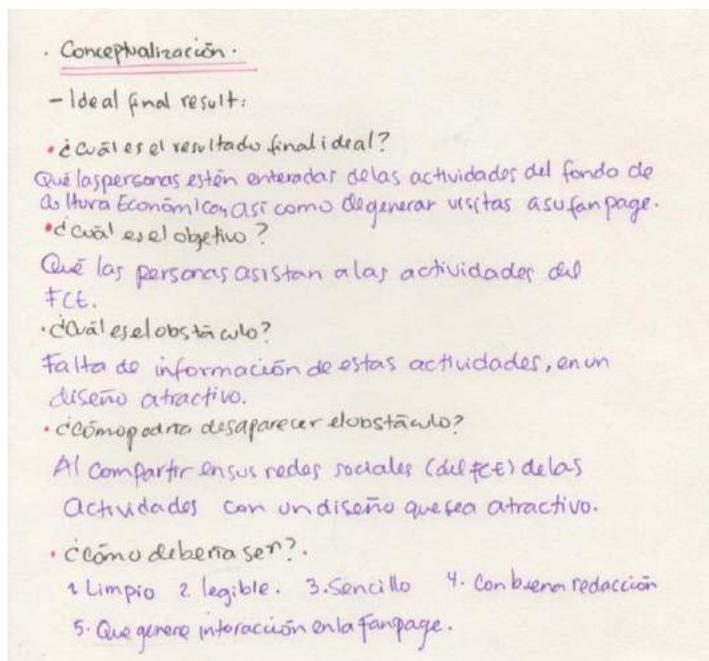


Imagen del método creativo, “Ideal Final Result” que se realizó a mano.

Como segundo método se utilizó “Drawing”, que consiste en un lugar relajado, y visualizar elementos que estarían en el diseño deseado procediendo

después a dibujarlos en una hoja de papel con marcadores de varios colores, como forma opcional está el explicar en otro color qué es cada elemento.

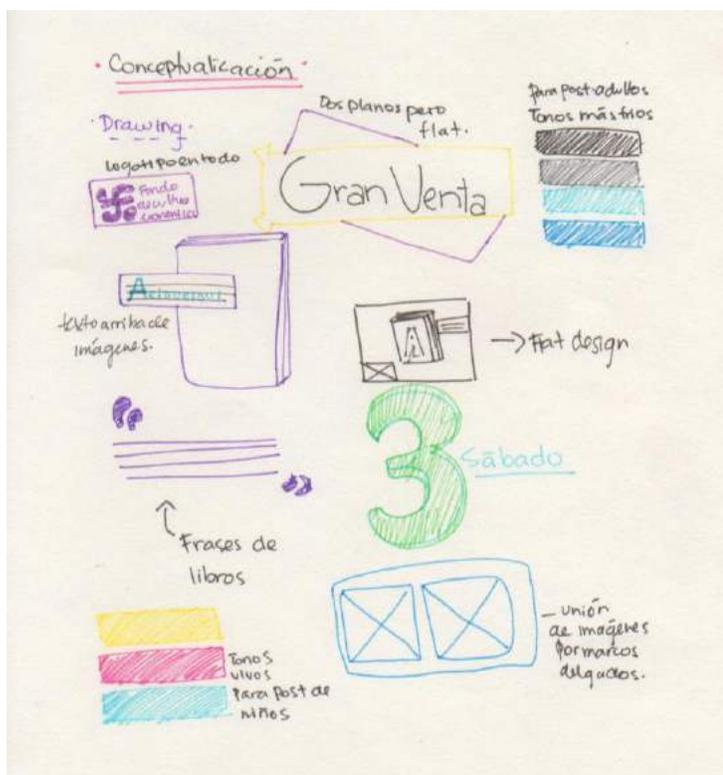


Imagen del método creativo, "Drawing" que se utilizó a mano.

7.2.2 Definición del Concepto.

“Fondo de Cultura Económica: Actividades que mueven a todos.” Será la frase que definirá el proyecto, pues consiste en la comunicación de actividades que el Fondo de Cultura Económica tiene para todo público. Asimismo, con esta comunicación se espera que el grupo objetivo se acerque al Fondo de Cultura Económica y se genere mayor tránsito en su página de Facebook.

7.3 Bocetaje

A continuación, se muestra el proceso de Bocetaje que se ha tenido para la realización de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las

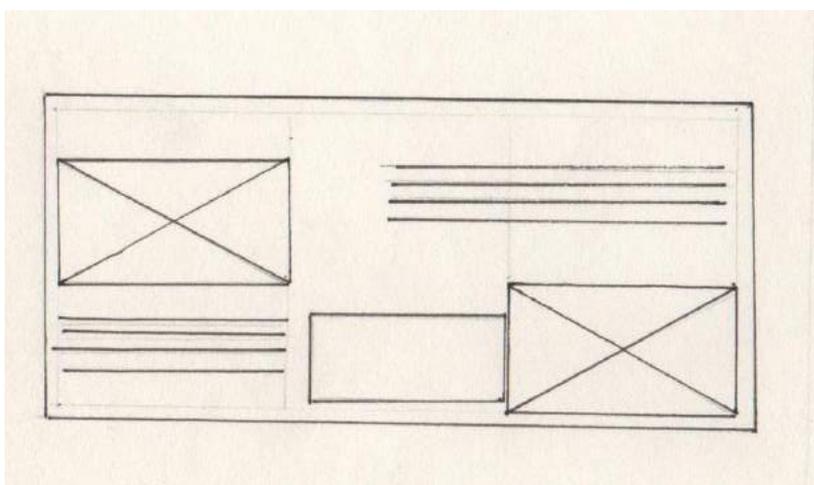
diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica. Estos mismos se dividen en varias piezas que ayudarán finalmente a comunicar esa información.

7.3.1. Proceso de bocetaje.

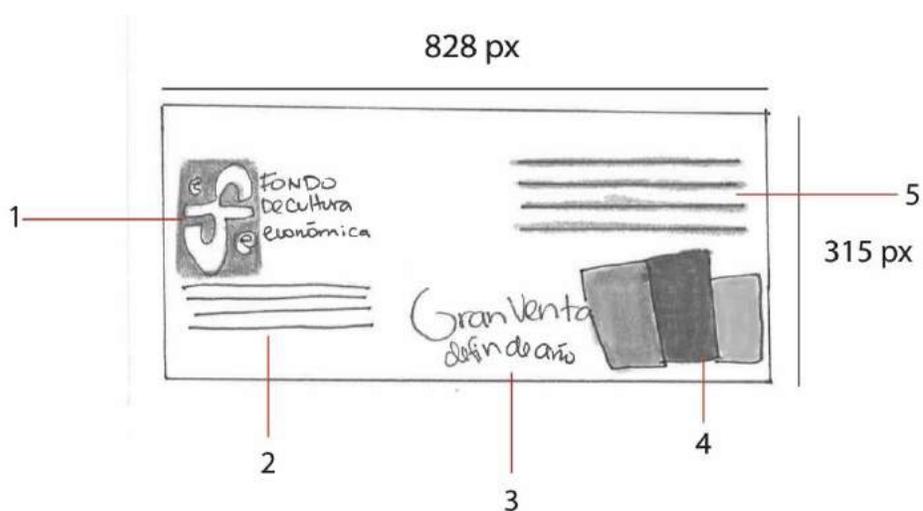
- **Propuesta A:**

Facebook Cover Page

Retícula



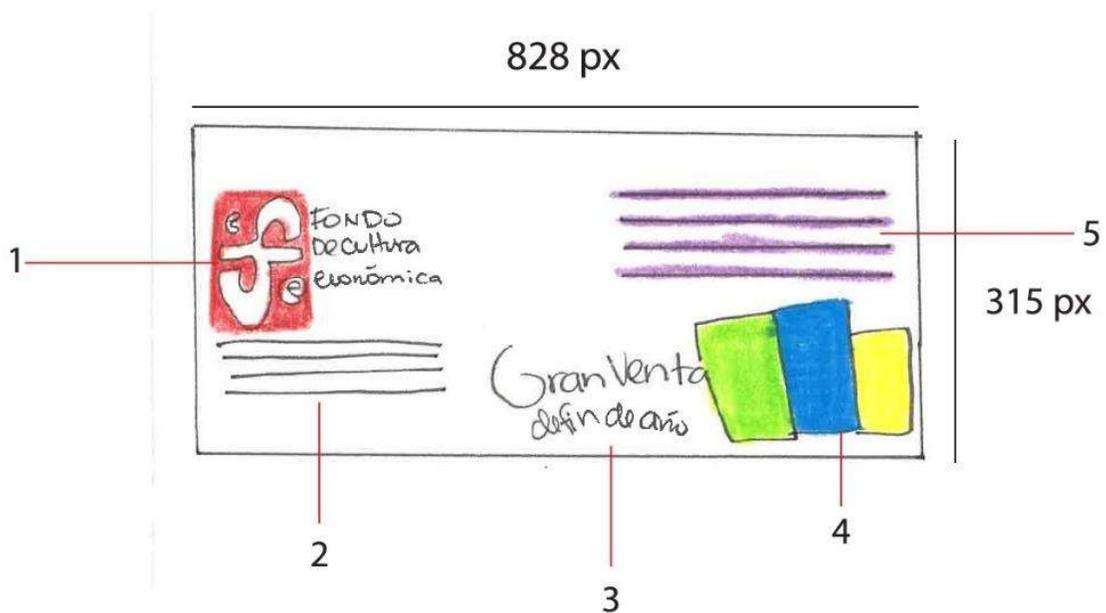
Boceto Inicial



1. Logotipo del Fondo de Cultura Económica

2. Texto con información de lugar, hora y día
3. Texto “Gran Venta de Fin de Año”
4. Dibujos de libros
5. Texto que invita a las personas a asistir al evento

Boceto intermedio

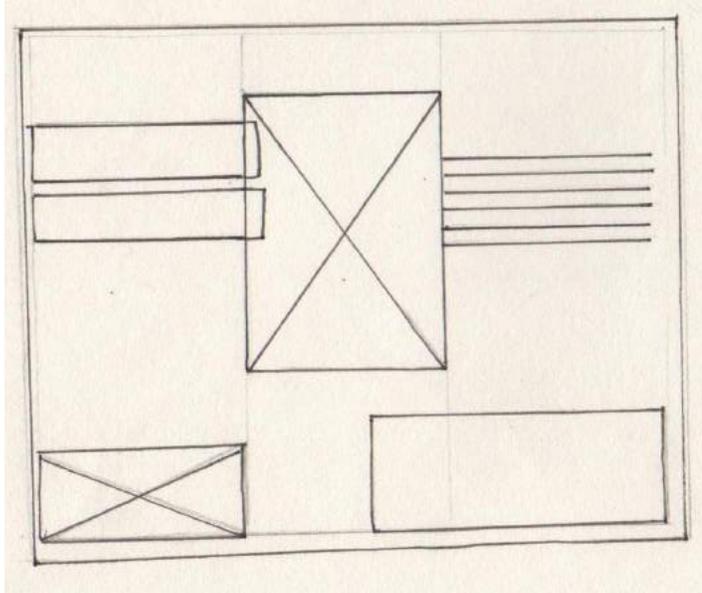


6. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
7. Texto con información de lugar, hora y día
8. Texto “Gran Venta de Fin de Año”
9. Dibujos de libros
10. Texto que invita a las personas a asistir al evento

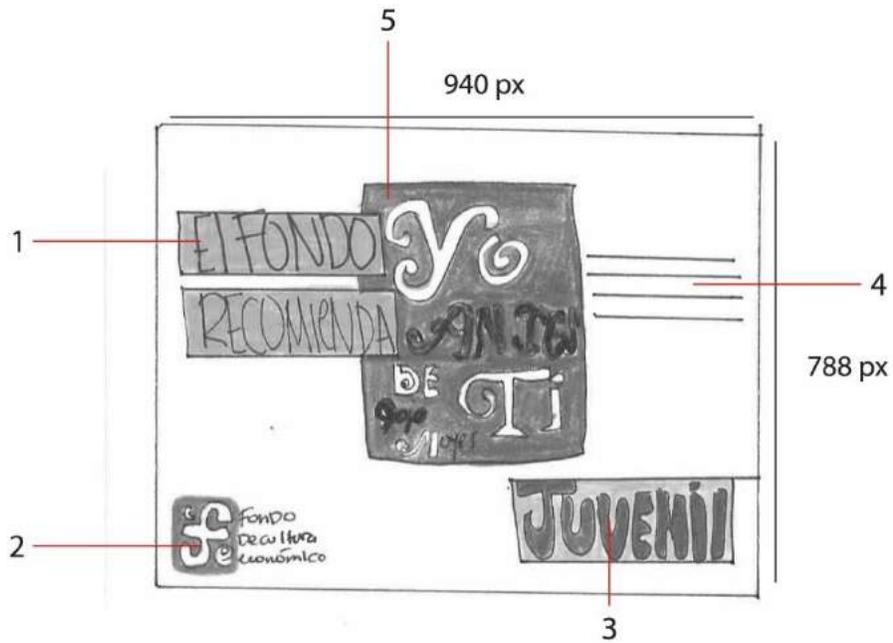
- **Propuesta A:**

El Fondo Recomienda

Retícula

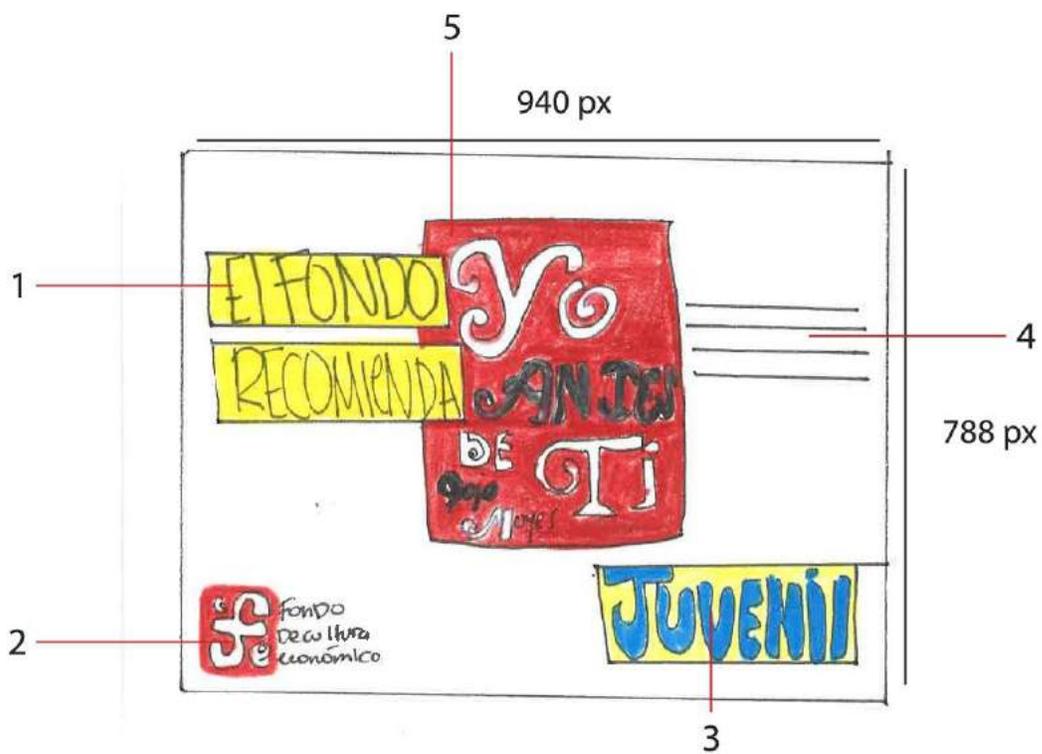


Boceto Inicial



1. Texto “El fondo recomienda”
2. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
3. Texto “Juvenil”
4. Texto con información del libro que se recomienda
5. Imagen del libro recomendado.

Boceto Intermedio

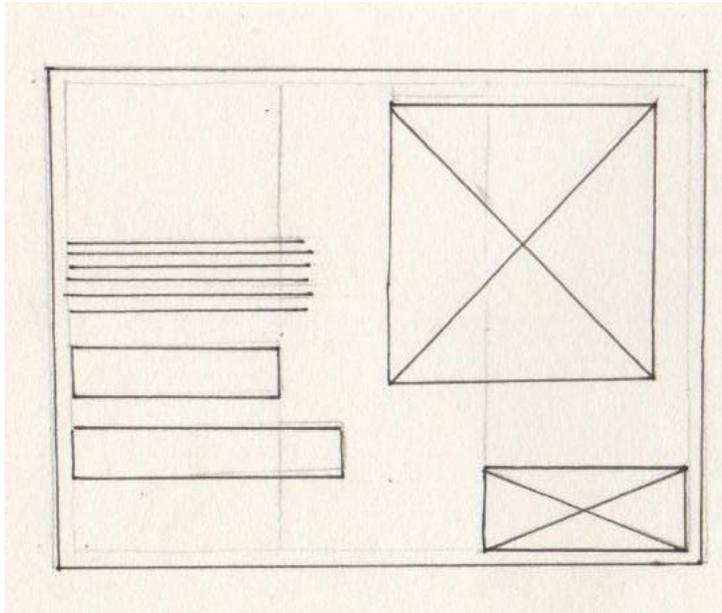


1. Texto “El fondo recomienda”
2. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
3. Texto “Juvenil”
4. Texto con información del libro que se recomienda
5. Imagen del libro recomendado.

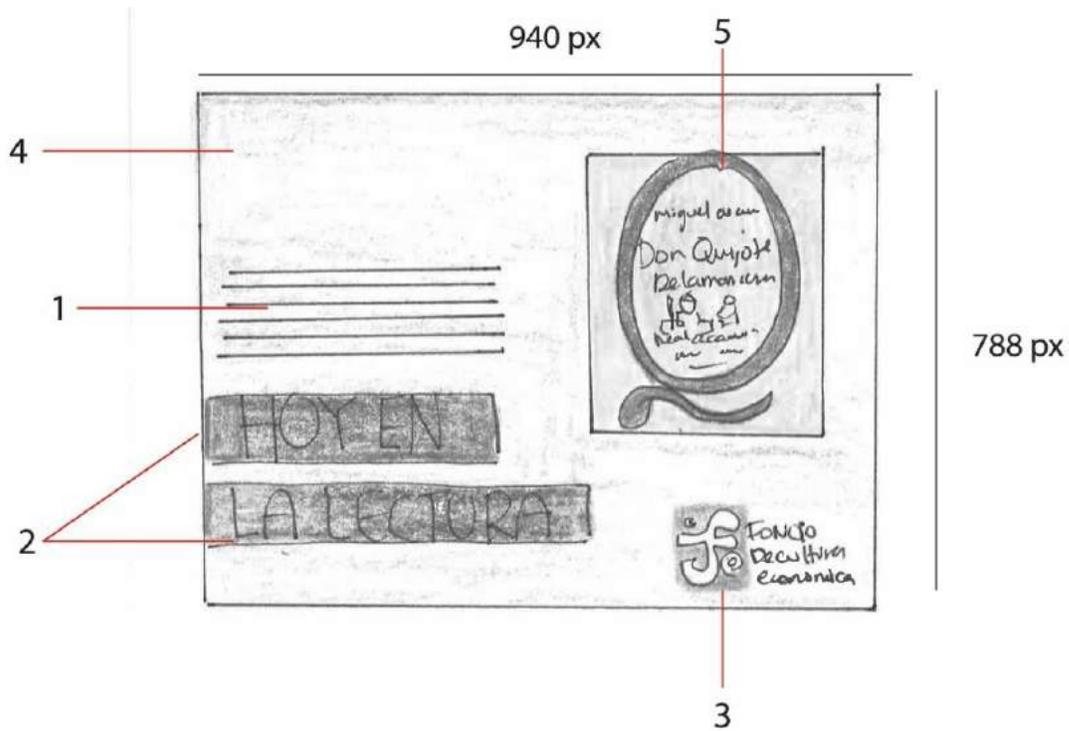
- **Propuesta A:**

Hoy en la lectura

Retícula

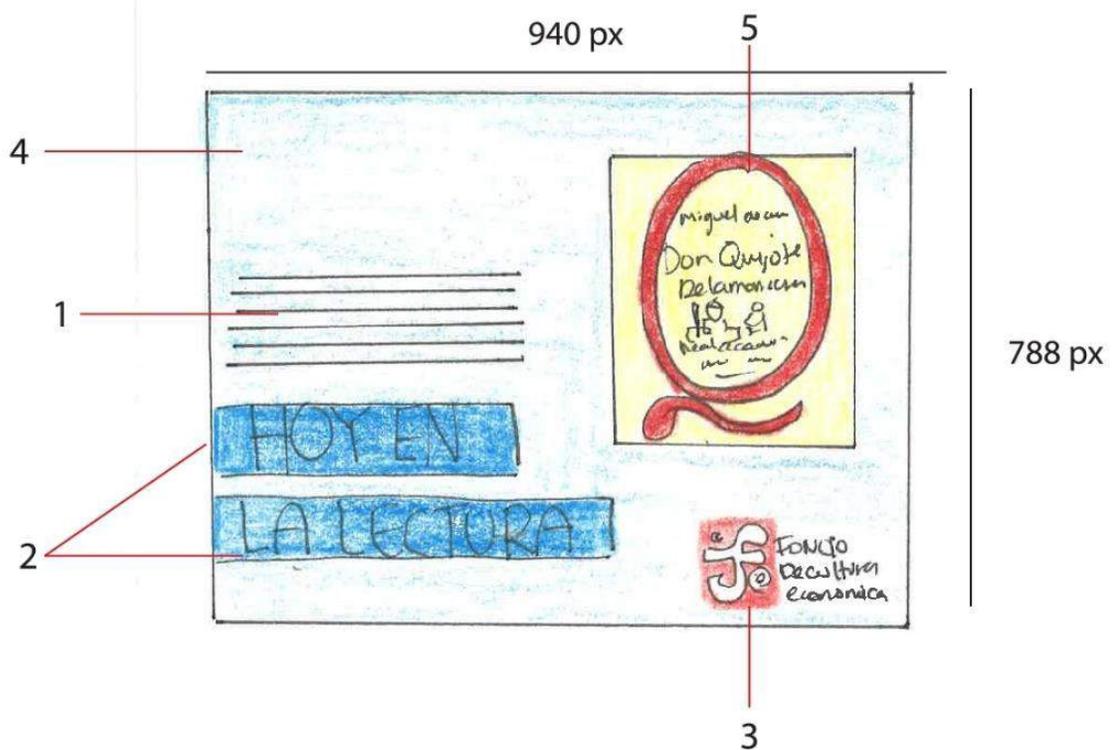


Boceto Inicial



1. Información del libro “Don Quijote”
2. Texto “Hoy en la lectura”
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Fondo con textura
5. Imagen del libro

Boceto intermedio

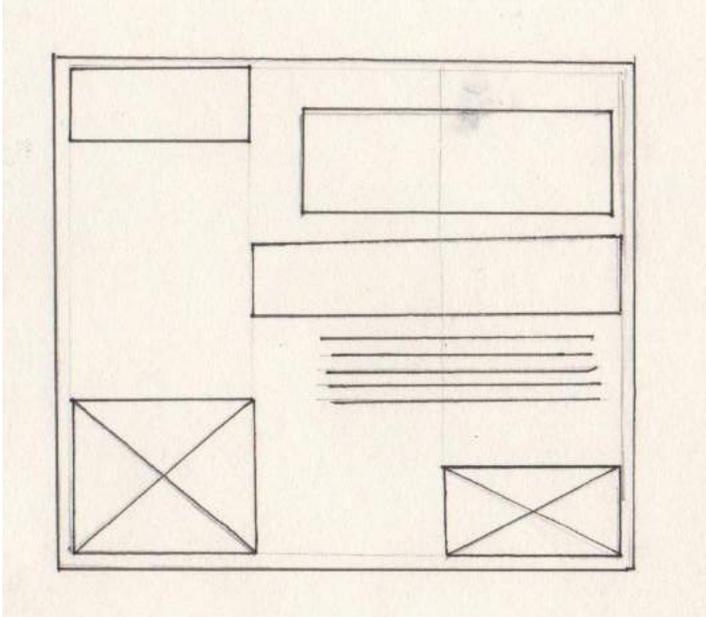


6. Información del libro “Don Quijote”
7. Texto “Hoy en la lectura”
8. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
9. Fondo con textura
10. Imagen del libro

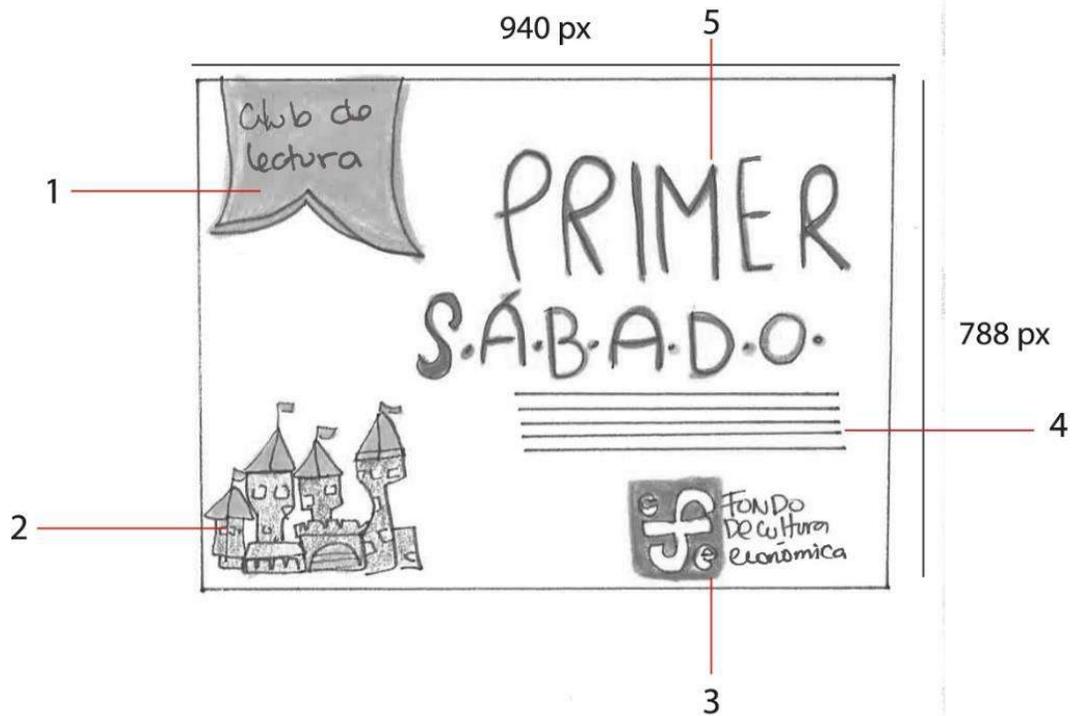
- **Propuesta A:**

Club de lectura

Retícula



Boceto Inicial



1. Texto sobre figura que dice “Club de lectura”
2. Dibujo de castillo de cuentos
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Texto con información del Club de lectura
5. Título “Primer Sábado”, que hace referencia a que cada primer sábado de mes se realiza.

Boceto Intermedio

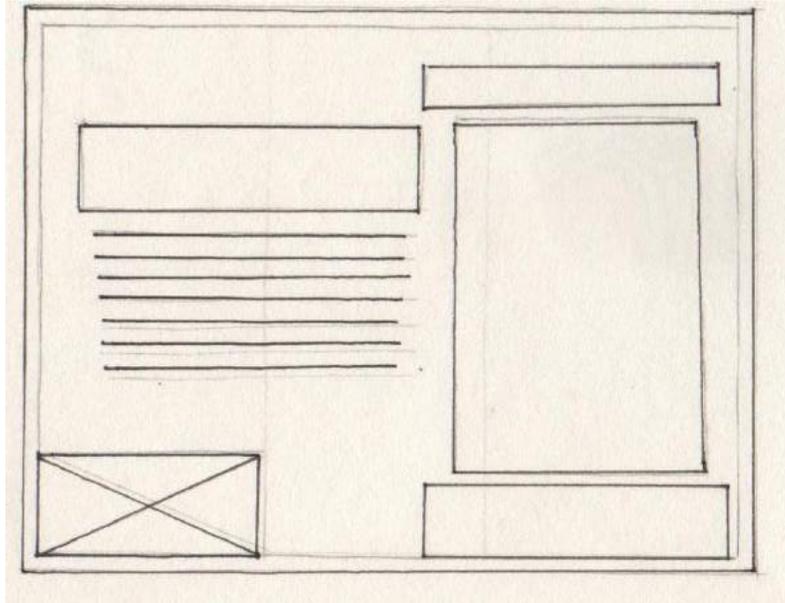


1. Texto sobre figura que dice “Club de lectura”
2. Dibujo de castillo de cuentos
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Texto con información del Club de lectura
5. Título “Primer Sábado”, que hace referencia a que cada primer sábado de mes se realiza.

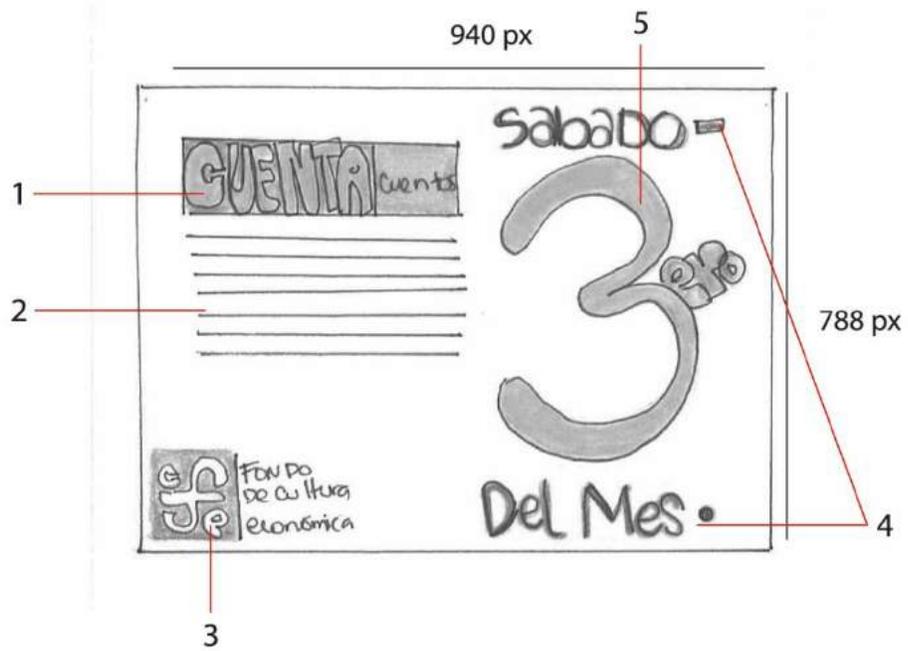
- **Propuesta A:**

Cuenta Cuentos

Retícula

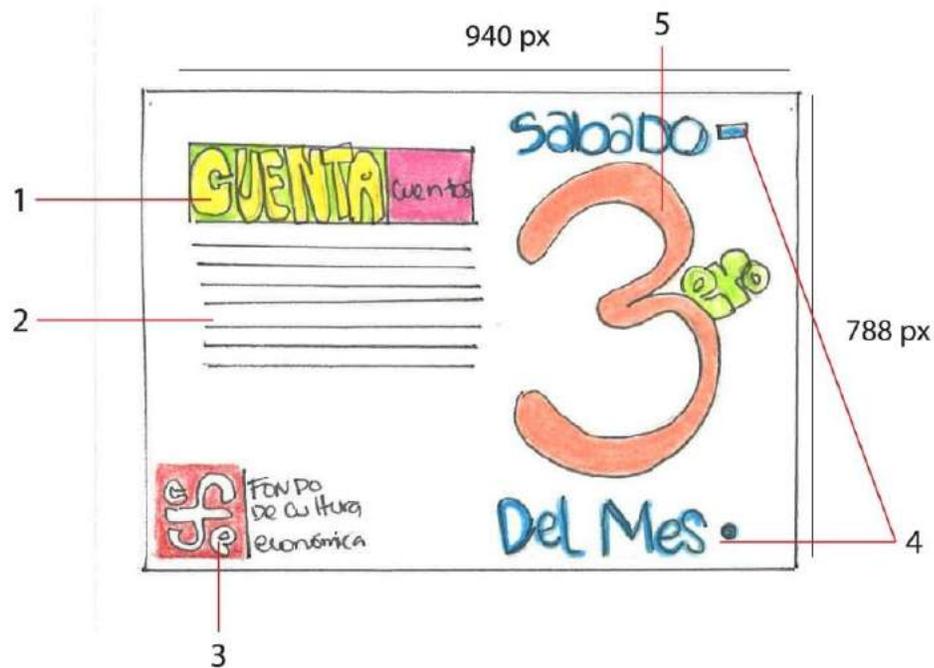


Boceto Inicial



1. Texto “Cuenta cuentos”
2. Información de la actividad
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Texto “sábado” y “del mes”
5. Número 3 y “ero” con fondo.

Boceto Intermedio

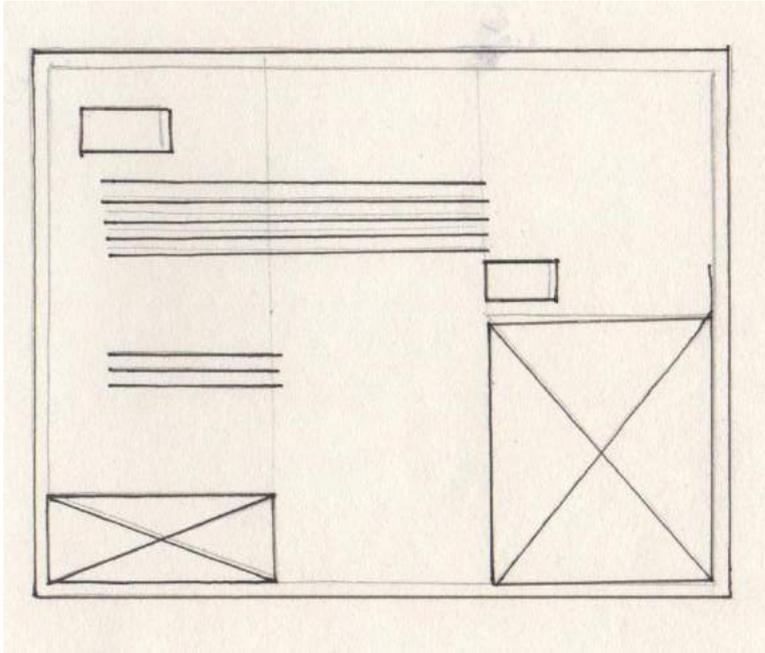


1. Texto “Cuenta cuentos”
2. Información de la actividad
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Texto “sábado” y “del mes”
5. Número 3 y “ero” con fondo.

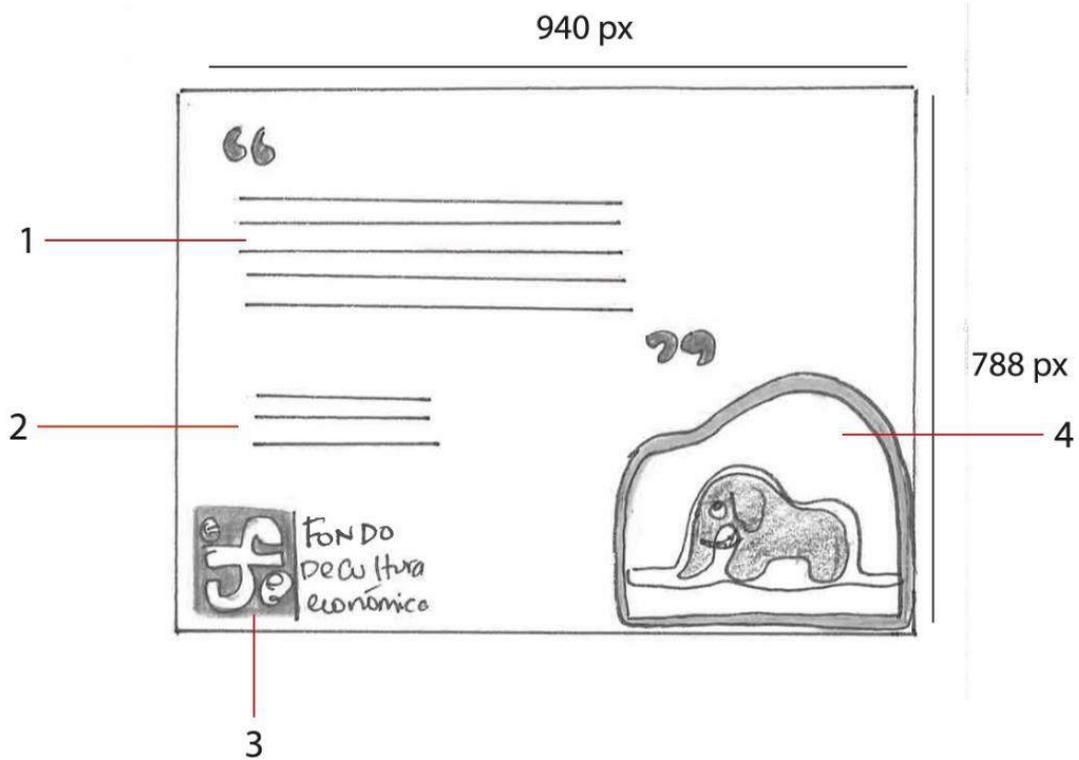
- **Propuesta A:**

Frase de Lectura

Retícula

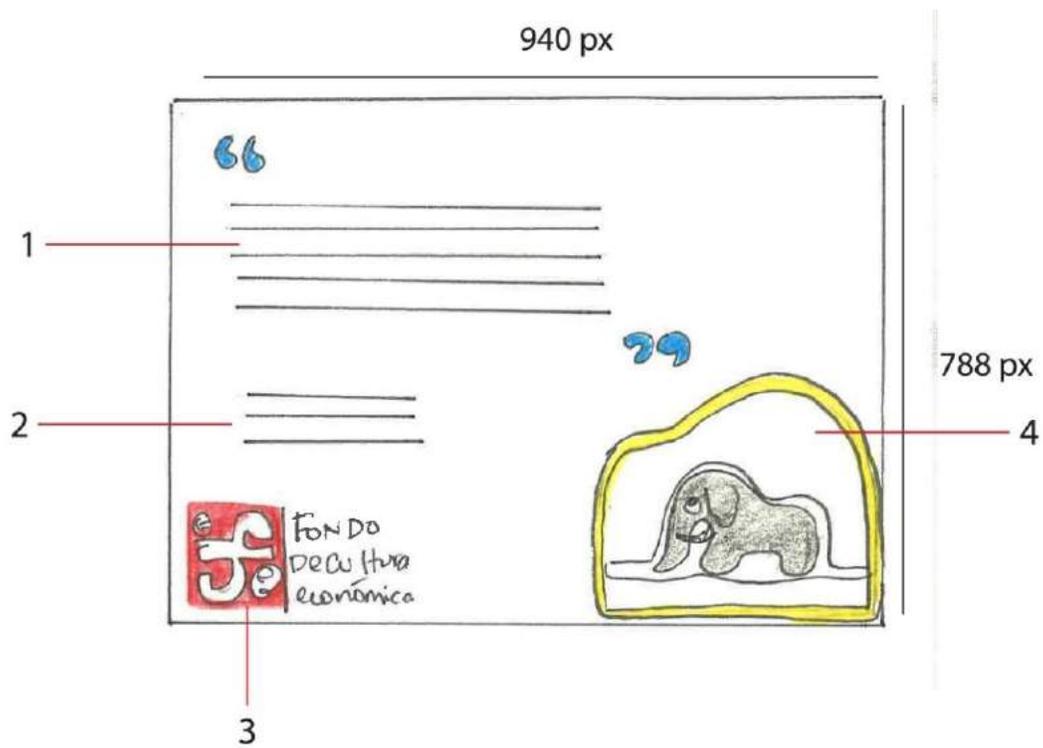


Boceto Inicial



1. Frase del libro “El Principito”
2. Nombre del autor del libro.
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Imagen referente al libro.

Boceto Intermedio

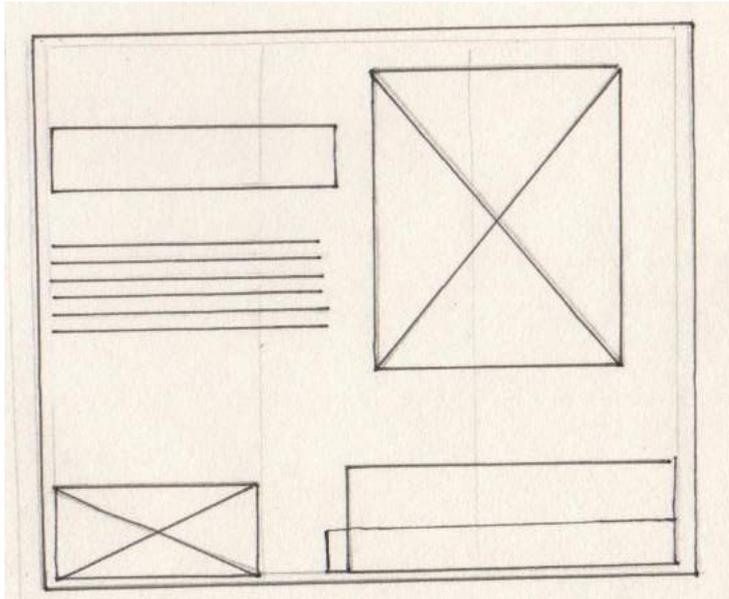


1. Frase del libro “El Principito”
2. Nombre del autor del libro.
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Imagen referente al libro.

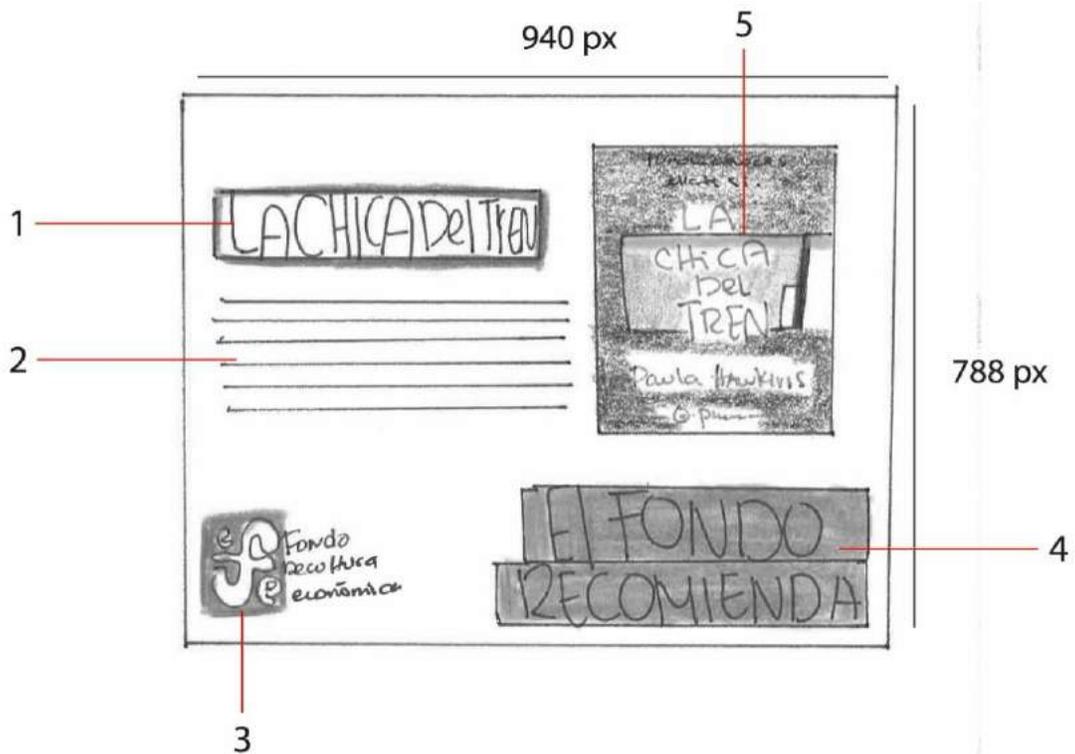
- **Propuesta B:**

El fondo Recomienda

Retícula

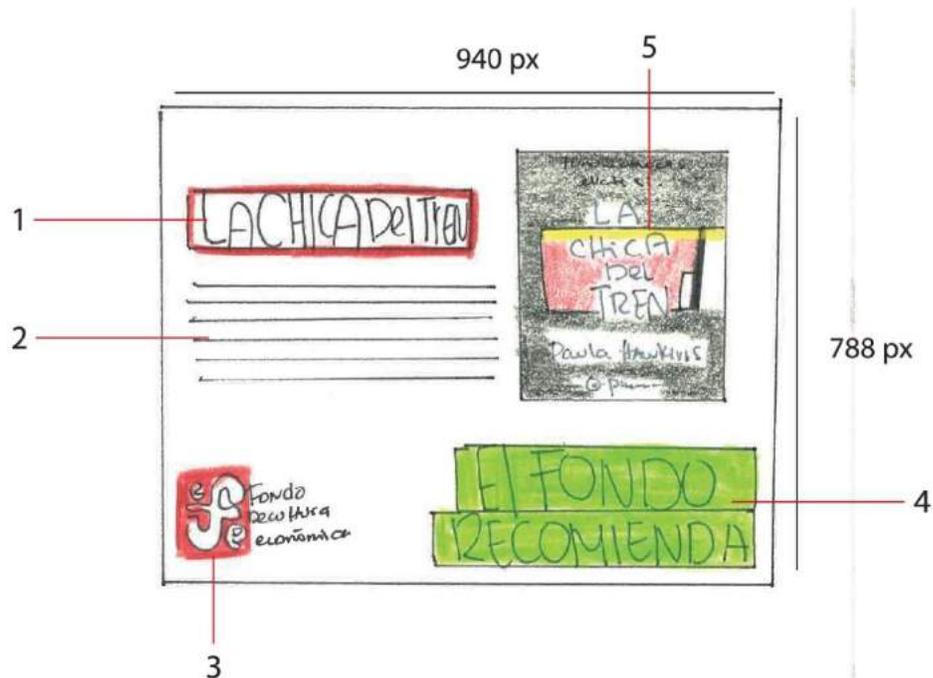


Boceto Inicial



1. Título del libro “La Chica del Tren”
2. Información del libro.
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Texto “El fondo recomienda”
5. Imagen del libro.

Boceto Intermedio

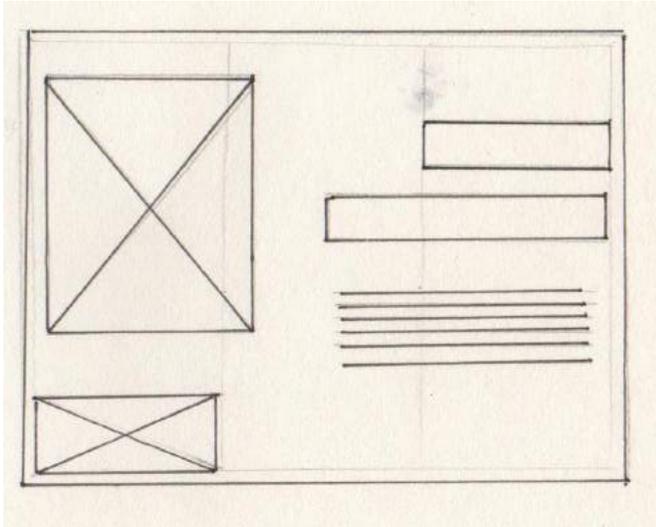


1. Título del libro “La Chica del Tren”
2. Información del libro.
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Texto “El fondo recomienda”
5. Imagen del libro.

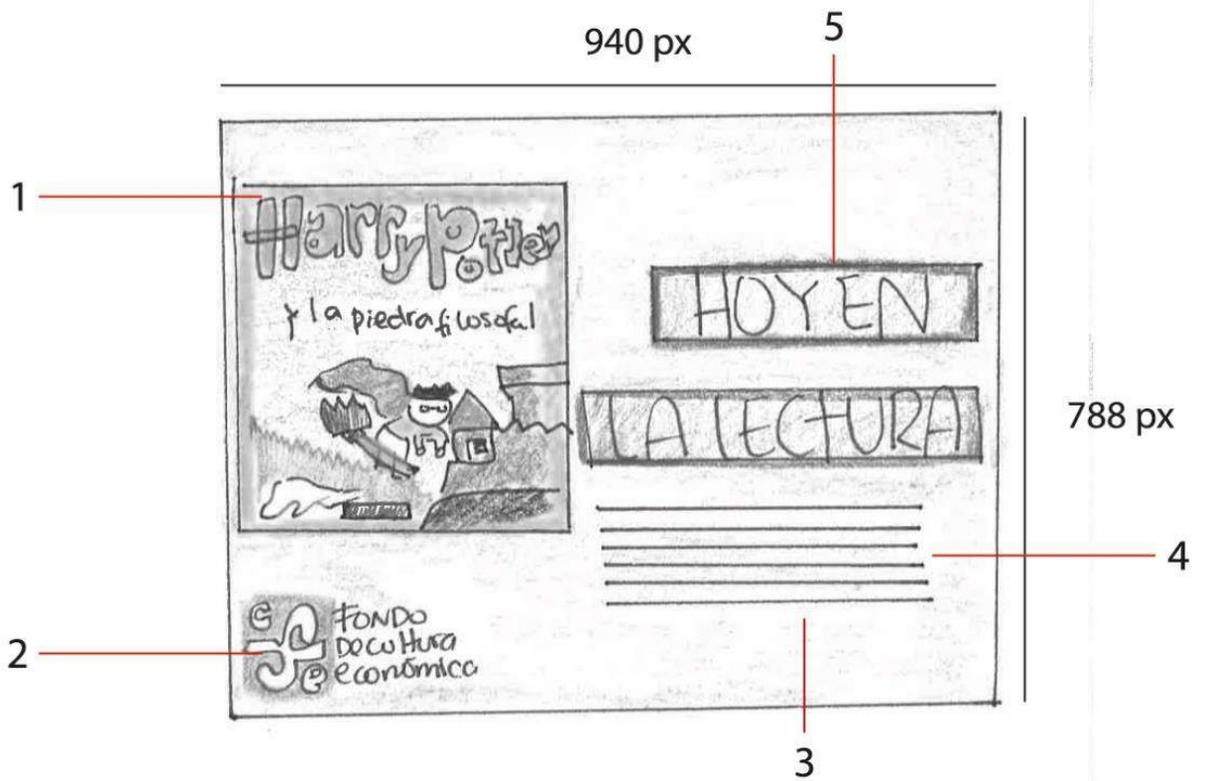
- **Propuesta B:**

Hoy en la lectura

Retícula

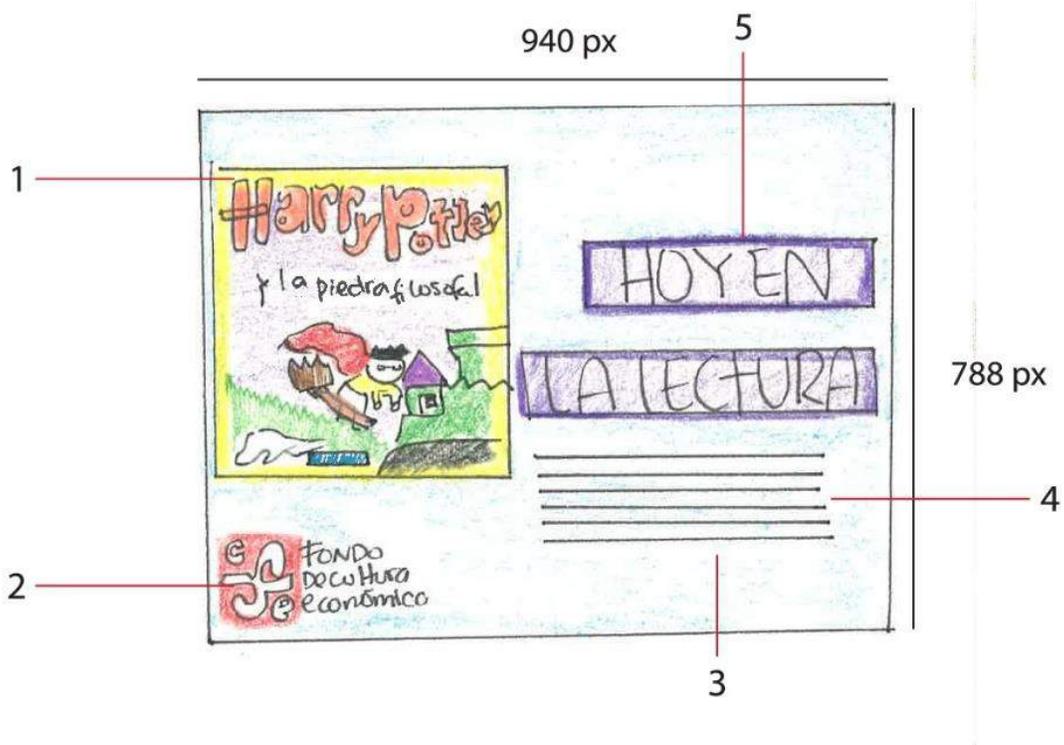


Boceto Inicial



1. Imagen del libro “Harry Potter y la Piedra Filosofal”
2. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
3. Fondo con textura
4. Información del libro
5. Texto “Hoy en la lectura”

Boceto Intermedio

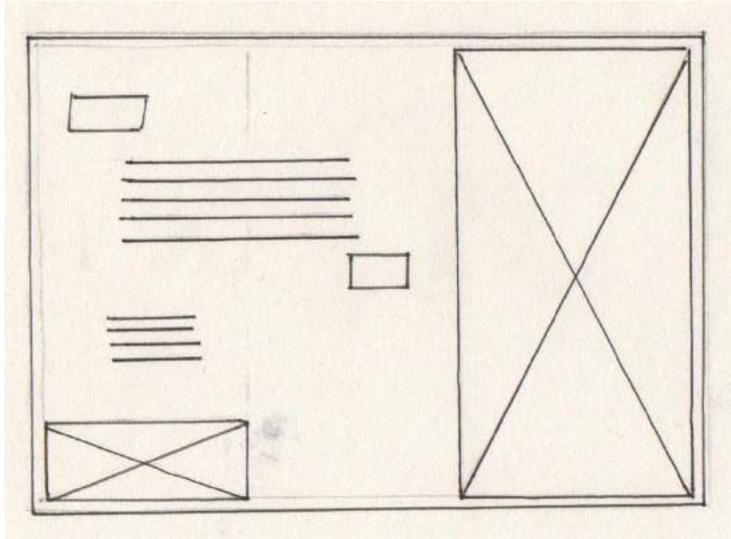


1. Imagen del libro “Harry Potter y la Piedra Filosofal”
2. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
3. Fondo con textura
4. Información del libro
5. Texto “Hoy en la lectura”

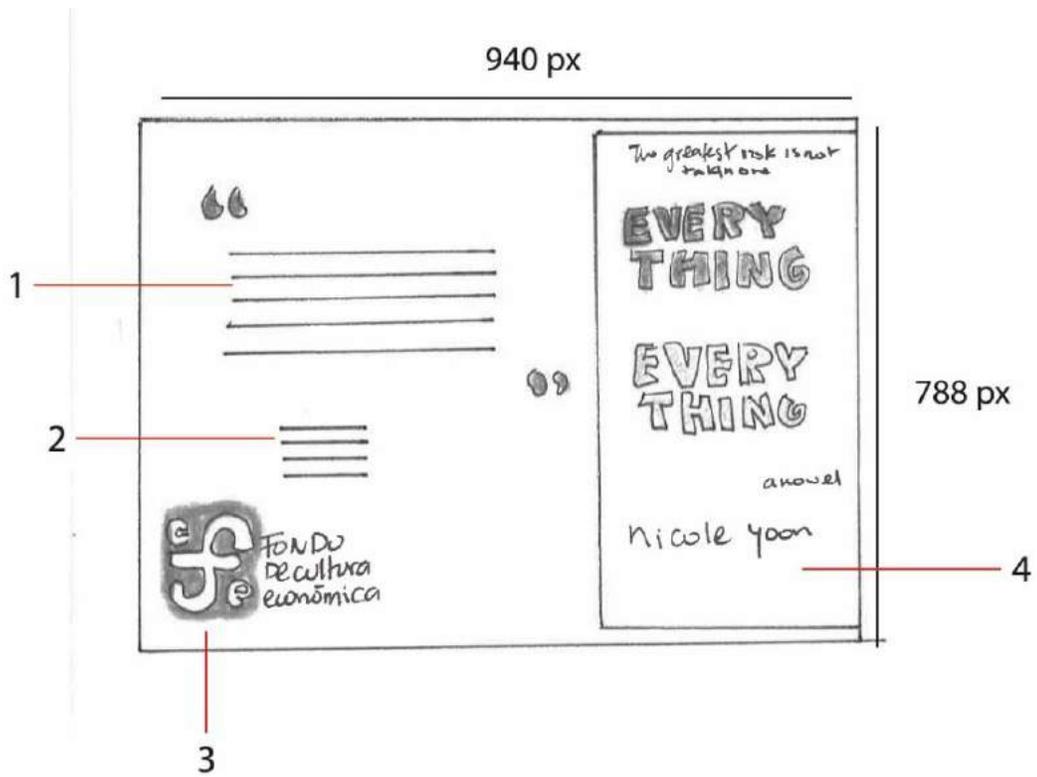
- **Propuesta B:**

Frase de lectura

Retícula

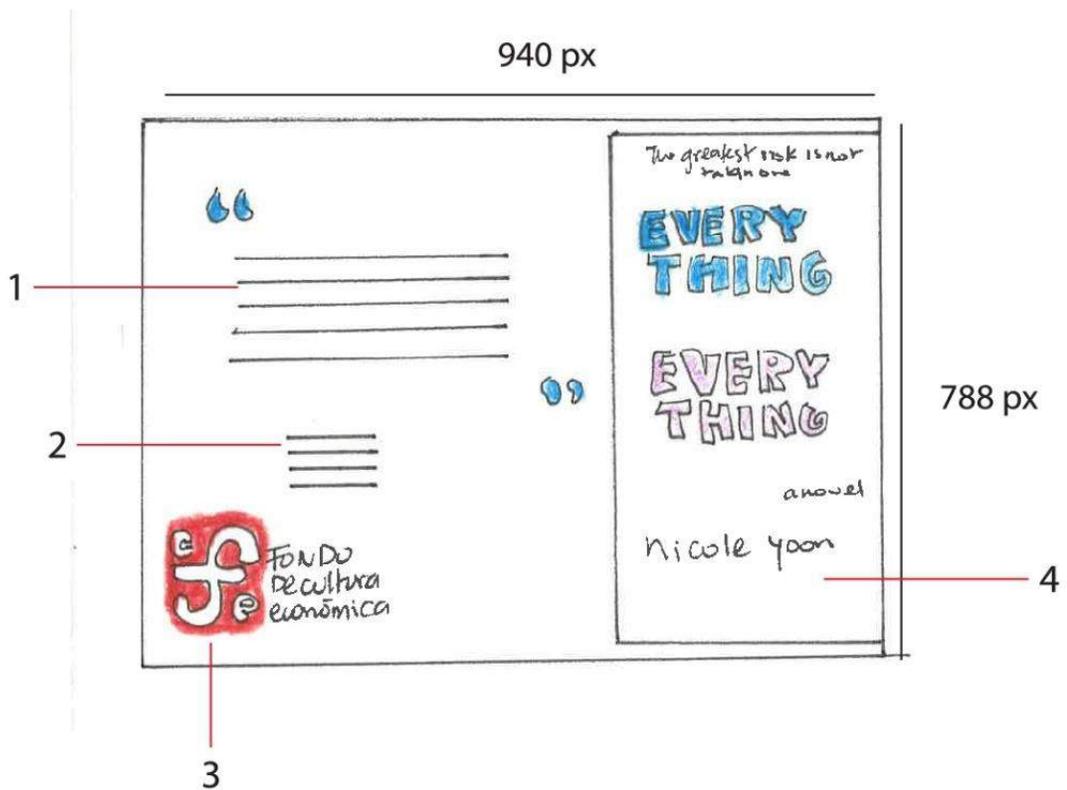


Boceto Inicial



1. Frase del libro “Everything, Everthing”
2. Nombre del autor del libro.
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Imagen del libro

Boceto Intermedio

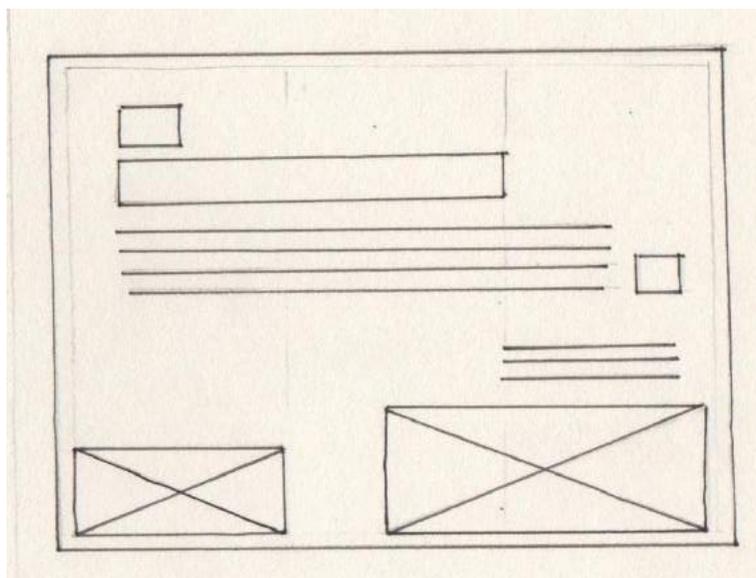


1. Frase del libro “Everything, Everthing”
2. Nombre del autor del libro.
3. Logotipo del Fondo de Cultura Económica
4. Imagen del libro

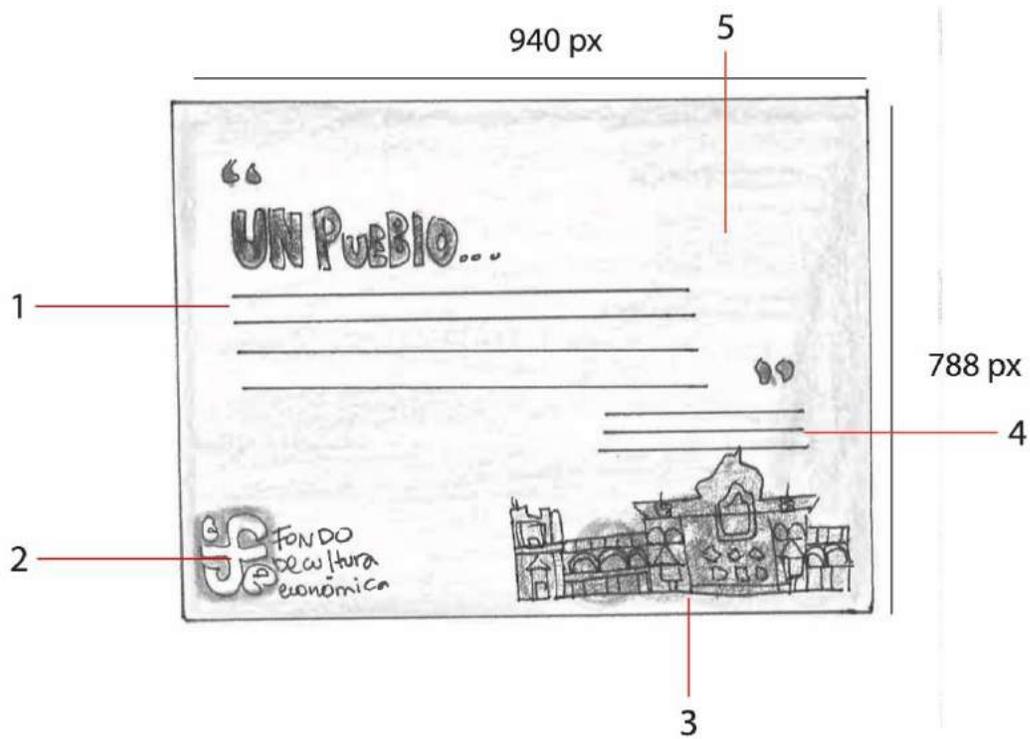
- **Propuesta C:**

Frase de Lectura

Retícula

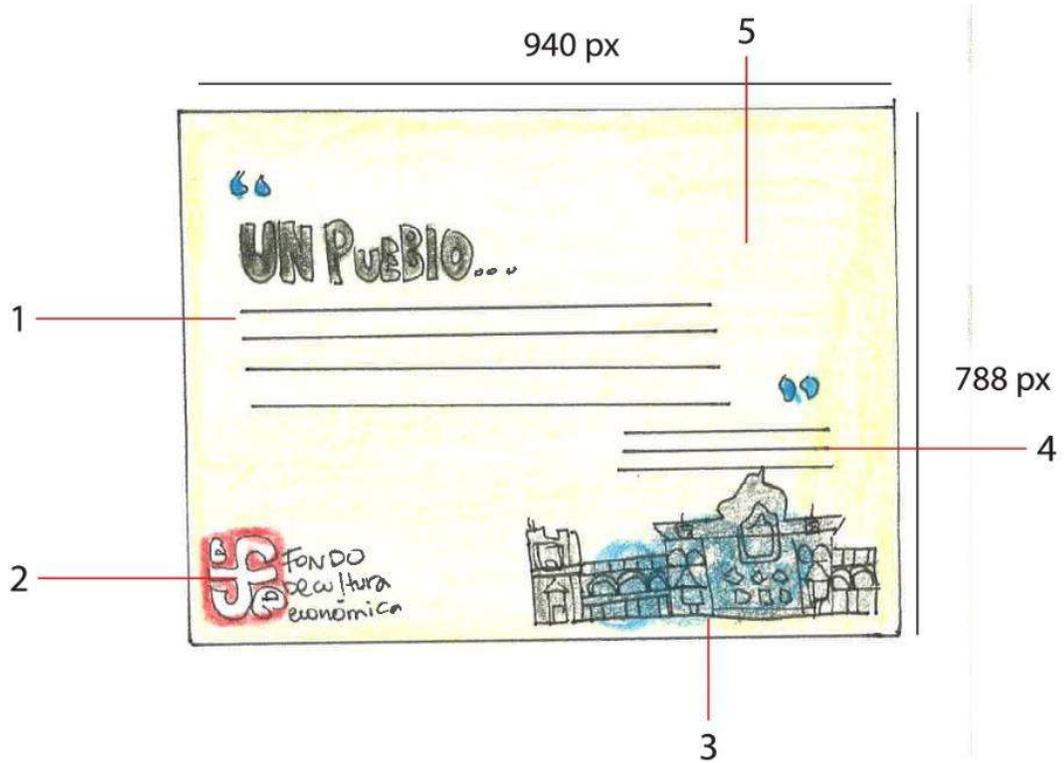


Boceto Inicial



1. Frase del libro “Señor Presidente”
2. Logotipo Fondo de Cultura Económica
3. Imagen referente al libro
4. Nombre del autor.
5. Fondo con textura

Boceto Intermedio



1. Frase del libro “Señor Presidente”
2. Logotipo Fondo de Cultura Económica
3. Imagen referente al libro
4. Nombre del autor.
5. Fondo con textura

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.

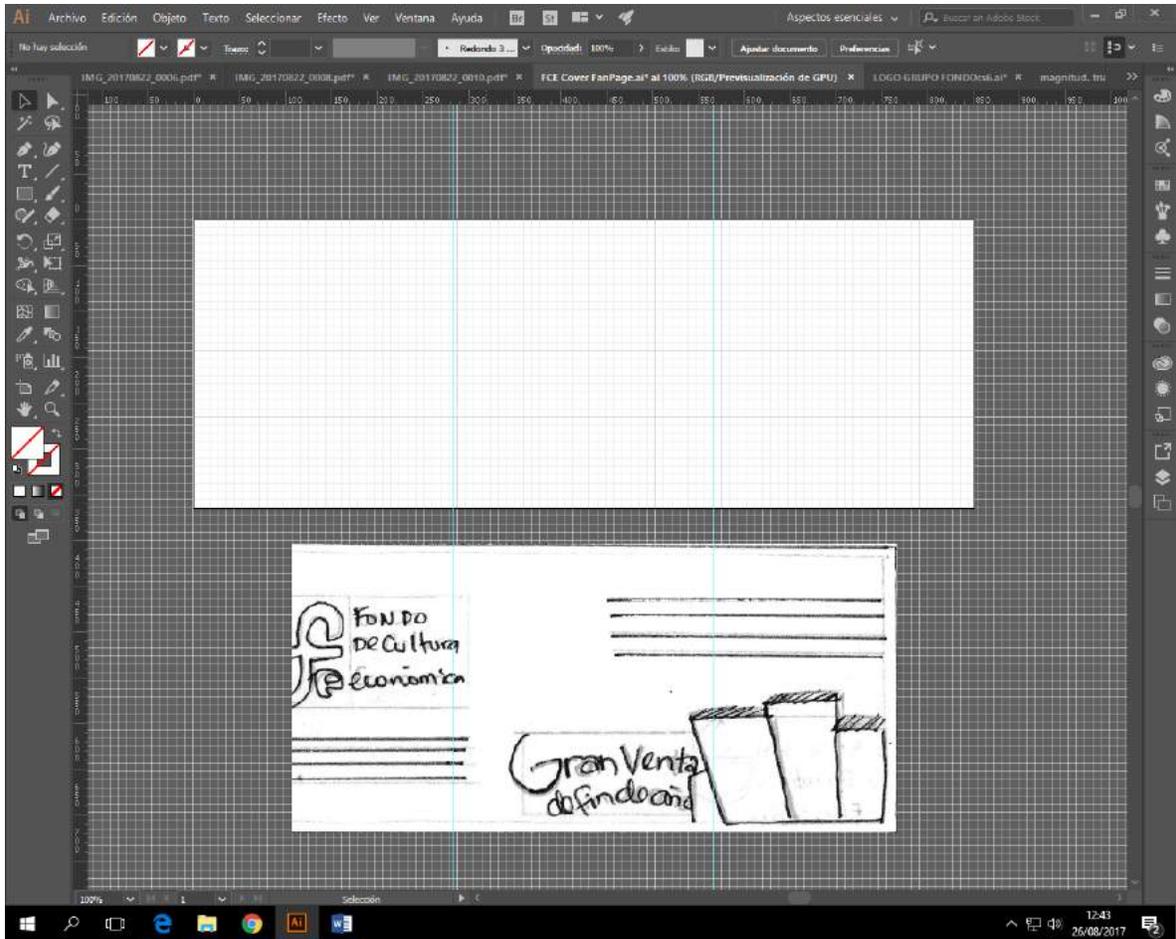
- **Propuesta A.**

Facebook Cover Page

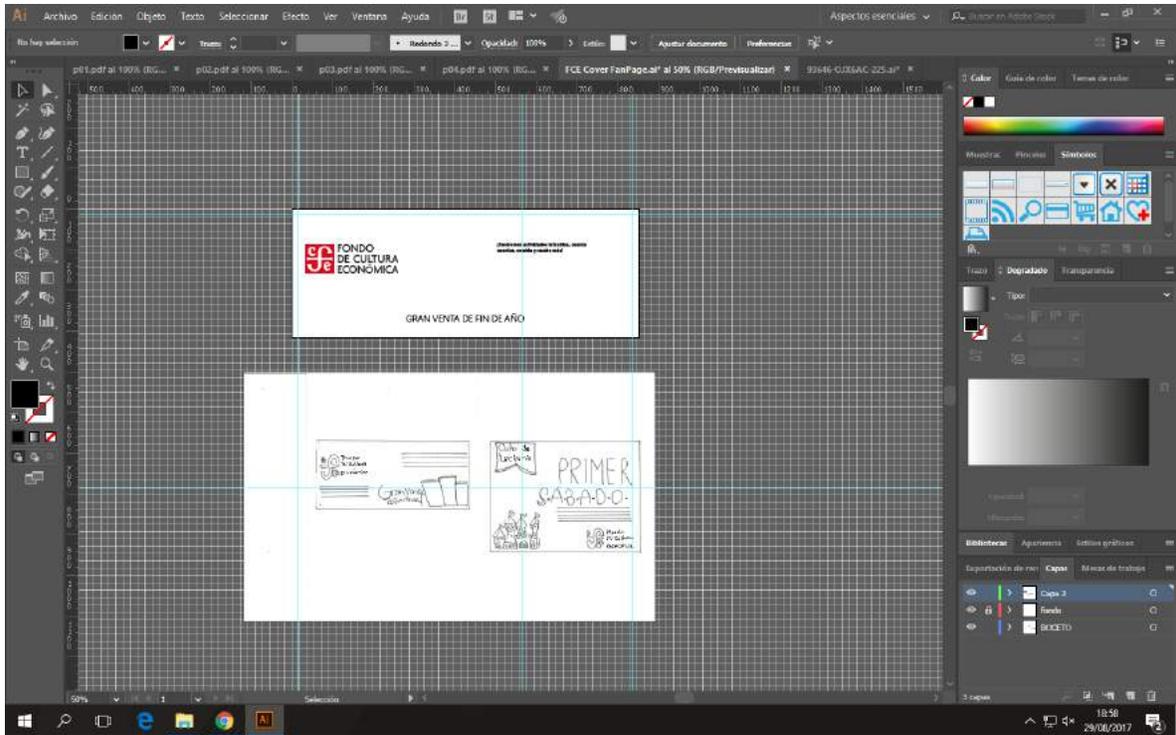
Mesa de trabajo a tamaño 828px x 315px.

En la siguiente propuesta se puede observar un cover para Facebook fan page, que tiene por objetivo invitar a las personas a que se acerquen a la gran venta de fin de año que el Fondo de Cultura tiene todos los años.

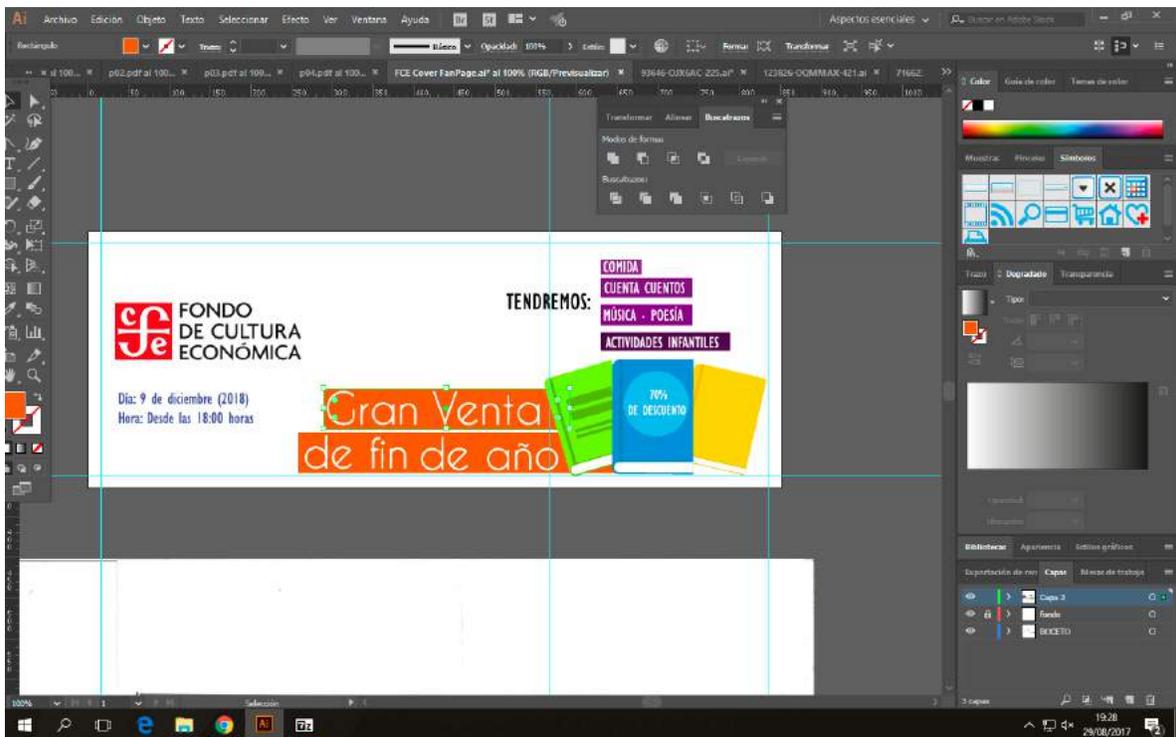
Se ha elegido este evento para diseño de Facebook cover page ya que estará a mayor alcance de las personas que visiten la fanpage del Fondo, sin que tengan necesidad de ver todos los posts o de continuamente tener que buscarlo.



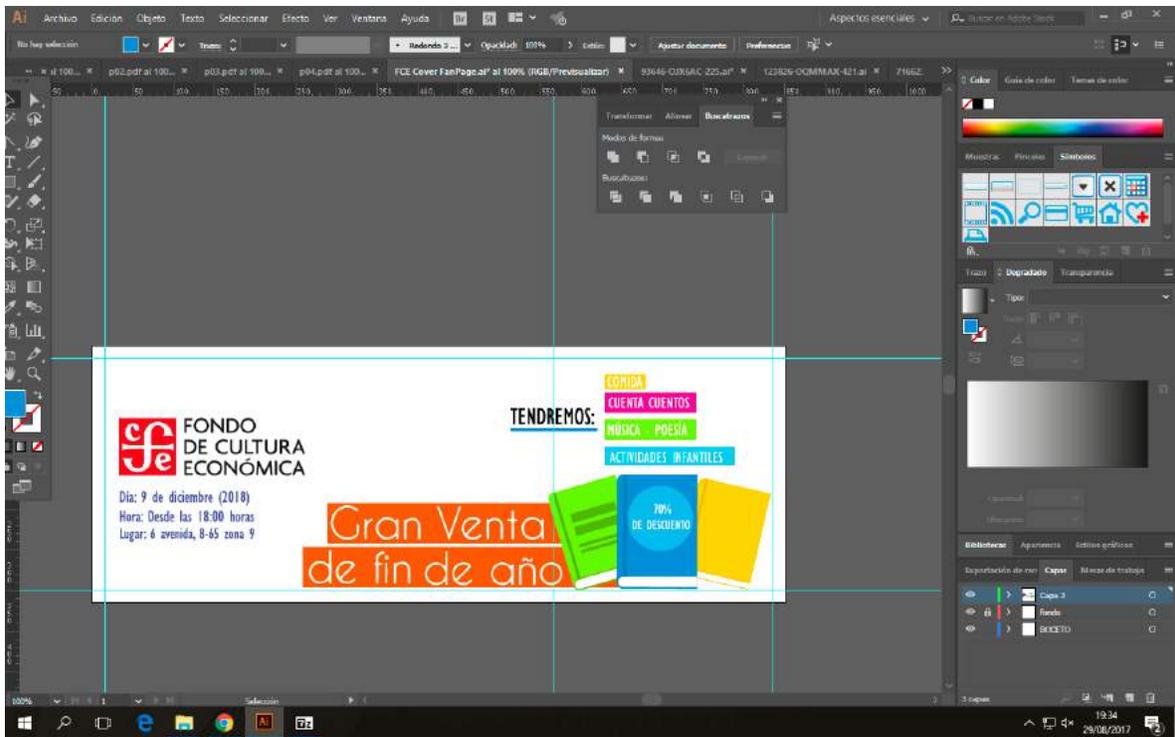
Se coloca el boceto intermedio en el espacio de trabajo para tener mejor visión de dónde va cada elemento.



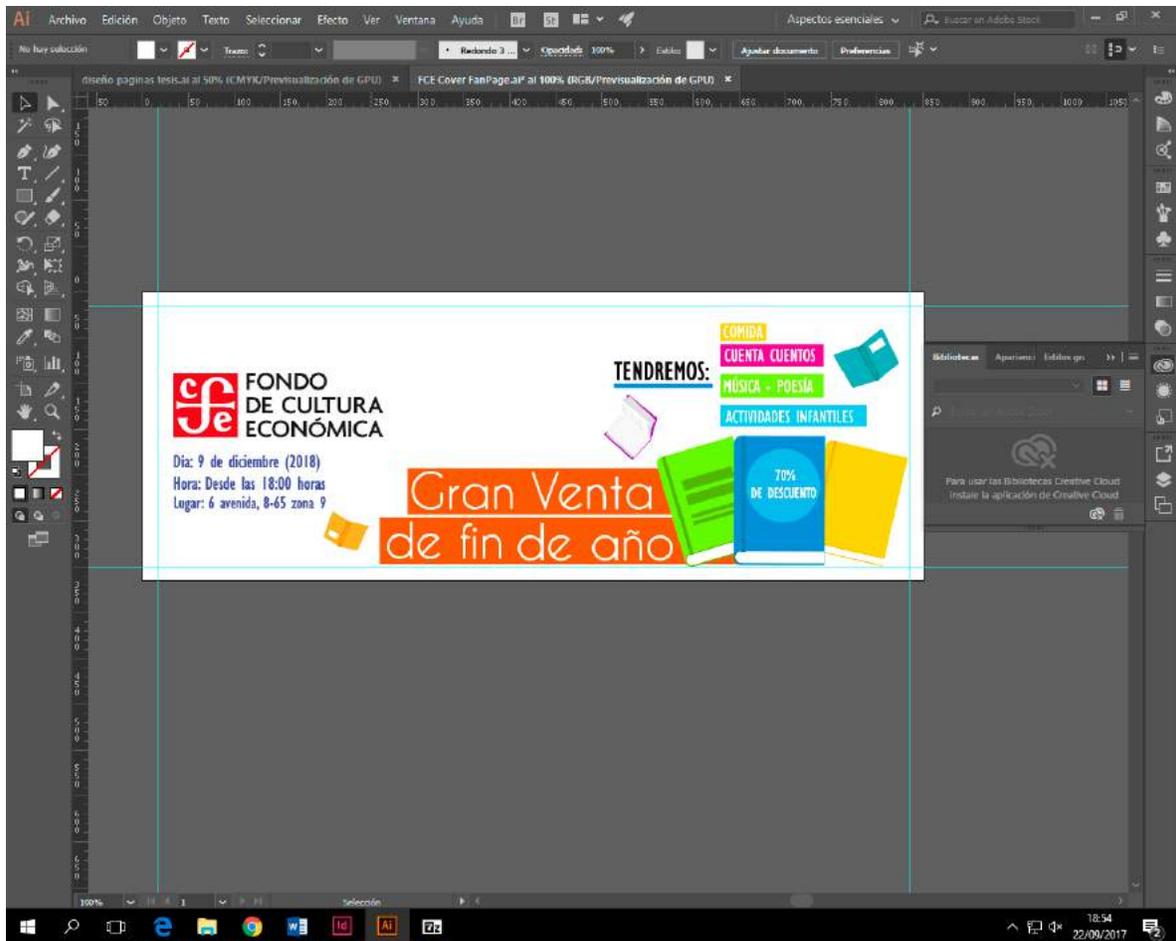
Se coloca el logotipo y los textos respectivos para el diseño.



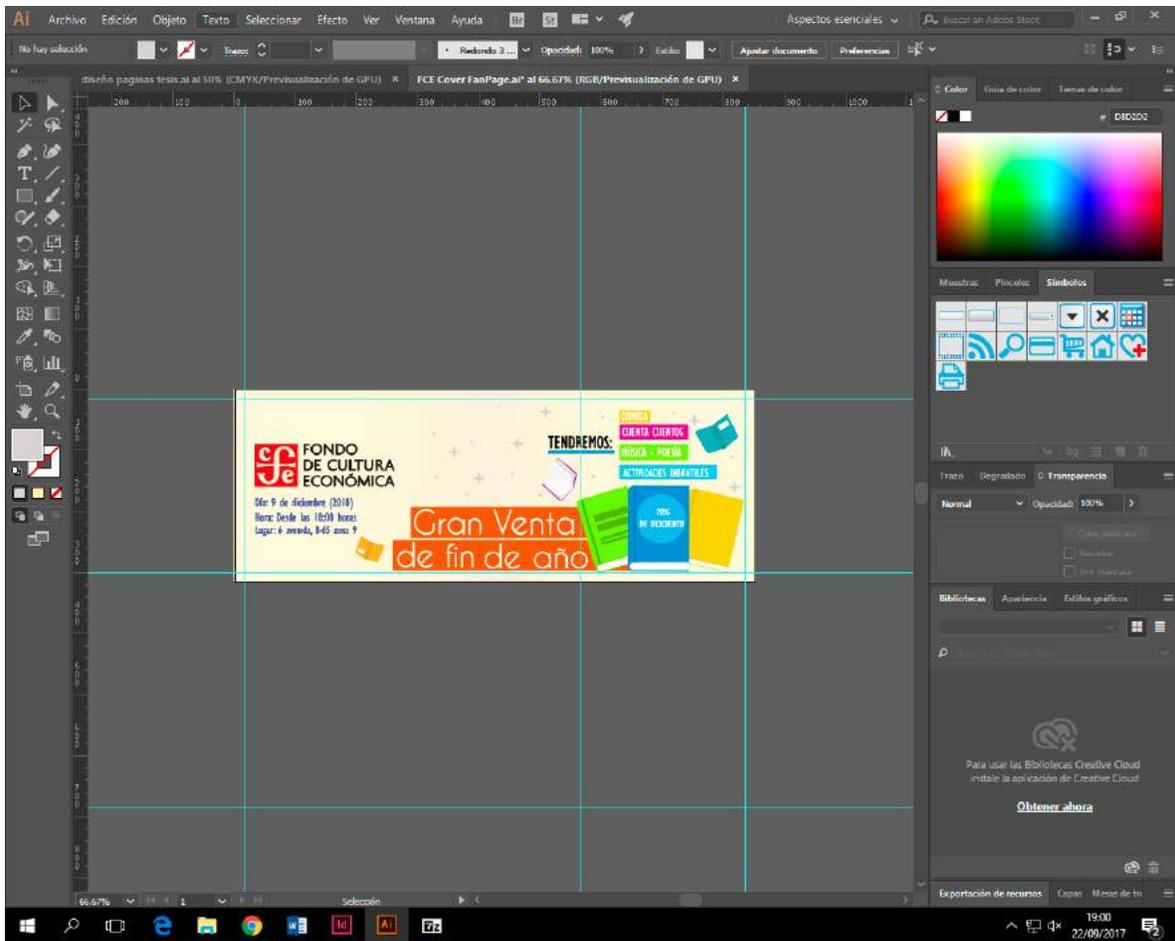
Posteriormente se coloca la tipografía elegida para los textos, y los elementos gráficos, como los libros y cuadros de color de fondo.



Se hace un cambio de colores en los cuadros para que se combine de mejor manera.



Se agregan otros elementos gráficos, como los libros más pequeños.



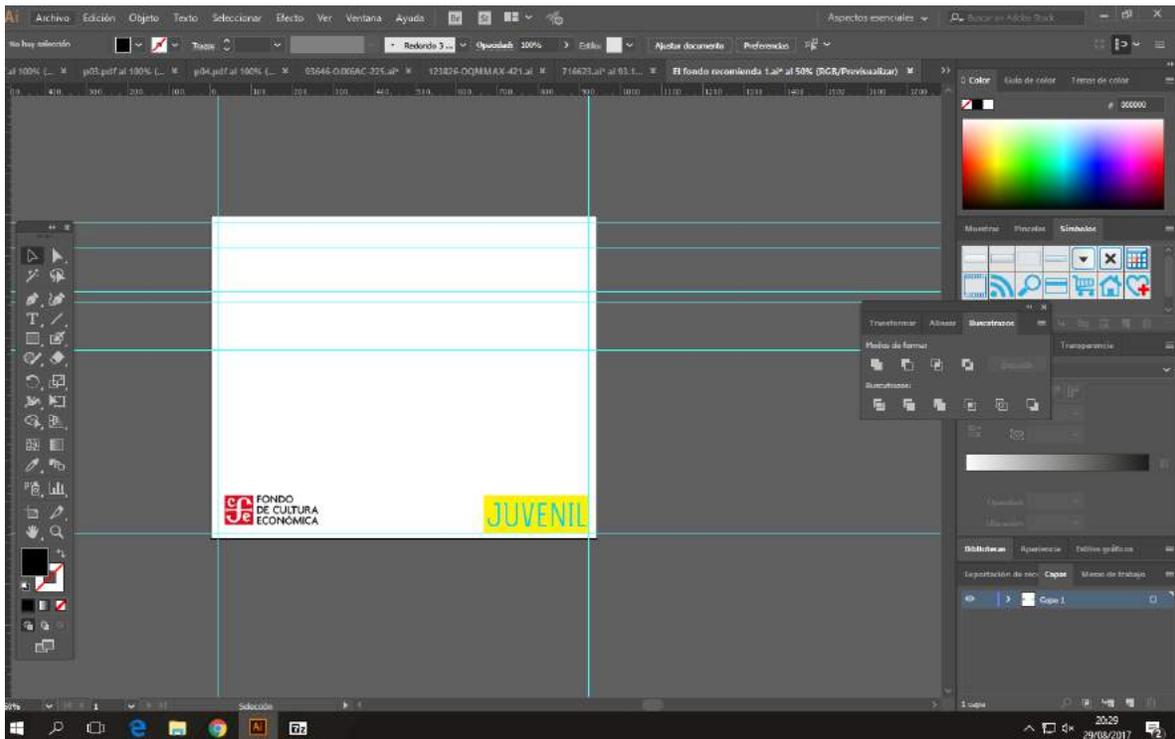
Finalmente se agrega un fondo y con pequeños gráficos de destellos.

- **Propuesta A.**

El Fondo Recomienda

Mesa de trabajo en tamaño de 940px x 788px

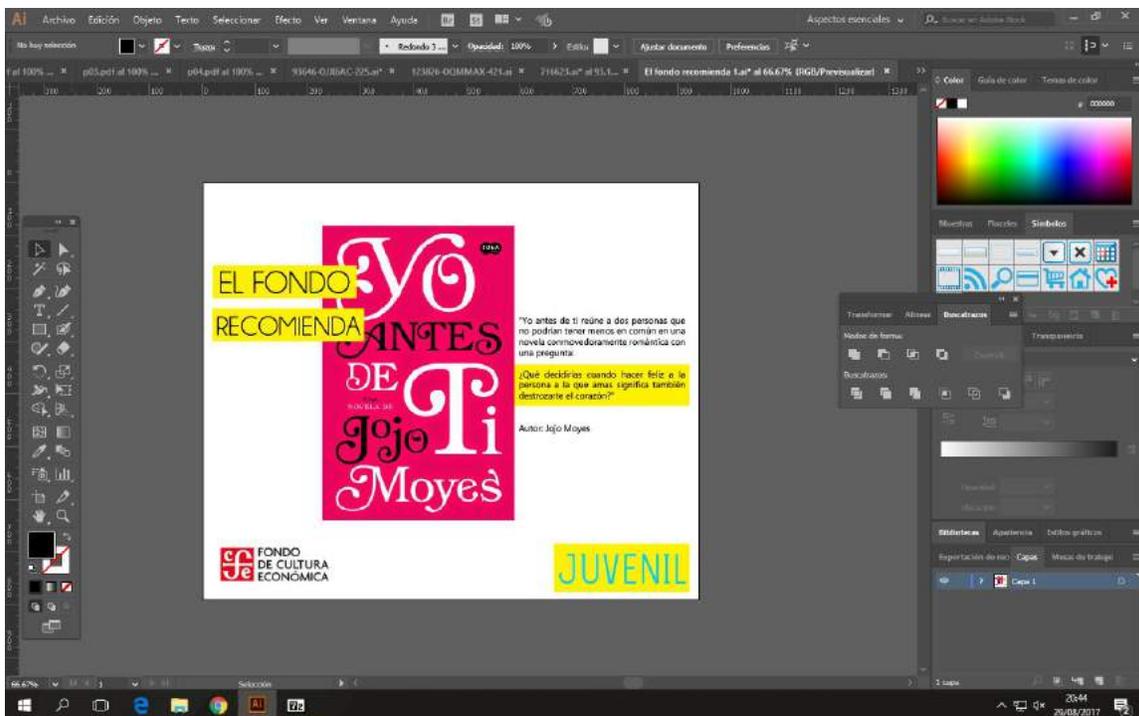
En la siguiente propuesta se observa un tipo de post normal para Facebook, y que es una de las nuevas secciones de post que se aconseja al Fondo de Cultura Económica utilice para generar mayor tráfico en la fanpage.



Se prepara la mesa de trabajo al tamaño correcto, se coloca el logotipo del Fondo de cultura. Y en la esquina inferior derecha el cintillo, que explica que la lectura es para jóvenes.



Posteriormente se colocan los textos a utilizar. Y la imagen del libro del que se estará hablando, así como los cuadros de colores para fondos.



Se incorporan los textos que dan una breve sinopsis de lo que el libro trata.

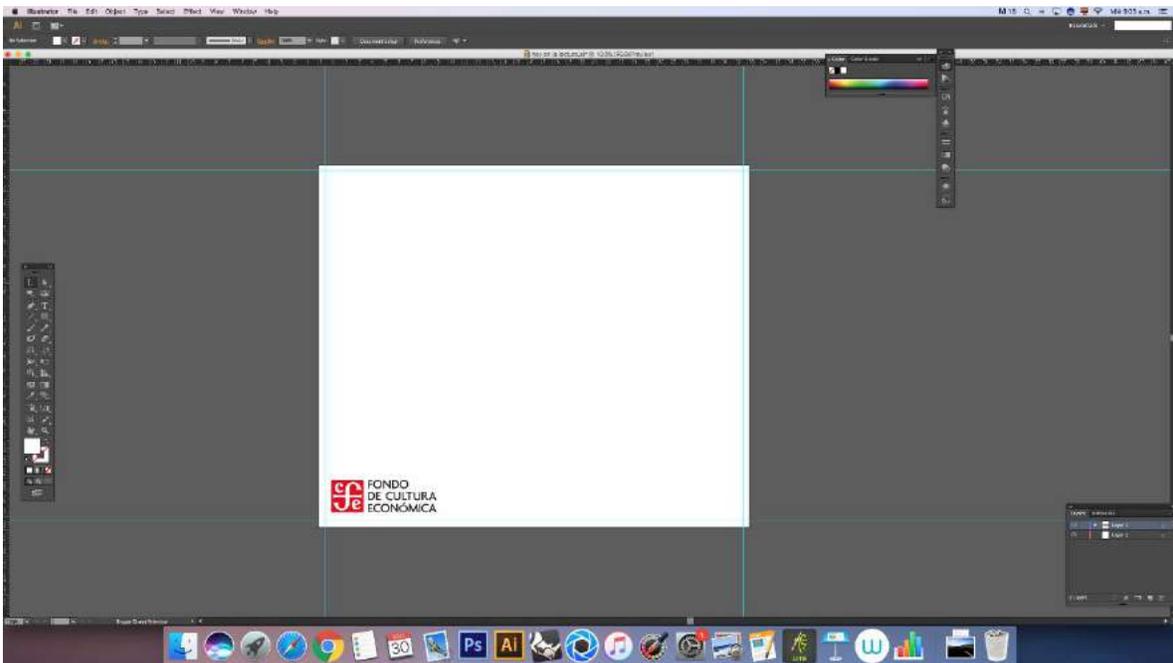
- **Propuesta A.**

Hoy en la lectura

Mesa de trabajo en tamaño de 940px x 788px.

En la siguiente propuesta se observa un tipo de post normal para Facebook, y que es una de las nuevas secciones de post, que se aconseja al Fondo de Cultura Económica utilice para generar un mayor tráfico en la fanpage.

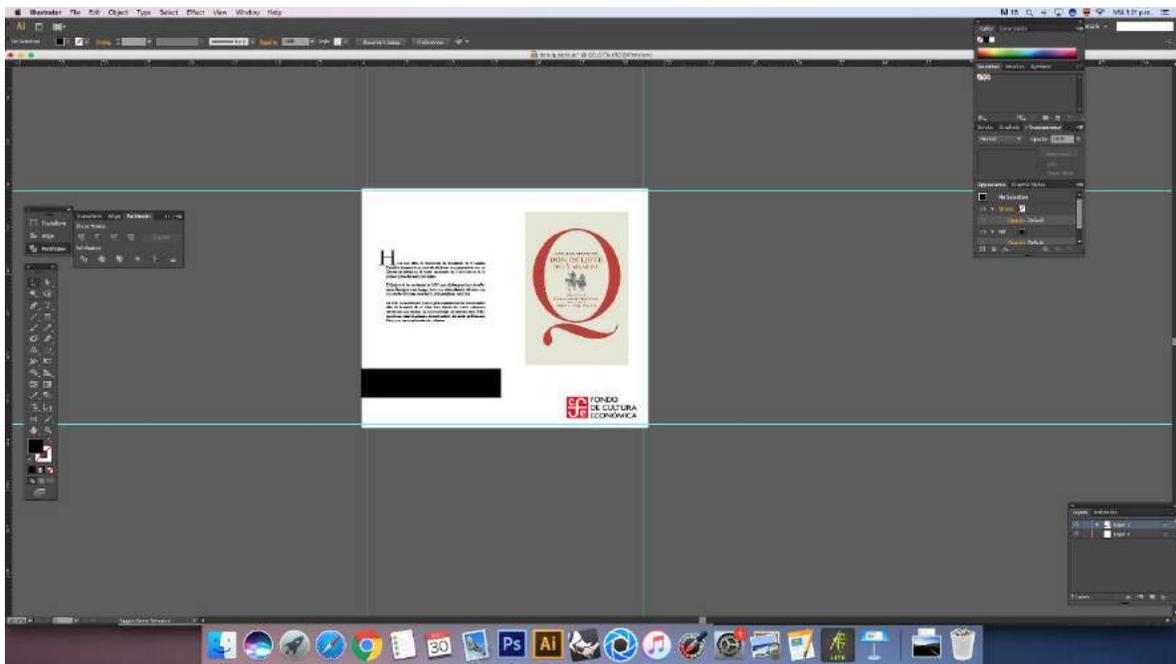
Teniendo como objetivo dar a conocer datos curiosos de libros, de diferentes géneros literarios.



Se coloca la mesa de trabajo y el logotipo del Fondo de Cultura Económica.



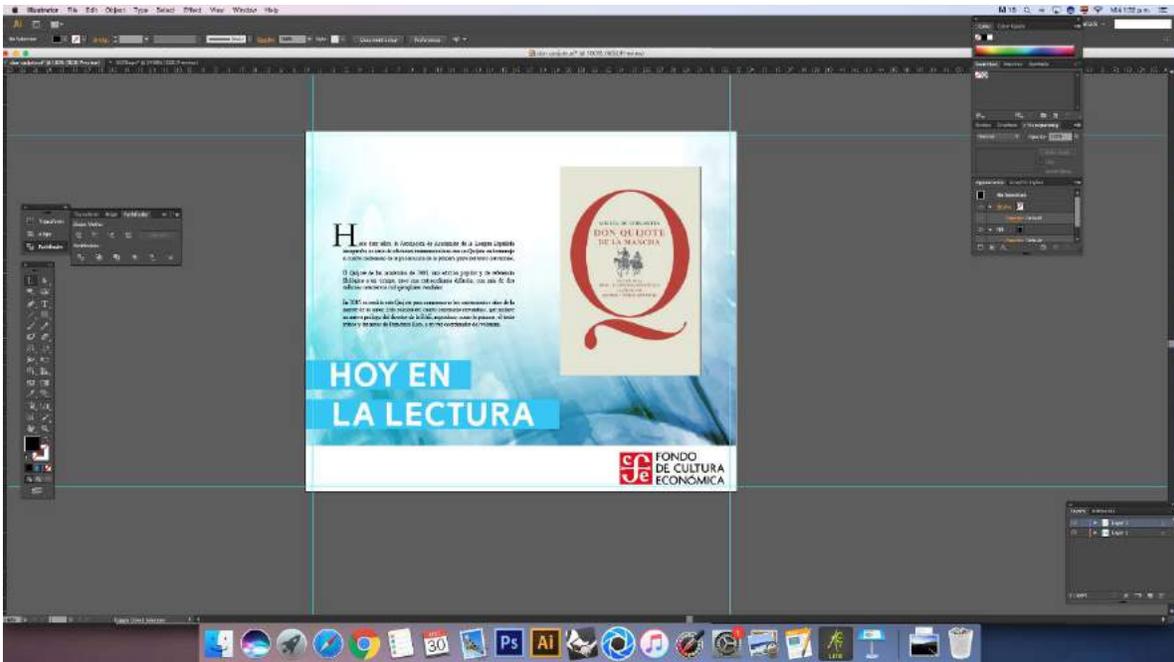
Se realiza un cambio de lugar del logotipo, y se coloca la imagen de libro de que se estará hablando.



Se introducen los textos a utilizar y se crea un rectángulo que servirá como elemento gráfico.



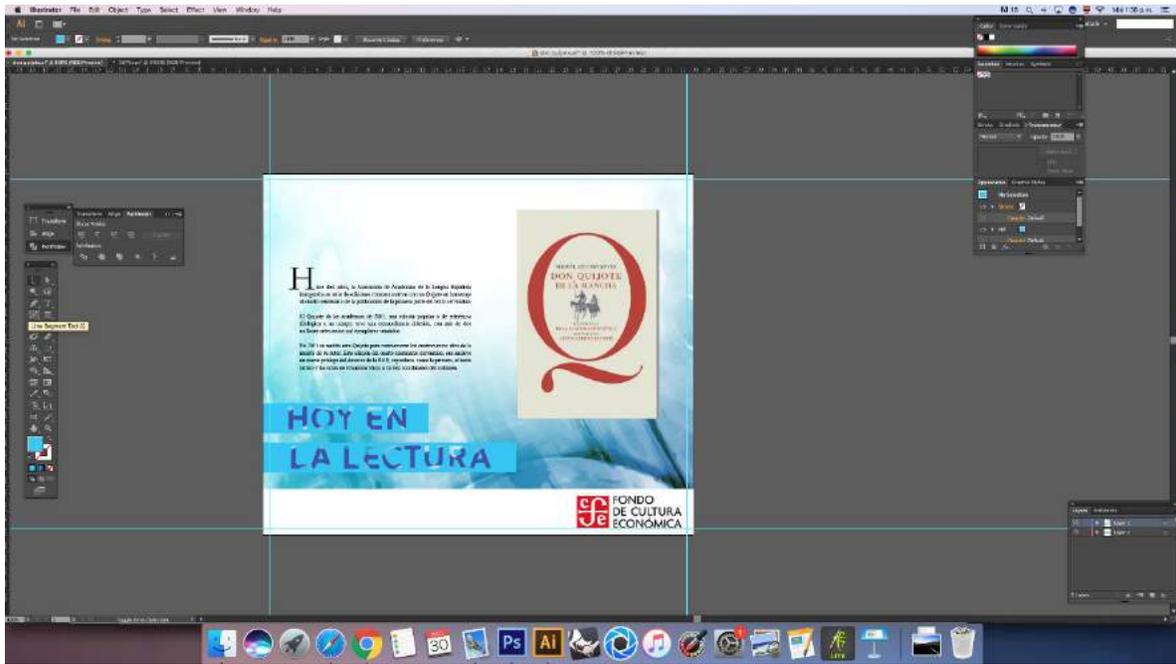
Se generan los cuadros de fondo que irán en el titular.



Se genera el fondo del post, para complementar el diseño del post.



Posteriormente se le agrega un leve efecto a la imagen del libro para que se vea resaltada.



Finalmente se agrega un efecto de color a la tipografía del título.

- **Propuesta A.**

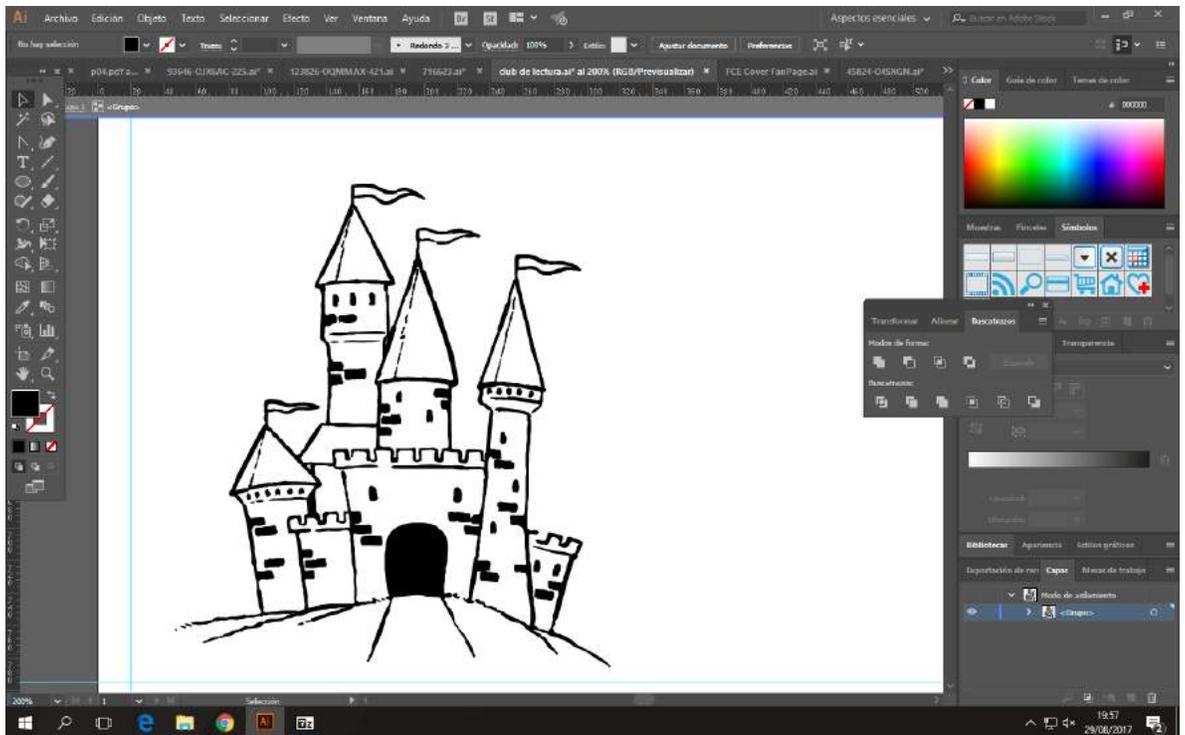
Club de lectura

Mesa de trabajo en tamaño de 940px X 788px.

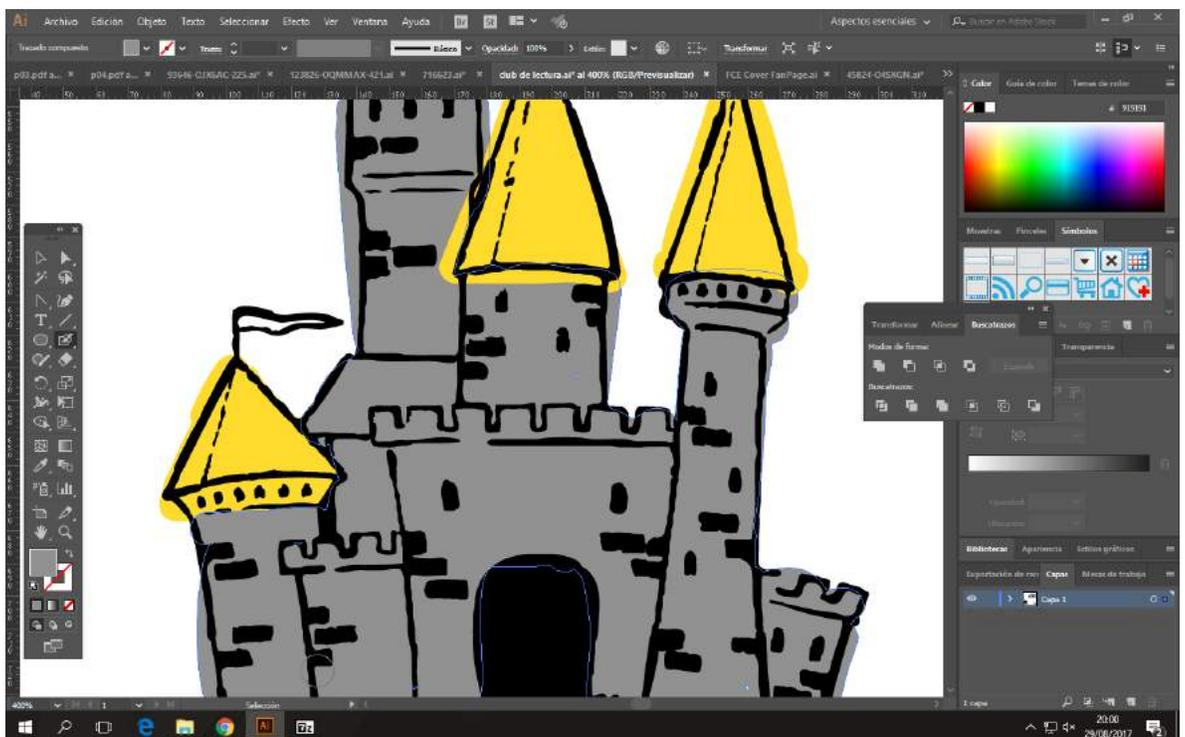
En la siguiente propuesta se observa el desarrollo de un post para Facebook que tendrá como fin dar a conocer la actividad denominada “Club de Lectura” que el Fondo de Cultura Económica maneja cada primer sábado de mes.



Se genera la mesa de trabajo a tamaño, se coloca el logotipo del Fondo de Cultura Económica y el título del post.



Se procede a graficar el castillo que estará en el post.



Se colorea con estilo infantil.



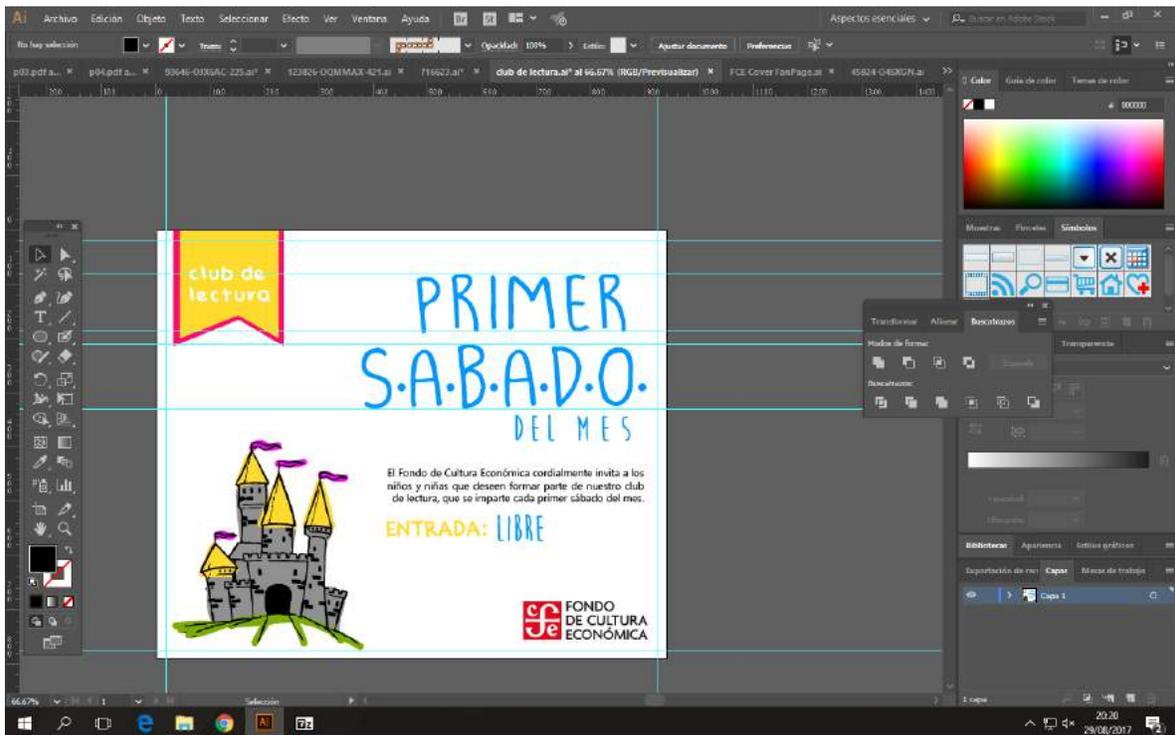
Una vez terminado el castillo se acopla al tamaño que quedará.



Se colocan las letras del titular con el diseño designado y se agrega un cintillo en la parte superior izquierda.



Se coloca el título del cintillo que es “Club de Lectura”



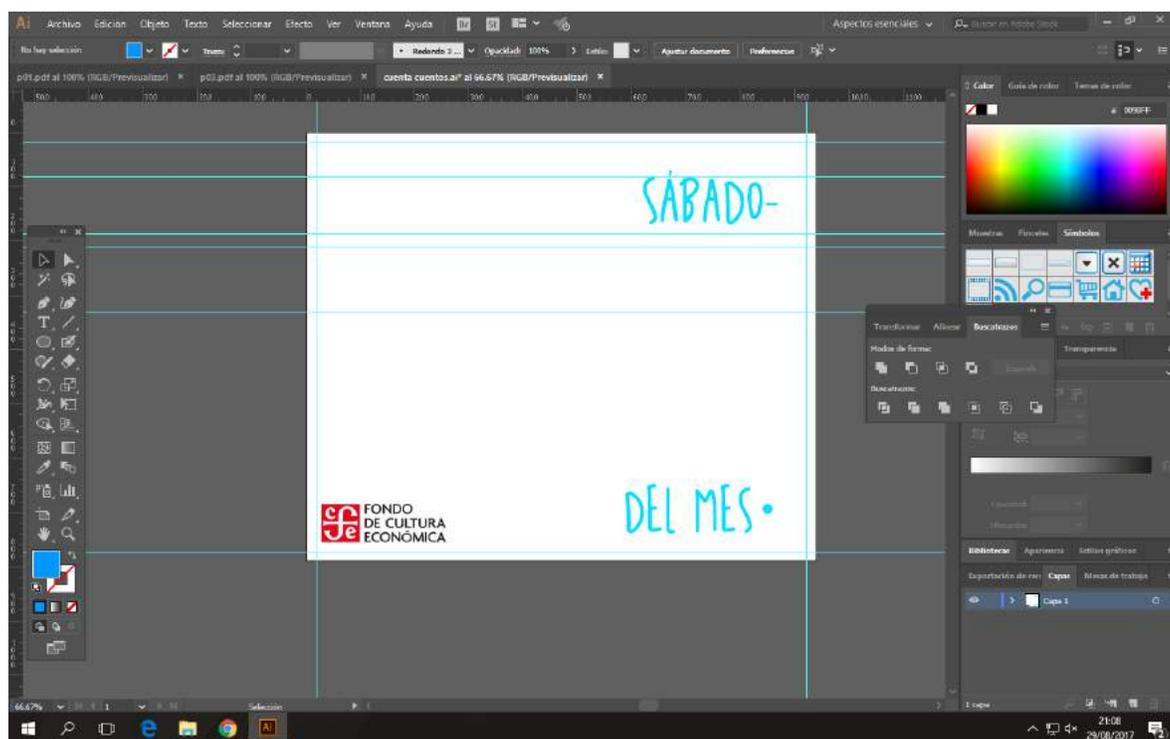
Incorporación del texto a utilizar, que invita a los niños que deseen formar parte de la actividad.

- **Propuesta A.**

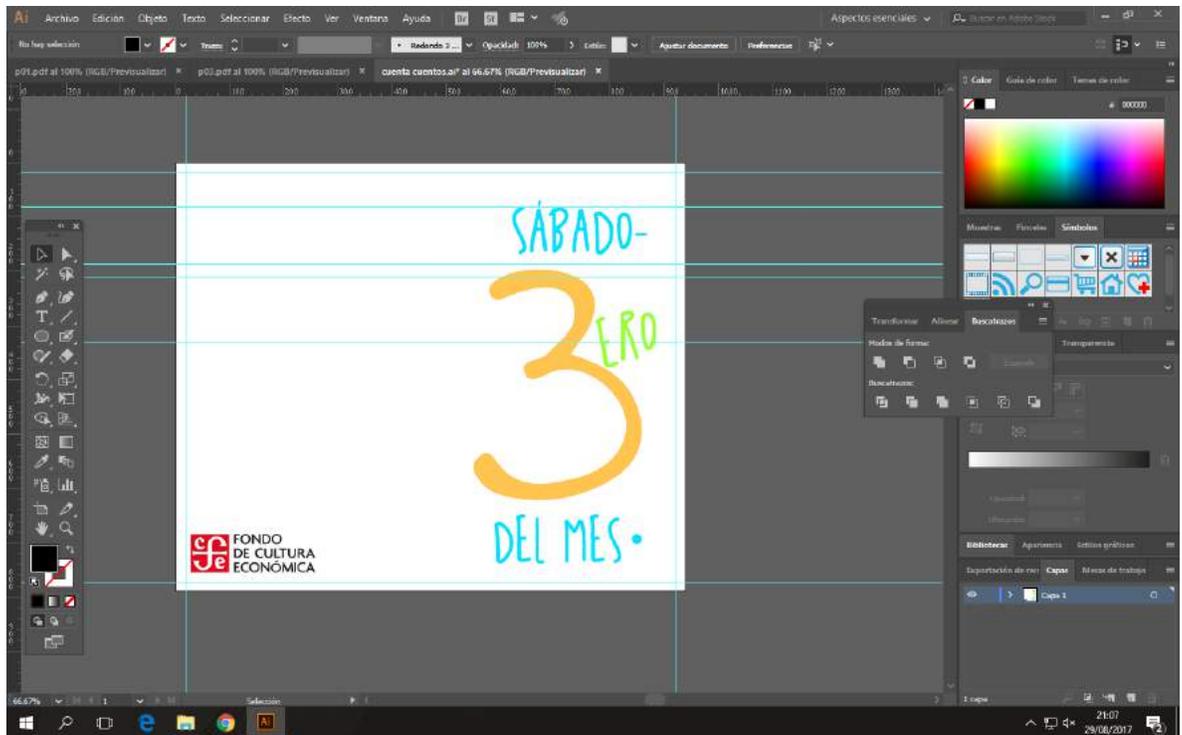
Cuenta Cuentos

Mesa de trabajo en tamaño de 940px x 788px

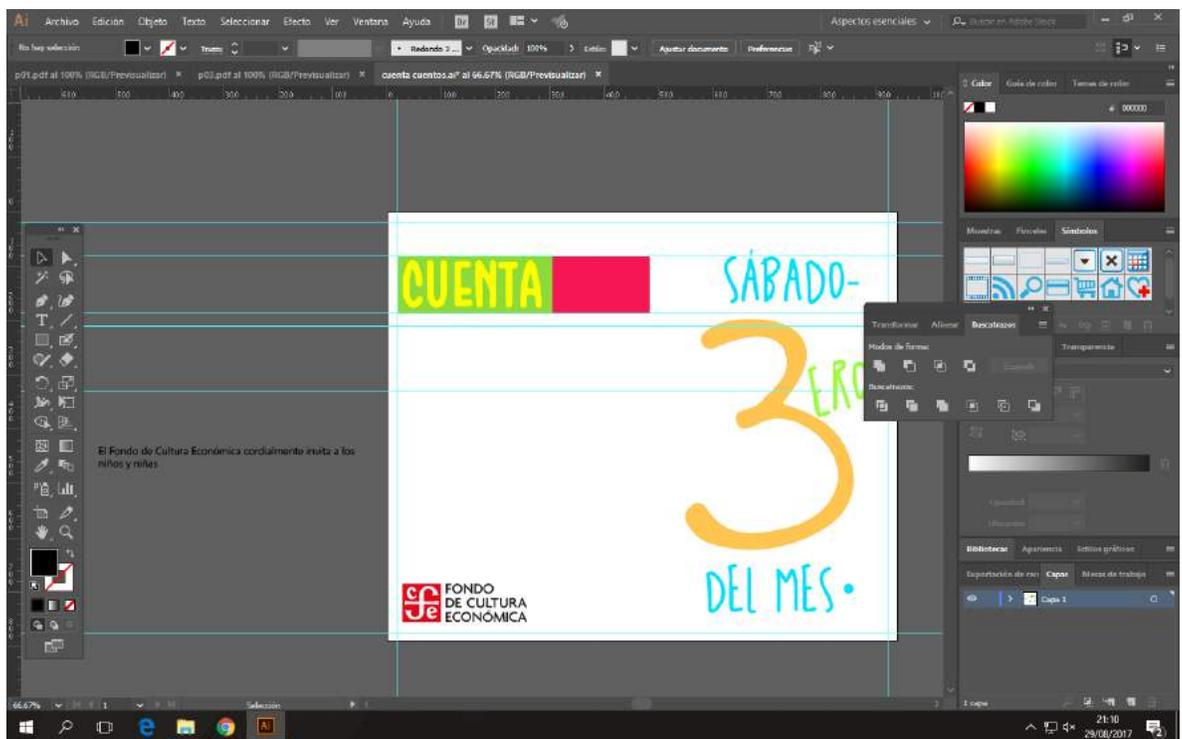
En la siguiente propuesta se ve un post de Facebook para promover la actividad de “Cuenta Cuentos” que maneja el Fondo de Cultura Económica cada tercer sábado de mes. Para esta actividad se espera atraer a público infantil y a sus padres, aunque está abierto para todo público.



Se coloca la mesa de trabajo al tamaño correcto, se incorporan los textos a utilizar para el título del post y finalmente el logotipo del Fondo de Cultura Económica.



Se coloca el número 3 y las letras “ero”



Se genera el texto a utilizar y se coloca un rectángulo de dos tonos para texto

“Cuenta Cuentos”



Se ubica el texto en el lugar destinado y finalmente se agrega en otra tipografía

“Entrada: Libre”



Finalmente se coloca el fondo para el post, siendo estos unas franjas de color amarillo.

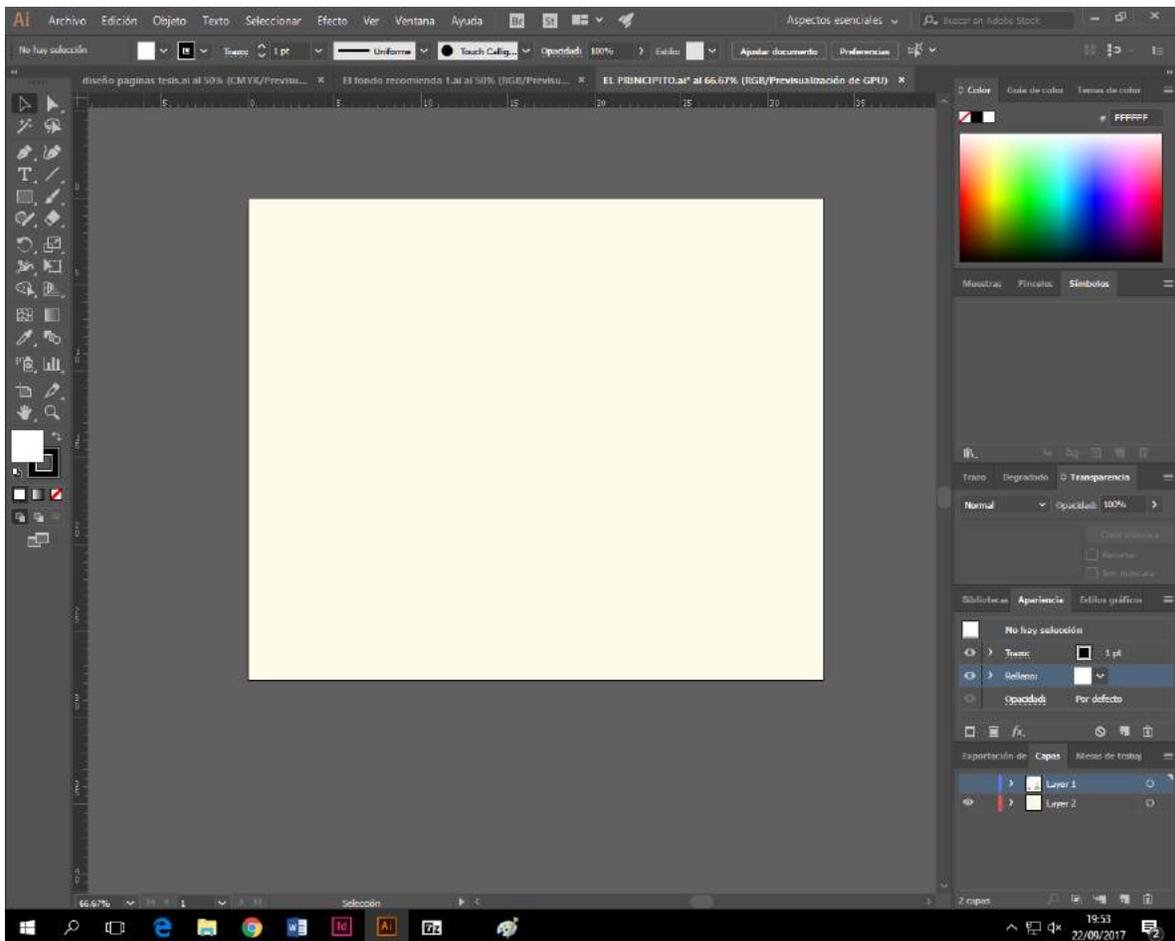
- **Propuesta A.**

Frase de Lectura

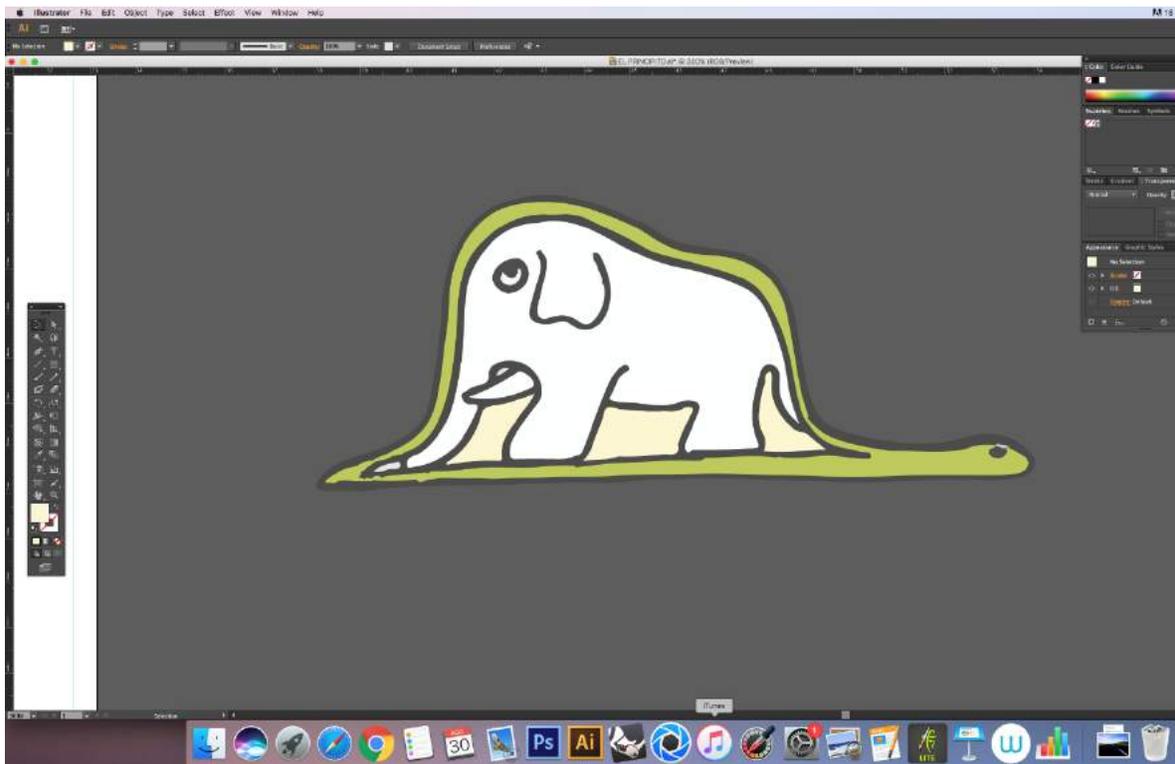
Mesa de trabajo en tamaño de 940px x 788px.

En la siguiente propuesta se observa un tipo de post normal para Facebook, y que es una de las nuevas secciones de post que se aconseja al Fondo de Cultura Económica utilice para generar un mayor tráfico en la fanpage.

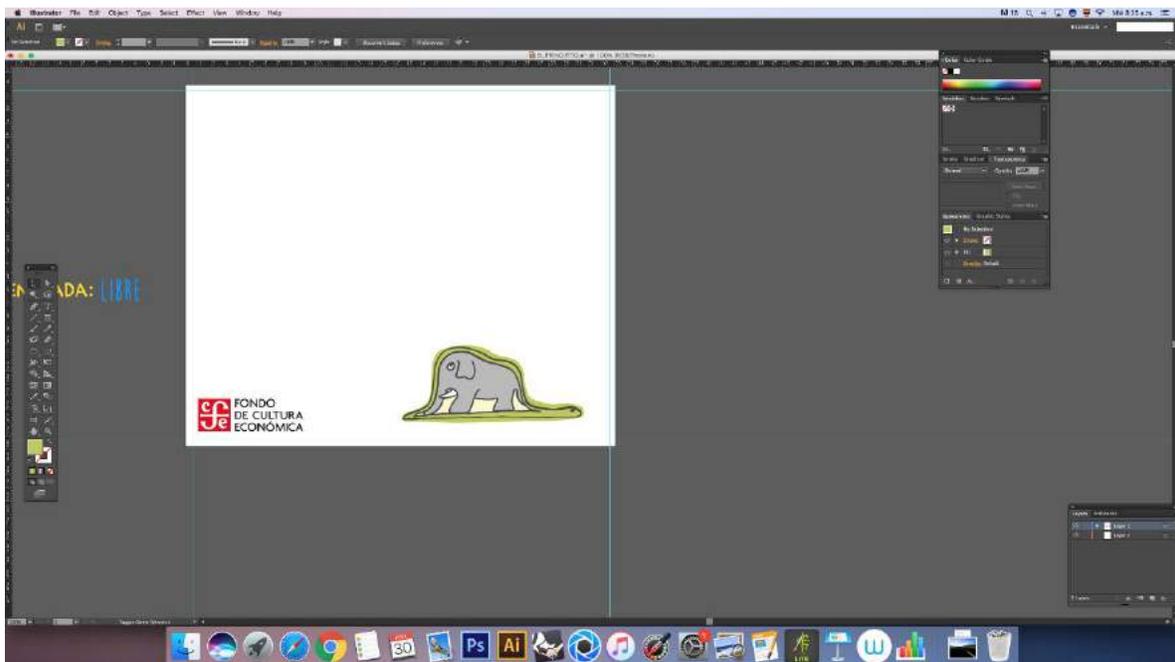
Tratando de una serie de frases de lectura para diversos públicos teniendo esto categorías como “Juvenil”, “Niños” y “Adultos”.



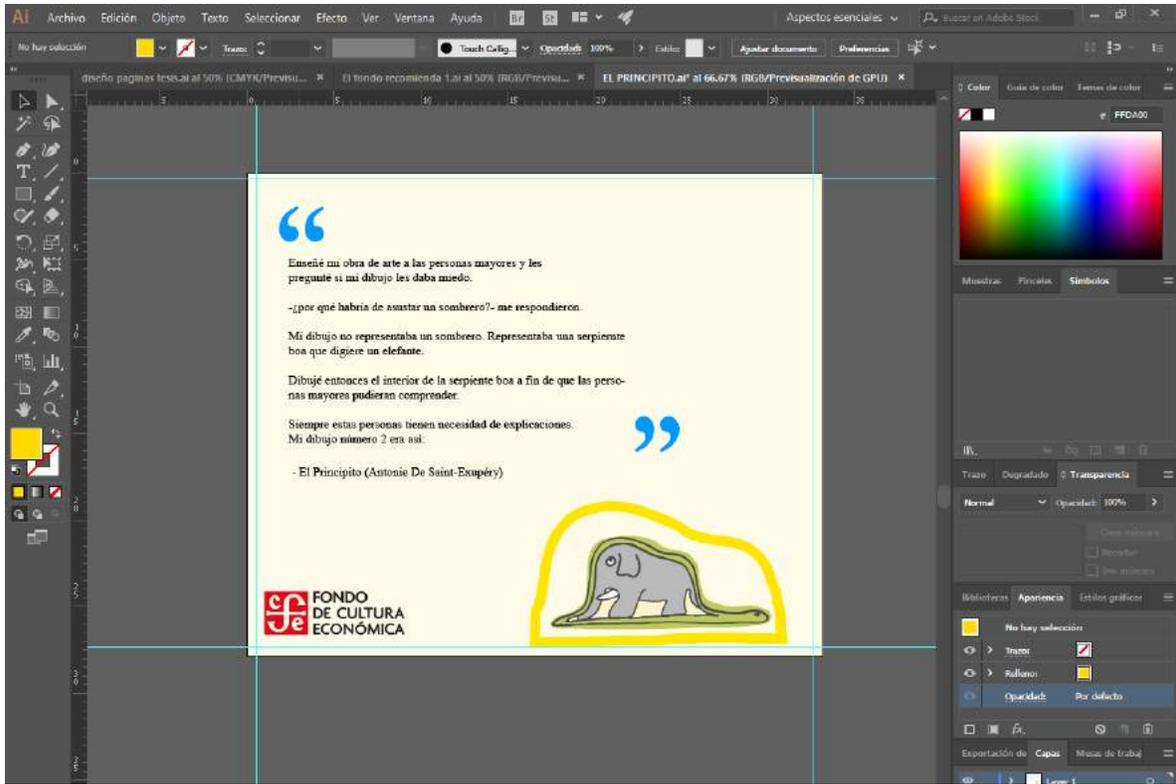
Se coloca la mesa de trabajo al tamaño adecuado.



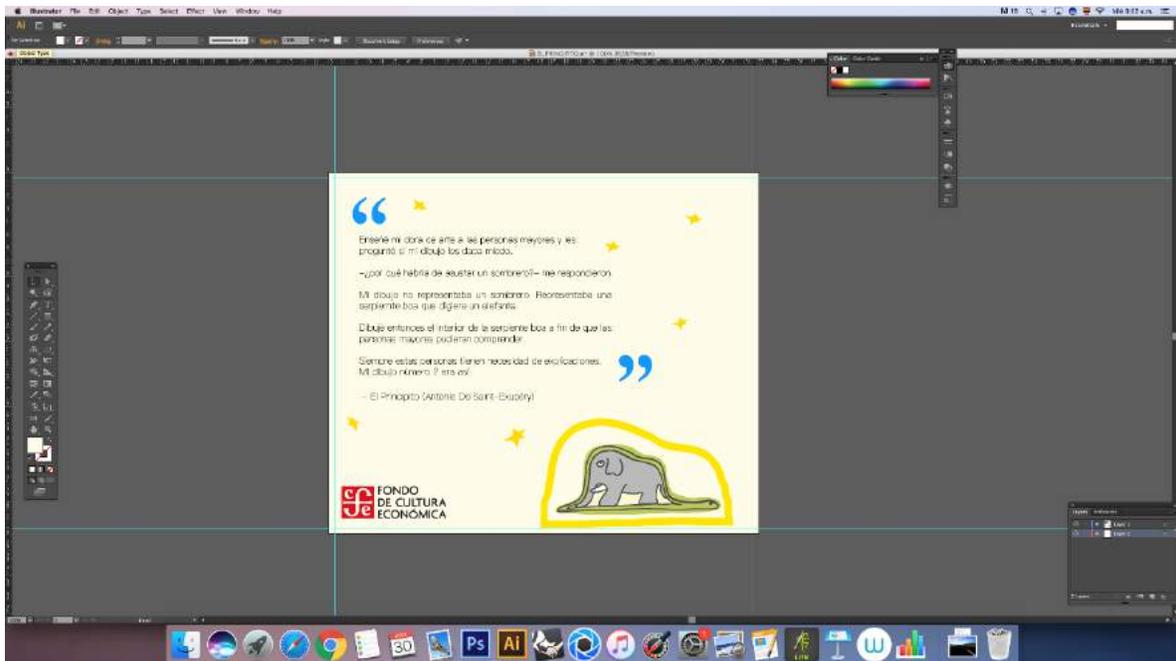
Se grafica el dibujo de un elefante dentro de una serpiente.



Se coloca el logotipo del Fondo de Cultura Económica y la ilustración.



Se coloca el texto a utilizar, que es una frase del libro “El Principito”.



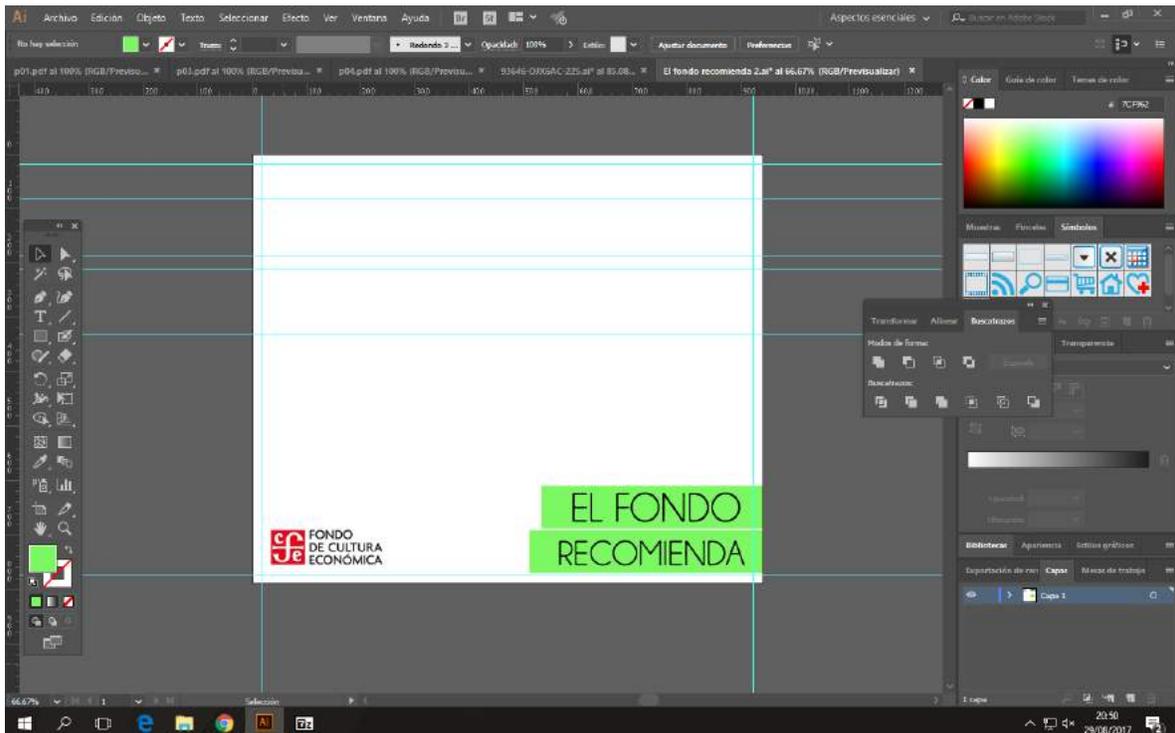
Finalmente se colocan unas estrellas amarillas para el fondo del post.

- **Propuesta B.**

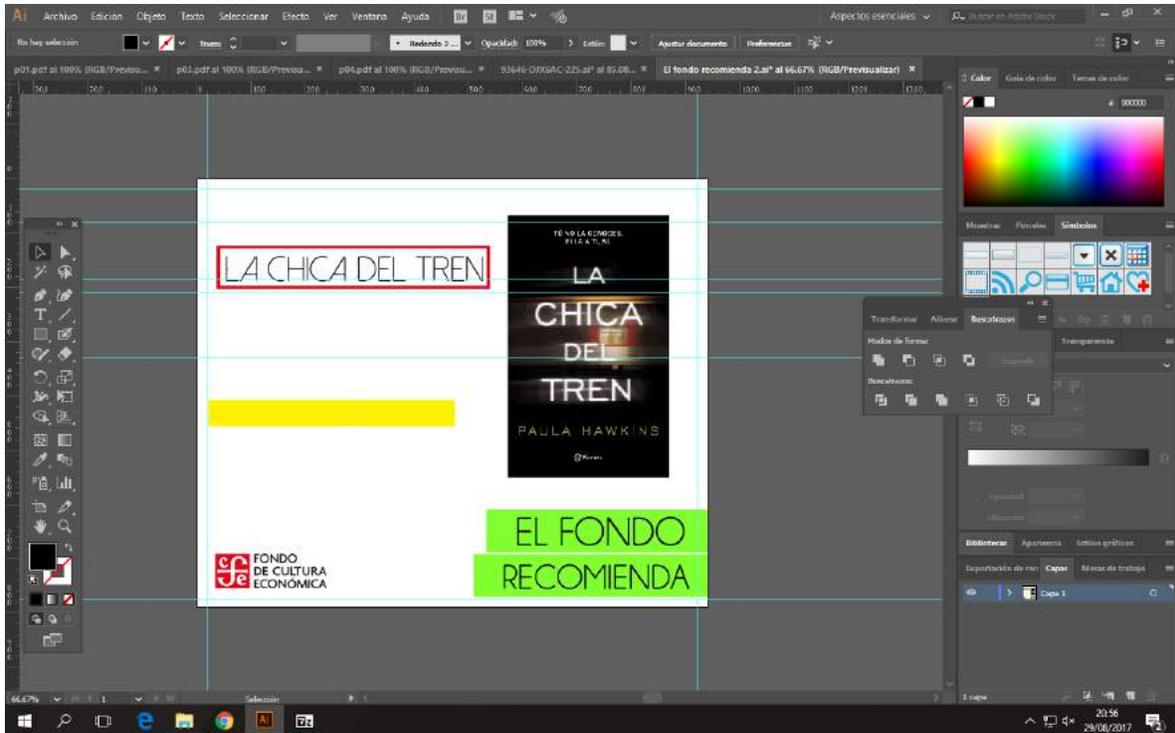
El fondo Recomienda

Mesa de trabajo en tamaño de 940px x 788px.

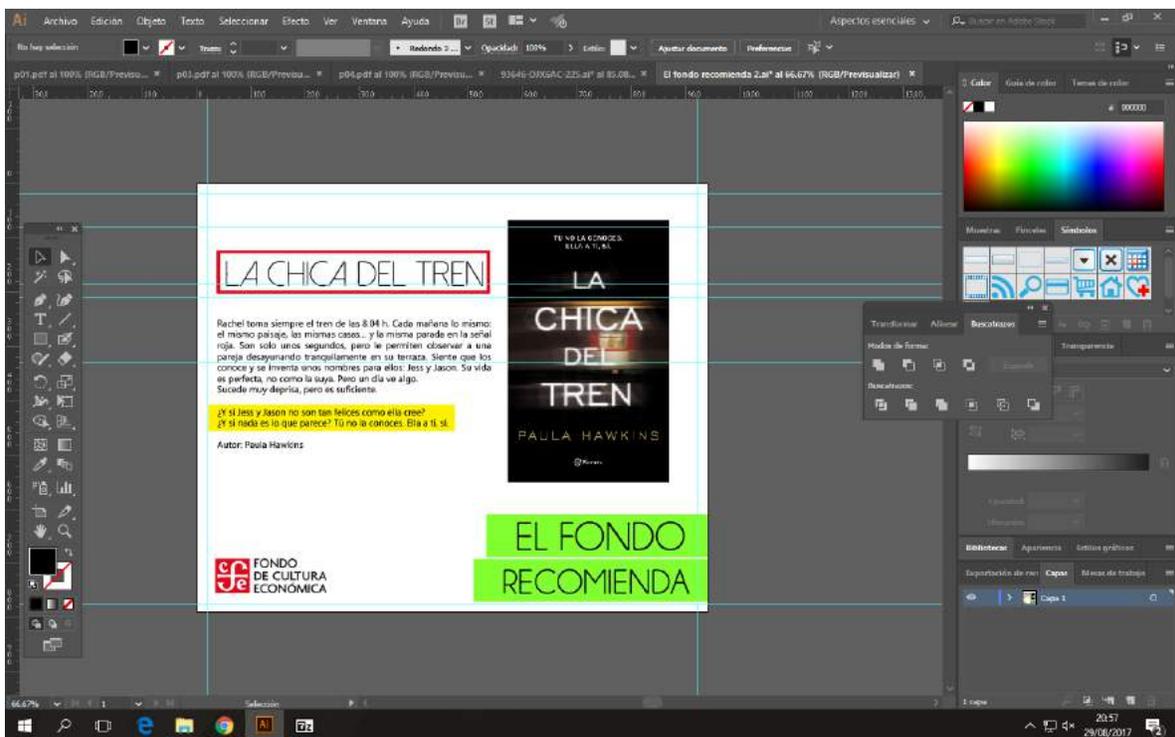
En la siguiente propuesta se observa un tipo de post normal para Facebook, y que es una de las nuevas secciones de post que se aconseja al Fondo de Cultura Económica utilice para generar mayor tráfico en la fanpage.



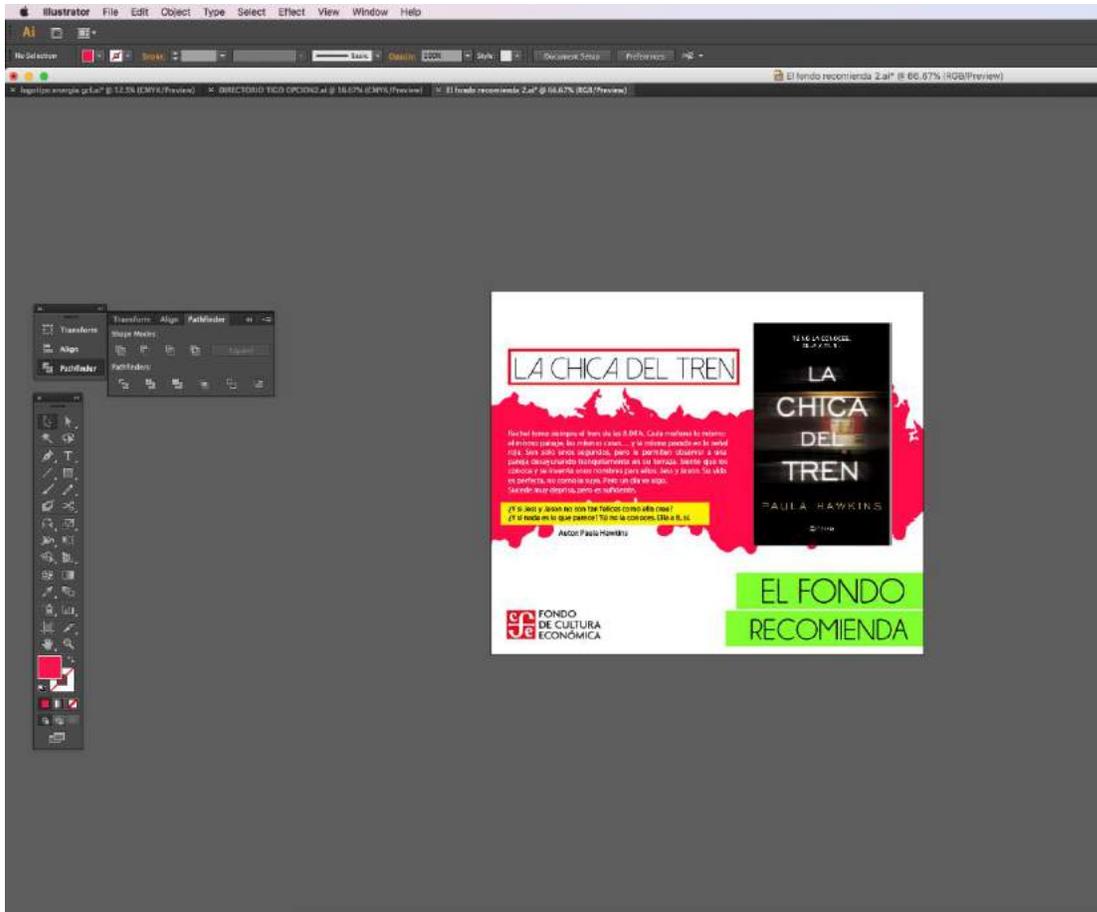
Se coloca el logotipo del Fondo de Cultura Económica y el texto titular junto con sus rectángulos de fondo.



Se procede a colocar la imagen del libro a utilizar, y el nombre de este mismo en un rectángulo diferente.



Se agregan los textos a utilizar.



Finalmente se agrega una figura al fondo que da el efecto de rasgado y que es donde descansa el texto y se le da a la imagen del libro un efecto de relieve.

- **Propuesta B.**

Hoy en la lectura

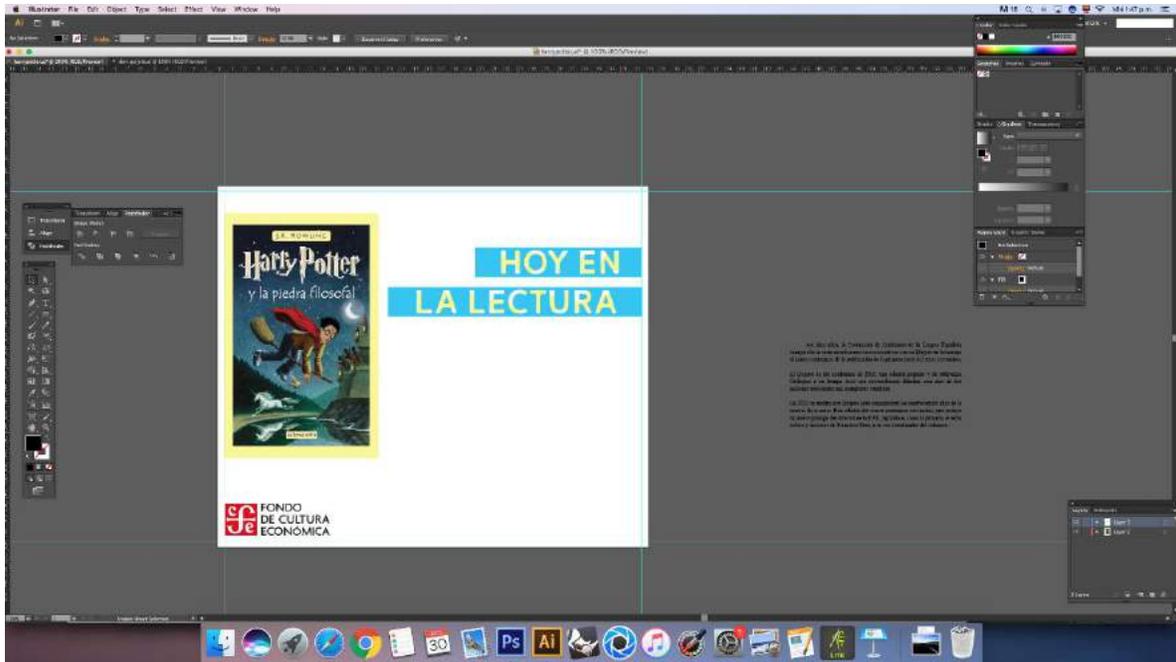
Mesa de trabajo en tamaño de 940px x 788px

En la siguiente propuesta se observa un tipo de post normal para Facebook, y que es una de las nuevas secciones de post que se aconseja al Fondo de Cultura Económica utilice para generar un mayor tráfico en la fanpage.

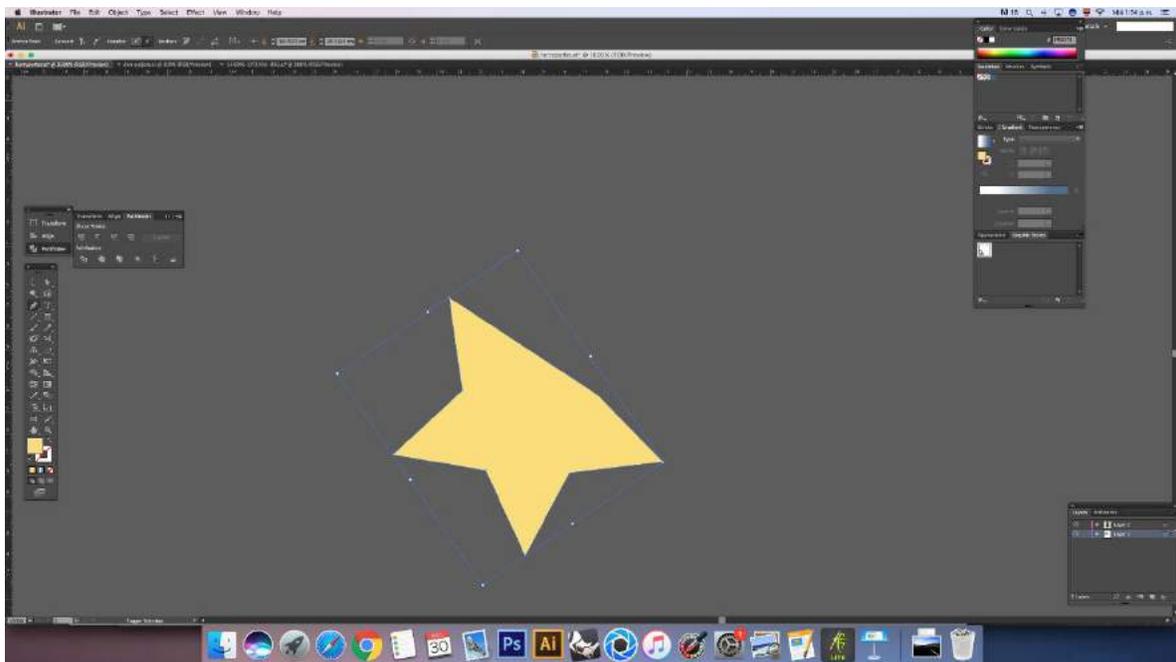
Teniendo como objetivo dar a conocer datos curiosos de libros, de diferentes géneros literarios.



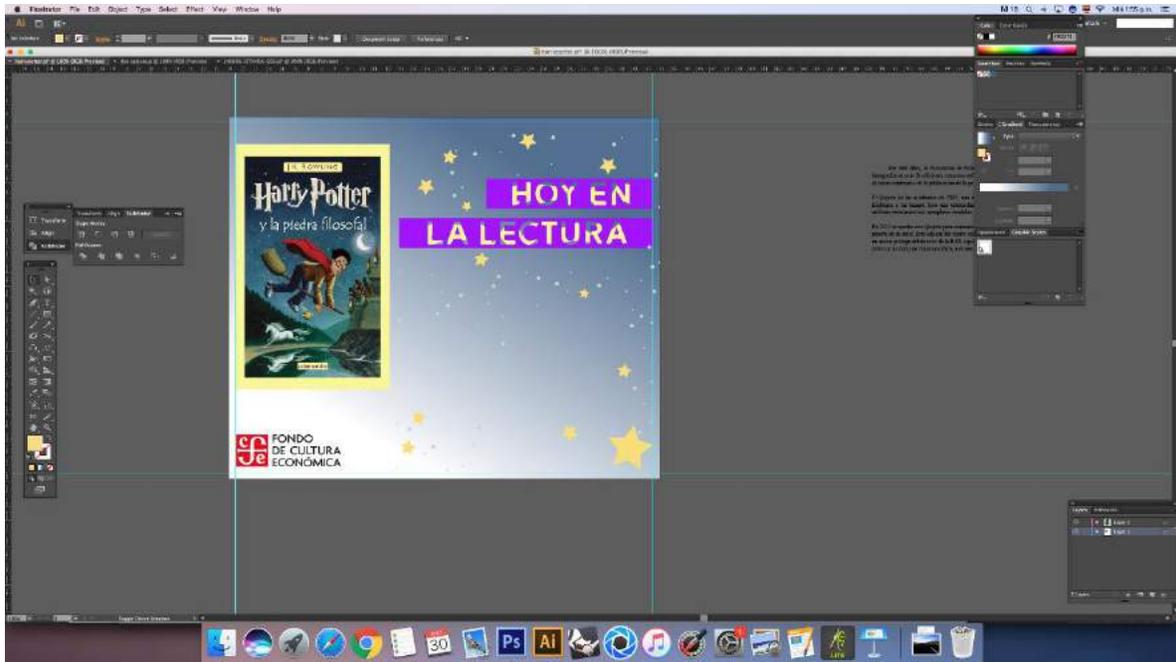
Se coloca la mesa de trabajo al tamaño adecuado, después de incorpora el logotipo del Fondo de Cultura Económica y la imagen del libro del que se hablará.



Se redacta el texto con la información que se hablará y se coloca el titular con rectángulo de color de fondo y un efecto en su tipografía.



Se grafican las estrellas que se usarán en el fondo del post.



Se incorporan esas estrellas, se hace un fondo con degradados y las letras del titular cambian de color.



Finalmente se agrega el texto redactado al inicio.

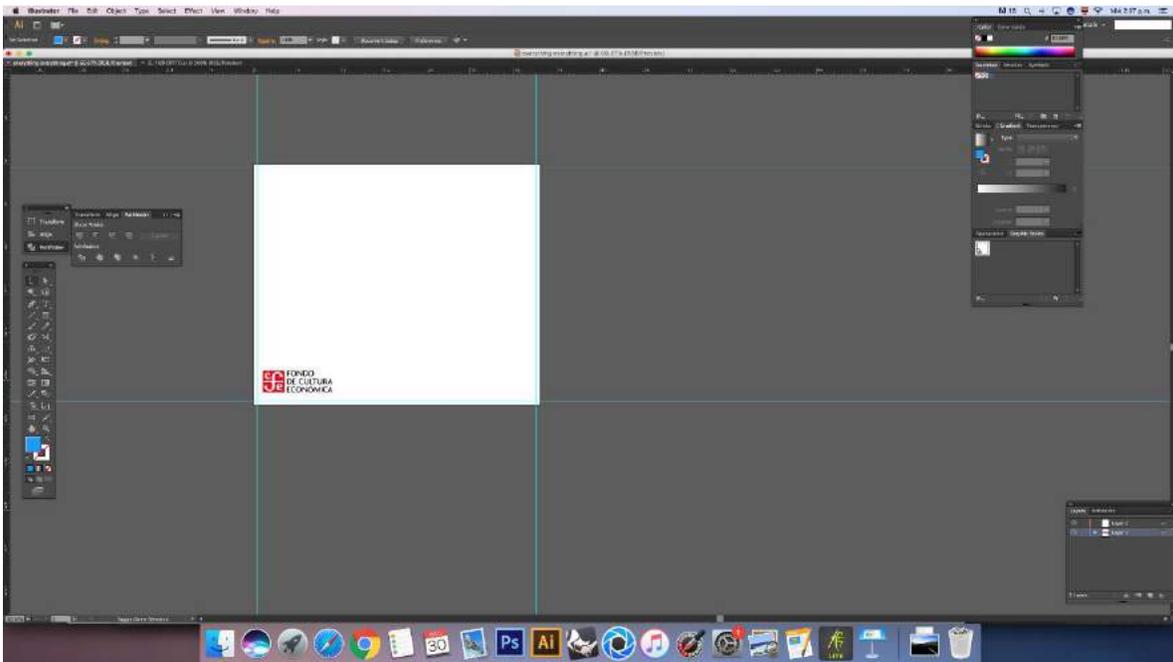
- **Propuesta B.**

Frase de lectura

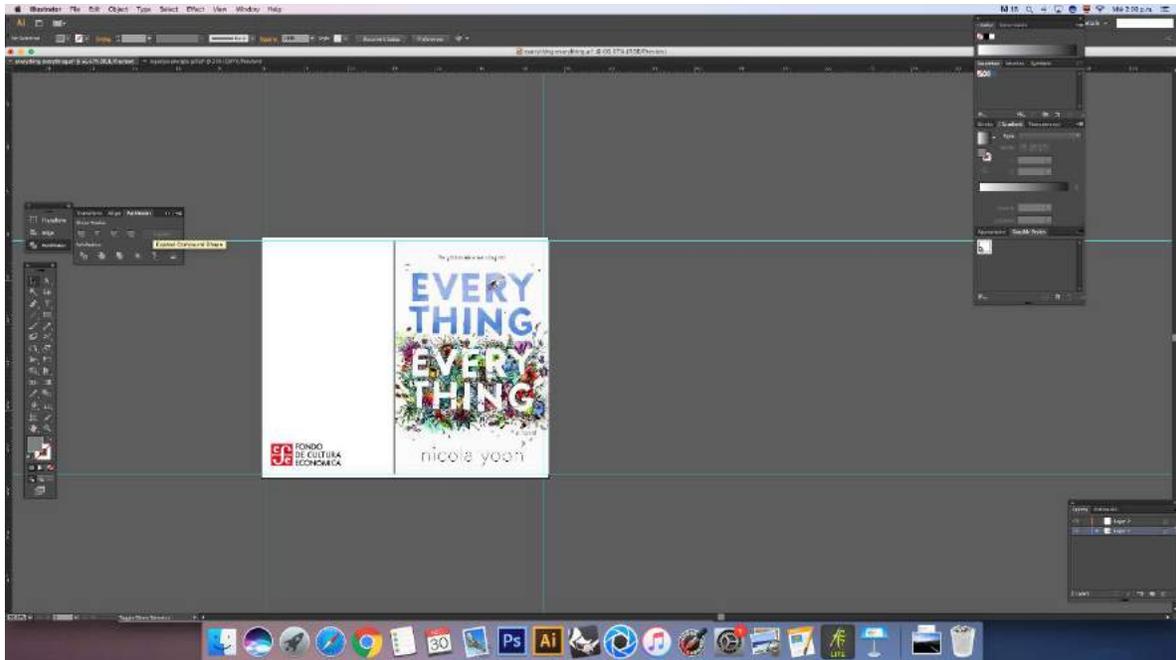
Mesa de trabajo en tamaño de 940px x 788px.

En la siguiente propuesta se observa un tipo de post normal para Facebook, y que es una de las nuevas secciones de post que se aconseja al Fondo de Cultura Económica utilice para generar mayor tráfico en la fanpage.

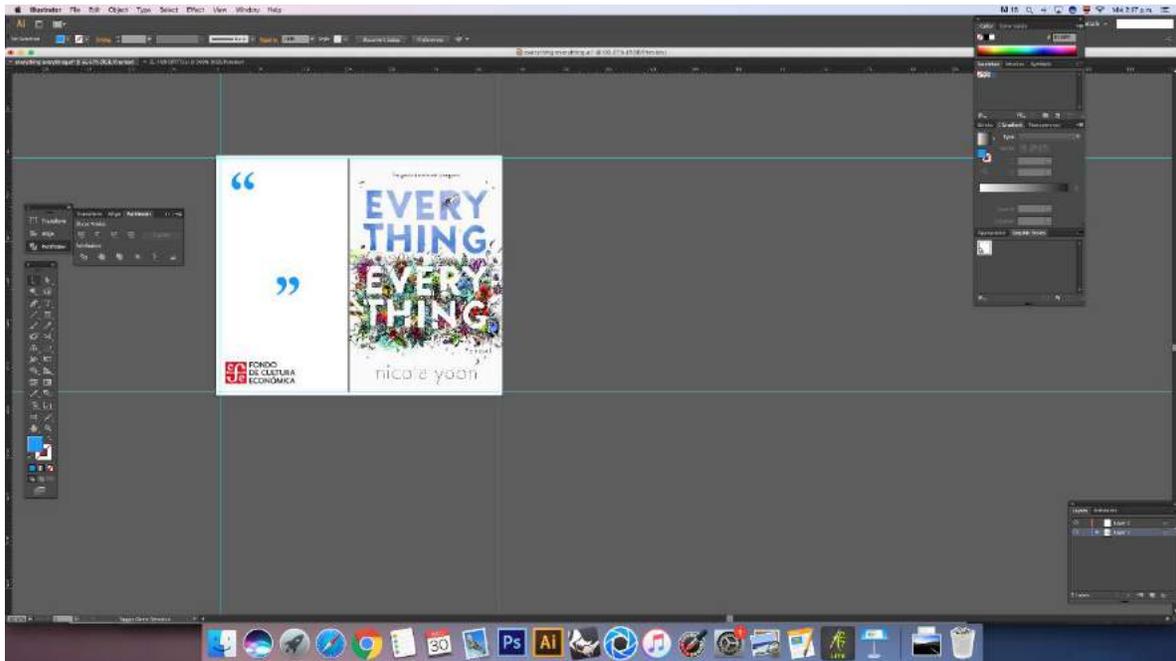
Tratando de una serie de frases de lectura para diversos públicos teniendo esto categorías como “Juvenil”, “Niños” y “Adultos”.



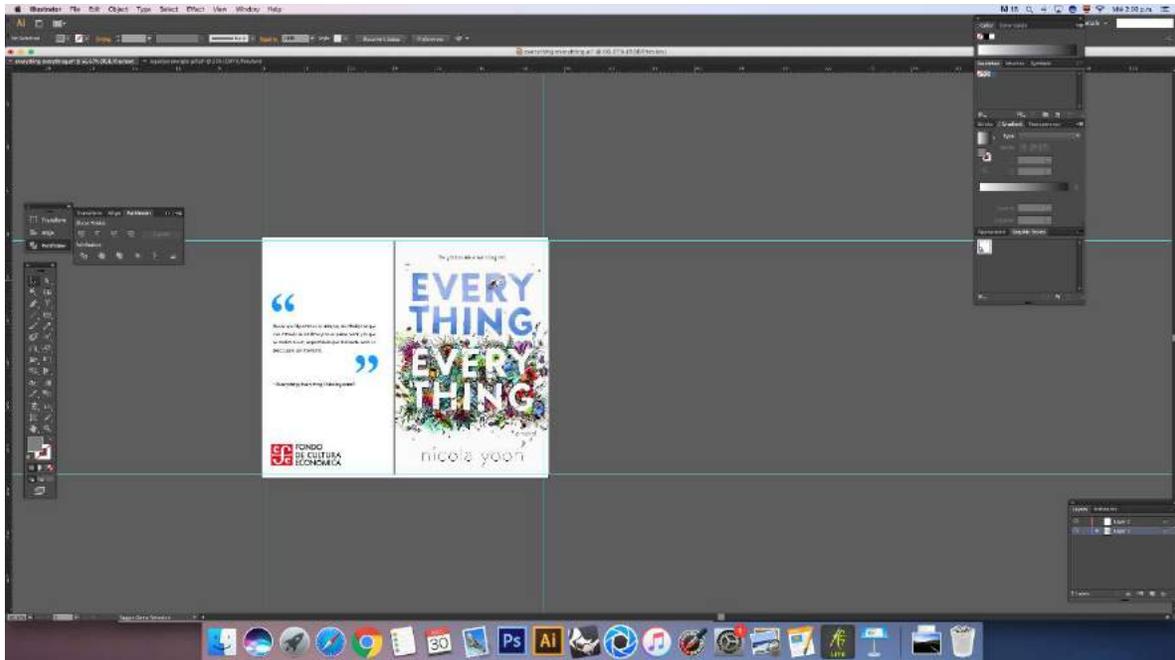
Se coloca la mesa de trabajo al tamaño correcto. Se agrega el logotipo del Fondo de Cultura Económica.



Se coloca la imagen del libro a utilizar y se le da un efecto de relieve a la misma.



Se agregan unas comillas de texto para citar la frase de lectura.



Finalmente se agrega en un texto la frase de lectura del libro correspondiente.

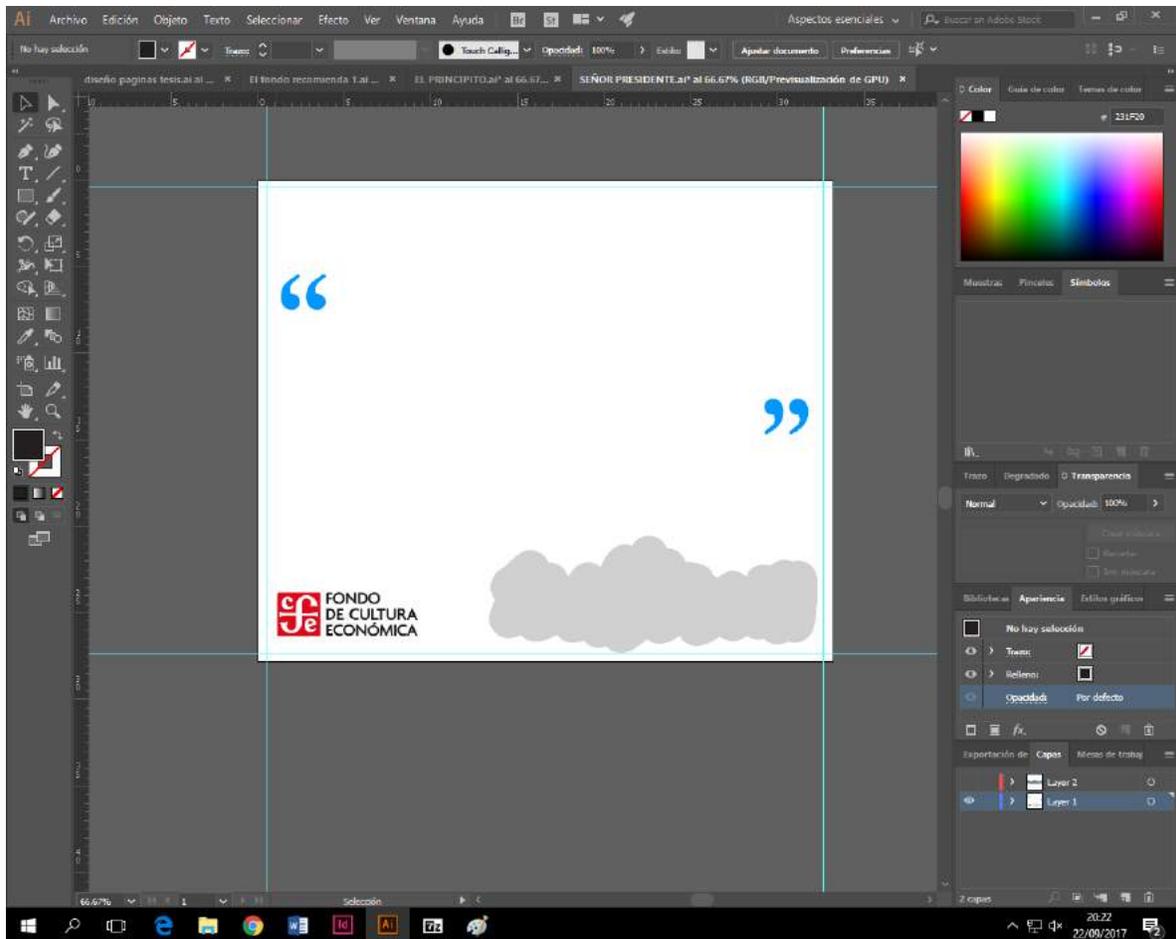
- **Propuesta C.**

Frase de Lectura

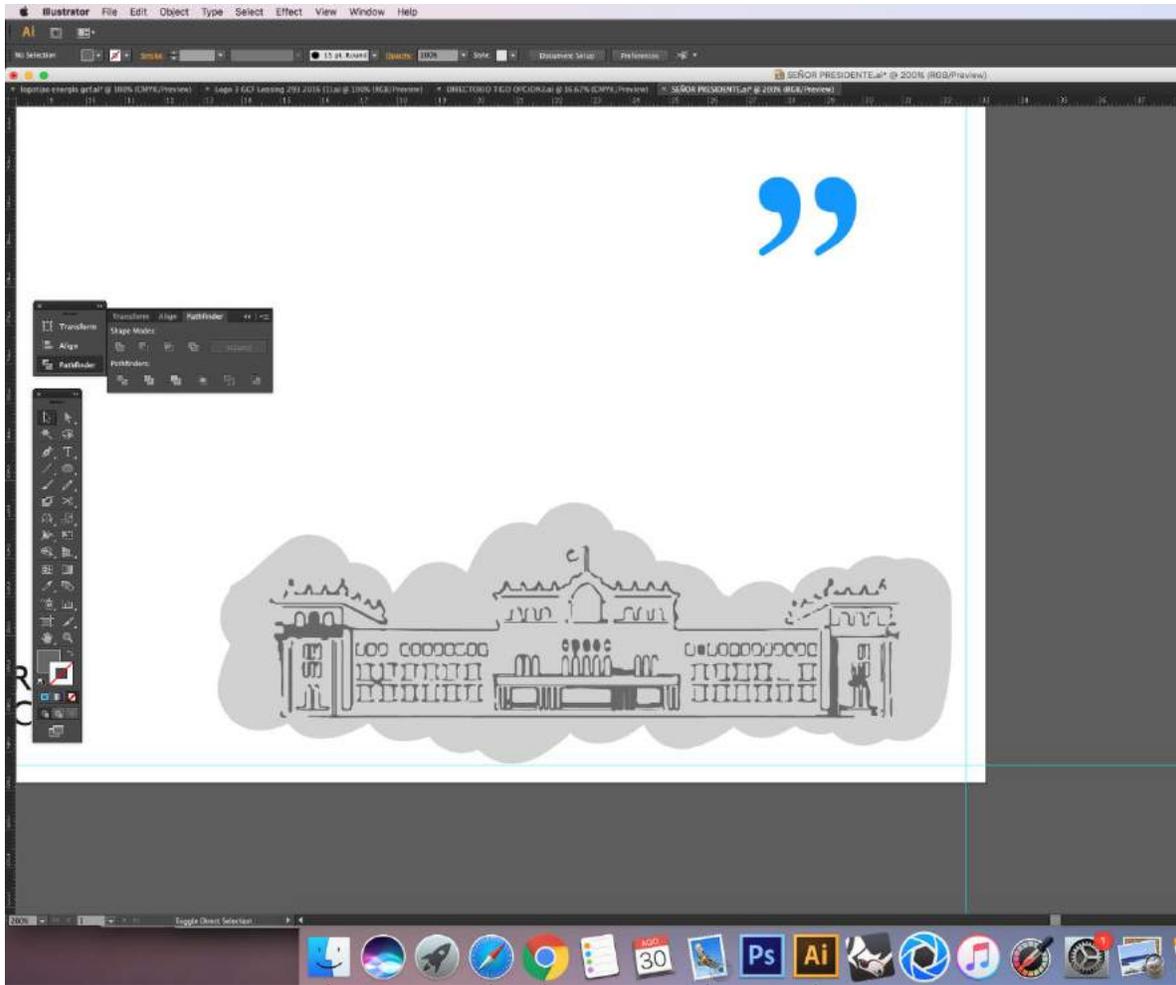
Mesa de trabajo en tamaño de 940px x 788px.

En la siguiente propuesta se observa un tipo de post normal para Facebook, que es una de las nuevas secciones de post que se aconseja al Fondo de Cultura Económica utilice para generar mayor tráfico en la fanpage.

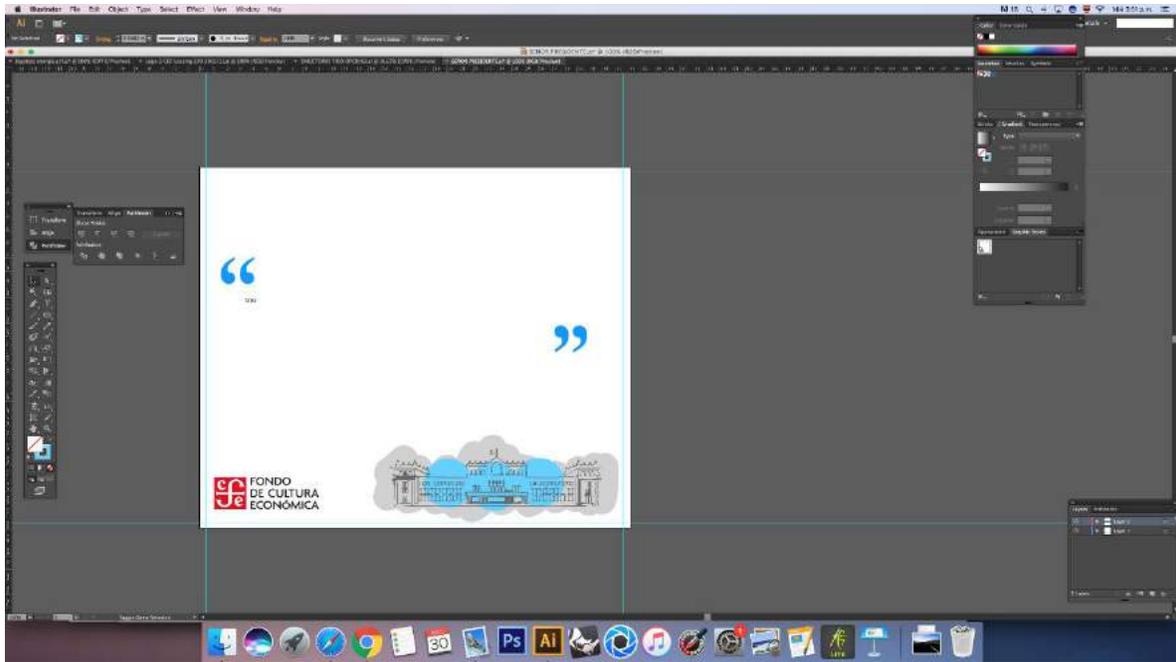
Tratando de una serie de frases de lectura para diversos públicos teniendo categorías como “Juvenil”, “Niños” y “Adultos”.



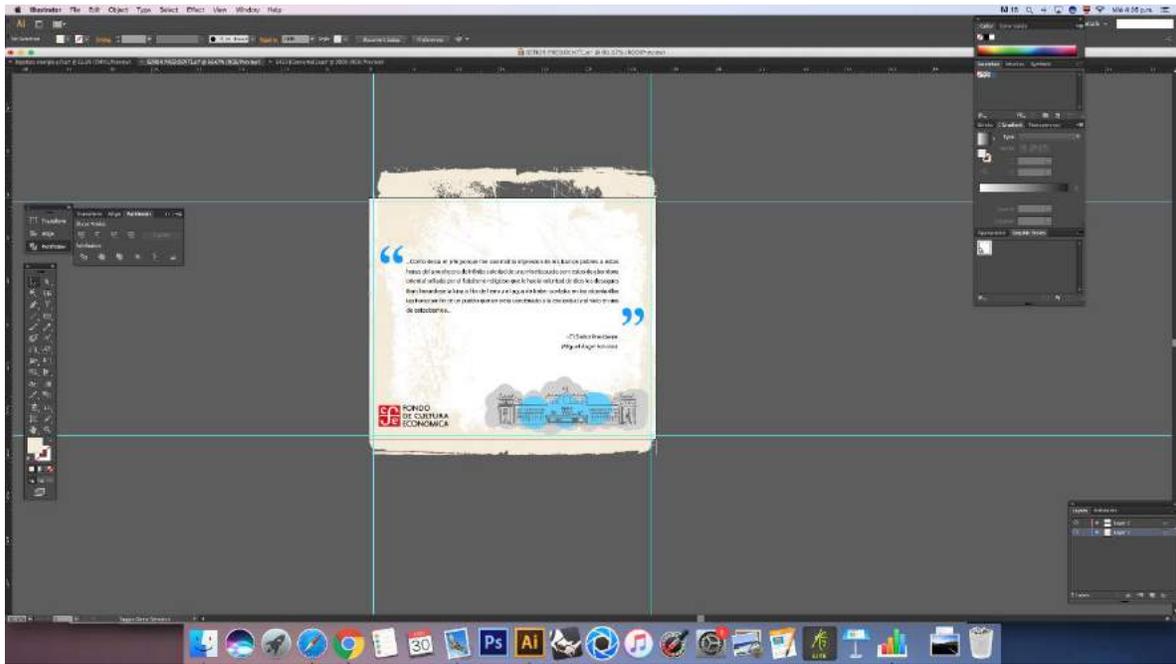
Se coloca el logotipo del Fondo de Cultura Económica, una sombra de color gris en el lado inferior derecho, y unas comillas para la frase a utilizar.



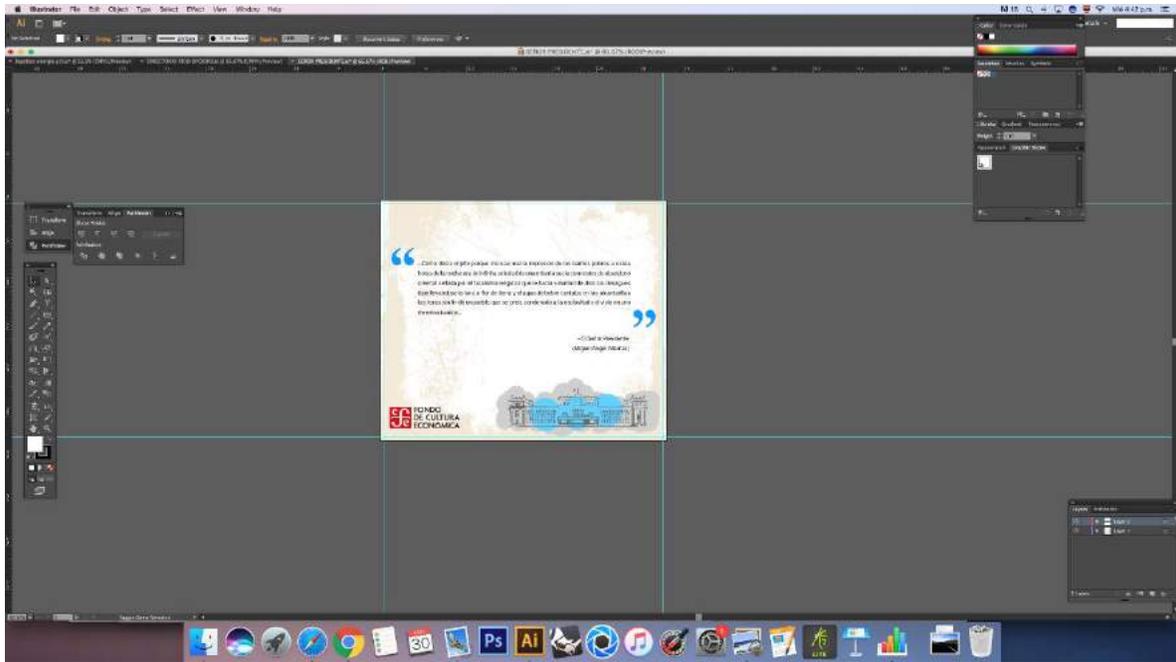
Se grafica el Palacio Nacional de Guatemala para utilizar con la frase del libro.



Se colorea el Palacio Nacional de Guatemala, y se comienza a redactar la frase.



Se genera el fondo para el post y se completa el texto.



Finalmente se crea una máscara de recorte para que el fondo quede en el formato deseado.

7.4 Propuesta preliminar

- **Propuesta A:**

Facebook Cover Page (828px x 315px)



- **Propuesta A:**

El Fondo Recomienda (940px x 788px)

EL FONDO
RECOMIENDA

Yo
ANTES
DE
Ti
Moyes

UNA NOVELA DE

Jojo

¿Qué decidirías hacer cuando lo que haría feliz a la persona a la que amas significa también destrozarte el corazón?"

Autor: Jojo Moyes

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

JUVENIL

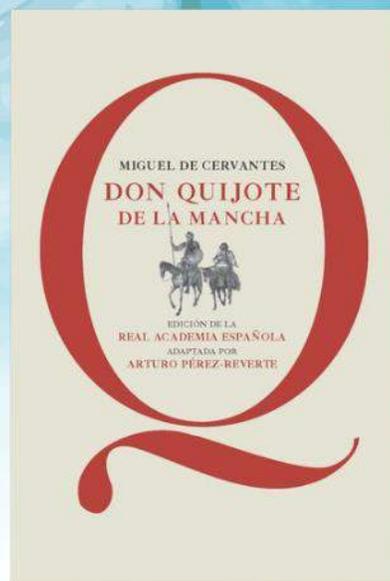
- **Propuesta A:**

Hoy en la lectura (940px x 788px)

Hace doce años, la Asociación de Academias de la Lengua Española inauguraba su serie de ediciones conmemorativas con un Quijote en homenaje al cuarto centenario de la publicación de la primera parte del texto cervantino.

El Quijote de las academias de 2005, una edición popular y de referencia filológica a un tiempo, tuvo una extraordinaria difusión, con más de dos millones setecientos mil ejemplares vendidos.

En 2015 se reedita este Quijote para conmemorar los cuatrocientos años de la muerte de su autor. Esta edición del cuarto centenario cervantino, que incluye un nuevo prólogo del director de la RAE, reproduce, como la primera, el texto crítico y las notas de Francisco Rico, a su vez coordinador del volumen.



HOY EN

LA LECTURA

 **FONDO
DE CULTURA
ECONÓMICA**

- **Propuesta A:**

Club de lectura (940px x 788px)



The poster features a yellow banner in the top left corner with the text "club de lectura". The main title "PRIMER S.A.B.A.D.O. DEL MES" is written in large, blue, hand-drawn letters. Below the title, there is a paragraph of text in Spanish: "El Fondo de Cultura Económica cordialmente invita a los niños y niñas que deseen formar parte de nuestro club de lectura, que se imparte cada primer sábado del mes. ¡Pregúnta por nuestra próxima lectura!". Below this text, the word "ENTRADA:" is in yellow and "LIBRE" is in blue. In the bottom right corner, there is a red logo with the letters "f" and "e" and the text "FONDO DE CULTURA ECONÓMICA". On the left side of the poster, there is a cartoon illustration of a grey castle with yellow towers and purple flags on top, set on a green patch of grass.

club de lectura

PRIMER S.A.B.A.D.O. DEL MES

El Fondo de Cultura Económica cordialmente invita a los niños y niñas que deseen formar parte de nuestro club de lectura, que se imparte cada primer sábado del mes. ¡Pregúnta por nuestra próxima lectura!

ENTRADA: LIBRE

 FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

- **Propuesta A:**

Cuenta Cuentos (940px x 788px)

CUENTA cuentos

SÁBADO-
3ERO

Como manera de fomentar en los pequeños el ámbito de la lectura, El Fondo de Cultura Económica cordialmente invita a los niños y niñas que deseen asistir a los cuenta cuentos que realizamos cada sábado tercero de mes, en el cuál escogemos una lectura para disfrutar juntos.

Pueden asistir cuantos invitados deseen los niños traer, ¡Pregúnta por nuestra próxima lectura!

ENTRADA: LIBRE

DEL MES.

 FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

- **Propuesta A:**

Frase de Lectura (940px x 788px)



Enseñé mi obra de arte a las personas mayores y les pregunté si mi dibujo les daba miedo.



-¿por qué habría de asustar un sombrero?- me respondieron.

Mi dibujo no representaba un sombrero. Representaba una serpiente boa que digiere un elefante.

Dibujé entonces el interior de la serpiente boa a fin de que las personas mayores pudieran comprender.



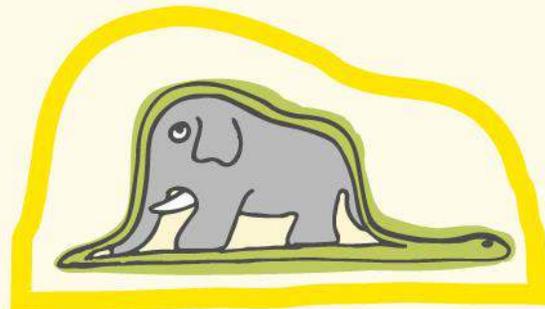
Siempre estas personas tienen necesidad de explicaciones. Mi dibujo número 2 era así:



- El Principito (Antonie De Saint-Exupéry)

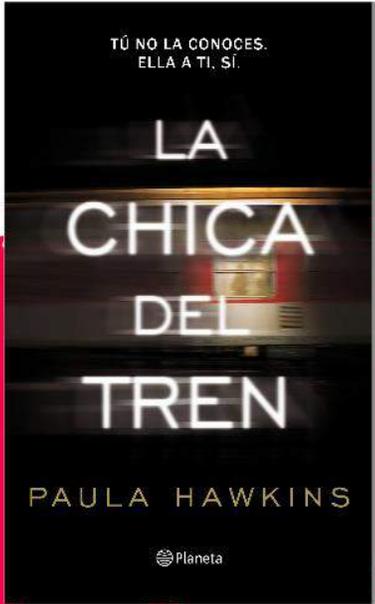


 FONDO
DE CULTURA
ECONÓMICA



- **Propuesta B:**

El fondo Recomienda (940px x 788px)



LA CHICA DEL TREN

Rachel toma siempre el tren de las 8.04 h. Cada mañana lo mismo: el mismo paisaje, las mismas casas... y la misma parada en la señal roja. Son solo unos segundos, pero le permiten observar a una pareja desayunando tranquilamente en su terraza. Siente que los conoce y se inventa unos nombres para ellos: Jess y Jason. Su vida es perfecta, no como la suya. Pero un día ve algo. Sucede muy deprisa, pero es suficiente.

¿Y si Jess y Jason no son tan felices como ella cree?
¿Y si nada es lo que parece? Tú no la conoces. Ella a ti, sí.

Autor: Paula Hawkins

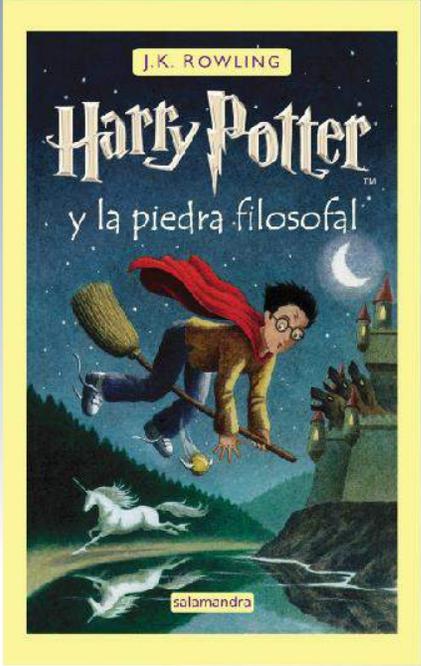
Planeta

**EL FONDO
RECOMIENDA**

 **FONDO
DE CULTURA
ECONÓMICA**

- **Propuesta B:**

Hoy en la lectura (940px x 788px)



HOY EN LA LECTURA

Harry Potter y la piedra filosofal es el primer libro de la saga "Harry Potter" escrita por J.K. Rowling.

Salió a la venta el 30 de junio de 1997, y se hizo una película basada en este libro en el año 2001.

Este libro es uno de los más vendidos y traducidos de la historia, superado levemente por Don Quijote de la Mancha, de Miguel de Cervantes.



FONDO
DE CULTURA
ECONÓMICA

- **Propuesta B:**

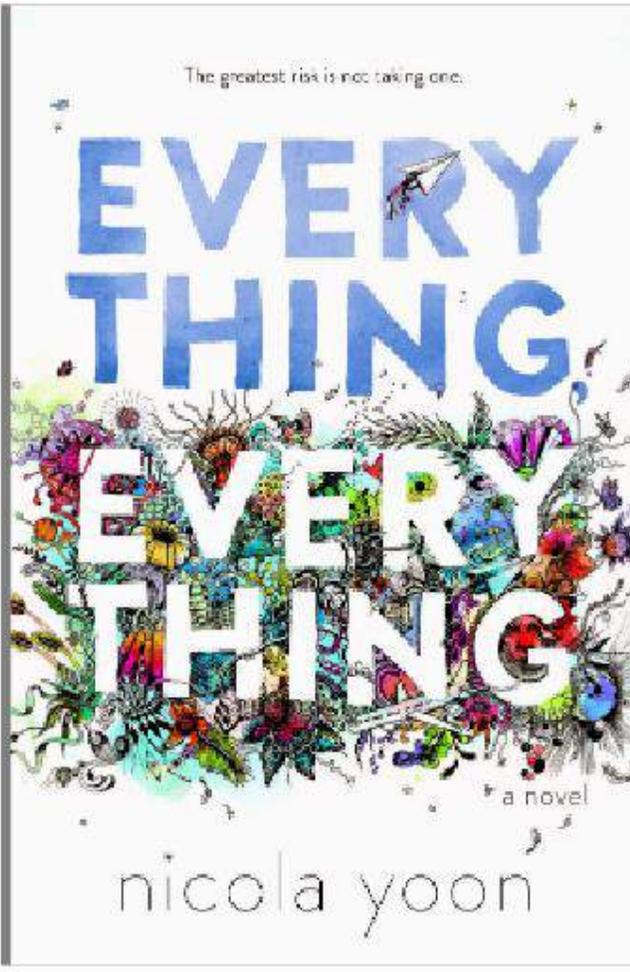
Frase de lectura (940px x 788px)

“

Desde que Olly entró en mi vida, hay dos Maddys: la que vive a través de los libros y no se quiere morir, y la que se dedica a vivir, sospechando que la muerte sería un precio justo por intentarlo.

”

- Everything Everything (Nicola yoonn)



The greatest risk is not taking one.

**EVERYTHING
EVERYTHING**

a novel

nicola yoon



**FONDO
DE CULTURA
ECONÓMICA**

- **Propuesta C:**

Frase de Lectura (940px x 788px)

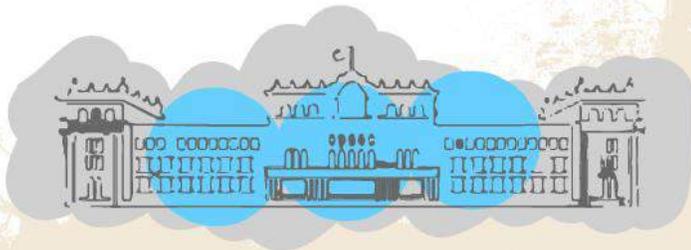
“

...Como decia el jefe porque me cae mal la impresion de los barrios pobres a estas horas de la noche era de infinita soledad de una miseria sucia con restos de abandono oriental sellada por el fatalismo religioso que le hacia voluntad de dios los desagües iban llevandose la luna a flor de tierra y el agua de beber contaba en las alcantarillas las horas sin fin de un pueblo que se creia condenado a la esclavitud y al vicio en uno de estos barrios...

”

- El Señor Presidente
(Miguel Ángel Asturias)

 FONDO
DE CULTURA
ECONÓMICA



Capítulo VIII

Capítulo VIII: Validación Técnica

8.1 Población y muestreo

La población encuestada para la técnica del diseño de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica es de 5 expertos, 5 profesionales, 10 compañeros de clase y 15 del grupo objetivo; niños, jóvenes y adultos de nivel socioeconómico C+, que tengan un gusto por la lectura y las actividades recreativas intelectuales residentes de la Ciudad Capital de Guatemala.

8.2 Método e Instrumentos

La técnica de investigación que se utilizará para la validación técnica será la encuesta, la cual se basa en un modelo de selección múltiple que permitirá que la evaluación sea cualitativa y cuantitativa. Esta encuesta se dividirá en tres partes: Parte objetiva, semiológica y operativa.

En la parte objetiva se evaluará los aspectos que son relacionados al objetivo del proyecto, y se compone de 5 preguntas que permitirá que las personas puedan dar su percepción.

En la parte semiológica se evaluará los elementos de diseño en el material y cómo los perciben las personas que llenen la encuesta. Y finalmente en la parte operativa se evaluará la funcionabilidad de la propuesta preliminar para con los encuestados.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
(FACOM)
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Género: Femenino Masculino Otro

Nombre:

Profesión:

Edad:

Ocupación:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

Encuesta de validación del proyecto

DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN EL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, GUATEMALA, GUATEMALA, 2018.

Antecedentes:

El Fondo de Cultura Económica es una institución mexicana que fue fundada en 1921 y que actualmente se ha expandido en toda Latinoamérica. En Guatemala realizan una serie de actividades culturales para niños, adolescentes y adultos, sin embargo la falta de presencia en las redes sociales, provoca que se desperdicien estos recursos económicos y materiales de la institución que utilizan para las actividades ya que no muchas personas se llegan a enterar de ellas.

Es por eso mismo que se realizará el diseño de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan. Mediante este material se lograría apoyar a la institución, de tal manera que sus actividades sean exitosamente promocionadas para llegar a sus clientes reales y potenciales.

Instrucciones:

Con base a la información proporcionada anteriormente observe la propuesta de diseño de material gráfico y según su criterio seleccione la respuesta que crea es la más acertada para la pregunta.

Parte objetiva:

¿Considera usted necesario diseñar material digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales, a través de la fanpage de Facebook las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica?

Si

No

¿Cree usted necesario Investigar información relacionada a la elaboración de material digital en la fanpage de Facebook por medio de fuentes bibliográficas que sustenten el desarrollo de este proyecto?

Si

No

¿Está de acuerdo en recopilar información acerca del Fondo de Cultura Económica por medio de un brief para establecer el contenido del material digital de la fanpage de Facebook?

Si

No

¿Diagramar el material digital por medio de software de diseño para que sea colocado en las redes sociales del Fondo de Cultura Económica facilita la participación de los usuarios en las actividades que se realicen?

Si

No

Parte Semiológica:

¿Según su criterio la información que presenta la propuesta es la necesaria para informar a los clientes reales y potenciales sobre las actividades que el Fondo de Cultura Económica realiza, así como para generar tráfico en su fanpage de Facebook?

Mucho Poco Nada

¿Cree que las ilustraciones e imágenes que se utilizaron en la propuesta son las adecuadas para el tipo de post y para el grupo objetivo?

Mucho Poco Nada

¿Es la diagramación de los diversos post mostrados en la propuesta fácil y ordenada de comprender?

Mucho Poco Nada

¿El lenguaje que se utiliza en los posts sería el adecuado para que se comprenda la información a compartir?

Mucho Poco Nada

¿La utilización del logotipo está siendo la adecuada por post de Facebook?

Mucho Poco Nada

Parte Operativa:

¿La combinación de colores es llamativa y amigable a la vista?

Si

No

¿Considera la tipografía utilizada legible?

Si

No

¿Es el tamaño de las imágenes e ilustraciones utilizadas en los post de Facebook, el adecuado?

Si

No

¿Calificaría adecuada la propuesta para ser vista en la fanpage del Fondo de Cultura Económica?

Si

No

¿El tamaño de los post de facebook utilizado es el adecuado?

Si

No

Se agradece de antemano el tiempo que ha invertido al responder esta encuesta. Si en dado caso usted tiene algún comentario, puede realizarlo en el siguiente espacio en blanco.

Observaciones

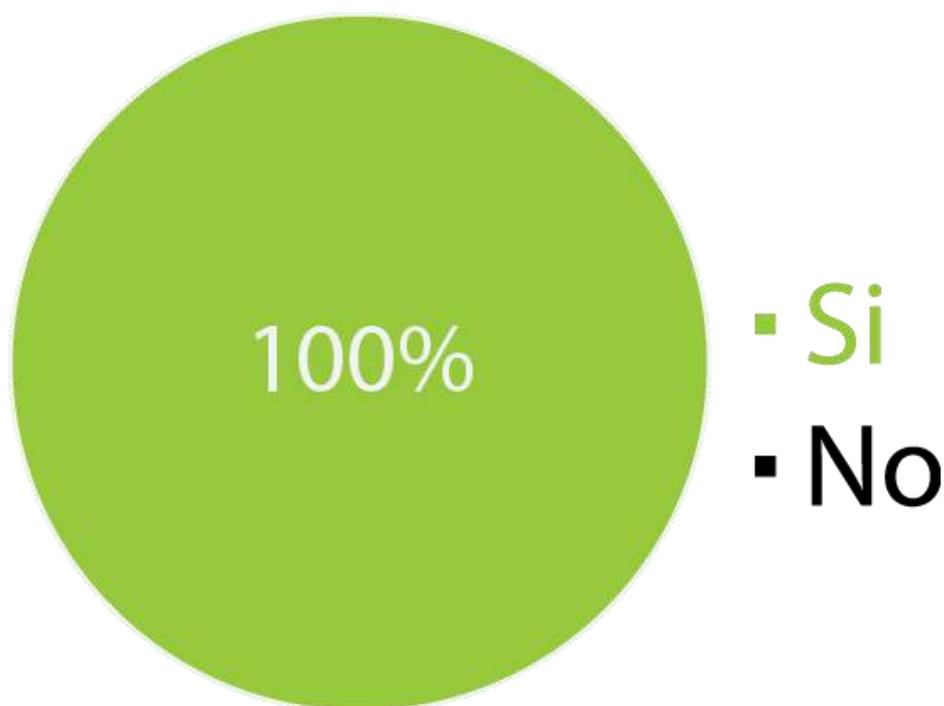
Gracias por su colaboración en el proyecto de tesis "Diseño de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica, Guatemala, Guatemala, 2018."

Su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en este proyecto.

8.3 Resultados e Interpretación de resultados

Los resultados que fueron obtenidos de la encuesta, serán mostrados en una serie de gráficas que ayudarán a saber los datos de la información recopilada.

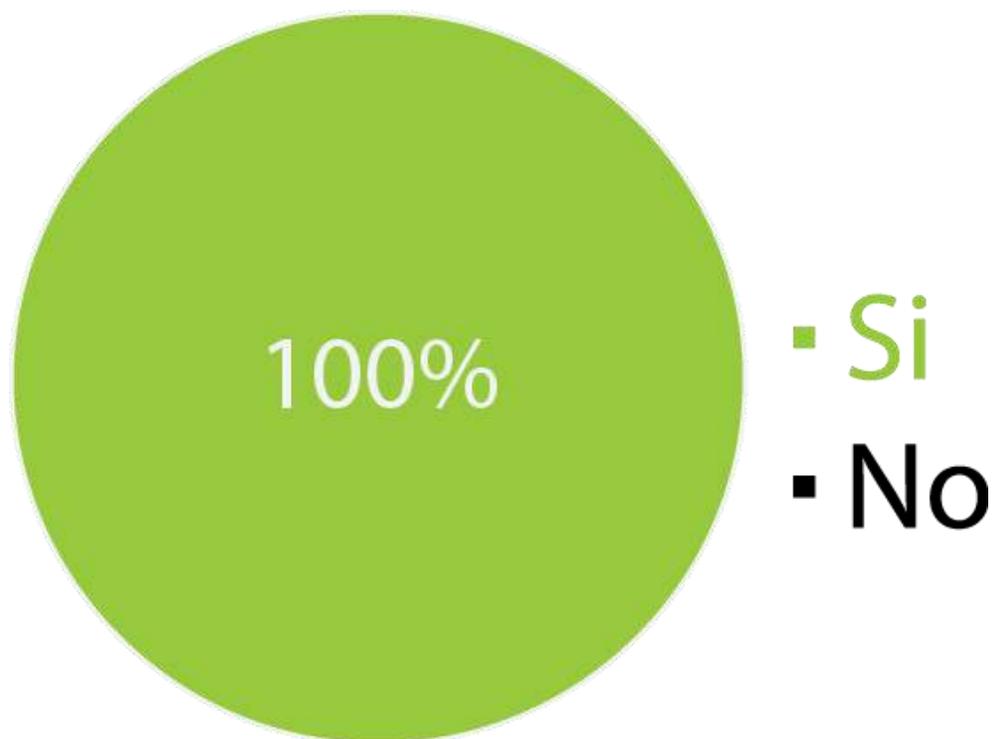
1. ¿Considera usted necesario diseñar material digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales, a través de la fanpage de Facebook las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica?



Interpretación:

El 100 % de los encuestados cree necesario diseñar material digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales, a través de la fanpage de Facebook las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica.

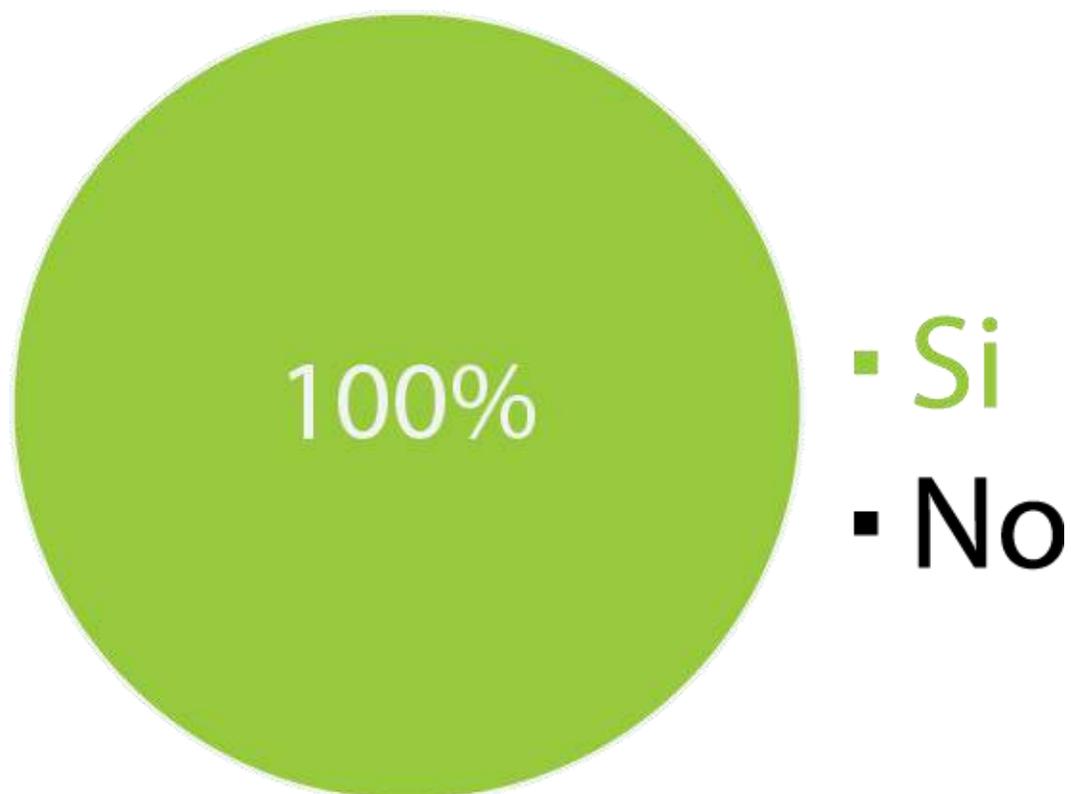
2. ¿Cree usted necesario Investigar información relacionada a la elaboración de material digital en la fanpage de Facebook por medio de fuentes bibliográficas que sustenten el desarrollo de este proyecto?



Interpretación

El 100% de los encuestados cree necesario Investigar información relacionada a la elaboración de material digital en la fanpage de Facebook por medio de fuentes bibliográficas.

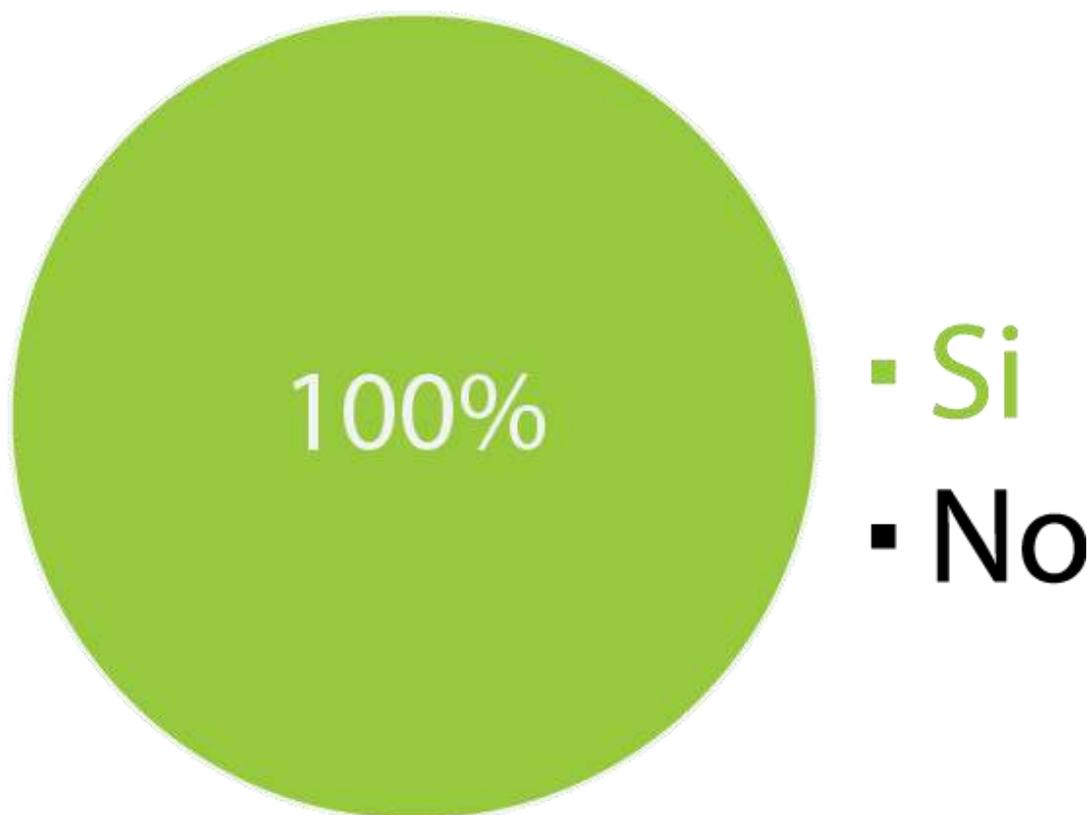
3. ¿Está de acuerdo en recopilar información acerca del Fondo de Cultura Económica por medio de un brief para establecer el contenido del material digital de la fanpage de Facebook?



Interpretación

El 100% de los encuestados está de acuerdo en recopilar información acerca del Fondo de Cultura Económica por medio de un brief para establecer el contenido del material digital de la fanpage de Facebook.

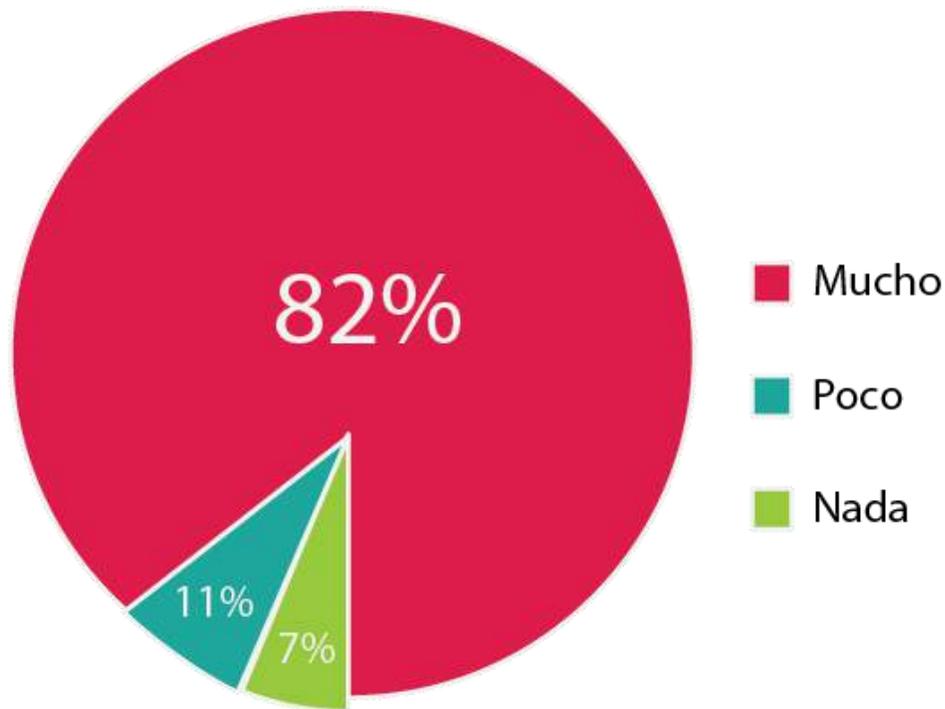
4. ¿Diagramar el material digital por medio de software de diseño para que sea colocado en las redes sociales del Fondo de Cultura Económica facilita la participación de los usuarios en las actividades que se realicen?



Interpretación

El 100% de los encuestados cree necesario diagramar el material digital por medio de software de diseño para que sea colocado en las redes sociales del Fondo de Cultura Económica facilita la participación de los usuarios en las actividades que se realicen.

5. ¿ Según su criterio la información que presenta la propuesta es la necesaria para informar a los clientes reales y potenciales sobre las actividades que el Fondo de Cultura Económica realiza, así como para generar tráfico en su fanpage de Facebook?

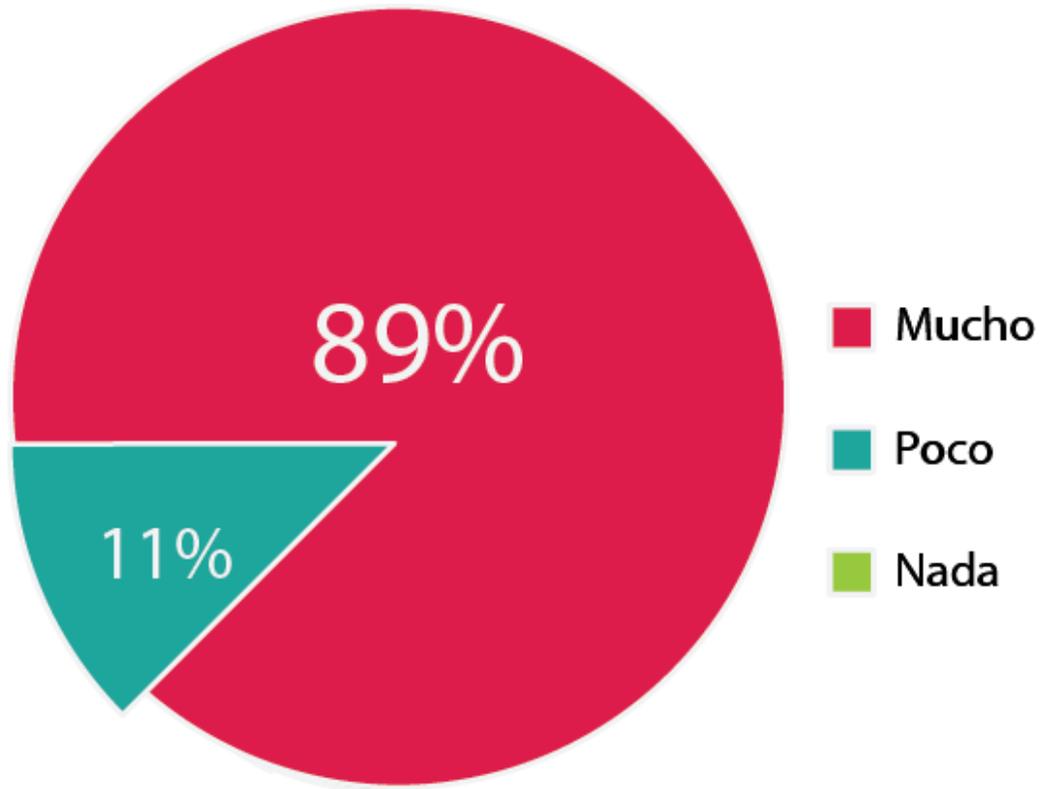


Interpretación

El 82% de los encuestados cree que la propuesta es la necesaria para informar a los clientes reales y potenciales sobre las actividades que el Fondo de Cultura Económica realiza, así como para generar tráfico en su fanpage de Facebook.

11% cree que es poca la información que se presenta y 7% piensa que no presenta ninguna información necesaria que ayude a informar a los clientes reales y potenciales del Fondo de Cultura Económica sobre las actividades que hacen.

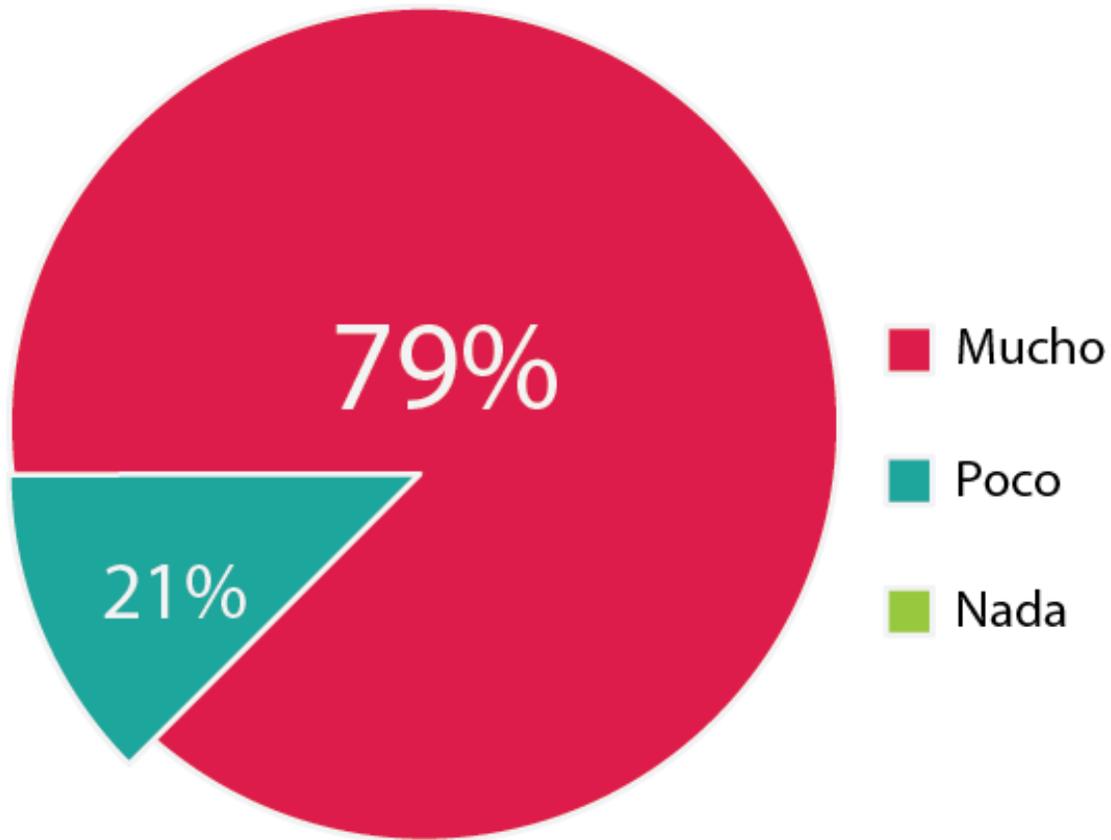
6. ¿Cree que las ilustraciones e imágenes que se utilizaron en la propuesta son las adecuadas para el tipo de post y para el grupo objetivo?



Interpretación

El 89% de los encuestados cree que las imágenes e ilustraciones que se utilizaron en la propuesta son las adecuadas para el tipo de post y para el grupo objetivo. Por otro lado el 11% cree que son poco adecuadas.

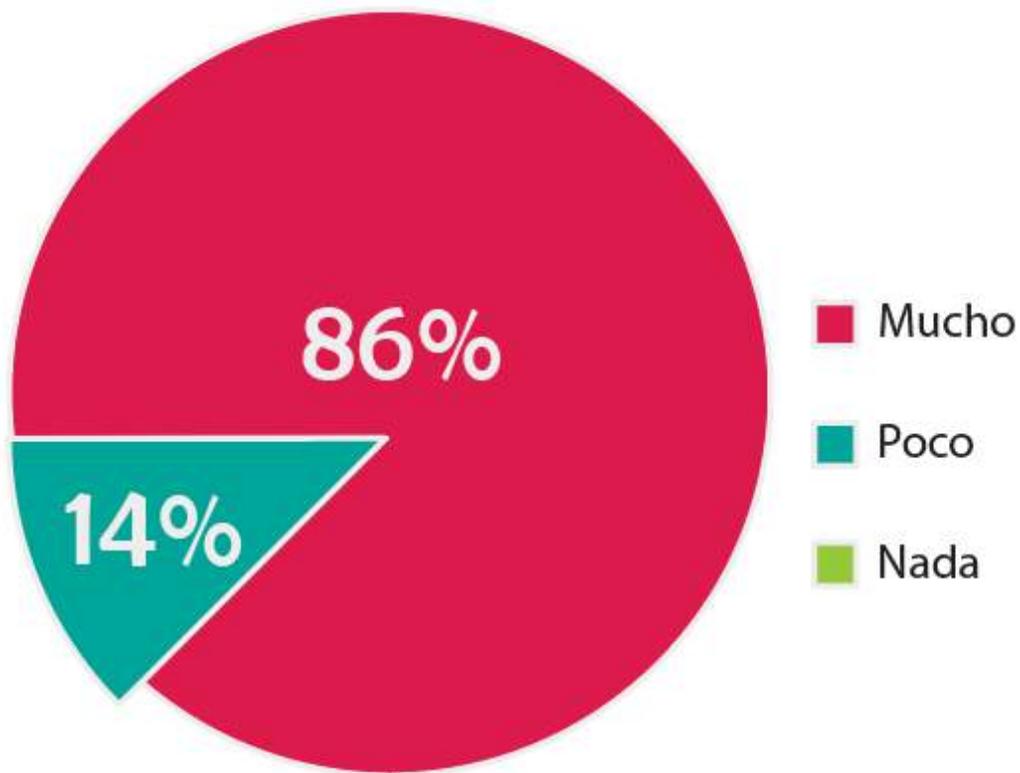
7. ¿Es la diagramación de los diversos posts mostrados en la propuesta fácil y ordenada de comprender?



Interpretación

El 79% de los encuestados cree que la diagramación de la propuesta es fácil y ordenada de comprender. 21% cree que la diagramación cuesta un poco de entenderla.

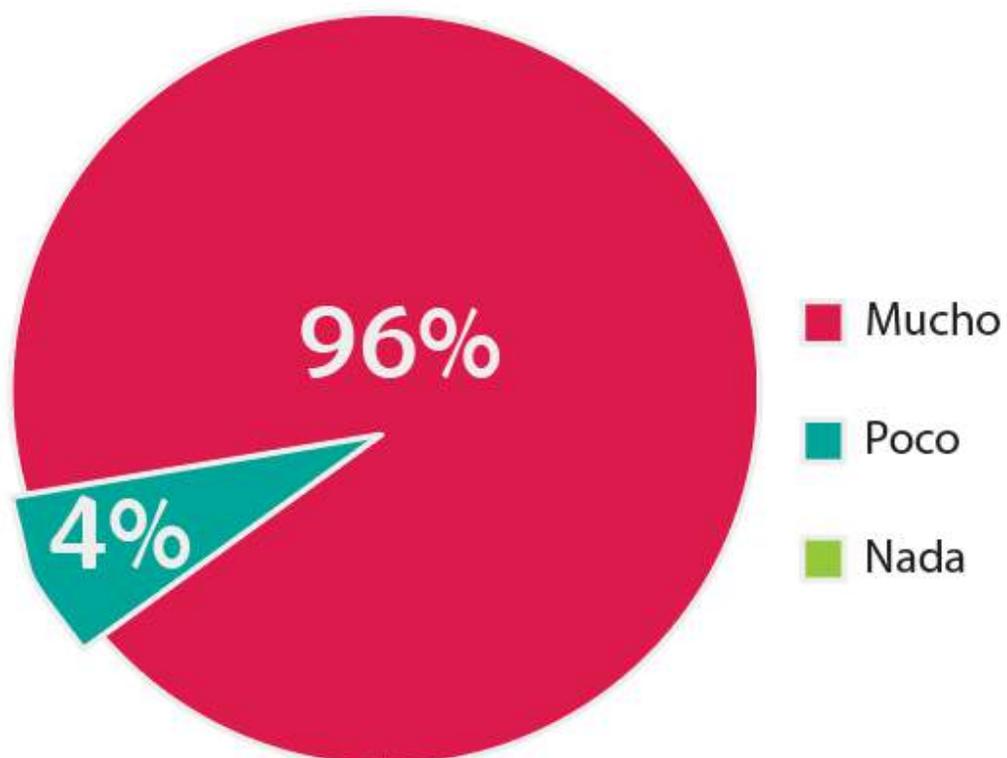
8. ¿El lenguaje que se utiliza en los posts sería el adecuado para que se comprenda la información a compartir?



Interpretación

El 86% de los encuestados cree que el lenguaje que se utiliza en los posts es el adecuado para que se comprenda la información a compartir. El otro 14% cree que es poco adecuado.

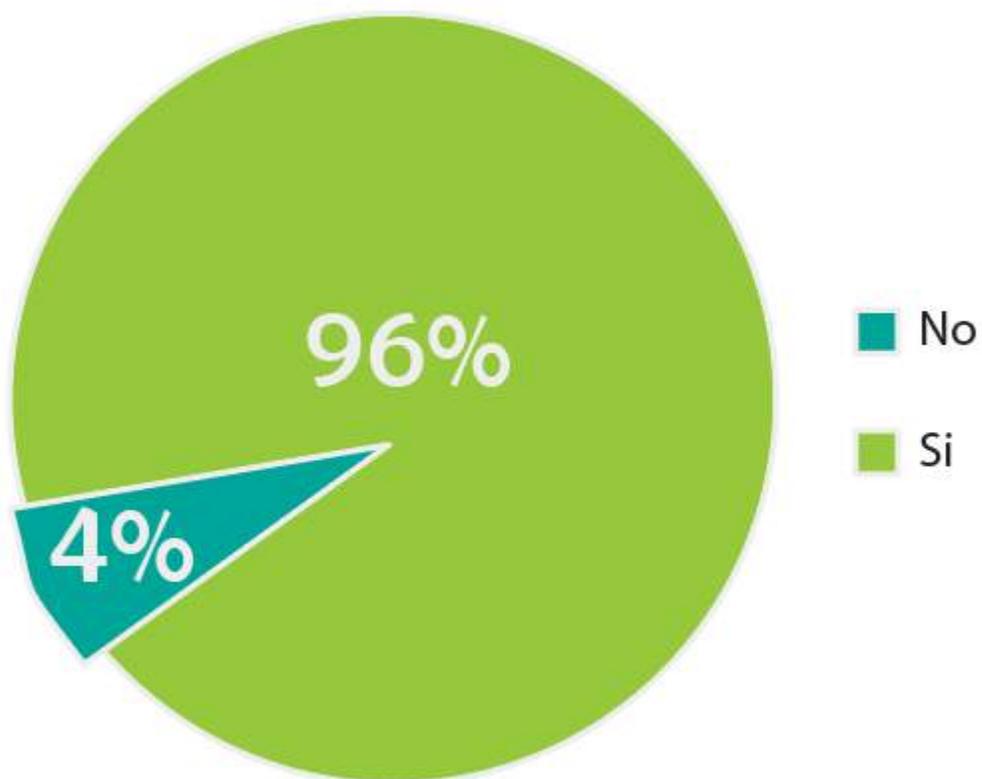
9. ¿La utilización del logotipo está siendo la adecuada por post de Facebook?



Interpretación

El 96% de los encuestados cree que el uso del logotipo en la propuesta es el indicado. El 4% restante cree que es poco adecuado.

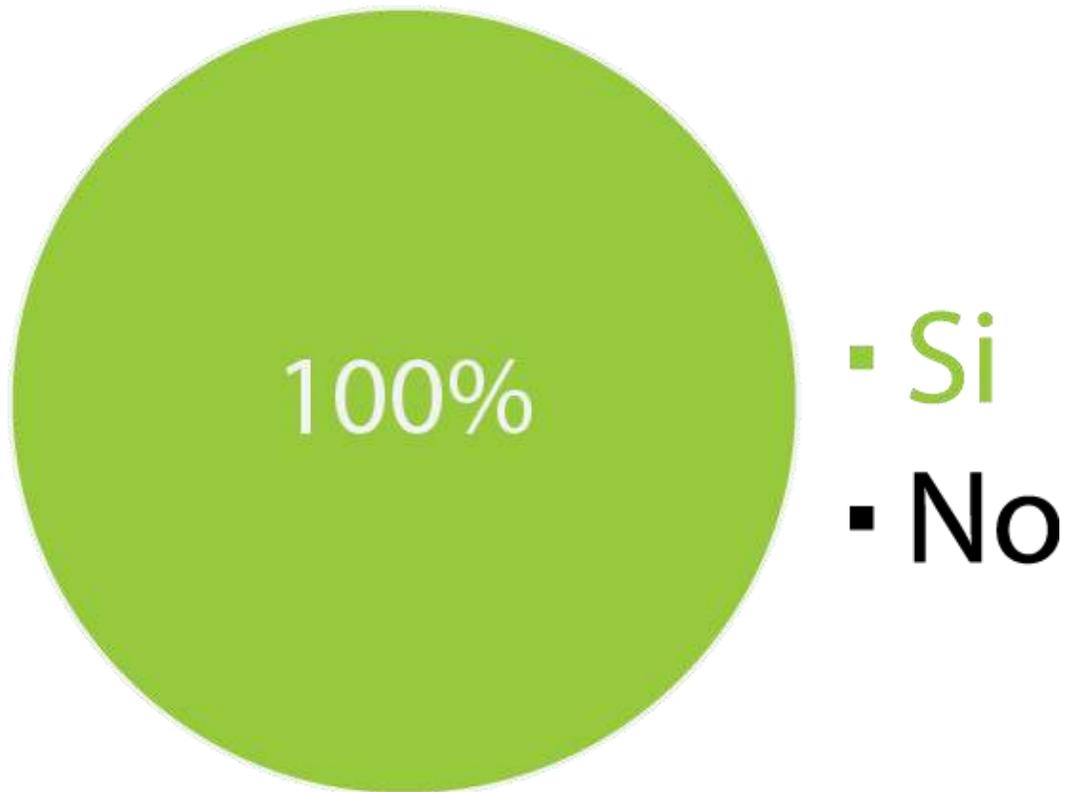
10. ¿Considera usted que la tipografía es legible?



Interpretación

El 96% de los encuestados considera la tipografía legible. El 4% restante considera que no, pues podría ser más grande.

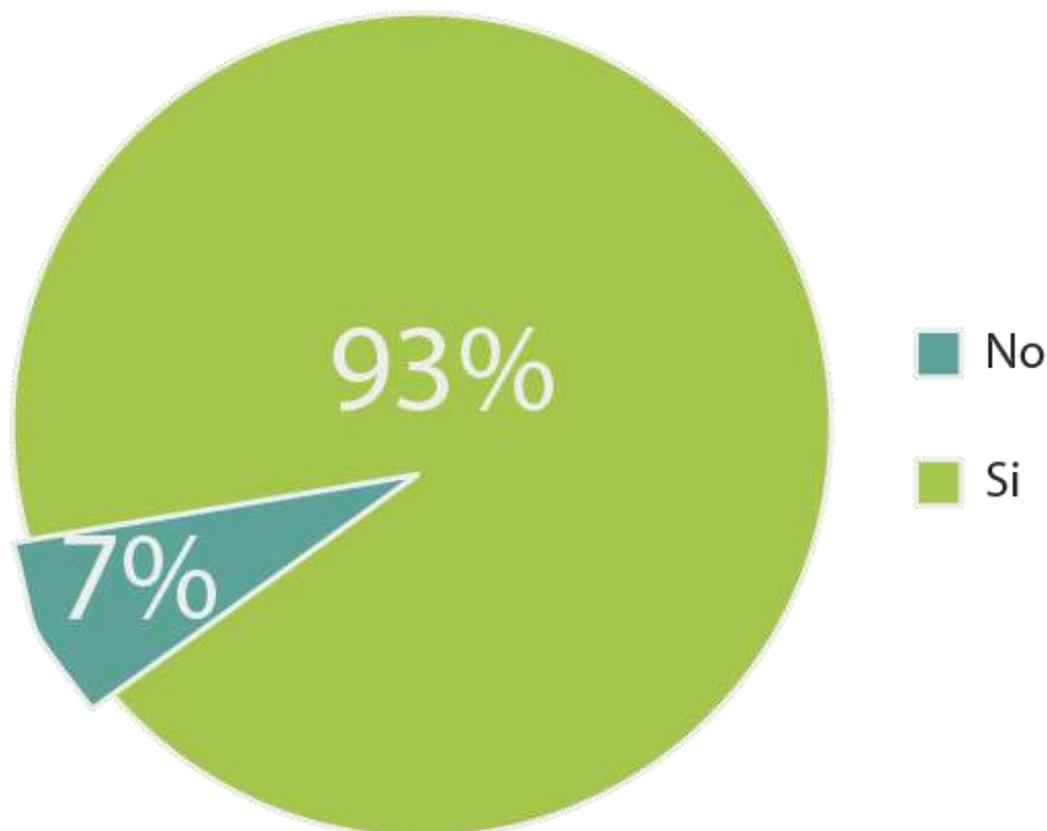
11. ¿Es el tamaño de las imágenes e ilustraciones en los posts de Facebook adecuado?



Interpretación

El 100% de los encuestados está de acuerdo en que tamaño de las imágenes e ilustraciones en los posts de Facebook adecuado.

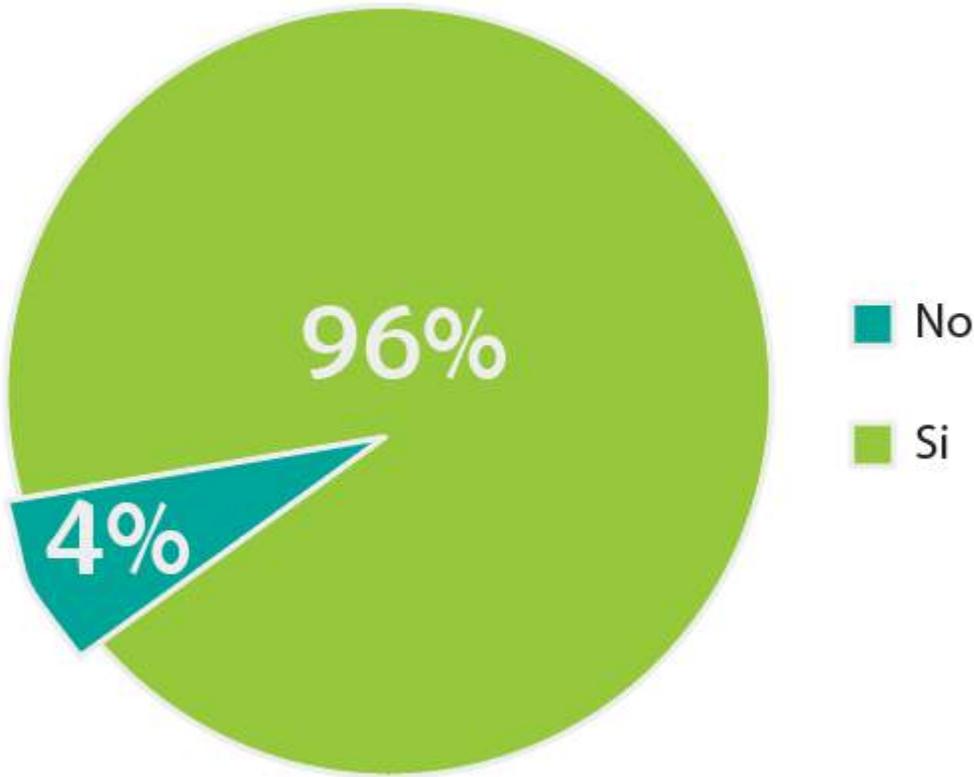
12. ¿Calificaría adecuada la propuesta para ser vista en la fanpage del Fondo de Cultura Económica?



Interpretación

El 93% de las personas encuestadas cree que la propuesta es adecuada para ser vista en la fanpage del Fondo de Cultura Económica. El otro 7% indica que no.

13. ¿El tamaño de los postss de facebook utilizado es el adecuado?



Interpretación

El 96% de los encuestados cree que el tamaño de los posts de facebook utilizado es el adecuado. El 4% restante no.

8.4 Cambios en base a los resultados

Facebook Cover Page:

Antes:



Después:



- Se modificó el color del Fondo
- Color en el recuadro de gran venta de fin de año.
- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.

Club de Lectura

Antes:



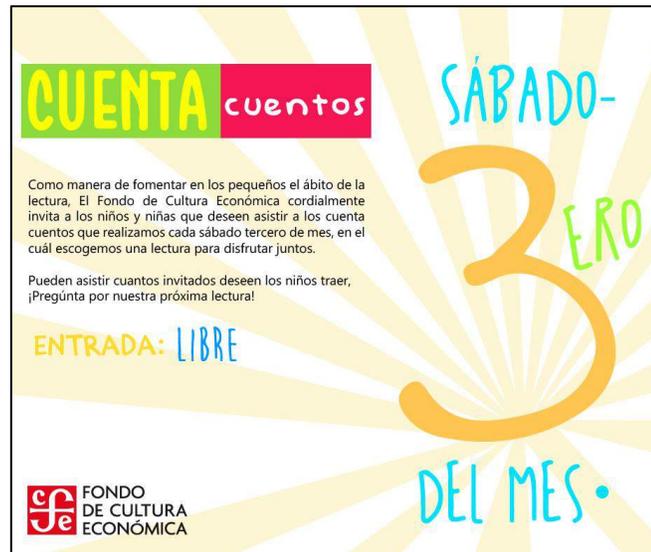
Después:



- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.
- Se redujo el tamaño del texto, para que sea más comercial.

Cuenta Cuentos

Antes:



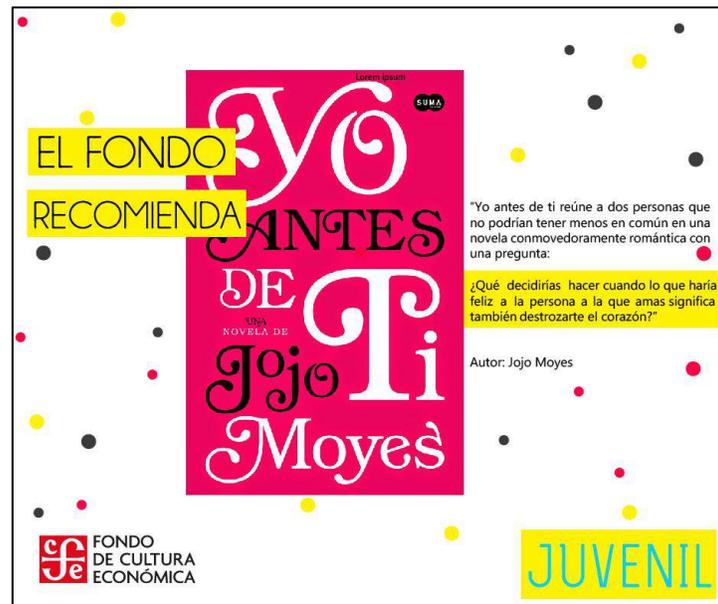
Después:



- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.
- Se redujo el tamaño del texto, para que sea más comercial.
- Se cambió la diagramación para que siga una misma línea del post anterior del club de lectura.

El Fondo recomienda:

Antes:



Después:



- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.
- Se redujo el tamaño del texto, para que sea más comercial.
- Se modificó el libro que se usa en el arte.

Antes:



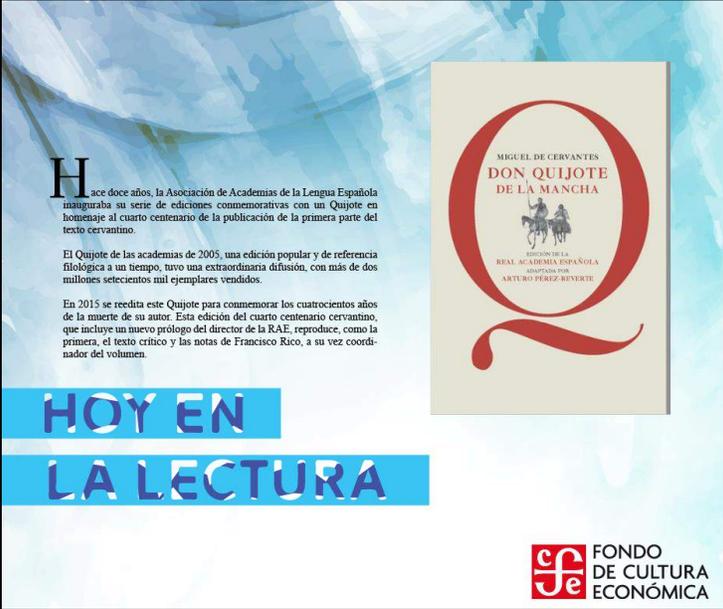
Después:



- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.
- Se redujo el tamaño del texto, para que sea más comercial.
- Se modificó el libro que se usa en el arte y la diagramación.

Hoy en la lectura:

Antes:



Hace doce años, la Asociación de Academias de la Lengua Española inauguraba su serie de ediciones conmemorativas con un Quijote en homenaje al cuarto centenario de la publicación de la primera parte del texto cervantino.

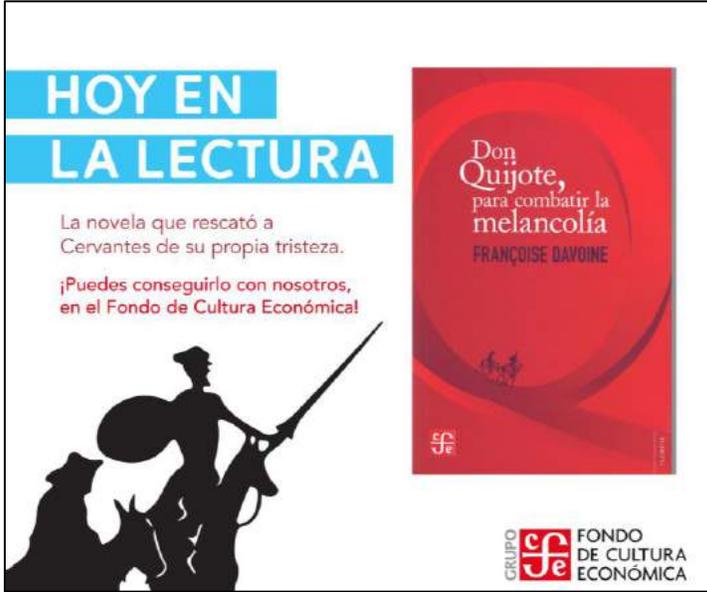
El Quijote de las academias de 2005, una edición popular y de referencia filológica a un tiempo, tuvo una extraordinaria difusión, con más de dos millones seiscientos mil ejemplares vendidos.

En 2015 se reedita este Quijote para conmemorar los cuatrocientos años de la muerte de su autor. Esta edición del cuarto centenario cervantino, que incluye un nuevo prólogo del director de la RAE, reproduce, como la primera, el texto crítico y las notas de Francisco Rico, a su vez coordinador del volumen.

HOY EN LA LECTURA

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

Después:



HOY EN LA LECTURA

La novela que rescató a Cervantes de su propia tristeza.

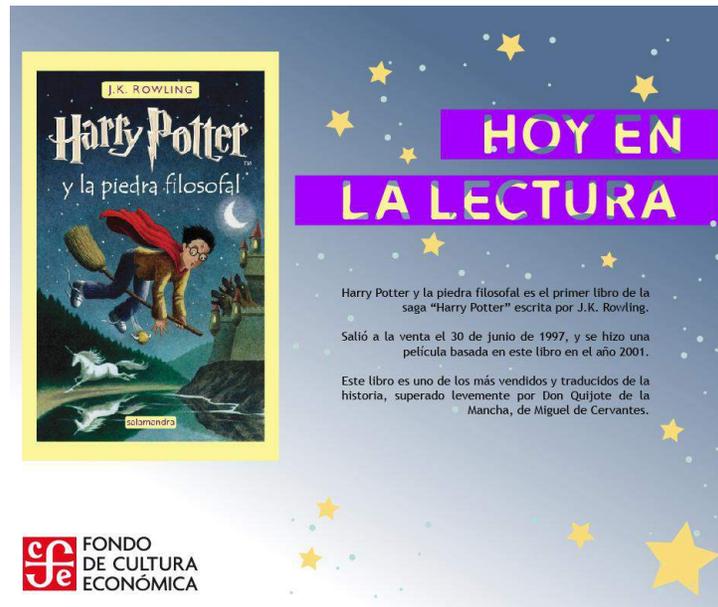
¡Puedes conseguirlo con nosotros, en el Fondo de Cultura Económica!

Don Quijote, para combatir la melancolía
FRANÇOISE DAVOINE

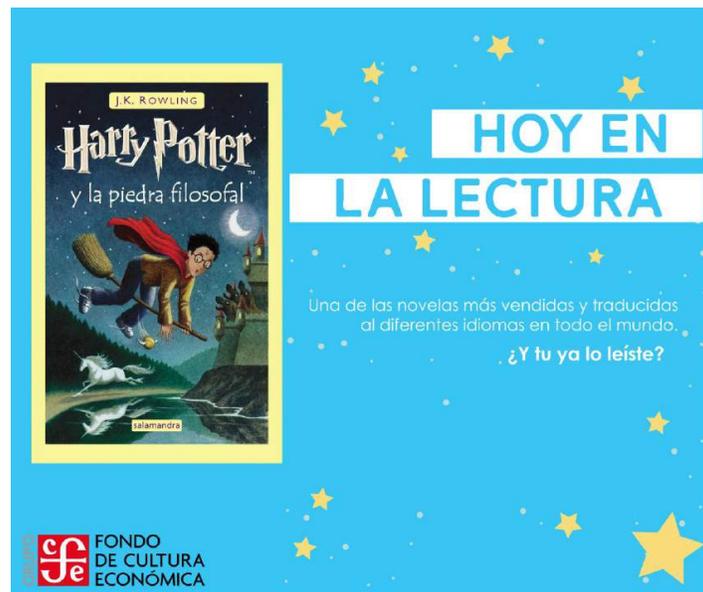
GRUPO FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.
- Se redujo el tamaño del texto, para que sea más comercial.
- Se modificó el libro que se usa en el arte y la diagramación.

Antes:



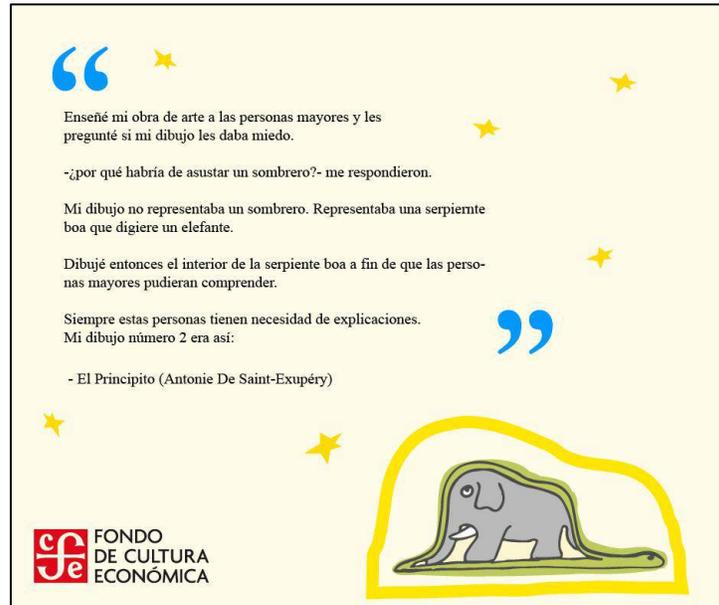
Después:



- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.
- Se redujo el tamaño del texto, para que sea más comercial.
- Se modificó el libro que se usa en el arte y la diagramación.

Frases de libros:

Antes:

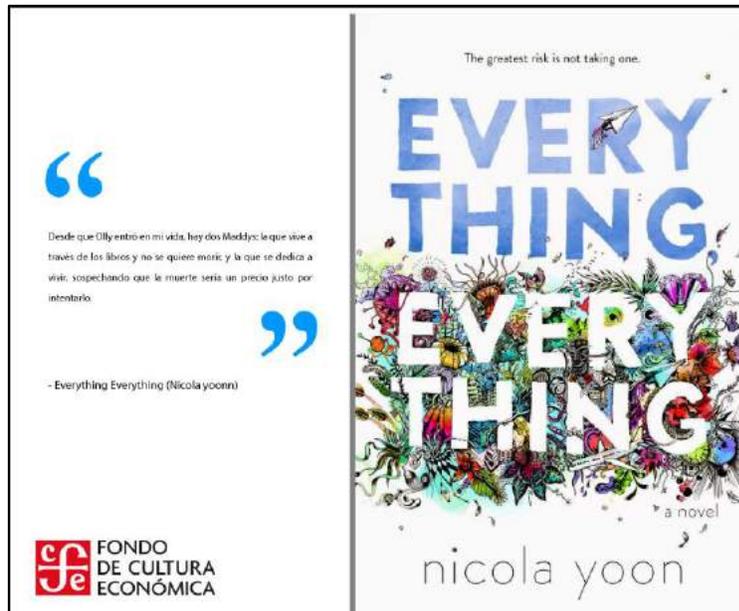


Después:

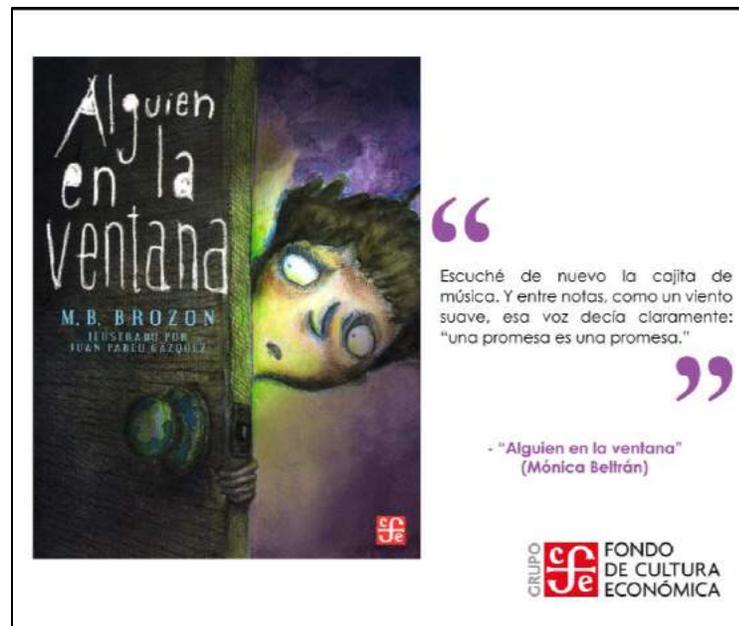


- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.
- Se redujo el tamaño del texto, para que sea más comercial.
- Se modificó la frase del libro y la ilustración.

Antes:



Después:



- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.
- Se redujo el tamaño del texto, para que sea más comercial.
- Se modificó el libro que se usa en el arte, la frase y la diagramación.

Antes:



Después:



- Se hizo un cambio de tipografía en todo el arte (exceptuando el logotipo) para hacerlo más agradable a la vista del lector.
- Cambio de logotipo por el que están usando actualmente.
- Se redujo el tamaño del texto, para que sea más comercial.
- Se modificó el libro que se usa en el arte, la frase y la diagramación.

Capítulo IX

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

A continuación se muestra la propuesta gráfica final con los cambios dados con base a la encuesta realizada y después de haber sido aprobada con el cliente. Asimismo, se muestra el texto que iría en cada post para cuando estos sean publicados en su red social de Facebook.

Facebook Cover:



Club de lectura (Post de Facebook):



El Fondo de Cultura Económica invita a todos los niños a nuestro club de lectura, que se realiza el primer sábado de cada mes, a las 10:00 a.m. ¡No olvides preguntar por nuestra lectura del mes!

#ClubdeLectura #FCEGuatemala

Cuenta Cuentos (Post Facebook):



El Fondo de Cultura Económica invita a los niños y niñas a asistir nuestras lecturas teatrales de cuentos que se realizan cada tercer sábado de mes, a partir de las 10:00 a.m.

#CuentaCuentos #FCEGuatemala

El Fondo recomienda (Post de Facebook):



150 recetas de cocina mexicana y 46 combinaciones de menú reunidas en un libro, nos propone Socorro Gordillo de Del Paso, junto con ilustraciones de su autoría y una historia gastronómica universal, promete dejarnos deleitados de los platillos que México tiene por ofrecer.

¡Acercate al Fondo y adquiérelolo!

#ElFondoRecomienda #FCEGuatemala

El Fondo recomienda (Post de Facebook):



Un ataúd esperando a su próximo ocupante; Un perro tísico que relata la muerte de su amo; Un traje gris que huye de su dueño; Una extraña enfermedad en forma de una Polka y Una mujer que no cumple una promesa a su difunto esposo. Entre Noches y Fantasma enamorará a los lectores con lecturas terroríficas y fuera de lo común.

¡Adquiérelolo en el Fondo!

#ElFondoRecomienda #FCEGuatemala

Hoy en la lectura (Post de Facebook):

**HOY EN
LA LECTURA**

La novela que rescató a Cervantes de su propia tristeza.

¡Puedes conseguirlo con nosotros, en el Fondo de Cultura Económica!

Don Quijote, para combatir la melancolía
FRANÇOISE DAVOINE

GRUPO FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

En honor a los 400 años de publicación, Don Quijote para combatir la melancolía nos explica cómo él en torno a más de treinta personas logran restablecer lazos y reinventar un mundo confiable.

#Hoyenlalectura #FCEGuatemala

Hoy en la lectura (Post de Facebook):



Harry Potter y la Piedra Filosofal es el primero de siete libros escritos por J.K. Rowling, en el que cuenta las aventuras de este joven huérfano que vive con sus tíos y que recién descubre que es un mago.

¡Sin duda es el inicio de una increíble serie de libros que puedes adquirir acá en el Fondo de Cultura Económica!

#Hoyenlalectura #FCEGuatemala

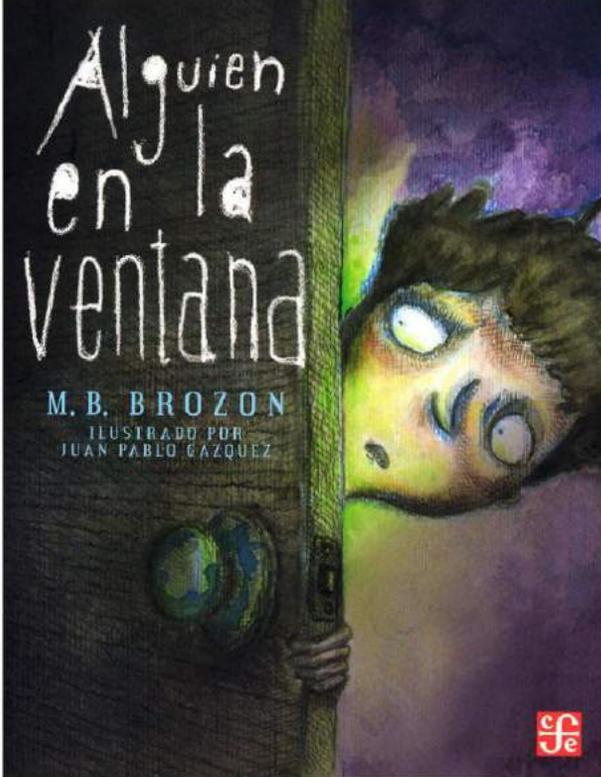
El Principito, Frase de libro (Post de Facebook):



El Principito es una de las obras literarias más importantes, una lectura que se considera para todas edades pues permite que quien lea el libro reflexione. ¡Cuéntanos tu frase favorita del libro!

#FCEGuatemala #ElPrincipito

Alguien en la ventana, Frase de libro (Post de Facebook):



“
Escuché de nuevo la cajita de música. Y entre notas, como un viento suave, esa voz decía claramente: “una promesa es una promesa.”
”

- “Alguien en la ventana”
(Mónica Beltrán)

GRUPO  FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

Una historia llena de misterio contada a dos voces: un narrador externo y la voz del protagonista, que nos explica los sucesos terroríficos por los que está pasando.

¿Lo has leído? ¡Coméntanos que te pareció el libro! *Recuerda que si no lo tienes, lo puedes adquirir en el Fondo de Cultura Económica.*

#FCEGuatemala #AlguienEnLaVentana

El Señor presidente, Frase de libro (Post de Facebook):



El Señor Presidente es una obra basada en la dictadura más opresiva de la época. Dónde Guatemala se encontraba en una crisis política dictatorial en dónde se abusaba del poder y se vivía en una sociedad con miedo por la injusticia.

¿Has leído el libro?

#FCEGuatemala #ElSeñorPresidente

Capítulo X

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

A continuación, se muestran de manera específica los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos que fueron necesitados para la propuesta de diseño de materiales digitales para el Fondo de Cultura Económica.

10.1 Plan de costos de elaboración

En la siguiente tabla se detalla el tiempo empleado en el proceso creativo y la elaboración de la propuesta.

Plan de costo de elaboración

Meses	4.5
Semanas	19
Días	57
Horas	171 (3 horas x día)

Este plan de costo fue tomado en referencia a un diseñador promedio que gana alrededor de Q4,000.⁰⁰ mensualmente. Siendo esto Q133.⁰⁰ por día y Q25.⁰⁰ por hora trabajada.

Por lo tanto, se puede establecer que 171 horas x Q25.⁰⁰ es igual a **Q4,275.⁰⁰**, precio que equivale al costo de la elaboración total del diseño de materiales digitales para el Fondo de Cultura Económica.

10.2 Plan de costos de producción

En la siguiente tabla se detalla el plan de costo de producción de los artes finales de la propuesta.

Plan de costo de producción

Meses	1
Semanas	4
Días	14
Horas	42 (3 horas x día)

Según lo descrito anteriormente se establece que 42 horas x Q25.⁰⁰ es igual a Q1,050.⁰⁰ que equivale al costo de producción.

10.3 Plan de costos de reproducción

Este proyecto no requiere del método de impresión, ya que se empleará la reproducción a través de la red social de Facebook.

10.4 Plan de costos de distribución

La presente propuesta no es obligatoria de utilizarla pagando a Facebook la distribución publicitaria de ella. Sin embargo, en dado caso El Fondo de Cultura Económica desee, se planteó un plan de costos de distribución del proyecto por medio de pago de publicidad en Facebook.

Plan de costo de reproducción

(Publicación de Club de lectura / Cuenta Cuentos)

Meses	0
Semanas	3
Días	21

Según lo descrito anteriormente se estaría pautando 3 semanas la publicación elegida para promover la actividad, lo que serían un promedio de Q7.14 por día durante 21 días, lo que haría un total a pagar de **Q150.00** y teniendo un alcance de 12,000 a 32,000 personas, acorde a los datos proporcionados por Facebook.

En el caso que El Fondo de Cultura Económica desee pautar por menor cantidad de tiempo, como podría ser en el caso de post normales, donde no se promueve una actividad sino bien se promueve contenido de la fan page.

Plan de costo de reproducción

(Publicación de post normales)

Meses	0
Semanas	0
Días	1

Según lo descrito anteriormente, el post se estaría promoviendo por únicamente un día. El costo total sería de Q7.00 que es el mínimo que Facebook acepta para pautar una publicación. Y que tendría un alcance de 490 a 1,300 personas.

Por lo tanto, para los posts de actividades, por ser una vez al mes, se sugiere se promueva durante 3 semanas anteriores a la actividad, siendo el total a pagar de **Q150.00**

Y para post donde se promueva contenido de la página se da la opción de promoverlo por **Q7.00** al día, fijando ellos entonces con mayor libertad los días que deseen pautarlo.

10.5 Margen de utilidad

Se incluye un 20% de la utilidad sobre todos los costos estimados. Sin embargo, es importante decir que este porcentaje es una sugerencia y queda abierta modificación según criterio.

Resumen general de costos

Costo de elaboración	Q4,275. ⁰⁰
Costo de producción	Q1,050. ⁰⁰
Costo de reproducción	Q0
Costo de distribución	Q150. ⁰⁰
Subtotal:	Q5,475. ⁰⁰
Margen de utilidad 20%	Q1,095. ⁰⁰
Total:	Q6,570. ⁰⁰

10.6 IVA

Resumen general de costos

(Con IVA)

Costo de elaboración	Q4,275. ⁰⁰
Costo de producción	Q1,050. ⁰⁰
Costo de reproducción	Q0
Costo de distribución	Q150. ⁰⁰
Total, sin IVA:	Q5,475. ⁰⁰
IVA 12%	Q657. ⁰⁰
Total, con IVA:	Q6,132.⁰⁰

Según lo descrito en la tabla anterior se estipula que el IVA es de **Q657.⁰⁰**

10.7 Cuadro resumen general de costos

Resumen general de costos (IVA y Margen de utilidad)

Costo de elaboración	Q4,275. ⁰⁰
Costo de producción	Q1,050. ⁰⁰
Costo de reproducción	Q0
Costo de distribución	Q150. ⁰⁰
Subtotal:	Q5,475. ⁰⁰
Margen de utilidad 20%	Q1,095. ⁰⁰
IVA 12%	Q657. ⁰⁰
Total:	Q7,227.⁰⁰

Capítulo XI

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se diseñó material digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales, a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica.
- Se investigó información relacionada a la elaboración de material digital en redes sociales por medio de fuentes bibliográficas que sustenten el desarrollo de este proyecto.
- Se recopiló información acerca del Fondo de Cultura Económica por medio de un brief para establecer el contenido del material digital de las redes sociales.
- Se crearon ilustraciones para ser digitalizadas a través de un software de diseño para que sea colocadas en las redes sociales del Fondo de Cultura Económica facilitando la participación de los usuarios en las actividades que se realicen.

11.1 Recomendaciones

- Contratar a un Community Manager que se encargue de dar seguimiento a la fan page de Facebook del Fondo de Cultura Económica.
- Continuar con la línea gráfica en otros materiales digitales e impresos que el Fondo de Cultura Económica maneje.
- Actualizar los materiales digitales mensualmente para que el grupo objetivo del Fondo de Cultura Económica se mantenga informado constantemente.
- Colocar fotografías de las instalaciones del Fondo de Cultura Económica estimularía que los seguidores de la Fan Page deseen visitarlos.

Capítulo XII

Capítulo XII: Conocimiento General

12.1 Demostración de conocimientos



Capítulo XIII

Capítulo XIII: Referencias

A

- Actividades (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 16 de octubre del 2017)
<https://es.wikipedia.org/wiki/Actividad>
- Arte, “**Arte y Pedagogía**”, Dra. Daysi Hevia Bernal, Hospital pediátrico Universitario William Soler. (2016)
- Artes Escénicas (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 15 de noviembre del 2017)
https://es.wikipedia.org/wiki/Artes_escénicas

B

- Bocetaje (s.f) Paredro.com (Recuperado el 5 de mayo de 2016)
<https://www.paredro.com/el-bocetaje-es-una-etapa-esencial-de-todo-diseno/>

C

- Carl Hovland (s.f) Slideshare.net (Recuperado el 7 de febrero del 2012)
<https://es.slideshare.net/aepaezmoreno/padres-fundadores-de-la-teora-de-la-comunicacin>
- Color (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 1 de noviembre de 2014)
https://es.wikipedia.org/wiki/Color#cite_ref-Parramon2_10-0
- Comunicación, “**Manual de Comunicación para Investigadores**”, Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid. (2012)

- Cultura, “**La Cultura como Identidad y la Identidad como Cultura**”, Gilberto Giménez, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. (2008)

D

- Diagramación (s.f) diagramacionteoria.blogspot.com (Recuperado el 8 de agosto del 2010)

<http://diagramacionteoria.blogspot.com/2010/08/fundamentos-de-la-diagramacion.html>

- Digitalización “**Metodología de Digitalización de Documentos**”, Beatriz Lampreabe Martínez, Sociedad Informática del Gobierno Vasco, (2008)

- Diseño (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 14 de noviembre del 2017)

<https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o>

- Diseño Gráfico “**El Diseño Gráfico**”, Manuel Vélez y Adela González Pastor, Universidad de Granada (2001)

- Diseño modular (s.f) 4rsoluciones.com (Recuperado el 9 de junio del 2016)

<http://www.4rsoluciones.com/blog/disenomodular-integrar-distintos-tipos-contenido-la-pantalla/>

E

- Empresa Privada (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 10 de octubre de 2017)

https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa_privada

- Espacio (s.f) intensidadvisual.blogspot.com (Recuperado el 6 de abril de 2013)

intensidadvisual.blogspot.com/2013/04/disenobi-dimensional-espacio.html

F

- Facebook (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 10 de noviembre de 2017)
<https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- Flat Design (s.f) departamentodeinternet.com (Recuperado el 2 de septiembre de 2013) *<https://www.departamentodeinternet.com/que-es-flat-design-diseno-plano/>*
- Fondo (s.f) fceguatemala.com (Recuperado el 2016)
<http://www.fceguatemala.com/index.php/grupo-fondo/quienes-somos>
- Forma (s.f) artdesignina.wordpress.com (Recuperado marzo del 2015)
<https://artdesignina.wordpress.com/elementos-del-diseno/>
- Fotografía (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 15 de noviembre del 2017)
<https://es.wikipedia.org/wiki/Fotograf%C3%ADa>

G

- Galería de Arte “**La Galería de Arte como Agente Dinamizador de la Educación Artística**”, Francisco Manuel Moreno Gómez, Universidad de Granada (2014)

H

- Harold Lasswell, (s.f) Slideshare.net (Recuperado el 7 de febrero del 2012)
<https://es.slideshare.net/aepaezmoreno/padres-fundadores-de-la-teora-de-la-comunicacin>

I

- Internet (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 24 de octubre del 2017)
<https://es.wikipedia.org/wiki/Internet>

L

- Lectura (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 17 de noviembre del 2017)
<https://es.wikipedia.org/wiki/Lectura>
- Línea “**Gramática del dibujo**”, José Miguel González Casanova, Ediciones Medialuna (2015)
- Literatura “**Literatura y Géneros Literarios**”, Educar Chile, (2016)
- Lingüística (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 6 de noviembre de 2017)
<https://es..wikipedia.org/wiki/Ling%C3%BC%C3%ADsticaPedagogía>

P

- Paul Lazarsfeld (s.f) Slideshare.net (Recuperado el 7 de febrero del 2012)
<https://es.slideshare.net/aepaezmoreno/padres-fundadores-de-la-teora-de-la-comunicacin>
- Pedagogía (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 30 de abril del 2018)
https://es.wikipedia.org/wiki/Pedagogía_infantil
- Pintura (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 16 de noviembre de 2017)
<https://es.wikipedia.org/wiki/Pintura>
- Posición (s.f) artdesignina.wordpress.com (Recuperado en marzo del 2015)
<https://artdesignina.wordpress.com/elementos-del-diseno/>
- Post de Facebook (s.f) SocialTools.com (Recuperado el 10 de noviembre del 2017)
<https://www.socialtools.me/blog/como-optimizar-tu-post-en-facebook-tips-sobre-facebook/>

- Proceso de la comunicación (s.f) Gestipolis.com (Recuperado el 17 de abril del 2005)
<https://www.gestipolis.com/el-proceso-de-comunicacion-como-comunicarse-efectivamente/>
- Psicología “¿Qué es Psicología?”, Georges Canguilhem, ElSeminario.com.ar (2000 – 2001)
- Psicología de la comunicación (s.f) Slideshare.net (Recuperado el 24 de agosto del 2015)
<https://es.slideshare.net/StephaniePinzon09/psicologa-de-la-comunicacin-52021953>
- Psicología del consumidor (s.f) Gestipolis.com (Recuperado el 14 de agosto del 2013) *<https://www.gestipolis.com/psicologia-del-consumidor/>*
- Psicología del color (s.f) Psicologíadelcolor.es (Recuperado el 17 de noviembre del 2017) *<http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/>*
- Punto “Punto, línea y plano. Nociones básicas. página 2”, Lucas Pelissero (2000)

R

- Redes Sociales (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 28 de octubre de 2017)
https://es.wikipedia.org/wiki/Red_social
- Retícula “**La Retícula en el Diseño Gráfico**”, Mauricio Hernández, uxabilidad.com (2009)

S

- Semiología (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 1 de noviembre de 2017)

<https://es.wikipedia.org/wiki/Semiolog%C3%ADa>

- Sociedad (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 19 de noviembre de 2017)

<https://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad>

- Sociología “**Introducción a la Sociología**” Ernesto Villanueva, María Laura Eberhardt y Lucia Nejamkis, Universidad Nacional Arturo Jauretche (2013)

T

- Tamaño (s.f) mumng.blogspot.com (Recuperado el 31 de enero del 2013)

<http://mumng.blogspot.com/2013/01/principios-de-diseno-forma-color-tamano.html>

- Teatro (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 13 de noviembre de 2017)

<https://es.wikipedia.org/wiki/Teatro>

- Teoría del Color (s.f) vix.com (Recuperado el 13 de diciembre de 2010)

<https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>

- Teoría de la Gestalt “**Psicología de la Gestalt**”, G. Lourdes Mondragón Pedrero, Unidad UPN 094 Centro (2005)

- Tipografía (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 18 de noviembre de 2017)

<https://es.wikipedia.org/wiki/Tipograf%C3%ADa>

U

- Usuario (s.f) Wikipedia.com (Recuperado el 16 de noviembre de 2017)

[https://es.wikipedia.org/wiki/Usuario_\(informática\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Usuario_(informática))

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Tabla de nivel socioeconómico

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q14 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios, área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-avión-	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar, secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar, secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1cel, radio, TV, estufa
DIVERSION	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1cta Q monetarios y ahorro, 1TC local	1cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

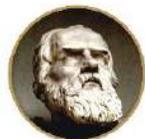
14.2 Tabla de población departamental

Población departamental 2015



	Total		Sexo		Área		Hogares			Nivel Socio Económico (Área Urbana)			
	Población	Hombres	Mujeres	Urbano	Rura	Total	Urbana	Rura	ABC1	C2	D	E	
GUATEMALA	3353952	1638193	1715759	2819987	533965	740267	637095	103172	151203	818071	1165873	658841	
EL PROGRESO	166260	81391	87869	61500	107791	36456	13908	22550	1845	16605	26445	16605	
SACATEPEQUEZ	343236	168602	174334	260092	53145	68615	58439	10176	8703	78325	124736	78325	
CHIMALTENANGO	685513	336398	349144	354683	330830	128657	70181	58476	10640	95764	152514	65764	
ESCUINTLA	761085	381913	379171	373418	387667	164077	82871	81206	11203	100823	190570	100823	
SANTA ROSA	375001	180795	194206	131982	243019	77785	28751	49034	3659	35635	56752	35635	
SOLOLA	491530	242696	248830	245239	246260	87108	45549	41559	7357	66215	105453	66215	
TOTONICAPAN	537584	257343	280240	191484	346119	92770	34120	58650	5744	51995	82330	51995	
QUETZALTENANGO	863689	414850	448839	481014	382675	165558	66951	69607	14430	129874	206836	129874	
SUCHITEPEQUEZ	568908	278141	290466	237544	331083	111879	49742	62137	7126	64137	102144	64137	
RETALHULEU	332815	162222	169893	120326	212490	65815	25367	40449	3610	32488	51740	32488	
SAN MARCOS	1121644	547903	673742	246421	875223	197837	47592	150046	7393	66534	105961	66534	
HUEHUETENANGO	1264449	606807	657642	283079	981370	215874	53906	181998	8492	70431	121724	70431	
QUICHE	1088942	530539	558403	269029	819913	186417	48093	138324	8071	72638	115893	72638	
BAJA VERAPAZ	299432	143651	155781	79411	220221	57822	18533	41089	2382	21441	34147	21441	
ALTA VERAPAZ	1256468	625528	630958	264104	962382	216826	50035	168791	7923	71308	113565	71308	
PETEN	736010	379125	356884	224192	511618	136633	44694	91939	6728	60532	96403	60532	
IZABAL	455982	225219	230783	134105	321977	92152	29488	62665	4023	36208	57665	36208	
ZACAPA	236593	112923	123670	62036	144558	50500	20983	29517	2761	24550	36575	24550	
CHIOQUIMULA	406422	194540	211882	102965	303457	79965	22663	57332	3089	27801	44275	27801	
JALAPA	355560	171696	183960	110977	244590	67507	23150	44356	3329	29664	47720	29664	
JUTIAPA	472304	222023	250280	125445	346859	96467	28370	68096	3763	33870	53941	33870	
TOTAL REPUBLICA	16178133	7903684	8272469	7239012	8937121	3136621	1527483	1809138	283774	2009207	3066053	1876977	

14.3 Encuesta de validación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Innovación en la Educación

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
(FACOM)
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Género: Femenino Masculino Otro

Nombre:

Profesión:

Edad:

Ocupación:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil: Experto Cliente Grupo objetivo

Encuesta de validación del proyecto

DISEÑO DE MATERIALES DIGITALES PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN EL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, GUATEMALA, GUATEMALA, 2018.

Antecedentes:

El Fondo de Cultura Económica es una institución mexicana que fue fundada en 1921 y que actualmente se ha expandido en toda latinoamérica. En Guatemala realizan una serie de actividades culturales para niños, adolescentes y adultos, sin embargo la falta de presencia en las redes sociales, provoca que se desperdicien estos recursos económicos y materiales de la institución que utilizan para las actividades ya que no muchas personas se llegan a enterar de ellas.

Es por eso mismo que se realizará el diseño de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan. Mediante este material se lograría apoyar a la institución, de tal manera que sus actividades sean exitosamente promocionadas para llegar a sus clientes reales y potenciales.

Instrucciones:

Con base a la información proporcionada anteriormente observe la propuesta de diseño de material gráfico y según su criterio seleccione la respuesta que crea es la más acertada para la pregunta.

Parte objetiva:

¿Considera usted necesario diseñar material digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales, a través de la fanpage de Facebook las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica?

Si

No

¿Cree usted necesario Investigar información relacionada a la elaboración de material digital en la fanpage de Facebook por medio de fuentes bibliográficas que sustenten el desarrollo de este proyecto?

Si

No

¿Está de acuerdo en recopilar información acerca del Fondo de Cultura Económica por medio de un brief para establecer el contenido del material digital de la fanpage de Facebook?

Si

No

¿Diagramar el material digital por medio de software de diseño para que sea colocado en las redes sociales del Fondo de Cultura Económica facilita la participación de los usuarios en las actividades que se realicen?

Si

No

Parte Semiológica:

¿Según su criterio la información que presenta la propuesta es la necesaria para informar a los clientes reales y potenciales sobre las actividades que el Fondo de Cultura Económica realiza, así como para generar tráfico en su fanpage de Facebook?

Mucho Poco Nada

¿Cree que las ilustraciones e imágenes que se utilizaron en la propuesta son las adecuadas para el tipo de post y para el grupo objetivo?

Mucho Poco Nada

¿Es la diagramación de los diversos post mostrados en la propuesta fácil y ordenada de comprender?

Mucho Poco Nada

¿El lenguaje que se utiliza en los posts sería el adecuado para que se comprenda la información a compartir?

Mucho Poco Nada

¿La utilización del logotipo está siendo la adecuada por post de Facebook?

Mucho Poco Nada

Parte Operativa:

¿La combinación de colores es llamativa y amigable a la vista?

Si

No

¿Considera la tipografía utilizada legible?

Si

No

¿Es el tamaño de las imágenes e ilustraciones utilizadas en los post de Facebook, el adecuado?

Si

No

¿Calificaría adecuada la propuesta para ser vista en la fanpage del Fondo de Cultura Económica?

Si

No

¿El tamaño de los post de facebook utilizado es el adecuado?

Si

No

Se agradece de antemano el tiempo que ha invertido al responder esta encuesta. Si en dado caso usted tiene algún comentario, puede realizarlo en el siguiente espacio en blanco.

Observaciones

Gracias por su colaboración en el proyecto de tesis “**Diseño de materiales digitales para dar a conocer a través de las redes sociales las diversas actividades que realizan en el Fondo de Cultura Económica, Guatemala, Guatemala, 2018.**”

Su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en este proyecto.

14.4 Fotos de validación

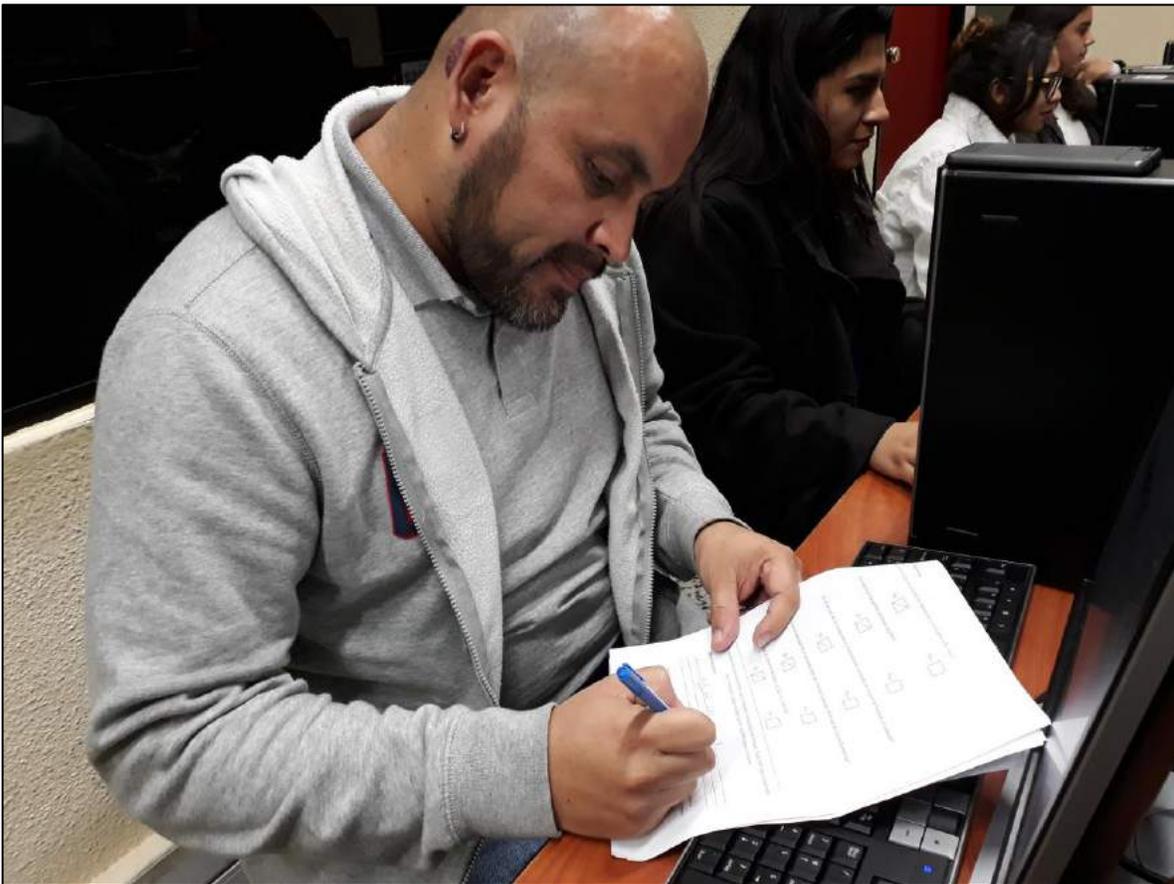
- **Licenciado César Medina (Gerente General del Fondo de Cultura Económica en Guatemala)**



- **Licenciada Lourdes Donis**



- **Licenciado Marlon Borrayo**



- **Licenciada Andrea Aguilar**



- **Licenciada Lissette Pérez**



- **Licenciado Alexander Villagrán**



14.5 Investigación Facebook Publicidad Pagada

- **Post para generar tráfico en la página.**

Promocionar publicación

150,00 GTQ

Alcance estimado de personas ⓘ
12 000 - 32 000 personas de 2 400 000

Acota el público o amplía el presupuesto para llegar a más personas relevantes.

Duración ⓘ
1 día 7 días 14 días

Publicar este anuncio hasta el 10/12/2017

Gastarás un promedio de **7,14 Q** al día. Este anuncio estará en circulación durante **21 días**, hasta el 10 de diciembre de 2017.

PAGO

Al hacer clic en "Fijar presupuesto", aceptas los [Términos y condiciones de Facebook](#) | [Servicio de ayuda](#)

Verás una vista previa de tu anuncio aquí

- **Post para actividades del Fondo de Cultura Económica.**

Promocionar publicación

PRESUPUESTO Y DURACIÓN

Verás una vista previa de tu anuncio aquí

Presupuesto total ⓘ
7,00 GTQ

Alcance estimado de personas ⓘ
490 - 1300 personas de 2 400 000

Acota el público o amplía el presupuesto para llegar a más personas relevantes.

Duración ⓘ
1 día 7 días 14 días

Publicar este anuncio hasta el 20/11/2017

Al hacer clic en "Fijar presupuesto", aceptas los [Términos y condiciones de Facebook](#) | [Servicio de ayuda](#)