



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

DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN AMATITLÁN Y GUATEMALA

PARA LA ONG INFANCIA CON FUTURO EN GUATEMALA, PARA
FORTALECER SU POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Presentado por:

Estuardo Alejandro Reyes Barrios

Al conferirse el título de Licenciado en Diseño Gráfico



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

DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN AMATITLÁN Y GUATEMALA PARA LA ONG INFANCIA CON FUTURO, PARA FORTALECER SU POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Presentado por:
Estuardo Alejandro Reyes Barrios

Al conferirse el título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

“Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

Guatemala,
julio del 2019

Junta Directiva

Msc. Edgar Armando López Pazos
DECANO

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea
VOCL I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
VOCL II

Msc. Arq. Alice Michele Gómez García
VOCL III

Br. Ixchel Maldonado Enríquez
VOCL IV

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
SECRETARIO ACADÉMICO

Tribunal Examinador

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón

Arq. Msc. Publio Alcides Rodríguez Lobos

Licda. Miriam Isabel Meléndez Sandoval
ASESOR GRÁFICO

Lida. Tania García
TERCER ASESOR

DEDICATORIA

A DIOS

Todo lo dedico primeramente a Dios por haberme dado la vida, por ser quién levanta mi cabeza, gracias a Él puedo decir que hasta el día de hoy ha estado conmigo y he podido ver su gloria sobre mí, es el centro de mi vida y este gran paso ha sido posible gracias al conocimiento y sabiduría que me ha concedido por su infinita misericordia y amor.

A MIS PADRES

Por la confianza, amor y apoyo incondicional. Por haberle apostado a mi carrera y el haber invertido económicamente y moralmente. Por el apoyo en cada decisión tomada, enseñándome a valorar y trazar metas siempre confiando en Dios. Por estar siempre dispuestos a darme todo lo que he necesitado.

A MIS PRIMOS Y HERMANO

Por ser ejemplo de vida; a cada uno de ellos con sus diferentes cualidades me han enseñado a ser mejor día a día, por ser ejemplo de servicio, superación y dedicación. Atesorando cada momento compartido en familia, por ser quienes me incentivan y alientan a dar lo mejor de mí.

A MIS AMIGOS

Por estar conmigo, apoyándome y dándome aliento en los momentos más difíciles, tenderme la mano para caminar juntos, compartiendo alegrías y tristezas.

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS

A la ilustre Universidad de San Carlos de Guatemala que durante 5 años me llenó de conocimientos con los cuales formó mi profesión forjando mis habilidades técnicas, prácticas y científicas para ser una profesional competente.

A LOS FACILITADORES

Personas que con sus conocimientos y experiencias compartieron sus enseñanzas formando, carácter y profesionalismo en cada etapa de mi carrera universitaria.

A LA ORGANIZACIÓN INFANCIA CON FUTURO

A la organización Infancia con Futuro, por haberme abierto las puertas, haber confiado en mis conocimientos y habilidades, por dedicarme tiempo y espacio entre sus actividades y por haberme dejado formar parte de la labor que realizan a través de mi colaboración como diseñador gráfico.

A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS

A mis amigos y compañeros de la escuela de diseño gráfico, por cada etapa vivida en la carrera, por todos los momentos compartidos por apoyarnos mutuamente y estar en los momentos de estrés, desvelos, alegría, situaciones y emociones que experimentamos a lo largo de la carrera de Diseño Gráfico.



Infancia con Futuro

Informe Final

Tabla de contenidos

ÍNDICE

CAPÍTULO 1	INTRODUCCIÓN	17
	Identificación de Necesidades	18
	Justificación	21
	Objetivos de Proyecto	25
CAPÍTULO 2	PERFILES	27
	Perfil de Infancia con Futuro	28
	Perfil del Grupo objetivo	30
CAPÍTULO 3	DEFINICIÓN CREATIVA	36
	Estrategia de Aplicación de la pieza a diseñar	36
	<i>Brief</i>	38
	Concepto creativo de diseño e insights	39
	Propuesta de códigos visuales	46
CAPÍTULO 4	PLANEACIÓN OPERATIVA	49
	Flujograma del proceso creativo de la pieza a diseñar	50
	Cronograma de trabajo	54
CAPÍTULO 5	MARCO TEÓRICO	57
	Pobreza y la falta de desarrollo personal	58
	El diseño gráfico y su aporte a la comunicación	68
CAPÍTULO 6	PROCESO DE PRODUCCIÓN GRÁFICA	73
	Primer nivel de visualización	74
	Segundo nivel de visualización y coevaluación	82
	Tercer nivel de visualización y validación	90
	Pieza Final	97
	Costos del proyecto general	114
CAPÍTULO 7	LECCIONES APRENDIDAS	119
CAPÍTULO 8	CONCLUSIONES	123
CAPÍTULO 9	RECOMENDACIONES TÉCNICAS	127
	FUENTES CONSULTADAS	130
	GLOSARIO	132
	ANEXOS	135

PRESENTACIÓN

Por más de 20 años la ONG Infancia con Futuro ha servido a familias ubicadas en las orillas del lago de Amatitlán por medio de programas de desarrollo integral las cuales se enfoca principalmente en la educación, alimentación y espacios seguros para los infantes de cada familia. Infancia con futuro ha logrado seguir funcionando gracias a los donativos que recibe por parte de personas que viven en España y conocen de la organización.

En el presente caso se elabora el proyecto titulado “Diseño de programa de Comunicación digital para el fortalecimiento de posicionamiento en el mercado” a beneficio para niños de escasos recursos que viven en las orillas del lago de Amatitlán, Guatemala. Este proyecto se elaboró para la ONG Infancia con Futuro, organización que ayuda a niños y jóvenes con programas educativos, alimentación, salud y actividades culturales, artísticas y deportivas para su formación integral.

Una estrategia de comunicación en Guatemala debe influenciar en las personas para que se unan, compartan y opinen en beneficio de un contenido. La ausencia de esta puede tener como consecuencia problemas de imagen, identidad, credibilidad, etc.

El proyecto consiste en el diseño y reacomodación de los procesos de comunicación y publicidad de las actividades de la organización, así como también el apoyo técnico en cuanto a producción de audiovisuales y manejo de la imagen institucional para exteriorizar sus servicios y obtener ayuda económica o de recurso humano.

Este proyecto plantea un manual de normas gráficas y un manual de redes sociales dirigido al equipo de comunicación de Infancia con Futuro. El contenido de este material consiste en que los alumnos conozcan los detalles de la imagen de la organización, el uso del logotipo, color, fuentes que puede utilizar, cual deberá ser la personalidad de Infancia con Futuro en las redes sociales que imágenes debe utilizar, ángulos, tipos de encuadres y que hacer en caso de crisis.

El material desarrollado se propone en respuesta a la necesidad de reforzar la comunicación digital que tiene Infancia con Futuro, generando contenido que Informe de la labor que realiza la organización en beneficio de la comunidad que habita en Aldea Cerritos.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN





INTRODUCCIÓN

Durante el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- y Proyecto de Graduación de la Universidad de San Carlos, de la Facultad de Arquitectura en la Escuela de Diseño Gráfico a los alumnos del décimo ciclo tienen indicado intervenir como profesionales con la disciplina del Diseño Gráfico a favor de la sociedad guatemalteca, en un lugar no lucrativo que retribuya al país, en este caso se ha querido mediar en el área de la niñez con pocas oportunidades, en un área que sea de beneficio para ellos; en Guatemala existen varias organizaciones que apadrinan niños de escasos recursos con diferentes programas que brindan oportunidades y la ONG Infancia con Futuro es una de ellas, esta organización presenta proyectos para dar ayuda a los niños desde los tres años, hasta los dieciocho en Aldea Cerritos en el Municipio de Amatitlán, con problemas de salud, educación, nutrición y en algunos casos niños expuestos a abusos en el hogar. En esta área es donde se mediará para que mejore su estilo de vida, su rendimiento, oportunidades y crecimiento.

El presente informe presenta el por qué, la disciplina del diseño debe intervenir como herramienta a favor de la comunicación entre la ONG Infancia con Futuro y la población guatemalteca en general. Este informe está conformado por los procesos de construcción de una marca en Guatemala y la propuesta de cómo generar una comunicación digital en las redes sociales desde el punto de vista del diseño gráfico.



1.1 IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

Deficiencia en la divulgación de la labor social que la ONG Infancia con futuro realiza en Amatitlán.

ANTECEDENTES

La necesidad de la comunicación de la ONG Infancia con Futuro existe desde el momento que inició dicha organización en Guatemala, todos sus recursos gráficos se han utilizado en crear material para España, donde se encuentra la ONG y no así para Guatemala.

El proceso de comunicación que mantiene resulta tener diversos procesos, hasta llegar al medio final que son las redes sociales. Todo el material gráfico creado en Guatemala se envía a España para su aprobación y allá se programa para su publicación en España, con 12 horas de diferencia en comparación al territorio nacional.

Actualmente el proceso de comunicación está siendo de la misma forma, en donde el coordinador de la ONG envía la información de las actividades realizadas en Infancia con Futuro a los directivos en España y estos crean materiales con el fin de buscar nuevos donadores. Un 70% de los materiales realizados son impresos por lo que su segmento es muy pequeño.

Infancia con futuro no cuenta con un proceso de comunicación en Guatemala con la población ni entidades que puedan ayudar a la ONG. Actualmente en Amatitlán donde está ubicada la ONG hay 121,051 habitantes de los cuales un 30% habita en los alrededores de la cabecera municipal. En Aldea El Cerrito habitan un total de 1,450 personas según el censo realizado en el 2014 por el INE.

Las autoridades de Infancia con Futuro, conciben que su visión es el ser una organización de ayuda social, basados en la formación de nuevas generaciones rescatadas de zonas de alta peligrosidad y escasos recursos en las orillas de lago de Amatitlán, para ayudarles a superarse permanentemente y alcanzar altos estándares de efectividad social, así como la mejora de su comunidad y país.

La Organización busca apoyar de manera directa a niños y jóvenes de escasos recursos de zonas marginadas por la sociedad, a través de programas de alimentación, becas de estudio y jornadas médicas, para encaminarlos en el desarrollo social y personal.



Fuente: Galería de Infancia con Futuro

Dentro los programas que se trabajan están: programa de nutrición, clínicas médicas y dentales, talleres culturales y becas para quienes lo necesiten. Los niños que han sido beneficiados por Infancia con Futuro han cambiado totalmente su vida, de ser niños explotados y víctimas de violencia intrafamiliar. Han pasado a formar parte de distintos Centros Educativos de la región, también muchas familias han sido beneficiadas con las clínicas médicas y dentales, ya que, al ser familias de escasos recursos no pueden pagar un servicio profesional. Se han rescatado niños con desnutrición, quienes ahora han desarrollado distintas habilidades y su esperanza de vida es mucho mayor. Los beneficiados son incluidos en actividades artísticas, tecnológicas, deportivas y culturales.

Al escuchar los testimonios de algunos beneficiados por la Organización hace algunos años, se pudo observar la gran cantidad de actividades y logros que los niños alcanzan, logros de los cuales muchas personas no se enteraran. Todas estas actividades y objetivos alcanzados por Infancia con Futuro, no son documentados o publicados de la manera correcta, lo que provoca que patrocinadores o donadores interesados en ayudar y colaborar, no se acerquen para apoyar; al resolver esta situación, la relación social y el éxito sería mayor, la ayuda económica y la ampliación de sus servicios se extendería a todo el país.

LA NECESIDAD

Infancia con Futuro no cuenta con una comunicación efectiva en Guatemala y no posee un plan para recaudar fondos dentro del territorio nacional. Pocas personas saben de su trabajo, muy pocos se motivan a ser parte de la institución; debido a esto la ayuda no llega a un mayor conglomerado. Los mismos beneficiados carecen de un espacio para divulgar su talento. Esto también afecta a los directivos, pues los proyectos no se establecen a largo plazo, no hay material que ayude a que más niños y jóvenes quieran ser parte del programa; sigue siendo una organización sin ser conocida.

Algunas debilidades son:

- 1. Deficiencia en las estrategias de difusión de contenido en Guatemala.**
- 2. Falta de documentación en la biblioteca de multimedia.**
- 3. Ausencia de línea gráfica en los materiales de comunicación que utiliza.**
- 4. Falta de apoyo de la administración municipal.**
- 5. Falta de información acerca de la ONG Infancia con Futuro.**



Propuestas para resolver la necesidad de comunicación visual

Tras hacer el diagnóstico de necesidades de comunicación visual de la Organización Infancia con Futuro y tener una reunión con las autoridades de dicha organización se pudo determinar cuáles son sus principales necesidades. En esta reunión se pidió a los participantes que nombrarán las necesidades que a criterio de cada uno afectan la organización, lo que permitió argumentar las situaciones; para que estas se pudieran agrupar, analizar en conjunto y proponer las soluciones que a continuación se presentan. También se agregan soluciones específicas, siendo las siguientes:

1. Creación de estrategia para divulgar la labor social que realiza Infancia con Futuro en Guatemala

Apoyo técnico, elaboración de programa para la divulgación de las actividades.

2. Diseño de material digital para su divulgación en sus redes sociales y pagina web.

Elaboración de diseño y mejora de la imagen de Infancia con Futuro.

3. Propuestas de divulgación de los diferentes programas que da Infancia con Futuro en su organización.

Análisis y desarrollo de material impreso para distribución en los lugares donde la Asociación trabaja.

Como proyecto principal se trabajará en la propuesta Creación de estrategia para divulgar la labor social que realiza Infancia con Futuro en Guatemala, esto con la ayuda de un Manual de Normas Gráficas y con un Manual de Redes Sociales, por ser la opción que cumple con los objetivos planteados por la organización y que contará con mayores beneficios para la ONG Infancia con Futuro.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Al realizar una estrategia de comunicación digital que incluya diseño, concepto e información de las diferentes actividades realizadas por la ONG Infancia con futuro, permitirá que personas particulares, entidades públicas y privadas se acerquen a la organización y puedan apoyar alguno de los programas que benefician a los niños de escasos recursos que viven en las orillas del lago de Amatitlán. El material a diseñar es parte del objetivo.

Poner en marcha este proyecto logrará que Infancia con Futuro sea conocido a nivel nacional por su grupo objetivo en los medios digitales, tendrá una mejor rentabilidad comparado al hacerlo con los medios tradicionales. Esto quiere decir que, sí, debe haber una inversión económica para lograr su posicionamiento en el medio digital, que a su vez tenga mejores resultados.

Una de las razones por la cual se plantea utilizar las redes sociales se debe a que es un medio en el que podemos llegar a nuestro grupo objetivo e incidir en él, para fomentar el interés por la organización Infancia con Futuro, esto de forma económica y compartiendo nuestra información. Con el fin de generar credibilidad y fidelización entre los usuarios de este medio.

La ONG Infancia con Futuro podrá crear un presupuesto en la parte publicitaria en lo que permitirá expandirse como ONG dentro de Guatemala y seguir aumentando su capacidad de asistencias al centro educativo, al centro de salud y a la clínica odontológica.

El centro de educación podrá convertirse en una institución formal inscrita ante el Ministerio de Educación en la que puedan llegar a estudiar por las mañanas y permanecer en dicho centro por las tardes como guardería. Los voluntarios podrán llegar a tener plazas fijas dentro de la ONG. El centro de salud y la farmacia tendrán personal mejor capacitado y con el potencial de recibir a futuros profesionales que deseen realizar sus prácticas en la ONG.

El generar las actividades relevantes de la organización, así como informar de las diferentes jornadas de salud dental, programa de asistencia médica y farmacia; permitirá que, Infancia con Futuro tenga un espacio en el que los beneficiados potenciales puedan enterarse cuando son estas fechas o en qué horarios se puede asistir a la organización.

La necesidad de comunicar que presenta Infancia con Futuro se evidencia al momento de no recibir donaciones ni ser reconocidos por entidades nacionales. Esto ha generado falta de insumos dentro la organización y a su vez limita a los adolescentes.

A raíz de este hecho se decidió realizar un proyecto de comunicación digital el cual ayudará de forma directa a la ONG al brindar mejor información a los usuarios interesados en ella.



Incidencia del diseño gráfico en el contexto del proyecto

El uso adecuado de audiovisuales en las plataformas digitales es muy fuerte al momento de transmitir mensajes, tienen alto impacto gráfico y la trascendencia de estos es sensible; el mostrar historias positivas y hacerlas ver cercanas a cualquier persona los reta a que sean parte de algo que requiere de ellos esfuerzo, dedicación y constancia. Al grupo objetivo le gusta sentirse retado.

En ese aspecto se considera que transmitir material gráfico en donde se apoye el crecimiento personal y social, hace que muchos jóvenes sean influenciados de buena manera; por lo que el proyecto apoya con una solución directa a combatir la problemática de comunicación que existe.

TRASCENDENCIA DEL PROYECTO

En la evaluación gráfica que se realizó a la ONG Infancia Con Futuro, en sus plataformas digitales se puede notar la carencia de diseño, línea gráfica y concepto en todo su planteamiento de comunicación. A raíz de esta necesidad se elabora un plan para generar soluciones creativas para cada una de ellas.

En cuanto al diseño se deberá seguir los principios básicos para tener una fácil lectura visual del contenido a publicar. Así como el uso adecuado de las medidas establecidas en cada plataforma digital (tamaño de video, tamaño de imagen, uso correcto de Gif) el uso correcto del lenguaje y por último tomar en cuenta los caracteres a utilizar en cada publicación.

Se unificará la línea gráfica para que todas sus publicaciones lleven un mismo concepto gráfico, esto quiere decir que se deberán utilizar elementos de comunicación que el grupo objetivo pueda identificar y reconocer que es una publicación de Infancia con Futuro.

Todo esto forma parte de la estrategia de comunicación que queremos brindar al grupo objetivo; que le de credibilidad en la organización y que forme parte de ella contribuyendo económicamente con la ONG Infancia Con Futuro. Esto daría como resultado empatía entre guatemaltecos y se fomentaría un valor que sería ayudar a los que más lo necesitan.

El proyecto de diseño de comunicación ayudará a la ONG Infancia con Futuro a desarrollar una comunicación directa con la población guatemalteca, específicamente en el área metropolitana con el objetivo que personas se acerquen de forma voluntaria a apoyar a cualquiera de las actividades que realiza dicha ONG.

La facilidad de encontrar información hoy en día juega un rol muy importante, los usuarios de las redes sociales y de páginas web permanecen al tanto de organizaciones por este canal de comunicación, es por eso por lo que Infancia con Futuro logrará transmitir el mensaje correcto por estos medios.

El proyecto tiene como fin ayudar a informar a la población en general acerca de Infancia con Futuro y que a lo largo plazo esta organización sea un ente de ayuda en todo el municipio de Amatitlán.

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

El desarrollo de una estrategia de comunicación digital presenta desafíos en la administración de recursos gráficos y de información, sobre todo en lo que se refiere al uso de recursos humanos, que son los que más valor tienen en una organización de este tipo. Si no se hace una planificación desde un inicio de cómo comunicarse en un medio digital puede dañar la imagen de la ONG Infancia con Futuro.

El proceso de diseño de comunicación inicia con los valores de la ONG y los objetivos que se deseen plantear. El valor de tener una comunicación directa con los directivos de Infancia con Futuro permitirá desarrollar paso a paso en conjunto y llegar a una solución gráfica

correcta en que ambos participantes puedan realizar sus críticas y observaciones.

Algunos de los recursos gráficos a utilizar en este proyecto son: fotografías, videos, diseños, información de la ONG. Aunque Infancia con Futuro cuenta con un banco de estos datos, se sugiere renovar dichos insumos registrados para plantear una comunicación actualizada de lo que sucede en esta organización.

La información de Infancia con Futuro está en renovación, gracias a su nuevo coordinador de educación se está realizando una actualización de datos en la permitirá tener mayor y mejor información de lo que se hace en dicha organización.

El acceso a sus redes sociales y pagina web se debe gestionar ya que es administrada desde un usuario en España, al cual se debe proceder a dar el acceso para evaluar sus estadísticas de visitas y del público que ingresa a cada sitio y porque razón.

FACTIBILIDAD ECONÓMICA

De esta forma se determina si la estrategia y el uso de estos medios digitales es económicamente viable o no, evaluando si el costo de desarrollo equipara los beneficios de usar los dichos medios. Por supuesto en este caso, una plataforma web y redes sociales. De esta naturaleza pretende ser rentable en el sentido de lograr aportaciones económicas directas, estamos convencidos de que es una inversión que ayudará a elevar la imagen de la ONG Infancia con Futuro, posicionándola con otras organizaciones que realizan la misma labor social en el país.

En este sentido, la justificación económica está condicionada al hecho de que no es posible calcular en términos monetarios el beneficio que se obtendrá, ya que primordialmente se desea generar credibilidad en los usuarios para apoyar a Infancia con Futuro.





1.3 OBJETIVOS DE PROYECTO

General

- **Contribuir con la ONG Infancia con Futuro, a través del diseño de una estrategia de comunicación digital, para divulgar la labor social que realizan en beneficio de niños de escasos recursos que habitan a las orillas del lago de Amatitlán.**

De comunicación

- **Divulgar de forma digital, los beneficios que da Infancia con Futuro a los niños de escasos recursos que viven en las orillas del Lago de Amatitlán.**

De diseño

- **Diseñar material gráfico pertinente para identificar y comunicar efectivamente la labor de la organización Infancia con Futuro y cautivar al grupo objetivo.**

CAPÍTULO 2

PERFILES





2.1 PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

ONG Infancia con Futuro

Dirección: Aldea Cerritos, Km. 36,5 Crta Circunvalación Lago Amatitlán.
Teléfono: (502) 7823-4079
Correo electrónico: if@infanciaconfuturo.org
Sitio Web: www.infanciaconfuturo.org

Es una organización no gubernamental que brinda apoyo médico, educacional y alimentario a niños que residen a orillas del Lago de Amatitlán. La organización está ubicada a siete kilómetros de la cabecera municipal de Amatitlán, sobre la carretera que conduce a Santa Elena Barillas. Está ubicada justo en el área denominada “El relleno”.

HISTORIAL DE LA INSTITUCIÓN

Desde finales del año 1998 la ONG Infancia con Futuro ha trabajado con las comunidades situadas en las orillas del lago Amatitlán. Inicialmente, estas acciones surgieron como una respuesta a la situación de emergencia generada tras el paso del huracán Mitch, que azotó a la región centroamericana. Posteriormente, una vez superada la situación de emergencia inicial, se fueron abordando otra a serie de actividades complementarias en beneficio general de la población de las aldeas y de su desarrollo integral.

Una vez implantados en las comunidades, y siempre en coordinación con los propios vecinos que apoyan la intervención de la organización, se les ha solicitado que continúen trabajando en nuevos proyectos.

FILOSOFÍA

La organización es administrada desde España y su fundador está en constante movimiento de un país al otro. La mayor parte de las donaciones y el personal que desarrolla los talleres provienen del extranjero. Existe una directora dentro de la organización que asiste de lunes a viernes con un equipo de tres facilitadores y una persona apoyándolos en el área de limpieza. Esta organización cuenta con programas de salud, para la comunidad del municipio, talleres, que son desarrollados para los jóvenes que asisten a la organización y un programa de apoyo en educación que da soporte a los jóvenes que asisten la escuela pública.



Fuente: Galería de Infancia con Futuro

MISIÓN

Contribuir con el desarrollo sostenible del municipio de Amatitlán promoviendo, coordinando y orientando el rol y los aportes de las asociaciones sin fines de lucro, para beneficio de los niños y jóvenes con sus respectivas familias.

VISIÓN

Ser el referente esencial de las asociaciones guatemaltecas sin fines de lucro apoyando de forma educativa a los niños y jóvenes del país.

VALORES DE LA ORGANIZACIÓN

1. **Solidaridad**
2. **Colaboración**
3. **Respeto**
4. **Independencia**
5. **Liderazgo**
6. **Transparencia**

SERVICIOS PRESTADOS

Infancia con Futuro cuenta con el programa de salud que beneficia a los niños y adolescentes que asisten diariamente a la organización y a su vez a la población en general que reside en esta zona. Cuentan con laboratorio clínico, odontológico y con jornadas de oftalmología. Cuenta con una farmacia que distribuye medicamentos básicos a precios moderados.

También cuenta con los talleres impartidos dentro de la organización son para los alumnos que asisten diariamente. Estos talleres promueven las capacidades de los jóvenes que los toman, ya que en ellos aprenden a tocar marimba, tomar fotografías, dibujar, pintar etc. La misión de cada uno de estos talleres es que al finalizar expongan su trabajo a entidades que estén interesadas en apoyar a la ONG.

Servicio de guardería, en donde llegan niños con meses de edad hasta jóvenes becados con una mayoría de edad de 21 años. Este servicio permite que los que asisten a Infancia con Futuro tengan dos tiempos de alimentación, seguridad y oportunidad de desarrollarse académicamente.



2.2 PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Características del Grupo Objetivo

Los materiales gráficos estarán dirigidos a jóvenes de 21 a 35 años del nivel medio de Guatemala, interesados en el desarrollo juvenil del país y que sientan empatía por su población. Son parte de algún plan de ayuda social y comparten la idea de ayudar al prójimo.

El principal denominador de este grupo objetivo es que residan en el área metropolitana del país, esto permitirá que Infancia con Futuro se pueda expandir del centro hacia los departamentos en el territorio nacional.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Datos Demográficos

- **Lugar: Ciudad de Guatemala**

Edad y Sexo:

- **Mujeres entre edades de: 21 - 34**
- **Hombres entre edades de: 20 - 37**

Para hablar de las características sociodemográficas nos enfocamos en la cantidad de usuarios de redes sociales que existen en Guatemala, específicamente en la ciudad capital y como este grupo objetivo obtiene información de un medio digital.

REDES SOCIALES

Según datos obtenidos más el estudio en redes sociales iLifebelt 2017, al día de hoy, el 51% de los usuarios en redes son mujeres, siendo quienes lideran el ámbito digital. De igual manera, podemos confirmar que el

rango predominante (35.50%) de edad entre los usuarios digitales es de los 21 a 30 años.

Los números hacen que Guatemala esté en la posición 49 del ranking mundial de países con más usuarios en la plataforma social. De igual manera, el estudio llegó a la conclusión que, en Guatemala, el 92% de los usuarios prefiere acceder a su Facebook desde la comodidad de su Smartphone, en vez de la PC. Esto quiere decir que nuestra estrategia de comunicación deberá ser enfocada a móviles, tomando en cuenta sus dimensiones.

De acuerdo con el Informe, el sistema operativo más utilizado (82.8%) por los guatemaltecos y demás usuarios en la región es Android.

Si bien la adopción del internet en áreas rurales de Guatemala va en crecimiento, el país aún se caracteriza por ser un país con diferencias socioeconómicas muy marcadas. Analizando la adopción de Facebook como un indicador indirecto.

Aproximadamente el 70% de usuarios de Facebook vive en la Ciudad de Guatemala y municipios cercanos (las llamadas ciudades dormitorio), y el otro 30% está distribuido en el resto del país, siendo la ciudad de Quetzaltenango la que le sigue en cantidad de usuarios con menos del 4%.

Debido este rango de edad de nativos digitales, no es extraño que los intereses más fuertes sean el de Tecnología y Entretenimiento

Características Socioeconómicas

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

Se evaluó las características socioeconómicas, ya que en Guatemala existen más de tres clases sociales. Estas son algunas características socioeconómicas que buscamos en el grupo objetivo que deseamos incidir:

- Clase social media y alta
- Estudiantes universitarios
- Ingresos mensuales mayores a las Q4,500.00
- Que residan en la ciudad capital y municipios aldeanos
- Habitan en casa propia con algún familiar
- Emprendedores
- Se movilizan en metro o automóvil

CARACTERÍSTICAS PICTOGRÁFICAS

Nuestro grupo objetivo son personas que tienen la voluntad de ayudar a otros que lo necesitan, con su tiempo o de forma económica. Usan las redes sociales para informarse y comunicarse con las marcas y productos que les interesan. Siempre están en búsqueda de aventura, de un nuevo reto y han participado en campañas como “Un techo para mi país. Teletón, etc.

INTERESES:

- Empresario.
- Humanista.
- Voluntario
- Patriota.
- Con valores cívicos
- Gerente.

ESTILO DE VIDA

- Realizan deporte.
- Participan en las maratones de la ciudad capital.
- Han participado en alguna actividad de ciclismo.
- Asisten a pasos y pedales.
- Les gusta viajar por el país.
- Les interesa la política del país.
- Asisten actividades culturales

A partir de esto, se empleó la técnica de personificación, *Spice and Poems*, para poder conocer mejor a nuestro grupo objetivo. *Spice and Poems*, es un cuadro comparativo, una estrategia de enseñanza – aprendizaje que permite identificar las semejanzas y las diferencias de dos o más personas. Permite desarrollar la habilidad de comparar, construir datos facticos para un grupo de personas específicos.



Spice and Poems

SOCIAL

Su entorno se conforma por jóvenes de su mismo nivel, quienes tienen deseos de superación, muy similares y buscan estar actualizados en su trabajo, hogar y tendencias de moda.

FÍSICO

Necesitan tener los insumos necesarios para llevar a cabo proyectos innovadores, contar con objetos que les permitan desarrollarse.

IDENTIDAD

Desean ser reconocidos por sus logros, buscan ser los mejores en lo que hacen y, realizan múltiples actividades al mismo tiempo se sienten mejor con ellos mismos.

COMUNICACIÓN

Buscan estar actualizados en temas de cultura general, desde las tendencias hasta los nuevos inventos científicos.

EMOCIONAL

No necesitan tener apoyo y quieren sentirse libres con lo que hacen.

PERSONAS

Les gusta estar con personas que les exigen más de sí y les enseñan sobre técnicas actuales y temas nuevos.

OBJETOS

Buscan materiales físicos que les faciliten realizar sus proyectos.

ESPACIOS

Desean tener los ambientes necesarios y funcionales para dar vida a sus ideas.

MENSAJES

Procuran estar actualizados en lo que hacen sus compañeros, posibles competidores y personas reconocidas.

SERVICIOS

Buscan ser atendidos de la mejor manera, de igual forma les apasiona servir.



Fuente: Galería de Infancia con Futuro

RELACIÓN ENTRE EL GRUPO OBJETIVO Y LA INSTITUCIÓN

La organización no cuenta con contacto directo con este grupo objetivo, ya que no posee una comunicación con el área metropolitana del país. Las personas que conocen Infancia con Futuro son aquellas que viven en los alrededores de la organización.

El grupo objetivo al que nos estamos dirigiendo puede llegar a tener una relación de comunicación digital, gracias a los medios que visita en sus redes sociales. Toda vez conociendo sus intereses podemos determinar cómo llegar a este segmento de la población e incentivar a que participen y sean parte de Infancia con Futuro.

CAPÍTULO 3

DEFINICIÓN CREATIVA





3.1 ESTRATEGIA DE APLICACIÓN DE LA PIEZA A DISEÑAR

El proyecto de: Estrategia de comunicación digital para Guatemala de la ONG Infancia Con Futuro, se trata de crear un plan de marketing para que la ONG pueda estar posicionada de mejor forma en medios digitales tanto por la misión que están cumpliendo con los habitantes en Aldea Cerritos en Amatitlán como una organización dispuesta a recibir toda la ayuda posible. Estas son las piezas a realizar para cumplir con los objetivos del proyecto:

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

Para iniciar con el proyecto se debe elaborar un Manual de Normas Gráficas, el cual ayudará determinar la línea gráfica de Infancia con Futuro. Es necesario definir la imagen visual de la organización, poder darle una identidad dentro y fuera del territorio guatemalteco para que pueda ser reconocida y posicionarla en la mente del grupo objetivo.

Al construir el manual de normas gráficas permitirá tener los códigos visuales correctos para generar el contenido de las plataformas digitales como lo es la página web y el de las redes sociales.

MANUAL DE REDES SOCIALES

Al poner en marcha el proyecto de comunicación digital logrará que Infancia con Futuro sea conocido a nivel nacional por su grupo objetivo en los medios digitales, este tipo de comunicación tendrá una mejor rentabilidad comparado al hacerlo con los medios tradicionales. Esto quiere decir que, sí debe de haber una inversión económica para lograr su posicionamiento en el medio digital que a su vez tendrá mejores resultados.

El uso de las redes sociales es efectivo por el gran poder y magnitud que abarcan, la información se vuelve viral ya que hacen de las redes movimientos sociales en Internet, extendiéndose y haciendo posibles cambios sociales masivos.

Este tipo divulgación hace necesario tener un manual en el que se indique que tipo de contenido difundir, que personalidad debe de tener la página en las redes sociales y que hacer en casos de crisis. Este manual contiene una guía en la que cualquiera del equipo de Infancia con Futuro pueda difundir un mensaje sin temor a equivocarse.

INVOLUCRADOS DIRECTOS

Beneficiarios

- **Alumnos que asiste a Infancia con Futuro.**
- **Habitantes que reciben atención en el centro médico de Infancia con Futuro.**
- **Docentes de Infancia con Futuro.**
- **Personal administrativo de Infancia con Futuro.**



Fuente: Galería de Infancia con Futuro

Ejecutores

- **Director General de Infancia con Futuro.**
- **Coordinadora de Estudios de Infancia con Futuro.**
- **Coordinador de comunicaciones de Infancia con Futuro.**
- **Planificador (estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos)**

Involucrados Indirectos

- **Facilitadores de Infancia con Futuro.**
- **Habitantes de la Aldea Cerritos.**

PROYECCIÓN DEL PROYECTO

Manual de Normas Gráficas: Portada, introducción, composición de logotipo, fuentes corporativas, color corporativo, uso y manejo

de imágenes, diagramación de página web, diagramación de aplicaciones móviles, diagramación del manual e impresión del mismo.

Manual de Redes Sociales: Portada, introducción, descripción de lo que es Facebook, composición de Facebook, páginas de Facebook, administración de una página de Facebook, personalidad de una página, diagramación del manual e impresión del mismo.

IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

Las aplicaciones de estos materiales deben llevarse a cabo en las instalaciones de la ONG Infancia con Futuro y todo aquel que desea realizar un arte gráfico o enviar un mensaje con la marca Infancia con Futuro. Estos manuales permitirán unificar la comunicación de la marca en toda Guatemala y en las redes sociales y permitirá tener la credibilidad que amedita.

3.2 BRIEF

Antes de iniciar con el proceso técnico del proyecto de graduación se realizó el borrador o brief. El brief permite recopilar toda la información que se necesita para iniciar con un proceso de diseño.

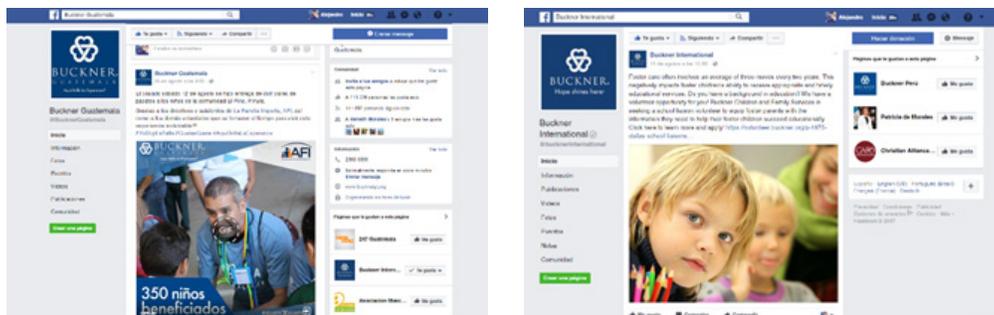
En este brief se puede encontrar una recopilación visual que es la investigación de referencias gráficas que ayudan a determinar que códigos visuales se puede utilizar en el proyecto.

Al iniciar la recopilación visual, se tomó en cuenta las organizaciones que tienen una misión parecida a la de Infancia con Futuro y que cuentan con una mejor comunicación digital.

En los siguientes ejemplos se puede observar el manejo de su red social, usando diferentes tipos en artes gráficas y unificados con su línea gráfica Guatemala, interesados en el desarrollo juvenil del país y que sientan empatía por su población.



Fuente: Página de Facebook de Buckner Internacional



Fuente: Página de Facebook de Buckner Internacional

En las muestras se puede observar códigos gráficos unificados, en los que se presentan cierto tipo de ángulos y encuadres en el uso de las fotografías, así como el uso de no más de dos tipos de fuentes y un código de color que representa la marca como tal.

Concepto creativo de diseño e insights

Para determinar los insights del proyecto se empezó con analizar a nuestro grupo objetivo. Esto con el fin de conocerlos mejor y que pueda permitir un buen desarrollo del concepto creativo para el proyecto.

Los materiales gráficos estarán dirigidos a jóvenes de 21 a 35 años de nivel medio de Guatemala, interesados en el desarrollo juvenil del país y que sientan empatía por su población. Que son parte de algún plan de ayuda social y que comparten la idea de ayudar al prójimo. El principal denominador de este grupo objetivo es que residan en el área metropolitana del país, esto permitirá que Infancia con Futuro se pueda expandir del centro hacia los departamentos del territorio nacional.

DESCRIPCIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Son personas interesadas en el desarrollo del país como de sus habitantes, competidores entre ellos y que fuera del ámbito político sus ideologías son con la población. Participan en eventos como “un techo para mi país” manifestaciones en pro de la población como #27^a. Son personas que buscan un cambio interno para luego reflejarlo en su familia y en su comunidad.

Ciudadanos activos que están pendientes del acontecer nacional más que el internacional. Fomentan la imagen de una Guatemala libre, prospera y hermosa con todos sus paisajes. Aunque no viajan seguido a otro país tratan de conocer cada rincón de Guatemala.

En cuanto su cultura visual, comprenden mejor los mensajes por medio de fotografías y alguna cita referente al contexto, se interesan por argumentos puntuales sin mayor imagen más que un texto, las ilustraciones en las infografías con la que logran comprender mejor como las que se ven en Pictoline. Facebook o twitter.

INSIGHTS

El proyecto desea que los guatemaltecos se sumen a la causa de Infancia con Futuro. Con eso se quiere decir que cada ciudadano en Guatemala puede ayudar a otro ciudadano en su país y brindar una oportunidad a los más necesitados, en esta ocasión a niños que asisten a la ONG Infancia con Futuro

ENTRE LOS INSIGHTS ESTÁN:

- Solidaridad
- Patriotismo
- Caridad
- Amistad
- Compasión
- Heroísmo
- Empatía
- Padrino
- Financistas
- Hermanos
- Educadores
- Colaborador

RESULTADOS:

- Yo creo en el futuro de Guatemala y voy ayudar hacer el cambio.
- El cambio en Guatemala empieza con las acciones más pequeñas.
- Si hoy cuido a los niños, mañana serán el futuro de Guatemala.
- Yo puedo ayudar aquellos que empiezan un nuevo camino.

Estos insights son el resultado del análisis de las personalidades del grupo objetivo. Cada insight tiene una descripción diferente, la cual puede ser utilizada para la elaboración del concepto creativo.

En la siguiente etapa se muestra el proceso de la elaboración de concepto creativo, las herramientas que se utilizaron y la selección final del mismo.



3.3 TÉCNICAS CREATIVAS

Concepto Creativo

El concepto creativo se realizó utilizando tres técnicas creativas diferentes, cada una de ellas con resultados diferentes.

Las utilizaciones de técnicas de creatividad sirven para alcanzar objetivos próximos al proyecto, permitiendo direccionar el pensamiento en etapas o procedimientos concretos. El uso de estas técnicas permite seguir un orden establecido para lograr un objetivo deseado, ayudando a desarmar los caminos del pensamiento vertical habitual. La elección de técnica o método creativo implica la aceptación y cumplimiento de una serie de pasos que nos permitirán ordenar la desorganización que implica el pensamiento creativo.

Las técnicas implementadas son realizadas en conjunto con directivos de Infancia con Futuro y profesionales de la comunicación. Esto para obtener un pensamiento creativo en conjunto y tener un mejor resultado.

TÉCNICA CREATIVA: EL CUESTIONAMIENTO

Es una técnica que permite apropiarse de todo conocimiento posible de la necesidad y de la organización de quien se está hablando.

Las preguntas creativas son preguntas abiertas que no pueden responderse con un “sí” o un “no”, pero tienen la intención de alentar el pensamiento a un nivel más profundo. El cuestionamiento creativo estimula la imaginación y puede llevar a avances cognitivos, emocionales.

El desarrollo de esta técnica se realizó a nivel personal, siguiendo los criterios que esta técnica necesita.

La técnica se inició con preguntarse la necesidad: ¿Por qué mejorar la comunicación digital de Infancia con Futuro en Guatemala? A partir de este punto se indaga hasta obtener el conocimiento necesario para desarrollar un concepto.



NECESIDAD: MEJORAR LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN GUATEMALA DE INFANCIA CON FUTURO

¿Por qué?

Infancia con futuro no cuenta con una forma de comunicación en el país

¿Por qué?

Nunca se consideró, ya que todas las donaciones son recibidas de España.

¿Por qué?

No hay interés de la población nacional por Infancia con Futuro

¿Por qué?

No se ha tenido la capacidad de llegar a la población, ni por medios impresos ni digitales

¿Por qué?

Su comunicación en los medios digitales es pobre y no se ha actualizado

¿Por qué?

No se tiene el conocimiento ni el personal capacitado para realizar esta actividad

¿Por qué?

Los fondos recibidos son muy pocos y las personas con los conocimientos están en España

¿Por qué?

Son muy pocas personas las que se interesan en donar recursos, tiempo o insumos

¿Por qué?

No saben cómo hacerlo o donde hacerlo

¿Por qué?

La poca información que se encuentra de Infancia con Futuro no permite realizar estas acciones

¿Por qué?

Su poca actualización

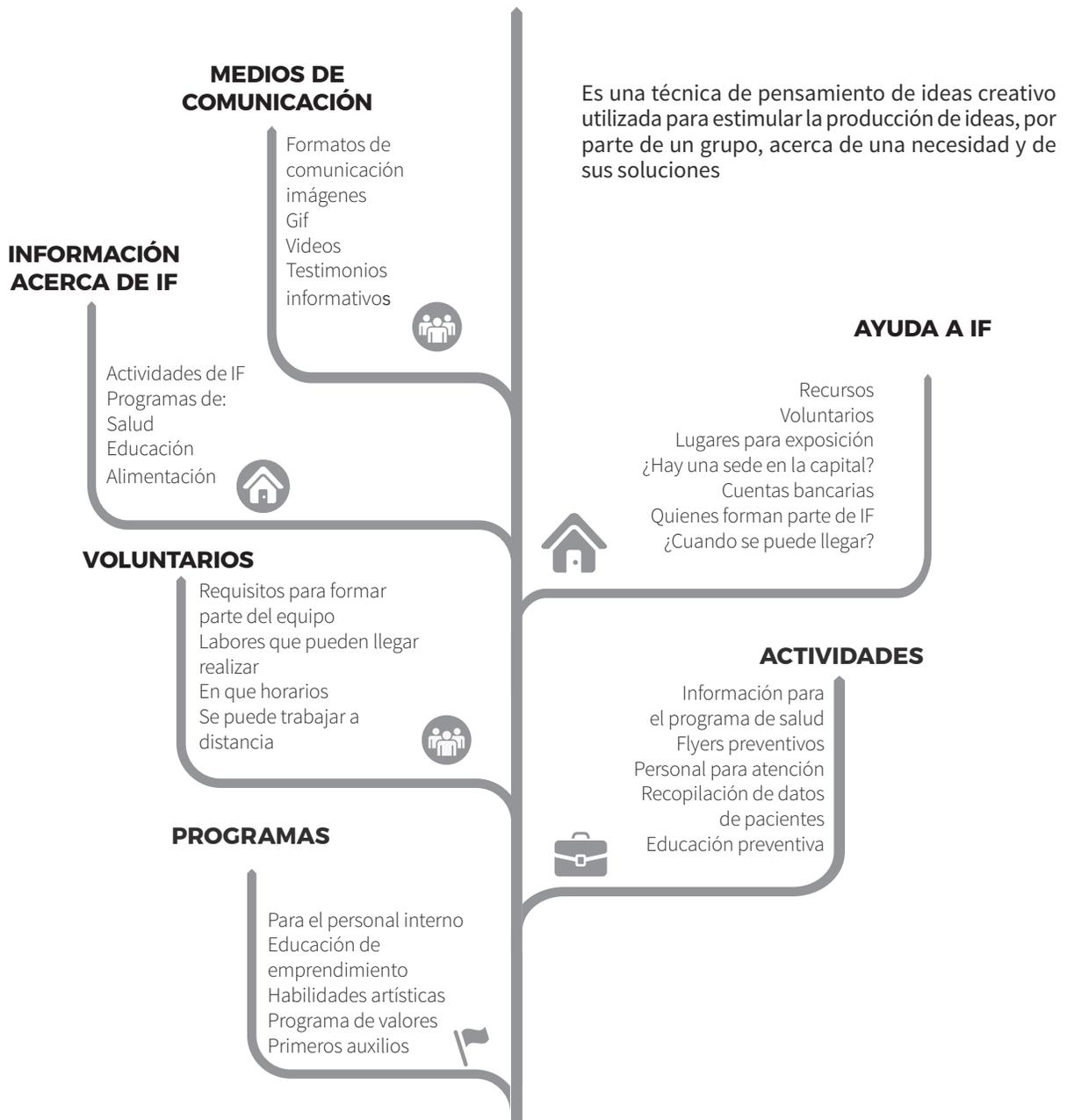
CONCEPTO: GUATEMALA CON FUTURO

El concepto creativo “Guatemala con Futuro” es el resultado de la investigación que se realizó por medio de la técnica de cuestionamiento. Esta investigación permitió conocer cada aspecto de la necesidad de comunicarse digitalmente de la ONG Infancia con Futuro.



TÉCNICAS CREATIVAS

Lluvia de ideas





Fuente: Galería de Infancia con Futuro

Esta técnica se trabajó en conjunto con los directores de Infancia con Futuro, en una reunión informal expresaron sus ideas y qué es lo que desean con el proyecto.

PALABRAS OBTENIDAS DEL MAPA MENTAL

Esperanza
Cambio
Creer
Bienestar
Futuro
Oportunidad

Familia
Amigos
Mañana
Calidez
Ayuda

CONCEPTO: HOY POR TI, MAÑANA POR MÍ

Gracias al trabajo en conjunto con el equipo de Infancia Con Futuro, se desarrolló el concepto “Hoy por ti mañana por mí”. Este concepto cumple la mayoría de los insights previamente seleccionados y coincide con la misión de la organización.



TÉCNICAS CREATIVAS

Técnica Creativa: Relaciones Forzadas

Consiste en relacionar una necesidad con características de conceptos o elementos elegidos al azar, para encontrar nuevas ideas y soluciones. Esta técnica busca romper el patrón perceptivo y extender el horizonte creativo, a través de relacionar conceptos que no tienen conexión aparente.

Luz	Da brillo, alumbrando algún lugar donde exista oscuridad.
Verde	Es un color secundario y que tiene por significado alegría
Alegría	Es un sentimiento que puede ser causado por alguien o algo
Sombrero	Te cubre del sol
Guatemala	El país de la eterna primavera
Futuro	Las personas pueden formar su futuro
Niños	Son las personas que siempre tiene algo bueno para dar
Obscuro	Un color como el sol brillantes
Amarillo	Formado por la noche y por aquellos lugares donde no llega la luz
Cielo	Esta siempre que vemos hacia arriba
Estado	Formado por entidades electas por el pueblo
Ciudadano	Forma parte de un país

Los resultados de implementar esta técnica fueron mayores que en las anteriores, esto debido a la libertad de combinar elementos al azar creando conceptos nuevos cada vez que se une la palabra con la lista de definiciones.

CONCEPTOS OBTENIDOS

La luz brilla en Guatemala

Infancia con Futuro Brilla

El cielo brilla Guatemala

Los niños también son ciudadanos

Tienes el poder de cambio

Hoy por ti, mañana por mi

Guatemala con Futuro

Vinculación de objetivos del proyecto, insight, concepto creativo y grupo objetivo

Los objetivos se definen en poder buscar apoyo y brindar de ayuda a los niños que residen en la Aldea Cerritos en Amatitlán y que viven en situación de pobreza, creyendo fielmente en poder darles nuevas oportunidades de desarrollo en las áreas de nutrición, salud y académicamente ir aumentando las posibilidades de un desarrollo personal.

La ONG Infancia con Futuro se encuentra activa gracias a voluntarios y donadores que han subsidiado los proyectos de la organización, hasta el día de hoy se ha logrado establecer un centro de educación, una clínica médica y una farmacia comunitaria en donde más de dos mil habitantes se han beneficiado de esta organización.

Si hoy cuido a los niños, mañana serán el futuro de Guatemala. La organización cuenta poco apoyo nacional, esto debido a que nunca se ha tenido una comunicación directa con el pueblo de Guatemala. Este insight muestra la personalidad de muchos guatemaltecos que desean el cambio para su país, que saben que el

futuro está en aquellos que aún están en un proceso de desarrollo y forman parte de la próxima generación del país. Estas personas cuentan con las posibilidades de contribuir al desarrollo de los niños y a la sostenibilidad de sus familias.

La ONG Infancia con Futuro se encuentra activa gracias a voluntarios y donadores que han subsidiado los proyectos de la organización, hasta el día de hoy se ha logrado establecer un centro de educación, una clínica médica y una farmacia comunitaria en donde más de dos mil habitantes se han beneficiado de esta organización.

HOY POR TI MAÑANA POR MÍ

Es el concepto creativo seleccionado para este proyecto, cumple con la misión y visión de Infancia con Futuro. También cumple con los objetivos planteados anteriormente y en los que resalta la labor que se realiza en la Aldea Cerritos.



3.4 PROPUESTAS DE CÓDIGOS VISUALES

Para la realización del proyecto “Estrategia de comunicación digital para Guatemala de Infancia con Futuro” se inició realizando la línea gráfica de la organización. Tomando en cuenta el logotipo que ya posee Infancia con Futuro, se utilizaron los colores Rosado y azul como parte del desarrollo de color en la línea gráfica. El elemento del corazón, que identifica el amor y la visión que tiene Infancia con Futuro con los niños que habitan en la Aldea Cerritos en Amatitlán.



Fuente: Galería de Infancia con Futuro

Esta serie de elementos conforman el logotipo de Infancia con Futuro. Antes de poder definir cada elemento a utilizar, analizaremos los elementos que ya posee la ONG Infancia con Futuro.

COLOR

El color rosa es un color relajante que influye en los sentimientos invitándolos a ser amables, suaves y profundos, e induciéndonos de esta forma a sentir cariño, amor y protección. Las palabras claves que se asocian con el rosa son inocencia, amor, entrega y generosidad.

El azul es el color que más asociamos con la simpatía, la armonía, la amistad y la confianza, todos ellos sentimientos que se alcanzan con el tiempo y que se basan en la reciprocidad. Es también el color de la fidelidad.



ICONOGRAFÍA

El elemento del corazón representa el amor que tiene Infancia con Futuro con cada uno de los niños y jóvenes que se acercan a la organización. Las curvas que tiene el corazón hacen un complemento con las curvas de la fuente False Positive Round-BRK. Esta fuente compuesta de altas y bajas da la sensación de dinamismo en la lectura del logotipo.

FUENTE

Esta fuente compuesta de altas y bajas da la sensación de dinamismo en la lectura del logotipo. La lectura del mismo puede comprenderse bien sin el icono del fondo, sin crear ruido. El texto tiene una unión con la letra F que permite tener una lectura continua de logo.

CAPÍTULO 4

PLANEACIÓN OPERATIVA

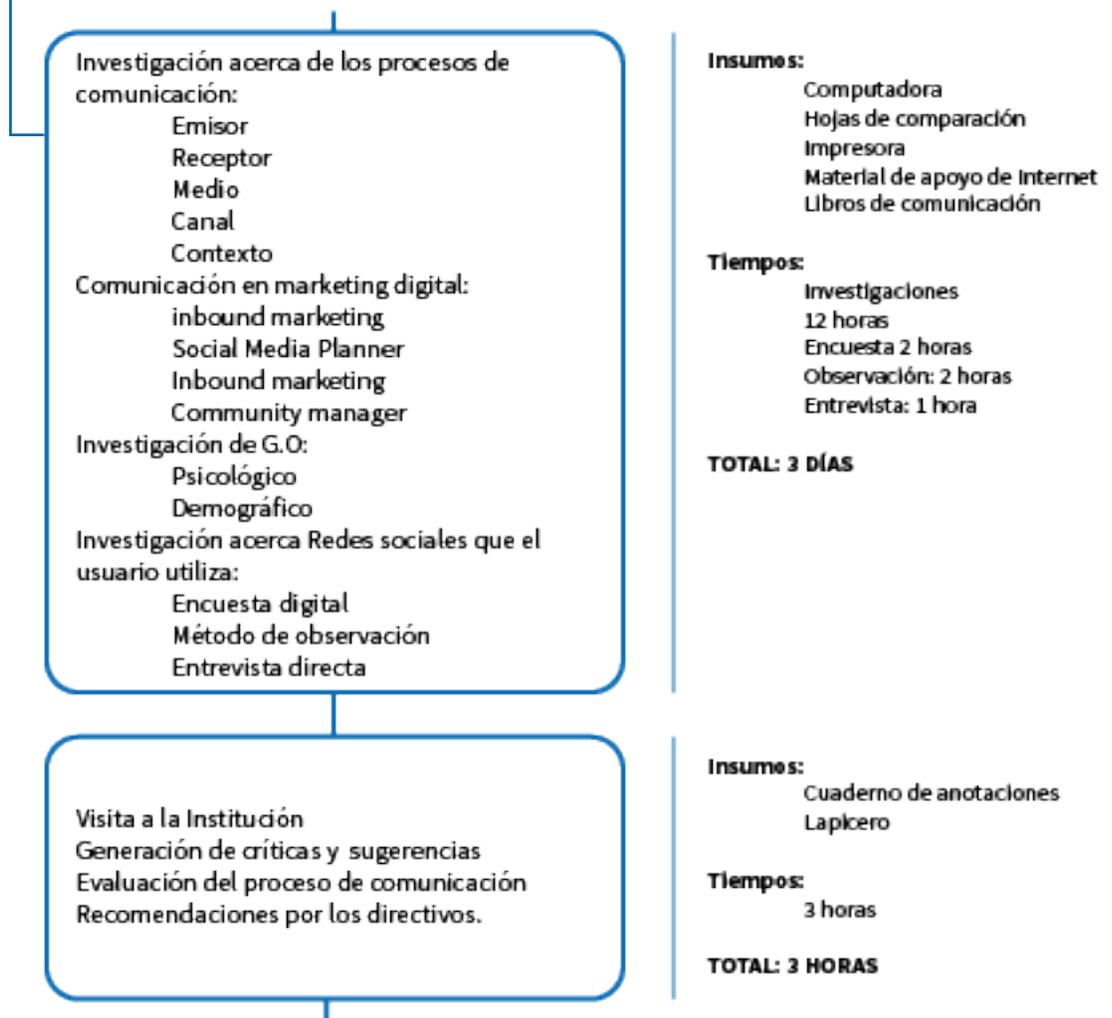




PLANEACIÓN OPERATIVA

Flujograma del proceso operativo de la pieza a diseñar

La elaboración del flujograma se realizó desde la investigación de los procesos de comunicación, hasta la entrega final del proyecto. Aquí se detalla el tiempo y los materiales utilizados en cada etapa del proceso operativo.





Proceso de Conceptualización
Elaboración de mapas conceptuales
Lluvia de ideas
Relaciones forzadas
Spice&Poems

Insumos:

Cuaderno de anotaciones
Lapicero

Tiempos:

Mapas y lluvia 5 horas
Relaciones forzadas 2 horas

TOTAL: 1 DÍA

Elaboración de línea gráfica a utilizar
Colores
Tipografía
Fotografías
Elementos de diseño
Establecer qué tipo de figuras retóricas se van a utilizar.

Insumos:

Cuaderno de anotaciones - Lapicero
Internet - Programas de diseño - Kuler Adol
Banco de datos fotograficos - Figuras geom

Tiempos:

Colores y tipografía 7 horas
Elección de ángulos de fotografías 2 horas
Figuras retóricas: 2 horas

TOTAL: 2 DÍAS

Visita a la Institución
Generación de críticas y sugerencias
Evaluación del proceso de comunicación
Recomendaciones por los directivos
Cambios de la línea gráfica

No

Bocetaje primer nivel
Elaborar post que indiquen las actividades que realiza Infancia con Futuro
Artes utilizando las fotografías que la ONG
Diseño de ilustraciones donde se expliquen las actividades
Comunicar los eventos que tendrá la ONG
Generar bocetos para los eventos
Realizar un video donde se muestren los beneficios que da Infancia con Futuro a su comunidad
Elaboración de guion
Storyboard
Realizar GIF interactivos donde participen los usuarios de la red y puedan conectarse con la fanpage
Elección de dinámica
Realización de bocetos

Insumos:

Cuaderno de anotaciones - Lapicero
Internet - Programas de diseño - Kuler Adobe
Banco de datos fotograficos - Figuras geométricas
Diagrama de ilustración - Cuadros por escena

Tiempos:

Recolección de Insumos 7 horas
Elección de ángulos de fotografías 2 horas
Figuras retóricas: 2 horas
Selección de eventos 4 horas
Elaboración de guión 12 horas
Discurso y objetivos de GIF 6 horas

TOTAL: 4 DÍAS

Visita a la Institución
Generación de críticas y sugerencias
Evaluación del proceso de comunicación
Recomendaciones por los directivos
Cambios de la línea gráfica

No



Rediseñar la página web
Selección de ventanas a utilizar
Gestión de Información para cada ventana
Proceso de Bocetaje
Un mapa de lectura al sitio agradable
agradable al usuario
Bocetos de retícula
Generar contenido que comunique lo que se
hace dentro de la ONG
Gestión de información
Informar cómo pueden realizar donaciones
en la ONG
Diseñar un botón para donar

Insumos:

Cuaderno de anotaciones - Lapicero
Internet - páginas de referencia - Kuler Adobe
Banco de datos fotograficos - Información a utilizar
Diagrama de Ilustración - Ventanas a utilizar
Diagramación de retícula

Tiempos:

Recolección de Insumos 4 horas
Elección de ángulos de fotografías 2 horas
Diseño de retículas: 2 horas
Selección de Información 4 horas

TOTAL: 3 DÍAS

Visita a la Institución
Generación de críticas y sugerencias
Evaluación del proceso de comunicación
Recomendaciones por los directivos
Cambios de la línea gráfica



Proceso de creación de arte final
Montaje de piezas de cómo se vería
en la fanpage
Creación de textos para cada post
Elementos gráficos (emoticones) a
utilizar en los post
Muck Up de eventos
Vista previa del video

Insumos:

Internet - páginas de referencia - Kuler Adobe
Banco de datos fotográficos - Información a utilizar
Diagramación de retícula

Tiempos:

Recolección de Insumos 2 horas
Diseño de retículas: 2 horas
Selección de Información 2 horas

TOTAL: 3 DÍAS

Visita a la Institución
Generación de críticas y sugerencias
Evaluación del proceso de comunicación
Recomendaciones por los directivos
Cambios de la línea gráfica



Validación el con grupo objetivo
Evaluar funcionalidad de opción digitalizada
final a través de la Encuesta.
Tabulación de datos y elaboración de
gráficos e interpretación de los mismos
Correcciones de las propuestas.

Insumos:

Internet - paginas de referencia - Encuestas
Entrevistas - observación - hojas de cálculo
Diagramación de retícula - Calculadora

Tiempos:

Entrevistas 5 horas
Diseño de retículas: 2 horas
Selección de Información 2 horas
Interpretación de datos 6 horas

TOTAL: 2 DÍAS



Tiempo final: 80 días o 3 meses

Este resultado es, si se aprueban todas las fases.

El total de tiempo que se implementó en el desarrollo de la fase operativa fue alrededor de 80 días, entre procesos de investigación, diseño de material y actividades administrativas realizadas.

Adicional a esto se debe de tomar en cuenta el tiempo que se implementó con las asesorías otorgadas por los asesores profesionales y los focus group.

Este flujograma de trabajo ayudó a resolver las fases en las que se debe realizar el proyecto. Estas fases incluyen procesos de investigación, en las que se desarrollaron los conocimientos correspondientes para luego iniciar el proceso creativo.

Este proceso creativo lleva investigaciones de referencias gráficas y de presentación con la organización Infancia con Futuro con el fin de saber sus observaciones y si concuerdan con lo que necesitan en la organización.

En el flujograma se describe la etapa según se debe hacer la validación correspondiente y en qué manera afecta los procesos de correcciones al proyecto. Esto con el fin de saber hasta qué etapa se debe de regresar y no corregir el proyecto por completo.

También se realizó un cronograma de trabajo en que se plantea el tiempo en que se realizó cada etapa del proyecto.



PLANEACIÓN OPERATIVA

CRONOGRAMA DE TRABAJO

La elaboración del cronograma de actividades se realizó para establecer fechas de trabajo. En los primeros meses se establece contacto directo con la organización, Infancia con Futuro. En esta etapa se elabora un diagnóstico de necesidad gráfica.

Como resultado de identificar la necesidad gráficas se realizó el protocolo en el que se definió cuáles son las posibles soluciones de comunicación que necesita la organización.

La etapa de ejecución del proyecto se realizó en conjunto con diferentes profesionales de comunicación, marketing y diseñadores gráficos. En esta etapa se realizaron los procesos creativos correspondientes para generar piezas gráficas que darán solución a la necesidad que tiene Infancia con Futuro.

En los procesos técnicos se debe realizar las validaciones correspondientes de las piezas a realizar. Con los diferentes grupos objetivos. Esto a raíz a que se debe de dejar una constancia cuantitativa y cualitativa que las piezas gráficas cumplen el objetivo de comunicación.

Para finalizar se realiza el informe final en el que incluimos la descripción de cada una de las etapas que se realizará y este informe servirá para posibles soluciones futuras con organizaciones parecidas a Infancia con Futuro.



Marzo Agosto	PLANEACIÓN <ul style="list-style-type: none">• Buscar institución• Diagnóstico• Construcción del título• Elaboración de protocolo• Elaboración de Marco Teórico• Definición de material con experto en el tema• Elaboración de estrategia de comunicación
Del 2 agosto al 22 de agosto	EJECUCIÓN <ul style="list-style-type: none">• Estrategia de comunicación, (definición de canales de comunicación)• Logística (definición de materiales a utilizar)• Elaboración de insight (herramientas creativas)• Elaboración del concepto creativo (herramientas creativas)• Elaboración de bocetos para la línea gráfica (primer nivel de bocetaje)• Elaboración de herramientas y criterios a evaluar
Del 23 agosto al 7 de octubre	<ul style="list-style-type: none">• Aplicación de las herramientas de evaluación• Tabulación de datos• Correcciones
Del 8 octubre al 26 Octubre	<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de bocetos digitalizados (segundo nivel de bocetaje)• Elaboración de herramientas y criterios a evaluar• Aplicación de las herramientas de evaluación• Tabulación de datos• Correcciones
Del 27 octubre al 12 noviembre	<ul style="list-style-type: none">• Maquetación de materiales• Elaboración de herramientas y criterios a validar• Aplicación de las herramientas de evaluación• Tabulación de datos• Correcciones
Del 3 noviembre al 10 noviembre	<ul style="list-style-type: none">• Justificación de las piezas finales• Recopilación de lo documentado• Construcción del informe• Revisión
Del 11 noviembre al 17 noviembre	<ul style="list-style-type: none">• Cambios del informe• Correcciones finales
20 de Noviembre	• ENTREGA Y PRESENTACIÓN

CAPÍTULO 5

MARCO TEÓRICO





5.1 POBREZA Y FALTA DE DESARROLLO PERSONAL

La pobreza es un fenómeno que puede ser entendida como el grado de bienestar que no ha sido alcanzado por un individuo, es decir a la privación de recursos para satisfacer necesidades personales. Siendo esto provocado por diversos factores como oportunidades laborales, nivel de educación, cobertura de salud, servicios básicos, precariedad de la vivienda, nutrición y todo aquello que deteriore el nivel de vida de los individuos.

La falta de desarrollo personal es más evidente en algunas partes del territorio nacional, son tan solo siete kilómetros lo que separa la Aldea Cerritos de la Cabecera Municipal de Amatitlán, en la que se puede observar un cambio de contexto radical. El negocio informal y la falta de empleo son un resultado de la pobreza que hay en esta aldea.

En los últimos años los niveles de pobreza han tenido un incremento en varios países en desarrollo por lo cual se ha definido en dos tipos la pobreza: la pobreza absoluta y relativa. Siendo la más importante la absoluta la cual diferencia los pobres de los no pobres, estableciendo una canasta mínima como punto de partida lo que permite detectar la pobreza crítica y dentro de ella la pobreza extrema.

Dentro de la definición de pobreza se detallan diversos factores, pero al definir pobreza extrema debemos decir que es una combinación de escasez de ingresos, falta de desarrollo humano y exclusión humana. Siendo vulnerables y expuestos a que se quebrantan en sus derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales.

El objetivo principal del ensayo es que el proyecto tenga un fundamento teórico del proceso, que respalde toda la toma de decisiones y guíe cada paso de una forma ordenada, para ello se consultaron diversas fuentes bibliográficas de información que contienen datos útiles que satisfacen la investigación adecuada para respaldar las decisiones desde el punto de vista de la disciplina de diseño.

POBREZA EN GUATEMALA

La pobreza en Guatemala es un producto histórico social la cual tiene diversas causas y como resultado múltiples consecuencias por lo cual no se podría tener una definición de pobreza ya que es la suma de diversos factores. La pobreza es un drama social que día a día viven millones de guatemaltecos, en condiciones de notables privaciones, miseria y opresión.

Actualmente se tiene una visión de pobreza en Guatemala. En donde ser pobre es no tener dinero para comprar alimentos, no tener un lugar propio donde vivir y tener que caer en la caridad de otras personas. La pobreza desde el punto de vista humano además de ser la falta de alimentos es también falta de justicia, falta de equidad, falta de salud, exclusión de su participación ciudadana, mortalidad infantil, vulnerabilidad, violencia, negación de la cultura, recreación y descanso. Es el rechazo y falta de apoyo sistemático del Estado y la sociedad de los derechos humanos en efecto.



Fuente: Galería de Infancia con Futuro

Según el informe realizado a finales del 2016 por parte de Segeplan, el país debía reducir hasta un 9.1 por ciento la cantidad de población que está en pobreza extrema nacional. Guatemala registra 52.8 por ciento de habitantes en pobreza y pobreza extrema, de los cuales el 39.8 por ciento es indígena y 13 por ciento no indígena. De esta población, el 35.3 por ciento vive en el área rural y el 11.2 por ciento en el casco urbano.

La pobreza se entrelaza con diversos fenómenos sociales o factores que crean círculos, es decir son trasladadas de generación en generación donde desde la infancia crecen bajo estas condiciones y se vuelve una forma de vida aceptando su rol, esta forma de desigualdad en todas sus manifestaciones es mayor en unas zonas del país. Sin embargo la extrema

pobreza se centra en la parte noroccidental del país. A demás se puede notar que la extrema pobreza que se halla en aquellas áreas donde se ubica la mayor cantidad de población indígena.

FALTA DE DESARROLLO EN LA ALDEA CERRITOS

Economía

La economía de la aldea Los Cerritos ha caído desde las pérdidas sufridas por la llegada del huracán Mitch en el año 1998 al lago de Amatitlán. Los cultivos, las viviendas y el trabajo informal fueron los más afectados en el contexto de la aldea esto sin contar la destrucción parcial del único centro educativo que había en la aldea.

Tras la recuperación del área habitacional de la aldea, la economía y el desarrollo de esta comunidad no fue la misma. El desarrollo personal sufrió un retraso considerable comparado con la cabecera municipal de Amatitlán.



Infancia con Futuro en Aldea Cerritos, Amatlán

EDUCACIÓN

Se considera uno de los factores clave para el mejoramiento de condiciones, bienestar y superación de los problemas asociados con la pobreza. Factor que no toda la población en pobreza tiene acceso o el índice de escolaridad es muy bajo lo cual impide el debido desarrollo.

En la Aldea Cerritos, existe una escuela que atiende a niños que estudian en los niveles de pre -primaria y primaria entre las edades de 4 a 15 años. Existe también el instituto a donde llegan adolescentes para continuar sus estudios en el nivel de educación básica que son jóvenes entre 12 y 17 años.

La educación que se recibe en la Aldea los Cerritos no compite con las demandas que existen en el campo laboral de hoy en día. Para una población en vías de desarrollo muchos de los procesos educativos no han evolucionado. A medida que estos sean competentes dentro del municipio y del país.

SALUD

Tener un buen estado de salud se asocia a un mejor rendimiento en la productividad del trabajo, retentiva en estudios y por lo general bienestar en las familias y población algo que actualmente carece gran parte de la aldea y el país.

El centro de salud más cercano a la aldea se encuentra dentro de la cabecera municipal de Amatlán y a la mayoría de los

pobladores de esta área, se les hace difícil movilizarse al centro, por razones económicas, familiares u otras. Adicional a esto, no hay farmacias accesibles para conseguir los medicamentos necesarios para tratar enfermedades comunes.

DESNUTRICIÓN

El aumento de la desnutrición en el país afecta al desarrollo en niños y niñas menores de 5 años es particularmente alarmante. Se ha incrementado de un 46.4% en 2015 a un 49.3% en 2016 según los datos obtenidos por la UNICEF.

Esta condición provoca menos retención escolar, menor productividad, propensión a adquirir enfermedades y hasta pérdida del coeficiente intelectual, efectos irreversibles durante toda la vida.

Todos estos factores descritos anteriormente alteran el desarrollo personal de un infante y sus consecuencias con el pasar de los años son cada vez más graves. La falta de desarrollo influye en la falta crecimiento económico, académico y social de una persona. Este es un círculo que se repite generación tras generación, acción que se ha repetido en la Aldea Cerritos.

INFANCIA CON FUTURO EN ALDEA CERRITOS

Infancia con Futuro surge tras los daños causados en la orilla del Lago de Amatlán, en el área llamada “El relleno” afectada por el huracán Mitch. Es una organización no



Programas de Infancia con Futuro

gubernamental que atienden a una población de alrededor de seis mil ciento diecisiete habitantes, según el último censo realizado por el INE (Instituto Nacional de Estadística).

Esta organización atiende la problemática de pobreza que se presenta actualmente en esta aldea, con programas de salud, educación y nutrición. Estos programas permiten un mejor desarrollo personal a los habitantes de esta aldea y en especial a los infantes que son los que tienen más posibilidades de caer en la delincuencia, ser explotados laboralmente, maltratados o captados por redes de prostitución.

El principal objetivo de Infancia con Futuro es mejorar el crecimiento físico e intelectual de los niños que viven en ámbitos marginales y sub-desarrollados. Todo ello con el claro propósito de favorecer la integración social y el desarrollo de los más pequeños y, por extensión, de las comunidades donde se llevan a cabo los proyectos.

El personal de Infancia con Futuro en Guatemala lleva a cabo el proyecto en estrecha colaboración con los Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODE) de las aldeas beneficiadas, que colaboran y participan activamente en las labores que se llevan a cabo. Igualmente, resulta básica la coordinación con las Autoridades de Salud y con la de la dirección y profesorado de las escuelas de la aldea.

PROGRAMA DE DESARROLLO INTEGRAL

Desde los inicios de Infancia con Futuro, uno de los objetivos primordiales ha sido la nutrición y la salud general de los niños y jóvenes beneficiarios. Ofreciendo el servicio de comedor infantil para facilitar una dieta

adecuada y superar las deficiencias alimenticias que se presentan permitiendo un desarrollo saludable a los menores atendidos; todo ello siempre bajo control médico periódico, con el propósito de mejorar su estado de salud y crecimiento. Se sirven aproximadamente 2.000 platos de comida mensual entre desayunos, almuerzos y refacciones preparadas de forma equilibrada, acorde a sus necesidades de crecimiento.

PROGRAMA DE GUARDERÍA Y BECAS ESCOLARES

El área educativa ha supuesto una importante mejora en las condiciones generales de todos los infantes atendidos, además de haber facilitado el trabajo de las madres y la asistencia a la escuela de los hermanos mayores, que eran antes quienes cuidaban de los más pequeños.

Se trata de una iniciativa con una clara vocación de continuidad que se inició en julio de 1999 y que se ha venido desarrollando con éxito hasta la actualidad. Desde el año 2000, se inició con servicios de guardería en donde se alberga una media de 80 niños y jóvenes según los reportes obtenidos por Infancia con Futuro. Además de recibir atenciones en salud y nutrición, se mantienen alejados de los peligros de las calles, tales como pandillas, drogas, alcoholismo, crimen, etc. Paralelamente, se ofrece apoyo al estudio mediante un sistema de becas, del que se benefician los alumnos procedentes de la Aldea Cerritos ubicada en la orilla al lago Amatitlán que han finalizado su educación primaria e inician el ciclo de secundaria. Se trata de un conjunto de ayudas para aquellos jóvenes que están capacitados y motivados para continuar su formación pero que carecen de los medios económicos necesarios.



PROGRAMA DE ATENCIÓN EN SALUD

Se inició en la Clínica Comunitaria de Tacatón, desde donde también se prestaba asistencia a la población de las aldeas vecinas. Posteriormente, en enero de 2002, las actividades se trasladaron al Puesto de Salud de la aldea de Cerritos, lugar donde permanece hasta la actualidad.

Este proyecto engloba una serie de actividades orientadas a mejorar el estado de salud de la población de las comunidades en las que se interviene. Se lleva a cabo un conjunto de acciones que se desarrollan de forma continua y permanente a lo largo de todo el año, siguiendo un programa de trabajo previamente definido.

En el año 2002 dentro del programa de Salud Preventiva se introdujo la capacitación de las “Promotoras Voluntarias de Salud”, una iniciativa que sigue vigente y en clara progresión en la actualidad; gracias a ella se inició un proceso de formación constante y permanente en el ámbito de la medicina preventiva en sus comunidades.

La facilidad de encontrar información hoy en día juega un rol muy importante, los usuarios de las redes sociales y web permanecen al tanto de organizaciones por este medio de comunicación. Es por eso por lo que Infancia con Futuro logrará transmitir el mensaje correcto por estos medios.

El proyecto tiene como fin ayudar a informar a la población en general acerca de Infancia con Futuro y que a largo plazo esta organización sea un ente de ayuda en todo el municipio de Amatlán.

Este proyecto va dirigido a todas las familias de las aldeas situadas en los márgenes del lago de Amatlán, en las que se ha detectado una carencia de hábitos saludables y una asistencia sanitaria inadecuada e insuficiente. Infancia con Futuro se centra especialmente en dar asistencia a los niños, ya que se entiende que, es el grupo más vulnerable y desamparado en lo que se refiere a atención sanitaria, cuidado y protección.

Durante el año 2016 se ha prestado atención a 2.605 pacientes en la clínica comunitaria situada en la aldea Los Cerritos. La demanda de atención por parte de las mujeres se debe a que representan un mayor número en las comunidades y que la mayor parte de ellas no trabaja fuera de casa; se encargan del trabajo en el hogar y de atención a sus familias. Además, cada día se hace más uso de la atención que va destinada a mujeres: alto número de consultas por maternidad, embarazo y planificación

familiar. También hay que considerar que los hombres trabajadores cuentan con las escasas prestaciones del Instituto Guatemalteco de la Seguridad Social (IGSS) y, normalmente, no pueden incluir a su familia.

Las metas de la ONG Infancia con Futuro radican en mejorar, ampliar y el mantenimiento del establecimiento que está en la Aldea Cerritos. Esto a través de incorporar material didáctico apropiados para el refuerzo educativo diario que se otorga en la organización. A su vez, mejorar el programa de expresión artística con talleres impartidos por voluntarios comprometidos a cumplir con el desarrollo personal de los infantes.

También se desea realizar la ampliación del programa de salud, implementando la clínica de odontología y atención a la mujer, especializada en la fase de gestación. Debido a que un alto índice de los habitantes que no sabe leer Infancia con Futuro desea generar materiales gráficos en los que se muestren hábitos de salud convencionales, como lo es la higiene personal, aseo en el hogar y técnicas de salud preventiva.

INFANCIA CON FUTURO Y SUS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN

Infancia con Futuro tiene varios objetivos como organización y con el pasar de los años ha generado una necesidad de expandirse y generar nuevas fuentes de ingresos. Como organización no gubernamental, cubren sus gastos a través de las donaciones, que entidades y población generalmente española contribuye

a solventarlos. Para lograr generar nuevos ingresos con base en donaciones se plantea generar una estrategia de comunicación digital en territorio guatemalteco.

El término comunicación en su sentido más amplio refiere a la acción y resultado de comunicarse. Cuando los seres humanos nos comunicamos entre sí estamos compartiendo cuestiones, llevando a que las situaciones propias sean comunes con el otro y con las que este tenga. Por tanto, la comunicación es una actividad absolutamente humana y parte de la relación de las personas en cualquier ámbito y momento de la vida.

*“La comunicación conduce a la comunidad, es decir, al entendimiento, la intimidad y la valoración mutua”-
Rollo May.*

La comunicación de Infancia con Futuro es ineficiente, esto a raíz del poco conocimiento que se tienen de los procesos de comunicación y la evolución que ha tenido en el mundo actual. Aunque los elementos de una comunicación siguen siendo lo mismo, en la actualidad es mucho más difícil llegar al receptor que se espera y que este interprete el mensaje de la manera en la que el emisor la plantea.

La principal dificultad que puede presentarse dentro del proceso comunicativo es lo que se conoce como ruido, una perturbación que complicará el normal desarrollo del mensaje. Algunos ruidos comunes a la hora de comunicarse resultan ser: distorsión en el mensaje sea gráfico o escrito, empleo de ortografía defectuosa o la disfonía del emisor.



Elementos de comunicación

CANAL O MEDIO

Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información que pretenden intercambiar emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo también como medio en el que se transfiere los datos del mensaje

EMISOR

Se entiende por emisor a una de las dos partes esenciales todo proceso comunicativo junto al receptor. El emisor es aquel que envía un mensaje en un código apropiado para ser adecuadamente recibido y comprendido por el receptor, dando forma así al proceso comunicativo que puede suceder de diversas e infinitas maneras.

RECEPTOR O GRUPO OBJETIVO

El receptor supone uno de los roles fundamentales dentro del mismo y que sin él sería imposible que la comunicación logre su objetivo, porque no habría ningún destinatario del mensaje que se quiere o necesita transmitir.

CANAL O MEDIO

Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información que pretenden intercambiar emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo también como medio en el que se transfiere los datos del mensaje.

CÓDIGO

Es el elemento integrante de un sistema de comunicación que le da forma al mensaje que pretende ser transmitido. Típicamente, en una comunicación verbal, el código es el idioma, como el español, el inglés o el francés. Pero en otros tipos de comunicación o de intercambio de mensajes, el código adquiere otras formas, por ejemplo, en una comunicación digital se emplean códigos audiovisuales como videos, imágenes o notas periodísticas. Para que la comunicación funcione, ambas partes – emisor y receptor – deben conocer el código.

MENSAJE

El mensaje es el conjunto de códigos visuales que el emisor envía a el receptor. Entonces, es sólo a través del mensaje que el fenómeno de la comunicación puede generarse. Para poder llevar a cabo la comunicación de manera apropiada, es de vital importancia que ambas partes reconozcan y comprendan el lenguaje en el que el mensaje está establecido.

RETROALIMENTACIÓN

La retroalimentación no es más que la respuesta en el proceso de comunicación y se caracteriza por la inversión de roles de manera constante entre emisor-receptor. Esta retroalimentación puede cumplir el objetivo del mensaje, que es inducir al receptor a realizar una acción, a opinar acerca de un tema relevante o a dar el primer paso en una estrategia de comunicación.

COMUNICACIÓN DIGITAL

“La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y desarrollo tecnológico.”- Gonzales, 2016

La comunicación ha pasado a ser digital en más de un 80% en los últimos años. Primero la informática y después el Internet han divulgado, extendido y en cierta manera, impuesto un formato con el que se puede comunicar de forma más rápida y cómoda.

La comunicación digital se puede observar en la vida cotidiana de cualquier persona en la actualidad. Esto ha surgido como consecuencia inevitable de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa e implacable en el mundo de la comunicación social.

La comunicación digital brinda, fuentes infinitas de investigación que van desde rápidos buscadores, hasta fuentes editables, sin olvidar las redes sociales, herramientas de inmediata y constante actualización que le permiten al usuario conectarse con otras personas e informarse sobre los acontecimientos más recientes.

La comunicación digital está caracterizada por un entorno cambiante, en continua evolución que requiere de la intervención activa del usuario. Hace apenas una década, su máxima capacidad de actuación quedaba limitada al entorno web estático. La información se concentraba en los websites donde permanecía fija hasta una nueva actualización, si es que ésta llegaba a producirse.

En cambio, el entorno digital ha evolucionado, la tecnología ha humanizado la comunicación, dotándola de mayor interactividad dentro de un entorno accesible a través de extensiones universales como los tablets, los smartphones o los Smart TV.

Primero fueron las páginas web, luego llegaron las redes sociales, después las pantallas táctiles. La comunicación digital nunca deja de evolucionar.

Pero más allá de las herramientas y aparatos, de la tecnología por sí misma, la comunicación digital es un ecosistema que para funcionar requiere que las personas participen en un intercambio de información. Todo esto conlleva una sólida cadena de estrategias que respondan a alcanzar los objetivos de un plan de acción: una buena estrategia de comunicación digital.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Implementar una estrategia de comunicación digital genera un enorme beneficio para la organización. La credibilidad de una organización se logra cuando la comunicación digital se transforma en el intercambio de un proceso vertical a uno horizontal, en el que se da mayor apertura, participación, transparencia y la sensación de democracia por parte del grupo objetivo a que es está dirigiendo.

Algunas herramientas de comunicación digital útiles para la gestión de ONG Infancia con Futuro que se encuentran en internet son:

Medios digitales corporativos propios, como un sitio web, blog y página en redes sociales. Esto le permitirá generar una comunidad digital alrededor de la marca.

Es importante mantener una misma línea de comunicación para estos medios digitales, es decir, generar un contenido con el mismo objetivo para las plataformas digitales que se implementen.

Una estrategia de comunicación digital tiene como fin inducir, persuadir, informar o comunicar las actividades realizadas por la organización. Gran parte de los mensajes realizados de forma digital son elaborados por expertos en las áreas gráficas, publicidad o mercadeo.

Es en la interpretación de la necesidad de la organización donde el papel del diseñador gráfico puede generar las herramientas de comunicación para suplir esta necesidad y convertirla en una oportunidad.



La Comunicación en las Redes Sociales

El gran logro de las redes sociales como canal de comunicación es que conjuga todos los elementos de la actualidad como lo es el internet, inmediatez y la facilitada para ponerse en contacto con alguien más.

Además, las redes sociales permiten compartir cualquier tipo de contenido multimedia, como los videos, fotografías o audios. Las redes sociales han permitido establecer una línea de comunicación directa en la que sin salir de una página puede encontrarse, información, opiniones, tiendas o algún comunicado acerca del dueño de la página.

Las redes sociales permiten el mayor estadio de interactividad posible en la red. No sólo existe una comunicación bidireccional, sino múltiple, ya que en un mismo instante todas las personas conectadas a la red pueden escribir o comentar los contenidos que suba un determinado usuario.

La actualización depende no de la propia red social, sino que al ser el usuario y los amigos asociados los creadores de sus perfiles, son ellos los que determinan el grado de renovación de los contenidos.

Las actualizaciones de una comunicación en las redes sociales no dependen de esta, sino que al ser usuarios y amigos asociados los creadores de sus perfiles, son ellos los que determinan el grado de renovación de contenidos.

Las redes sociales contienen una característica muy especial a su aceptación y esta se debe a su diseño, basado en estructuras simples y fáciles de navegar en ellas, además de marcar tendencias de diseño, los rasgos más significados se pueden contractar en las siguientes características.



Fuente: Galería de Infancia con Futuro

- **Fondos claros que potencian el contraste con la tipografía y mejoran la lectura.**
- **Utilización de tipografías sans serif.**
- **Potenciación del multimedia con aplicaciones sencillas de usar y de visualización rápida.**
- **Interactividad directa (sin intermediarios)**
- **Uso de navegación por pestañas, dentro de la misma página, sin abrir nuevas ventanas.**
- **Uso adecuado del contraste del color, con tonos básicos que separan contenidos.**

Algunas empresas han entendido que las redes sociales son un medio de difusión y divulgación de información. Como el proceso de las empresas, estas se han ido evolucionando cada vez más, hasta crear un contenido que refleje los intereses del consumidor. Ahora, las audiencias activas se caracterizan por la “fragmentación y la especialización” (Domingo, Salaverría, Cabrera, & Aguado, 2007).

Es por esto que el uso de las redes sociales como medio masivo ofrece grandes ventajas y oportunidades a empresas y particulares el cual proporciona una comunicación directa e inmediata con el público.



5.2 EL DISEÑO GRÁFICO Y SU APOORTE A LA COMUNICACIÓN

Se define al diseño gráfico como la disciplina y profesión que contempla acciones, ideas y proyecta mensajes a través de códigos visuales, funcionando como “comunicación visual”. El diseño gráfico está ligado a la comunicación, ya que el propósito del mismo, es poder traducir a imágenes las ideas teóricas.

El diseño gráfico no fue reconocido como profesión sino hasta hace unas décadas atrás, según un estudio realizado en la revista D de Prensa Libre (No.200, 2012), y aunque antes no fuera reconocida, siempre ha existido y siempre ha sido de influencia, lo que implica que el profesional del diseño tiene la responsabilidad ante la sociedad de ser integro con su trabajo, en este caso la disciplina puede contribuir generando un impacto positivo desde la comunicación visual a favor de los niños y adolescentes que atiende Infancia con Futuro, desde el punto de vista de la informar y generar un contenido que asegure las futuras donaciones a la organización.

“El diseño es un plan para ordenar elementos de la mejor manera posible para llevar a cabo un propósito particular” - Charles Eames.

Diseño gráfico más allá de lo estético y agradable a la vista, es la función de abstraer la información y convertirlo en imágenes, se vuelve reto, por ello como toda disciplina profesional tiene sus procedimientos.

La ética del diseñador contribuye de manera positiva el contexto en el que se desarrolla la profesión, es el conjunto de principios que regulan y guían esta actividad. Lo que implica ser una herramienta que comunica un mensaje a través de un lenguaje gráfico a un grupo objetivo, quienes son un grupo de personas con características similares de comportamiento, gustos preferencias, contexto, etc.

El diseñador toma el compromiso de informar a través de los códigos visuales desde el punto de vista profesional para desarrollar una estrategia de comunicación que logre persuadir, informar y fomentar las donaciones a la ONG Infancia con Futuro. Dicha estrategia e buscan contribuir con los programas que contemplan la organización. Esta estrategia también busca tener un lenguaje gráfico que interprete la misión y visión de la organización

CRITERIOS DEL DISEÑO GRÁFICO

Los procesos creativos son el fundamento para la elaboración de las piezas gráficas, y Emmanuel Paredes profesor de la Universidad de Palermo (2014) define los procesos creativos como: “Un proceso de análisis mental cuyo fin es la comunicación. Este se lleva a cabo mediante un conjunto de etapas, estas etapas se podrían configurar como sub-etapas cuyo fin es el producto que acabamos diseñando”

DENTRO DE LAS ETAPAS DE TRABAJO A REALIZAR EN UN PROCESO DE DISEÑO GRÁFICO ESTÁN:

- **Investigación y recopilación de datos**

Es cuando se realiza la investigación de la información de aquellos elementos que van a ser indispensables durante el proceso creativo.

- **Estudio y análisis**

Es donde se estudia toda la información obtenida, se analiza cual es la más relevante y la que se utilizara en la etapa creativa.

- **Producción**

Es la etapa en la que se genera material diseñado con la información recopilada y se obtiene un mensaje.

- **Verificación.**

Es la parte final del proceso, en la que se comprueba, examina y configura la nueva visión hasta adecuarse al individuo creativo y al entorno.

Estas cuatro etapas van de la mano con el método Design Thinking, la cual se empezó a desarrollar de forma teórica en la Universidad de Stanford en California (EEUU) a partir de los años 70. Proviene de la forma en la que trabajan los diseñadores de producto. De ahí su nombre, que en español se traduce de forma literal como “Pensamiento de Diseño”.

Durante los procesos creativos, se elabora el concepto, que es una frase o consigna que le da sentido propio a la creatividad para dicho material y amarra la frase a la gráfica, para que el receptor se pueda sentir identificado. El punto de partida para que las piezas gráficas se unifiquen, este concepto se elabora a base de procesos mentales creativos, con diferentes técnicas creativas, desde Lluvia de Ideas que es una herramienta básica, como Mapa Mental, Relaciones Forzadas, que son los más comunes, existen muchas más, todas con el fin de unificar la información reunida que comunicará el mensaje para que este tenga una respuesta positiva e incida el mensaje de manera que contribuyan los grupos objetivos a favor de los objetivos de Infancia con Futuro.

Los canales de divulgación de información, son identificados a través del estudio de retrato del consumidor o grupo objetivo. Este estudio ayuda a identificar que canal es el que coincide o comprende el común denominador para lograr una difusión eficaz de información.



El concepto creativo se utiliza para el identificar de pensamiento del consumidor, en este caso los niños y adolescentes que atiende Infancia con Futuro. Con el fin de entender al grupo objetivo el diseñador puede valerse de algunas técnicas creativas, entre ellas figuran mapa de empatía, que sirven para el entendimiento profundo del usuario. En este proyecto se utilizó la lluvia de ideas.

LLUVIA DE IDEAS

También conocida como brainstorming o tormenta de ideas, es una herramienta aplicada al pensamiento creativo del trabajo en equipo, cuyo objetivo es facilitar la obtención de ideas originales en función de la necesidad de un tema, mediante la exposición libre de los conceptos o propuestas de cada uno de los integrantes.

Esta herramienta busca tener empatía con el grupo objetivo y a su vez el cliente para conocer los aspectos más relevantes y significativos. Esta herramienta es la más utilizada y ha sido mediada en otras disciplinas, como la psicología y la mercadotecnia. Ayuda a identificar los aspectos más relevantes y significativos del grupo objetivo, los cuales ayudan al desarrollo del proyecto.

Se utiliza también para para plantear la experiencia desde la perspectiva del grupo objetivo, imaginar una nueva experiencia radical, definir y comprender las necesidades del usuario, donde se desarrollan preguntas como: ¿Qué piensa? ¿Qué siente? ¿Qué ve? ¿Qué oye? ¿Qué hace?, esta serie de preguntas pueden variar según la necesidad que se está resolviendo.

COMPONENTES DE DISEÑO

Los componentes de diseño gráfico se utilizan y se combinan a menudo, para crear artes gráficas. Estos no deben confundirse con los principios de diseño, tales como el equilibrio y el espacio en blanco, sino más bien componentes tales como el color, el tipo y las imágenes. Se presenta aquí una lista de los elementos más utilizados en el diseño gráfico.

Estos componentes se deben determinar a partir de conocer al grupo objetivo y su cultura visual, los elementos gráficos que lo identifiquen, lo atraigan y lo hagan comprensible para él. Las herramientas descritas anteriormente fueron pieza fundamental para determinar la composición de las piezas gráficas a realizar, y el estilo de códigos visuales que requieren la estrategia de comunicación digital. Los diseños se componen por

textos, diagramaciones y fotografías que formaran un todo en los materiales a diseñar.

Características de las piezas a diseñar

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

El Manual de Normas Gráficas se debe construir a partir de cuatro elementos de diseño fundamentales que debe de llevar una marca: diseño de logotipo, fuente corporativa, color corporativo y personalidad de la marca.

A partir de estos elementos se puede resaltar el diseño del logotipo que identifique a Infancia con Futuro, así como las diferentes aplicaciones que puede tener, variantes en cuanto a color y como debe de utilizarse.

En cuanto a la fuente, se debe elegir a partir de su legibilidad y que no cause ruido con los diseños a utilizar. Esto debe decir que la fuente no debe de intervenir con la imagen del logotipo y ser un complemento del mismo.

El color a utilizar debe ser un complemento más del logotipo. Fácil de usar y que connote un significado para la marca. Debe de poseer características que reflejen la misión de Infancia con Futuro.

El manual de normas graficas debe de reflejar la identidad visual de Infancia con Futuro, su misión y valores que tienen con la comunidad de Aldea Cerritos.

MANUAL DE REDES SOCIALES

En este manual se encontrarán instrucciones precisas de cómo utilizar las redes sociales de Infancia con Futuro. Los colores a utilizar en este manual deberán contribuir a la marca de la organización y ser reconocido como un material parte de Infancia con Futuro. También se mostrará el uso correcto de las fotografías, como responder a publicaciones y qué papel tiene el poseer un perfil en las redes sociales.

Ventajas y desventajas de los materiales a diseñar

MATERIAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS</p>	<p>El manual puede observarse de forma digital e impreso.</p> <p>El formato del manual es de una hoja doble carta, por lo que facilita la lectura del mismo.</p> <p>Es medianamente costoso reproducirlo El Material puede ser compartido con la sede en España.</p> <p>Cualquier persona con conocimientos de comunicación, puede comprender el contenido del mismo.</p>	<p>Las tendencias de diseño van cambiando y el material tendrá una vida de 3 años.</p> <p>No puede actualizarse sin los conocimientos de diseño-</p>
<p>MANUAL DE REDES SOCIALES</p>	<p>Un material didáctico para que cualquiera aprenda a usar una página de Facebook.</p> <p>Facilita la comunicación de Infancia con Futuro con sus redes sociales.</p> <p>Da normas exactas de que fotografías utilizar.</p> <p>Permite saber cómo se debe escribir en la página de Facebook.</p> <p>Tiene contenido para reproducir en la página de Facebook.</p>	<p>Las actualizaciones de Facebook van cambiando y puede afectar el contenido del manual.</p> <p>Tiene un alto contenido de información que no puede procesarse de un día al otro.</p>

Al realizar la tabla de ventajas y desventajas se puede determinar la funcionalidad que tendrá cada una de las piezas gráficas para la ONG Infancia con Futuro. Estas piezas gráficas deberán tener un proceso de creación correspondiente y una etapa de validación que demuestre su efectividad.

CAPÍTULO 6

PROCESO DE PRODUCCIÓN GRÁFICA Y EVALUACIÓN





6.1 PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Elaboración de bocetos

El proceso de autoevaluación del Proyecto de Graduación se realizó con base a los bocetos realizados. Estos bocetos también llamados primer nivel de visualización. En este nivel se presentan las primeras muestras de las piezas finales del proyecto.

En el primer nivel de visualización se realizó una investigación de referencias gráficas que nos permitió a desarrollar cada una de las propuestas que se presentan en el proyecto de graduación. A partir de estas piezas de referencias y tras analizar el brief realizado anteriormente se propuso una línea grafica muy base en la que se inició con determinar los primeros elementos de nuestro Manual de Normas Gráficas.

Debido a que el proyecto de graduación es un Manual de Normas Gráficas, este se realizó por etapas. Estas etapas fueron divididas en:

- Variantes del logotipo**
- Fuente corporativa**
- Color corporativo**
- Diagramación**

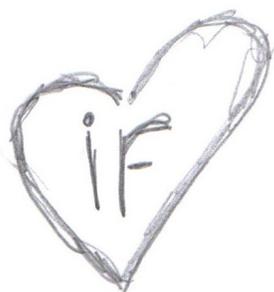
Estas piezas de visualización pasan por un proceso de autoevaluación en el que utilizamos una herramienta de evaluación. Esta herramienta permite seleccionar cuál es la mejor opción y demuestra que cumple con los atributos de diseño que se busca.

LOGOTIPO

El diseño del logotipo de Infancia con Futuro no se cambió, esto debido a que los directivos de la organización argumentan que el logotipo actual fue rediseñado no menos de un año y que a su criterio este deberá ser la imagen con la que desean que se represente la ONG.

Logotipo Bocetos

1



2



3

Infancia
con Futuro



infancia
con futuro

LOGOTIPO
ORIGINAL



Las primeras muestras de visualización presentan las variantes de logotipo original. Se utilizaron los mismos colores e iconografías del logotipo original para mostrarle a los directivos de las diferentes formas que puede implementarse.

La parte más relevante de esta etapa es que cada una de las variantes puede llegar a utilizarse en diferentes circunstancias, esto dependiendo de qué tan bien reconozcan la marca Infancia con Futuro.

Fuente Bocetos

La segunda etapa fue la selección de fuentes a utilizar. Esta etapa se desarrolló con la fuente que la ONG utiliza en su logotipo y a partir de este punto se inició con la búsqueda de nuevas propuestas que se pudieran utilizar.

1 ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

La Organización busca apoyar de manera directa a niños y jóvenes de escasos recursos, de zonas marginadas por la sociedad, a través de programas de alimentación, becas de estudio y jornadas médicas, para encaminarlos en el compromiso y desarrollo social y personal continuo.

2 ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

La Organización busca apoyar de manera directa a niños y jóvenes de escasos recursos, de zonas marginadas por la sociedad, a través de programas de alimentación, becas de estudio y jornadas médicas, para encaminarlos en el compromiso y desarrollo social y personal continuo.

3 ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

La Organización busca apoyar de manera directa a niños y jóvenes de escasos recursos, de zonas marginadas por la sociedad, a través de programas de alimentación, becas de estudio y jornadas médicas, para encaminarlos en el compromiso y desarrollo social y personal continuo.

FUENTE ORIGINAL

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

La Organización busca apoyar de manera directa a niños y jóvenes de escasos recursos, de zonas marginadas por la sociedad, a través de programas de alimentación, becas de estudio y jornadas médicas, para encaminarlos en el compromiso y desarrollo social y personal continuo

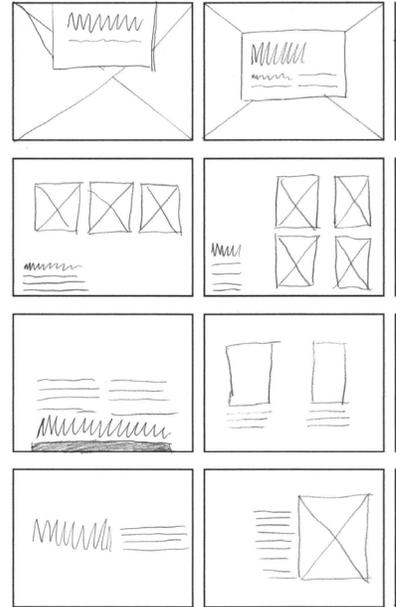
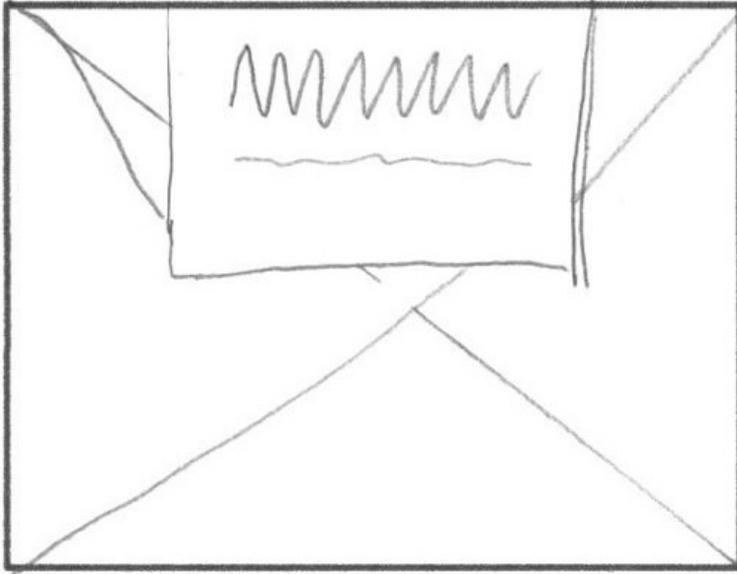
En la selección de fuentes se redactó un texto de ejemplo para poder evaluar su lectura y fluidez con que se podrá observar en el proyecto de graduación.

Cabe resaltar que la fuente que se utilizó en el logotipo original y a simple vista se puede observar que esta no funciona en textos largo, de igual forma esta fuente paso por el proceso de autoevaluación para saber en qué aspectos es o no funcional.

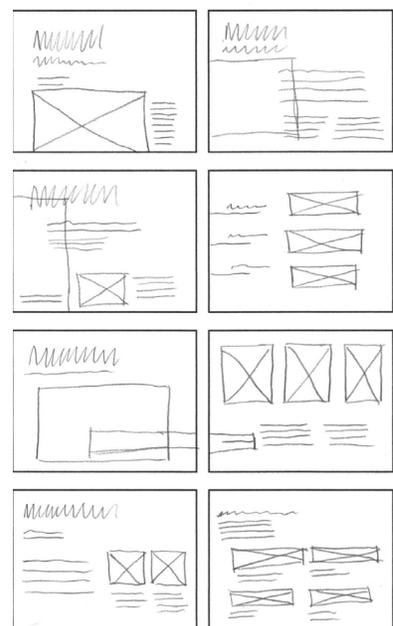
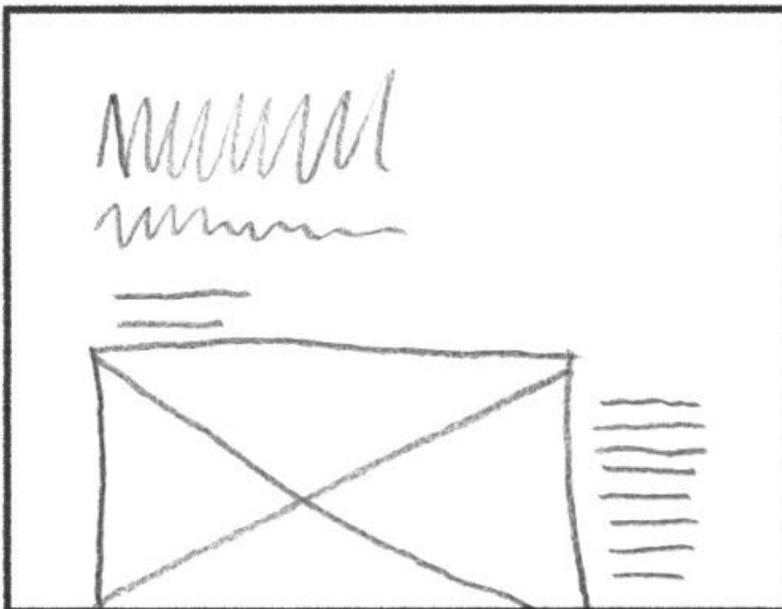
DIAGRAMACIÓN

Se realizaron tres propuestas de diagramación en la que se incluye, portada, contraportada, índice, introducción entre otros.

1



2



6.2 AUTOEVALUACIÓN

Para realizar las autoevaluaciones se creó una serie de preguntas las cuales ayudaron a determinar los cambios que se consideraron necesarios en cada diseño. Esta serie de preguntas tienen un puntaje individual que va de 1 a 3 en donde, 1 es Escaso, 2 es Suficiente, 3 es Óptimo para determinar qué tan efectivo ha sido el material diseñado. Al final de la serie se suma la puntuación obtenida para determinar cuantitativamente que versión fue la mejor. Estas son las preguntas:

Atributos a Evaluar		Puntaje			
		1	2	3	
Creatividad	Idea expresada con originalidad				
	Buen Manejo de imágenes, gráficos y/o dibujos (en función del G.O)				
	Buen uso de técnica				
	Uso correcto de la Psicología del color				
Diseño / Diagramación	Posee buena estructuración, distribución, organización y orden de elementos utilizados.				
	El diseño se identifica con la ONG Infancia con Futuro				
	El diseño tiene buen manejo de colores y contrastes				
	Usa estilos y tamaños de la letra apropiados				
Información y Mensaje	El diseño provoca el efecto buscando (persuasión mediante imágenes y palabras)				
	Hace uso correcto de las normas ortográficas: Literales, acentuación y puntuación.				
	Posee un léxico adecuado (mensaje preciso)				
	Redacción clara y completa del texto utilizado				
TOTAL		0	0	0	0

Estas autoevaluaciones se realizaron en 3 etapas diferentes de tiempo. Se inició por realizar la autoevaluación de las variantes del logotipo y la psicología del color del Manual de Normas Gráficas, ya que este permitió avanzar con todos los signos gráficos que debe de tener la ONG Infancia con Futuro y que ayudo a determinar el código visual a seguir.

Debido a que el Manual de Normas Gráficas incluye contenido de redacción y diagramación se evaluaron tres atributos fundamentales; La creatividad, Diseño / Diagramación e Información y mensaje. Cada uno de estos atributos tiene fundamentos de diseño a evaluar que no se podían dejar por fuera.

Resultados

LOGOTIPO CORPORATIVO

Según los datos obtenidos esta propuesta cumple con todos atributos evaluados. A su vez se hace la recomendación de implementar variantes con sus colores complementarios.



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Fuente para Titulares: la fuente Montserrat en su modo “bold” muestra que puede utilizarse para titulares principales y algunos textos a resaltar, estos textos no pueden ser mayor a 70 caracteres.

Fuente para texto: Los resultados de la autoevaluación muestran que la fuente Source Sans Pro y toda su familia cumple los atributos necesarios para realizar párrafos extensos en los diseños a realizar para Infancia con Futuro.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

COLORES CORPORATIVOS

Colores primarios: Los colores de la ONG Infancia con Futuro son un extracto de los colores establecidos en el logotipo.

COLOR PRIMARIO INSTITUCIONAL ROSA.

CMYK : C016 M084 Y000 K000
RGB : R223 G056 B159
Web : #DF389F

COLOR PRIMARIO INSTITUCIONAL AZUL.

CMYK : C091 M062 Y000 K000
RGB : R003 G093 B180
Web : #035DB4

Resultados

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

Luego de realizar la evaluación de atributos esta diagramación mostró ser la mejor opción. Muestra un ritmo de diagramación bastante atractivo en la que lectura no es aburrida y que el diseño puede resultar bastante favorable para mantener al lector en sintonía con el manual.

Infancia con Futuro
Manual de marca

Una guía de identidad visual para la ONG Infancia con Futuro

**Creemos en los niños
Creemos en el futuro de Guatemala**

UNIVERSIDAD MARCELO DE GUZMÁN
FACULTAD DE ARQUITECTURA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
PROFESOR ALEJANDRO REYES BARRIOS
CARRER: 2023481

PROFECTORA S.A. LA ONG
BRANCA: COE FOTOFD

Logotipo Coporativo

El logotipo para Infancia con Futuro es su identidad, es el elemento visual con el cual las personas lo identifican. El logotipo está compuesto por el nombre de la organización (Infancia con Futuro) y un corazón, símbolo que representa el amor que tiene esta ONG

El logotipo debe ser utilizado en todos los documentos, tanto internos como externos, y en todos los canales de comunicación de la organización. El logotipo debe ser utilizado en todos los documentos, tanto internos como externos, y en todos los canales de comunicación de la organización.

Logotipo completo

Logotipo Completo

Logotipo Simple

EL SIMBOLO DE LOGO

TEXTO DEL LOGO

LOGO SIMPLE

Construcción de logotipo y espacio a utilizarlo

Es importante mantener el logotipo libre de cualquier otro elemento gráfico.

DEFINICIÓN

ESPACIO RECOMENDADO

Construcción de Logo

Fuentes de Logo

Que hacer y no hacer

POB FAVOR, LEA ATENTAMENTE LAS COSAS QUE NO DEBE HACER

- No utilizar fuentes del logo en blanco.
- No utilizar el símbolo del logotipo.
- No utilizar el símbolo del logotipo en colores.
- No utilizar el símbolo del logotipo en colores.
- No utilizar el símbolo del logotipo en colores.
- No utilizar el símbolo del logotipo en colores.

Guía para la colocación del logotipo




Correcta colocación de Logotipo

LA COLOCACIÓN DEL LOGOTIPO

Predefiniciones: Para utilizar el logotipo de la OMS Infancia con Futuro, el tamaño de la imagen debe ser el mismo que el tamaño de la imagen original. No se permite recortar el logotipo ni la OMS Infancia con Futuro de ninguna manera.

Parámetros: Tamaño: 100x100px
Formato: PNG
Color: Blanco

Tipografía a utilizar

01

Las fuentes y la tipografía a utilizar

La tipografía juega un papel importante en la comunicación de un tono general y la calidad. El uso cuidadoso de la tipografía refuerza nuestra personalidad y garantiza claridad y armonía en todas las comunicaciones de la OMS Infancia con Futuro.

Hemos seleccionado Avenir Next LT Pro, Montserrat y Source Sans Pro, que ayudan a proyectar energía y entusiasmo en las comunicaciones de toda la OMS Infancia con Futuro, como las tipografías primarias y secundarias.

- Bold**
- Regular**
- Números**
- Caracteres**

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0		

Fuente 01
Avenir Next LT Pro

Fuente Primaria :
Avenir Next LT Pro

Diseñadores :
Adrian Frutiger,
Akira Kobayashi

! * \$ % & / () = ? ' ; :
¡ * ¢ € [] | { } = ¿ ‘
€ Σ € * † Ω ° / ø π • ±

Métricas Manual de Marca

Los colores son una de las cosas más importantes para transferir una marca a los clientes.



Imágenes y modos de mezcla

¿Cómo?

Como una mezcla de imágenes

Imágenes claras + [Color]

Imágenes oscuras + [Color]

Cómo agregar los modos de fusión a las imágenes corporativas

LOS MODOS DE MEZCLA DE IMÁGENES COMO FONDOS PARA LAS IMÁGENES

Los modos de mezcla de imágenes permiten crear imágenes corporativas de alta calidad y con un aspecto profesional. Los modos de mezcla de imágenes permiten crear imágenes corporativas de alta calidad y con un aspecto profesional.

Infancia con Futuro



IF.
Gracias por ser parte de nosotros.

6.3 SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN

En la segunda etapa de visualización se desarrolló por completo el Manual de Normas gráficas de Infancia con Futuro. En este manual se implementó los elementos del logotipo, sus colores y la fuente seleccionada anteriormente.

Este manual es de 56 páginas carta con orientación horizontal, en las que se deberá de imprimir de lado y lado esto quiere decir tiro y retiro.

COEVALUACIÓN

La coevaluación entre profesionales no es más que una herramienta de evaluación del aprendizaje en la que, con la ayuda de una rúbrica, los profesionales evalúan los atributos de cada código descrito en la rubrica siguiendo con objetividad e independencia los criterios de valoración que en ella se definen y categorizan.

Para realizar la coevaluación se realizó una tabla de evaluación de atributos en la que se describen códigos visuales de comunicación. Esta incluye códigos visuales, códigos icónicos, códigos de psicología del color, código de personaje (uso y manejo de fotografía), código de tipográfico y código de formato.

Esta tabla es una encuesta semi-abierta que contiene indicadores de logro que van desde: malo, necesita mejorar, bueno y excelente. Adicional a esto se incluyó un cuadro en donde se puede anotar las observaciones correspondientes.

La coevaluación se realizó al Manual de Normas Gráficas. El manual se evaluó por las partes más importantes como lo es: el uso del logotipo, fuentes a utilizar, código de color y su diagramación.

La coevaluación siguiente se realizó de forma presencial en la que los profesionales tuvieron el tiempo necesario para observar y leer los temas del manual. Se evaluó el contenido con cuatro profesionales en el que se incluye un experto en marketing digital.

Coevaluación					
Atributos a Evaluar	Indicador de Logro	Malo	Necesita mejorar	Bueno	Excelente
Código de formato	Diagramación				
Código Icónico	Forma, nivel de abstracción				
Código Tipográfico	Tipo de letra o fuente utilizada				
Código de Personaje	Uso adecuado de fotografía y encuadre				
Código Cromático	Uso adecuado de la psicología del color				

Observaciones:

Logotipo Bocetos

De esta forma se presentaron las visualizaciones a los expertos en el tema y estos lo calificaron conforme a la tabla de coevaluación.



Propuesta 1 del Logotipo de Infancia con Futuro



Propuesta 2 del Logotipo de Infancia con Futuro



Propuesta 3 del Logotipo de Infancia con Futuro

Fuente Bocetos

Se redujo la cantidad de fuentes a utilizar y con esto se presentó al grupo de profesionales.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

Propuesta 1: fuente para el manual de normas gráficas de Infancia con Futuro

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

Propuesta 2: fuente para el manual de normas gráficas de Infancia con Futuro

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

Propuesta 3: fuente para el manual de normas gráficas de Infancia con Futuro

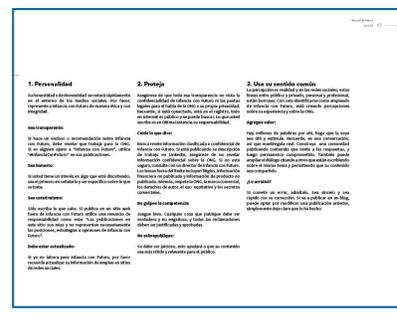
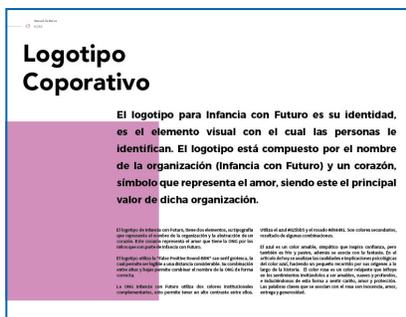
DIAGRAMACIÓN

En esta fase de visualización ya se incluye las partes más importantes del manual. Como lo es el uso del logotipo, fuentes a utilizar, colores e imágenes que tienen la personalidad de la ONG Infancia con Futuro.

Los cambios más relevantes son la armonía de colores y el uso de las imágenes. Se remplazó el color azul por el rosado ya que es el color que mejor se identifica la organización.



REC-00	INTRODUCCIÓN	04
REC-01	LOGOTIPO CORPORATIVO	06
REC-02	TIPOGRAFÍA CORPORATIVA	10
REC-03	IDENTIDAD CORPORATIVA DE COLORES	20
REC-04	MATERIAL IMPRESO	22
REC-05	USO DE REDES SOCIALES	28
REC-06	USO DE BREVETOS	30
REC-07	DISEÑO Y DESARROLLO WEB	36
REC-08	MONEDA DE USOS DE IMPRIMIR	40
REC-09	IMÁGENES PARA INFANCIA CON FUTURO	44
REC-10	ICORPORAL CORPORATIVA	46
REC-11	RELACIONES Y CONTACTOS	48
REC-12	DEDICATORIA Y SISTEMAS DE ARCHIVOS	50



Resultados

LOGOTIPO CORPORATIVO

Según las coevaluaciones que se realizaron con los profesionales que aportaron a la elección del logotipo es que se debe de implementar esta segunda opción. Argumenta que es fácil de comprender y puede generar una mejor retención mental y no se necesita todo el nombre de la organización para recordarla como marca.



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

En cuanto a la tipografía se comprobó que se necesita generar un texto completo para ver la implementación de esta, generaron críticas en cuanto al color de los titulares y como este logra generar ruido con los textos más pequeños. El tamaño de punto en cuanto a los párrafos deberá ser uno mayor y realizar las pruebas de impresión correspondientes.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

COLORES CORPORATIVOS

En la coevaluación demostró que se cumplen todos los códigos de diseño que se evaluaron y que no se tuvieron observaciones en cuanto a los colores del Manual de Normas Gráficas.

COLOR PRIMARIO INSTITUCIONAL ROSA.

CMYK : C016 M084 Y000 K000
RGB : R223 G056 B159
Web : #DF389F

COLOR PRIMARIO INSTITUCIONAL AZUL.

CMYK : C091 M062 Y000 K000
RGB : R003 G093 B180
Web : #035DB4

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

En cuanto a la tipografía se comprobó que se necesita generar un texto completo para ver la implementación de esta, generaron críticas en cuanto al color de los titulares y como este logra generar ruido con los textos más pequeños. El tamaño de punto en cuanto a los párrafos deberá ser uno mayor y realizar las pruebas de impresión correspondientes.



Infancia con Futuro

Manual de Marca

Una guía de identidad visual para la ONG Infancia con Futuro




Infancia con Futuro

Manual de marca

Tabla de contenidos



REC-00	INTRODUCCIÓN	04
REC-01	LOGOTIPO CORPORATIVO	06
REC-02	TIPOGRAFÍA CORPORATIVA	12
REC-03	SISTEMA CORPORATIVO DE COLORES	20
REC-04	MATERIAL IMPRESO	22
REC-05	USO DE REDES SOCIALES	28
REC-06	USO DE BREVETAS	30
REC-07	DISEÑO Y DESARROLLO WEB	36
REC-08	NUMEROS PARA MEMORABLE	40
REC-09	IMÁGENES PARA MEMORABLE CON FUTURO	44
REC-10	ICÓNOGRAFÍA CORPORATIVA	46
REC-11	DISEÑOS Y CONTACTOS	48
REC-12	DECORACIÓN Y SISTEMAS DE ARCHIVO	50

Logotipo Coporativo

El logotipo para Infancia con Futuro es su identidad, es el elemento visual con el cual las personas le identifican. El logotipo está compuesto por el nombre de la organización (Infancia con Futuro) y un corazón, símbolo que representa el amor, siendo este el principal valor de dicha organización.

El logotipo de Infancia con Futuro, tiene su estructura, su tipografía, sus colores, sus formas y su estructura, es un elemento que debe ser respetado y utilizado de manera correcta en todas las comunicaciones de la organización.

El uso indebido, que incluye utilizar los colores, estructuras, composiciones, no permite tener un alto contenido de calidad.

Logotipo complejo

Logotipo

Logo

EL SÍMBOLO DE LOGO

TEXTO DE LOGO

LOGO SIMPLE

Diseño y Desarrollo Móvil

LA COLOCACIÓN DEL LOGOTIPO

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

Construcción de logotipo y espacio a utilizar

Es importante mantener el logotipo libre de cualquier otro elemento gráfico.

Para utilizar el logotipo de Infancia con Futuro, debe ser respetado en su totalidad y utilizado de manera correcta en todas las comunicaciones de la organización.

Ejemplo de uso

DEFINICIÓN

ESPACIO RECOMENDADO

Construcción de Logo

Fondos de Logo

Quié hacer y quié no hacer

POB FAVOR, LEA ATENTAMENTE LOS USOS INCORRECTOS

- No coloque la fuente del logo en blanco.
- No coloque el logotipo en negro.
- No coloque el logotipo en colores que no sean los oficiales de la organización.
- No coloque el logotipo en fondos que no sean los oficiales de la organización.
- No coloque el logotipo en fondos que no sean los oficiales de la organización.
- No coloque el logotipo en fondos que no sean los oficiales de la organización.

Ejemplo de uso de Reticula iPad

EJEMPLOS DEL USO DEL LOGOTIPO EN LA Reticula DE PAD

RECOMENDACIONES

Nunca deje de inspirarse

Si en algún momento pierde la inspiración, revise este muro y recuerde porque lo hace.



Be inspired. Be glad.
Be glorious. Be grateful.



Sistema Corporativo de Color

EL SISTEMA DE COLOR PRIMARIO Y LOS CÓDIGOS DE COLOR.

El color juega un papel importante en el programa de identidad gráfica de la ONG Infancia con Futuro. Se ha desarrollado una paleta de colores primarios, que comprende el esquema de colores "New Look". El uso constante de estos colores contribuirá al aspecto cohesivo armonioso de la identidad de marca de la ONG Infancia con Futuro en todos los medios relevantes. Consulte con su diseñador o impresora cuando se utilicen los colores, que asegure su coherencia.

COLOR PRIMARIO INSTITUCIONAL ROSA	COLOR PRIMARIO INSTITUCIONAL AZUL
COLOR PRIMARIO ROSA CÓDIGO DE COLOR CMYK : C016 M084 Y000 K000 RGB : R223 G056 B150 Web : #E91E63	COLOR PRIMARIO AZUL CÓDIGO DE COLOR CMYK : C091 M082 Y000 K000 RGB : R093 G093 B180 Web : #3949AB

Sistema de color secundario

Fundamentación: Los colores secundarios son complementarios a los colores oficiales, pero no son identificables para la ONG Infancia con Futuro. Los colores secundarios se deben utilizar con moderación, es decir, en menos del 30 por ciento de la paleta en una sola pieza.

Uso del color

Queda para aclararse y apoyar la paleta de colores primarios.

COLOR SECUNDARIO AMARILLO	COLOR SECUNDARIO CÍAN
COLOR Códex AMARILLO CMYK : C020 M000 Y000 K000 Pantone : 48C RGB : R255 G255 B000 Web : #FFD700	COLOR Códex CÍAN CMYK : C020 M000 Y000 K000 Pantone : 48C RGB : R000 G000 B255 Web : #ADD8E6
COLOR SECUNDARIO VERDE	COLOR SECUNDARIO ROJO
COLOR Códex VERDE CMYK : C057 M032 Y180 K017 RGB : R138 G129 B015 Web : #90EE90	COLOR Códex ROJO CMYK : C017 M097 Y100 K007 RGB : R192 G032 B022 Web : #DC143C

Material Impreso

Muestra los diseños aprobados con los elementos primarios del sistema de papelería de infancia con Futuro para el lado frontal del material impreso.



Parámetros

Dimensiones
210 x 297 mm

Peso
origen
blanco mate

Impresión
CMYK

FORMA DE USO

El material impreso se utilizarán para todos los contactos y comunicaciones oficiales de la ONG Infancia con Futuro. Inserte el mensaje de infancia con Futuro en el material impreso y envíe sus documentos por todo el mundo.

Tarjetas de presentación

Muestra los diseños aprobados con los elementos principales del sistema de papelería de la ONG Infancia con Futuro para tarjetas de presentación



Tarjeta de presentación parte frontal



Tarjeta de presentación parte trasera

Parámetros

Dimensiones
85 x 55 mm

Peso
origen
blanco mate

Impresión
CMYK

FORMA DE USO

Las tarjetas de presentación se utilizarán para el contacto oficial y la comunicación de infancia con Futuro. Coloque sus datos en las tarjetas de presentación de infancia con Futuro y no dude en darlos a sus clientes y socios.



Sobre de la ONG

Muestra los diseños aprobados con los elementos principales de la papelería de Infancia con Futuro para el frente y el reverso de los sobres corporativos.



Parámetros

Dimensiones
230 x 105 mm

Peso
45g/m²
Papel mate

FORMA DE USO

El sobre se utilizará para todos los contactos y comunicaciones oficiales de la ONG Infancia con Futuro. Utilice el sobre membretado y envíe sus documentos por todo el mundo.

Sobre parte trasera

Folder de presentación de Infancia con Futuro

Muestra los diseños aprobados con los elementos principales del sistema de papelería de Infancia con Futuro para el folder de la ONG.



Parámetros

Dimensiones
9 x 12 pulgadas

Peso
40g/m²
Papel mate

FORMA DE USO

La carpeta de presentación se utilizará para todos los contactos y comunicaciones oficiales de la ONG Infancia con Futuro. Inserte el material informativo y no olvide incluir una tarjeta de presentación.

Guía de Redes Sociales

01

Directrices de Facebook

Fundamentación

Aquí encontrará las directrices de redes sociales para Facebook.

Esto le ayudará a preparar sus mensajes de manera correcta y le dará las mejores posibilidades para proporcionar imágenes y enlaces de medios a su audiencia. Le ayudará a tener una interacción más eficaz con sus seguidores o visitantes en redes sociales.

Imagen de perfil

Debe tener al menos 180 x 180 píxeles. La foto aparecerá en la página como 100 x 100 píxeles. La miniatura de la foto aparecerá en Facebook a 32 x 32 píxeles.

Esta es la foto que representa a usted o su marca en Facebook. Esta foto cuadrada aparecerá en su línea de tiempo y sobre su foto de perfil.

También aparecerá cuando publique en otros sitios, al comentar sobre los mensajes o cuando se realice una búsqueda con el buscador de Facebook.

1. Personalidad

Si honestidad o deshonestedad se notará rápidamente en el entorno de los medios sociales. Por favor, represente a Infancia con Futuro de manera ética con integridad.

Sea transparente:

Si hace un anuncio o recomendación sobre Infancia con Futuro, debe revelar que trabaja para la ONG. Si es alguien ajeno a "Infancia con Futuro", utilice "Infancia con Futuro" en sus publicaciones.

Sea honesto:

Si usted tiene un interés en algo que está discutiendo, sea el primero en señalarlo y ser específico sobre lo que se trata.

Sea usted mismo:

Solo escriba lo que sabe. Si publica en un sitio web fuera de Infancia con Futuro utilice una renuncia de responsabilidad como este: "Las publicaciones en este sitio son mías y no representan necesariamente las posiciones, estrategias o opiniones de Infancia con Futuro".

Debe estar actualizado:

Si ya no labora para Infancia con Futuro, por favor recuerde actualizar su información de empleo en sitios de redes sociales.

2. Proteja

Asegúrese de que toda esa transparencia no viole la confidencialidad de Infancia con Futuro ni las leyes laborales para el habla de la ONG a su propia privacidad. Recuerde, si está conectado, está en el registro, todo es internet es público y se puede buscar. Lo que usted escribe es en última instancia su responsabilidad.

Cuide lo que dice:

Nunca revele información clasificada o confidencial de Infancia con Futuro. Si está publicando su descripción de trabajo en LinkedIn, asegúrese de no revelar información confidencial sobre la ONG. Si no está seguro, consulte con un director de Infancia con Futuro. Los temas fuera del ámbito incluyen: Información financiera no publicada e información de productos no publicada. Además, respete la ONG, la marca comercial, los derechos de autor, el uso equitativo y los secretos comerciales.

No gópee la competencia:

Juegue bien. Cualquier cosa que publique debe ser verdadera y no engañosa, y todas las reclamaciones deben ser justificadas y aprobadas.

No sobrepublique:

Se debe ser juicioso, esto ayudará a que su contenido sea más nítido y relevante para el público.

3. Use su sentido común

La percepción es real y en las redes sociales, estas líneas entre público y privado, personal y profesional, están borrosas. Con solo identificarse como empleado de Infancia con Futuro, está creando percepciones sobre su experiencia y sobre la ONG.

Agregue valor:

Hay millones de palabras por ahí, haga que la suya sea útil y relevante. Recuerde, es una conversación, así que manténgala real. Construya una comunidad pública como si fuera su propia. Responda a las preguntas, y luego permanezca comprometido. También puede ampliar el diálogo invitando a otros que están escribiendo sobre el mismo tema y permitiendo que su contenido sea compartido.

¿Lo arriesga?

Si comete un error, admítalo. Sea sincero y sea rápido con su corrección. Si va a publicar en un blog, puede optar por modificar una publicación anterior, simplemente deje claro que lo ha hecho.



Infancia con Futuro

Gracias por ser parte de nosotros.



ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Tras realizar el proceso de coevaluación y realizar las correcciones correspondientes, los asesores técnicos del proyecto sugirieron algunos cambios estéticos y este fue el resultado.

Esta última visualización se utilizó para la presentación de validación con el grupo objetivo quien implementara el Manual de Normas Graficas.

6.4 TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Validación del proyecto

El objetivo de este tercer nivel de visualización es plantear la gráfica del proyecto con las observaciones anteriores, para que el grupo objetivo se identifique con los materiales y se facilite su aprendizaje. Es importante esta última para que el grupo objetivo pueda describir la percepción de los materiales, valorando el instrumento crítico de evaluación, para evidenciar la funcionalidad de los materiales así como probar el proceso de investigación y herramientas que se utilizaron anteriormente, demostrando también el concepto creativo reflejado en la gráfica.

El tercer nivel de la visualización del Manual de Normas Gráficas, presenta los cambios sugeridos por parte de la coevaluación realizada anteriormente. Estos cambios son significativos, aunque en el diseño final se puede observar la diferencia que existe.

El éxito o fracaso de un proyecto depende, en gran medida, de su grado de su validación, que no es otra cosa que la valoración de cada uno de los atributos a evaluar. El objetivo es poner el proyecto en dichos escenarios y, a la vez tratar de plantear los retos que ello implicaría para el cumplimiento de las metas iniciales.

La validación del Proyecto de Graduación se realizó en conjunto, esto quiere decir que se evaluó todos los aspectos de diseño y contenido del Manual de Normas Gráficas. Para lograr esta evaluación se realizó un formato digital ya que los directivos de Infancia con Futuro se encuentran constantemente de viaje entre España y Guatemala. Así mismo se presentó al encargado de la ONG aquí en Guatemala quien pudo resolver de forma digital la encuesta semi-abierta.

La evaluación se realizó en un documento de Google que fácilmente nos proporciona las estadísticas adecuadas para determinar si ambos manuales satisfacen las necesidades de comunicación que tiene Infancia con Futuro.

ENCUESTA REALIZADA

Esta fue la encuesta que se realizó al grupo objetivo de Infancia con Futuro. En la encuesta se cuestionaron aspectos personales a su vez para validar que se eligió el grupo objetivo correcto. La encuesta cuenta con tres secciones, cada una de ellas adentrándose cada vez más en el diseño del manual de Normas Gráficas.



La primera sección reúne datos personales, quienes son, en que rango de edad están y la ocupación que actualmente ejercen. El dato de la ocupación es para identificar en qué parte del equipo de Infancia con Futuro laboran.

Evaluación - Manual de Marca - IF

El siguiente formular consiste en una serie de preguntas para la validación de proyecto de graduación de diseño gráfico. Como parte del proyecto se encuentra el diseño del manual de marca de la ONG Infancia con Futuro

*Obligatorio

Observe la propuesta de diseño y responda las siguientes preguntas

Link para el Manual de Marca IF <https://goo.gl/TK3WTt>

Grupo *

- Equipo de Infancia con Futuro
- Diseñador Gráfico
- Experto en comunicaciones

Edad *

- 26-30
- 18-21
- 31 en adelante
- 22-25

Género *

- Masculino
- Femenino

Ocupación

Tu respuesta

SIGUIENTE



Evaluación del Manual

¿Considera pertinente el diseño del Manual de Marca de la ONG Infancia con Futuro?

- Sí
 No
 Tal vez

¿Los códigos de color son apropiados?

- Sí
 No
 Tal vez

¿El tipo de fuente utilizado es el mejor?

- Sí
 No
 Tal vez

¿La diagramación utilizada es buena?

- Sí
 No
 Tal vez

¿La orientación del formato es el adecuado?

- Sí
 No
 Tal vez
 Otro: _____

A partir de la segunda sección se evaluaron los siguientes criterios técnicos:

- Código de diagramación
- Código Icónico (Forma, nivel de abstracción de códigos visuales)
- Código formato (Orientación y uso del formato)
- Código tipográfico (tipo de letra o fuente a utilizar)
- Estilo de personaje (nivel de abstracción de personaje)
- Código cromático (colores en las gráficas)

También se evaluaron los criterios funcionales:

- Comprensión - que el grupo objetivo entienda todo el contenido del material gráfico presentado en el proyecto de comunicación visual.
- Atracción - que el grupo objetivo se sienta atraído, interesado o agrado por el material gráfico.
- Aceptabilidad - que el material gráfico sea aprobado, admisible por el grupo objetivo.
- Involucramiento - que el grupo objetivo se identifique con el tema y los contenidos del material.
- Persuasión - que el grupo objetivo identifique fácilmente lo que se le pide o sugiere y que esté convencido de hacerlo.



Evaluación - Manual de Marca - IF

Evaluación de comprensión

¿Tuvo algún problema con la lectura?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Comprendió el tema del que se habla?

- Sí
- No
- Poco

¿Se distrajo en el algún momento de la lectura?

- Sí
- No
- Poco

¿Considera que el manual llena las necesidades que tiene Infancia con Futuro?

- Sí
- No
- Tal vez

ATRÁS

ENVIAR

Resultados

Tras realizar la evaluación correspondiente con el Grupo Objetivo se pudo determinar las falencias del Manual de Normas Gráficas y las ventajas que este posee. Así mismo se demostró que el manual cumple con las necesidades gráficas que Infancia con Futuro cuenta.

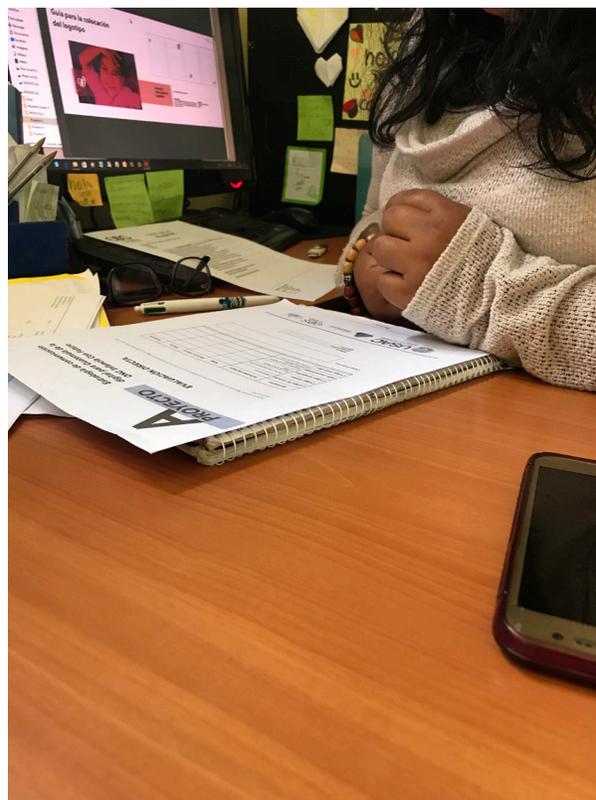
La evaluación con el grupo objetivo cierra el ciclo del proceso de validación del Proyecto de Graduación. En esta ocasión la comunicación a distancia no resultó ser un problema gracias al formulario de Google se pudo concretar la evaluación con el equipo de autoridades que conforma Infancia con Futuro.

El tiempo que requirió la validación de estos materiales fue de tres días, ya que mayor parte del equipo de Infancia con Futuro no poseen con el tiempo necesario para ver y analizar todo el material del manual. La encuesta de la validación fue realizada por nueve personas en total, en los que están los directores de la organización, facilitadores del centro educativo y algunos de los que donan recursos a la ONG constantemente.

Aunque los datos del formulario de Google dan mediciones exactas y se puede obtener respuestas cuantitativas, la mayor parte de las veces se necesita tener una conversación con el grupo objetivo para observar y escuchar sus reacciones al ver el material diseñado.

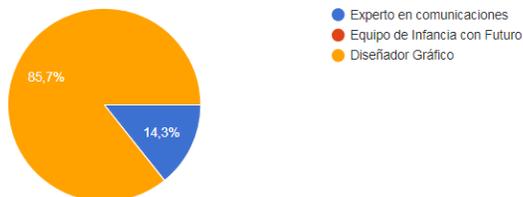
La evaluación del manual determinó la funcionalidad del mismo para la comunicación digital en Guatemala de Infancia con Futuro. Pese a que la mayor parte del contenido es teórico este sirve para implementarlo en el Proyecto de Graduación B y C.

Como se observa en las evaluaciones se obtuvo un 90% de aprobación del manual, dicho de otra forma, el Manual de Normas Gráficas pueden llegar a suplir las necesidades de comunicación digital que tiene la ONG.



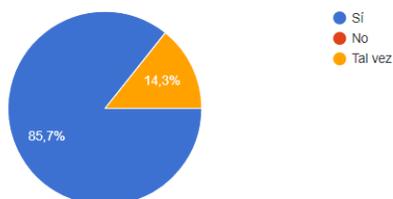
Grupo

7 respuestas



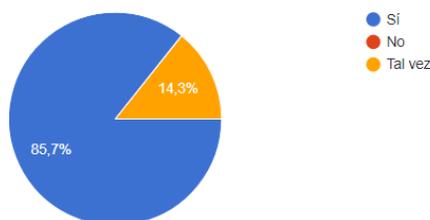
¿Considera pertinente el diseño del Manual de Marca de la ONG Infancia con Futuro?

7 respuestas



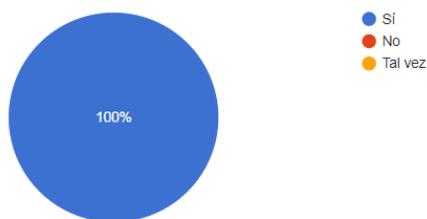
¿Los códigos de color son apropiados?

7 respuestas



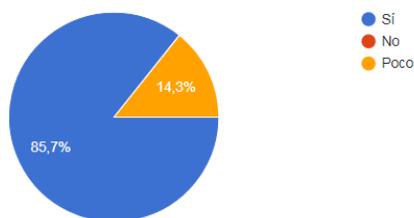
¿La diagramación utilizada es buena?

7 respuestas



¿Comprendió el tema del que se habla?

7 respuestas



PERSONAS QUE RESPONDIERON LA ENCUESTA

En total fueron 7 personas que respondieron la encuesta de validación del proyecto para Infancia con Futuro. Entre ellos están expertos en comunicaciones, diseñadores gráficos y parte del equipo de la organización.

EVALUACIÓN DE DISEÑO

En cuanto a la evaluación del diseño del manual un 85% de las personas evaluadas aprobaron el material que se realizó. El 14% de las personas restantes argumentan que este manual es parte de los cambios por realizar en la comunicación de Infancia con Futuro.

CÓDIGOS DE COLOR

Según la evaluación realizada los colores utilizados en el manual revelan que: si llego a comprender que el material es de la ONG Infancia con Futuro, pero en algunas situaciones los titulares seguían siendo un punto de enfoque y no el contenido de las páginas.

DISEÑO DE DIAGRAMACIÓN

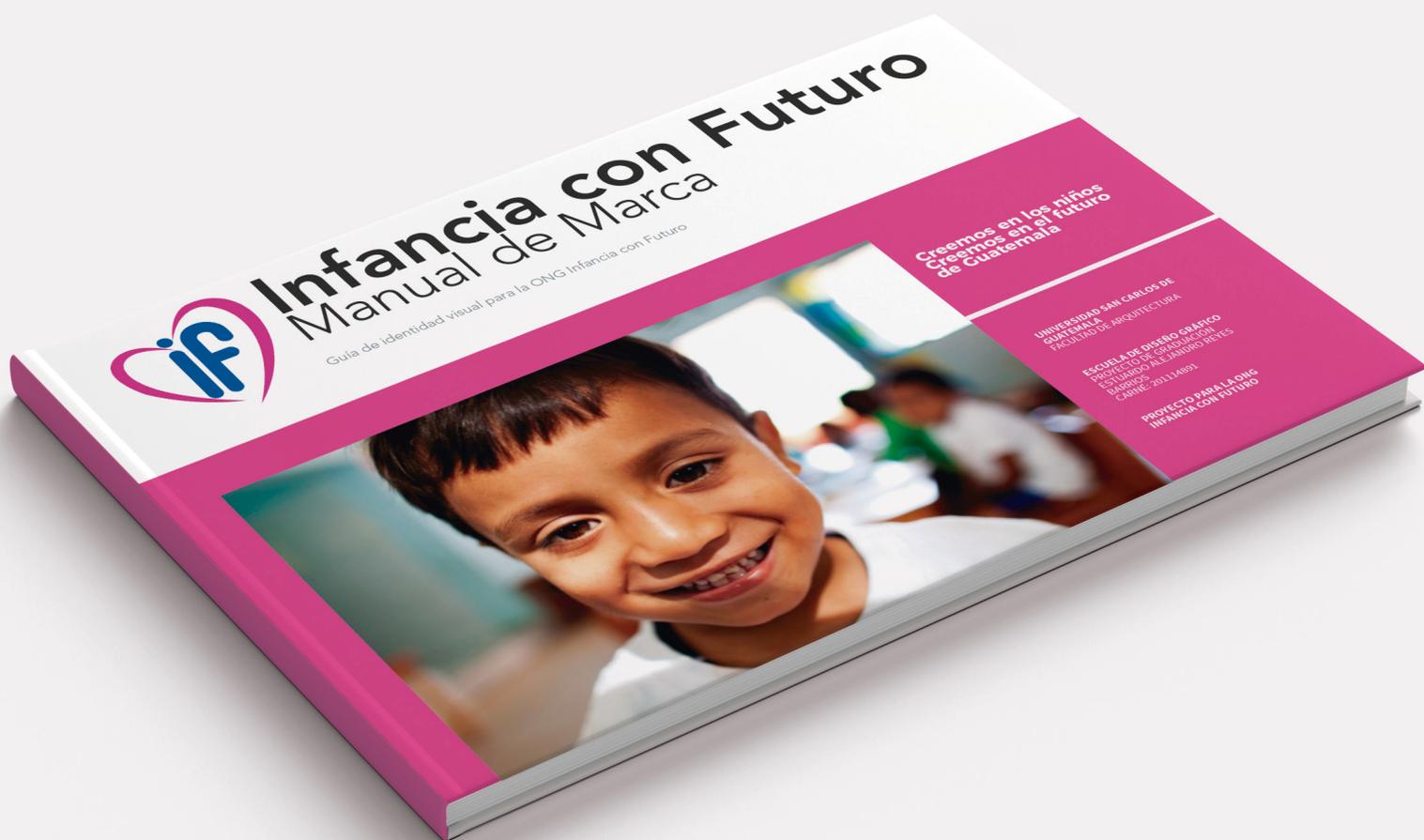
En cuando a la diagramación utilizada, la evaluación respondió que esta es totalmente efectiva con un 100% de las respuestas positivas.

COMPRESIÓN DEL TEMA

En la comprensión no fue total debido a que algunos de los profesionales argumentaban que no reconocieron parte del vocabulario y sugirieron algunos cambios en cuanto y en especial al tema del diseño web.

FUNDAMENTACIÓN

PIEZAS FINALES





FUNDAMENTACIÓN

Manual de Normas Gráficas

El usuario pudo conectar el objetivo del Manual de Normas Gráficas, con la necesidad de Infancia con Futuro de tener una línea gráfica que identifique visualmente. Expusieron que el manual es un punto de inicio para identificar que códigos visuales se debe utilizar al momento de comunicar un mensaje de la organización. El concepto “hoy por ti, mañana por mí” llega a ratificar la misión y visión que tiene la organización Infancia con Futuro, con la Aldea Cerritos y los infantes de Guatemala.

El manual mostró interés por parte del grupo objetivo a investigar un poco más de cómo es que se deben de comunicar visualmente, ya sea digitalmente o en los medios tradicionales. Estas reacciones o *feedback* se obtuvieron durante el análisis del grupo objetivo con las piezas finales, fueron el resultado de todo el proceso de desarrollo del proyecto, esto va desde la investigación de los temas de comunicación, observación y estudio del grupo objetivo, hasta llegar a una pieza final que logro el vínculo entre los usuarios del material, el concepto creativo y los objetivos planteados en este proyecto.

MATERIAL

El Manual de Normas Gráficas está impreso en hojas couche láser con una pasta medianamente dura. Se eligió este tipo de papel debido a su calidad y al complemento perfecto entre el papel y la impresión láser. La portada y contraportada hechas con pasta dura se debe a la protección del material, ya este material seguramente será movilizad de un lado a otro y estudiado por más de una persona.

FORMATO

El tamaño del formato es de una doble carta abierto, o sea 17 pulgadas de ancho por 11 de alto, ideal para la movilidad del material, y legibilidad del usuario.



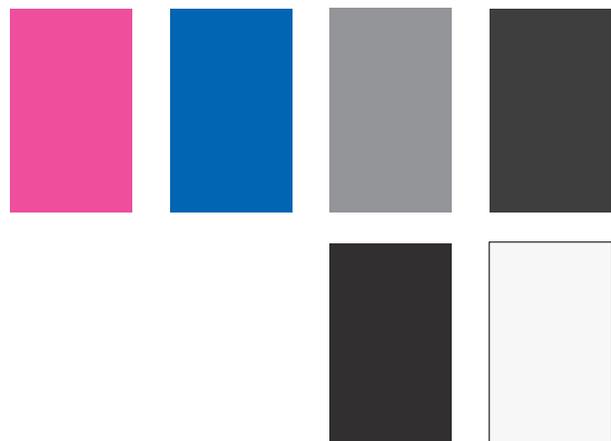
TIPOGRAFÍA

La tipografía que se utilizó para la portada es sans serif, legible, entendible, y por el uso del color dominante. Crea una línea de lectura de arriba hacia abajo según su jerarquía utilizada, al igual que el contenido diagramado, esta tipografía no hace ruido en cuanto a los subtítulos y contenido redactado en el manual.

DIAGRAMACIÓN

En el estudio de análisis que se hizo en la primera fase, el grupo objetivo en este contexto mantienen su atención en elementos principales. Los colores, las fotografías, subtítulos y contenido crean un orden de lectura en la que la diagramación resulta ser la más eficiente.

PALETA DE COLORES

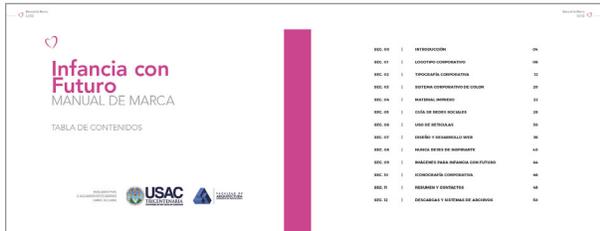


MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS



PORTADA

Índice



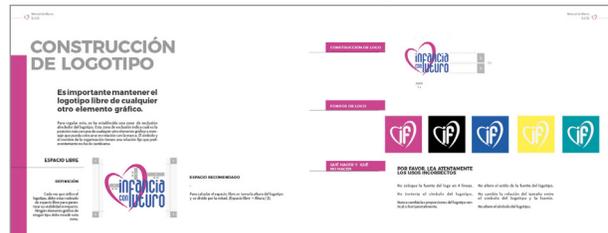
Introducción



Diseño de logotipo



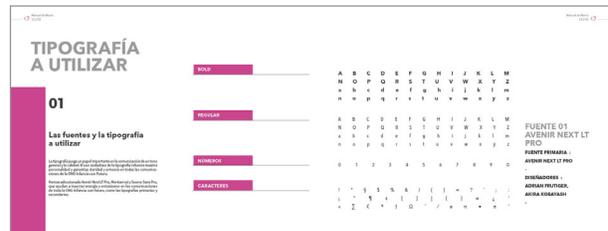
Construcción de logotipo



Espacio de logotipo



Tipografía





TIPOGRAFÍA A UTILIZAR

02
Fuente 02
Montserrat

PRIMARY FONT: MONTSERAT
SECONDARY: JOSTA FLANNOY

SOLE
A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï
Ñ Ò Ó Ô Õ Ö × Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ ß à á â ã

REGULAR
A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï
Ñ Ò Ó Ô Õ Ö × Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ ß à á â ã

NUMERO
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

CARACTERES
! " # \$ % & ' () * + , - . : ;
< = > ? @ [\] ^ _ ` { | } ~ ¡ ¢
£ ¤ ¥ ¦ § ¨ © ª « ¬ ® ¯ ° ± ² ³ ¼ ½ ¾
¿ À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï
Ñ Ò Ó Ô Õ Ö × Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ ß à á â ã

JERARQUÍA DE TEXTO

SOLE

REGULAR

NUMERO

CARACTERES

MANUAL DE MARCA

INFANCIA CON FUTURO
INFANCIA CON FUTURO

Cambio de ritmo de diagramación

MANUAL DE MARCA

LOS COLORES SON ELEMENTOS MÁS PARA TRANSFERIR A LOS SEGUIDORES

UNO DE LOS IMPORTANTES UNA MARCA

Color corporativo

SISTEMA CORPORATIVO DE COLOR

Sistema de color secundario

VOO DE COLORES

COLORES PRIMARIOS

COLORES SECUNDARIOS

PALETA DE COLORES

COLORES SECUNDARIOS

Materiales Impresos

Materiales Impresos

Material Impreso

Tarjetas de presentación

PARÁMETROS

PARÁMETROS

Materiales Impresos

Sobre de la ONG

Folios de presentación de Infancia con Futuro

PARÁMETROS

PARÁMETROS

Personalidad de redes sociales

GUÍA DE REDES SOCIALES

01

Directrices de Facebook

PERSONALIDAD

2. CREA TU MARCA

3. CREA TU ENTORNO VISUAL

Retícula a utilizar

USO CORPORATIVO DE RETÍCULA

Ejemplos de retículas para una hoja carta

EL SISTEMA DE RETÍCULA

PARÁMETROS

Diseño de aplicaciones

DISEÑO Y DESARROLLO MÓVIL

Ejemplo de uso de Retícula iPad

LA ORGANIZACIÓN DEL DISEÑO

PARÁMETROS

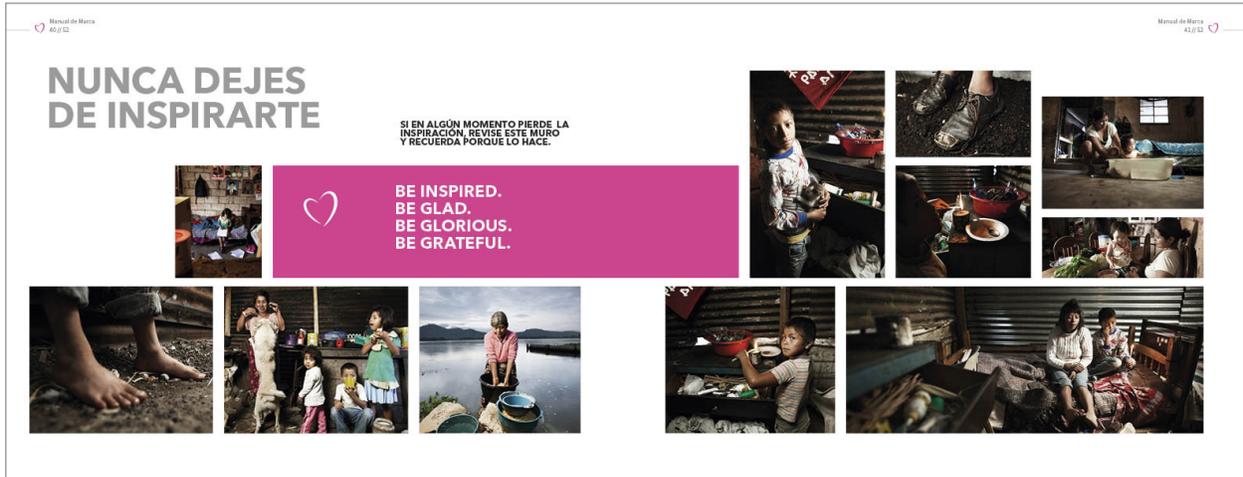
Retículas para web



Retículas para página web



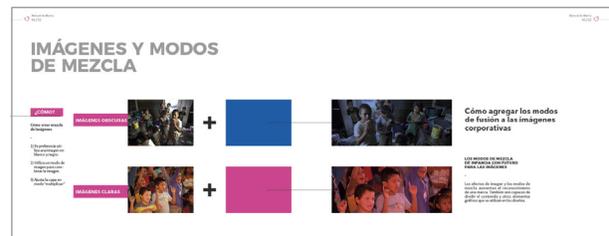
Cambio de ritmo en la diagramación



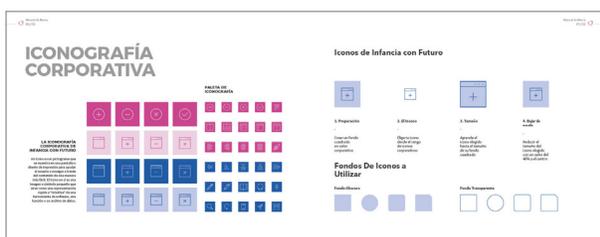
Uso de imágenes



Uso de imágenes



Iconos de la marca











FUNDAMENTACIÓN

Manual de Redes Sociales

El manual de redes sociales surgió con la necesidad de aprender a compartir mensajes de la ONG Infancia con Futuro en sus diferentes plataformas digitales. En este caso se enfocó mayor parte del contenido en su página de Facebook. Este manual también fue validado con el grupo objetivo que lo implementará. Los resultados de esta validación fueron mejores, ya que la mayor parte de la información no la conocía el grupo objetivo y mostro un mayor interés por estudiarlo detenidamente.

Este manual siguió los mismos conceptos creativos que el manual de normas gráficas y a su vez se aplicó cada una de las reglas antes demostradas. Entre esas están, el uso del logotipo, colores, fuente a utilizar, diagramación y uso de imágenes. La respuesta que se obtuvo con este manual demostró que la comunicación digital que tiene Infancia con Futuro es mayor. Toda vez conociendo los lineamientos que se debe seguir para crear un mensaje: Este puede ser transmitido. Este manual demuestra cómo y en que canal se debe hacer este proceso de comunicación, a su vez da consejos de cómo se debe responder en cualquier situación, en casos de crisis y como persuadir al usuario que cumpla los objetivos del mensaje a enviar.

MATERIAL

El Manual de Redes Sociales está impreso en hojas couche láser con una pasta medianamente dura. Se eligió este tipo de papel, debido a su calidad y al complemento perfecto entre el papel y la impresión láser. La portada y contraportada hechas con pasta dura se debe a la protección del material. Ya este material seguramente será movlizado de un lado a otro y estudiado por más de una persona.

FORMATO

El tamaño del formato es de una doble carta abierto, ósea 17 pulgadas de ancho por 11 de alto, ideal para la movilidad del material, y legibilidad del usuario.



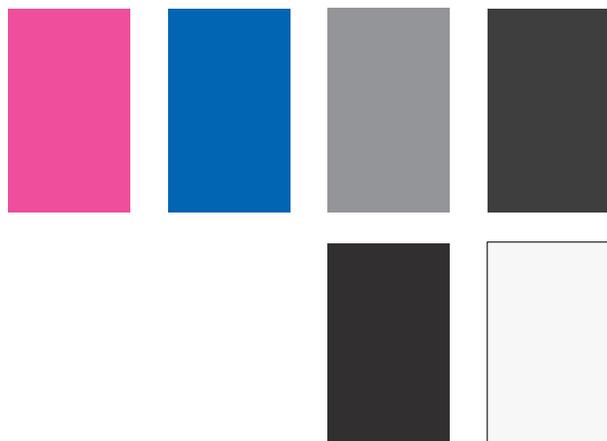
TIPOGRAFÍA

La tipografía que se utilizó en el cuento para la portada es sans serif, legible, entendible, y por el uso del color dominante. Crea una línea de lectura de arriba hacia abajo según su jerarquía utilizada, al igual que el contenido diagramado, esta tipografía no hace ruido en cuanto a los subtítulos y contenido redactado en el manual.

DIAGRAMACIÓN

En el estudio de análisis que se hizo en la primera fase, el grupo objetivo en este contexto mantienen su atención en elementos principales. Los colores, las fotografías, subtítulos y contenido crean un orden de lectura en la que la diagramación resulta ser la más eficiente.

PALETA DE COLORES

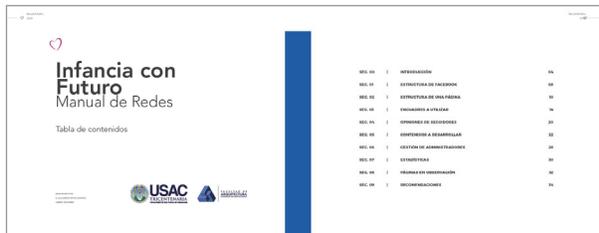


MANUAL DE REDES SOCIALES



PORTADA

Índice



Introducción



Descripción de Facebook



Estructura de Facebook



Página de Facebook



Elementos de Facebook



Encuadres de fotografía

ENCUADRES A UTILIZAR

Básicamente, el encuadre es la porción de escena que se desea exponer en una fotografía. Los encuadres influyen en el tipo de mensaje que se desea transmitir.

ENCUADRE HORIZONTAL
Es el encuadre más común y se utiliza para transmitir una sensación de calma y estabilidad. Se utiliza para paisajes y escenas de vida cotidiana.

ENCUADRE VERTICAL
Se utiliza para transmitir una sensación de altura y elegancia. Se utiliza para retratos y escenas que requieren una mayor profundidad.

ENCUADRE CUADRADO
Se utiliza para transmitir una sensación de equilibrio y armonía. Se utiliza para retratos y escenas que requieren una mayor simetría.

ENCUADRE TRIANGULAR
Se utiliza para transmitir una sensación de dinamismo y tensión. Se utiliza para escenas que requieren una mayor acción.

ENCUADRE CIRCULAR
Se utiliza para transmitir una sensación de intimidad y cercanía. Se utiliza para retratos y escenas que requieren una mayor conexión con el sujeto.

ENCUADRE OBLICUO
Se utiliza para transmitir una sensación de movimiento y energía. Se utiliza para escenas que requieren una mayor acción.

ENCUADRE SINGULAR
Se utiliza para transmitir una sensación de aislamiento y soledad. Se utiliza para retratos y escenas que requieren una mayor conexión con el sujeto.

ENCUADRE MULTIPLE
Se utiliza para transmitir una sensación de complejidad y riqueza. Se utiliza para escenas que requieren una mayor acción.

Encuadres de fotografía

Existen diversos tipos de ángulos a la hora de tomar las fotos:

ANGULO NORMAL
Es el ángulo más común y se utiliza para transmitir una sensación de calma y estabilidad. Se utiliza para paisajes y escenas de vida cotidiana.

ANGULO ALTO
Se utiliza para transmitir una sensación de altura y elegancia. Se utiliza para retratos y escenas que requieren una mayor profundidad.

ANGULO BAJO
Se utiliza para transmitir una sensación de dinamismo y tensión. Se utiliza para escenas que requieren una mayor acción.

ANGULO CONTRAÁNGULO
Se utiliza para transmitir una sensación de intimidad y cercanía. Se utiliza para retratos y escenas que requieren una mayor conexión con el sujeto.

ANGULO CENTRAL
Se utiliza para transmitir una sensación de equilibrio y armonía. Se utiliza para retratos y escenas que requieren una mayor simetría.

ANGULO OBLICUO
Se utiliza para transmitir una sensación de movimiento y energía. Se utiliza para escenas que requieren una mayor acción.

ANGULO SINGULAR
Se utiliza para transmitir una sensación de aislamiento y soledad. Se utiliza para retratos y escenas que requieren una mayor conexión con el sujeto.

ANGULO MULTIPLE
Se utiliza para transmitir una sensación de complejidad y riqueza. Se utiliza para escenas que requieren una mayor acción.

"CUANTO MÁS CERCA SE SIENTA EMOCIONALMENTE UNA PERSONA DE OTRA, MÁS CERCA DE ELLA SE SITUARÁ."
ALBERT PERAZ

Cambio de ritmo de diagramación

UNA IMAGEN VALE MÁS QUE MIL PALABRAS

BE INSPIRED. BE GLAD. BE GLORIOUS. BE GRATEFUL.

Opiniones en Facebook

OPINIONES DE SEGUIDORES DE LA PÁGINA

En este espacio aparecen las opiniones que han hecho nuestros seguidores sobre nuestra Fanpage.

SELECCIÓN DE MENSAJES PUBLICADOS
Se debe seleccionar los mensajes que se quieren mostrar en la página de opiniones. Se pueden seleccionar los mensajes más recientes, los más populares o los más antiguos.

SELECCIÓN DE MENSAJES NO PUBLICADOS
Se debe seleccionar los mensajes que no se quieren mostrar en la página de opiniones. Se pueden seleccionar los mensajes más recientes, los más populares o los más antiguos.

COMENTARIOS
Se pueden hacer comentarios sobre los mensajes seleccionados. Se pueden hacer comentarios positivos o negativos.

RESEÑAS DE LOS USUARIOS
Se pueden hacer reseñas de los usuarios que han interactuado con la página. Se pueden hacer reseñas positivas o negativas.

FACEBOOK
Se puede hacer un comentario sobre la página de Facebook. Se puede hacer un comentario positivo o negativo.

Contenidos para la página

CONTENIDOS A DESARROLLAR

Para administrar la página de Facebook de Infancia con Futuro se recomienda aplicar la siguiente estrategia de comunicación.

GENERACIÓN DE CONTENIDO
Se debe generar contenido de forma regular y constante. Se debe generar contenido que sea relevante y atractivo para los seguidores.

SELECCIÓN DE CONTENIDO
Se debe seleccionar el contenido que se quiere mostrar en la página. Se pueden seleccionar los mensajes más recientes, los más populares o los más antiguos.

COMENTARIOS
Se pueden hacer comentarios sobre los mensajes seleccionados. Se pueden hacer comentarios positivos o negativos.

RESEÑAS DE LOS USUARIOS
Se pueden hacer reseñas de los usuarios que han interactuado con la página. Se pueden hacer reseñas positivas o negativas.

FACEBOOK
Se puede hacer un comentario sobre la página de Facebook. Se puede hacer un comentario positivo o negativo.

Contenidos para la página

CRONOGRAMA DE CONTENIDOS
Se debe crear un cronograma de contenidos que sea regular y constante. Se debe crear un cronograma que sea relevante y atractivo para los seguidores.

USO DE HASHTAG
Se debe utilizar hashtags relevantes y populares para aumentar la visibilidad de los contenidos. Se debe utilizar hashtags que sean fáciles de recordar y escribir.

PUBLICACIONES CON LINK
Se deben hacer publicaciones con enlaces a los contenidos que se quieren promover. Se deben hacer publicaciones que sean relevantes y atractivas para los seguidores.

Pautas para página de Facebook

FIJAR PUBLICACIONES
Se debe fijar las publicaciones más importantes y relevantes en la parte superior de la página. Se debe fijar las publicaciones que sean fáciles de encontrar y leer.

PUBLICACIÓN DE FOTO/VIDEO
Se deben hacer publicaciones con fotos y videos que sean relevantes y atractivos para los seguidores. Se deben hacer publicaciones que sean fáciles de compartir y guardar.

CREACIÓN DE EVENTOS
Se deben crear eventos que sean relevantes y atractivos para los seguidores. Se deben crear eventos que sean fáciles de encontrar y participar.

PROGRAMACIÓN DE PUBLICACIONES
Se debe programar las publicaciones de forma regular y constante. Se debe programar las publicaciones que sean relevantes y atractivas para los seguidores.

Administración de Facebook

GESTIÓN DE ADMINISTRADORES

Se debe gestionar a los administradores de la página de Facebook de manera efectiva. Se debe gestionar a los administradores que sean relevantes y atractivos para los seguidores.

PROMOCIONAR PUBLICACION
Se debe promocionar las publicaciones más importantes y relevantes de la página. Se debe promocionar las publicaciones que sean fáciles de encontrar y leer.

PARO A PAJO
Se debe hacer un paro a pajo de las publicaciones que no sean relevantes y atractivas para los seguidores. Se debe hacer un paro a pajo de las publicaciones que sean fáciles de encontrar y leer.

SEGUIR TU PÚBLICO
Se debe seguir a tu público y hacer publicaciones que sean relevantes y atractivas para ellos. Se debe seguir a tu público que sean fáciles de encontrar y leer.

Estadísticas de Facebook

ESTADÍSTICAS

Las Estadísticas estarán disponibles después de obtener 30 seguidores (fans) y mostrarán información acerca de cuántas vistas ha habido en la página, cuántos nuevos seguidores etc.

MIS COSTAS
Se deben hacer publicaciones que sean relevantes y atractivas para los seguidores. Se deben hacer publicaciones que sean fáciles de encontrar y leer.

VISTAS
Se deben hacer publicaciones que sean relevantes y atractivas para los seguidores. Se deben hacer publicaciones que sean fáciles de encontrar y leer.

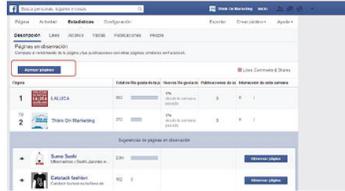
ALCANCE
Se deben hacer publicaciones que sean relevantes y atractivas para los seguidores. Se deben hacer publicaciones que sean fáciles de encontrar y leer.

ENCUENTROS
Se deben hacer publicaciones que sean relevantes y atractivas para los seguidores. Se deben hacer publicaciones que sean fáciles de encontrar y leer.



PÁGINAS DE OBSERVACIÓN

Su principal función es analizar lo que hace tu competencia.



Si alguna fanpage nos observa, nos llegará una notificación, pero no sabemos quién es. Facebook no revela este dato. Una forma genial para medir tu progreso en Redes Sociales y dar seguimiento al estado en Facebook es analizar a la competencia de la página que se administre en Facebook. No hay mejor punto de referencia que al compararlo con lo que la competencia está haciendo y medir sus resultados con los suyos.

AYUDA

En Ayuda se encuentran una serie de enlaces a recursos que amplían la información acerca de cómo manejar las páginas y cómo interactuar con ellas.



RECOMENDACIONES

“La forma en que nos comunicamos con otros y con nosotros mismos, determina la calidad de nuestras vidas” Anthony Robbins.

Hasta imagen de portada y de perfil atractivas. Cámbialas a menudo para obtener más visibilidad y más interacciones.

Incluye ofertas exclusivas para tus fans de Facebook: sorteos, mediciones exclusivas... Esta estrategia ayuda a fidelizar a los usuarios.

Crea aplicaciones exclusivas que fomenten la interacción y el contacto con la organización.

Promociona la página de fans con las herramientas que Facebook pone a tu alcance.

Adapta el lenguaje y fomenta la participación.

Controla la extensión de las publicaciones.

Define y controla el ritmo de publicación. Para las marcas, lo más recomendable es actualizar una o dos veces al día, en las horas clave.

Muestra a los usuarios que te interesan.



CONTACTO

Organización:
Infancia con Futuro

Contacto:

Director de ONG:
Jesus Torres
adan@infanciaconfuturo.org

Coordinador de estudios:
Ibañeta Herrera
iba@infanciaconfuturo.org
P. 502 587 37086

CONTRAPORTADA



INFANCIA CON FUTURO

Gracias por ser parte de nosotros.



FECHA DE CREACIÓN:
AGOSTO 2017

CREADO PARA:
INFANCIA CON FUTURO

REALIZADO POR:
ALEJANDRO PEYES
20111499









COSTOS DEL PROYECTO GENERAL

En el marco del desarrollo del proyecto realizado para la organización Infancia con Futuro se realizó un análisis de costos y se fundamenta conceptualmente cada rubro, lo cual a continuación se brinda información del trabajo realizado durante los meses de marzo, abril, mayo, agosto, septiembre, octubre y noviembre en valores con moneda nacional (quetzales) y una breve explicación de los principales factores los cuales fueron necesarios para la culminación del proyecto de forma exitosa.

TIEMPO

Horas efectivas de labor en donde se contempla visitas a la organización como trabajo de campo, asesorías del proyecto y trabajo de diseño.

Días	Horas Trabajadas	Valor por hora	Total costo de tiempo
150	1100	Q 82.00	Q 90,200.00

COSTOS DIRECTOS

A continuación se describe los costos correspondientes a visitas a la organización y asesorías realizadas durante el proyecto.

COMBUSTIBLE

Se recorrió un total de 2,484 kilómetros durante 7 meses de proyecto con un costo de Q 0.51 por cada kilómetro, valor obtenido del promedio del precio de la gasolina durante los 6 meses de proyecto y el consumo de combustible por kilometraje del vehículo.

Kilómetros recorridos en visitas a la organización	Kilómetros recorridos para asesorías	Costo de kilómetros por galón	Total de costo de combustible
1,860	624	Q0.51	Q1,266.84

DEPRECIACIÓN VEHÍCULO

Se deprecia un vehículo Acura RSX TYPE S 2,006 con un valor de Q 45,000.00. El valor de depreciación por kilómetro es de Q 1.90 por el total de kilómetros recorridos durante el proyecto.

Kilómetros recorridos	Costo de Depreciación	Total de Costo de Depreciación
2,500	Q1.90	Q4,719.60

PRESUPUESTO

COSTOS INDIRECTOS

A continuación se describe los costos correspondientes al proceso productivo sin usar un criterio de asignación durante la elaboración del proyecto.

TELEFONÍA

Durante los 7 meses de trabajo se mantuvo en constante comunicación para coordinar visitas, opiniones, cambios e informe de avances de lo cual se utilizó con un plan mensual de telefonía con valor de Q110.00.

Cantidad de meses	Costo Telefonía	Total Costo Telefonía
7	Q 110.00	Q 770.00

INTERNET

Durante los 7 meses trabajó también comunicación y envío de información por la Red de lo cual se utilizó con un plan mensual de Internet con valor de Q250.00.

Cantidad de meses	Costo Telefonía	Total Costo Telefonía
7	Q250.00	Q 1,750.00

ENERGÍA ELÉCTRICA

Durante los 7 meses trabajó se consumieron un promedio de 160 kwh por mes con un costo de Q1.139 Q/kwh.

Cant. kwh consumidos	Costo	Total Costo Telefonía
1120	Q1.139	Q 1,275.68

ALIMENTACIÓN

El costo promedio de alimentación por día durante la elaboración del proyecto fue de Q90.00.

Días	Costo de alimentación	Total Costo de alimentación
150	Q90.00	Q 13,500.00



PRESUPUESTO

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO

Durante el proyecto se utilizó los siguiente:
1 laptop Alineware con valor de Q20,000.00.
1 Cámara Nikon D5300 valorada en Q7,500.00.

El valor de depreciación por día durante la elaboración del proyecto fue de Q 25.46.

Días	Costo de uso de equipo	Total Costo
150	Q 25.46	Q 3819.00

COSTOS DE DISEÑO

Los costos de diseños aportados en la elaboración del proyecto se encuentra los siguientes montos:

Impresión y empastado de Informe	Q 300.00
Dumie de Manual de Normas Gráficas	Q75.00
Dumie de Manual de Redes Sociales	Q75.00
Impresión y empastado de Manual de Normas Gráficas	Q370.00
Impresión y empastado de Manual de Redes Sociales	Q370.00
Rediseño de Página web	Q1400.00
Creación de contenidos para la página de Facebook por 3 meses	Q5000.00
TOTAL	Q7590.00

APORTE REALIZADO DEL PROYECTO

De acuerdo al análisis de costos realizado se determinó un monto estimado y aproximado por la elaboración del proyecto es de
Q 124,891.12

CUANTIFICACIÓN DEL PROYECTO PUESTO EN MARCHA

Elemento	Costo por Mes	Costo por Año
Diseñador	Q5,500.00.00	Q66,000.00
Community Manager	Q5,000.00.00	Q60,000.00
Social Media Planner	Q6,000.00.00	Q72,000.00
TOTAL	Q16500.00	Q198,00.00

CAPÍTULO 7

LECCIONES APRENDIDAS DURANTE EL PROCESO DE GESTIÓN Y PRODUCCIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO





LECCIONES APRENDIDAS

Estas lecciones se separaron entre fases, inicio, desarrollo y finalización del proyecto. Las lecciones fueron desarrolladas con base en el Proyecto de Graduación, Estrategia de Comunicación Digital para Infancia con Futuro en Guatemala de la carrera de Diseño Gráfico.

El Proyecto de Graduación es una aplicación de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Diseño Gráfico. En los nueve semestres de la carrera se desarrollaron conocimientos fundamentales de diseño gráfico, gestión de proyectos, administración de recursos entre otros estos.

Cada uno de los semestres cursados en la Escuela de Diseño gráfico ayudaron a crear aptitudes para el trabajo en equipo, desarrollo de contenidos gráficos, así como la validación de los mismo, logrando así el objetivo de educar a profesionales en el área de diseño gráfico dispuestos a implementar sus conocimientos de la carrera en el mercado laboral de Guatemala.

LECCIONES AL INICIAR EL PROYECTO

1. Al momento de realizar la gestión de proyectos debemos tener un estudio previo de la institución cliente, esto para tener conocimientos de qué hace el cliente o quién es.
2. Una ruta crítica ayuda a resolver la necesidad que posee el cliente de comunicarse forma lineal. Una comunicación lineal es aquella que sigue el proceso de comunicación: emisor, mensaje canal o medio, receptor y retroalimentación. Uno de los problemas es que no se alcanza el objetivo deseado. Se genera contenido sin saber que canal de comunicación utilizar ni a que receptor llegar.
3. Se aprendió a establecer ventajas y desventajas para evaluar que pieza de diseño se debe de realizar para cumplir con los objetivos del proyecto.
4. Para saber cuál es la verdadera necesidad de un cliente, se debe escuchar los argumentos que este proporciona y analizarlos de forma profesional.
5. El protocolo es un brief, integra toda la información que cada profesional debe de elaborar para resolver de manera efectiva la necesidad de un cliente.
6. Un proyecto sin objetivos no tiene sentido. Antes de iniciar un nuevo proyecto se debe dejar en claro qué objetivos se desea conseguir.
7. Antes de iniciar con la parte técnica de un proyecto, se aprendió a realizar una presentación de lo que será dicho proyecto, en la que se incluye: objetivos, calendarios, piezas de diseño a realizar y fecha de entrega.



LECCIONES APRENDIDAS DURANTE LAS ETAPAS DE VISUALIZACIÓN, EVALUACIÓN Y VALIDACIÓN

1. Al iniciar con un proyecto se realiza una investigación de casos similares y se analiza cuál fue la forma en que los resolvieron.
2. Como parte de las experiencias en resolver necesidad de comunicación gráfica se aprendió a qué: se debe generar niveles de visualización, estos evolucionando hasta llegar a las piezas finales.
3. Los niveles de visualización de la pieza elaborada pueden ir mejorando cuando estos son presentados a otros profesionales y se dialoga en qué aspectos se pueden mejorar.
4. Un proyecto que posee un contenido extenso debe realizarse por partes, esto con el fin de poder realizar los cambios pertinentes en cada parte.
5. Gran parte de la elaboración del Manual de Normas Gráficas: es la fuente a utilizar. Esto se pudo resolver evaluando qué fuente cuenta con la mejor competencia lectora sin cansar la vista y causar ruido entre el lector y el contenido.
6. En cuanto a la selección de la fuente a utilizar debe de evaluarse su funcionalidad y lectura, de esto dependerá, si el grupo objetivo se mantiene enfocado en el contenido.
7. El proceso de autoevaluación debe de generarse con honestidad y reconociendo los errores que podrían afectar el producto final.
8. Algunas de estas herramientas las podemos realizar en línea con la plataforma de Formularios de Google.
9. La validación con el grupo que utilizará el material final debe de hacerse en dos partes: La primera es presencial, en la que el grupo objetivo pueda observarlo y opine que piensa del mismo. La segunda, que el material sea analizado detalladamente y tras realizar esto, comenten a profundidad las percepciones que se tienen.
10. Los resultados de la validación deben presentarse en dos formas:
Estadísticamente: que son los gráficos resultantes del uso de las herramientas de evaluación y descriptivamente, en las que se hacen las observaciones que se obtuvieron del proyecto.

LECCIONES AL FINAL DEL PROCESO

1. Tras lograr completar la parte técnica de un proyecto. se debe contemplar un tiempo para crear el informe final en el que se presentará el proceso y resultado del mismo.
2. Se requiere más que un equipo de profesionales para desarrollar la solución a una necesidad de comunicación gráfica. Esto debido a que en aspectos de mercadeo, imagen publicitaria y estrategias de posicionamiento regional, la organización tiene más deficiencias. Esto tiene relación con la falta de objetivos a mediano y largo plazo por parte de Infancia con Futuro.
3. La investigación, el diálogo con diferentes profesionales y el aprendizaje autónomo permiten desarrollar aprendizajes en los campos de la comunicación.

CAPÍTULO 8

CONCLUSIONES





Conclusiones

1. Este proyecto surgió de la necesidad de generar una comunicación de Infancia con Futuro en Guatemala. Ya que se constató en este proyecto, que la comunicación de esta ONG iba dirigida específicamente a España, la cual no poseía simpatía en el territorio nacional. Sin embargo, esta situación fue base para generar el objetivo general de este proyecto. Una estrategia de comunicación digital, para divulgar la labor social que realizará en beneficio de niños de escasos recursos que habitan en las orillas del lago de Amatitlán.
2. Para lograr el objetivo se inició realizando un Manual de Marca, en el que se documenta la organización como marca, los usos y lineamientos que se deben tomar en cuenta para hacer uso del nombre y logotipo de la organización, cumpliendo con el objetivo específico de diseño planteado en el proyecto.
3. Un segundo manual surge con la de necesidad de generar material didáctico en el que la persona encargada de llevar la comunicación digital de Infancia con Futuro pueda estudiarlo y comprender la personalidad de la ONG y que esto se vea reflejado en las publicaciones que realice. Este Manual de Redes Sociales cumple con el objetivo de comunicación que se plantea en este proyecto.
4. Tras realizar ambos manuales para la ONG Infancia con Futuro se pudo demostrar que un proceso de comunicación, esté ligado de los objetivos que se planteen en el mensaje. Este proyecto pudo responder a la necesidad de divulgación de mensajes de la organización empleando los procesos creativos correctos y llevando acabo los estudios de mercado, estudios de segmentación de mercado se pudo definir a qué personas se desean llegar.

CAPÍTULO 9

RECOMENDACIONES TÉCNICAS





RECOMENDACIONES TÉCNICAS

A INFANCIA CON FUTURO

1. Considerar el rediseño de la página web para implementar algunos elementos de la misma. Como lo es la diagramación, el contenido y las secciones que se observan en los ejemplos.
2. En cuanto al contenido que se desarrolló para la página de Facebook, ordenarlo y analizar cuál es la mejor forma de escribir en las redes sociales, dentro del muro de publicaciones y los mensajes a responder de forma privada.
3. La tabla de contenidos es para emplearse en un grupo objetivo en Guatemala, pero se debe de realizar la evaluación correspondiente, como se demostró con la herramienta de spice and poems, para generar un nuevo segmento del mercado y seguir expandiendo la divulgación de las actividades que realiza Infancia con Futuro en Aldea Cerritos.
4. Reproducir el Manual de Normas Gráficas y Redes Sociales al menos cuatro veces en versiones con pasta blanda y papel bond y guardar el material, de forma que se conserven los manuales de forma íntegra y sin manchas.
5. Ambos manuales también están de forma digital pero privada, para el uso personal del equipo de Infancia con Futuro, esto puede servir para el uso remoto de ambos y fácil visualización en cualquier teléfono inteligente u ordenador.

A LOS ESTUDIANTES DE DISEÑO GRÁFICO

1. Desarrollar su creatividad por medio de herramientas creativas, eventualmente la lluvia de ideas es la más utilizada y una de más enriquecedoras para la creación de soluciones de necesidad de comunicación.
2. Dejar un registro escrito de los procesos realizados en su proyecto diariamente. Esto quiere decir poseer un cuadro de notas en la que se pueda describir que se realizó en cada día que se labora en un proyecto. Esto dará como resultado una consecuencia de acciones al momento de realizar un informe final.



Dentro del proceso de creación de piezas gráficas surgen cambios estéticos o teóricos, estos cambios se pueden guardar en una carpeta adjunto, esto con el fin de no perderlos si en un momento determinado se debe de regresar unos pasos.

A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Tener un espacio digital en la que los alumnos pueda subir sus proyectos a la web y que los aspirantes a esta etapa de la carrera puedan visualizar estos proyectos con facilidad y de forma remota.

A la Escuela de Diseño Gráfico a producir material adecuado y actualizado de documentos que aporten a los estudiantes información acerca de los procesos y estructura de los proyectos para que el estudiante trace sus líneas guías. Y dar un punto

2. de partida en el cual el estudiante pueda contar con fuentes confiables y desarrollar proyectos de calidad.

Evaluar cada paso del proyecto de graduación de forma digital y con rubrica de evaluación para determinar en qué parte del proyecto se está fallando para realizar las

3. correcciones correspondientes.



FUENTES CONSULTADAS

Keiko, M. Guía básica para formulación de proyectos. Recuperado de http://uv-arquitectura.com/pluginfile.php/3928/mod_resource/content/1/guia%20basica%20para%20formulacion%20de%20proyectos%20-%20marco%20logico%20-%20copia.pdf

López, A. (2007). Cómo lograr una formación integral. Recuperado de http://hottopos.com/harvard1/como_lograr_una_formacion_integr.htm

Sampieri, R. (2006). Metodología de la Investigación. (4a. ed.). México. Recuperado de https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-lainvestigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf

Usuarios y uso de Redes Sociales en Guatemala, por Pamela Laines. iLifebelt Times Recuperado de: <http://ilifebelt.com/usuarios-uso-redes-sociales-guatemala/2016/08/>

El Mejor Día y la Mejor Hora para Postear en Facebook, Comunicación Marketing & Social Media Self Development. Recuperado de <http://www.enricdurany.com/work/comunicacion/mejores-horaspublicar-facebook/>

97.3% de los guatemaltecos tiene un trabajo, pero la mayoría es informal, por Grecia Ortiz, Diario LA HORA, Recuperado de <http://lahora.gt/97-3-de-los-guatemaltecos-tiene-un-trabajo-pero-la-mayoriaes-informal/>

ÁLVAREZ-GAYOU JURGUENSON, Juan Luis, 2009 (1), Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología, Colecc. Paidós Educador, Núm. 169, Paidós, México: idioma español, 222 pp.

ANDER-EGG, Ezequiel, 1995 (24), Técnicas de investigación social, LUMEN, Buenos Aires, Argentina: idioma español, 424 pp.



HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, et al, 2010 (5), Metodología de la investigación, McGraw-Hill, idioma español, Chile: 613 pp. SANDÍN ESTEBAN, Ma. Paz, 2003, Investigación cualitativa en educación.

Fundamentos y tradiciones, McGraw-Hill/Interamericana de España, India: 258 pp

Emisor. Sitio: Definición ABC. Fecha: 17/07/2009. Autor: Cecilia Bembibre. URL: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/emisor.p>

Aprendiendo a usar computadoras. (2010). Infancia con Futuro, Noticias. Retrieved from <http://www.infanciaconfuturo.org/blog/etiqueta/guatemala>

González, I. (2016). ¿Qué es la comunicación digital y por qué es importante? Audiencias digitales, iLifebelt Times. Retrieved from <http://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>

Peralta, R. M. (2006). Diseño gráfico latinoamericano. Ecuador: TRAMA Revista Merca 2.0. (27 de Julio de 2009). Obtenido de Mercadoctenia publicidad: <http://www.merca20.com>

Unidad de Comunicación y cultura, Dirección del Centro Histórico. (2011). Memoria de Labores- junio. Guatemala

Innovation Factory Institute. (10 de octubre de 2013). ¿Qué es el desing thinking? Obtenido de Innovatiom Factory : <http://www.innovationfactoryinstitute.Com>

A. Andujar. (febrero 11, 2015). Importancia de los cuentos. Agosto 30, 2016, de Blog psicología Sitio web: <https://aympsicologia.wordpress.com/2015/02/11/la-importancia-de-leer-cuentos-a-nuestro-hijos/>

G. Castro. (2013). Strawberry Style. Agosto 25, 2016, de Character design Sitio web: <http://strawberrystyle.com.ar/>



GLOSARIO

1. Branding: Este término muy utilizado en mercadotecnia, se refiere al proceso de “construir” una marca mediante un conjunto de estrategias y manteniendo la identificación inherente a esa marca para que sea reconocida por el público.
2. Boceto: Su función principal es mostrar la viabilidad de una idea y comprobar la reacción de un tercero (como un cliente o jefe de equipo), de manera que se identifiquen las modificaciones necesarias para obtener un resultado 100% satisfactorio.
3. Cromático: De los colores o relacionado con ellos.
4. Comunicación visual: Se refiere a la emisión de señales que se perciben por medio de la vista con la intención de dar a conocer un mensaje.
5. Composición: Colocar elementos en un orden para formar algo.
6. Discurso: Facultad racional con que se infieren unas cosas de otras, sacándolas por consecuencia de sus principios o conociéndolas por indicios y señales.
7. Diseño publicitario: se encarga de la maquetación de publicaciones impresas, aunque también trabaja soportes para otros medios.
8. Entradilla: es un concepto periodístico que hace referencia a las líneas iniciales o breve párrafo que resumen una noticia o contenido, situada entre el titular y el cuerpo de una noticia.
9. Espacio de color: El espacio de color es el modelo con el que se teoriza sobre cómo los humanos percibimos los colores.
10. Flujograma: El diagrama de flujo o diagrama de actividades es la representación gráfica del algoritmo o proceso.
11. Evaluación: Valoración de conocimientos, actitud y rendimiento de una persona o de un servicio.
12. Grupo objetivo: es una noción que se emplea en el ámbito del marketing y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.



13. **Icono:** En artes gráficas, los iconos son signos o pictogramas que se utilizan para ilustrar una idea con la cual guarda una relación de identidad o semejanza.
14. **Identidad Corporativa:** es la combinación del nombre de marca (naming o identidad verbal) y los códigos de conducta de la misma (o identidad visual).
15. **Imagen Corporativa:** que hace referencia a la representación o imagen conceptual que el público tiene sobre determinada marca (si es buena, si ofrece un mal servicio, etc.).
16. **Inconstancia de color:** Cuando percibimos los colores de diferente manera según la luz, estamos frente a un fenómeno de inconstancia de color.
17. **Interpersonal:** Que existe o se desarrolla entre dos o más personas.
18. **Justificación tipográfica:** La justificación en diseño y maquetación de textos hace referencia tanto a los espacios entre palabras, como los espacios entre letras.
19. **Lenguaje:** Conjunto de sonidos articulados con que el hombre manifiesta lo que piensa o siente.
20. **Marca Personal:** La importancia de este término radica en su definición, ya que siendo bien desarrollada y mantenida en el tiempo, permite generar mayores éxitos y logros profesionales.
21. **Marketing:** Traducido al castellano como “mercadeo” o “mercadotecnia”, este anglicismo se refiere a la disciplina o conjunto de técnicas y estrategias que colaboran a mejorar el posicionamiento y la comercialización de un producto o servicio.
22. **Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.
23. **Mockup:** Se trata de fotomontajes o prototipos muy utilizados en diseño gráfico, ya que permiten hacer pruebas del aspecto final de un trabajo y mostrarlo a los clientes. Son utilizados justamente para la atracción de nuevos clientes y la generación
24. **de comentarios alrededor de un portafolio de trabajo.** Además, utilizar mockups supone ahorros en costes de impresión y montaje, ya que permiten previsualizar en alta calidad el futuro resultado de un trabajo de diseño.
25. **Paleta de colores:** Es una de las herramientas de diseño gráfico elementales, ya que se utiliza para crear combinaciones de colores que trabajen bien juntos.
26. **Producción gráfica:** abarca desde la preparación de documentos para producir (Arte final) hasta la elección de formatos, definición de cantidades, tipo de papel, etc.
27. **Tipografía:** Procedente del griego, es el arte de componer letras para comunicar un mensaje, y por tanto su técnica radica en la elección y el uso de “tipos” o “fuentes”, así como de símbolos que forman parte de un texto escrito.

ANEXOS



ANEXO 1

Herramientas de autoevaluación

①



Este logotipo es una abstracción del original, del cual se utilizó la fuente original y sus colores. El elemento gráfico del corazón se sigue utilizando, esto con el objetivo de fortalecer este signo.

Para la evaluación del mismo se utilizó dos atributos esenciales, la creatividad y el diseño. Esto debido a que no contaban con una información más amplia o que se requiera evaluarlo.

Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Creatividad	Idea expresada con originalidad			3
	Buen Manejo de imágenes, gráficos y/o dibujos (en funcion del G.O)			3
	Buen uso de técnica			3
	Uso correcto de la Psicología del color			3
Diseño / Diagramación	Posee buena estructuración, distribución, organización y orden de elementos utilizados.			3
	El diseño se identifica con la ONG Infancia con Futuro			3
	El diseño tiene buen majeno de colores y contrastes			3
	Usa estilos y tamaños de la letra apropiados			3
Total				24
				24



②



El segundo boceto es una variante del logotipo anterior, se realizó una nueva evaluación para determinar qué tan viable puede ser la utilización de esta variante.

Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Creatividad	Idea expresada con originalidad		2	
	Buen Manejo de imágenes, gráficos y/o dibujos (en funcion del G.O)	1		
	Buen uso de técnica			3
	Uso correcto de la Psicología del color		2	
Diseño / Diagramación	Posee buena estructuración, distribución, organización y orden de elementos utilizados.		2	
	El diseño se identifica con la ONG Infancia con Futuro		2	
	El diseño tiene buen majeno de colores y contrastes		2	
	Usa estilos y tamaños de la letra apropiados		2	
Total		1	12	3
				16

③



Por último, se realizó un boceto utilizando solo el elemento del corazón. Este boceto puede usarse en elementos visuales que lleven el nombre de Infancia con Futuro y agregarlo para dar la identidad visual necesaria.

Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Creatividad	Idea expresada con originalidad		2	
	Buen Manejo de imágenes, gráficos y/o dibujos (en funcion del G.O)			3
	Buen uso de técnica			3
	Uso correcto de la Psicología del color		2	
Diseño / Diagramación	Posee buena estructuración, distribución, organización y orden de elementos utilizados.		2	
	El diseño se identifica con la ONG Infancia con Futuro			3
	El diseño tiene buen majeno de colores y contrastes			3
	Usa estilos y tamaños de la letra apropiados		2	
Total			8	12
				20



ANEXO 1

Herramientas de autoevaluación

②

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ** Avenir Next LT Pro
**abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz**

Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Diseño / Diagramación	Posee buena estructuración, distribución, organización y orden de elementos utilizados.			3
	El diseño se identifica con la ONG Infancia con Futuro		2	
	El diseño tiene buen majeno de colores y contrastes			3
	Usa estilos y tamaños de la letra apropiados			3
			2	9
TOTAL		0	2	9 11

①

**A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z** False Positive Round BRK
**a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z**

Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Diseño / Diagramación	Posee buena estructuración, distribución, organización y orden de elementos utilizados.	1		
	El diseño se identifica con la ONG Infancia con Futuro			3
	El diseño tiene buen majeno de colores y contrastes	1		
	Usa estilos y tamaños de la letra apropiados	1		
		3	0	3
TOTAL		3	0	3 6



①



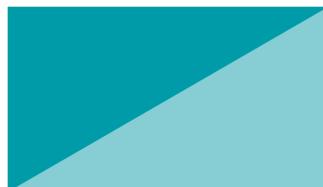
Amarillo

Color Codes

CMYK : C020 M000 Y000 K080
 Pantone : 442C
 HKS : 98K
 RGB : R000 G000 B000
 Web : #000000

Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Creatividad	Idea expresada con originalidad			3
	Buen Manejo de imágenes, gráficos y/o dibujos (en funcion del G.O)		2	
	Representra a Infancia con Futuro			3
	Uso correcto de la Psicología del color			3
TOTAL		0	2	9

②



Celeste

Color Codes

CMYK : C095 M013 Y042 K000
 RGB : R000 G154 B166
 Web : #009aa6

Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Creatividad	Idea expresada con originalidad			3
	Buen Manejo de imágenes, gráficos y/o dibujos (en funcion del G.O)	1		
	Representra a Infancia con Futuro		2	
	Uso correcto de la Psicología del color		2	
TOTAL		1	4	3

③



Verde

Color Codes

CMYK : C057 M032 Y100 K017
 RGB : R118 G129 B015
 Web : #76810F

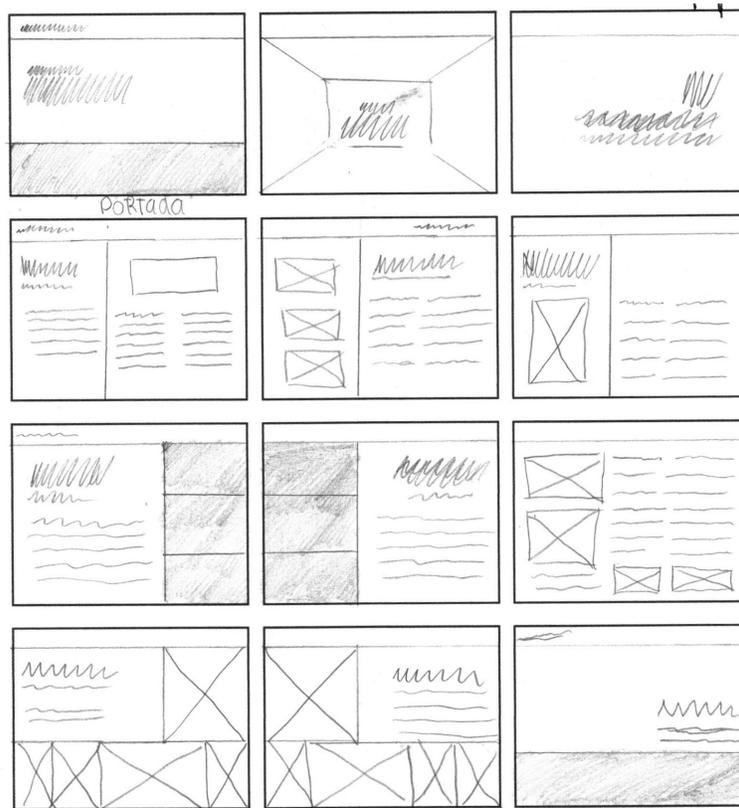
Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Creatividad	Idea expresada con originalidad	1		
	Buen Manejo de imágenes, gráficos y/o dibujos (en funcion del G.O)		2	
	Representra a Infancia con Futuro	1		
	Uso correcto de la Psicología del color		2	
TOTAL		2	4	0



ANEXO 1

Herramientas de autoevaluación

①



Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Creatividad	Idea expresada con originalidad		2	
	Buen Manejo de imágenes, gráficos y/o dibujos (en funcion del G.O)	1		
	Buen uso de técnica			3
	Uso correcto de la Psicología del color		2	
Diseño / Diagramación	Posee buena estructuración, distribución, organización y orden de elementos utilizados.		2	
	El diseño se identifica con la ONG Infancia con Futuro		2	
	El diseño tiene buen manejo de colores y contrastes		2	
	Usa estilos y tamaños de la letra apropiados		2	
Total		1	12	3
				16



②



Atributos a Evaluar		Puntaje		
		1	2	3
Creatividad	Idea expresada con originalidad			3
	Buen Manejo de imágenes, gráficos y/o dibujos (en funcion del G.O)			3
	Buen uso de técnica			3
	Uso correcto de la Psicología del color			3
Diseño / Diagramación	Posee buena estructuración, distribución, organización y orden de elementos utilizados.			3
	El diseño se identifica con la ONG Infancia con Futuro			3
	El diseño tiene buen majeno de colores y contrastes			3
	Usa estilos y tamaños de la letra apropiados			3
Total				24
				24

ANEXO 2

Herramientas de coevaluación

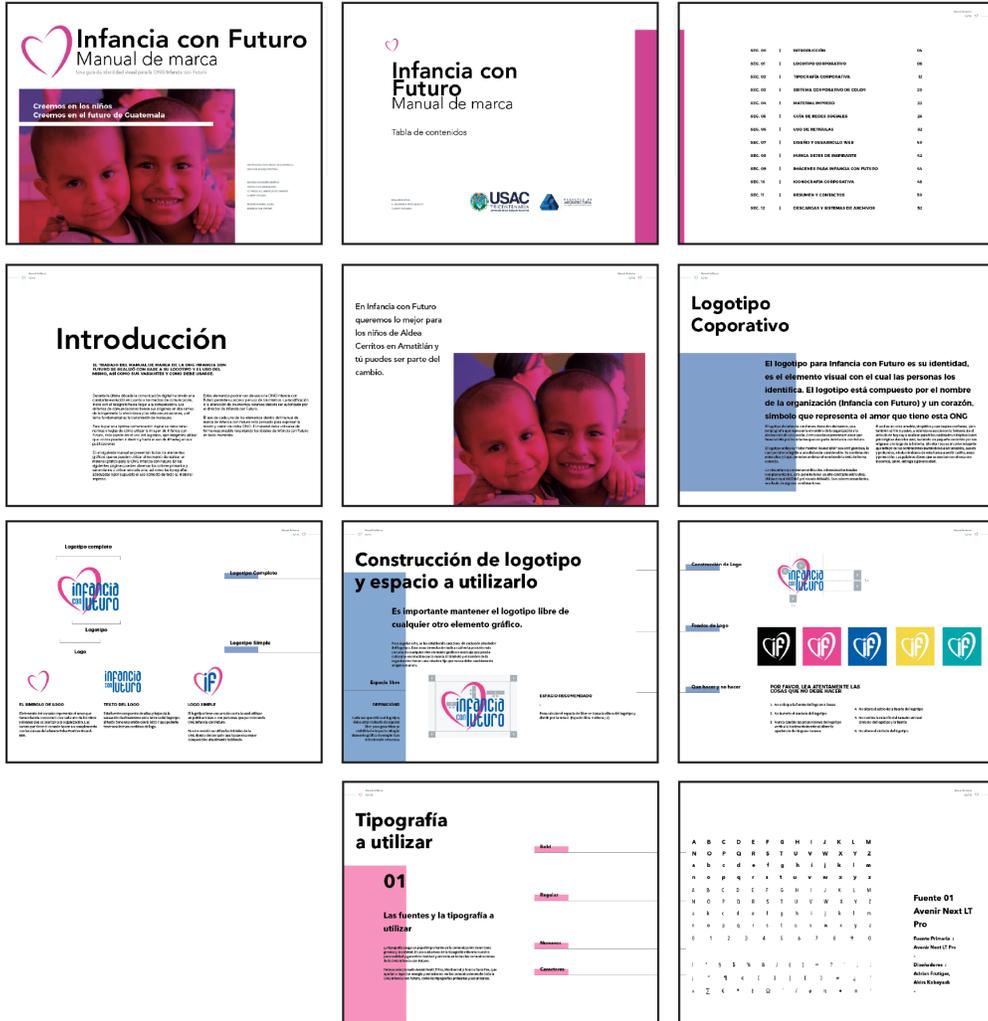
④

Coevaluación					
Atributos a Evaluar	Indicador de Logro	Malo	Necesita mejorar	Bueno	Excelente
Código de formato	Diagramación				X
Código Icónico	Forma, nivel de abstracción				X
Código Tipográfico	Tipo de letra o fuente utilizada			X	
Código de Personaje	Uso adecuado de fotografía y encuadre				X
Código Cromático	Uso adecuado de la psicología del color				X

Observaciones: La información está bien adecuada al contexto de la actualidad. Este manual deberá estar en un espacio digital para poder descargarlo si necesidad de tenerlo impreso. Cesar Lopez - Diseñador Gráfico



4



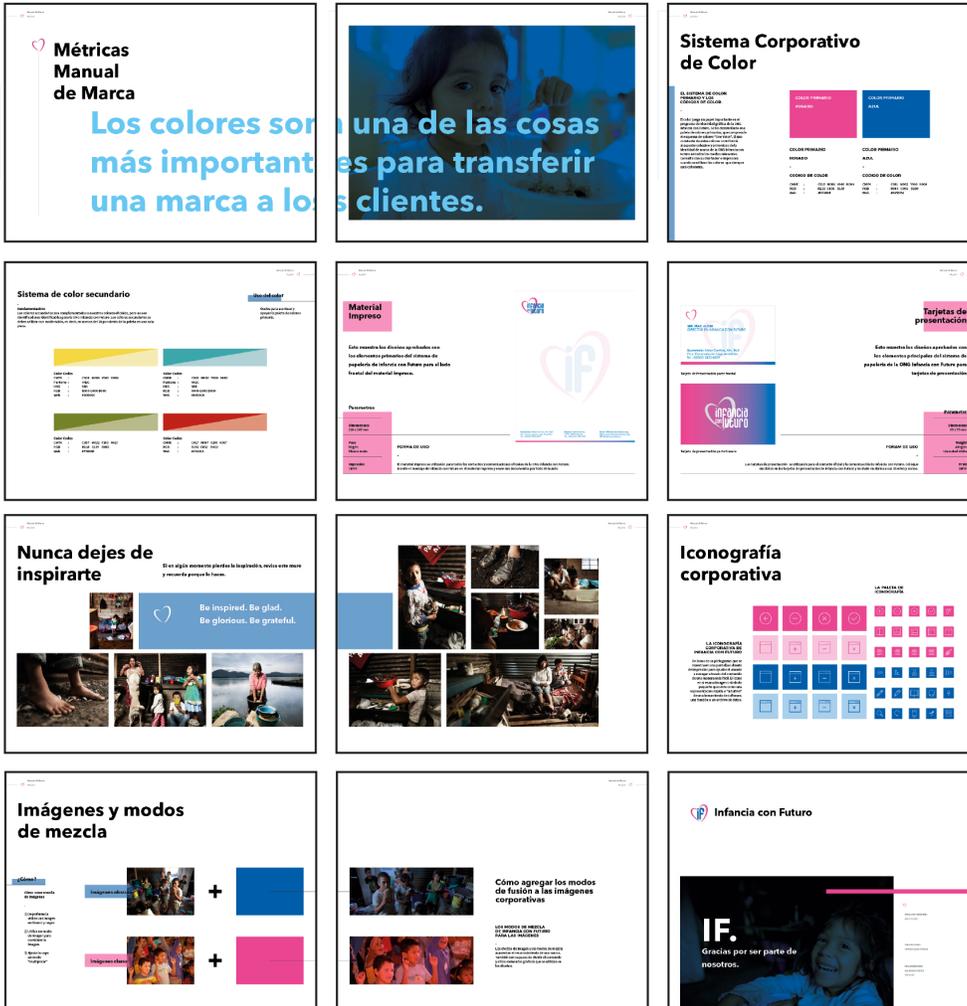
Coevaluación					
Atributos a Evaluar	Indicador de Logro	Malo	Necesita mejorar	Bueno	Excelente
Código de formato	Diagramación				X
Código Icónico	Forma, nivel de abstracción			X	
Código Tipográfico	Tipo de letra o fuente utilizada			X	
Código de Personaje	Uso adecuado de fotografía y encuadre			X	
Código Cromático	Uso adecuado de la psicología del color				X

Observaciones: El uso de colores hace que la persona que lo observa por primera vez el manual inicie asociarlos con la ONG. Si se puede se deberá de aplicar los colores a los titulares. Diego Lima - Experto en Marketing digital

ANEXO 2

Herramientas de coevaluación

3



Coevaluación					
Atributos a Evaluar	Indicador de Logro	Malo	Necesita mejorar	Bueno	Excelente
Código de formato	Diagramación				X
Código Icónico	Forma, nivel de abstracción				X
Código Tipográfico	Tipo de letra o fuente utilizada				X
Código de Personaje	Uso adecuado de fotografía y encuadre				X
Código Cromático	Uso adecuado de la psicología del color				X
Observaciones:					



Coevaluación					
Atributos a Evaluar	Indicador de Logro	Malo	Necesita mejorar	Bueno	Excelente
Código de formato	Diagramación				X
Código Icónico	Forma, nivel de abstracción				X
Código Tipográfico	Tipo de letra o fuente utilizada			X	
Código de Personaje	Uso adecuado de fotografía y encuadre				X
Código Cromático	Uso adecuado de la psicología del color				X
Observaciones: "El marketing digital sigue evolucionando día con día, pero estos son los aspectos esenciales que debe tener una fanpage de Facebook" Diego Lima - experto en marketing digital.					

Coevaluación					
Atributos a Evaluar	Indicador de Logro	Malo	Necesita mejorar	Bueno	Excelente
Código de formato	Diagramación				X
Código Icónico	Forma, nivel de abstracción			X	
Código Tipográfico	Tipo de letra o fuente utilizada				X
Código de Personaje	Uso adecuado de fotografía y encuadre				X
Código Cromático	Uso adecuado de la psicología del color				X
Observaciones: "El contenido de las redes sociales atienden a la necesidad que se maneja en la actualidad" Alfonso Ramirez - Profesional dedicado a la comunicación					

Coevaluación					
Atributos a Evaluar	Indicador de Logro	Malo	Necesita mejorar	Bueno	Excelente
Código de formato	Diagramación				X
Código Icónico	Forma, nivel de abstracción				X
Código Tipográfico	Tipo de letra o fuente utilizada				X
Código de Personaje	Uso adecuado de fotografía y encuadre				X
Código Cromático	Uso adecuado de la psicología del color				X
Observaciones: "Una estrategia de comunicación lleva más que diseños, es una personalidad integrada a la misión de la página" Andrea Gonzales - Experta en comunicaciones					

Coevaluación					
Atributos a Evaluar	Indicador de Logro	Malo	Necesita mejorar	Bueno	Excelente
Código de formato	Diagramación				X
Código Icónico	Forma, nivel de abstracción			X	
Código Tipográfico	Tipo de letra o fuente utilizada				X
Código de Personaje	Uso adecuado de fotografía y encuadre				X
Código Cromático	Uso adecuado de la psicología del color				X
Observaciones: "Al ver este manual me puedo dar cuenta del recurso tan valioso que tenemos en la ONG, esperamos aprovecharlos mejor". Nissely Herrera - Coordinadora de Estudios en Infancia con Futuro					



ANEXO3

Herramientas de Validación para el Manual de Normas Gráficas
Encuesta realizada en formularios de Google

7 respuestas



RESUMEN

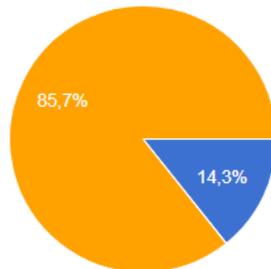
INDIVIDUAL

Se aceptan respuestas

Observe la propuesta de diseño y responda las siguientes preguntas

Grupo

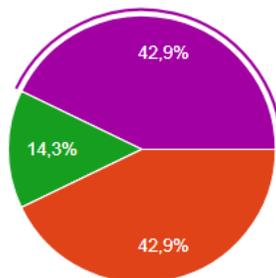
7 respuestas



- Experto en comunicaciones
- Equipo de Infancia con Futuro
- Diseñador Gráfico

Edad

7 respuestas



- 18-21
- 22-25
- 26-30
- 31 en adelante
- Diseñador Gráfico

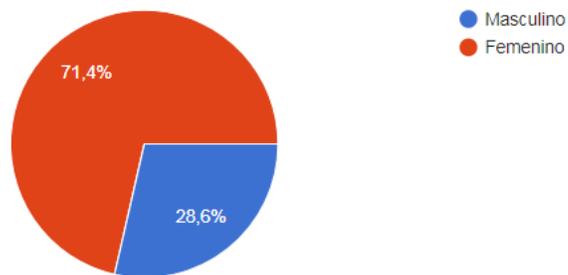
Ocupación

6 respuestas

Diseñadora editorial y 3D
Diseño Digital
Diseñadora Gráfica
CM
Polítologa
Community Manager

Género

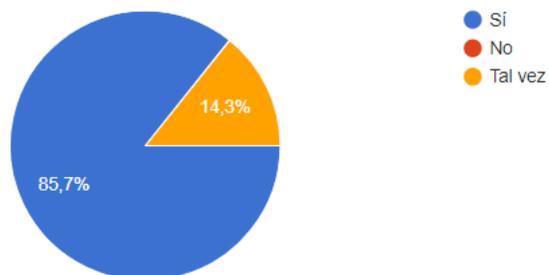
7 respuestas



Evaluación del Manual

¿Considera pertinente el diseño del Manual de Marca de la ONG Infancia con Futuro?

7 respuestas





ANEXO3

Herramientas de Validación para el Manual de Redes Sociales
Encuesta realizada en formularios de Google

Evaluación de Manual de Redes Sociales

En el siguiente formulario consiste en una serie de preguntas para la validación del Manual de Redes Sociales de Infancia con Futuro, realizado por parte del proyecto de graduación de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos

*Obligatorio

Observe la propuesta de diseño y responda

Link de la propuesta de diseño <https://goo.gl/Sorm1P>

Grupo *

- Experto en comunicaciones
- Equipo de Infancia con Futuro
- Diseñador Gráfico

Edad *

- 18 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 45 años
- 45 años en adelante

Género *

- Femenino
- Masculino

Ocupación *

Tu respuesta



Responde las siguientes preguntas

¿Considera pertinente el diseño del Manual de Redes Sociales de la ONG Infancia con Futuro? *

- Si
- No
- Tal Vez

¿Los códigos de color son apropiados? *

- Si
- No
- Tal Vez

¿La orientación del formato es el adecuado? *

- Si
- No
- Tal Vez

¿El tipo de fuente utilizado es el mejor? *

- Si
- No
- Tal Vez

¿La diagramación utilizada es buena? *

- Si
- No
- Tal Vez



ANEXO3

Herramientas de Validación para el Manual de Redes Sociales
Encuesta realizada en formularios de Google

Evaluación de comprensión

¿Tuvo algún problema con la lectura? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Comprendió el tema del que se habla? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Se distrajo en el algún momento de la lectura? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Considera que el manual llena las necesidades que tiene
Infancia con Futuro? *

- Sí
- No
- Tal vez



5 respuestas



RESUMEN

INDIVIDUAL

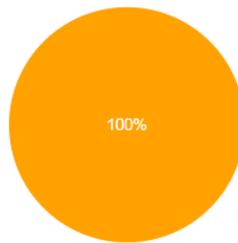
Se aceptan respuestas



Observe la propuesta de diseño y responda

Grupo

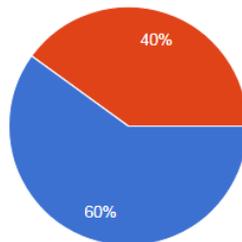
5 respuestas



- Experto en comunicaciones
- Equipo de Infancia con Futuro
- Diseñador Gráfico

Edad

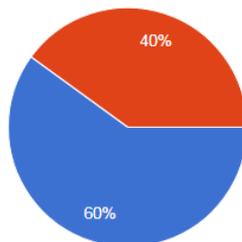
5 respuestas



- 18 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 45 años
- 45 años en adelante

Género

5 respuestas



- Femenino
- Masculino



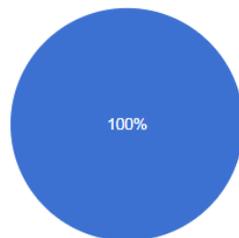
ANEXO3

Herramientas de Validación para el Manual de Redes Sociales
Encuesta realizada en formularios de Google

Responde las siguientes preguntas

¿Considera pertinente el diseño del Manual de Redes Sociales de la ONG Infancia con Futuro?

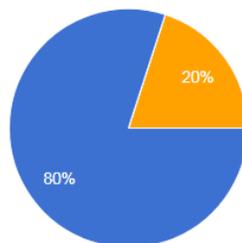
5 respuestas



● Si
● No
● Tal Vez

¿Los códigos de color son apropiados?

5 respuestas



● Si
● No
● Tal Vez

¿La orientación del formato es el adecuado?

5 respuestas



● Si
● No
● Tal Vez



¿Comprendió el tema del que se habla?

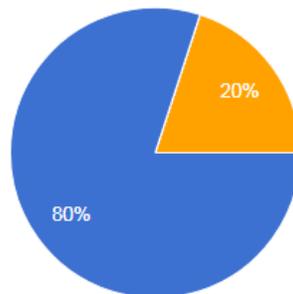
5 respuestas



- Si
- No
- Tal vez

¿La diagramación utilizada es buena?

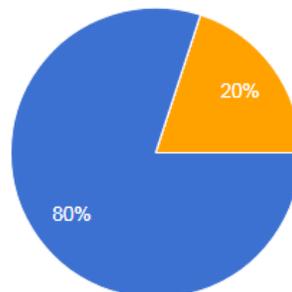
5 respuestas



- Si
- No
- Tal vez

¿El tipo de fuente utilizado es el mejor?

5 respuestas



- Si
- No
- Tal vez

Guatemala, 16 de julio del 2019

MSc Arquitecto
Edgar Armando López Pazos
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos

Señor Decano

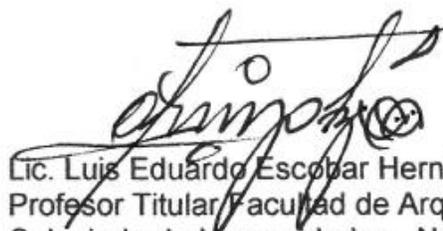
Por este medio hago constar que he realizado la revisión de estilo del Proyecto de Graduación **“Desarrollo de estrategia de comunicación digital en Amatitlán y Guatemala para la ONG Infancia con Futuro, para fortalecer su posicionamiento en el mercado”**, del estudiante **Estuardo Alejandro Reyes Barrios perteneciente** a la Facultad de Arquitectura, **CUI 1818 94297 0101**, registro académico **201114891**, al conferírsele el Título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Luego de 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 requerida.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los dieciséis días de julio dos mil diecinueve.

Al agradecer su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,



Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular Facultad de Arquitectura
Colegiado de Humanidades. No. 4509
artecrearte@gmail.com

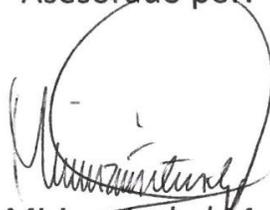
Desarrollo de estrategia de comunicación digital en Amatitlán y Guatemala para la ONG Infancia con Futuro, para fortalecer su posicionamiento en el mercado.

Proyecto de Graduación desarrollado por:

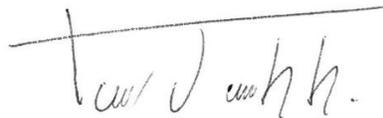


Estuardo Alejandro Reyes Barrios

Asesorado por:



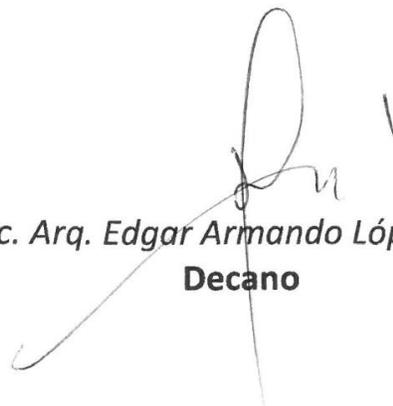
Licda. Miriam Isabel Meléndez



Licda. Tania García Loiza

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

