

**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de piezas gráficas en redes sociales para dar a conocer a donadores actuales y potenciales los distintos programas de donaciones con los que cuenta el hogar de niñas Príncipe de Paz.

Guatemala, Guatemala 2019.

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

#### **ELABORADO POR:**

Luis Pedro España Zamora

15001946

Para optar al título de

### **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, septiembre 2019.

Diseño de piezas gráficas en redes sociales para dar a conocer a donadores actuales y potenciales los distintos programas de donaciones con los que cuenta el hogar de niñas Príncipe de Paz.

Guatemala, Guatemala 2019

Luis Pedro España Zamora

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Septiembre 2019

## **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, M.Sc.

**Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

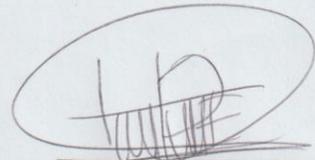
Guatemala 13 de abril de 2018

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

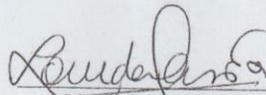
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS EN REDES SOCIALES PARA DAR A CONOCER A DONADORES ACTUALES Y POTENCIALES LOS DISTINTOS PROGRAMAS DE DONACIONES CON LOS QUE CUENTA EL HOGAR DE NIÑAS PRÍNCIPE DE PAZ. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**Luis Pedro España Zamora**  
15001946



**Ms.C. Lourdes Donis**  
Asesora  
Colegiado 26246



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2018

**Señor:**  
**Luis Pedro España Zamora**  
**Presente**

Estimado Señor España:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS EN REDES SOCIALES PARA DAR A CONOCER A DONADORES ACTUALES Y POTENCIALES LOS DISTINTOS PROGRAMAS DE DONACIONES CON LOS QUE CUENTA EL HOGAR DE NIÑAS PRÍNCIPE DE PAZ. GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kächler**  
**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 05 de diciembre de 2019

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 PIEZAS GRÁFICAS EN REDES SOCIALES PARA DAR A CONOCER A DONADORES ACTUALES Y POTENCIALES LOS DISTINTOS PROGRAMAS DE DONACIONES CON LOS QUE CUENTA EL HOGAR DE NIÑAS PRÍNCIPE DE PAZ. GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Luis Pedro España Zamora, con número de carné: 15001946, 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. Lourdes Donis

Asesora

Colegiado 26246



*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 06 de febrero de 2020

Señor  
Luis Pedro España Zamora  
Presente

Estimado Señor España:

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



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 13 de marzo de 2020

**Señor:**  
**Luis Pedro España Zamora**  
**Presente**

Estimado Señor España:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS EN REDES SOCIALES PARA DAR A CONOCER A DONADORES ACTUALES Y POTENCIALES LOS DISTINTOS PROGRAMAS DE DONACIONES CON LOS QUE CUENTA EL HOGAR DE NIÑAS PRÍNCIPE DE PAZ. GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Luis Pedro España Zamora, 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 Kächler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 04 de marzo de 2020.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

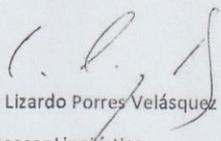
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS EN REDES SOCIALES PARA DAR A CONOCER A DONADORES ACTUALES Y POTENCIALES LOS DISTINTOS PROGRAMAS DE DONACIONES CON LOS QUE CUENTA EL HOGAR DE NIÑAS PRÍNCIPE DE PAZ. GUATEMALA, GUATEMALA 2019**, del estudiante Luis Pedro España Zamora, 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

## **Dedicatoria**

A lo largo de mi vida, he aprendido que la superación personal y profesional debe estar presente en mí día a día y lo he aprendido gracias a las personas que dedicaré este proyecto. Primero, quiero agradecerle a Dios, ya que Él es mi guía, mi fuerza, mi paz y mi fuente de provisión. Gracias a que Él estuvo siempre a mi lado y proveyéndome trabajo, tuve la bendición de pagar mis estudios.

Le doy gracias a mis padres, que siempre han estado a mi lado para apoyarme, su cariño y amor nunca me ha faltado y me han enseñado a que debo de luchar por alcanzar mi sueños y hacer todo lo posible por cumplirlo. Agradezco a mi padre en especial, porque gracias a él pude aprender que la vida, por más obstáculos que tenga, uno debe buscar siempre las oportunidades para seguir adelante.

Agradezco a mi madre, que siempre ha estado para ser mi apoyo, me ha demostrado que el amor de madre es un amor infinito. Su atención hacia mi persona ha estado desde que soy pequeño, y por poco que parezca lo que ella ha hecho por mí, gracias a ella soy lo que soy. Su amor, su paciencia, su dedicación, su respeto, su honestidad y más valores, me hacen la persona que soy hoy.

Gracias a mis mejores amigos, Juan Fernando Carranza y María Mercedes Argueta, sin ellos, no hubiera podido llegar hasta este punto. Gracias por ser el mejor equipo de trabajo de la universidad y más que eso, por ser mis confidentes y amigos.

Doy gracias a los licenciados que me han formado como profesional, estoy seguro que pondré en práctica todo lo aprendido por parte de ellos en mi carrera como comunicador y diseñador gráfico.

## Resumen

A través del acercamiento con el hogar de niñas Príncipe de Paz se identificó que no cuenta con información en redes sociales que presente los programas de donaciones a donadores actuales y potenciales.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseño de piezas gráficas en redes sociales para dar a conocer a donadores actuales y potenciales los distintos programas de donación con los que cuenta el hogar de niñas Príncipe de Paz.

El enfoque de la investigación es cuantitativo, ya que este método de investigación permite predecir el comportamiento del consumidor.

La herramienta de investigación se aplicó a 39 personas, dentro de ellas se encuentra el cliente, el grupo objetivo, especialistas de comunicación y diseño gráfico, y profesionales del diseño.

Entre los principales hallazgos se encuentra, que al público general le es agradable ver materiales digitales que transmitan emociones.

Para efectos legales únicamente el autor, Luis Pedro España Zamora 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. ....	3
2.3.1 Magnitud.....	4
2.3.2 Vulnerabilidad. ....	4
2.3.3 Trascendencia. ....	5
2.3.4 Factibilidad. ....	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
---	---

## **Capítulo V: Definición de grupo objetivo**

5.1 Perfil Geográfico.....	12
5.2 Perfil Demográfico.....	12
5.3 Perfil Psicográfico.....	13
5.4 Perfil Conductual .....	14

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	18
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías, y tendencias .....	20

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico .....	25
7.2 Conceptualización.....	27
7.3 Bocetaje.....	29
7.4 Propuesta preliminar .....	37

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

8.1 Población y muestreo .....	46
8.2 Método e Instrumentos .....	47
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	48
8.4 Cambios con base a los resultados.....	56

## **Capítulo IX: Propuesta gráfica final**

9.1 Propuesta gráfica final .....	58
-----------------------------------	----

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

10.1 Plan de costos de elaboración .....	67
10.2 Plan de costos de producción.....	68
10.3 Plan de costos de distribución.....	69
10.4 Margen de utilidad .....	69
10.5 IVA .....	69
10.6 Cuadro con resumen general de costos.....	69

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

11.1 Conclusiones.....	70
11.2 Recomendaciones .....	71

## **Capítulo XII: Conocimiento general**

12.1 Conocimiento General .....	72
---------------------------------	----

## **Capítulo XIII: Referencias**

13.1 Referencias libros.....	73
13.2 Referencias de páginas en el world wide web .....	73
13.3 Referencias blogs .....	75

## **Capítulo XIV: Anexos**

14.1 Anexos .....	77
-------------------	----

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

# **Capítulo I: Introducción**

## **1.1 Introducción**

El presente proyecto de graduación titulado Diseño de piezas gráficas en redes sociales para dar a conocer los distintos programas de donación con los que cuenta el hogar de niñas Príncipe de Paz a donadores actuales y potenciales, tiene como finalidad la elaboración de materiales publicitarios, para ser publicados en plataformas digitales y dar a conocer a clientes actuales y potenciales los programas de donación que existen en el hogar de niñas.

Actualmente, el hogar de niñas cuenta con 20 donadores, sin embargo, con la siguiente campaña, que tendrá una duración de tres meses, se espera ampliar a 10 donadores más, alcanzando a más personas a través de pauta digital en sus distintas redes sociales.

Para llevar a cabo este proyecto, se realizó una previa investigación sobre los tipos de publicidad con fotografía lifestyle que hacen diferentes organizaciones no lucrativas alrededor del mundo, con el objetivo de concientizar a los espectadores para que puedan participar como donadores en el hogar de niñas Príncipe de Paz.

Asimismo, se realizó un proceso de investigación cuantitativo, con el objetivo de medir la aceptación que tenía el grupo objetivo primario y secundario, los expertos en comunicación y el cliente de este proyecto.

El proyecto será publicado en las redes sociales de la organización y tendrá un presupuesto para ser pautado y alcanzar a más personas dentro del perímetro de la Ciudad de Guatemala.

# **CAPÍTULO II**

## **PROBLEMÁTICA**

## **Capítulo II: Problemática**

En conjunto con el cliente, se determinó que el hogar Príncipe de Paz carece de material informativo con el que dé a conocer a los usuarios de internet, los servicios y programas que presta dicho hogar de niñas.

Por esta razón, se determinó crear material informativo para las distintas redes sociales que maneja el hogar de niñas, con el objetivo de mantener informados a sus donadores actuales, como también, que sea una vía para optar por donadores potenciales.

### **2.1 Contexto**

El hogar Príncipe de Paz es una entidad privada, de beneficencia y apoyo social, cristiana, cultural, educativa, no lucrativa, no correccional, apolítica, eminente civil; establecida en 1985 por el señor Alfonso Sánchez, quien es el fundador y primer director del hogar, con el objetivo de brindar ayuda y asistencia social a niñas huérfanas, abandonadas o que representen situación de riesgo social.

Tiene como visión promover y desarrollar acciones en favor de las niñas y jóvenes de las comunidades necesitadas para mejorar su calidad de vida en cuanto a las necesidades básicas que demande su entorno en las áreas de educación, hogar, alimentación, salud y medio ambiente.

Su misión es ayudar a la niñez proveniente de familias de escasos recursos, huérfanos o abandonados, necesitados de un hogar o asistencia medica; Asimismo brindar protección y ayuda todo menor cuya guarda y custodia hubiera sido cedida a la Asociación por quien ejerza la patria potestad o representación legal. Con esa orientación tendrá como fin la creación de uno o más establecimientos de ayuda y asistencia humanitaria para niñas, niños y jóvenes de escaso recurso,

huérfanas, abandonadas, maltratadas, en donde se les provee de todos los elementos básicos y necesarios para su protección y desarrollo integral, brindándoles la atención y ayuda necesaria a su condición y situación.

El hogar Príncipe de Paz cuenta con programas como:

1. Asistencia integral temporal.
2. Asistencia integral permanente.
3. Evaluación y alimentación nutricional.
4. Programas educativos a nivel primario, básico y diversificado.
5. Ayuda universitaria y/o preparación técnica.
6. Formación espiritual.
7. Desarrollo de aptitudes en música, arte cocina, cocina y deportes.
8. Ayuda psicológica y pedagógica.

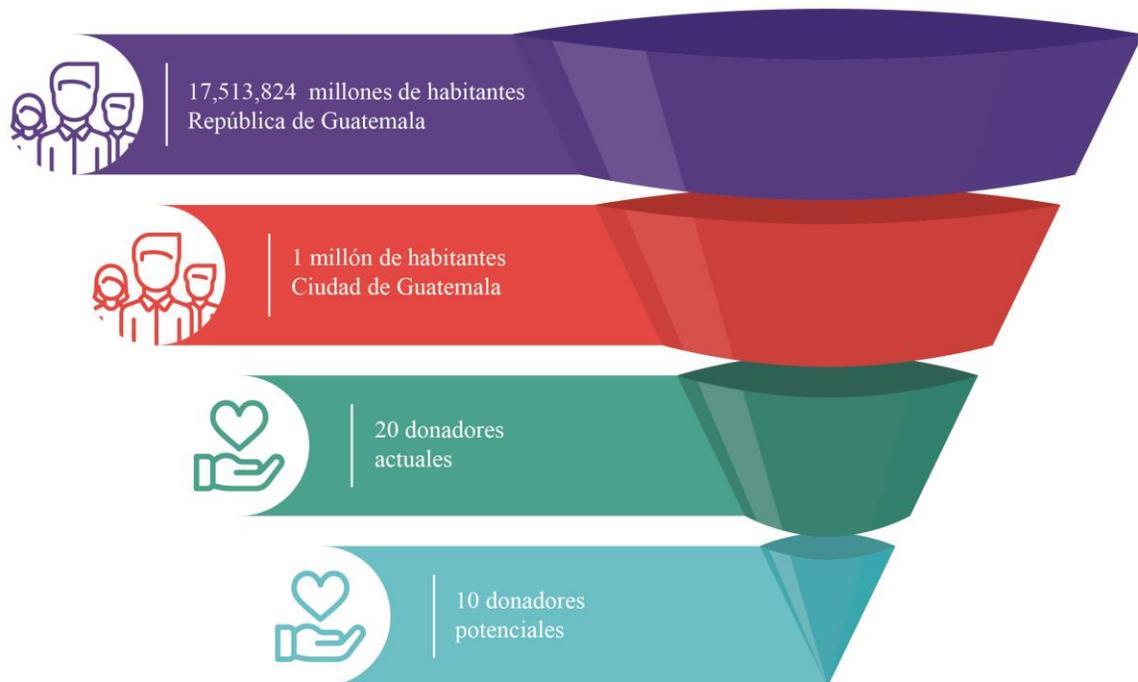
## **2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.**

Diseño de piezas gráficas en redes sociales para dar a conocer a donadores actuales y potenciales los distintos programas de donaciones con los que cuenta el hogar de niñas Príncipe de Paz.

## **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.



El territorio nacional de Guatemala cuenta con 17,513,824 de habitantes y el departamento de Guatemala tiene una población de 1 millón de habitantes (INE, 2018). Actualmente en el hogar Príncipe de Paz existen 20 donadores, por lo que con la campaña publicitaria se buscan 10 más, para que al finalizar tengan un total de 30 donadores.

**2.3.2 Vulnerabilidad.** La carencia de comunicación y publicidad en el hogar Príncipe de Paz causa el poco conocimiento de sus actividades para dar a conocer a sus donadores reales y potenciales. Asimismo, no tienen las herramientas adecuadas para encontrar nuevos donadores que deseen apoyar la causa.

**2.3.3 Trascendencia.** El proyecto tiene como objetivo alcanzar a donadores potenciales para que puedan conocer a cerca de las actividades del hogar Príncipe de Paz y sean parte de esta organización a través de ayuda en especie o económica. Con esto, se pretende alcanzar más de 25 donadores en el período de tres meses.

**2.3.4 Factibilidad.** Para realizar el siguiente proyecto, debe tomarse en cuenta ciertos recursos que son fundamentales, importantes y necesarios. Estos recursos nos permitirán obtener mejores resultado a la hora de realizar el proyecto con la empresa hogar Príncipe de Paz.

**2.3.4.1 Recursos Humanos.** La organización 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 de la organización 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.** La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos tecnológicos.** El estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

# **CAPÍTULO III**

## **OBJETIVOS DE DISEÑO**

## **Capítulo III: Objetivos de diseño**

### **3.1 Objetivo general**

Diseñar piezas gráficas en redes sociales para dar a conocer a donadores actuales y potenciales los distintos programas de donaciones con los que cuenta el hogar de niñas Príncipe de Paz.

### **3.2 Objetivos específicos**

- Investigar términos, nuevas tendencias de diseño, conceptos y teorías del diseño relacionado con campañas institucionales a través de fuentes bibliográficas que respalden la información acerca de la imagen institucional que será visto por donadores reales y potenciales.
- Recopilar información de la marca, su forma de trabajo y cuidado hacia las niñas a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief que respalden la información acerca de la imagen institucional y facilite la transmisión del mensaje al donador real y potencial.
- Fotografiar a las niñas internas en una actividad con voluntarios para que el donador real y potencial conozca las formas de apoyar.

**CAPÍTULO IV**  
**MARCO DE REFERENCIA**

## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente

**4.1.1 Nombre del cliente.** Príncipe de Paz

**4.1.2 Dirección.** Novena calle “A” 7-30 sector C6, Ciudad San Cristóbal, zona 8 de Mixco.

**4.1.3 Teléfono.** 2443 3243

**4.1.4 Contacto.** Victoria Boleres

**Celular:** 4179 7066

**4.1.5 Antecedentes.** El hogar Príncipe de Paz es una entidad privada, de beneficencia y apoyo social, cristiana, cultural, educativa, no lucrativa, no correccional, apolítica, eminente civil; establecida en 1985 por el señor Alfonso Sánchez, quien es el fundador y primer director del hogar, con el objetivo de brindar ayuda y asistencia social a niñas huérfanas, abandonadas o que representen situación de riesgo social.

### 4.2 Visión

Promover y desarrollar acciones en favor de las niñas y jóvenes de las comunidades necesitadas para mejorar su calidad de vida en cuanto a las necesidades básicas que demande su entorno en las áreas de educación, hogar, alimentación, salud y medio ambiente.

### 4.3 Misión

Ayudar a la niñez proveniente de familias de escasos recursos, huérfanos o abandonados, necesitados de un hogar o asistencia médica. Asimismo brindar protección y ayuda todo menor cuya guarda y custodia hubiese sido cedida a la Asociación por quien ejerza la patria potestad o representación legal. Con esa orientación, tendrá como fin la creación de uno o más establecimientos de ayuda y asistencia humanitaria para niñas, niños y jóvenes de escaso recurso,

huérfanas, abandonadas, maltratadas, en donde se les provee de todos los elementos básicos y necesarios para su protección y desarrollo integral, brindándoles la atención y ayuda necesaria a su condición y situación.

#### **4.4 Valores**

Respeto, amor, tolerancia, equidad, paz, honestidad y responsabilidad.

#### **4.5 Delimitación geográfica**

El hogar Príncipe de Paz, se encuentra ubicado en el municipio de Mixco, Guatemala. Sin embargo no restringe la ubicación geográfica pues permite realizar donaciones por diferentes vías, dando acceso a toda persona que tenga la disposición de ayudar.

#### **4.6 Grupo objetivo**

El grupo objetivo de donadores para el hogar Príncipe de Paz son personas comprendidas entre los 18 a 45 años, con especial gusto en el voluntariado y con la capacidad económica para realizar donaciones ya sea de manera mensual, trimestral o semestral.

#### **4.7 Objetivo de comunicación**

Concientizar a donadores potenciales a ser parte de los programas de donación con los que cuenta el hogar Príncipe de Paz.

#### **4.8 Mensajes claves a comunicar**

El significado del amor a través de lo que podemos compartir con las demás personas.

#### **4.9 Estrategia de comunicación**

Publicidad a través de la página de Facebook.

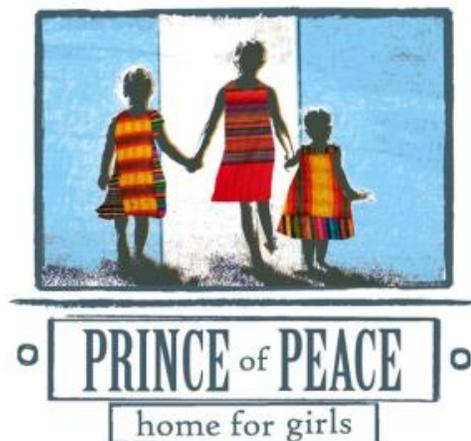
#### **4.10 Reto del diseño y trascendencia:**

Crear consciencia a través de las piezas gráficas, llevándolo más allá de un sentimiento de compasión.

#### **4.11 Materiales por realizar:**

Creación de piezas graficas adecuadas para publicar en distintas plataformas digitales.

#### **4.12 Isologo**



#### **4.13 Plataformas digitales**

En la actualidad cuenta con las siguientes plataformas digitales como medios para dar a conocer sus servicios y trabajo realizado.

#### 4.14 Página web

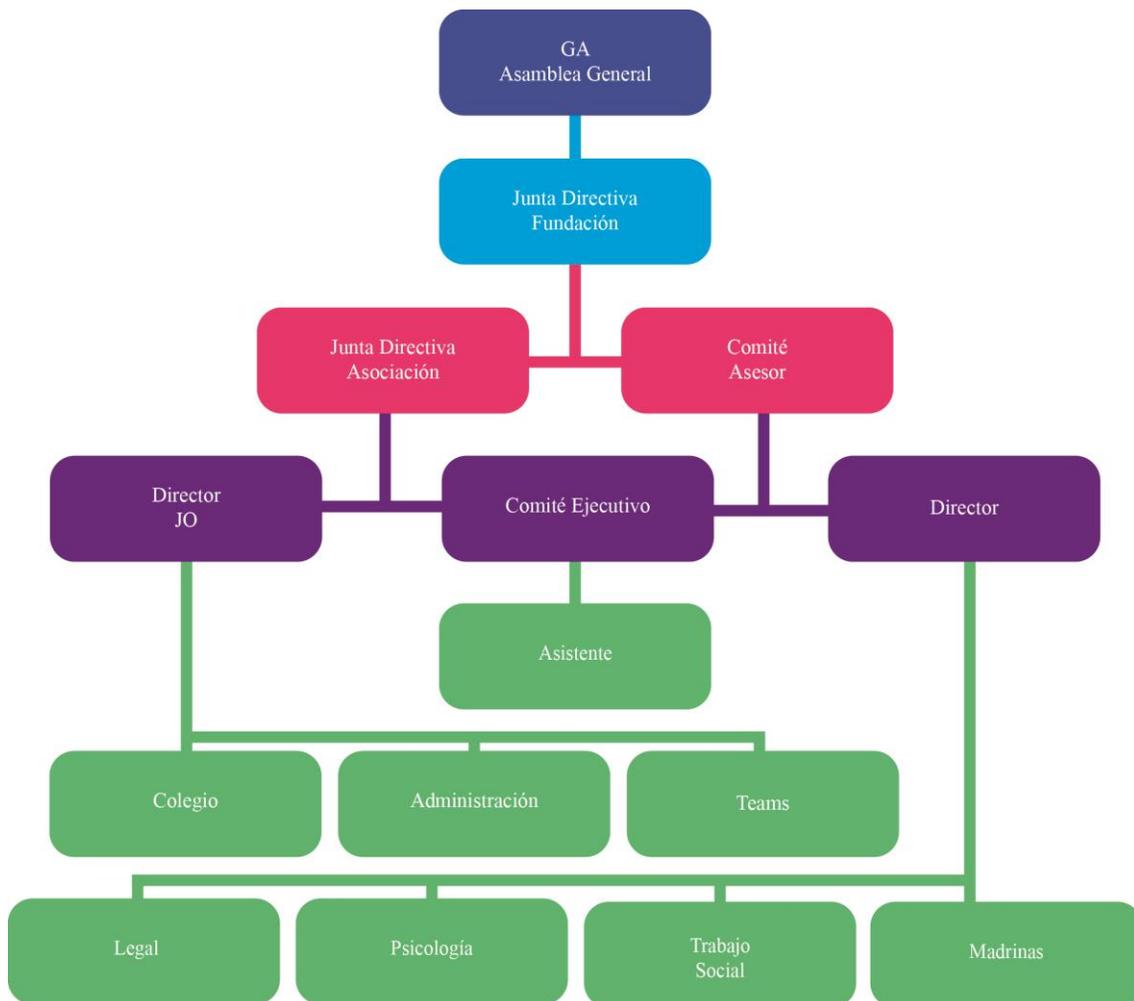
[www.princeofpeacegt.org/](http://www.princeofpeacegt.org/)

#### 4.15 Redes sociales

4.15.1 Facebook. Príncipe de Paz

4.15.2 Instagram. @princeofpeacegt

#### 4.16 Organigrama



#### 4.17 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estructura americana de casas adecuadas cada una para 24 niñas, diseñadas con los servicios esenciales.</li> <li>✓ Seguridad veinticuatro horas.</li> <li>✓ Permanencia de la población interna.</li> <li>✓ Instalaciones propias.</li> <li>✓ Se educa con metodologías adecuadas para favorecer el aprendizaje de las estudiantes, según su necesidad.</li> <li>✓ Personal docente calificado.</li> <li>✓ Clínica médica y odontológica interna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Instalaciones dentro de un mismo lugar: casas, cocina, colegio y áreas recreativas.</li> <li>✓ Ambiente natural.</li> <li>✓ Acceso cercano a servicios esenciales: iglesia, supermercado, mercado, colegio.</li> <li>✓ Apoyo financiero de iglesias y personas individuales para la formulación de proyectos.</li> <li>✓ Se proporciona educación primaria, no importando la edad cronológica de las estudiantes.</li> <li>✓ Atención y cuidado a las niñas con personal las 24 horas en cada casa.</li> <li>✓ Se preparan niñas con educación integral para la vida.</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Espacio insuficiente para darle hogar a más niñas.</li> <li>✓ Resistencia al cambio.</li> <li>✓ Falta de incentivos a colaboradores internos.</li> <li>✓ Poco personal por falta de recursos.</li> <li>✓ Necesidad de innovación de instalaciones y servicios.</li> <li>✓ Poca oportunidad de brindar una nutrición completa adecuada para cada tiempo de comida.</li> <li>✓ Falta de médico especializado para emergencias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de recursos para cubrir las necesidades básicas del hogar.</li> <li>✓ Poca movilización por falta de transporte público.</li> <li>✓ Falta de apoyo por instituciones gubernamentales.</li> <li>✓ No dar a conocer nuestro trabajo de la manera adecuada con el objetivo de captar nuevos donadores.</li> <li>✓ Poco fomento de tradiciones y costumbres de las diferentes culturas guatemaltecas.</li> <li>✓ Falta de apoyo de diferentes sectores de Guatemala.</li> <li>✓ Falta de apoyo económico para gastos fijos, terapias y médicos especialistas.</li> </ul>

**CAPÍTULO V**  
**DEFINICIÓN DE GRUPO OBJETIVO**

## **Capítulo V: Definición de grupo objetivo**

El grupo objetivo al que se encuentra dirigido el material digital se concentra en hombres y mujeres dentro del rango de edad de 18 a 45 años, que tengan interés en ser parte activa de voluntariado y/o ser donadores del hogar Príncipe de Paz.

### **5.1 Perfil Geográfico**

La ubicación geográfica del grupo objetivo se encuentra concentrada en el Departamento de Guatemala, que cuenta con una dimensión de 2.253 km<sup>2</sup>, y una población aproximada de 3,489,142 (datos de población proyectados según el Instituto Nacional de Estadística INE, al 2018), además, el departamento cuenta con un clima templado.

### **5.2 Perfil Demográfico**

El grupo objetivo está compuesto por hombres y mujeres, comprendidos en un rango de 25 a 45 años de edad, solteros o casados, económicamente activos, pertenecientes a los niveles socioeconómicos alto, medio alto (ABC+) y medio (C), con un nivel educativo de Licenciatura y/o Maestría.

## 5.3 Perfil Psicográfico

Características	Nivel A	Nivel B	Nivel C1	Nivel C2
Ingresos	+ de Q10,000.00	Q61.200,00	Q25.000,00	Q17.000,00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado.	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado.	Superior, Licenciatura.	Superior, Licenciatura.
Educación hijos	Hijos menores, colegios privados caros, mayores en Universidad del extranjero.	Hijos menores, colegios privados caros, mayores en Universidad local y posgrado en el extranjero.	Hijos menores, colegios privados, mayores en Universidad local y posgrado en el extranjero con beca.	Hijos menores, colegios privados, mayores en Universidad privada o estatal.
Desempeño	Propietario, Director, Profesional exitoso.	Empresarios, ejecutivos de alto nivel, profesional, comerciante.	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor.	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.
Vivienda	Casa/Departamento de lujo, en propiedad 5-6 recámaras, 4-6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios, área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos.	Casa/Departamento de lujo, en propiedad 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos.	Casa/Departamento rentada o financiada, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, 1 estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos.	Casa/Departamento rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, 1 sala, garage para 2 vehículos.
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua Guatemala, con comodidades.	Sitios/terrenos, condominios cerca de costas.	Sitios/terrenos interior por herencia.	
Personal de servicio	Personal de planta en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer.	1-2 personas de tiempo completo, chofer.	Por día.	Por día, eventual.
Servicios financieros	3-4 cuentas en quetzales monetarias y de ahorro, plazos fijo, tarjeta de crédito internacional, seguros y cuentas en dólares.	2-3 cuentas en quetzales monetarias y de ahorro, plazos fijo, tarjeta de crédito internacional, seguros y cuentas en dólares.	1-2 cuentas en quetzales monetarias y de ahorro, plazos fijo, 1-2 tarjetas de crédito internacional, seguros colectivo o salud.	1 cuenta monetaria en quetzales y ahorro, 1 tarjeta de crédito local.
Posesiones	Autos del año asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, lancha, moto acuática, moto, helicóptero/avión/avioneta.	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, van, moto.	Autos comprados 3-5 años, asegurados por financieras.	Auto comprado de 4-5 años, sin seguro.
Bienes de comodidad	3 teléfonos mínimo, celular para cada miembro de la familia, televisión satelital, internet de alta velocidad, 2 o más equipos de audio, 3-5 televisiones, máquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras por miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomésticos, todos los servicios de internet.	2 teléfonos mínimo, celular para cada miembro de la familia, televisión satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 televisiones, máquinas de lavar y secar platos, ropa, computadora, portón eléctrico, todos los electrodomésticos, todos los servicios de internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 televisiones, máquina de lavar ropa, computadora por miembro, electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo 1-2 celulares, cable, radio, 2 televisiones, electrodomésticos básicos.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior.	Cine, Centros Comerciales, parques temáticos locales.	Cine, Centros Comerciales, parques temáticos locales.

Fuente: Tabla de Niveles Socio Económicos 2015/Multivex

El enfoque de estilo de vida se encuentra en personas que gustan ayudar a los demás, que gustan donar su tiempo para obras de caridad, que dan de lo que ellos tienen sin esperar algo a cambio. Personas que se caracterizan por ser pacientes, extrovertidas, sociables, amigables, dinámicos, proactivos, eficientes y enérgicos. Que demuestren amor al prójimo, además que tengan interés por la comunidad, que muestran afecto con regularidad a aquellos a su alrededor. Por otro lado se busca que realicen actividades como voluntariados, que visiten hogares especializados, fundaciones y ONG's.

#### **5.4 Perfil Conductual**

En cuanto a la forma de compra deben ser personas que tengan la capacidad de realizar donaciones periódicas, ya sean mensuales, trimestrales o semestrales. Que puedan pagar de diferentes maneras como transferencias electrónicas, cheques, cargos o débitos automáticos a tarjetas de crédito o débito. Dentro de los influenciadores principales puede hacerse mención de publicidad digital, material informativo impreso y referencias.

**CAPÍTULO VI**  
**MARCO TEÓRICO**

## Capítulo VI: Marco Teórico

El siguiente marco conceptual hace referencia a organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, así mismo, a temas que se pueden llegar a tratar en cada una de ellas. También se explica la importancia de la creación de materiales digitales a utilizarse por el hogar Príncipe de Paz.

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

**6.1.1 Organización.** Las organizaciones alrededor del mundo se dedican a proteger los derechos humanos y acabar con los distintos tipos de abusos. Para lograr el éxito, las organizaciones tienen que estar a la vanguardia de los distintos abusos y leyes que existen sobre estos, así como la condena pública a la hora de realizarlos. A continuación se encuentran los tipos de organizaciones que existen.

**6.1.1.1 Organización gubernamental.** Son organizaciones vinculadas directamente con el gobierno. De manera general, son instituciones y entidades que se perfilan como autoridades políticas en un Estado. Estas instituciones se conforman por uno o varios sectores y/o dependencias. Los servicios que prestan estas organizaciones son de carácter gratuito, obteniendo solvencia a través de los impuestos (Pérez, J. y Gardey, A. 2015).

**6.1.1.2 Organización no gubernamental.** Son organizaciones beneficiarias que colectan fondos, ya sea en especie o económicos a través de distintas fuentes, tales como su público objetivo, por lo que apoyan proyectos alrededor del mundo en desarrollo. Estas organizaciones tienen enfoque en la niñez, salud, medio ambiente, educación, ayuda social, entre otras.

**6.1.2 Abuso infantil.** Es la acción de parte de una persona que se encuentra a cargo de un menor de edad, provocando en él daños no accidentales físicos, emocionales y sexuales. (Roldán, M.2018).

**6.1.2.1. Abuso físico.** El abuso físico incluye golpes, empujones, quemaduras o cualquier contacto físico que cause daño al niño. También puede tomarse como abuso físico, la disciplina o violencia excesiva e inapropiada dentro de la familia. El abuso físico puede ser resultado de una sola vez, o puede volverse algo repetitivo.

**6.1.2.2 Abuso emocional.** Se presenta abuso emocional cuando el tutor perjudica el desarrollo emocional y mental del niño, de manera severa. El abuso puede ser considerado como un único incidente, sin embargo la repetición del mismo con una frecuencia acelerada, es denominado un patrón de conducta que causa daño a futuro.

**6.1.2.3 Abuso sexual.** Según Roldán, M. (s.f.). Se debe a la exposición sexual de un menor de edad, la cual el menor, no es capaz de comprender y mucho menos consentir el acto. Este, incluye cualquier tipo de contacto o comportamiento hacia un niño que este expuesto a satisfacer la necesidad sexual del abusador. Esto significa que el menor es forzado a tener relaciones o actividad sexual con el abusador. Algunos tipos de abuso sexual a parte de una violación son:

- Toma de videos o fotografías
- Tocar los genitales del menor
- Mostrar material pornográfico
- Forzar a un menor a desnudarse
- Dar a conocer historias sexuales no aptas para su edad

**6.1.2.4 Negligencia o abandono.** La negligencia es cualquier acción por parte del tutor o cuidador que cause algún daño físico o emocional del niño. Esto, ocurre cuando un adulto no proporciona las necesidades básicas de un menor, ya sea por falta de atención por parte de ella o intencionalmente. Entre estas puede estar: falta de alimentación, cuidados, ropa, hogar u otras necesidades físicas, así como falta de amor, cariño, atención o afecto. También es considerada como un tipo de negligencia el abandono infantil, esto sucede cuando un niño se queda sin ningún cuidado por largo tiempo y sufre daños por la falta de cuidado.

**6.1.2.5 Perfil del abusador.** De manera general, el abusador no presenta conductas extrañas, gustan el sentimiento de poder sobre otras personas, buscan víctimas débiles, presentan sentimientos ocultos de inferioridad y frustración. Son personas poco empáticas y quienes no se anticipan a las consecuencias (Otero, E.2018).

**6.1.2.6 Señales de abuso.** Existe una gran cantidad de señales que permiten conocer que el menor ha sufrido de abuso de cualquier tipo:

- Que el menor diga o mencione que sufrió abuso de algún tipo
- Presentación de conductas diferentes a la personalidad habitual
- Actitud temerosa hacia situaciones específicas que recuerden lo sucedido
- Tiene pesadillas
- No habla, habla mal con los demás y no mira a la cara a la gente.

### **6.1.3 Voluntariado**

**6.1.3.1 Voluntario.** Según definición.de (2018) la palabra voluntario procede del vocablo latino voluntarius. Este es un término que puede utilizarse como sustantivo o adjetivo, y está vinculado siempre a la palabra “voluntad”, que tiene como significado: la potestad de tomar

decisiones y de actuar por cuenta propia. El trabajo que lleva a cabo un voluntario se conoce como voluntariado.

A través de esto, las personas brindan distintos servicios a la comunidad sin esperar nada a cambio, esto puede hacerse por razones estéticas o espirituales o ideológicas.

### ***6.1.3.2 Tipos de voluntariado***

*6.1.3.2.1 Comunitario.* Consiste en promover y participar en actividades para el desarrollo de comunidades a través de diferentes proyectos con participación de la comunidad y personas ajenas, que donan tiempo, recursos y artículos de primera necesidad.

*6.1.3.2.2 Educativo.* Es la participación en actividades en la cual se propicie educación para niños, jóvenes y adultos por medio de programas de lectura, escritura, educación inclusiva, cultural, religiosa, histórica, entre otros (Rubio, M.2017).

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

### **6.2.1 Conceptos relacionados con la comunicación**

*6.2.1.1 ¿Qué es comunicación?* Permite la interacción entre dos o más personas. Esta acción sucede cuando se presenta la necesidad de conocer, entender o compartir experiencias propias con los que nos rodean.

#### ***6.2.1.2 Clasificación de comunicación***

Según Hernpandez, L (2012) la comunicación se clasifica de las siguiente manera:

- **Comunicación oral:** es el lenguaje articulado, sonidos estructurados que forman sílabas, que crean palabras, que permiten la comunicación entre personas. Utiliza el canal auditivo para percibir las palabras emitidas por el interlocutor.

- Comunicación escrita: es un lenguaje variado representado por alfabetos, siglas, logotipos, entre otros; los cuales son interpretados a través del código que tanto emisor como receptor conocen.

- Comunicación no verbal: lenguaje representado por variedad de signos, imágenes, sonidos, gestos y movimientos corporales.

- Comunicación intrapersonal: es una comunicación interna con uno mismo, que se lleva a cabo con la voz del pensamiento.

- Comunicación grupal: Esta ocurre cuando un grupo de personas comparten mensajes entre ellos, logrando interacción, convivencia y desarrollo grupal.

**6.2.1.3 Elementos de comunicación.** Según Chen, C (2019) los elementos de la comunicación son todos aquellos que intervienen en cualquier tipo de comunicación. Cada uno de estos elementos, agregan valor a la comunicación.

- Emisor: Es la persona que emite el mensaje.
- Receptor: Es la persona que recibe el mensaje
- Código o lenguaje: Es el conjunto de signos con el que se cuenta para transmitir un mensaje. Este código puede ser verbal o no verbal.

- Mensaje: Es el contenido que se quiere transmitir.

- Canal de comunicación: Es el medio por el cual se va a comunicar el mensaje.

- Ruido: Es toda esa señal que distorsiona y hace que se pierda el mensaje inicial.

## **6.2.2 Conceptos relacionados con el diseño**

**6.2.2.1 ¿Qué es el diseño?** El diseño gráfico es una especialidad o profesión, que tiene como objetivo principal satisfacer necesidades de comunicación visual. Se ocupa de organizar elementos visuales, como imágenes y textos, con el objetivo de comunicar un mensaje claro, siempre teniendo en cuenta el mercado meta.

**6.2.2.2 Elementos del diseño.** Según Villalobos, C (2017) el diseñador, debe tener ciertos elementos claves a la hora de elaborar una pieza gráfica. Estos elementos, son de suma importancia para que un diseño sea totalmente satisfactorio. Estos elementos clave son:

- Color
- Línea
- Escala
- Forma
- Alineación
- Contraste
- Espacio

### **6.2.2.3 Clasificación de diseño**

Según mgraphicdesigners (2010) la clasificación del diseño gráfico se divide en:

**6.2.2.3.1 Diseño Editorial.** Es la rama del diseño gráfico dedicada a la composición y maquetación de las publicaciones en periódicos, revistas libros, etc.

**6.2.2.3.2 Diseño de identidad visual.** Es la rama del diseño gráfico que se encarga en darle un nombre e imagen a una marca como tal, a través de la creación de toda la imagen corporativa.

6.2.2.3.3 *Diseño gráfico publicitario*. El diseño gráfico publicitario es la rama del diseño gráfico que se encarga en crear materiales visuales con el objetivo de transmitir un mensaje específico a un segmento específico.

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencia**

### **6.3.1 Ciencias**

**6.3.1.1 *Semiología***. Se encarga del estudio de los signos en la vida social. Con mayor frecuencia utilizado en el sector salud para definir los signos de las enfermedades contemplando diagnóstico, pronóstico y tratamiento.

**6.3.1.2 *Semiología de la imagen***. Hace referencia específicamente al estudio de los signos y el proceso de sentido-significación a través de la imagen. Es un área que contempla más allá de colores, formas, íconos y composición. Toman relevancia elementos históricos, sociales y antropológicos (Psicoactiva, 2017)

**6.3.1.4 *Sociología***. El diseño editorial es la rama del diseño gráfico dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos (Gilbert, J. 1997).

**6.3.1.5 *Psicología***. Se encarga del estudio de la conducta y mente del ser humano. Su objetivo es explicar los comportamientos y estados mentales, conocer su origen y aplicar un conjunto de soluciones para la mejora o en su defecto, tratamiento de cada fenómeno presentado.

**6.3.1.6 *Psicología del color***. Según García (s.f.) se refiere al campo de estudio que analiza el comportamiento de los seres humanos hacia los colores que visualiza. Cada color presenta una

reacción según el estado emocional actual de la persona. Los colores son parte del lenguaje y actividades cotidianas.

**6.3.1.7 Psicología de la imagen.** Según psicoactiva (2017) parte de la psicología que aporta al conocimiento de las personas, la comprensión del ser humano como un ser consciente e intencional que conceptualiza las características de la de los fenómenos de la conciencia como espacialidad y temporalidad.

**6.3.2.1 Fotografía.** Es una técnica utilizada para inmortalizar a través de una cámara las imágenes de un momento en específico, traducido según la etimología de la palabra como dibujar con luz (Ruffino, M.2018).

**6.3.2.2 Tipografía.** Es la técnica que plasma diversos tipos de números, letras o símbolos que son para imprimirse de manera física o digital.

### **6.3.3 Teorías**

**6.3.3.1 Teoría del color.** Principios que son utilizando para la creación de colores a través de la mezcla inicial de colores primarios, con los cuales se logran crear efectos ante la vista y sentidos.

### **6.3.4 Tendencias**

**6.3.4.1 Publicidad Digital.** Según ilefebel.com (2018) la publicidad digital en los últimos años ha tenido un gran impacto en el mundo publicitario. A lo largo de los años, se han ido adaptando las plataformas digitales para mostrar anuncios dentro de los mismos. Hoy en día existen infinidad de medios digitales en donde puede publicitar tus productos, entre los más importantes y populares en Guatemala, tenemos las redes sociales Facebook e Instagram.

**6.3.4.2 Fotografías lifestyle.** A este estilo de fotografía se le conoce como la forma de realizar un reportaje, cuya función es contar una historia de diferentes momentos que ocurren en la vida cotidiana de las personas. Este estilo de fotografía busca siempre la mayor expresión y composición artística en cada imagen. El éxito de este estilo fotográfico es que en la actualidad, muchas personas prefieren ver un producto o servicio en acción (Gilbert,S.s.f.).

**6.3.4.3 Publicidad minimalista.** Este tipo de publicidad, nace en los años 60 en Estados Unidos por Ludwing Mies van der Rohe, quien se refiere a cualquier elemento que haya sido reducido a lo esencial, despojando cualquier elemento sobrante.

Tablero de tendencias donde se muestra la recopilación de ideas con base a las ideas de diseño seleccionadas para aplicar en el proyecto de graduación.



**CAPÍTULO VII**  
**PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA**  
**PRELIMINAR**

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

### 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Una estrategia de comunicación bien estructurada, permite al diseñador plasmar ideas a través de piezas gráficas visuales. Por ello la comunicación y el diseño se relacionan entre sí, ya que cada una por individual, no se complementan para hacer una campaña publicitaria.

El proyecto “Diseño de campaña institucional para redes sociales para generar conocimiento de El hogar Príncipe de Paz a donadores actuales y potenciales”, demanda uso y aplicación de distintas ciencias auxiliares y conceptos que sean de fundamento para la realización del mismo.

Durante el proyecto se investigación conceptos que son fundamentales y respaldan la información que se desea transmitir en las piezas gráficas. Asimismo, se tomó en cuenta el grupo objetivo primario y secundario.

**7.1.1 Comunicación.** Permite la interacción entre dos o más personas. Esta acción sucede cuando se presenta la necesidad de conocer, entender o compartir experiencias propias con los que nos rodean. En este proyecto es la falta de comunicación a través de redes sociales, para donadores actuales y potenciales del hogar de niñas Príncipe de Paz.

**7.1.2 Diseño Gráfico.** En este proyecto el diseño gráfico apoyará de forma visual los mensajes que se desean transmitir al público objetivo. En su aplicación contribuirá en el proyecto desde los primeros bocetajes hasta la presentación de las piezas gráficas finales.

El diseño gráfico tiene como objetivo principal satisfacer necesidades de comunicación visual. Se ocupa de organizar elementos visuales, como imágenes y textos, con el objetivo de comunicar un mensaje claro.

**7.1.4 Fotografía.** La fotografía tiene relación directa con este proyecto, ya que busca captar momentos específicos vividos por las niñas internas del hogar en su vida diaria.

**7.1.5 Fotografías lifestyle.** A este estilo de fotografía se le conoce como la forma de realizar un reportaje, cuya función es contar una historia de diferentes momentos que ocurren en la vida cotidiana de las niñas del hogar Príncipe de Paz.

**7.1.6 Publicidad Digital.** Hoy en día existen infinidad de medios digitales en donde puede publicitar, entre los más importantes y populares en Guatemala, tenemos las redes sociales Facebook e Instagram, por lo que se estarán utilizando para dar a conocer los distintos programas de donación con los que cuenta el hogar de niñas.

## 7.2 Conceptualización

**7.2.1 Método.** El método que se utilizó fue una lluvia de ideas, que luego de definir el tema principal “Amar es...”, se obtuvieron palabras complementarias a través de esta técnica para tocar el tema amor. Después de esto, se hizo una depuración de las frases y únicamente se eligieron las que tenían más relación al voluntariado. Es muy importante recalcar que para obtener diferentes definiciones de qué es el amor, se preguntó a varias personas qué significado tenía esta palabra para ellos.



### **7.2.2 Definición del concepto.**

#### **“Amor es...”**

El significado del amor es muy amplio para cada ser humano, cada uno le da la interpretación que crea la adecuada. Para esta campaña se tomó como frase conceptual “Amor es...”, ya que busca que cada ser humano complete la frase como ellos describirían el amor en sus propias vidas. De esta frase inicial salen frases como:

- Amor es dar prójimo
- Amor es dar sin esperar
- Amor es voluntad
- Amor es entrega
- Amor es compartir
- Amor es cuidar

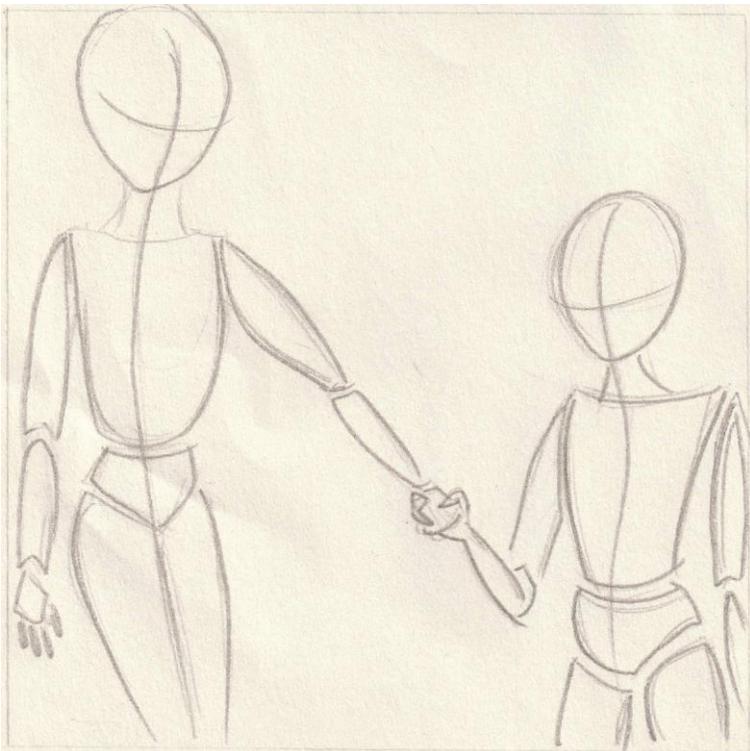
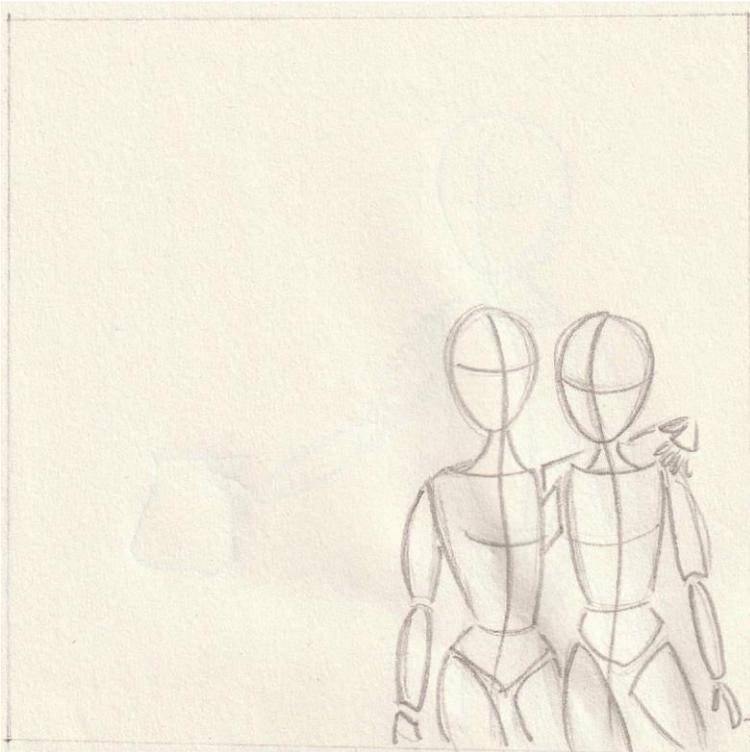
## 7.3 Bocetaje

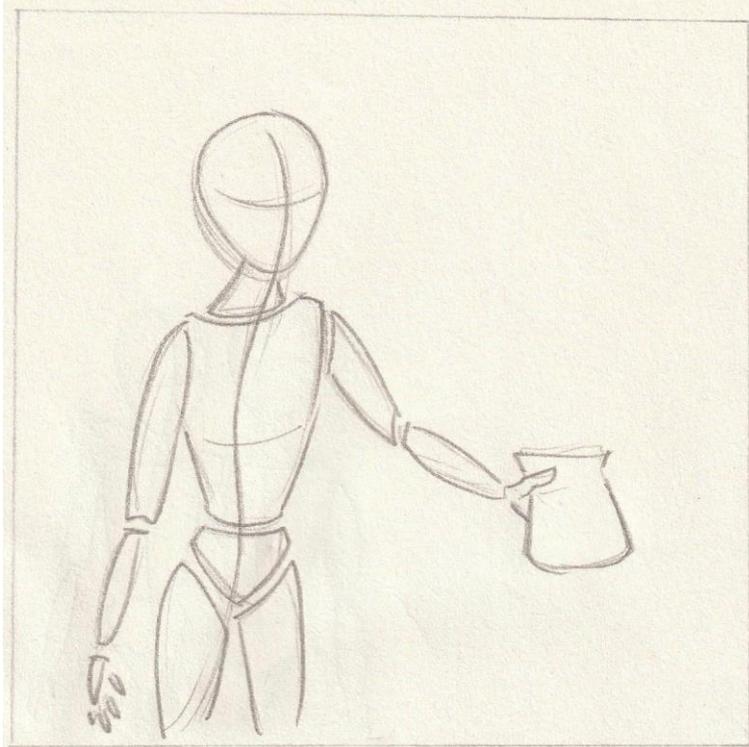
**7.3.1. Proceso de bocetaje.** Se realizó una mezcla de tipografías en Ilustrador para definir las tipografías a utilizarse en el proyecto.

### Proceso de selección | Tipografías

01	AMARES <i>voluntad</i>	] Bebas Neue ] Satisfy Regular
02	<i>amar es</i> VOLUNTAD	] Satisfy Regular ] Frente H1
03	Amar es <i>voluntad</i>	] Caviar Dreams ] Satisfy Regular
04	Amar es <i>voluntad</i>	] Roboto Condensed ] Satisfy Regular
05	Amar es <i>voluntad</i>	] Champagne & Limousines ] Satisfy Regular

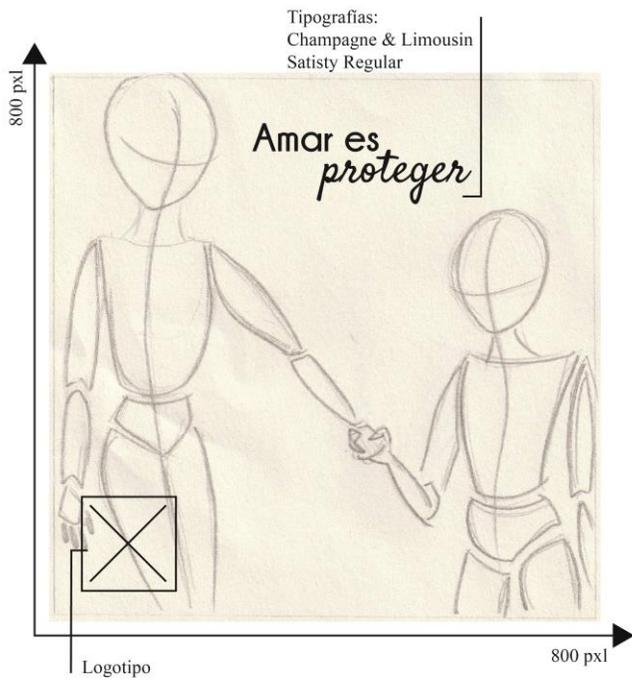
**Fotografías.** Concepto de fotografías lifestyle





**Artes Digitales.** Bocetaje de artes digitales

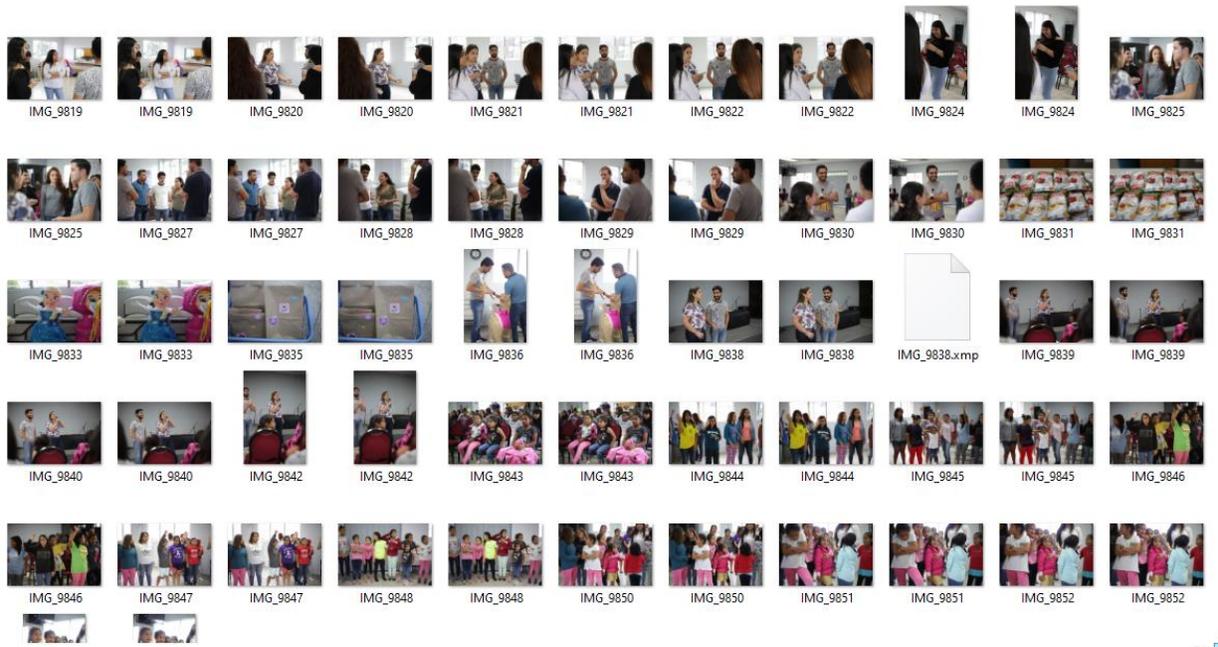




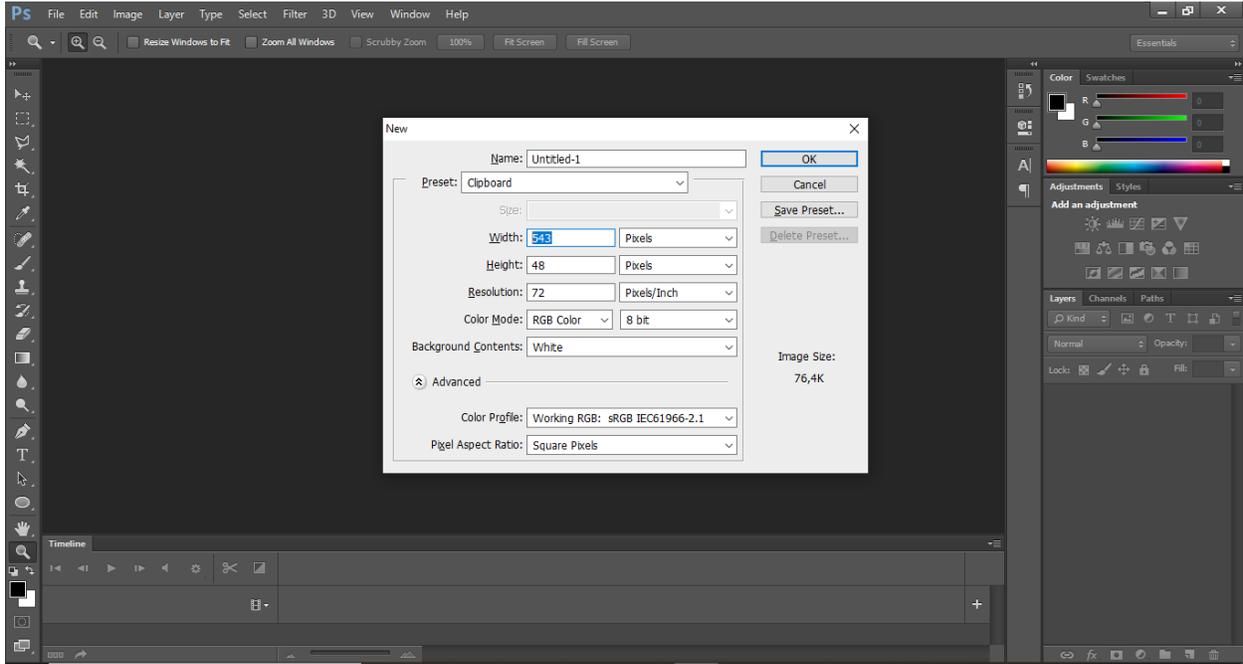
**7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.** Digitalización de piezas gráficas con fotografía lifestyle para el hogar de niñas Príncipe de Paz.

**Propuesta:**

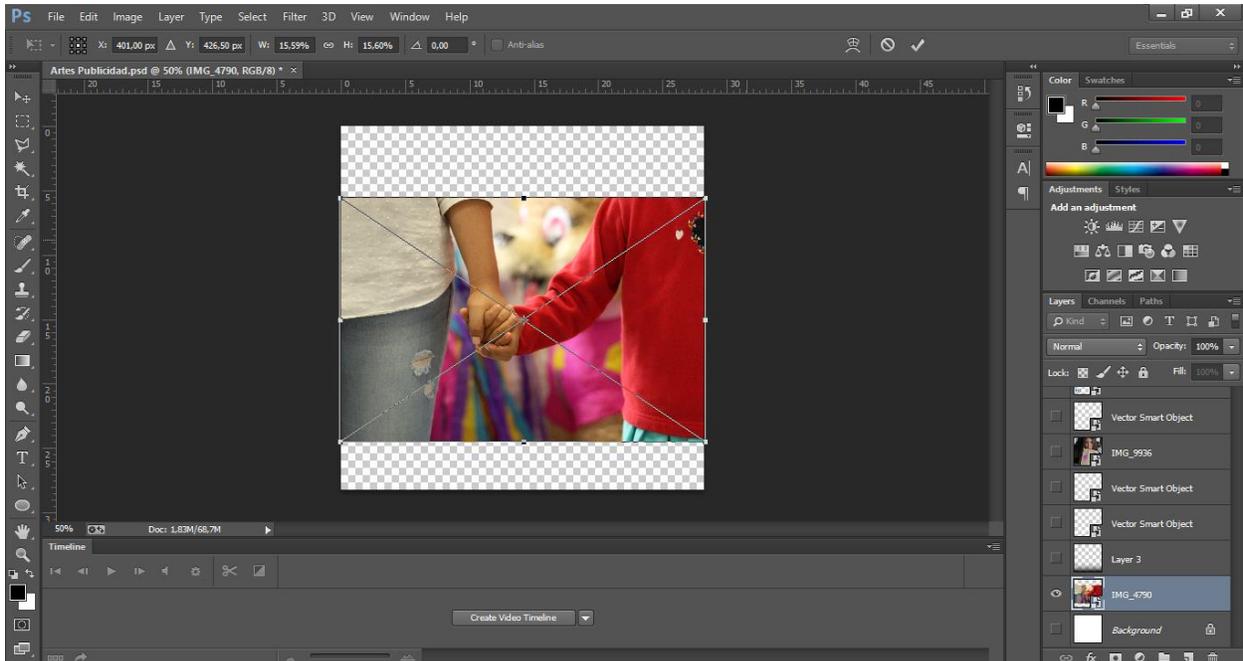
Selección y edición de fotografías tomadas durante la actividad realizada en el hogar de niñas Príncipe de Paz.



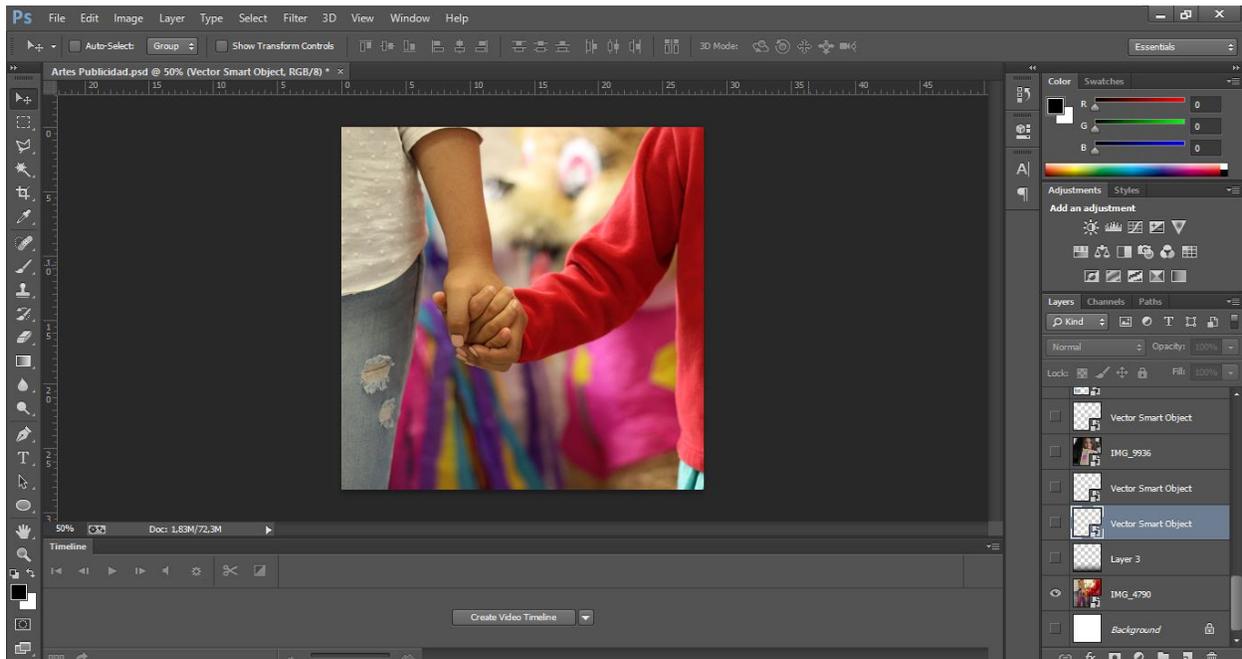
Apertura de Adobe Photoshop para generar los elementos gráficos.



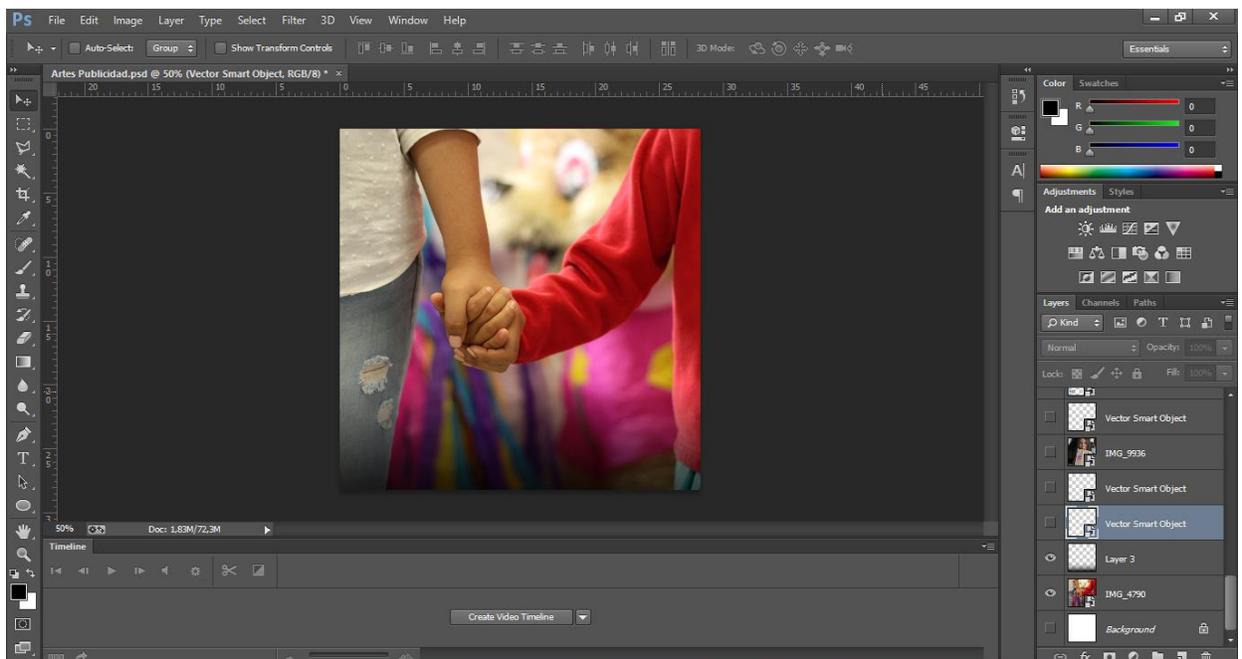
Apertura de fotografías seleccionadas para la realización de piezas gráficas



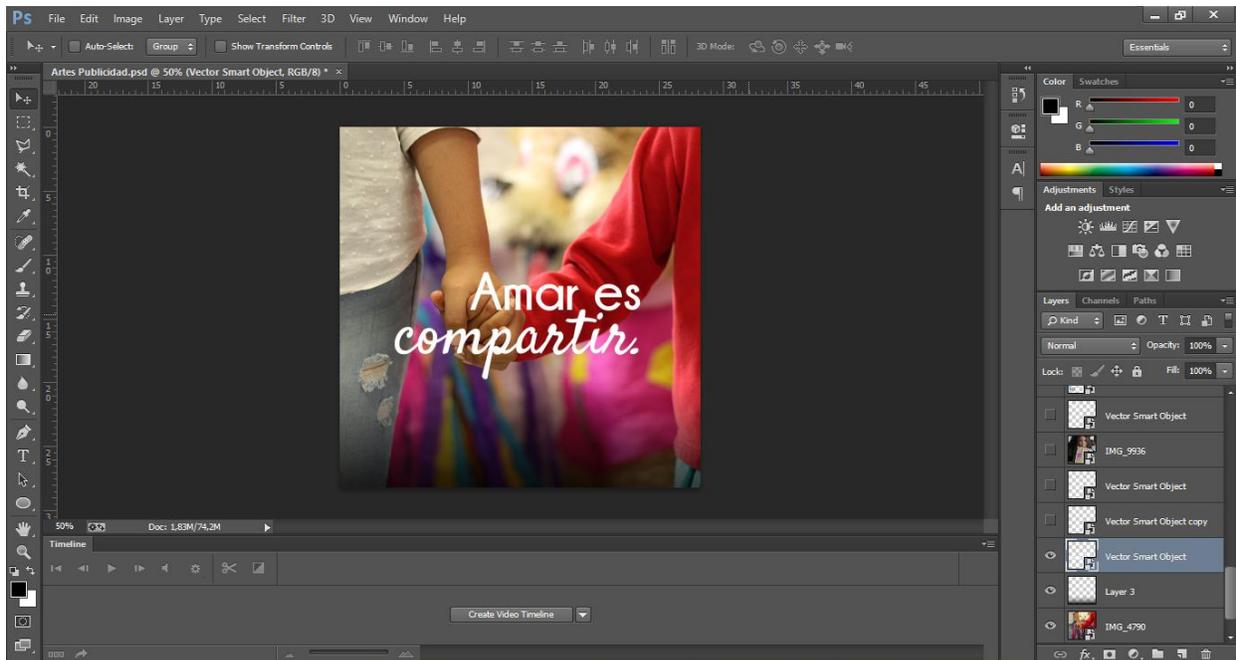
## Encuadre adecuado de las fotografías



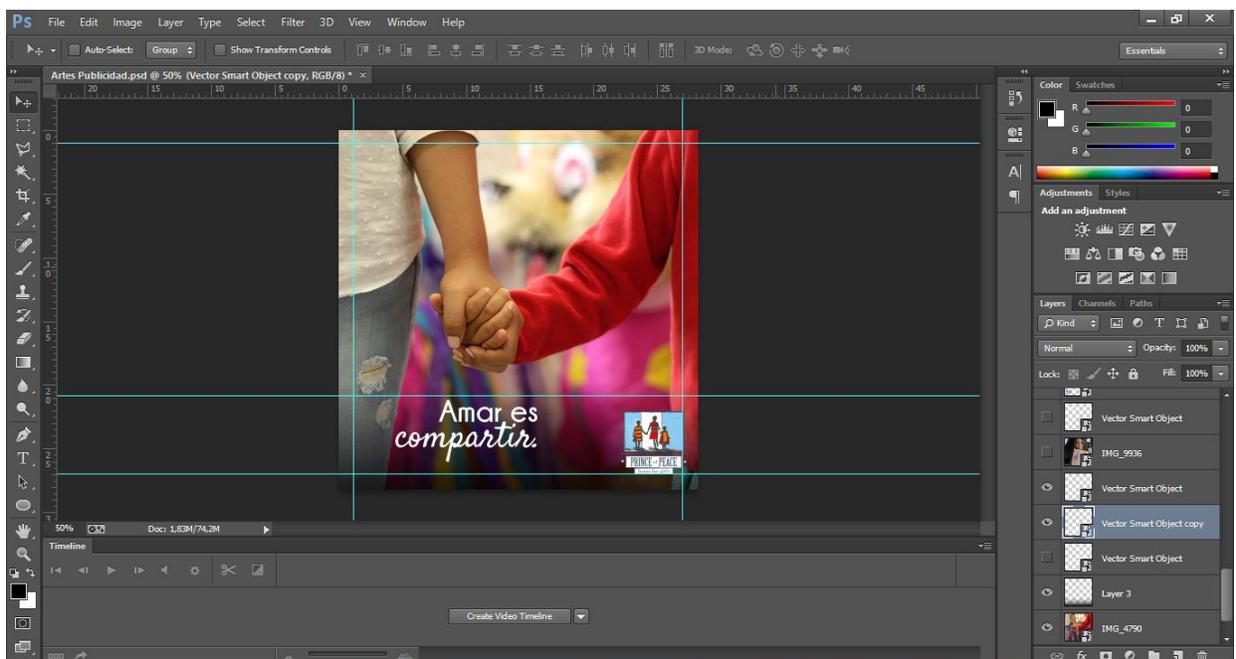
Se agregó un degradado a las fotografías con el objetivo que el texto y el logotipo no se lleguen a perder en ningún momento.



Se agregó el copy creado para la campaña. La campaña gira entorno al amor. Las tipografías utilizadas son Champagne & Limousines y Satisfy Regular.



Se agregó el logotipo vectorizado del hogar de niñas Príncipe de Paz.



## 7.4 Propuesta preliminar

**Pieza 1.** Amar es proteger. Medida 800x800 pxl.



Apóyanos a proveer protección a las niñas del hogar Príncipe de Paz a través de nuestros distintos programas de donación. Conócelos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 2.** Amar es compartir. Medida 800x800 pxl.



Comparte con las niñas del hogar Príncipe de Paz a través de los distintos programas de donación. Conócelos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 3.** Amar es dar. Medida 800x800 pxl.



Se parte de nuestros programas de donación, dándoles a las niñas la oportunidad de desarrollarse como personas. Dentro de nuestros programas, podrás convivir con ellas, podrás ser parte de su alimentación diaria, entre otras actividades. Conócelos aquí

<http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 4.** Amar es compartir. Medida 800x800 pxl.



Comparte una tarde llena de diversión, alegría y amor con nuestras niñas del hogar Príncipe de Paz siendo parte de nuestros donadores. Conócenos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/learn-more/>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 5.** Amar es comprensión. Medida 800x800 pxl.



Se parte de los distintos programas de donación y comprende el trabajo que realizamos diariamente en el hogar de niñas Príncipe de Paz. Conócenos aquí

<http://www.princeofpeacegt.org/learn-more/>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 6.** Amar es diversión. Medida 800x800 pxl.



Conoce de cerca y disfruta de una tarde divertida con las niñas del hogar Príncipe de Paz, siendo parte de nuestros distintos programas de donación. Conócelos aquí

<http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 7.** Amar es escuchar. Medida 800x800 pxl.



Escuchar las necesidades de nuestro prójimo, llena nuestro corazón de alegría. Te invitamos a formar parte de nuestros distintos programas de donación <http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 8.** Amar es honrar. Medida 800x800 pxl.



Se parte de los distintos programas de donación al cuidar, respetar y honrar la vida de las niñas del hogar Príncipe de Paz. Conócelos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 9.** Amar es trabajar en equipo. Medida 800x800 pxl.



Se parte del equipo de los donadores del hogar de niñas Príncipe de Paz y bendigamos la vida cada una de las niñas. Conócenos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/learn-more/>

Para ti, ¿qué es amar?

**CAPÍTULO VIII**  
**VALIDACIÓN TÉCNICA**

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

### **8.1 Población y muestreo**

Una vez concluida la pre validación y propuesta preeliminar del diseño de materiales informativos digitales, se procedió a realizar la validación técnica para determinar el porcentaje de aceptación del proyecto por los distintos grupos objetivos. (ver anexo 2)

#### **Especialistas en comunicación y diseño grafico**

La validación por parte de los especialistas en comunicación y diseño gráfico fue realizada por distintos licenciados de la Universidad Galileo, que cuentan con una trayectoria en el mercado de más de 10 años cada uno de ellos. (ver anexo 3)

#### **Cliente**

La validación por parte del cliente fue realizada por la Coordinadora de Mercadeo y Voluntariado del hogar Príncipe de Paz. La opinión del cliente es de suma importancia, ya que es la persona que conoce la marca y las necesidades de comunicación de dicho hogar. La siguiente validación se realizó vía digital. (ver anexo 4)

#### **Profesionales del diseño**

La validación por parte de los profesionales del diseño, se realizó vía digital y se enfoca en personas que se han desarrollado en el campo de comunicación y diseño por varios años. (ver anexo 4)

#### **Grupo objetivo**

La validación por parte del grupo objetivo se realizó vía digital a personas ubicadas en el departamento de Guatemala, con intereses en ayudar al necesitado y contribuir a que Guatemala sea un mejor país. (ver anexo 3)

## Listado de encuestados

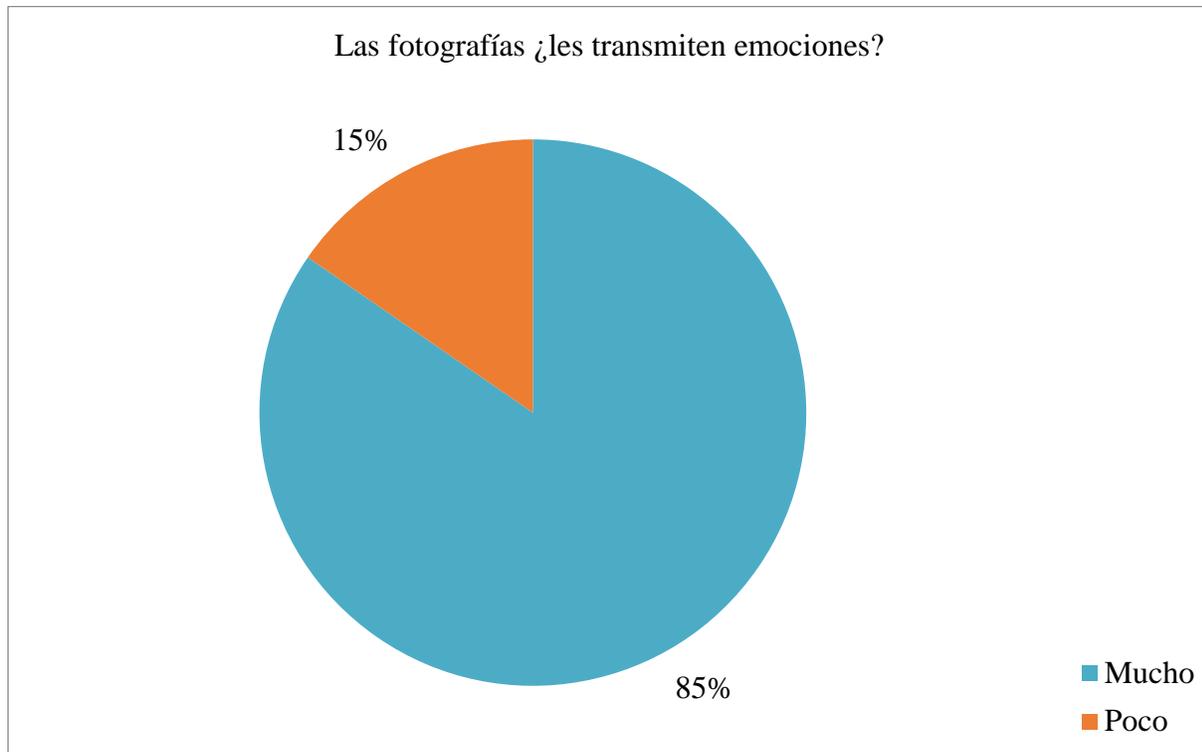
Grupo	Encuestados
Especialistas en comunicación y diseño grafico	5 encuestados
Cliente	1 encuestado
Profesionales del diseño	5 encuestados
Grupo objetivo	28 encuestados

## 8.2 Método e Instrumentos

El instrumento utilizado en esta investigación es un cuestionario estructurado, que contaba con 8 preguntas relacionadas al material elaborado para uso en las redes sociales del hogar Príncipe de Paz. El cuestionario tenía una duración aproximada de 3 minutos, que se realizó presencialmente y en línea. El procedimiento para contestar este cuestionario consistía en mostrar los materiales elaborados a los encuestados y con base a esto, ellos llenaban de acuerdo a su criterio las preguntas directas, al finalizar el cuestionario, podían dar comentarios u observaciones sobre la campaña. (ver anexo 2)

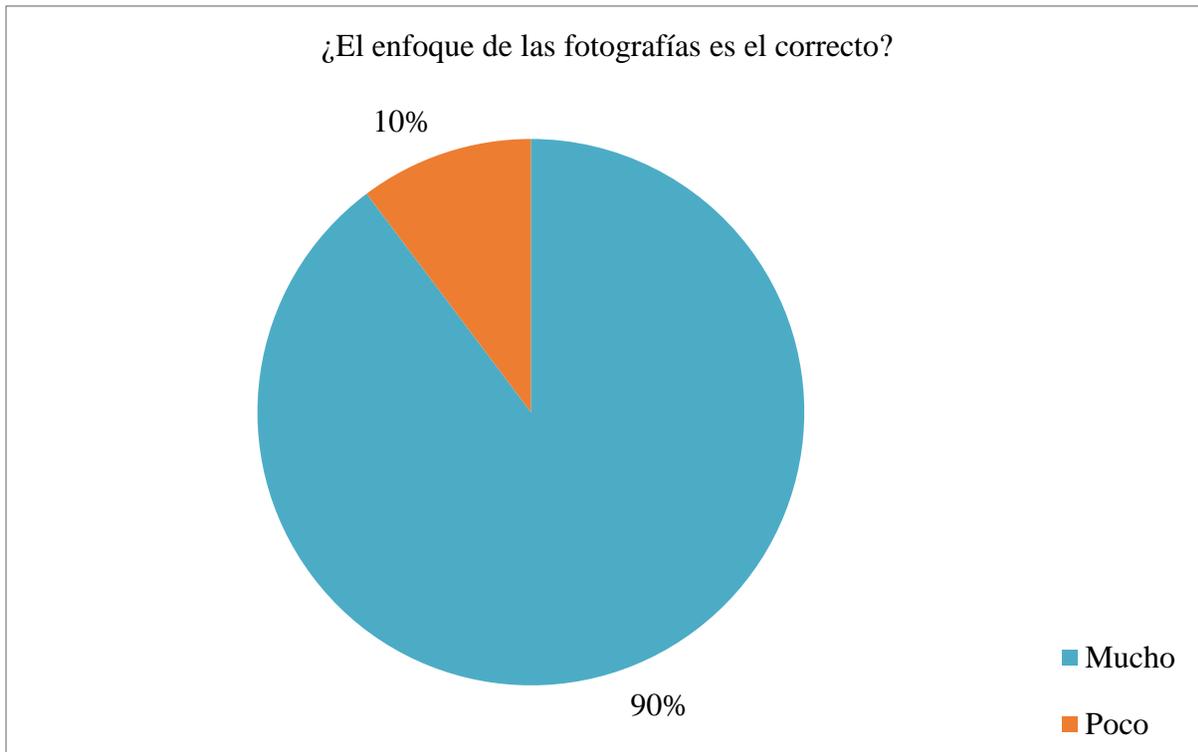
### 8.3 Resultados e Interpretación de resultados.

#### 1. Las fotografías ¿les transmiten emociones?



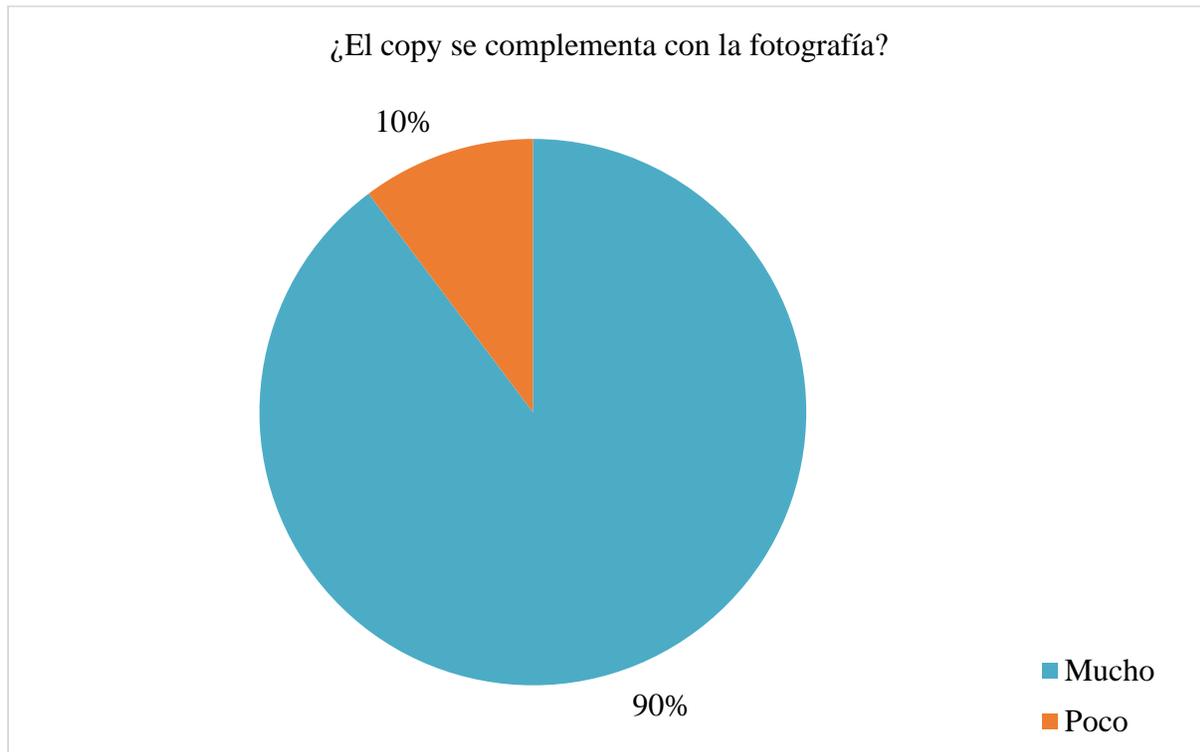
Más del 80% de las personas entrevistadas concuerda en que las fotografías presentadas, transmiten un alto nivel de emociones, pues en ellas se pueden observar las vivencias y experiencias compartidas con las niñas, durante la visita al hogar Príncipe de Paz.

## 2. ¿El enfoque de las fotografías es el correcto?



Para nueve de cada diez personas entrevistadas, el enfoque que tienen las fotografías en general, es el correcto. Por tanto, las fotografías serán de utilidad para el objetivo de dar a conocer los programas de donación para el Hogar Príncipe de Paz.

### 3. ¿El copy se complementa con la fotografía?



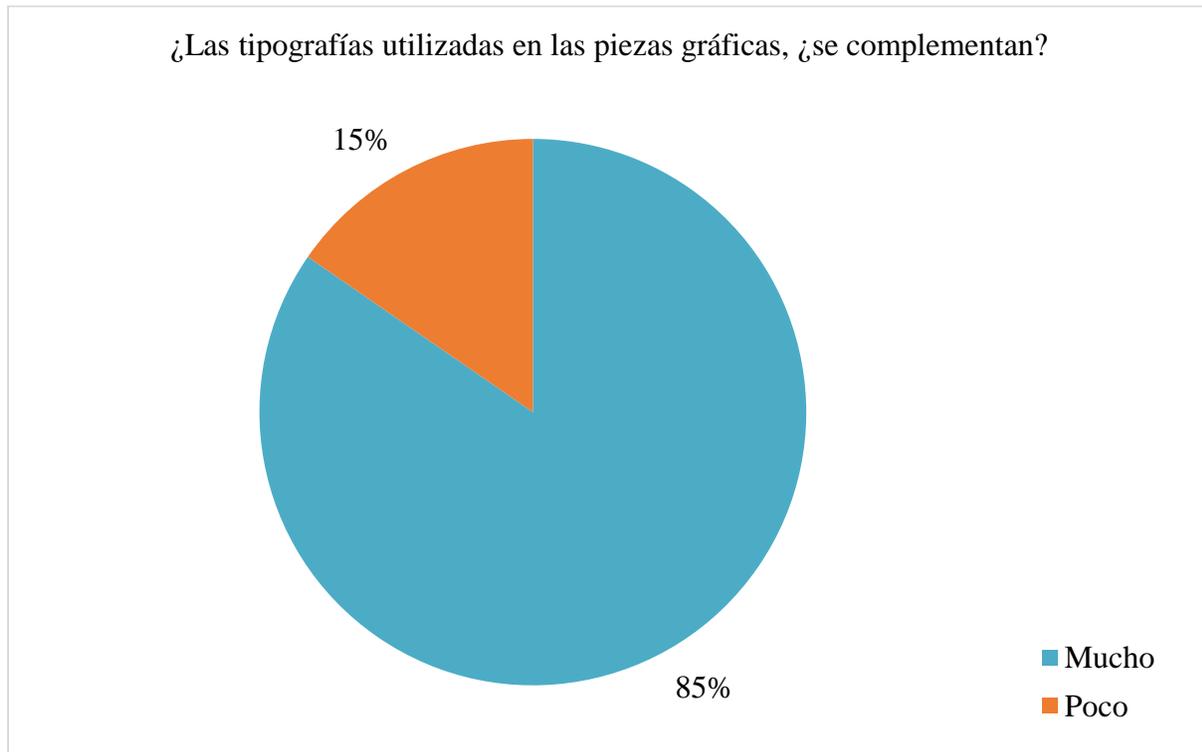
El 90% de las personas entrevistadas considera que el copy utilizado, presenta un alto nivel de complemento y por consiguiente, transmite de manera correcta la emoción de las piezas gráficas.

4. La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿es clara y limpia?



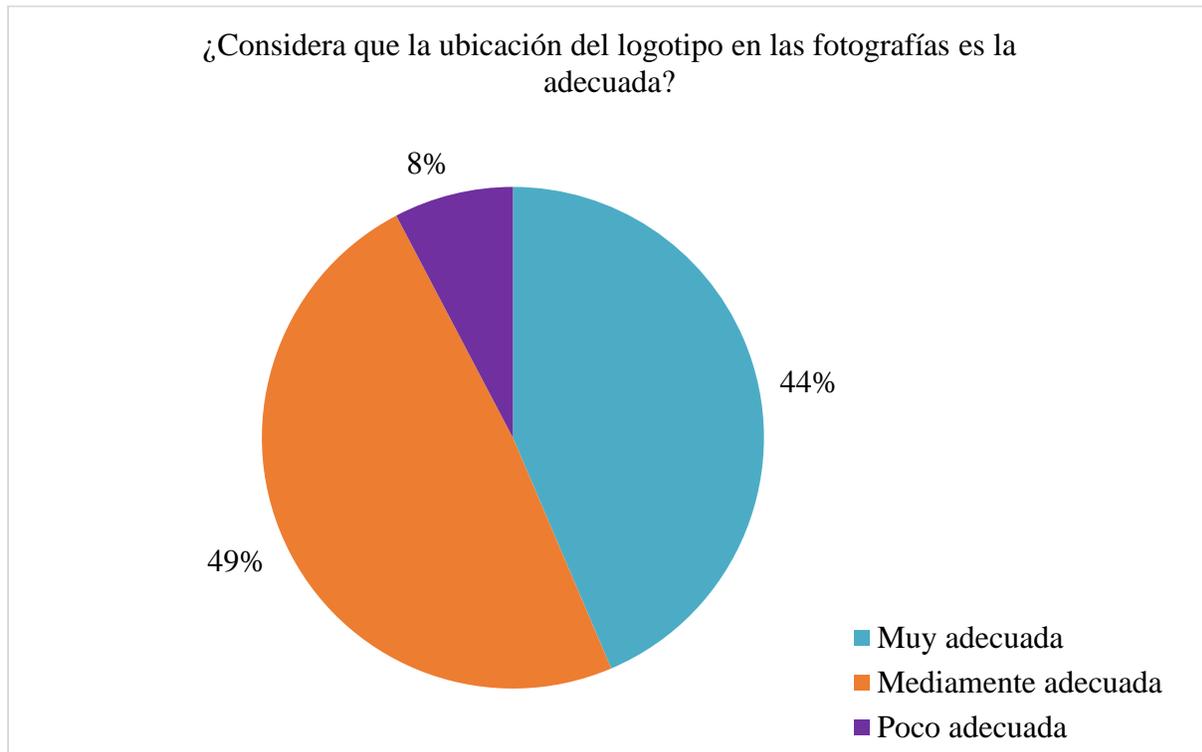
Casi la totalidad de los entrevistados presentan un alto gusto por la tipografía utilizada, considerándola como una tipografía clara y limpia, adecuada para las piezas gráficas a utilizarse en la publicidad del hogar Príncipe de Paz.

5. La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿se complementa?



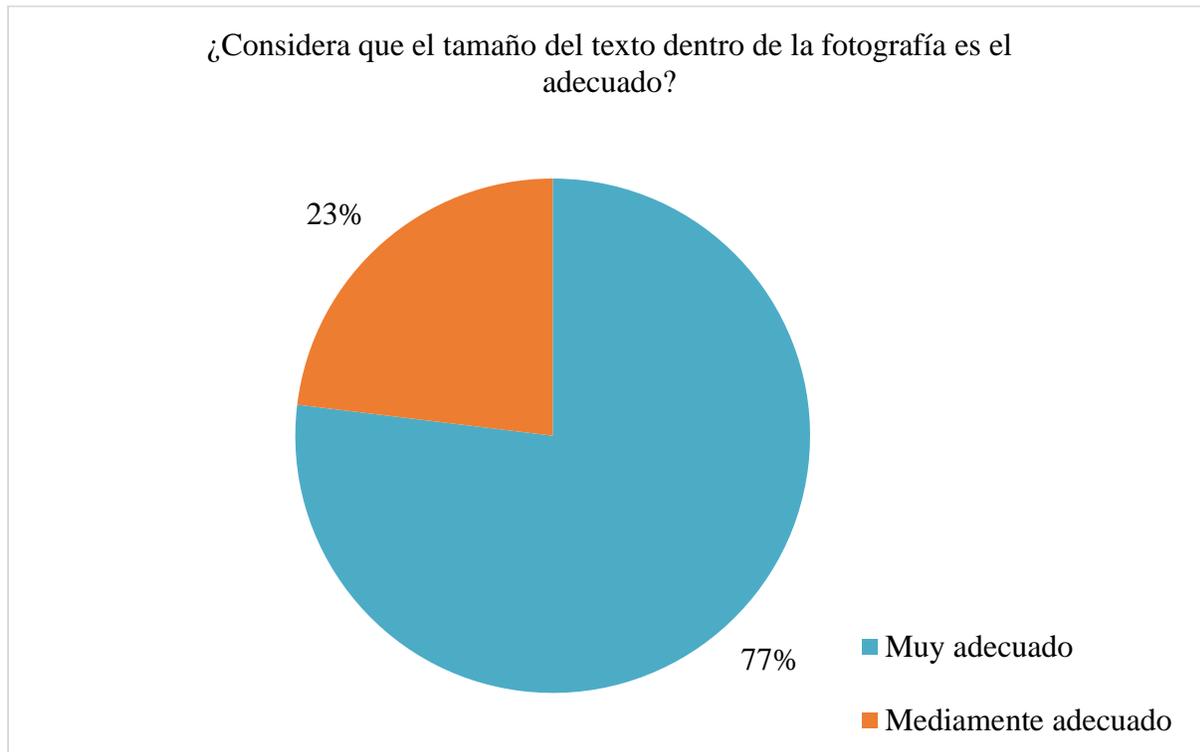
Más del 80% de las personas entrevistadas declara que las tipografías utilizadas, se complementan de manera correcta, al permitir que el copy en las piezas gráficas sea claro y legible.

6. ¿Considera que la ubicación del logotipo en las fotografías es la adecuada?



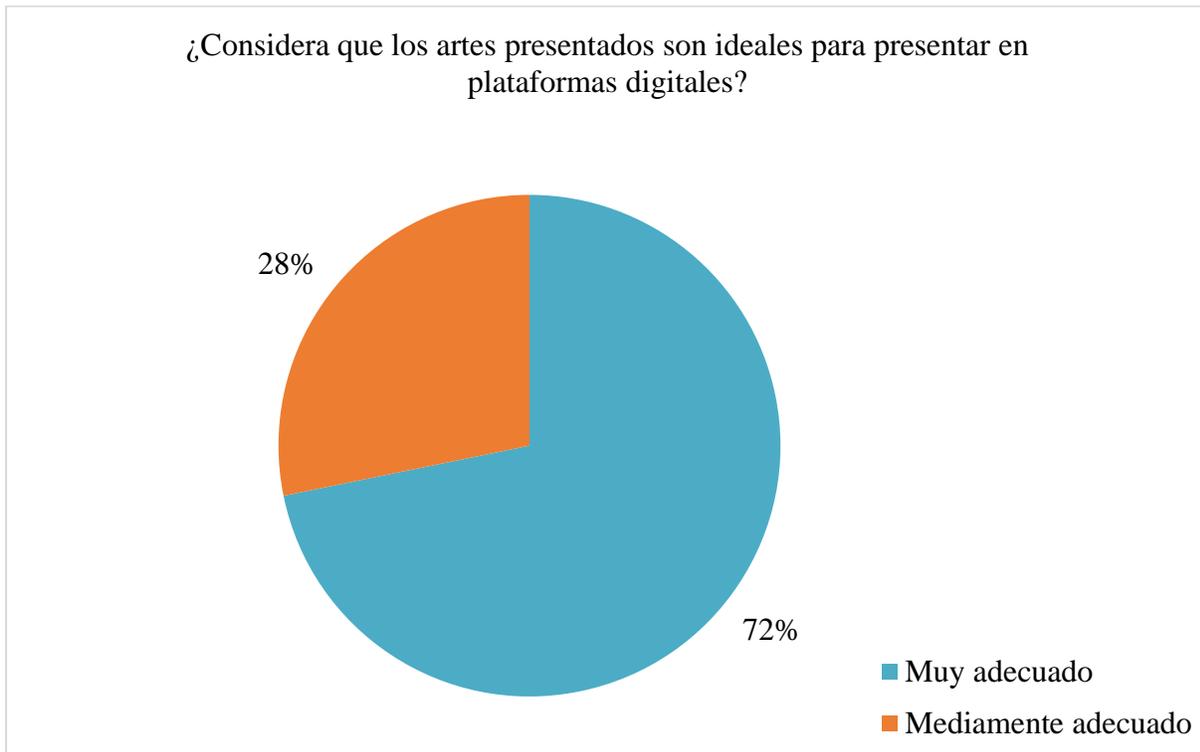
Para cada cuatro de cada diez personas, la ubicación del logotipo dentro de las fotografías es muy adecuado. Sin embargo, nueve de cada diez, las considera adecuadas.

7. ¿Considera que el tamaño del texto dentro de la fotografía es el adecuado?



La adecuación del tamaño del texto dentro de la fotografía no presenta evaluaciones negativas. Sin embargo, cabe resaltar que más del 75% de las personas entrevistadas, lo considera muy adecuado, siendo este claro y legible en las piezas gráficas a utilizar en la publicidad del Hogar Príncipe de Paz.

8. ¿Considera que los artes presentados son ideales para presentar en plataformas digitales?



Los artes presentados son considerados adecuados para ser presentados en plataformas digitales, presentando más del 70% como muy adecuados, pues las personas entrevistadas consideran que son piezas gráficas que transmiten emociones, con un copy adecuado, y tipografía clara y legible.

## 9. Observaciones

Las personas encuestadas, consideran que es adecuado utilizar los elementos dentro de las fotografías en la misma posición, es decir, colocar el texto y logotipo en un mismo lugar para todas las piezas graficas digitales. Asimismo, consideran que pueden combinarse los mensajes dentro de las fotografías, para que lo visual vaya más de la mano con lo textual.

### **8.4 Cambios con base a los resultados**

Los encuestados señalaron dos cambios que deseaban aplicar en las piezas graficas digitales. (ver anexo 2).

- Intercambiar mensajes de fotografías “Amar es compartir” con “Amar es proteger”.
- Reticular artes digitales.

8.4.1 Antes	8.4.2 Después	8.4.3 Justificación
 <p>Amar es <i>proteger.</i></p>	 <p>Amar es <i>compartir.</i></p>	<p>Se cambió el mensaje de la fotografía, con el objetivo que fuera más enfocado a la emoción que transmite la fotografía.</p>
 <p>Amar es <i>compartir.</i></p>	 <p>Amar es <i>proteger.</i></p>	<p>Se cambió el mensaje de la fotografía, con el objetivo que fuera más enfocado a la emoción que transmite la fotografía.</p>
 <p>Amar es <i>dar.</i></p>	 <p>Amar es <i>dar.</i></p>	<p>Se trabajó en la retícula del arte, con el objetivo que se viera más ordenado.</p>

**CAPÍTULO IX**  
**PROPUESTA GRÁFICA FINAL**

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

**Propuesta final.** Contenido digital para la publicación en distintas redes sociales.

**Pieza 1.** Amar es compartir. Medida 800x800 px1.



Comparte con las niñas del hogar Príncipe de Paz a través de los distintos programas de donación. Conócelos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 2.** Amar es proteger. Medida 800x800 pxl.



Apóyanos a proveer protección a las niñas del hogar Príncipe de Paz a través de nuestros distintos programas de donación. Conócelos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/give-now>  
Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 3.** Amar es dar. Medida 800x800 pxl.



Se parte de nuestros programas de donación, dándoles a las niñas la oportunidad de desarrollarse como personas. Dentro de nuestros programas, podrás convivir con ellas, podrás ser parte de su alimentación diaria, entre otras actividades. Conócelos aquí

<http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 4.** Amar es compartir. Medida 800x800 pxl.



Comparte una tarde llena de diversión, alegría y amor con nuestras niñas del hogar Príncipe de Paz siendo parte de nuestros donadores. Conócenos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/learn-more/>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 5.** Amar es comprensión. Medida 800x800 pxl.



Se parte de los distintos programas de donación y comprende el trabajo que realizamos

diariamente en el hogar de niñas Príncipe de Paz. Conócenos aquí

<http://www.princeofpeacegt.org/learn-more/>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 6.** Amar es diversión. Medida 800x800 pxl.



Conoce de cerca y disfruta de una tarde divertida con las niñas del hogar Príncipe de Paz, siendo parte de nuestros distintos programas de donación. Conócelos aquí

<http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

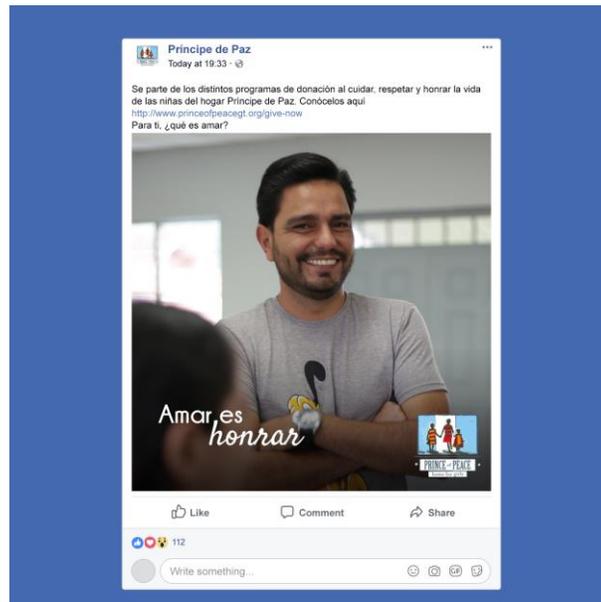
**Pieza 7.** Amar es escuchar. Medida 800x800 pxl.



Escuchar las necesidades de nuestro prójimo, llena nuestro corazón de alegría. Te invitamos a formar parte de nuestros distintos programas de donación <http://www.princeofpeacegt.org/give-now>

Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 8.** Amar es honrar. Medida 800x800 pxl.



Se parte de los distintos programas de donación al cuidar, respetar y honrar la vida de las niñas del hogar Príncipe de Paz. Conócelos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/give-now>  
Para ti, ¿qué es amar?

**Pieza 9.** Amar es trabajar en equipo. Medida 800x800 pxl.



Se parte del equipo de los donadores del hogar de niñas Príncipe de Paz y bendigamos la vida cada una de las niñas. Conócenos aquí <http://www.princeofpeacegt.org/learn-more/>  
Para ti, ¿qué es amar?

**CAPÍTULO X**  
**PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y**  
**DISTRIBUCIÓN**

## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

Este inciso especifica todos los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta: Medios impresos, audiovisuales, virtuales, alternativas, cantidad y costo de producción y reproducción del material presentado

### **10.1 Plan de costos de elaboración**

Para estimar el tiempo del diseño de piezas gráficas digitales del hogar de niñas Príncipe de Paz, se tomaron en cuenta aspectos como la recopilación de información teórica y conceptos de diseño fundamentas para la realización del proceso creativo y dar paso a la propuesta preliminar.

La siguiente tabla expresa y representa el plan de costos de la elaboración de estos materiales digitales:

<b>Actividad</b>	<b>Horas trabajadas</b>	<b>Total horas</b>
Recopilación de información	4 días (6 horas diarias)	24 horas
Proceso de bocetaje y lluvia de ideas	3 días (3 horas diarias)	9 horas
Convocatoria de voluntarios: Convocar a voluntarios a ser partícipes de la actividad, explicarla y dar indicaciones.	2 días (3 horas diarias)	6 horas
Pre Producción: Coordinar material a utilizarse en la producción de fotografías.	1 día (3 horas)	3 horas
Valor de cada hora trabajada Q.25.00		42 horas
		Q.1,050.00

## 10.2 Plan de costos de producción

La producción se llevó a cabo de la siguiente manera:

<b>Actividad</b>	<b>Horas trabajadas</b>	<b>Total horas</b>
Toma de fotografías	1 día (5 horas)	5 horas
Post Producción: Edición de fotografías, elaboración de materiales digitales	6 días (3 horas diarias)	18 horas
Valor de cada hora trabajada Q.25.00		23 horas
		Q.575.00

### 10.3 Plan de costos de distribución

Medios	Costo por mes	Costo total
Medios digitales	Q.1,500.00	Q.4,500.00

### 10.4 Margen de utilidad

El 20% de utilidad de esta producción es de Q.1,125.00

### 10.5 IVA

El costo del Impuesto del Valor Agregado (IVA) es de Q870.00

### 10.6 Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q1,050.00
Plan de costos de producción	Q575.00
Plan de costos de distribución	Q4,500.00
<i>Subtotal</i>	<i>Q6,125.00</i>
Margen de utilidad 20%	Q1,125.00
<i>Subtotal</i>	<i>Q7,250.00</i>
IVA	Q870.00
<b>Gran Total</b>	<b>Q7,985.00</b>

# **CAPÍTULO XI**

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

- Se diseñó una campaña institucional con el objetivo de generar conocimiento a donadores potenciales sobre el hogar de niñas Príncipe de Paz. Asimismo, para que se vieran interesados en formar parte de los distintos programas de donación con los que cuenta el hogar.
- Se transmitió un mensaje simple y claro en los mensajes, basándose en el concepto del amor, mostrando momentos reales vividos durante una actividad de voluntariado en el hogar de niñas.
- Se buscó tomar fotografías espontáneas para que el mensaje a transmitir fuera más claro y emotivo frente al espectador.

## **11.2 Recomendaciones**

- Las organizaciones no lucrativas, muchas veces no se enfocan en generar contenido real para transmitir los mensajes. Sin embargo, se comprobó que tiene mejores resultados ante un público, las fotografías que transmiten emociones.
- En Guatemala existe gran cantidad de personas interesadas en formar parte activa de organizaciones que den algún beneficio a un grupo específico de personas en Guatemala, sin embargo, hace falta comunicar.
- Una estrategia de mercadeo digital implementada de la manera correcta, da beneficios a la organización.
- Estudiar a tu grupo objetivo, permite dar mensajes claves y enfocados en las campañas institucionales.

**CAPÍTULO XII**  
**CONOCIMIENTO GENERAL**

## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.1 Conocimiento general

Durante la carrera de Comunicación y Diseño Gráfico se obtuvieron los conocimientos necesarios y habilidades para llevar a cabo el presente proyecto: enfocado en el Diseño de material digital a través de la fotografía.



**CAPÍTULO XIII**  
**REFERENCIAS**

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias libros

#### G

Gilbert, J. (1997). *Introducción a la Sociología*. Santiago de Chile. LOM Ediciones. Pág. 616

### 13.2 Referencias de páginas en el world wide web

#### C

Chen, C. (2019). *Significado de Elementos de la comunicación*. Significados. Recuperado 24/5/2019. Disponible online: <https://www.significados.com/elementos-de-la-comunicacion/>

#### G

García, J. (s.f.). *Psicología del color: significado y curiosidades de colores*. Psicología y Mente. Recuperado 9/10/2018. Disponible online: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

#### K

Karam, T. (2014). *Introducción a la semiótica de la imagen*. PortalComunicación.com. Recuperado 14/9/2019. Disponible online: [http://www.portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=23](http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23)

## L

Laines, P. (2016). *¿Qué es Publicidad Digital y qué formatos de pauta existen?*. ilifebelt.com. Recuperado 14/8/2018. Disponible online: <https://ilifebelt.com/la-publicidad-digital-formatos-pauta-existen/2016/09/>

## O

Otero, E. (s.f). *Los 12 rasgos que delatan el perfil de un abusador*. Familias.com. Recuperado 14/9/2018. Disponible online: <https://www.familias.com/los-12-rasgos-que-delatan-el-perfil-de-un-abusador-sexual-te-sorprendera-lo-que-vas-a-descubrir/>

## P

Pérez, J. y Gardey, A. (2015). *Definición de voluntario*. Definición.de. Recuperado 7/8/2018. Disponible online: <https://definicion.de/voluntario/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2013). *Definición de Organismo Gubernamental*. Definición.de. Recuperado 7/8/2018. Disponible online: <https://definicion.de/organismo-gubernamental/>

## R

Roldán, M. (s.f.). *Tipos de abuso infantil*. Etapa Infantil. Recuperado 7/8/2018. Disponible online: <https://www.etapainfantil.com/tipos-abuso-infantil>

Rubio, M. (2017). *Tipos de voluntariado*. voluntariado.net. Recuperado 7/8/2018. Disponible online: <https://voluntariado.net/?s=Tipos+de+voluntariado>

Raffino, M. (2018). *Concepto de fotografía*. Concepto,de. Recuperado 2/5/2019. Disponible <https://concepto.de/fotografia/>

Raffino, M. (2019). *Qué es la comunicación*. Concepto,de. Recuperado 2/5/2019. Disponible online: <https://concepto.de/que-es-la-comunicacion/>

## T

Torres, N. (s.f.). *El maltrato infantil, tipos de abuso y signos de alarma*. Psicoactiva. Recuperado 7/8/2018. Disponible online: <https://www.psicoactiva.com/blog/maltrato-infantil-tipos-abuso-signos-alarma/>

## V

Vera, V. (2013). *Cuales son los principales signos de maltrato y abuso sexual en los chicos*. La Nación. Recuperado 9/9/2018. Disponible online: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/cuales-son-los-principales-signos-del-abuso-o-acoso-sexual-en-los-chicos-nid1584291>

### 13.3 Referencias blogs

## G

Gisbert, S. (s.f.). *¿Qué es una sesión de Fotografía Lifestyle*. Sergio Gisbert. Recuperado 14/5/2019. Disponible online: <https://www.sergiogisbertfotografia.com/fotografia-lifestyle-como-hacer-un-reportaje/>

## H

Hernández, L. (2012). *Clasificación de los tipos de comunicación*. Expresionsocoshernandez.

Recuperado 7/8/2018. Disponible online:

<http://expresionsocoshernandez.blogspot.com/2012/03/clasificacion-de-los-tipos-de.html>

## M

Mgraphicdesigners. (2010). *Clasificación del Diseño Gráfico*. M Graphic Designer. Recuperado

7/8/2018. Disponible online:

<http://mgraphicdesigner.blogspot.com/2010/11/clasificacion-del-diseno-grafico.html>

## P

Psicoactiva. (2017). *Psicología de la imagen y su importancia*. Psicoactiva. Recuperado

9/9/2018. Disponible online: <https://www.psicoactiva.com/blog/psicologia-imagen-su-importancia/>

## V

Villalobos, C. (2017). *7 Elementos esenciales de diseño gráfico*. Blog.hubspot.es. Recuperado

7/8/2018. Disponible online: <https://blog.hubspot.es/marketing/elementos-diseno-grafico>

**CAPÍTULO XIV**  
**ANEXOS**

# Capítulo XIV: Anexos

## Anexo 1.

### Tabla de Niveles Socio Económicos 2015/Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q81,200.00	Q25,800.00	Q17,800.00	Q11,800.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	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 privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
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, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	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			
Servicios 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 salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, as asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avion-avioneta	Autos de 2-3 años, as asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, as asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, s in seguro	Auto compacto de 8-10 años, s in seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

## Anexo 2.

### Instrumento de validación o encuesta

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F	<input type="checkbox"/>	Experto:	<input type="checkbox"/>	Nombre:	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente:	<input type="checkbox"/>	Profesión:	<input type="text"/>
Edad:	<input type="text"/>	Grupo objetivo:	<input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text"/>
				Años de experiencia en el mercado:	<input type="text"/>

#### Encuesta de Validación del proyecto

DISEÑO DE MATERIAL DIGITAL, PARA GENERAR CONOCIMIENTO DEL HOGAR DE NIÑAS PRINCIPE DE PAZ A DONADORES POTENCIALES UBICADO EN LA ZONA 8 DE MIXCO, SAN CRISTOBAL.

---

#### Antecedentes

El hogar Príncipe de Paz es una entidad privada, de beneficencia y apoyo social, cristiana, cultural, educativa, no lucrativa, no correccional, apolítica, eminente civil; establecida en 1985 por el señor Alfonso Sánchez, quien es el fundador y primer director del hogar, con el objetivo de brindar ayuda y asistencia social a niñas huérfanas, abandonadas o que represen situación de riesgo social.

El hogar tiene como objetivo promover y desarrollar acciones en favor de las niñas y jóvenes de las comunidades necesitadas para mejorar su calidad de vida en cuanto a las necesidades básicas que demande su entorno en las áreas de educación, hogar, alimentación, salud y medio ambiente.

#### Instrucciones

Con base a la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

### Parte semiológica

1. Las fotografías, ¿les transmiten emociones?

Mucho  Poco  Muy poco

2. ¿El enfoque de las fotografías es el correcto?

Mucho  Poco  Muy poco

3. ¿El copy se complementa con la fotografía?

Muy agradable  Poco agradable  Nada agradable

### Parte Operativa

4. La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿es clara y limpia?

Mucho  Poco  Muy poco

5. La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿se complementan?

Mucho  Poco  Muy poco

6. ¿Considera que la ubicación del logotipo en las fotografías es la adecuada?

Muy adecuada  Mediamente adecuada  Poco adecuada

7. ¿Considera que el tamaño del texto dentro de la fotografía es el adecuado?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

8. ¿Considera que los artes presentados son ideales para presentar en plataformas digitales?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

Observaciones:

---

---

---

---

¡Agradezco mucho su tiempo!

## Anexo 3.

### Validación especialista de Comunicación y Diseño Gráfico

Instrumento de validación o encuesta:

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F  M  Experto:  Cliente:  Grupo objetivo:

Nombre: Carlos Jimenez  
Profesión:   
Puesto:   
Años de experiencia en el mercado: 10

Encuesta de Validación del proyecto

DISEÑO DE MATERIAL DIGITAL, PARA GENERAR CONOCIMIENTO DEL HOGAR DE NIÑAS PRINCIPE DE PAZ A DONADORES POTENCIALES UBICADO EN LA ZONA 8 DE MIXCO, SAN CRISTOBAL.

#### Antecedentes

El Hogar Príncipe de Paz es una entidad privada, de beneficencia y apoyo social, cristiana, cultural, educativa, no lucrativa, no correccional, apolítica, eminente civil, establecida en 1985 por el señor Alfonso Sánchez, quien es el fundador y primer director del hogar, con el objetivo de brindar ayuda y asistencia social a niñas huérfanas, abandonadas o que representen situación de riesgo social.

El hogar tiene como objetivo promover y desarrollar acciones en favor de las niñas y jóvenes de las comunidades necesitadas para mejorar su calidad de vida en cuanto a las necesidades básicas que demande su entorno en las áreas de educación, hogar, alimentación, salud y medio ambiente.

#### Instrucciones

Con base a la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

1. Las fotografías, ¿les transmiten emociones?

Mucho  Poco  Muy poco

2. ¿El enfoque de las fotografías es el correcto?

Si  No

3. ¿El copy se complementa con la fotografía?

Muy agradable  Poco agradable  Nada agradable

4. La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿es clara y limpia?

Mucho  Poco  Muy poco

5. Las tipografías utilizadas en las piezas gráficas, ¿se complementan?

Mucho  Poco  Muy poco

6. ¿Considera que la ubicación del logotipo en las fotografías es la adecuada?

Muy adecuada  Mediamente adecuada  Poco adecuada

7. ¿Considera que el tamaño del texto dentro de la fotografía es el adecuado?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

8. ¿Considera que los artes son ideales para presentar en plataformas digitales?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

Observaciones:

Revisar (posición standar del logotipo)

¡Agradeczo mucho su tiempo!

Instrumento de validación o encuesta:

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F  M  Experto:  Cliente:  Grupo objetivo:

Nombre: Ysabel Pérez  
Profesión: En Ciencias de la Comunicación  
Puesto:   
Años de experiencia en el mercado: 29

Encuesta de Validación del proyecto

DISEÑO DE MATERIAL DIGITAL, PARA GENERAR CONOCIMIENTO DEL HOGAR DE NIÑAS PRINCIPE DE PAZ A DONADORES POTENCIALES UBICADO EN LA ZONA 8 DE MIXCO, SAN CRISTOBAL.

#### Antecedentes

El Hogar Príncipe de Paz es una entidad privada, de beneficencia y apoyo social, cristiana, cultural, educativa, no lucrativa, no correccional, apolítica, eminente civil, establecida en 1985 por el señor Alfonso Sánchez, quien es el fundador y primer director del hogar, con el objetivo de brindar ayuda y asistencia social a niñas huérfanas, abandonadas o que representen situación de riesgo social.

El hogar tiene como objetivo promover y desarrollar acciones en favor de las niñas y jóvenes de las comunidades necesitadas para mejorar su calidad de vida en cuanto a las necesidades básicas que demande su entorno en las áreas de educación, hogar, alimentación, salud y medio ambiente.

#### Instrucciones

Con base a la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

1. Las fotografías, ¿les transmiten emociones?

Mucho  Poco  Muy poco

2. ¿El enfoque de las fotografías es el correcto?

Si  No

3. ¿El copy se complementa con la fotografía?

Muy agradable  Poco agradable  Nada agradable

4. La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿es clara y limpia?

Mucho  Poco  Muy poco

5. Las tipografías utilizadas en las piezas gráficas, ¿se complementan?

Mucho  Poco  Muy poco

6. ¿Considera que la ubicación del logotipo en las fotografías es la adecuada?

Muy adecuada  Mediamente adecuada  Poco adecuada

7. ¿Considera que el tamaño del texto dentro de la fotografía es el adecuado?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

8. ¿Considera que los artes son ideales para presentar en plataformas digitales?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

Observaciones:

En general me parece un buen proyecto que cumple con el objetivo de generar conocimiento del hogar y contribuir a los donadores potenciales  
Ysabel Pérez

¡Agradeczo mucho su tiempo!

Instrumento de validación o encuesta:

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F  Experto:   
M  Cliente:   
Edad: 52 Grupo objetivo:   
Nombre: CARLOS FRANCO  
Profesión: DISEÑADOR GRAFICO  
Puesto: DISEÑADOR  
Años de experiencia en el mercado: 30

Encuesta de Validación del proyecto

DISEÑO DE MATERIAL DIGITAL PARA GENERAR CONOCIMIENTO DEL HOGAR DE NIÑAS PRINCIPE DE PAZ A DONADORES POTENCIALES UBICADO EN LA ZONA 8 DE MIXCO, SAN CRISTOBAL.

Antecedentes

El Hogar Príncipe de Paz es una entidad privada, de beneficencia y apoyo social, cristiana, cultural, educativa, no lucrativa, no correccional, apolítica, eminente civil; establecida en 1985 por el señor Alfonso Sánchez, quien es el fundador y primer director del hogar, con el objetivo de brindar ayuda y asistencia social a niñas huérfanas, abandonadas o que representen situación de riesgo social.

El hogar tiene como objetivo promover y desarrollar acciones en favor de las niñas y jóvenes de las comunidades necesitadas para mejorar su calidad de vida en cuanto a las necesidades básicas que demande su entorno en las áreas de educación, hogar, alimentación, salud y medio ambiente.

Instrucciones

Con base a la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

1. Las fotografías, ¿les transmiten emociones?

Mucho  Poco  Muy poco

2. ¿El enfoque de las fotografías es el correcto?

Si  No

3. ¿El copy se complementa con la fotografía?

Muy agradable  Poco agradable  Nada agradable

4. La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿es clara y limpia?

Mucho  Poco  Muy poco

5. Las tipografías utilizadas en las piezas gráficas, ¿se complementan?

Mucho  Poco  Muy poco

6. ¿Considera que la ubicación del logotipo en las fotografías es la adecuada?

Muy adecuada  Mediamente adecuada  Poco adecuada

7. ¿Considera que el tamaño del texto dentro de la fotografía es el adecuado?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

8. ¿Considera que los artes son ideales para presentar en plataformas digitales?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

Observaciones:

- CONSIDERAR MAS LA UBICACION DEL LOGOTIPO  
- QUIZA UNA PIEZA COMO UBICAR LOS RITMOSES.

¡Agradezco mucho su tiempo!

Instrumento de validación o encuesta:

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F  Experto:   
M  Cliente:   
Edad: 35/6 Grupo objetivo:   
Nombre: Chusca Paz  
Profesión:   
Puesto:   
Años de experiencia en el mercado: 10/0

Encuesta de Validación del proyecto

DISEÑO DE MATERIAL DIGITAL PARA GENERAR CONOCIMIENTO DEL HOGAR DE NIÑAS PRINCIPE DE PAZ A DONADORES POTENCIALES UBICADO EN LA ZONA 8 DE MIXCO, SAN CRISTOBAL.

Antecedentes

El Hogar Príncipe de Paz es una entidad privada, de beneficencia y apoyo social, cristiana, cultural, educativa, no lucrativa, no correccional, apolítica, eminente civil; establecida en 1985 por el señor Alfonso Sánchez, quien es el fundador y primer director del hogar, con el objetivo de brindar ayuda y asistencia social a niñas huérfanas, abandonadas o que representen situación de riesgo social.

El hogar tiene como objetivo promover y desarrollar acciones en favor de las niñas y jóvenes de las comunidades necesitadas para mejorar su calidad de vida en cuanto a las necesidades básicas que demande su entorno en las áreas de educación, hogar, alimentación, salud y medio ambiente.

Instrucciones

Con base a la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

1. Las fotografías, ¿les transmiten emociones?

Mucho  Poco  Muy poco

2. ¿El enfoque de las fotografías es el correcto?

Si  No

3. ¿El copy se complementa con la fotografía?

Muy agradable  Poco agradable  Nada agradable

4. La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿es clara y limpia?

Mucho  Poco  Muy poco

5. Las tipografías utilizadas en las piezas gráficas, ¿se complementan?

Mucho  Poco  Muy poco

6. ¿Considera que la ubicación del logotipo en las fotografías es la adecuada?

Muy adecuada  Mediamente adecuada  Poco adecuada

7. ¿Considera que el tamaño del texto dentro de la fotografía es el adecuado?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

8. ¿Considera que los artes son ideales para presentar en plataformas digitales?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

Observaciones:

- no están las piezas especificadas  
- pocas fotografías

¡Agradezco mucho su tiempo!

Instrumento de validación o encuesta:

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
FACOM  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F  M  Experto:  Cliente:  Grupo objetivo:  Edad:  Nombre: Verónica Franco Profesión: Trabajo en Com. y Educación Puesto: Coordinadora Años de experiencia en el mercado: 29

Encuesta de Validación del proyecto

DISEÑO DE MATERIAL DIGITAL, PARA GENERAR CONOCIMIENTO DEL HOGAR DE NIÑAS PRINCIPE DE PAZ A DONADORES POTENCIALES UBICADO EN LA ZONA 8 DE MIXCO, SAN CRISTOBAL.

#### Antecedentes

El Hogar Príncipe de Paz es una entidad privada, de beneficencia y apoyo social, cristiana, cultural, educativa, no lucrativa, no correccional, apolítica, eminente civil; establecida en 1985 por el señor Alfonso Sánchez, quien es el fundador y primer director del hogar, con el objetivo de brindar ayuda y asistencia social a niñas huérfanas, abandonadas o que representen situación de riesgo social.

El hogar tiene como objetivo promover y desarrollar acciones en favor de las niñas y jóvenes de las comunidades necesitadas para mejorar su calidad de vida en cuanto a las necesidades básicas que demande su estorno en las áreas de educación, hogar, alimentación, salud y medio ambiente.

#### Instrucciones

Con base a la información anterior, observe las piezas gráficas y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

1. Las fotografías, ¿les transmiten emociones?

Mucho  Poco  Muy poco

2. ¿El enfoque de las fotografías es el correcto?

Sí  No

3. ¿El copy se complementa con la fotografía?

Muy agradable  Poco agradable  Nada agradable

4. La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿es clara y limpia?

Mucho  Poco  Muy poco

5. Las tipografías utilizadas en las piezas gráficas, ¿se complementan?

Mucho  Poco  Muy poco

6. ¿Considera que la ubicación del logotipo en las fotografías es la adecuada?

Muy adecuada  Mediamente adecuada  Poco adecuada

7. ¿Considera que el tamaño del texto dentro de la fotografía es el adecuado?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

8. ¿Considera que los artes son ideales para presentar en plataformas digitales?

Muy adecuado  Mediamente adecuado  Poco adecuado

Observaciones: Tres son muy pocos, mínimo son

10. Mejor el logo no es legible, está muy cargado solo pueden ver las niñas!

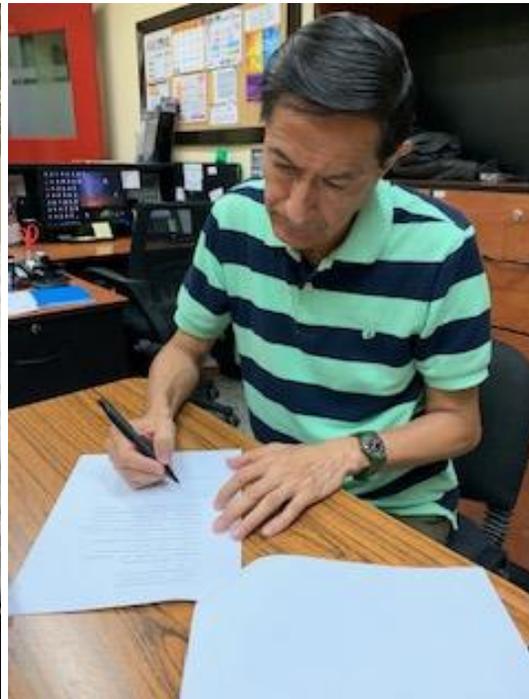
¡Agradezco mucho su tiempo!

→ Considero que la encuesta está incompleta con las 3 áreas que pide Facom (objetiva - la Operativa (medidas) C?)

→ Ovejas están en desorden



Validación con Lic. Carlos Jiménez



Validación con Lic. Carlos Franco



Validación con Licda. Wendy Franco



Validación con Licda. Lissette Pérez

## Anexo 4.

### Encuesta de Google Forms para grupo objetivo

#### Encuesta de Validación del proyecto

Observe las piezas gráficas y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

**\*Obligatorio**

**Nombre y apellido \***

Tu respuesta

**Edad \***

Tu respuesta

**Profesión \***

Tu respuesta

**Puesto de trabajo \***

Tu respuesta

**Años de experiencia en el mercado \***

Tu respuesta

**Las fotografías, ¿les transmiten emociones? \***

- Mucho  
 Poco  
 Muy poco

**¿El enfoque de las fotografías es el correcto? \***

- Mucho  
 Poco  
 Muy poco

**¿El copy se complementa con la fotografía? \***

- Mucho  
 Poco  
 Muy poco

**La tipografía utilizada en las piezas gráficas, ¿es clara y limpia? \***

- Mucho  
 Poco  
 Muy poco

**Las tipografías utilizadas en las piezas gráficas, ¿se complementan? \***

- Mucho  
 Poco  
 Muy poco

**¿Considera que la ubicación del logotipo en las fotografías es la adecuada? \***

- Muy adecuada  
 Mediamente adecuada  
 Poco adecuada

**¿Considera que el tamaño del texto dentro de la fotografía es el adecuado? \***

- Muy adecuado  
 Mediamente adecuado  
 Poco adecuado

**¿Considera que los artes presentados son ideales para presentar en plataformas digitales? \***

- Muy adecuado  
 Mediamente adecuado  
 Poco adecuado

**Observaciones**

Tu respuesta

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Nueva Guatemala de la Asunción, julio de 2019