



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO



**DISEÑO DE MATERIAL  
GRÁFICO PARA LA GESTIÓN  
DE PATROCINIOS  
DE LA ASOCIACIÓN  
EDUCANDO PARA LA VIDA**

ZARAGOZA, CHIMALTENANGO

PROYECTO DE GRADUACIÓN DESARROLLADO POR:  
**CARLOS ESTIVEN MARROQUIN SEQUEN**



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO



**DISEÑO DE MATERIAL  
GRÁFICO PARA LA GESTIÓN  
DE PATROCINIOS  
DE LA ASOCIACIÓN  
EDUCANDO PARA LA VIDA**  
ZARAGOZA, CHIMALTENANGO

PROYECTO DESARROLLADO POR:  
CARLOS ESTIVEN MARROQUIN SEQUEN

PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
**LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

GUATEMALA, MAYO DE 2018

“El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos”



---

## JUNTA DIRECTIVA

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
**Decano**

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea  
**Vocal I**

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
**Vocal II**

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García  
**Vocal III**

Br. María Fernanda Mejía Matías  
**Vocal IV**

Br. Lila María Fuentes Figueroa  
**Vocal V**

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos  
**Secretario Académico**

---

## TERNA DE ASESORES

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
**Decano**

Lic. Jose Francisco Chang Meneses  
**Asesor Metodológico**

Lic. Marco Antonio Morales Tomas  
**Asesor Gráfico**

Lic. Sharon Yanira Alonzo Lozano  
**Tercer Asesor**

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos  
**Secretario Académico**



# ÍNDICE

## CAPÍTULO 1 - PROTOCOLO -----

1.1 INTRODUCCIÓN -----	15
1.2 ANTECEDENTES -----	16
1.3 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA -----	19
1.4 JUSTIFICACIÓN -----	20
1.4.1 MAGNITUD -----	20
1.4.2 TRASCENDENCIA -----	20
1.4.3 VULNERABILIDAD -----	21
1.4.4 FACTIBILIDAD -----	21
1.5 OBJETIVOS -----	22
1.5.1 GENERAL -----	22
1.5.2 ESPECÍFICO -----	22

## CAPÍTULO 2 - PERFILES -----

2.1 ORGANIZACIÓN -----	26
2.2 POBLACIÓN QUE ATIENDE -----	28
2.3 GRUPO OBJETIVO DEL PROYECTO -----	29

## CAPÍTULO 3 - MARCO TEÓRICO -----

3.1 LA EDUCACIÓN COMO PRINCIPAL ELEMENTO DEL DESARROLLO INTEGRAL -----	34
3.2 DONANTES Y PATROCINADORES -----	35
3.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN -----	36
3.4 EL AUDIOVISUAL COMO CARTA DE PRESENTACIÓN -----	37
3.5 COMUNIQUÉMONOS CON AUDIOVISUALES -----	38



## **CAPÍTULO 4 - DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO** -----

4.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	42
4.2 DESARROLLO CREATIVO	44
4.2.1 SPICE & POEMS	44
4.2.2 INSIGHT	46
4.2.3 CONCEPTO CREATIVO	48
4.3 PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN	51
4.3.1 PROPUESTAS (BOCETOS)	51
4.3.2 AUTOEVALUACIÓN	55
4.3.3 ANÁLISIS DE AUTOEVALUACIÓN Y TOMA DE DECISIONES	55
4.4 SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN	56
4.4.1 PROPUESTAS (BOCETOS)	56
4.4.2 COEVALUACIÓN	58
4.4.3 ANÁLISIS DE COEVALUACIÓN Y TOMA DE DECISIONES	59
4.5 TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN	60
4.5.1 PROPUESTAS (BOCETOS)	60
4.5.2 EVALUACIÓN POR EL GRUPO OBJETIVO Y ORGANIZACIÓN	62
4.5.3 ANÁLISIS DE EVALUACIÓN	64

## **CAPÍTULO 5 - PROPUESTA FINAL DE DISEÑO Y FUNDAMENTACIÓN** -----

5.1 PROPUESTA FINAL DE DISEÑO	68
5.2 GRUPO FOCAL	76
5.3 FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL DE DISEÑO	77
5.4 CRITERIOS TÉCNICOS PARA LA PUESTA EN MARCHA	81
5.5 CUANTIFICACIÓN DEL APORTE ECONÓMICO	83

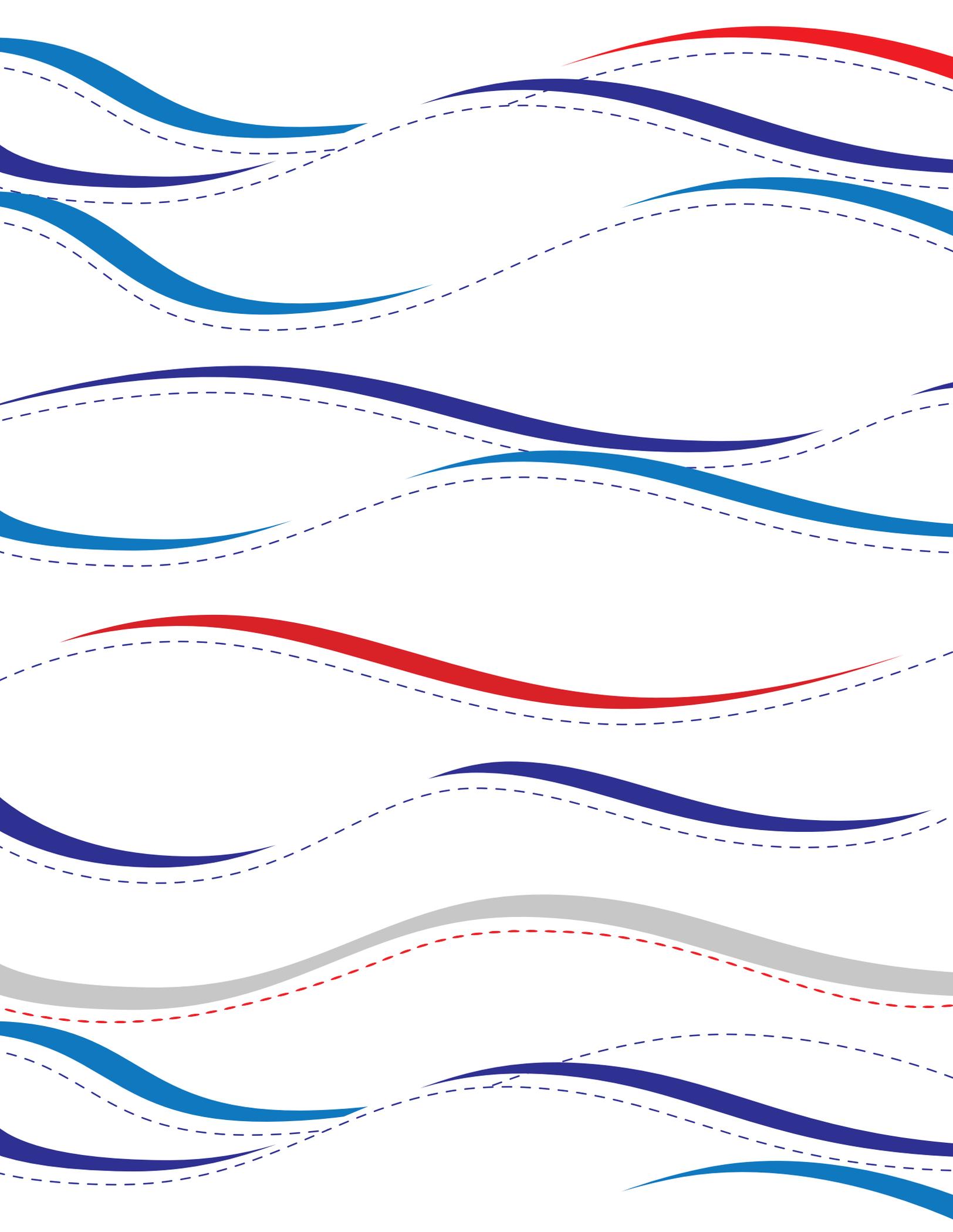
CONCLUSIONES	85
--------------	----

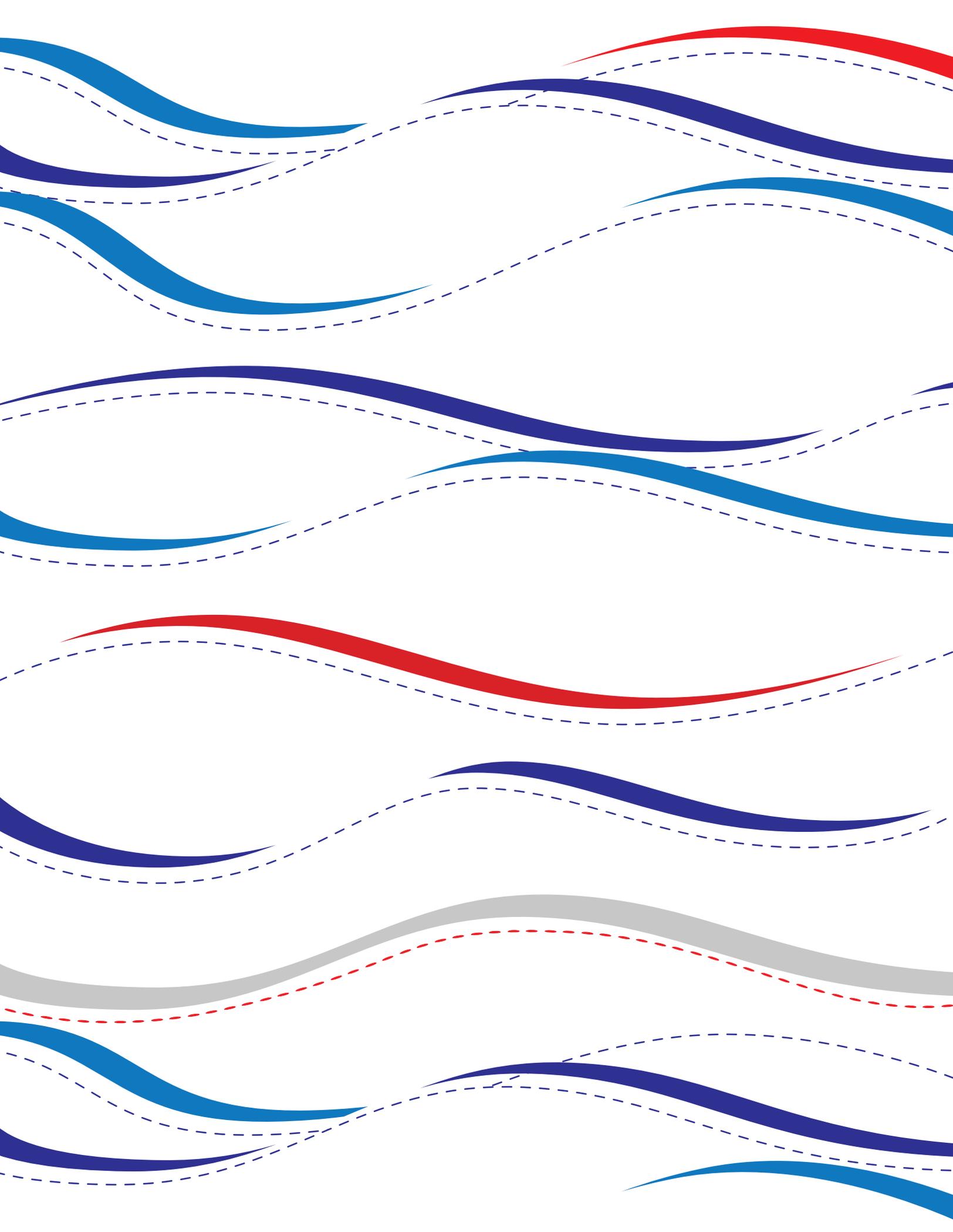
RECOMENDACIONES	87
-----------------	----

LECCIONES APRENDIDAS	89
----------------------	----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	90
-------------------------------	----

ANEXOS	92
--------	----







---

# PRESENTACIÓN

En Guatemala la educación es uno de los principales aspectos a tratar por muchos gobiernos. Sin embargo parece que va decayendo a lo largo de los años. Este proyecto va enfocado en la presentación de la labor de una asociación que atiende esta problemática y que busca mejorar la calidad educativa por medio de su programa base, Educación Alternativa.

**La asociación Educando para la Vida,** maneja varios programas y proyectos a beneficio de niños y sus familias en la comunidad de Zaragoza, Chimaltenango. Vela por el desarrollo integral y por una educación transformadora.

El presente proyecto trata del material audiovisual que permitirá gestionar patrocinadores que donen monetariamente al programa de educación que ejerce esta asociación. Se explica en cada capítulo, los métodos y técnicas que se utilizaron para llegar a solucionar gráficamente esta problemática. Se pretende obtener los recursos necesarios que la asociación pueda atender de una mejor manera a los beneficiados.





**Capítulo**

**1**

## **PROTOCOLO**

- » **Introducción**
- » **Antecedentes**
- » **Problema**
- » **Justificación**
- » **Objetivos**





## 1.1 INTRODUCCIÓN

En Guatemala existen varias instituciones, organizaciones no lucrativas dedicadas al desarrollo integral de la niñez, como un aporte a la educación del país. Una de ellas es la Asociación Educando para la Vida, que existe para contribuir en el desarrollo humano, social integral de la niñez y la juventud en riesgo a través de la educación alternativa.

La asociación impulsa oportunidades de desarrollo, preparando al niño para una vida digna, con valores incorporados a la sociedad en forma productiva y transformadora. Su enfoque primordial es la educación como punto de partida para el desarrollo integral, elevando así el capital humano y por ende combatir la pobreza.

Como asociación civil, promueve el uso de recursos locales bajo la filosofía del autosotén, desarrollando actividades a través del voluntariado de servicio.

Su función principal es el Programa de Educación Alternativa la cual es financiada mediante donativos, sin embargo el incremento de niños beneficiados al año demanda más donantes para cubrir sus necesidades. El desarrollo de materiales gráficos que den a conocer los servicios y las formas de colaborar económicamente a la asociación, favorecerán el aumento de donantes y patrocinadores.





## 1.2 ANTECEDENTES

Guatemala tiene una población relativamente joven, según la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI) en el 2011 registra que el 66.5% de los habitantes cuentan con menos de 30 años de edad, de los que se destacan en un rango de edad de 10 a 14 años, representando un 13.5 por ciento de la población total. La mayoría de estos niños y adolescentes se ve afectada por la falta de oportunidades, pobreza extrema, derecho de salud, trabajo infantil, problemas de desarrollo social, cultural y educativo.

**GUATEMALA  
ES UN PAÍS  
JÓVEN**

El 62.4% de la población del país vive en pobreza media y el 29.6% en extrema pobreza (ENCOVI 2011). Esta situación tiene especial impacto sobre niños y adolescentes. Como consecuencia de la pobreza en la vida de estos niños, están los problemas de salud, desnutrición, y la obligación de trabajar, que va disminuyendo su educación.

La falta de oportunidades limita a los niños a desenvolverse socialmente e intelectualmente, producidos en un entorno que

no respetan sus derechos sino aumentan sus obligaciones, obteniendo así una suspensión en su desarrollo. La voluntad para desarrollarse integralmente disminuye, debido a familias desintegradas, pobreza extrema, desnutrición, discriminación por condición de género, trabajo infantil, migración de padres, vivienda sin condiciones, violencia intrafamiliar, ausencia permanente de los padres, alcoholismo o drogadicción, embarazos prematuros, analfabetismo paterno, la falta de servicios y recursos, son los principales factores de exclusión educativa.

La búsqueda del desarrollo integral ha sido el principal motivo de la existencia de algunas organizaciones, instituciones, programas o asociaciones. La más grande consolidada y de mayor alcance es el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), siendo la red mundial establecida por las Naciones Unidas para promover el cambio y conectar a los países con los conocimientos, la experiencia

**EL 66.5%  
DE LA POBLACIÓN  
TIENE MENOS DE  
30 AÑOS**

**EL 62.4%  
DE LA POBLACIÓN  
VIVE EN POBREZA**



y los recursos necesarios para ayudar a los pueblos a forjar una vida mejor.

El PNUD inició sus actividades en Guatemala en 1975 y está presente en 166 países. Ha orientado su cooperación a fortalecer la capacidad nacional para abordar los retos del desarrollo humano y lograr una sociedad más democrática, equitativa y reconciliada. El PNUD y el gobierno, de manera conjunta, identifican un problema de desarrollo que afecta al país y cada uno aporta sus ventajas comparativas para resolverlo (PNUD, 2015).

A pesar de las organizaciones e instituciones que están aliadas al PNUD trabajan arduamente para el desarrollo del país, no es suficiente para abarcar toda la república. Su labor importante de aumentar Índice de Desarrollo Humano, se centra en tres dimensiones: tener una vida larga y saludable, la capacidad de adquirir conocimientos y la capacidad de lograr un nivel de vida digno (que según Informe sobre el Desarrollo Humano 2015, el IDH actual es de 0.627\*). En tal caso existe una propuesta que ayuda en la dimensión de adquirir conocimientos del IDH: La educación alternativa, siendo ésta contraria a la que tradicionalmente rige a proyectos educativos formales y oficiales.

La educación alternativa trata de formar estudiantes que se comprometan con su propio desarro-

llo personal y de su comunidad. Se trata de una lógica que puede construirse tanto dentro de un contexto escolar formal como extra-escolar. La alternatividad no consiste en una educación orientada a obtener notas, aprobar exámenes o a conseguir títulos, sino en una educación orientada al aprendizaje para la vida.

Un grupo de profesionales en el año 2001 decidieron implementar esta propuesta en el municipio de Zaragoza, departamento de Chimaltenango, donde el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo no tiene alcance. Tomando en cuenta las cifras del Índice de Desarrollo Humano según el informe del PNUD (2011) en este municipio es de 0.668\*, divididos en salud 0.699\* y educación 0.698\*, este grupo de profesionales dispusieron atender a esta problemática en este municipio a través de la creación de Educando para la Vida, una asociación de educación alternativa cristiana, civil, cultural no lucrativa de desarrollo humano integral para la niñez y la juventud en riesgo.

La asociación ha contribuido al desarrollo integral de niños y sus familias, desarrollando programas de educación y salud beneficiando a más de ciento cincuenta niños y sus familias. Como asociación civil promueve el uso de recursos locales y trabajan bajo la filosofía del auto sostén para ejecutar sus programas. Han tenido apoyo temporal de algunos

*\*El índice de desarrollo humano se expresa como valor entre 0 y 1, de manera que, cuanto más se acerca un país a la unidad, quiere decir que muestra un mejor desempeño en los resultados de desarrollo humano. (Dubois, 2006)*

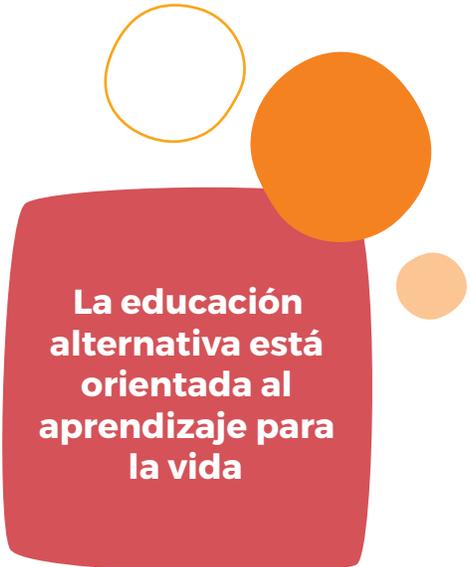


voluntarios para cubrir el área de comunicación, pero no han sido suficientes para satisfacer todas sus necesidades y dificultades que se le presentan cada día. Actualmente cuenta con una página [www.educandoparalavida.org](http://www.educandoparalavida.org) que fue donada a la asociación en el año 2014, donde describe y detalla información de la asociación, utilizada como un medio informático accesible para el que desee conocer la asociación; este medio es de gran ayuda en comunicación, pero al no contar con una persona encargada en comunicaciones, no ha sido suficiente.

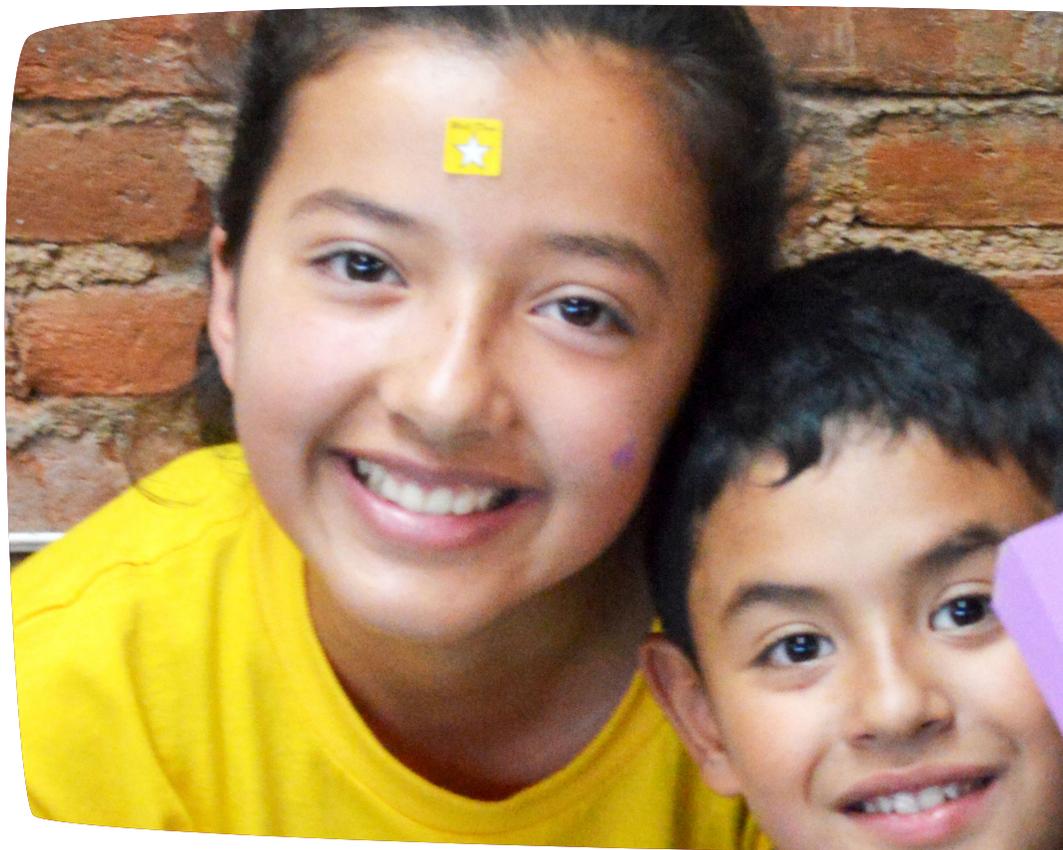
Educando para la Vida, en la actualidad atiende a más de ciento cincuenta niños y sus familias, beneficiando a la comunidad por medio del Programa de desarrollo integral como la educación alternativa, Programa de salud preventiva, Programa de desarrollo familiar, entre otros. Como asociación civil, mantiene la filosofía del voluntariado y del auto financiamiento. Los programas son puestos en marcha gracias a este auto sostén, brindando a la comunidad servicios de bajo costo para las personas beneficiadas. Pero existen programas y proyectos como la educación alternativa que funcionan gracias a la colaboración de algunos donantes amigos de la asociación y aportan según dispongan.

Su labor es gran impacto sobre la vida de sus participantes, dándose a conocer también a través de las redes sociales. Por ser un medio de comunicación

accesible, se ha logrado el aumento anual de voluntarios para algunos proyectos, de 5% al 10% aproximadamente. Al no ser financiado o patrocinado por alguna organización privada, estatal o alguna institución extranjera, han logrado recaudar fondos por medio de la página en facebook y el uso del correo electrónico, pero principalmente ha sido por la confianza entre donantes y voluntarios, que han compartido de la misión y visión de la asociación a otros profesionales, motivando a colaborar económicamente a los programas que promueve, obteniendo así más donantes y voluntarios que han ayudado, pero han sido temporales.



**La educación  
alternativa está  
orientada al  
aprendizaje para  
la vida**





---

## 1.3 PROBLEMA

El desarrollo humano tiene como propósito ampliar las libertades reales de las personas para que sean y hagan lo que valoran y tienen razón para valorar. El incremento de la escolaridad para el desarrollo integral, eleva consigo mismo el capital humano y ayuda a combatir la pobreza.

En apoyo a la educación del país, la función principal de la asociación Educando para la vida es el Programa de Educación Alternativa, el cual es financiado mediante donativos, sin embargo el incremento del 10% de niños beneficiados al año demanda más recursos para cubrir sus necesidades.

A causa del uso inadecuado de los medios de comunicación y materiales de información inapropiados que posee la asociación, gran parte de la comunidad local, nacional y extranjera la desconoce, por lo que dificulta la recaudación de fondos y apoyo financiero. La página web con que ahora cuenta, ha ayudado a que la información de la asociación sea accesible.

El logotipo se ha posicionado ya en las personas participantes de los programas y proyectos. No cuentan con material informativo impreso, ni presencia en redes sociales. Saber cómo donar a la asociación se hace difícil, a menos que conozcan los datos de la misma.





## 1.4 JUSTIFICACIÓN

### 1.4.1 Magnitud

La cabecera municipal de Zaragoza del departamento de Chimaltenango, cuenta con dos escuelas públicas y seis instituciones privadas que colaboran a la educación de la comunidad, pero la insuficiencia en cubrir la escolaridad se hace presente. Se hace necesario para los niños que residen en este lugar, que participen en procesos educativos como la educación alternativa.

La asociación Educando para la Vida ubicada en este municipio, se pone al servicio de 17,900 habitantes y existe para contribuir al desarrollo humano y la formación integral de la niñez y la juventud. En sus inicios atendía de 15 a 20 niños estudiantes de nivel primario de escuelas públicas. El incremento del 10% en número de niños en los últimos tres años ha sido evidente, beneficiando actualmente de forma directa en la educación a 150 niños, 50 jóvenes y 50 familias; de forma indirecta beneficia a casi 1000 niños y 150 familias de la comunidad. Aumentando consigo los costos de los programas para que sean desarrollados.

### 1.4.2 Trascendencia

La problemática de este tema se ha presentado desde que la asociación inició sus actividades, por no contar con los recursos necesarios para su funcionamiento, sin embargo siempre ha salido adelante.

Hoy en día, los distintos medios de comunicación que existen han hecho cambios evidentes en las personas, que a través de la ejecución correcta de una buena estrategia de comunicación, se han obtenido los resultados esperados.

El material impreso y digital, presentado en diferentes medios de comunicación que promuevan los servicios que brinda la Asociación puede lograr impactar al usuario mediante el mensaje que se le da, consiguiendo así persuadir al público a colaborar con la asociación. Pero no solo es lograr convencer de la necesidad existente, sino de describir cuales son los pasos que se deben seguir para poder colaborar y cómo o de qué manera lo pueden hacer. Esto ayudará a que muchas personas conozcan la facilidad de dar una donación y así atender a la problemática de educación en nuestro país.





Logrando tener más colaboradores y donantes, se podrán cubrir las necesidades presentadas y atender a niños, niñas, adolescentes y familias que crecen en número cada año. Llevando así a que más voluntarios deseen involucrarse en servicio de la comunidad y que puedan surgir más programas en beneficio de la comunidad.

#### **1.4.3 Vulnerabilidad**

Al carecer de una estrategia de comunicación adecuada, la asociación Educando para la Vida perderá la oportunidad de obtener donantes y cooperantes que hagan posible cubrir las necesidades que se presenten. Los ingresos no serían los necesarios, obligando a la asociación a suspender programas por falta de fondos y a estancarse en el desarrollo de proyectos.

El acceso limitado de información para poder donar, representa una dificultad para atender la cantidad de beneficiados que actualmente posee.

#### **1.4.4 Factibilidad**

La asociación ha identificado esta problemática, estando en la total disposición de apoyar al diseñador con lo necesario. Los coordinadores de programas y director de la asociación están disponibles en la sede en días hábiles, por lo que la obtención de información o asuntos administrativos están al alcance. Tienen considerado en su presupuesto un apartado para proyectos, materiales y lo que se requiera para el desarrollo de soluciones ante estas dificultades de comunicación.



---

## 1.5 OBJETIVOS

### 1.5.1 Objetivo General:

Promover los servicios que brinda la Asociación Educando para la Vida enfatizando las maneras de colaborar con la misma, a través de una estrategia de comunicación audiovisual.

### 1.5.2.1 Objetivo específico de comunicación:

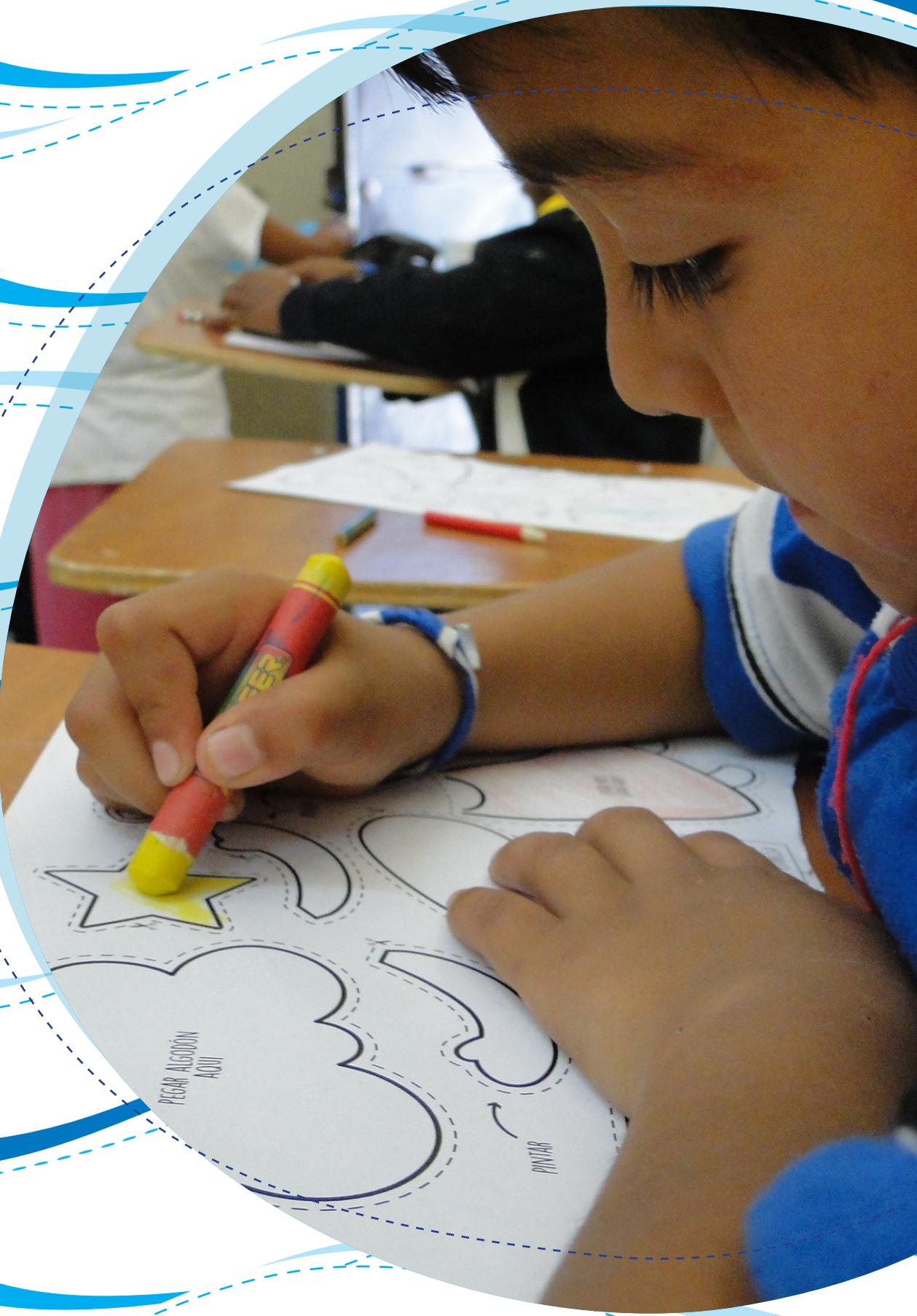
Persuadir al grupo objetivo a tomar a la asociación como una oportunidad para colaborar económicamente a la educación alternativa.

### 1.5.2.2 Objetivo específico de diseño:

Desarrollar un material audiovisual para presentar la asociación y que facilite la información de cómo donar o colaborar.







PEGAR ALGOBÓN  
AQUÍ

PINTAR



**Capítulo**

**2**

## **PERFILES**

- » Organización
- » Población que atiende
- » Grupo objetivo del proyecto



**EDUCANDO  
PARA LA VIDA**

## 2.1 ORGANIZACIÓN

**Nombre de la institución:** Asociación de Educación Alternativa Cristiana “Educando para la Vida”

**Tipo de institución:** Asociación civil, cultural, cristiana, no lucrativa de desarrollo humano integral para la niñez y la juventud en riesgo

**Ubicación geográfica:** 1ª. Avenida 3-99 Zona 4, Zaragoza, Chimaltenango

**Teléfonos:** 7830-5927 y 5697-0798

**Sitio web:** [www.educandoparalavida.org](http://www.educandoparalavida.org)

**Facebook/educando para la vida**

**Visión:** Vida digna, con educación integral para los niños y niñas en riesgo. Que lleguen a ser hombres y mujeres, profesionales, con una visión cristiana de la vida y que sean agentes de cambio integral de su familia, su comunidad y su país.

**Misión:** Educar para la vida, creando oportunidades de desarrollo integral para los niños, niñas y adolescentes en riesgo.

**Principios y Valores:** Creen en la educación como elemento indispensable para la transformación integral de las personas.

Es una asociación interdisciplinaria, enfocada en la creación de oportunidades de desarrollo a través de la educación alternativa transformadora que integra la fe cristiana en todos los aspectos de la vida de la persona y la vida en comunidad.

### **Políticas:**

- Es una asociación que promueve el uso de recursos locales y desarrolla proyectos de auto sostenibilidad para ejecutar sus programas.
- Desarrolla sus actividades a través del voluntariado de servicio.
- Tiene alianzas de cooperación con la Escuela Pública, las iglesias cristianas, las organizaciones comunitarias y entidades afines.

### **Objetivos:**

- Impulsar oportunidades de desarrollo y capacitación profesional en su propio contexto comunitario a niños y jóvenes preparándolos para una vida digna con valores incorporada a la sociedad en forma productiva y transformadora
- Facilitar el cambio hacia una vida digna con valores éticos personales familiares, sociales, cívicos y culturales.
- Contribuir en el desarrollo humano, social integral de la niñez y la juventud en riesgo a través de la educación alternativa.

*Educando Para la Vida (2016) Recuperado de:  
<http://www.educandoparalavida.org>*



## Programas:

### **1. Programa de Educación Alternativa Cristiana Para Niños en Riesgo.**

Es un programa permanente de reforzamiento dirigido a los niños en riesgo de repitencia y deserción escolar.

### **2. Programa de Educación en Artes y Tecnología.**

Ofrece cursos básicos a la comunidad. Fortalece el desarrollo educativo con recursos de informática a los niños, jóvenes y madres de áreas marginales. Facilita el acceso a nuevos conocimientos culturales, científicos, históricos y sociales a través de la educación virtual.

### **3. Programa de Incidencia en Formación de Liderazgo y Desarrollo Comunitario.**

Busca complementar la salud en la educación a través de charlas, jornadas, botiquín permanente. Contiene un proyecto específico para la salud que provee garrafones de agua pura a los niños beneficiados del programa de Educación Alternativa y a la comunidad. Anualmente se realiza un campamento de formación para el servicio dirigido a jóvenes, estudiantes y profesionales universitarios.

*Educando Para la Vida (2016) Recuperado de:  
<http://www.educandoparalavida.org>*





## 2.2 POBLACIÓN QUE ATIENDE

### Niños y niñas, adolescentes y jóvenes en riesgo

#### PERFIL DEMOGRÁFICO:

*Género:*

Femenino y masculino

*Edades:* 7 - 16 años

*Área geográfica:*

Área rural.

Zaragoza, Chimaltenango,  
Guatemala.

*Grado académico:*

Nivel de educación primaria.

#### PERFIL SOCIOECONÓMICO:

*Nivel socioeconómico:* D1, D2  
(Bajo).

*Ingreso mensual del núcleo familiar:* menor de Q.2,500.00

*Número de integrantes en la familia:*

5 - 7 personas.

*Vivienda:* Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. Casi siempre Alquiladas. (Multivex, 2009)

*Equipamiento de la casa:* Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor, radio

y electrodomésticos básicos de cocina.

*Estilo de vida:* Mayoritariamente pertenecen a familias disfuncionales o desintegradas. A causa de la necesidad en el hogar, deben ayudar a los padres en el sustento diario.

*Transporte utilizado:* Mayoritariamente en transporte público.

*Educación:* Su educación es en escuelas públicas de la comunidad.

#### PERFIL PSICOGRÁFICO:

Trabajan desde la temprana edad. Poseen responsabilidades prematuras. Sus padres son menos capaces de proporcionar suficiente asistencia médica para ellos en condiciones crónicas de salud, lo que conduce a problemas de salud importantes más adelante en vida. Con la esperanza de cambiar un día. Desigualdad familiar. Los padres no infunden motivación por dictar una creencia en la educación como su desarrollo. (Valladares, 2014)





## 2.3 GRUPO OBJETIVO

Profesionales, con alto poder adquisitivo, personas con capacidad de hacer donaciones o ser parte de alguno de los proyectos y programas por medio del voluntariado. Patrocinadores nacionales de 45 – 55 años de nivel socioeconómico medio alto.

### PERFIL DEMOGRÁFICO:

*Edades:*  
45-55 años

*Género:*  
Femenino y masculino

*Área geográfica:*  
Área Urbana, Guatemala.

*Grado académico:*  
Profesionales universitarios en área específica (licenciatura, especialidad, maestrías).

*Ocupación:*  
Ejecutivos de empresas, mandos medios.

*Estado civil:*  
Solteros, casados y viudos.

*Nacionalidad:*  
Guatemalteca

### PERFIL SOCIOECONÓMICO:

*Nivel socioeconómico:* C1, C2 (Medio alto).

*Ingreso mensual:* Q11,000.00 a Q. 25,000.00

*Número de integrantes en la familia:*  
4 personas.

*Vivienda:* poseen casa propia y lujosa, con más de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales (Pueden ser hechas a sus especificaciones). La mayoría viven en condominio, en donde las persona valoran aspectos como la seguridad. (Steele, 2013)

*Equipamiento de la casa:* poseen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisores, aparatos eléctricos, cable, internet, sistema de vigilancia), servicios domésticos, telefonía y computadoras.

*Estilo de vida:* Profesionales liberales de diversa calificación,



asalariados del sector público o privado, o independientes, empleados calificados con alta remuneración. Poseen altos niveles de escolaridad. Forman parte de un sector alto con educación superior completa. Asisten a restaurantes lujosos, lugares turísticos nacionales y extranjeros, gimnasios lujos y espectáculos pagados.

*Servicio Doméstico:* uno como mínimo.

*Flujo de efectivo:* financiamiento a través de tarjetas de crédito. Poseen varias cuentas bancarias, seguros de vida y médico.

*Servicios de salud a su disposición:* Privada, algunos utilizan seguros médicos de atención nacional.  
*Vehículos a su servicio:* Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente. Viajan al extranjero ocasionalmente. Algunas veces un diez por ciento aproximadamente utiliza transporte público.

*Educación de sus hijos:* La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.

*Escolaridad de los integrantes de la familia:* 6 a 11 años de escolaridad.

### **PERFIL PSICOGRÁFICO:**

*Personalidad:* Altruistas, con un sentimiento de preocupación por los demás y los comportamientos de dedicación y entrega a los otros. Prestan servicios constructivos a los demás, lo que suele resultar gratificante para la persona que lo realiza, se exigen esfuerzo extra y renuncia a las comodidades pero se ven limitados por el tiempo. (Valladares, 2014)

*Intereses y gustos:* utilizan computadora e internet. Hacen turismo nacional y algunas veces extranjero.

*Valores:* perseverancia, abiertos al cambio, lealtad familiar, servicio, honestidad, generosidad.

*Principios:* disciplina, eficacia, sostenibilidad, imparcialidad y transparencia

### **RELACIÓN ENTRE EL GRUPO OBJETIVO DEL PROYECTO Y LA INSTITUCIÓN:**

Estas personas cuentan con la capacidad económica para apoyar a la Asociación. Se sienten identificados con la misión y visión de la asociación. Tienen el compromiso de apoyar el desarrollo integral de niños y jóvenes. Existe una estrecha relación de amistad con la asociación, por la labor que realiza y las necesidades que atiende. Estas mismas personas, al ser parte de la asociación, incentivan a otras a colaborar en programas y proyectos en marcha.







**Capítulo**

# 3

## **MARCO TEÓRICO**

- » La educación como principal elemento del desarrollo
- » Donantes y patrocinadores ¿Dónde encontrarlos?
- » Los medios de comunicación para promoción
- » El audiovisual como carta de presentación
- » Comuniquémonos con audiovisuales



### 3.1 La educación como principal elemento en el desarrollo integral de la persona

La educación ha sido una parte sumamente importante y tomado como un pilar fundamental en la vida del hombre. Es el ingrediente primordial en la vida del ser humano que le permite evolucionar y desarrollarse a lo largo de su vida. Este proceso que facilita el aprendizaje, ayuda a materializar una serie de valores y habilidades que producen cambios intelectuales, emocionales y sociales en la vida de la persona.

El ser humano es un suprasistema altamente complejo, pero más o menos integrado. (Martínez, 2009). Esta integración se mide en base al desarrollo de la madurez de su personalidad. La ardua misión que cumple la educación para integrar estos diferentes campos de desarrollo, ocasionalmente fracasan por la falta de teoría y práctica que deben cumplir los educadores que trabajan en el desarrollo humano.

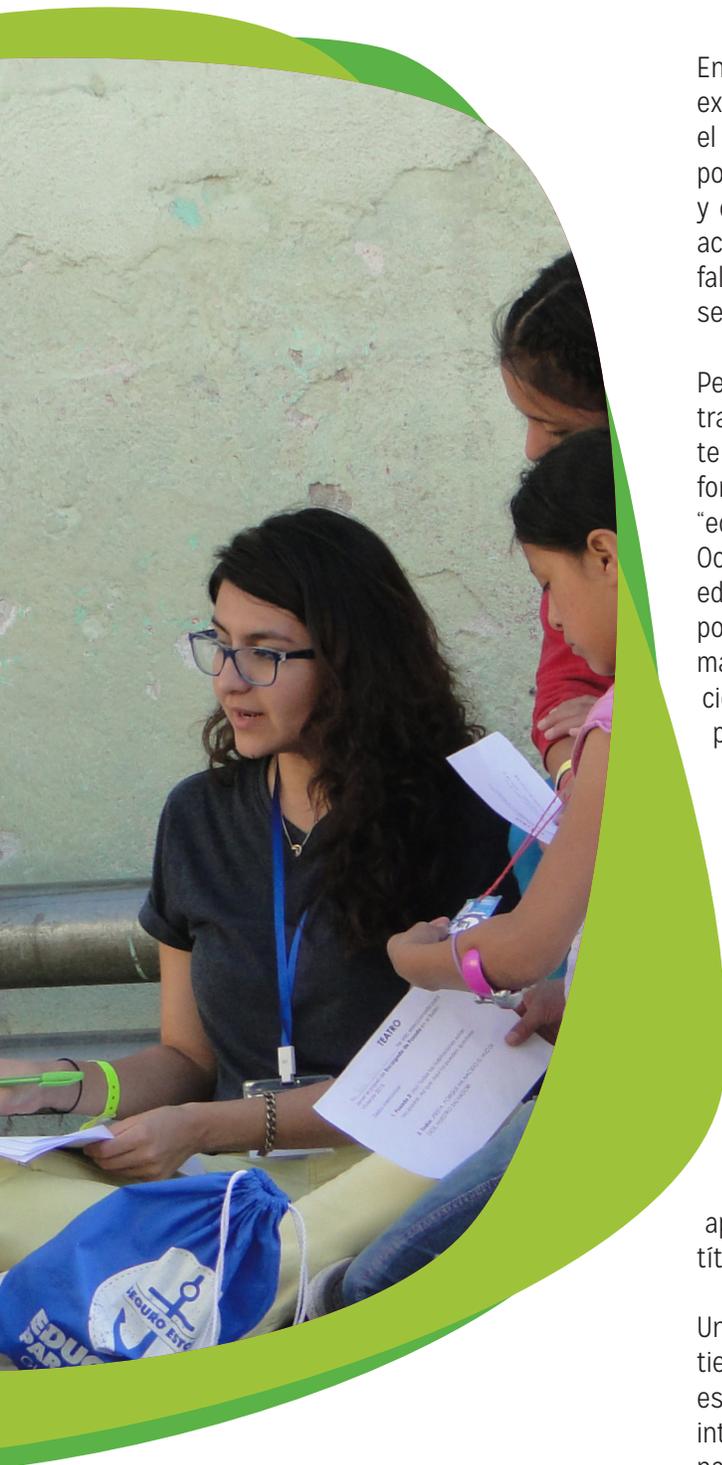
En Guatemala, la educación ha sido un tema que se ha descuidado en los últimos años. Esto se debe a varios factores como la pobreza, que históricamente ha sido uno de los problemas que más ha afectado al país, colocando la educación en un nivel sumamente bajo, así como

también el factor de la calidad educativa. Estos dos factores son los principales causantes de la deserción escolar. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) estima que el promedio de escolaridad en el país es de 2.3 años. Las oportunidades de acceso y permanencia en el sistema educativo no se hayan al alcance de la mayoría de la población guatemalteca (Girón, 2013)

Por ser la educación un servicio público la mayoría de los servicios que prestan poseen deficiencias, principalmente en el área de enseñanza-aprendizaje, ocasionando que muchos niños repitan el grado escolar o que simplemente ya no asistan a la escuela.

El reciente ministro de educación Rubén Alfonso Ramírez, en conferencia de prensa (Prensa Libre, enero 07, 2016), menciona que una de las causas de la deserción escolar en Guatemala es el trabajo infantil. Muchos estudiantes se deciden por buscar trabajo en las calles, y como ya obtienen un ingreso económico para colaborar en el hogar se les dificulta asistir a la escuela por la falta de tiempo.





Entre otros factores también existe la falta de maestros en el sector público, que por la poca cobertura en las escuelas y el bajo presupuesto asignado, acostumbran al estudiante a faltar a clases y desanimarse a seguir asistiendo.

Pero existe una propuesta contraria a la que tradicionalmente rige a proyectos educativos formales y oficiales, la llamada “educación alternativa”. Según Ochoa (2014) la metodología de la educación alternativa debe responder a procesos que buscan mayor libertad, mayor participación y mayor involucramiento por parte de los grupos sociales de cara a sus propias encrucijadas o problemáticas.

Es muy acertado el comentario de Ochoa, cuando menciona que la alternativa consiste también en una educación orientada al aprendizaje conjunto desde, en y para la Vida (en el sentido de “calidad de vida”); no una educación orientada a obtener notas, a aprobar exámenes, a conseguir títulos.

Una de las características que tiene la educación alternativa es que propicia un desarrollo integral en la vida de la persona, construyendo oportunidades para integrarse nuevamente al sistema escolar. Pretende también, responder a las necesidades no cubiertas del sistema

educativo nacional, tales como: formación técnico-vocacional, profesionalización, construcción de capacidades emprendedoras, lo artístico-creativo, el liderazgo comunitario, el liderazgo político juvenil, y más.

### 3.2 Donantes y patrocinadores ¿Dónde encontrarlos?

La educación alternativa es una propuesta para mejorar la calidad educativa y en propiciar un desarrollo integral en la vida de la persona. Pero ¿dónde y cómo se desarrolla esta propuesta? Todo nace de la importancia de educar a los niños fuera de una institución formal escolar, por las diferencias entre diversos enfoques de enseñanza aprendizaje. Por tal importancia, por un lado se crean colegios privados con educación en distintos enfoques, y por otro lado la consolidación de organizaciones, instituciones o asociaciones sin fines de lucro, que se dedican a este tipo de educación.

Las diferencias entre la educación alternativa y la educación pública, según Miller (2013) reflejan diversas orientaciones filosóficas y morales: algunas dirigidas a maximizar la libertad en el aprendizaje; otras se originan en marcos de entendimientos religiosos o culturales; otras en ideales de justicia social o sabiduría ecológica.



Cada organización dedicada a este tipo de educación tiene distintos enfoques, pero el común denominador de estas organizaciones es la gestión de fondos. Para la apertura de tal organización es necesario preguntarse de dónde se obtendrán los fondos.

Para el Economista L. Guzmán, una ONG de Desarrollo o Asociación sin fines de lucro tiene 2 formas principales de conseguir financiamiento. La primera es mediante donaciones en efectivo o en especie, visitando estratégicamente a empresas generalmente medianas o grandes, e informarles del trabajo que se realiza y sobre la posibilidad que tendrían ellos de ayudar sin incurrir ninguna pérdida.

La segunda es mediante la solicitud de financiamiento a entidades financiadoras nacionales e internacionales. Existen diferentes entidades que subvencionan proyectos, tanto nacionales como internacionales. Estas dos formas de financiamiento no están involucradas con el gobierno, pues es la finalidad de una ONG, no involucrarse con alguna estructura del estado.

De acuerdo con Guzmán, es muy válido estas formas de financiamiento, pero existen organizaciones que no son muy grandes o están iniciando y se les dificulta la financiación para ponerlas en marcha. Para tal caso, existen fuentes de financiamiento tradicionales que pueden funcionar muy bien.

Una de ellas es buscar a socios que estén dispuestos a dar cuotas. Esta fuente sirve muy bien en pequeñas organizaciones, pero cuando crece, se pierden la cercanía con los socios y por ende con frecuencia dejan de pagar. Es trascendental que los socios puedan ver con sus propios ojos los logros de la organización, incentivándolos a seguir apoyando la causa. Otra puede ser el de los ingresos por servicios, que comprende los ingresos que se generan provenientes de la venta o prestación de servicios, sea cual sea: alojamiento, talleres, educación, salud, etc. Esto se asemeja bastante a las empresas, con todos los beneficios que ello conlleva: eficiencia y especialización, pero con la diferencia de ser de bajo costo para el lugar donde se desenvuelva.

Cada fuente de financiamiento tiene sus ventajas y sus desventajas, la cual es necesario optar por la más pertinente. Algunas de las organizaciones de educación alternativa funcionan de esta manera.

### 3.3 Los medios de comunicación que funcionan para promocionarse

Uno de los principales retos al iniciar un proyecto que va de la mano con el presupuesto, es la promoción. Pues todo depende de la suma financiera con que se cuente para ponerlo en marcha. De la misma manera, para que una organización funcione debe promocionarse y darse a conocer a la población donde prestará los servicios.

Según Jerome McCarthy (quien introdujo el concepto de las 4P's del marketing: Producto, Plaza, Precio y Promoción) y William Perreault, "la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos". Cabe destacar que el vendedor es la persona u organización que da los servicios y los compradores los beneficiados de ese producto o servicio.



“  
**Las redes sociales son un medio convenientes para una ONG, pues aportan mucha visibilidad y viralidad.**  
”

La promoción incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el marketing directo, las ventas personales y (según Kotler y Keller) los eventos y experiencias, para lograr sus objetivos generales y específicos.

Entonces, si la promoción consiste en transmitir información ¿qué medios se pueden utilizar para transmitirla? Pues existen diferentes medios de comunicación que ayudan a conseguir la viabilidad que se necesita para una organización o proyecto. Pero para elegir al medio o canal de difusión es necesario tomar en cuenta las características del grupo objetivo al cual va dirigido.

Para el consultor de Marketing Online D. Gómez (2014) la manera más práctica y relativamente funcional es promocionarse en la Web. Con ello propone varias acciones de promoción en internet, tales como: una Página Web, siendo una de las mejores formas de subir información del negocio o producto, haciéndose visible para los clientes potenciales aún del otro lado del mundo. Es necesario contratar los servicios de un diseñador para obtener una página sencilla, bien estructurada, profesional y funcional.

Otra de las acciones para promocionarse es utilizar las Redes Sociales, pues van a aportar mucha visibilidad y viralidad. Para ello es sugerente tomar en cuenta los comentarios de los visitantes como herramienta de detección de necesidades.

Gómez, también sugiere que acompañado de interactuar con la web, pueden haber acciones fuera de línea, como materiales impresos de cartelería, folletería, prensa, radio o televisión, sin dejar atrás El boca a boca, que probablemente es la mejor publicidad de todas, que a pesar de su alcance limitado, su efectividad suele ser altísima.

### **3.4 El audiovisual como carta de presentación**

Una producción audiovisual se entiende como un conjunto de técnicas visuales y auditivas que apoyan la enseñanza, facilitando una mayor y rápida comprensión e interpretación de ideas. Existe entonces un proceso de comunicación que transmite conceptos o ideas visuales concretas que expresan un pensamiento completo. Como proceso, el receptor debe entender el lenguaje que el emisor utiliza para que sea una comunicación eficaz.



### 3.5 Comuniquémonos con audiovisuales

El lenguaje audiovisual según Graells (2003) está integrado por un conjunto de símbolos y normas de utilización que hacen posible esta particular manera de comunicación. Contiene elementos morfológicos, una gramática particular y determinados recursos estilísticos. Como ya se había mencionado antes los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación, por lo que es necesario conocer las características de este particular lenguaje.

Para Graells, las características generales del lenguaje audiovisual son: que tiene un sistema de comunicación, es multisensorial, promueve un proceso paralelo de la información, usa el hemisferio cerebral derecho, es un lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto y moviliza la sensibilidad antes que el intelecto.

La complejidad de este lenguaje, como cualquier otro, se puede considerar diversos aspectos o dimensiones, a los que Graells enumera así: Aspectos morfoló-

gicos, de los que se derivan los elementos visuales, puntos, líneas, formas y colores; acompañados de los elementos sonoros, donde se distinguen la música, efectos de sonido, palabras, y silencios. En resumen, las funciones de los aspectos morfológicos son informativa, recreativa y sugestiva.

Para formar frases visuales significativas en un audiovisual, es necesario recurrir a los aspectos sintácticos que pueden influir poderosamente en el mensaje final de nuestro mensaje. Entre sus principales aspectos sintácticos están los planos, que hacen referencia a la proximidad de la cámara hacia un objeto. Entre los planos se encuentran los planos descriptivos, como el gran plano general y plano general, como su nombre lo dice, describen el lugar donde se realiza la acción. Lo planos narrativos, como el plano entero, plano americano y plano medio, que narran la acción que se desarrolla. Los planos expresivos, como el primer plano y plano detalle, que muestran la expresión de los protagonistas.





Los planos también van acompañados de los ángulos, como un aspecto sintáctico del lenguaje que se considera como una línea imaginaria entre la cámara y el sujeto. Según su posición pueden clasificarse en Angulo normal, picado, contrapicado, inclinación lateral. Todos con una connotación diferente y depende de lo que se está narrando en la historia.

No hay que dejar pasar por alto la composición, que al igual que las demás, es un aspecto sintáctico sumamente importante en el lenguaje audiovisual. La correcta distribución de los elementos que intervienen en la imagen dentro de un encuadramiento, logrará efectivamente los objetivos de comunicación planteados. Entre la composición pueden considerarse varios aspectos, tales como las líneas horizontales, líneas verticales, líneas inclinadas, líneas curvas, ley de tercios y la simetría.

Al componer las imágenes hay que asegurarse que los espectadores centren su atención en los lugares convenientes y no miren demasiado los elementos secundarios.

Además de los aspectos morfológicos y los sintácticos, también están los aspectos semánticos, que dan el significado de los demás aspectos y depende mucho de la articulación dentro del mensaje que se desea transmitir. Hay que considerar entonces el significado denotativo, que es el propio de la imagen y el significado connotativo, que depende de las interpretaciones que le haga el espectador.

(Graells, 2010. Introducción al lenguaje audiovisual)





**Capítulo**

**4**

# **DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO**

- » Estrategia de Comunicación
- » Desarrollo Creativo
- » Primer nivel de visualización
- » Segundo nivel de visualización
- » Tercer nivel de visualización



## 4.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El desarrollo de un material audiovisual que favorezca la recaudación de fondos destinados al programa de Educación Alternativa de la asociación Educando para la Vida, beneficiará a más de ciento cincuenta niños y sus familias. El audiovisual da conocer las características del programa de educación y motiva a que el grupo objetivo participe por medio de varias formas, siendo la principal entre ellas, la donación o apadrinamiento a un niño.

### Pieza a diseñar

Se decidió desarrollar un audiovisual que muestre a los niños beneficiados del programa de educación y de a conocer la labor de la asociación. La manera en la que se puede lograr obtener una participación de voluntarios y patrocinadores, es mostrando lo que hace la asociación. Con ello se visitó el lugar para observar y filmar cada actividad que realiza la asociación.

### La Necesidad Primordial

La asociación de educación alternativa Educando para la Vida, fomenta el valor del voluntariado como una expresión de servicio hacia el prójimo. Maneja el uso de recursos locales y mantiene la filosofía del auto-sostén, poniendo al servicio de la comunidad la educación y la salud. El programa de educación fue el tema de interés desde su fundación, del cual se desprenden los demás programas. Cada uno está desarrollado directamente para beneficiar a la niñez guatemalteca para colaborar en su desarrollo integral social y personal.

Cada año los niños del programa aparte de recibir clases educativas, reciben una clase de valores. La asociación cree en la dignidad de las personas y utiliza estos medios para fortalecer una educación que les ayude en un futuro y tener una mejor vida. El aumento de niños y familias beneficiadas son más evidentes. Se hace necesario buscar maneras de obtener recursos para poder brindar un mejor servicio.

*“A veces, una idea puede convertirse en tu peor enemigo, sobre todo cuando impide pensar en alternativas”*

*Don Korberg y Jim Bagnall*

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL**





## ¿Qué?

Un audiovisual que difunda la labor de la asociación Educando para la Vida para que la tomen como una oportunidad para donar o colaborar, a beneficio de niños y sus familias en la comunidad de Zaragoza.

## ¿Dónde?

En plataformas de video en línea y redes sociales. Presentaciones directas con el grupo objetivo para futuros patrocinadores. Mailings y la página web oficial.

## ¿Cuándo?

A inicios del segundo mes del año 2017, empezando a publicarlo por redes sociales y terminando por mailings.

## ¿Por qué?

Porque el crecimiento de niños beneficiados del programa de educación alternativa aumenta cada año demanda más gastos. Por este motivo surge la necesidad de tener más donantes y patrocinadores.

## ¿Con quién?

Miembros del equipo de la asociación Educando para la Vida.  
Director de la asociación y coordinadora del programa de educación alternativa  
Niños beneficiados del programa de educación

## ¿Para quién?

Para personas con capacidades de poder hacer donaciones o ser parte de alguno de los proyectos o programas por medio del voluntariado. Patrocinadores del país de nivel socioeconómico medio alto.



## 4.2 DESARROLLO CREATIVO

### 4.2.1 SPICE & POEMS DEL GRUPO OBJETIVO

<b>S</b>	<b>Social</b>	Le interesan temas de apoyo a la comunidad guatemalteca, alianzas a organizaciones no gubernamentales que contribuyan a la educación. Necesitan que las personas con las que convive sean sinceras. Les importa el bienestar de su familia. Buscan oportunidades de superación.
<b>P</b>	<b>Physical</b>	Miden avances de los proyectos apoyados, quieren atender a la realidad nacional del país como la educación. Cuidan de sí mismos lo más que pueden, hacen ejercicio y comen saludable.
<b>I</b>	<b>Identity</b>	Son personas con objetivos fundamentados en el desarrollo de la población nacional. Tienen valores como respeto, solidaridad, responsabilidad y honestidad. Sus principios son la disciplina, eficacia, sostenibilidad, imparcialidad y transparencia. Son emprendedores e independientes.
<b>C</b>	<b>Comunication</b>	Prestan atención a los temas de actualidad nacional y la política. Están pendientes de las publicaciones estadísticas a nivel nacional e internacional. Además se mantienen enterados de los avances en proyectos sociales. Aprenden técnicas aplicadas a las finanzas, liderazgo y emprendimiento.
<b>E</b>	<b>Emotional</b>	Quieren ver su trabajo y donaciones en manos de una organización responsable, confiable, transparente, efectiva, capaz y profesional. Sienten la necesidad de apoyar proyectos que ayuden en diferentes ámbitos a Guatemala. Quieren ver que es una buena y segura inversión a la asociación. Les gusta compartir con los amigos y disfrutar de lo que hacen. Les molesta la injusticia, desde el punto legal como desde el área moral de cada persona. Les hace sentir bien estar estable económicamente.



<b>P</b>	<b>People</b>	Personas profesionales con responsabilidad social, que se dedican a apoyar proyectos. Miembros de iglesias cristianas que ven la necesidad de atender a la problemática del país. Frecuenta a sus compañeros de trabajo y amigos con quienes hacen actividades benéficas.
<b>O</b>	<b>Objects</b>	Los objetos que más utilizan en su contexto son computadoras, teléfonos, proyectos, televisores, tablets. Además se les presentan información a través de medios impresos como afiches, revistas y periódico
<b>E</b>	<b>Enviroments</b>	Las interacciones con estas personas se dan en oficinas, recepciones, salas de reunión, campus universitarios, gasolineras, espacios públicos y de recreación, lugar de trabajo y en la iglesia.
<b>M</b>	<b>Messages</b>	La mayoría se comunica principalmente por medio de las redes sociales (Facebook, Twitter, Vimeo, Youtube, Pinterest) Ocasionalmente son vía correo electrónico y teléfono. En algún momento material impreso como trifoliales, afiches o volantes. No ocupan mucho tiempo en la televisión
<b>S</b>	<b>Services</b>	Pueden participar en servicios de conferencias con autoridades de la asociación, eventos de memorias de labores y testimoniales.

**En conclusión**, el material audiovisual para dar a conocer la labor de la asociación, resulta ser una muy buena solución al problema expuesto y cubre con la necesidad que ahora tiene la asociación. El conjunto de imágenes visuales animadas resulta más atractivo para el grupo objetivo y por ser una pieza portátil, puede verse en dispositivos móviles que tengan acceso a internet. La tecnología está avanzada y

el aprovecharla depende mucho del usuario. El acceso a redes sociales resulta ser muy efectivo por su alto nivel de visibilidad y viralidad de la pieza visual.

Llevar a cabalidad la estrategia de comunicación visual, favorecerá que el mensaje a transmitir sea eficaz y llegue hasta el grupo objetivo con pocos ruidos en la comunicación.



## 4.2.2 INSIGHT

Luego de la información obtenida en el método de S.P.I.C.E & P.O.E.M.S. fue evaluada y sintetizada para establecer el insight de acuerdo al problema de comunicación que se va a abordar. A partir de este análisis se tomó en cuenta un método creativo para llegar a conceptualizar por medio de este insight.

Para ello se utilizó la metodología creativa del mapa mental.

### Técnica Creativa Seleccionada

Según Ellen Lupton (2012), en su libro *Intuición, Acción, Creación-Graphic Design Thinking*, el proceso de diseño luego de definir el problema, es hacer una lluvia de ideas, mapas mentales y entrevistas, para procesarlas y sacar ideas para luego conceptualizarlas.

### Mapas Mentales

La técnica de los mapas mentales, también denominada "pensamiento radial", consiste en una forma de indagación mental, que permite a los diseñadores explorar de forma rápida el alcance de un problema, tema o materia determinados. Comenzando por un término o idea central, el diseñador puede trazar velozmente un mapa de imágenes y conceptos asociados.

*"Un insight, es algo que las personas no sabían que sabían de sí mismas."*

*(Roman, J. 2013)*

### PROPUESTAS DE INSIGHTS

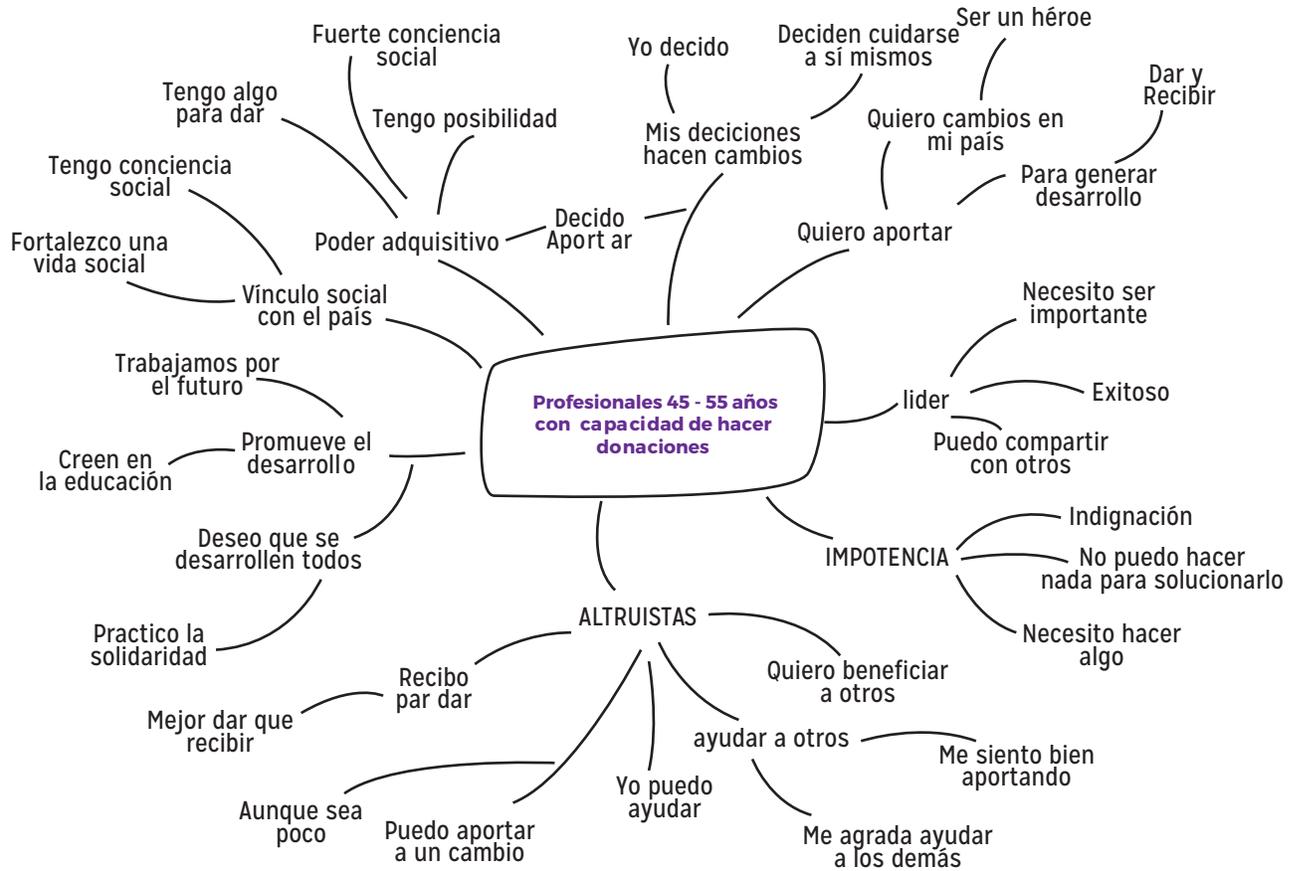
- » Recibo para dar
- » Me siento bien aportando
- » Mi recompensa es interna
- » Sirvo para servir
- » Deseo un país mejor

Insight seleccionado

### "MI RECOMPENSA ES INTERNA"

Las personas que actualmente aportan a la asociación, creen y reciben algo en su interior. La responsabilidad social y el altruismo que poseen, conlleva a rebajar el sentido de culpa y a sentirse mejores consigo mismo. Viendo desde otro punto de vista la frase conocida como "dar sin recibir nada a cambio" puede sonar como erróneo, pues los que dan caritativamente, reciben conciencia y responsabilidad social. Sienten satisfacción de poder aportar de lo que han recibido.







## 4.2.3 CONCEPTO CREATIVO

*“El concepto creativo es una formulación construida para sintetizar todos aquellos elementos que permiten transmitir la diversidad de información y la profundidad de comunicación que el anunciante desea establecer con su mercado.”*

Se realizó la misma técnica creativa del mapa mental a partir del Insight seleccionado. Colocándolo en el centro para luego conceptualizar con la lluvia de ideas.



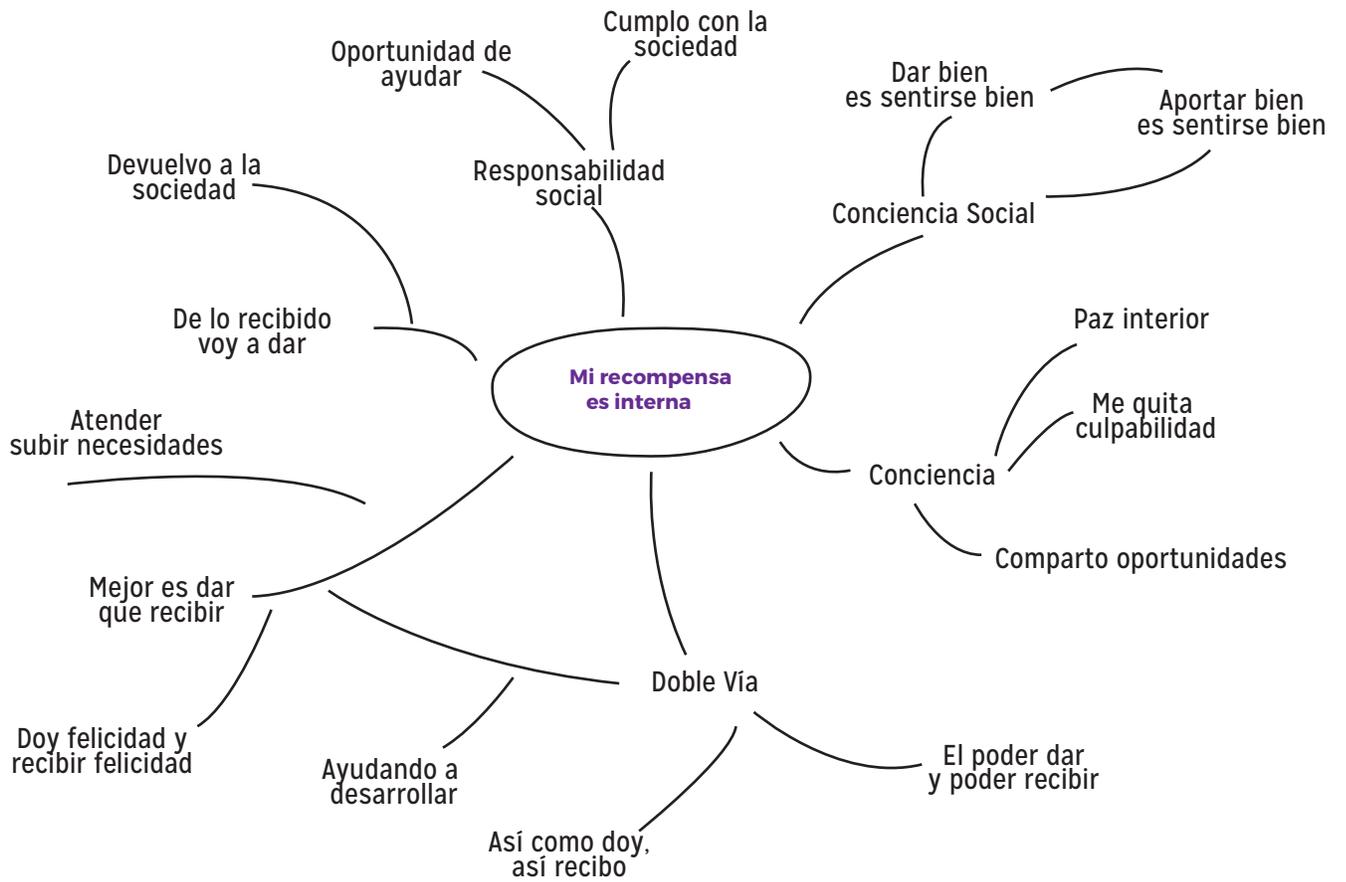
### PROPUESTAS DE CONCEPTOS

- » **Compartir oportunidades**
- » **Aportar bien, es sentirse bien**
- » **Doble vía.**
- » **Ayudando a desarrollar**
- » **El poder dar y el poder recibir**

Concepto seleccionado

### **“APORTAR BIEN, ES SENTIRSE BIEN”**

Los donantes deben saber para qué y para quienes está aportando. Si conocen bien y tienen un encuentro cercano con la problemática y las necesidades existentes, la atenderán sin pensarlo demasiado y se sentirán satisfechos de su donación.



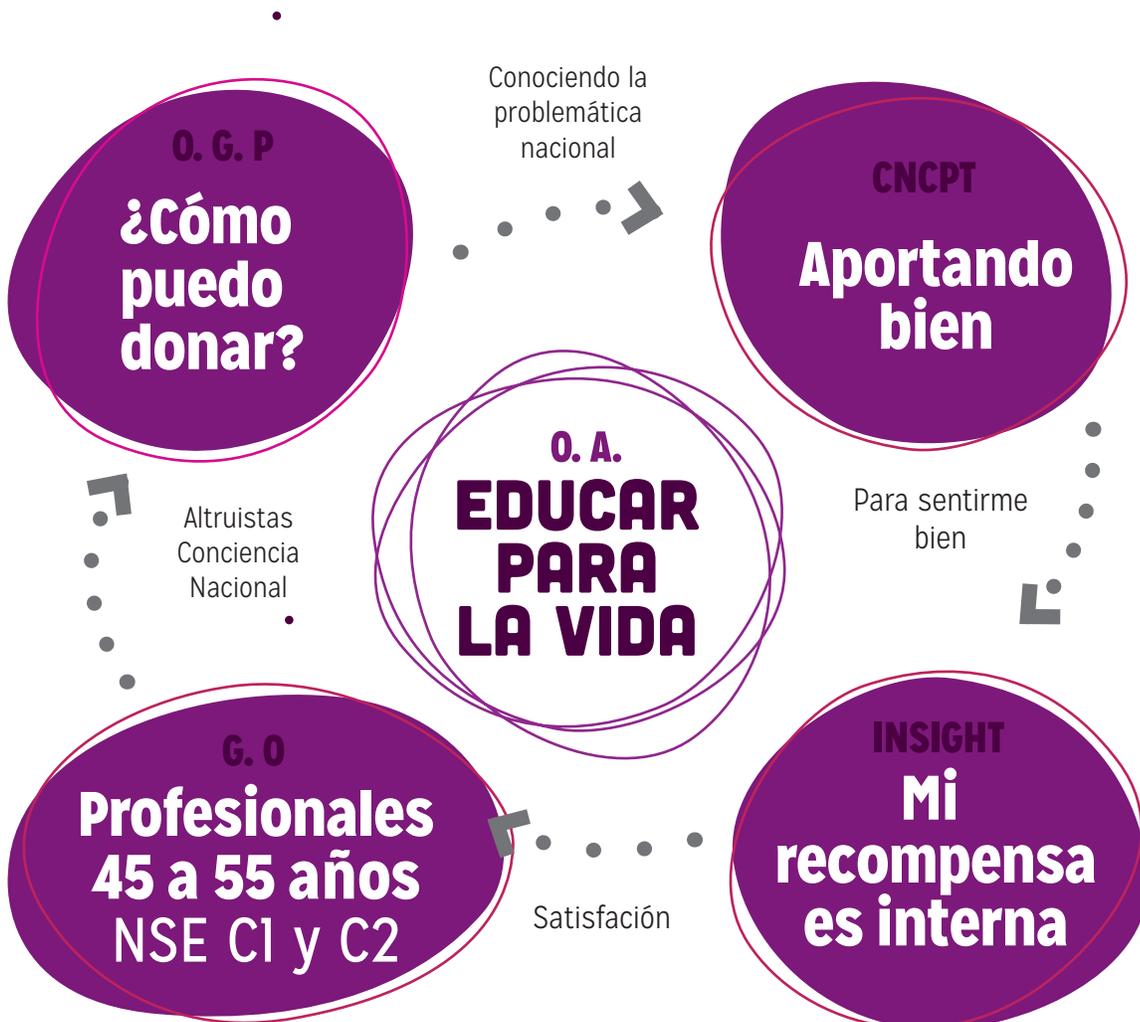


## Vinculación

La conexión que existe entre el insight y el concepto creativo con los objetivos del proyecto y los objetivos de la asociación se vinculan de la siguiente manera:

Todo comienza por el grupo objetivo de la asociación como el centro, de este se desprende el

objetivo del mercado meta de donde viene el insight "mi recompensa es interna", pero para aportar debe conocer la asociación, y si la conoce aportará o donará bien. Es de aquí donde surge un círculo donde todo se une y conecta un punto con otro.





## 4.3 PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

### 4.3.1 PROPUESTAS (BOCETOS)

Con la primer visualización, se realizan 3 propuestas de guión técnico que da la idea de cada uno de los audiovisuales, luego de ello se realiza una autoevaluación de estas propuestas para conocer cuál es la más eficiente.

#### Ficha Técnica

**Título:** Aportar bien, es sentirse bien.

**Duración:** 3 minutos

**Formato:** 1280 x 720 HD

**Canales de Difusión:** Redes sociales, YouTube, Vimeo, Sitio Web, Reuniones con posibles donantes.

#### Sinopsis

Video institución que explica los pasos a seguir para poder colaborar con la asociación. Presentación de la problemática nacional, mostrando estadísticas sustentadas por PNUD e instituciones de orden mundial. La asociación nace para poder atender a esta problemática, pero anima a otras personas a colaborar y atender esta necesidad. Mostrando los pasos a seguir para poder donar, la asociación presenta una serie de resultados obtenidos durante los 15 años de vida que actualmente tiene.

#### Guion Técnico

Secuencia	Descripción	Imagen	Sonido o Voces
Escena 1	Introducción, presentación de la asociación y título del video	Logo de Asociación Educando para la Vida	Sonido de ambiente de introducción
Escena 2	Tomas de la problemática de la comunidad	Tomas fijas en casas y escuelas de la comunidad	Sonido ambiental
Escena 3	Estadísticas actuales	Motion Graphics de gráficas estadísticas. Escolaridad en Guatemala y específicamente en el municipio de Zaragoza.	Música de fondo
Escena 4	¿Cómo nace Educando para la Vida?	Director de la asociación viendo los niños con familias disfuncionales y trabajando para el sustento.	Sonido acorde a la escena. Tranquilo. Voz del director.
Escena 5	Los Avances de la asociación y los resultados obtenidos	Motion Graphics de estadísticos durante los 15 años trabajados y los resultados	Música de fondo
Escena 6	Presentando la necesidad de la asociación	Niños hablando "Quiero estudiar" "quiero ser maestro" "Quiero ser doctor", etc.	Voces de los niños, música de fondo.
Escena 7	Pasos para colaborar con la asociación a una solución a la problemática	Infografía animada. Paso 1, Paso 2, Paso 3, Paso 4.	Sonidos acordes a la infografía.
Escena 8	Te animamos a colaborar	Director y el personal de la asociación hablando y animando a nuevos colaboradores.	Música de Fondo.



### **Ficha Técnica**

**Título:** Puedes dar una vida mejor en 4 pasos.

**Duración:** 3 minutos

**Formato:** 1280 x 720 HD

**Canales de Difusión:** Redes sociales, YouTube, Vimeo, Sitio Web, Reuniones con posibles donantes.

### **Sinopsis**

Educando para la vida, como una oportunidad de colaborar para el desarrollo integral de la niñez en Guatemala. Presentan el programa clave y ejes principales de la asociación y cómo es financiada. La importancia de colaborar con el programa de Educación Alternativa, es evidente con los hechos que muestra y la necesidad de hacer más grande cuando el número de niños beneficiados crece cada vez más.

### **Guion Técnico**

Secuencia	Descripción	Imagen	Sonido o Voces
Escena 1	Presentación del video	Texto mostrándose con fondo de cuadernos. Imágenes en blanco y negro	Sonido de entrada
Escena 2	Introducción del logo	Logo animado de la asociación	Sonido de Motion Graphics
Escena 3	El valor de la educación.	Niños y niñas leyendo libros y escribiendo en cuadernos.	Música de fondo
Escena 4	Presentación del programa de Educación Alternativa	Narración por la coordinadora del programa de Educación	Voz de la narración. Música de fondo
Escena 5	Educando para la vida atendiendo a la educación en Guatemala	Director de la asociación hablando acerca de Educando y sus programas	Voz de la narración. Música de fondo.
Escena 6	Todos pueden colaborar	Muestra de los 4 pasos para colaborar. Motion Graphics	Sonido alegre y motivador.
Escena 7	Contactos con la asociación	Texto mostrándose sobre video de niños sonriendo a todo color	Música de fondo.



### Ficha Técnica

**Título:** Comparte una oportunidad

**Duración:** 2 minutos

**Formato:** 1280 x 720 HD

**Canales de Difusión:** Redes sociales, YouTube, Vimeo, Sitio Web, Reuniones con posibles donantes.

### Sinopsis

Los donantes o colaboradores de una institución, tienen su razón y motivación para hacerlo. El expresar sus sentimientos hacia otros de lo que dan, motivan a otros a que participen de lo que se está haciendo. Educando para la Vida, promueve el apadrinamiento nacional, por medio de colaboraciones, mostrando la problemática actual y las necesidades que se están atendiendo. Los patrocinadores son los protagonistas de este audiovisual, que animan a otros a poder hacerlo, por medio de pocos pasos.

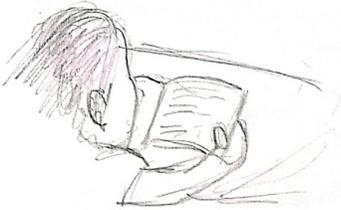
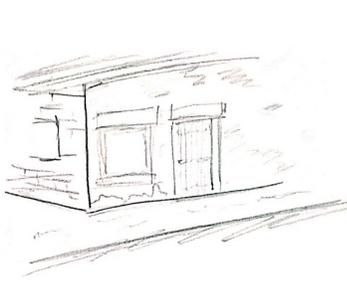
### Guion técnico

Secuencia	Descripción	Imagen	Sonido o Voces
Escena 1	Introducción	Clips de videos, tomas de clases y actividades con niños en la asociación	Sonido de introducción
Escena 2	Presentación de la asociación.	Niños, niñas y padres de familias beneficiadas describiendo la asociación en una palabra: "Educando para la Vida es..."	Música de fondo, Personas hablando.
Escena 3	Describiendo lo que sienten los donantes actuales	Escenas de los algunos de los colaboradores de la asociación, describiendo brevemente lo que sienten	Narración por los colaboradores.
Escena 4	Invitando a otros para que se unan	Donantes diciendo la frase: "comparte conmigo una oportunidad"	Música de fondo. Voces de los colaboradores
Escena 5	¿Cómo hacer la donación?	Texto sobre videos en desenfoco. Motion Graphics	Sonidos de Motion Graphics
Escena 6	Dona tu tiempo con el voluntariado	Imágenes de voluntarios en la asociación trabajando con niños.	Música de fondo.
Escena 7	Contacto	Texto sobre fondo colorido de cómo comunicarse con la asociación	Música.

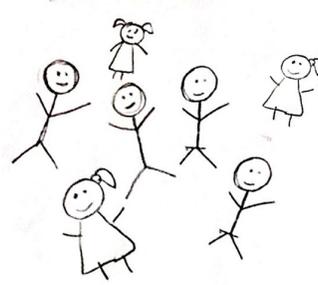


Bocetos

# “ANIMATIC DE PRIMERA PROPUESTA DE AUDIOVISUAL”



EDUCANDO  
atiente a  
actualmente  
**150**  
NIÑOS



LES ANIMAMOS  
A COLABORAR.





## 4.3.2 AUTOEVALUACIÓN

AUTOEVALUACIÓN	Toma en cuenta el objetivo general del proyecto			Busca el logro de los objetivos específicos			Aporta elementos innovadores a la estrategia de comunicación.			Es capaz de destacar sobre los de sus competidores			Toma en cuenta y es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo			La paleta de color favorece la connotación de los mensajes en función de los objetivos de comunicación y diseño			La paleta tipográfica favorece la lectura, retiene la atención y se vincula con el objetivo de diseño			Es viable de obtener los resultados planteados en los canales de comunicación disponibles.			Toma en cuenta los principios fundamentales de diseño para su construcción			Evidencia el uso de principios estéticos en la definición de las retículas.			
	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	SUFICIENTE	REGULAR	POCO	
VERSION	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	TOTAL
1 Aportar bien es sentirse bien		x				x		x		x				x				x		x				x						x	17
2 Puedes dar una vida mejor	x				x			x			x			x			x			x		x								x	19
3 Comparte una oportunidad		x				x			x			x			x			x			x							x			16

- ¿De qué forma la propuesta elegida busca alcanzar el objetivo general del proyecto?  
Muestra a la asociación como una manera buena de poder donar a la educación. Busca también que el grupo objetivo pueda participar de los diferentes programas
- ¿Cómo funcionará la propuesta para alcanzar el objetivo de comunicación del proyecto?  
Haciendo un Call to Action al final del video para poder llamar la atención del grupo objetivo
- ¿Qué elementos innovadores aporta a la estrategia de comunicación?  
Busca ser un audiovisual que contenga imágenes y tomas que sean atractivas. Utilizando las redes sociales como principal medio de comunicación
- ¿Cuáles son los elementos conceptuales y formales que le hacen destacar de los competidores?  
Los elementos del motion graphics que contiene el audiovisual
- ¿Por qué es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo?  
Porque reconoce que los niños son parte de la comunidad
- ¿Cuáles son los criterios teóricos de la psicología del color aplicados?  
Utiliza imágenes con full color para mostrar armonía entre las escenas y la felicidad que causa ver niños felices
- ¿Cuáles son los fundamentos técnicos para la selección de las tipografías?  
Utilización de tipografías palo seco en bold para mayor legibilidad y mostrar a la asociación como una institución formal.
- ¿Por qué considera viable obtener la respuesta esperada en los canales de comunicación propuestos?  
Porque se esperan resultados válidos para el grupo objetivo. Los canales de comunicación son eficientes y todos tienen redes sociales.
- ¿Qué principios fundamentales del diseño se evidencian en la propuesta?  
Se evidencian la jerarquía de textos y el equilibrio visual en cada toma.
- ¿Cuáles son los principios aplicados a la retícula propuesta?  
La ley de tercios, donde se utiliza la tercera inferior para proyectar los textos y demás imágenes.

## 4.3.3 ANÁLISIS DE AUTOEVALUACIÓN Y TOMA DE DECISIONES

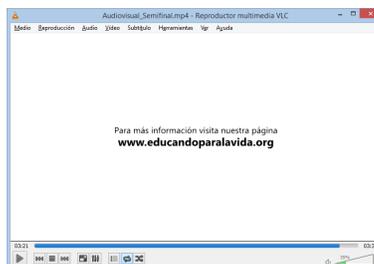
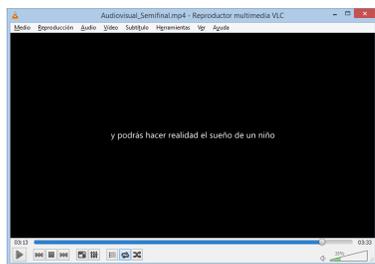
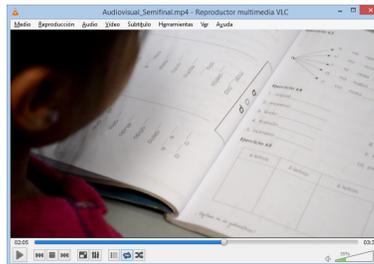
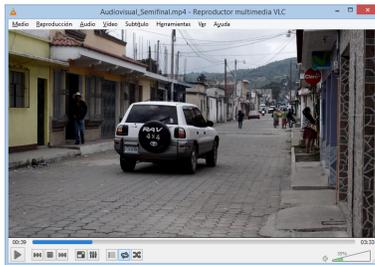
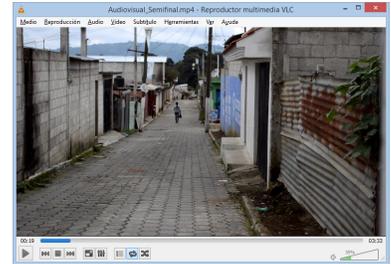
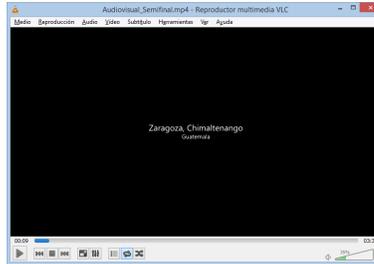
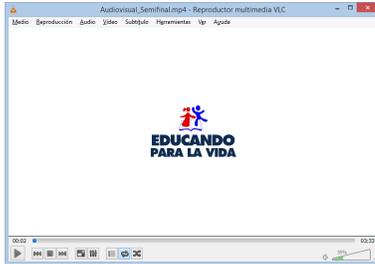
Se tomó en cuenta la segunda propuesta por ser de mayor puntaje en la autoevaluación. Sin embargo el puntaje de las otras dos propuestas no era tan diferentes, así que se siguió tomando la idea de las otras dos propuestas para incluirlas en la elegida. Se tomará en cuenta que el concepto de la propuesta seleccionada puede variar en su redacción, pero si-

que siendo la misma esencia. Se tomó en cuenta también, que el cliente quiere que su asociación refleje sus servicios a la comunidad y los beneficios que obtienen los niños que participan del programa.





## » Segunda Propuesta





## 4.4.2 EVALUACIÓN EN GRUPO

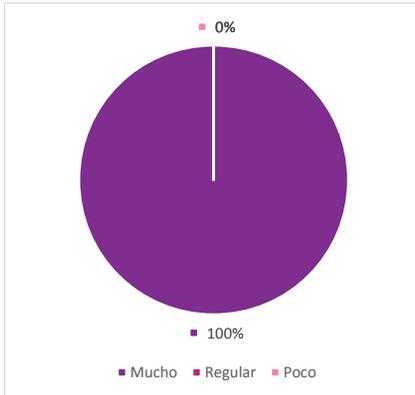
### Herramienta de validación Matriz de validación - Nivel dos

Esta matriz de evaluación se realiza con el objetivo de verificar si los objetivos planteados en el proyecto, se cumplen o no. Verifica también si el insight propuesto está implícito en el material gráfico. Esto con la ayuda de un grupo de otros diseñadores que evalúan el trabajo y recomiendan algunos cambios para el logro de los objetivos y cumplir con la necesidad de la institución.

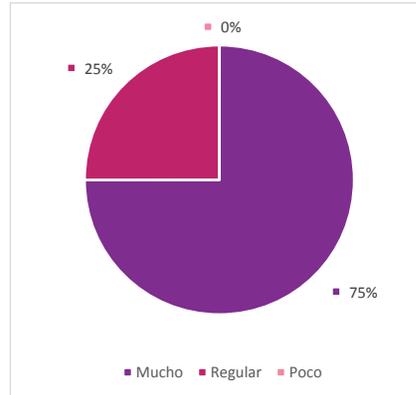
	Mucho	Regular	Poco
El objetivo de comunicación es congruente con los objetivos de la Org.			
La técnica creativa utilizada permite un resultado acertado.			
El insight identificado es pertinente al grupo objetivo.			
El insight identificado es fuerte.			
El concepto propuesto es pertinente al grupo objetivo y la Org.			
El concepto propuesto es innovador.			
El concepto propuesto favorece el logro de los objetivos del proyecto			

◀ [Ver Anexos](#)

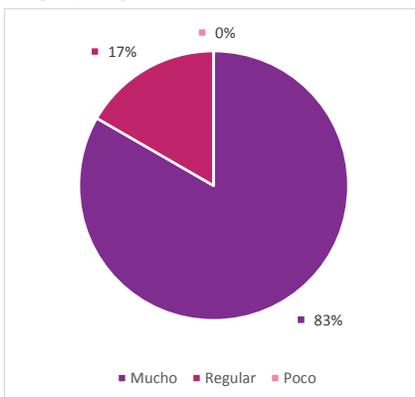
**El objetivo de comunicación es congruente con los objetivos de la Org.**



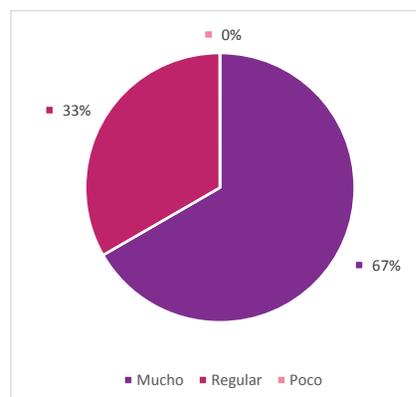
**La técnica creativa utilizada permite un resultado acertado**



**El insight identificado es pertinente al grupo objetivo**

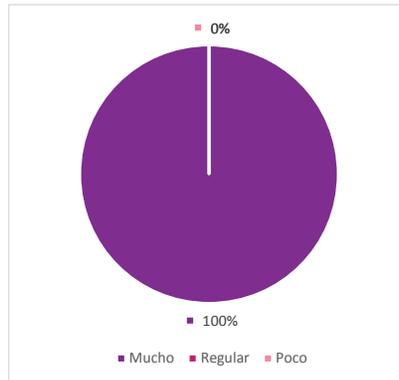


**El insight identificado es fuerte**

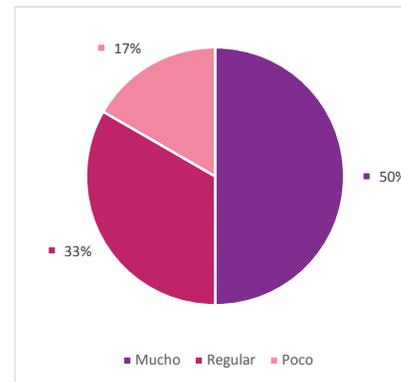




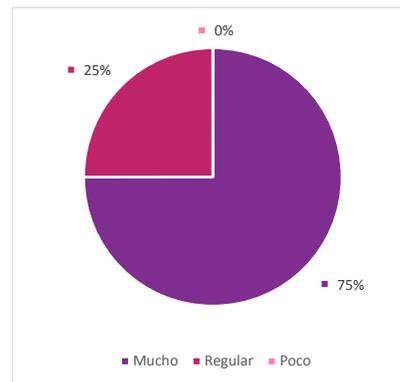
**El concepto propuesto es pertinente al grupo objetivo y la organización**



**El concepto propuesto es innovador**



**El concepto propuesto favorece el logro de los objetivos del proyecto**



### 4.4.3 ANÁLISIS DE COEVALUACIÓN Y TOMA DE DECISIONES

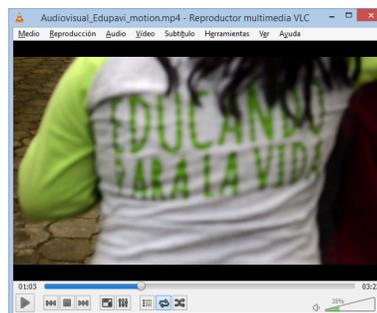
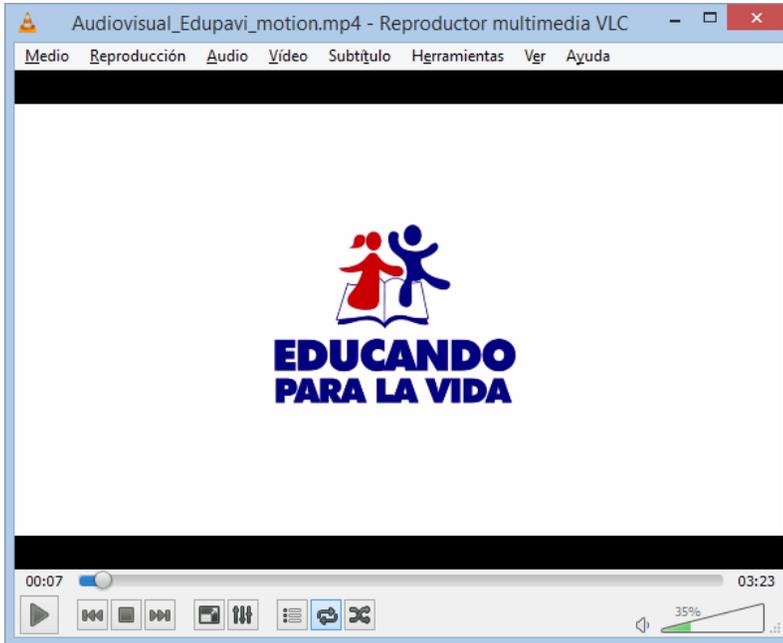
Con la coevaluación se logró observar varios puntos importantes descritos en la matriz de evaluación. Se obtuvo buena aceptación por parte de los evaluadores con la segunda propuesta, en la que describía que los objetivos de comunicación era congruente con los objetivos de la organización, pues presentaba una niña beneficiada. Sin embargo el insight no se identificaba mucho.

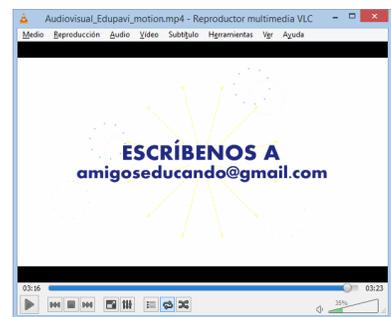
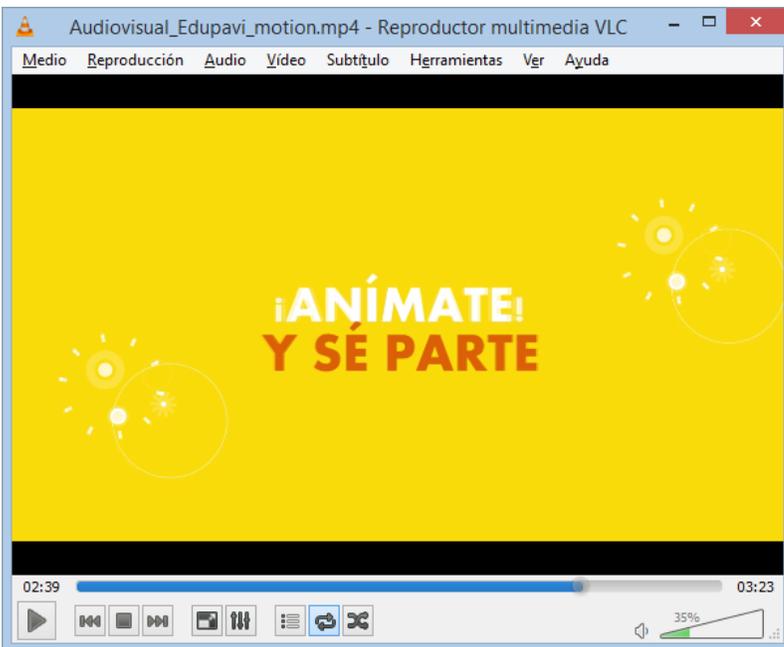
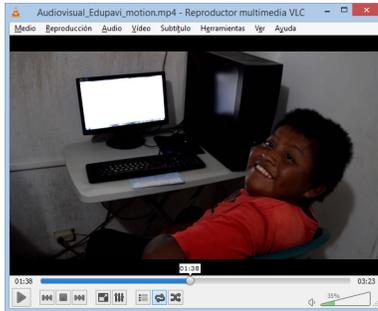
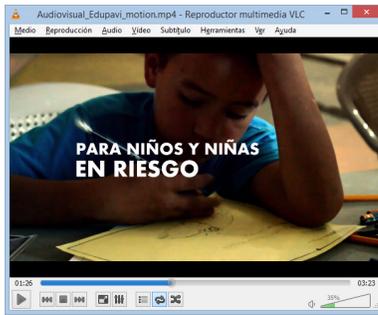
Se cambiará el audio del video por otra de más alegría y armonía. La narración era muy triste y sola, no incentivaba o llamaba a una donación, sino apelaba a la compasión de las personas. Con esto no se lograba manifestar la organización como alegre, sino como una institución que pedía porque no tenía nada.



# 4.5 TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

## 4.5.1 PROPUESTA (BOCETO)







## 4.5.2 EVALUACIÓN POR EL GRUPO OBJETIVO

Para esta etapa de validación se utilizó la técnica de un grupo focal, en la que se empleó la opinión de 6 personas presentándole el audiovisual para que posteriormente respondieran un cuestionario impreso. Para esta técnica el moderador va explicando cada parte de la actividad.

La sesión de comprobación de eficacia de la pieza gráfica audiovisual fue dirigido a posibles participantes de la asociación Educando para la Vida a beneficio de niños participantes del programa de Educación Alternativa, el día jueves 13 de octubre del año 2016 a las 4:30 de la tarde en la sede de la asociación.

Ver Anexos




UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**DOCUMENTO DE VALIDACIÓN**  
-- FOCUS GROUP --

Este documento corresponde al instrumento de validación y está diseñado con la finalidad de verificar la eficacia del audiovisual del proyecto de graduación "Diseño de material gráfico para la gestión de patrocinio de la asociación Educando para la Vida" realizado durante el Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Rellene los espacios en blanco brindando su opinión de manera objetiva.**  
Cualquier duda que tenga, consulte al moderador.

Nombre:

Estado Civil:  Profesión:  Edad:

1. ¿Qué le llamo la atención del audiovisual?
2. ¿Cuál considera que fue el mensaje del audiovisual?
3. ¿Qué otros aspectos cree que se podrían haber incluido o extendido en el audiovisual?
4. Indique los aspectos que recuerde se hablaron en el audiovisual
5. Los textos en el audiovisual los clasificaría como: Fácil lectura, rápidos, lentos, complicada lectura.
6. ¿Qué cambiaría del Audiovisual?

**Marque con una "X" el puntaje que considere en cada característica.**  
Tomando en cuenta que los puntajes se ubican de 1 a 5, siendo:

1. Deficiente    2. Regular    3. Bueno    4. Muy bueno    5. Excelente

CARACTERÍSTICA	PUNTEO				
	1	2	3	4	5
La comprensión del audiovisual					
Legibilidad de los textos					
La duración del audiovisual					
Las animaciones					
El sonido concuerda con las imágenes					

**Subraye la respuesta que considere a la pregunta planteada.**  
Puede subrayar más de si lo desea.

- A. ¿Qué emoción connota el video?
  - Armonía
  - Tristeza
  - Aburrimiento
  - Desesperación
  - Conmovedor
- B. El contenido del video es
  - Muy extenso
  - Le falta información
  - Es ideal
  - Es muy corto
- C. ¿Qué valor moral connota el video?
  - Ambición
  - Generosidad
  - Amistad
  - Paciencia
- D. ¿Qué le motiva a seguir viendo el video?
  - Es interesante
  - Quiero saber más sobre la organización
  - Me gusta ver videos

**Responda las siguientes preguntas.**  
Todas estas preguntas están abiertas para que escriba su opinión con libertad

¿En dónde le gustaría ver transmitido este audiovisual?

Luego de ver este audiovisual ¿consideraría realizar una donación a la asociación?

¿Qué comentario en general tiene del audiovisual?

(Gracias! Los resultados obtenidos de este grupo focal serán tomados como referencia para la toma de decisiones del proyecto)

“La técnica del grupo focal es una reunión con modalidad de entrevista colectiva, abierta y estructurada para facilitar que un grupo de personas dialoguen sobre las reacciones y opiniones de las que se producen los mensajes visuales incluidos en la propuesta gráfica del proyecto de graduación”  
(Valle, 2007)



## Método

Luego de haber mostrado el contenido audiovisual, se le paso un documento impreso donde describía lo que debían de responder. Entre los aspectos a evaluar están los elementos estéticos, técnicos y funcionales.

### Aspectos Estéticos

Unidad visual, tipografía, fotografía, encuadres, iluminación y el manejo del color.

### Aspectos Técnicos

Formato de video, guión, audio y musicalización, efectos especiales y el uso de motion graphics.

### Aspectos Funcionales

Memorabilidad, Legibilidad, Comprensión, Atracción, Aceptabilidad, Identificación



### 4.5.3 ANÁLISIS DE EVALUACIÓN POR EL GRUPO OBJETIVO Y ORGANIZACIÓN

El contenido del audiovisual fue aceptado por la mayoría. Fue comprendido que se da a conocer a la asociación y que muestra a los niños beneficiados del programa.

El motion graphics fue entendido por todos, sin embargo hubieron algunas opiniones que se perdía el texto blanco sobre algunas escenas que estaban muy claras. El sonido les pareció muy adecuado a las escenas de niños.

#### Visual

Las imágenes logran identificarse, pues existen muchos insights que el grupo objetivo logra percibir. Al observarlos, las reacciones de ellos fueron muchas sonrisas y alegría en sus rostros porque sentían que la armonía y felicidad de los niños los contagiaba.

#### Motion Graphics

Los textos se presentaban en el centro de la pantalla. La desventaja era que leían y no veían las imágenes. Algunos textos eran ilegibles, pues las tomas que estaban de fondo eran muy iluminadas y el color del texto es blanco.

#### Código tipográfico

Cada frase que aparecía, se podía leer perfectamente. La tipografía en mayúsculas provocaba seriedad y rápida lectura.

Comprensión del audiovisual

84%

Legibilidad en los textos

88%

La duración del audiovisual

92%

Motion Graphics

94%

El audio concuerda

92%

#### Identidad

El grupo objetivo logra entender de qué se trata la asociación y a que se dedica. Las imágenes les llaman mucho la atención y ven que los programas que tiene la asociación son de mucho beneficio para los niños.

#### Audio

Consideran que el audio está acorde a las imágenes y que expresa la armonía que los niños tienen al estar en la asociación. Les transmite alegría y bienestar.



## Conclusiones de los resultados de validación con el grupo objetivo

- » En el aspecto visual, es necesario cambiar algunas escenas que son muy inestables. Tratar de estabilizar la toma porque parece un tanto informal. Las tomas del lugar son muchas y es necesario cambiar de escena, pues parecen ser aburridas en unos cuantos segundos al inicio. Cada toma está compuesta con armonía al sonido y sus cambios son muy rápidos. Poner más tiempo las tomas que son necesarias y eliminar las que no son tan importantes.
- » El audio les llamó mucho la atención. Sugerían que se integraran más sonidos de niños, que se sintiera que los niños estuvieran en ese lugar. Colocar más información sobre la asociación. Todo parece muy bueno y les llama la atención pero se necesita colocar más información para que lleguen a enterarse y que puedan participar.
- » La institución parece ser muy buena, pero colocar más ideas específicas de cómo poder involucrarse y no solamente de donaciones monetarias, sino de apoyar como voluntario o como socio de alguno de los programas.
- » Es importante conocer cuánto tiempo tiene la asociación de prestar sus servicios a la comunidad, para tener más seguridad y solidez en la asociación. Usar más motion graphics para que exista más armonía entre las imágenes y las animaciones.



**EDUCANDO  
PARA LA VIDA**  
VOLUNTARIO

**EDUCANDO  
LA VIDA**  
VOLUNTARIO



**Capítulo**

# 5

## **PROPUESTA FINAL DE DISEÑO FUNDAMENTADA**

- » Propuesta final de diseño
- » Fundamentación
- » Criterios para la puesta en marcha
- » Cuantificación de la inversión
- » Cuantificación del aporte económico



## 5.1 PROPUESTA FINAL DE DISEÑO

### Ficha Técnica

Título: Compartiendo una oportunidad.

Duración: 3 minutos 23 segundos

Formato: 1920 x 1080 HD

Canales de Difusión: Redes sociales, YouTube, Vimeo, Sitio Web, Reuniones con posibles donantes.

### Sinopsis

Video institución que explica los pasos a seguir para poder colaborar con la asociación. Presentación de la problemática nacional, mostrando la experiencia de una niña beneficiada que asiste a la asociación desde pequeña y cómo le ha ayudado hasta ahora en la educación. La asociación nace para poder atender a esta problemática, pero anima a otras personas a colaborar y atender esta necesidad. Mostrando la forma de poder colaborar con la asociación.

### Guion Técnico

Secuencia	Descripción	Imagen	Sonido o Voces
Escena 1	Introducción, presentación de la asociación y título del video	Logo de Asociación Educando para la Vida	Sonido de ambiente de introducción Sonido de niños felices
Escena 2	Tomas de la problemática de la comunidad	Tomas fijas en casas y escuelas de la comunidad	Sonido ambiental
Escena 3	Estadísticas actuales	Motion graphics encima de escenas de niños de la comunidad	Cambio de Música de fondo, traquila.
Escena 4	Quien atiende a esta realidad	Presentando la sede de Educando para la vida	Música de fondo. Más armonía y felicidad.
Escena 5	No solo se trata de estudiar, sino de disfrutar de la vida.	Niños alegres disfrutando llegar a la sede de Educando para la Vida	Música de fondo
Escena 6	Presentando los valores que se enseñan	Maestra enseñando a niños.	Musica de fondo
Escena 7	Pasos para colaborar con la asociación a una solución a la problemática	Informe de cómo colaborar en nuestra página y escribir a correo electrónico	Sonidos de fondo.
Escena 8	Te animamos a colaborar	Director y el personal de la asociación hablando y animando a nuevos colaboradores.	Música de Fondo.

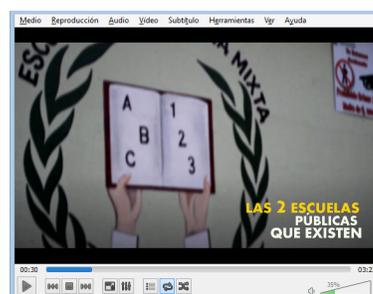
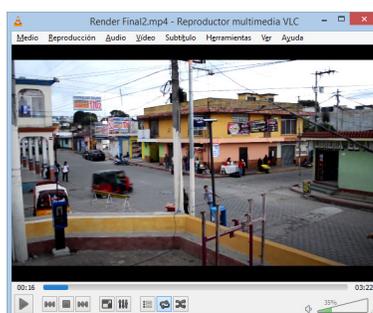
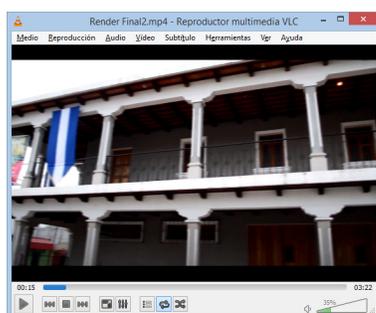
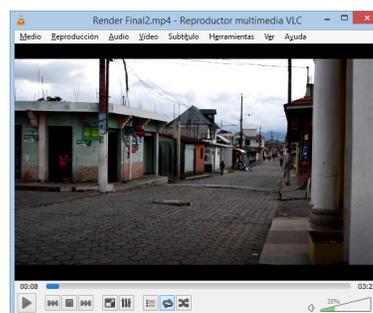
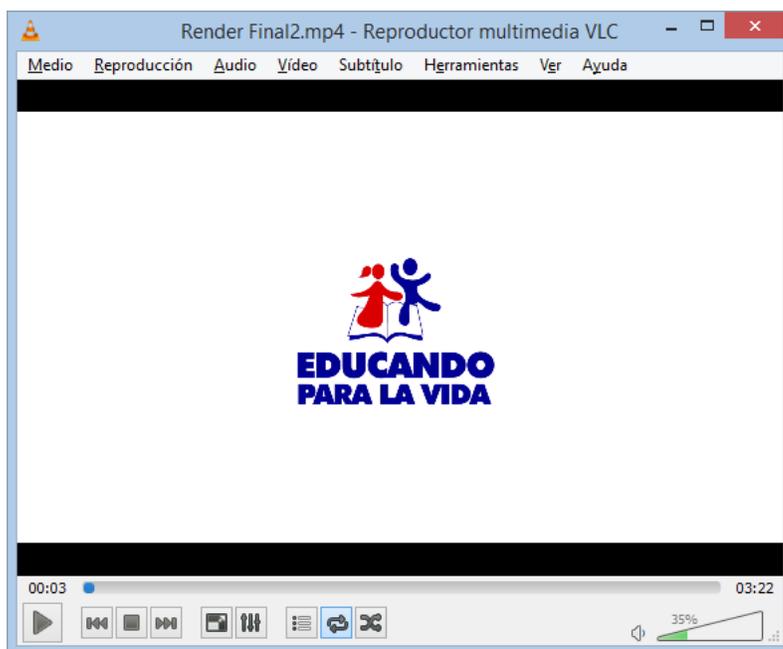


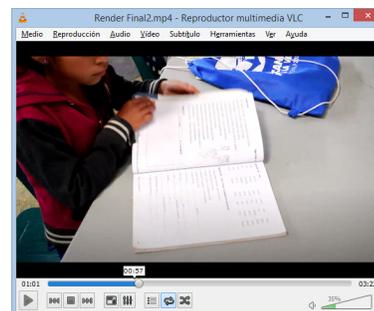
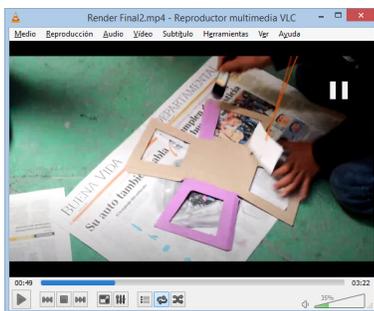
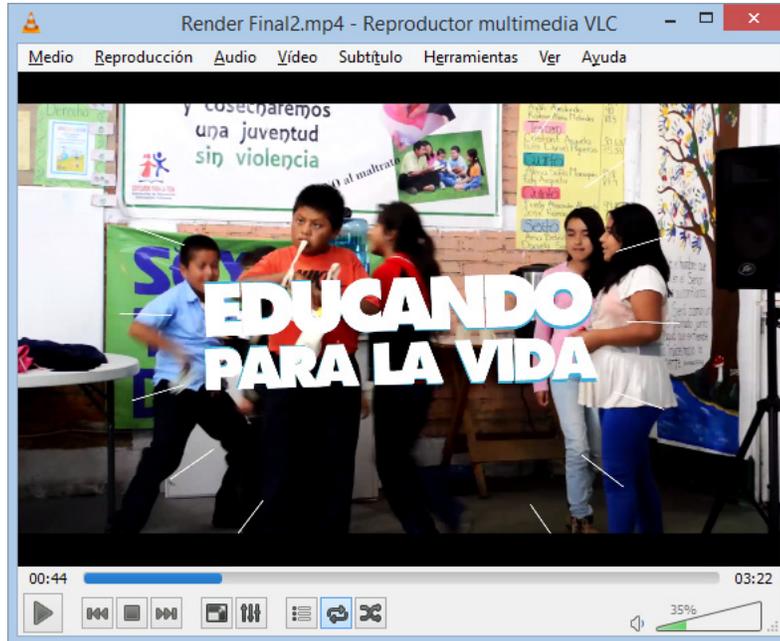
Vea el video aquí:  
<https://youtu.be/DtqQ7pQ17VU>  
Escanea el código para ver el video

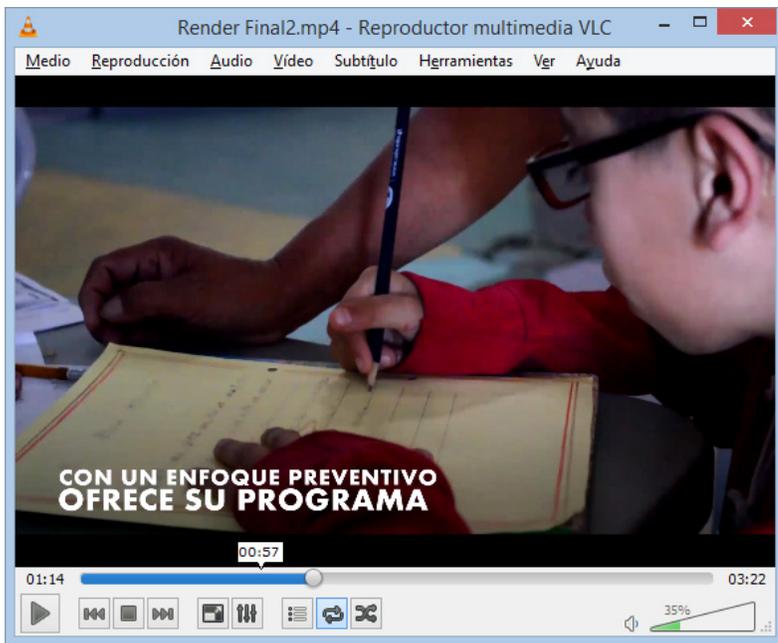


## Audiovisual de cómo donar a la asociación

Duración: 03:15

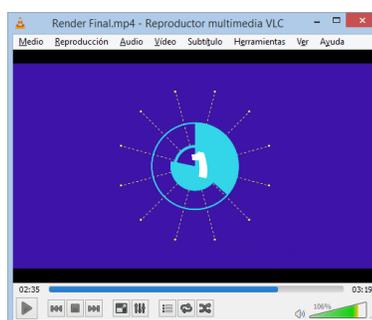
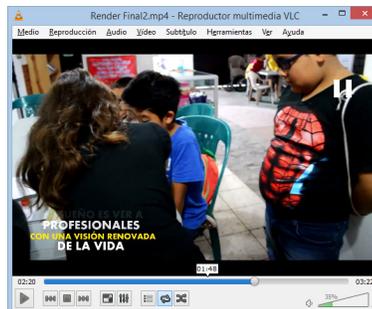


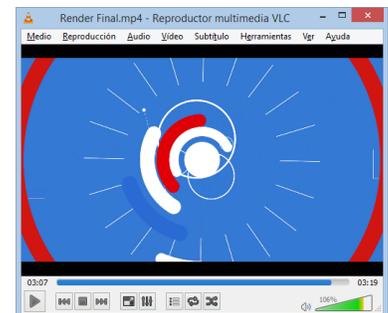
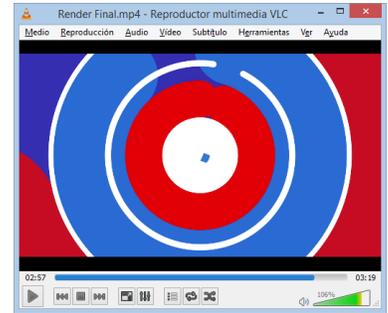
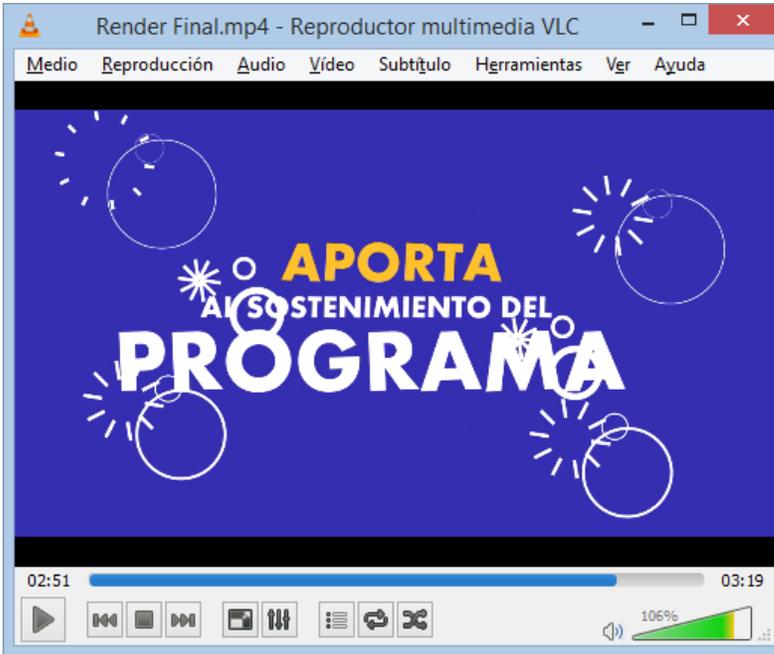












Vea una adaptación del video aquí:  
<https://youtu.be/vWkfkpAHhb8>  
Escanee el código para ver el video



## 5.2 GRUPO FOCAL

En el focus group se obtuvieron resultados muy favorables para la evaluación y eficacia de la pieza audiovisual. A continuación se describe el proceso.

### Profesionales en la reunión

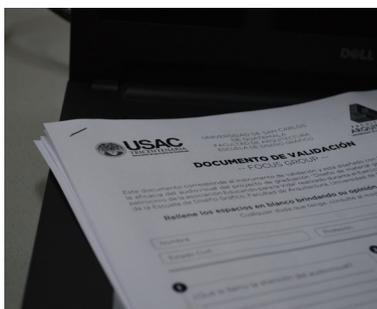
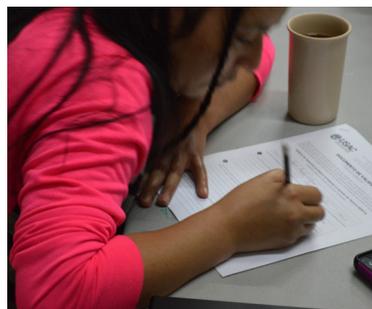
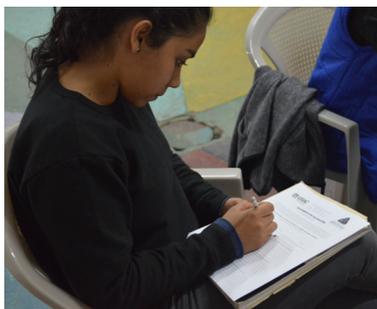
- » Judith Marroquin - Maestra - Soltera
- » Pedro Marroquin - Administrador de Empresas - Casado
- » Rosa Arana - Profesora de enseñanza media - Casada
- » Karen Samayoa - Maestra - Casada
- » Raquel Morales - Profesora de enseñanza media - Soltera

### Duración

La duración de la actividad fue aproximadamente de una hora, donde todos los miembros debatían y compartían experiencias o sugerencias luego de ver el material visual animado.

### Dinámica

Se les presentó el video explicando previamente la modalidad de la actividad. Cada uno expone luego sus reacciones ante al video después de haberlo visto. Luego se le pasó un documento impreso donde podían exponer sus sugerencias y comentarios, escribiendo diferentes aspectos importantes para la toma de decisiones posteriores.



### Las recomendaciones presentadas fueron:

- » Colocar el tiempo en el funciona la asociación.
- » Mostrar al director o junta directiva de la asociación.
- » Dar más ideas específicas de cómo poder involucrarse.
- » Promover más la asociación colocando más información de la misma.
- » Ver más atractivos turísticos de la comunidad.
- » Deseo verlo en televisión.
- » Añadir alguna narración que motive al voluntariado o a la donación.
- » Que sea un poco más corto el video.
- » Reordenar las tomas para que cuente una historia.



# 5.3 FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA

## Aharoni Bold

-----

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ  
1234567890

## Futura Extra Black

-----

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ  
1234567890

### Tipografía

Se utilizaron dos tipografías en la producción gráfica audiovisual. Una tipografía para cada bloque de texto en el audiovisual y otra que es la institucional.

Para los bloques de texto en las escenas se utilizó la fuente tipográfica Aharoni, por ser una tipografía bold, se concretan las palabras y le da mayor peso a su significado. Su legibilidad en mayúsculas es ideal para colocarla en las escenas, pues se necesitaba de un contraste alto para que su lectura pudiera ser más fácil y entendible.

Estas dos tipografías son de la misma familia sans serif extra bold, que por su legibilidad y versatilidad en la lectura de textos cortos, logra mayor contraste con imágenes en movimiento.

### Ejemplos gráficos de utilización de la tipografía seleccionada

-----





## Código cromático

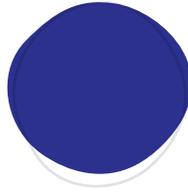
Se utilizan 2 colores principales, que son los institucionales. Se encuentran en el logo y en algunos elementos animados dentro de las animaciones. Esto para que tenga parte institucional y que se pueda identificar que todo el video es de esta asociación.

Cinco colores más que se diferencian de las tomas de la animación. Tres de estos colores son análogos al color azul institucional que corresponden a cada escena del motion graphics del call to action que se encuentra al final del audiovisual.

Los colores vibrantes expuestos, son llamativos para el grupo objetivo y además connotan la alegría de niños que disfrutan ser partícipes del programa de educación de la asociación. Los colores cálidos son utilizados en algunos textos y funcionan como un resaltador de partes importantes. Además de su alto contraste con tomas en movimiento.

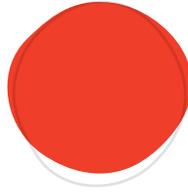
La armonía que se experimenta en el motion graphics debe ser igual con los colores. Pues se desea transmitir esa viveza en los espectadores.

PRIMARIOS



**PANTONE BLUE 072 C**

R=44 G=49 B=140



**PANTONE BRIGHT RED C**

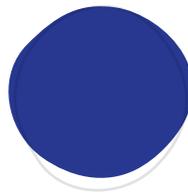
R=239 G=65 B=41

SECUNDARIOS



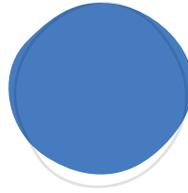
**PANTONE BLUE 0821 C**

R=117 G=207 B=235



**PANTONE 2738 C**

R=43 G=57 B=144



**PANTONE 660 C**

R=70 G=124 B=191



**PANTONE 1375 C**

R=249 G=159 B=30



**PANTONE 803 C**

R=253 G=233 B=0



1



2



3



4



5



## Estructura

### Primer Segmento

Se presenta la comunidad donde se encuentra ubicada la asociación Educando para la vida. Dando a conocer el lugar donde se desarrollan los niños beneficiados y las familias que viven en este municipio.

### Segundo Segmento

Las estadísticas presentadas en la comunidad según estudios realizados por el programa de desarrollo de las naciones unidas para el desarrollo. Esto ayudará a entender y conocer la realidad en la que vive el país.

### Tercer Segmento

Después de indicar el lugar donde viven los beneficiados y las estadísticas presentadas, es necesario mostrar que la asociación atiende esta realidad y colabora a desarrollar programas que ayuden al niño a desenvolverse.

### Cuarto Segmento

Se indica lo que se hace en la asociación, la educación en valores son su base para un desarrollo no solo intelectual sino moral y ético. Mostrar que en conjunto con los estudios también se divierten y comparten con otros niños.

### Quinto Segmento

Se hace un llamado a participar, indicando que pueden hacerlo de 3 maneras en las que pueden escoger la que más les convenga.



## 5.4 CRITERIOS TÉCNICOS PARA LA PUESTA EN MARCHA

### Estrategia de comunicación

*El material audiovisual está diseñado para que sea presentado en diferentes canales de comunicación. Especialmente para futuros donantes o patrocinadores nacionales, pero como difundirá por medios digitales por internet, es posible encontrar diferentes patrocinadores internacionales.*

### Medios sugeridos

Para garantizar la eficacia de la estrategia de comunicación se recomienda utilizar las redes sociales como plataforma principal.

Se recomienda transmitirlo por medio de las cuentas y fanpages de la asociación desde Facebook, Twitter, Instagram. Subirlo al canal de Youtube para obtener un link que servirá para madarlo por diferentes medios como un mensaje de texto o por medio de Whatsapp.

También se recomienda transmitirlo en vivo personas que llegan a visitar la asociación, donde se pueden haber posibles donantes o nuevos voluntarios que desean colaborar con la asociación.

Al obtener el link del video, como sugerencia puede enviar por correo electrónico en los mailings que se envían a los donantes o voluntarios pasados, para despertar el interés en seguir colaborando.

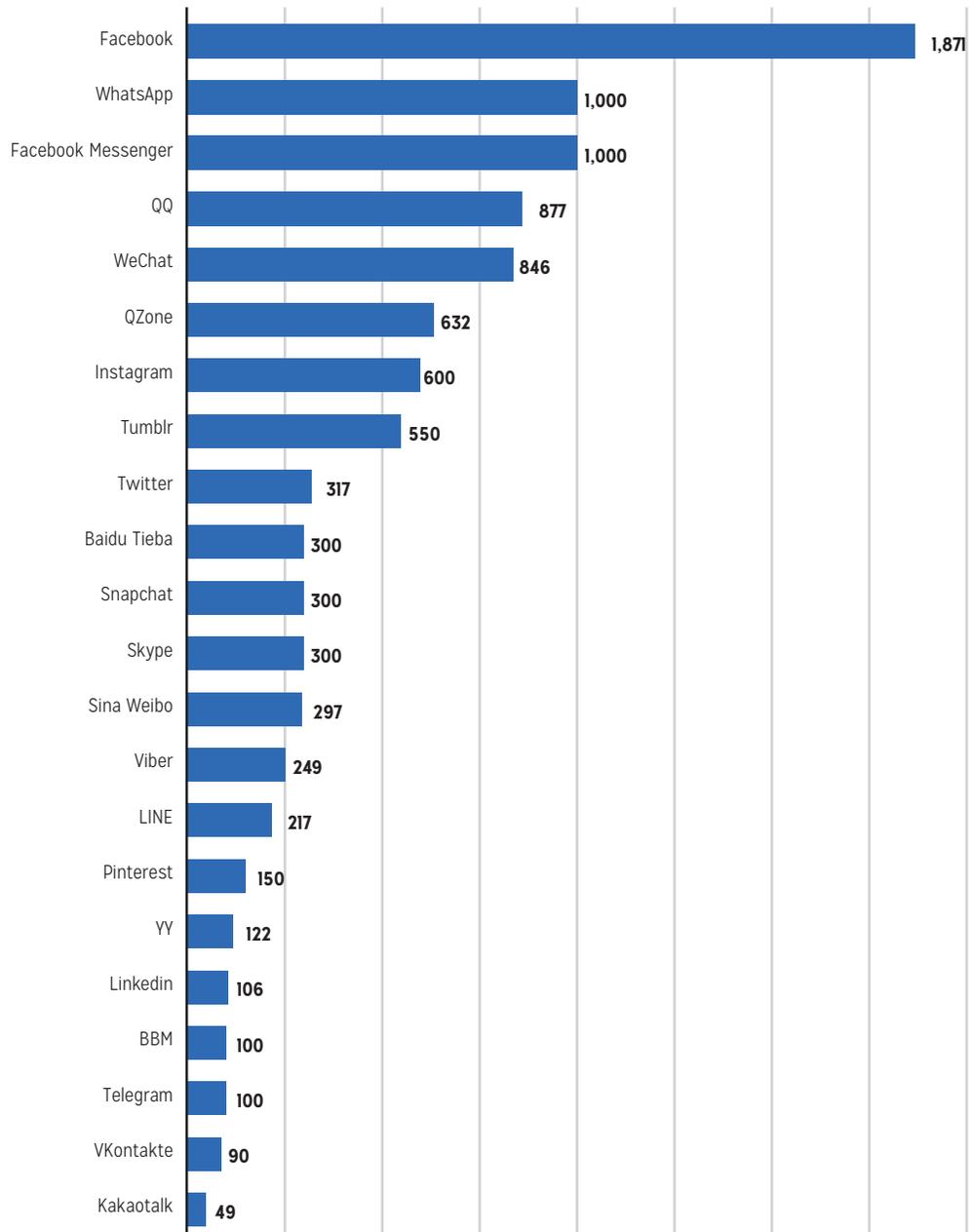
Se recomienda seguir los siguientes pasos para presentarlo en redes sociales

1. Realizar post en Facebook como expectación 7 días antes de presentar el video formalmente. Subir un post de 15 segundos para atraer a las personas.
2. Lanzar el video en la página oficial del Facebook con sus respectivos banner y spot durante 15 días.
3. Después del tiempo, seguir posteando una adaptación corta del audiovisual para que el grupo objetivo siga recordando el video.
4. Enviar por mailings el link del video a voluntarios que han participado y colaborado con la asociación, así como también a los que son donantes potenciales.



## Principales sitios de redes sociales por número de usuarios activos 2017

Números de usuarios expresados en millones



Allen, R. (2017) [www.smartsights.com](http://www.smartsights.com)



## ¿Cuántas veces se publicará el video?

Según Allen (2017), entre las redes sociales más importantes y populares a nivel mundial están: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Pinterest, Instagram y Google+. Cada una de estas con funciones diferentes. La eficiencia de transmisión de contenido dependerá de la frecuencia de publicación, además de una imagen atractiva.

No cabe duda que los videos en las redes sociales se han convertido en una parte clave en el marketing digital. Para conseguir que más usuarios reproduzcan el video, Skaf recomienda publicar una vez al día en la red que más usuarios tiene en el mundo: Facebook. De este modo se logrará alcanzar mayor número de reproducciones.

Para publicar en Twitter, el número ideal para estar siempre presente es de 3 Tweets al día, aprovechando los hashtags para maximizar la exposición de la publicación. En Instagram, como la red social centrada en la imagen más importante del mundo, es aconsejable publicar como mínimo una vez al día, en horarios que va desde las 3:00 PM a 4:00 PM, aprovechando también los hashtags para posicionar el contenido. (Skaf, 2016)

*“Cada Red Social tiene su propia dinámica, la cual impacta directamente en la frecuencia de publicación que debes seguir para que tus mensajes sean vistos por tu audiencia.”*

*(Skaf, 2016)*

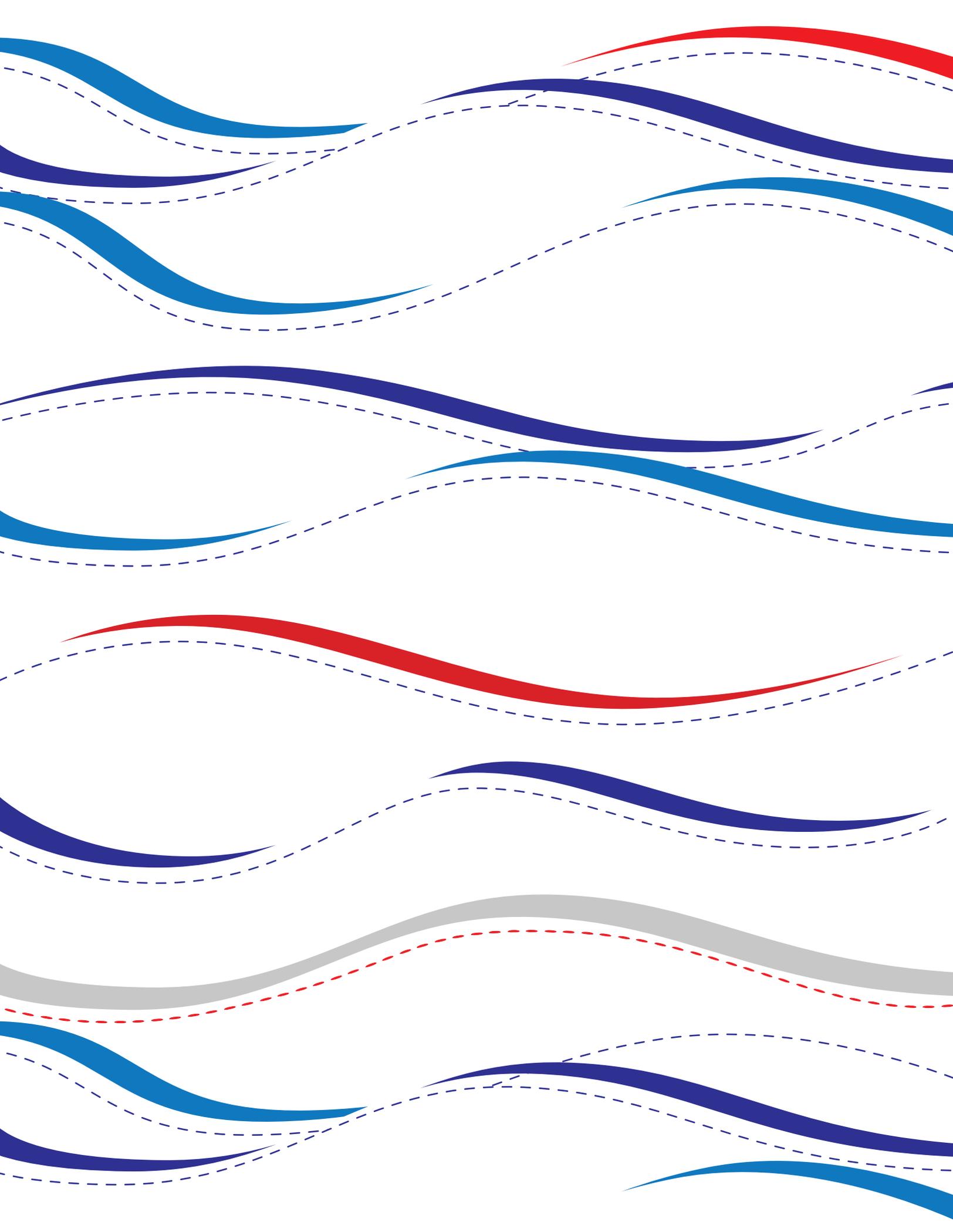
## Frecuencia de publicaciones de post relacionados al audiovisual

<b>FACEBOOK</b>	1 vez al día
<b>TWITTER</b>	3 tweets al día
<b>INSTAGRAM</b>	1 vez al día

*“Con 4.000 millones de videos todos los días, Facebook se ha posicionado como una de las principales plataformas a tener en cuenta cuando se trata de publicar video.”*

*(Parera, 2017)*



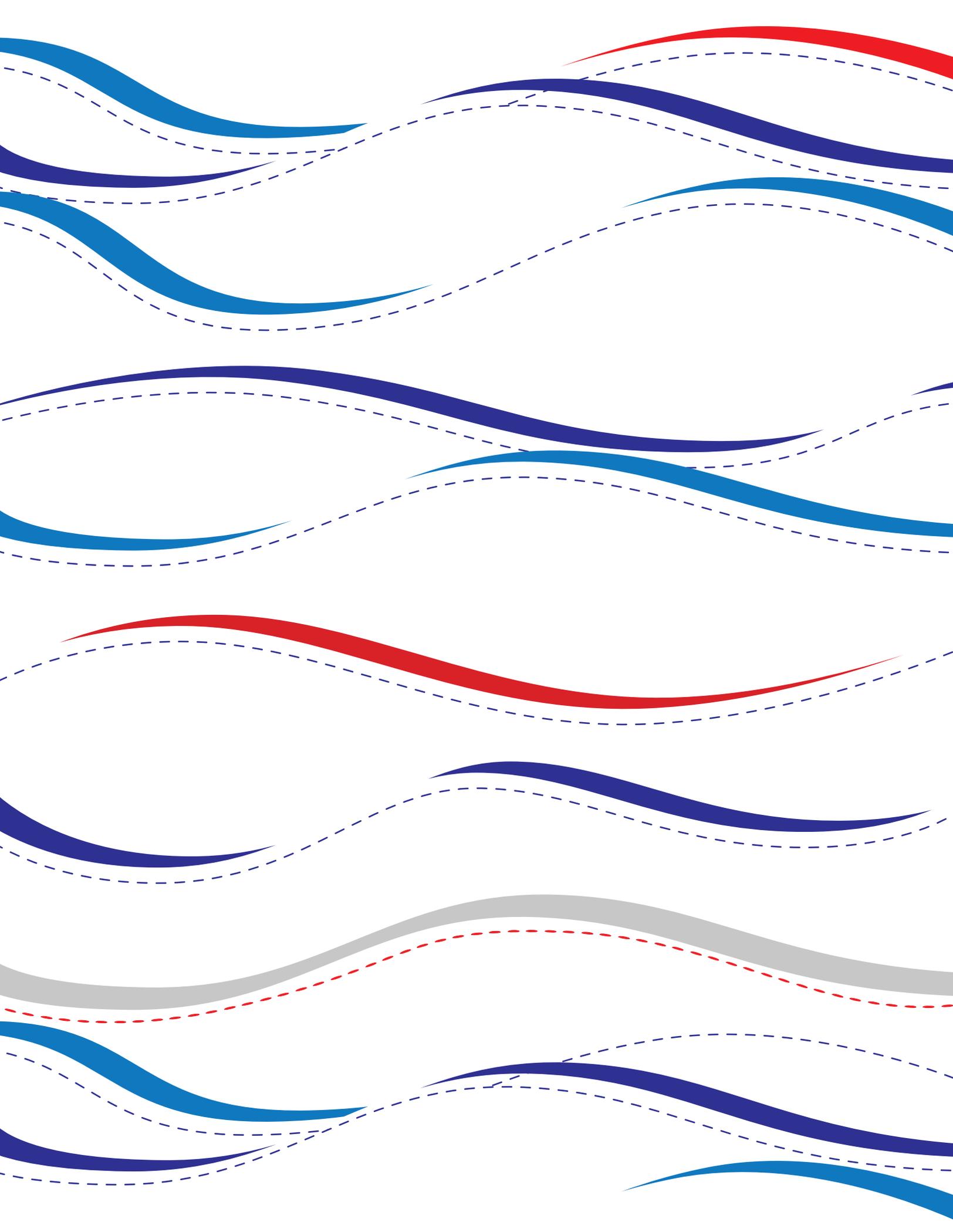




---

## CONCLUSIONES

1. Muchas personas tienen la capacidad de donar a una institución y también el deseo de hacerlo, pero por el uso inadecuado de los medios de comunicación de las organizaciones, pierden esta clase de ayudas o patrocinios. Es necesario evaluar y consultar con un profesional en comunicación y evitar esa clase de pérdidas.
2. Enfatizar las diferentes maneras de participar con la Asociación Educando para la Vida, aumenta el rango de probabilidades de colaborar, no sólo en recursos económicos sino también en recursos humanos como el voluntariado.
3. Con los medios audiovisuales se pueden obtener buenos resultados si se trata de promocionarse o darse a conocer en diferentes partes del mundo. Los medios audiovisuales sobreaman en las redes sociales. Por eso es necesario sobresalir entre todos ellos y presentarse como un audiovisual atractivo y corto.
4. El diseño gráfico puede apoyar a instituciones no gubernamentales que desean ser patrocinados y que tengan diferentes necesidades gráficas para promover su labor. Con ello, se devuelve una parte de la educación pública universitaria.
5. Incluir tomas de los beneficiados en el audiovisual, evidencia que las donaciones que recibe la Asociación Educando para la Vida son utilizadas para el sostenimiento de programas y proyectos.





---

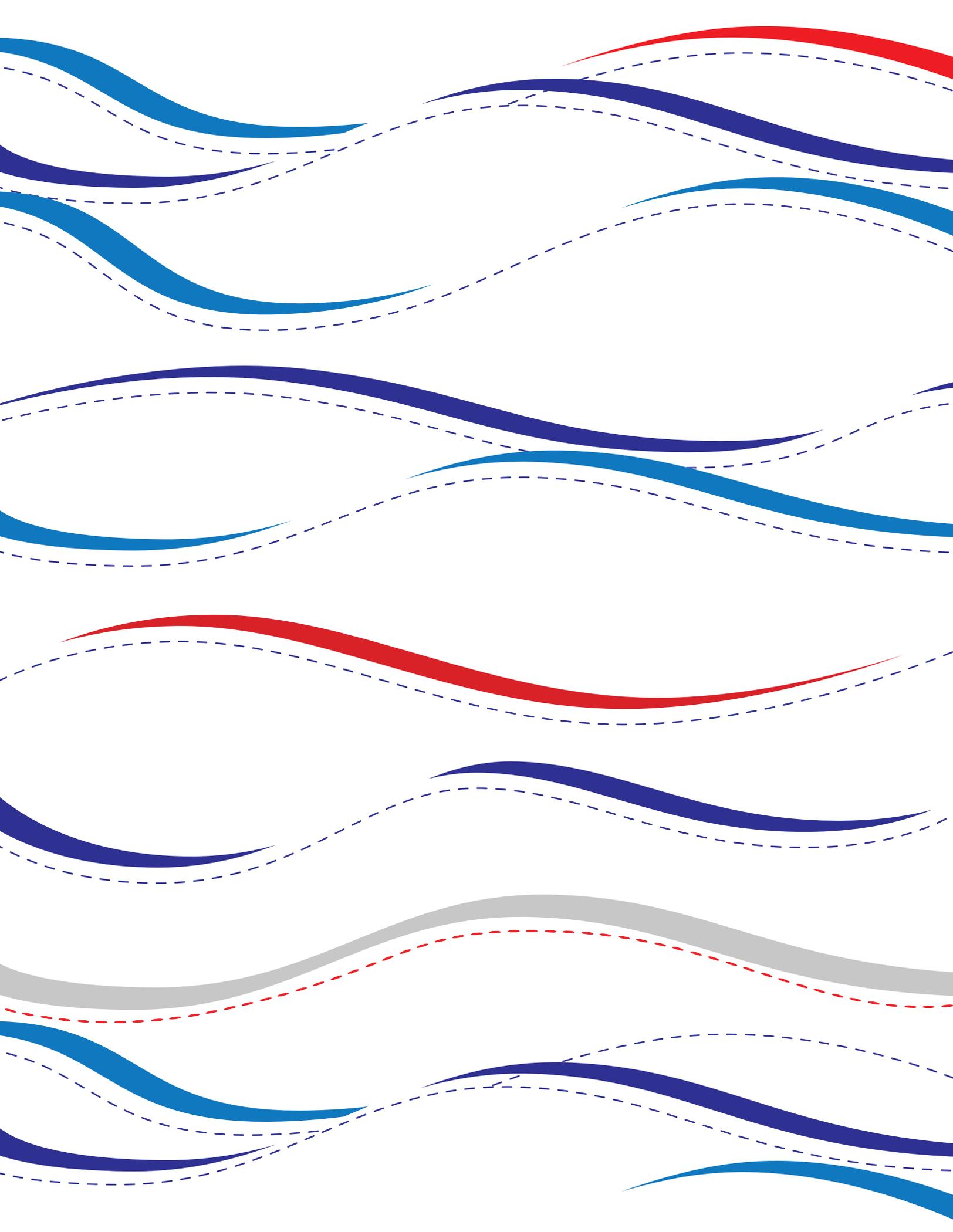
# RECOMENDACIONES

## A la asociación

1. El audiovisual tiene la ventaja que es muy portátil. Por su accesibilidad en diferentes plataformas de internet es muy fácil compartir el link. Se recomienda entonces subirlos en estas plataformas en resolución HD para su mejor visualización.
2. Para reproducirlos en dispositivos móviles, es necesario renderizar el video a una resolución más baja. La resolución actual es de 1920 x 1080 pixeles, lo que dificulta reproducirlos en algunos dispositivos. Se recomienda una resolución de 1280 x 720 pixeles o 640 x 480.
3. Si se desea presentarlo ante visitantes, se recomienda un proyector de resolución mayor de 800 x 600 pixeles para una mejor visualización. Juntamente con un equipo de audio profesional.
4. La difusión del audiovisual debe ser de la mejor manera y en manos de profesionales en video, que por el mal uso pueden manipular el audiovisual quitándole totalmente la estética original.

## A futuros estudiantes

1. La producción audiovisual requiere de un trabajo muy minucioso y puede resultar un tanto desesperante. Es necesario llevar un control de cada punto a tratar para no atrasarse con la producción.
2. Se recomienda realizar diferentes propuestas de story lines y quitar la toma que definitivamente no se podrían filmar. Ser realistas en la producción. Puede surgir y tener la idea en video más genial de todas, pero puede irse a la basura si no hacen la toma que se imaginan.
3. Pensar primero en qué emoción se desea transmitir en el audiovisual, con ello se comenzará a buscar el audio y las demás imágenes.





---

# LECCIONES APRENDIDAS

1. El convivir y trabajar con una asociación o institución que compartan la misma visión, se hace sumamente agradable, pues se está colaborando y ayudando a una buena causa. Surge la conciencia social en nuestras mentes y se hace necesario compartir de esta visión a otros.
2. La importancia que tiene la educación en combatir la pobreza y la desigualdad social. Con una buena educación se previenen diferentes problemas sociales como la violencia, maltrato, trabajo infantil, maras, pandillas, corrupción y demás dificultades con las que se enfrenta la sociedad hoy en día.
3. Cada vez la tecnología avanza de manera increíble. En un futuro serán otros medios de comunicación muy distintos a los de ahora que funcionarán mucho mejor que los audiovisuales.
4. En diferentes proyectos se aprende uno de otro y cómo surge una conexión con los mismos. Se aprenden nuevos métodos de producción audiovisual, con los que brindan un mejor rendimiento. No estamos tan lejos de llegar a ser grandes productores y creadores de piezas gráficas mundiales.
5. Realizar un cronograma de actividades y tratar de cumplirlas a cabalidad para evitar atrasos en diferentes proyectos. De esta manera se facilita y se tiene mejor control sobre cualquier proyecto que se tenga en mente.
6. El trabajo en la calle es muy diferente al trabajo de un estudiante. La gestión de proyectos llega a ser agradable si se hace con pasión y esfuerzo.
7. Convivir con personas que con el pasar del tiempo se crean lazos de amistad, ayudan a obtener apoyo moral en distintos ámbitos de la vida.



---

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arriola Quan, G., Escobar, P (2011) *Cifras para el desarrollo humano, Chimaltenango*. Colección estadística departamental. Guatemala. Disponible en versión digital <http://www.desarrollohumano.org.gt/fasciculos/pdfs/d4.pdf>. Con acceso: abril, 2016

Allen, Robert (2017) Top Social Network sites by number of active users 2017. Recuperado desde: <http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/attachment/top-social-network-sites-by-number-of-active-users-2017/>. Con acceso: mayo 2017

Cifras para el desarrollo humano - Guatemala (2015) *Colección estadística departamental*. Recuperado desde: [http://www.desarrollohumano.org.gt/fasciculos/cifras\\_v4.html](http://www.desarrollohumano.org.gt/fasciculos/cifras_v4.html). Con acceso: abril, 2016

Depósitos de documentos de la FAO (s. f.) *Entorno Nacional. Informe Nacional Guatemala*. Recuperado desde: <http://www.fao.org/docrep/007/j3029s/j3029s06.htm>. Con acceso: abril, 2016

Dynamic/Kinetic Typography (s. f.) Referencia de animación. Recuperado desde: [https://videohive.net/item/dynamickinetic-typography-pack/17757526?s\\_rank=25](https://videohive.net/item/dynamickinetic-typography-pack/17757526?s_rank=25)

Gómes R. David (2014) *Cómo promocionar mi negocio o producto con poco presupuesto*. Recuperado desde: <http://davidgomez.eu/como-promocionar-mi-negocio-con-poco-presupuesto/> Con acceso, agosto 2016.

Graells, P. Marqués (1995) *Introducción al lenguaje Audiovisual*. Adaptado del multimedia interactivo para Multigestor Windows: "introducción al lenguaje audiovisual". Última revisión 2010. Recuperado desde <http://peremarques.pangea.org/avmulti.htm>. Con acceso, septiembre 2016



Guzmán, Luis (s.f.) *Como puedo conseguir financiamiento para mi ONG de Desarrollo o Asociación sin fines de lucro*. Recuperado desde: <http://lanuevaeconomia.com/como-puedo-conseguir-financiamiento-para-mi-ong-de-desarrollo-o-asociacion-sin-fines-de-lucro.html>, con acceso, agosto 2016.

Martínes M. Miguel (2009) *Dimensiones básicas de un desarrollo humano integral*. Revista de la Universidad Bolivariana, Volumen 8. Versión digital: <http://www.scielo.cl/pdf/polis/v8n23/art06.pdf>, con acceso, agosto, 2016.

McCarthy, J., Perreault, W. (1997) *Marketing*. Undécima edición. Interamericana. Pag. 446

Miller, Ron (2013) *Alternativas Educativas: Un mapa de territorio*. Recuperado desde: <http://reevo.org/articulos/alternativas-educativas-un-mapa-del-territorio/> con acceso, agosto, 2016.

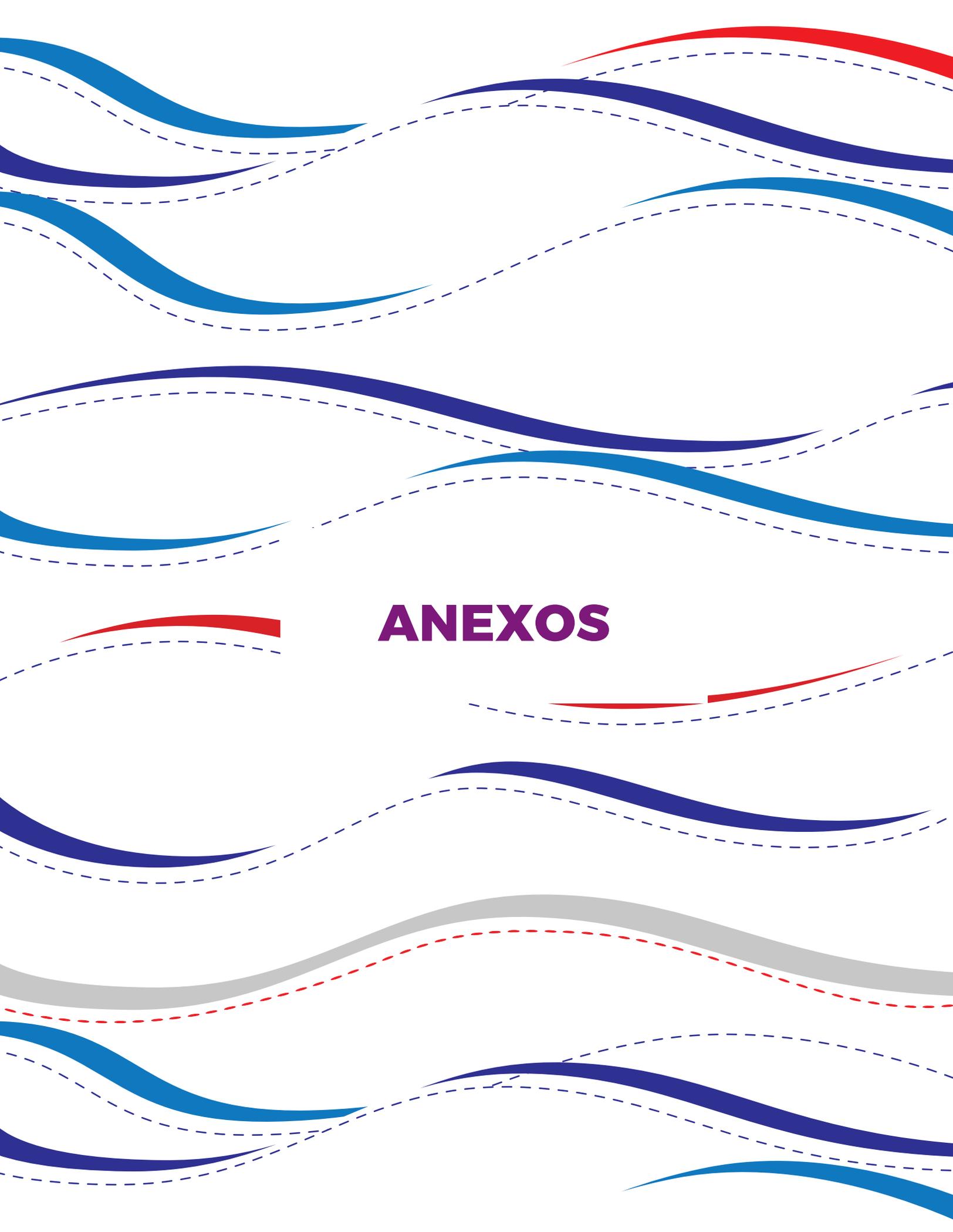
Noticias de Guatemala (2002) *El 70 por ciento de la población guatemalteca es joven*, según PNUD. Recuperado desde: <http://noticias.com.gt/nacionales/20120724-70-por-ciento-poblacion-joven.html>. Con acceso: abril, 2016

Oficina de Derechos Humanos Arzobispado de Guatemala (2011) *Informe de la Situación de la Niñez y Adolescencia en Guatemala*. Disponible en: <http://www.pami-guatemala.org/Documentos/od-hag2011.pdf>. Con acceso: abril, 2016

Ochoa, Maribel (2014) *Educación alternativa: un desafío permanente y necesario*. Recuperado desde: <http://reevo.org/articulos/educacion-alternativa-un-desafio-permanente-y-necesario/>, con acceso, agosto, 2016.

Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (2015) *Guatemala en breve*. Recuperado desde: <http://www.gt.undp.org/content/guatemala/es/home/countryinfo/> Con acceso: abril, 2016

Skaf, Eugenia (2016) *Marketing en Redes Sociales: ¿Cuántas Veces Debes Publicar por Día para Llegar a tu Audiencia?*. Recuperado desde: <https://postcron.com/es/blog/marketing-en-redes-sociales-cuantas-veces-publicar-por-dia-en-cada-red-social/> Con acceso: mayo 2017



# ANEXOS



# DOCUMENTO DE VALIDACIÓN

-- FOCUS GROUP --

Este documento corresponde al instrumento de validación y está diseñado con la finalidad de verificar la eficacia del audiovisual del proyecto de graduación "Diseño de material gráfico para la gestión de patrocinio de la asociación Educando para la Vida" realizado durante el Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Rellene los espacios en blanco brindando su opinión de manera objetiva.**

Cualquier duda que tenga, consulte al moderador.

Nombre:

Estado Civil:  Profesión:  Edad:

**1**

¿Qué le llamo la atención del audiovisual?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**2**

¿Cuál considera que fue el mensaje del audiovisual?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**3**

¿Qué otros aspectos cree que se podrían haber incluido o extendido en el audiovisual?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**4**

Indique los aspectos que recuerde se hablaron en el audiovisual

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**5**

Los textos en el audiovisual los clasificaría como: Fácil lectura, rápidos, lentos, complicada lectura.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**6**

¿Qué cambiaría del Audiovisual?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Marque con una "X" el puntaje que considere en cada característica.**

Tomando en cuenta que los puntajes se ubican de 1 a 5, siendo:

1. Deficiente

2. Regular

3. Bueno

4. Muy bueno

5. Excelente

CARACTERÍSTICA	PUNTEO				
	1	2	3	4	5
La comprensión del audiovisual					
Legibilidad de los textos					
La duración del audiovisual					
Las animaciones					
El sonido concuerda con las imágenes					

**Subraye la respuesta que considere a la pregunta planteada.**

Puede subrayar dos si lo desea.

**A**

**¿Qué emoción connota el video?**

- Armonía
- Tristeza
- Aburrimiento
- Desesperación
- Conmover

**B**

**El contenido del video es**

- Muy extenso
- Le falta información
- Es ideal
- Es muy corto

**C**

**¿Qué valor moral connota el video?**

- Ambición
- Generosidad
- Amistad
- Paciencia

**D**

**¿Qué le motiva a seguir viendo el video?**

- Es interesante
- Quiero saber más sobre la organización
- Me gusta ver videos

**Responda las siguientes preguntas.**

Todas estas preguntas están abiertas para que escriba su opinión con libertad

¿En dónde le gustaría ver transmitido este audiovisual?

---

Luego de ver este audiovisual ¿consideraría realizar una donación a la asociación?

---

¿Qué comentario en general tiene del audiovisual?

## **TABLA DE OBSERVACIÓN**

-- PARA USO DEL MODERADOR --

TIEMPO	MOMENTO	REACCIÓN	
		NO VERBAL	VERBAL
00:00 - 00:08	Intro Logo asociación, sonido de niños al fondo		
00:08 - 00:14	Presentación de lugar		
00:14 - 00:19	Inicio de motion graphics. Animación		
00:19 - 00:27	Presentación de niños de la comunidad.		
00:27 - 00:35	Presentación de las escuelas		
00:35 - 00:44	Cambio de escena y música, presentando a la asociación.		
00:44 - 01:06	Muestra de los niños que asisten		
01:06 - 01:15	Niños felices riendo		
01:15 - 01:58	Las coreografías de niños - alumnos bailando		
01:58 - 02:06	Cambio de velocidad del video		
02:06 - 02:36	Niños disfrutando de asistir a la asociación		
02:36 - 03:00	Motion Graphics e información de la asociación. Outro logo.		



Guatemala, octubre 23 de 2017.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **CARLOS ESTIVEN MARROQUIN SEQUEN**, Carné universitario: **201016783**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO PARA LA GESTIÓN DE PATROCINIOS DE LA ASOCIACIÓN EDUCANDO PARA LA VIDA**, previamente a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Lic. Maricella Saravia  
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

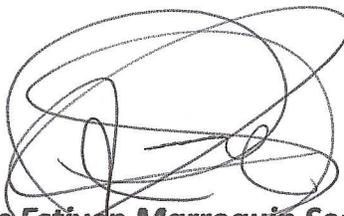
Profesora Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

*LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA*  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: **3122 6600 - 5828 7092 - 2252 9859** - - [maricellasaravia@hotmail.com](mailto:maricellasaravia@hotmail.com)

**Diseño de material gráfico para la gestión de patrocinios de la  
Asociación Educando para la Vida**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



**Carlos Estiven Marroquin Sequen**

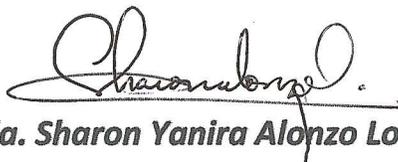
Asesorado por:



**Lic. Marco Antonio Morales Tomas**



**Lic. Jose Francisco Chang Meneses**



**Licda. Sharon Yanira Alonzo Lozano**

Imprímase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



**Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón**  
Decano