



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

**Diseño de campaña social para promover el proyecto de becas del
Programa de Atención, Movilización e Incidencia por la Niñez y
Adolescencia PAMI, en el departamento de Guatemala**

Previo a optar al título de: Licenciado en Diseño Gráfico

Presentado por:
Jorge Mario Escobar Taqué

Guatemala, septiembre 2024



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

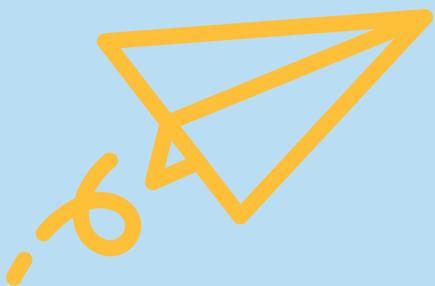
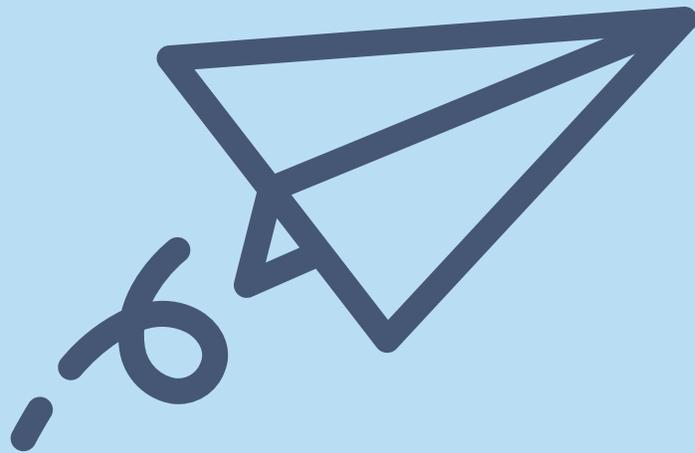
**Diseño de campaña social para promover el proyecto de becas del
Programa de Atención, Movilización e Incidencia por la Niñez y
Adolescencia PAMI, en el departamento de Guatemala**

Previo a optar al título de: Licenciado en Diseño Gráfico

Presentado por:
Jorge Mario Escobar Taqué

Guatemala, septiembre 2024

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



Junta Directiva

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Msc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

Arqta. Mayra Jeanett Díaz Barillas
Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez
Vocal V

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría
Secretario Académico

Tribunal Examinador

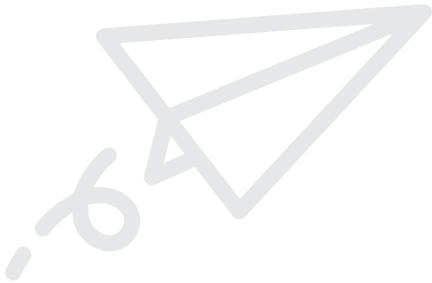
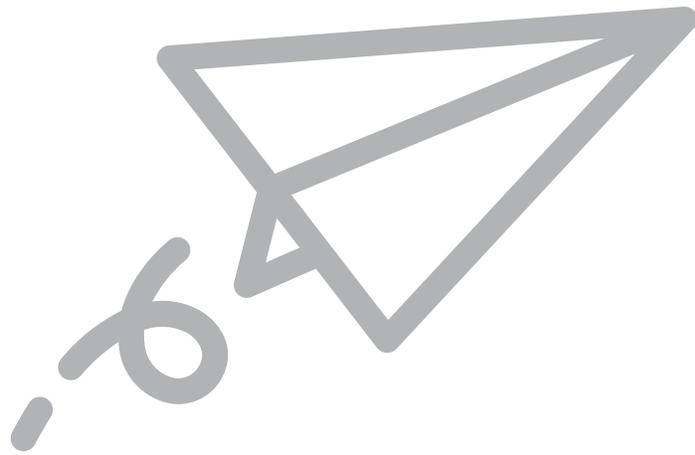
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría
Secretario Académico

Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor metodológico

Lic. Carlos Enrique Franco Roldán
Asesor gráfico

Lcda. Ana Margarita Sosa Chávez
Tercera asesora



Agradecimientos

A mi mamá, mi tía y hermana de quienes, desde que inicié los estudios universitarios, he recibido su apoyo incondicional, me han motivado a que siga lo que a mi me hace feliz y han estado pendientes de todo este proceso.

A mis amigos, quienes me han apoyado desde que inicié la universidad. Han estado ahí hasta el final. Me han ayudado a distraerme cuando las cosas se miraban complicadas o me sentía desmotivado con la carrera. Ellos sabían cómo ponerme los pies sobre la tierra y motivarme a seguir adelante.

Este proyecto se lo dedico a uno de mis mejores amigos "Diego Cacacho", que en paz descanses amigo, te quiero.

Un especial agradecimiento a PAMI Guatemala por el apoyo incondicional para el desarrollo del proyecto, por la paciencia y estar al pendiente de la información solicitada. Han ganado un aliado en pro de los derechos de los niños y adolescentes.

Índice

01

Introducción	17
Antecedentes	18
Definición y delimitación del problema	20
Justificación	21
Objetivos	22

02

Perfil asociación PAMI Guatemala

27	
¿Quiénes son?	28
Historia	28
Filosofía	29
Programas	31
Proyectos	32
Estrategia Institucional	34
Objetivos	35
Contacto	36
Identidad Visual	37
FODA	40
Necesidades de comunicación visual	41
Grupo objetivo	42

03

Planeación operativa

47	
Cronograma	48
Flujograma	51
Presupuesto	51

04

Marco teórico

55	
La importancia de velar por los derechos de los niños.	56
Hagamos dibujitos	58
Campaña social funcional	62



05

Proceso creativo	69
6 W's	70
Brief	71
Instituciones Análogas	72
Información del proyecto	73
Objetivos	74
Partes del proyecto	74
Restricciones	75
Presupuesto	75
Grupo Objetivo	76
Mensaje a Transmitir	76
Referencias Visuales	77
Insight	78
Concepto Creativo	79

06

Proceso gráfico y validación	85
Línea Gráfica	86
Primer nivel de visualización	87
Segundo nivel de visualización	92
Tercer nivel de visualización	98
Propuestas finales	102
Justificación	108
Lineamientos para la puesta en práctica	114
Aporte económico	116

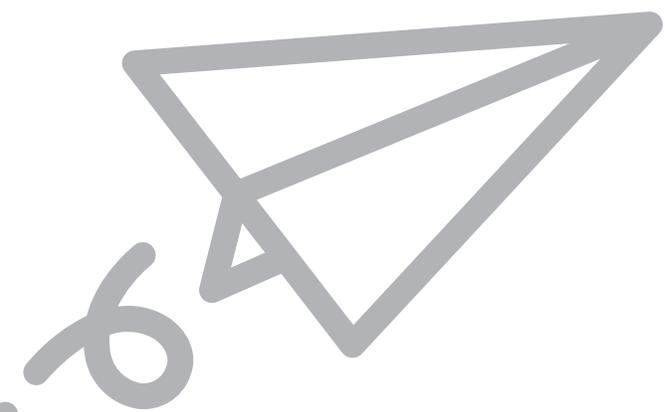
07

Conclusiones, recomendaciones y lecciones	121
Conclusiones	122
Recomendaciones	123
Lecciones	124
Bibliografía	125
Anexos	127

Índice de Figuras

Figura n.º 1. Asociación PAMI Guatemala	pág. 37		
Figura n.º 2. Asociación PAMI Guatemala	pág. 38		
Figura n.º 3. Asociación PAMI Guatemala	pág. 38		
Figura n.º 4. Asociación PAMI Guatemala	pág. 38		
Figura n.º 5. Asociación PAMI Guatemala	pág. 39		
Figura n.º 6. Asociación PAMI Guatemala	pág. 39		
Figura n.º 7. Asociación PAMI Guatemala	pág. 39		
Figura n.º 8. FODA. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de PAMI Guatemala	pág. 40		
Figura n.º 9. Necesidades de comunicación visual. PAMI Guatemala	pág. 41		
Figura n.º 10. Flujograma. PAMI Guatemala	pág. 50		
Figura n.º 11. Cronograma. PAMI Guatemala	pág. 51		
Figura n.º 12. Presupuesto. PAMI Guatemala	pág. 51		
Figura n.º 13. Referencias visuales. PAMI Guatemala	pág. 77		
Figura n.º 14. Línea Gráfica. PAMI Guatemala	pág. 86		
Figura n.º 15. Línea Gráfica. PAMI Guatemala	pág. 86		
Figura n.º 16. Bocetaje 1. PAMI Guatemala	pág. 89		
Figura n.º 17. Bocetaje 2. PAMI Guatemala	pág. 89		
Figura n.º 18. Bocetaje 3. PAMI Guatemala	pág. 89		
Figura n.º 19. Bocetaje 4. PAMI Guatemala	pág. 90		
Figura n.º 20. Bocetaje 5. PAMI Guatemala	pág. 90		
Figura n.º 21. Bocetaje 5. PAMI Guatemala	pág. 90		
Figura n.º 22. Bocetaje 6. PAMI Guatemala	pág. 90		
Figura n.º 23. Digital 1. PAMI Guatemala	pág. 90	Figura n.º 24. Digital 2. PAMI Guatemala	pág. 90
		Figura n.º 25. Digital 3. PAMI Guatemala	pág. 91
		Figura n.º 25. Digital 3. PAMI Guatemala	pág. 94
		Figura n.º 26. Digital 4. PAMI Guatemala	pág. 94
		Figura n.º 23. Digital 1. PAMI Guatemala	pág. 95
		Figura n.º 24. Digital 2. PAMI Guatemala	pág. 95
		Figura n.º 27. Digital 5. PAMI Guatemala	pág. 95
		Figura n.º 28. Digital 6. PAMI Guatemala	pág. 95
		Figura n.º 29. Redes 1. PAMI Guatemala	pág. 96
		Figura n.º 30. Redes 2. PAMI Guatemala	pág. 96
		Figura n.º 31. Redes 3. PAMI Guatemala	pág. 96
		Figura n.º 32. Bifoliar 1. PAMI Guatemala	pág. 97
		Figura n.º 33. Bifoliar 2. PAMI Guatemala	pág. 97
		Figura n.º 27. Digital 5. PAMI Guatemala	pág. 99
		Figura n.º 28. Digital 6. PAMI Guatemala	pág. 99
		Figura n.º 26. Digital 4. PAMI Guatemala	pág. 100
		Figura n.º 30. Redes 2. PAMI Guatemala	pág. 100
		Figura n.º 34. <i>Banner Facebook</i> 1. PAMI Guatemala	pág. 101
		Figura n.º 32. Bifoliar 1. PAMI Guatemala	pág. 101
		Figura n.º 33. Bifoliar 2. PAMI Guatemala	pág. 101
		Figura n.º 35. Cuadro adorno mockup	pág. 103

Figura n.º 36. Cuadro piezas.	
PAMI Guatemala	pág. 103
Figura n.º 37. <i>Post expectativa en mockup.</i>	
PAMI Guatemala	pág. 104
Figura n.º 38. <i>Post lanzamiento.</i>	
PAMI Guatemala	pág. 104
Figura n.º 39. <i>Post seguimiento.</i>	
PAMI Guatemala	pág. 104
Figura n.º 40. <i>Bifoliar mockup.</i>	
PAMI Guatemala	pág. 105
Figura n.º 41. <i>Bifoliar 3. PAMI Guatemala</i>	pág. 105
Figura n.º 42. <i>Bifoliar 4. PAMI Guatemala</i>	pág. 105
Figura n.º 32. <i>Bifoliar 1. PAMI Guatemala</i>	pág. 106
Figura n.º 43. <i>Banner facebook mockup.</i>	
PAMI Guatemala	pág. 106
Figura n.º 44. <i>Personajes mockup.</i>	
PAMI Guatemala	pág. 107
Figura n.º 45. <i>Personajes finales.</i>	
PAMI Guatemala	pág. 107
Figura n.º 46. <i>Presupuesto final.</i>	
PAMI Guatemala	pág. 117



Presentación

Al día de hoy, muchas personas no conocen sus derechos humanos y menos cómo ejercerlos de una forma adecuada, respetando tanto su individualismo como en comunidad. Es aún más baja la cantidad de personas que no saben acerca de los derechos de los niños. Esto lleva a una explotación laboral a temprana edad, Unicef indica que "la edad mínima para el inicio de labores de un infante (en latinoamérica) está dentro del rango de 12 a 14 años de edad, el cual permite realizar un trabajo ligero" media vez [sic] no interfiera con su educación.¹

Tomando en cuenta lo anterior, el programa de atención, movilización e incidencia por la niñez y adolescencia de Guatemala (PAMI) se encarga de velar por los derechos de los niños, para que estos no solo se conozcan por los infantes y padres, sino al mismo tiempo sean puestos en práctica a través de sus programas y proyectos de protección a los derechos (los cuales se detallan en el capítulo 2, incisos 2.4 y 2.5) que han ayudado a muchas comunidades brindando educación y una mejor alimentación ayudando con el desarrollo personal y social de los mismos al hacer valer sus derechos individuales.

Dentro del marco de los derechos de los niños, el proyecto busca ayudar a destacar la educación de los niños y adolescentes, para ayudarlos a desarrollarse en el ámbito social y personal, para guiarlos y ayudarlos a descubrir su vocación y pasión por medio del programa de becas que PAMI Guatemala posee con la ayuda de los socios

e inversionistas que apoyan a la institución. Con el apoyo de PAMI Guatemala se logra realizar un diagnóstico para ubicar la problemática principal del proyecto, detectando que la comunicación del programa de becas era escaso y no se le daba la importancia necesaria, por lo tanto, gracias a este proceso de investigación se tomó la decisión de desarrollar un proyecto gráfico cuyo trasfondo se desglosa en realizar el diagnóstico a la institución, investigación del perfil del grupo objetivo hacia quien va dirigido el proyecto, planeación operativa, niveles de validación de las piezas gráficas desde el nivel de bocetaje hasta el desarrollo de las piezas finales con sus respectivas conclusiones.

La finalidad del proyecto de graduación es contribuir con una campaña social lanzada en medios digitales e impresos cuyo objetivo objetivo es informar y comunicar el programa de becas que la institución otorga en apoyo a los niños y adolescentes para su superación a nivel educación, mejorando sus probabilidades de desarrollo a nivel social y personal.

El presente proyecto se desglosa de la siguiente forma:

En el primer capítulo se encuentra el proceso del diagnóstico realizado por medio de los antecedentes recopilados para la definición y

1. "El trabajo infantil", Unicef, acceso el 01 de agosto de 2020, <https://www.unicef.es/noticia/el-trabajo-infantil>.

delimitación del problema junto con su justificación y el planteamiento de los objetivos generales y específicos los cuales son los pilares principales del proyecto.

En el capítulo 2 se detalla la información acorde al perfil de la ONG, empezando por conocer a detalle a PAMI Guatemala, se presenta su esencia, sus valores y la filosofía por las cuales rigen sus proyectos. Además, su trayectoria, los logros que ha realizado, cómo por medio de sus proyectos ha ayudado a mejorar la calidad de vida de los niños y adolescentes haciendo valer sus derechos y desde una visión más cercada su planeación anual y objetivos como institución.

En el capítulo 3 se muestra la elaboración de un flujograma, detalla por pasos el proceso creativo que tomó la elaboración del proyecto, desde el diagnóstico realizado a la ONG, definición del problema, elaboración de un *brief*, *insight*, concepto creativo, fase de bocetaje y piezas finales. También se muestra el cronograma que va de la mano con el flujograma generando un orden y tiempo estimado para la realización de las fases del proyecto y, por último, un presupuesto acorde al costo del proyecto.

En el capítulo 4 se presenta el marco teórico, el cual consta de tres ensayos, detallando información importante con el inicio del tema de los derechos de los niños, seguido de ¿qué es el diseño? en el cual se detallan las diferentes ramas del diseño y una breve explicación de cada rama. Finalizando con

el tema de la pieza gráfica que se realizará acorde a la rama seleccionada de diseño y se detallan los medios de difusión, seleccionando el más adecuado para llevar a cabo la comunicación del proyecto.

Dentro del capítulo 5 se describe la creación del *brief* y las fases de visualización, con el proceso por el cual deberían de pasar todos los proyectos antes de la fase de bocetaje y digitalización, se analiza el grupo objetivo, necesidades del mismo, cómo piensa, actúa e interactúa en sociedad. En el mismo se define el *Insight* y el concepto creativo, procesos que nacen por el desarrollo de métodos de investigación y la información obtenida por el diagnóstico realizado para la institución.

En el capítulo 6 se muestran a detalle los tres niveles de visualización, en los que se evidencia el proceso de las piezas finales propuestas para el desarrollo del proyecto.

En el primer nivel se exponen las piezas en el proceso de bocetaje y digitalización expuestas ante compañeros de la licenciatura de Diseño Gráfico y asesores.

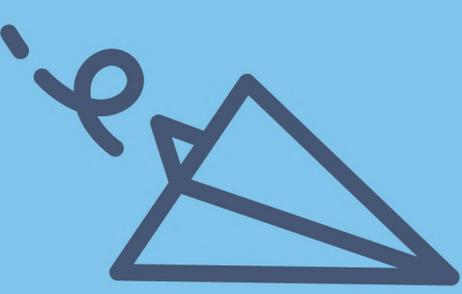
En el segundo nivel se realizan cambios con los comentarios de los compañeros y se preparan

las artes para ser expuestas ante los expertos en diseño gráfico para nuevos comentarios.

En el tercer nivel se logra evaluar con el grupo objetivo y la ONG en conjunto para obtener comentarios puntuales en cuanto a información, utilización de fotografías y detalles propios de la institución.

En el capítulo 7 se exponen las conclusiones tras haber realizado el proyecto en apoyo a PAMI Guatemala, se dan recomendaciones a la Escuela de Diseño, a los futuros epesistas y a la ONG para facilitar procesos, comunicación y estar más preparados ante una posible nueva pandemia.







Introducción

En el presente trabajo se da a conocer la historia de la institución, su filosofía, estrategia institucional y los proyectos que la misma lleva a cabo en desarrollo constante, ayudando a varias regiones de los municipios de Guatemala como Sololá, Chiquimula, Suchitepéquez y la Capital.

Llevando la ayuda necesaria en pro de los derechos de los niños, adolescentes y jóvenes, para poder brindarles una mejor calidad de vida al disfrutar el proceso de madurez, jugando, estudiando y desarrollándose como personas individuales dentro de su ámbito. Se presenta una propuesta de proyecto de graduación, con la intención de apoyar, comunicar y lograr captar más socios inversionistas para que la institución pueda financiar y llevar a cabo nuevos proyectos y expandirse a más regiones, llevando su filosofía y enseñanza para el desarrollo de los niños.

Por último, se sabe que hay muchas instituciones que se dedican por velar por los derechos de la niñez y poseen más renombre dentro de la sociedad, sin embargo, se le debe atribuir el esfuerzo que realiza PAMI Guatemala, porque a lo largo de sus años en operación, ha obtenido varios logros por sus programas de atención a la niñez y sus proyectos han obtenido muy buen resultado en las comunidades en donde se han implementado los trabajos, tomando como ejemplo el proyecto semilla en Sololá (Capítulo 2, inciso 2.5.1), donde el programa de becas impulsó a que 23 estudiantes de básico y diversificado ejercieran su derecho a la educación.

1.1

Antecedentes

El derecho según la enciclopedia jurídica "Designa el conjunto de normas o reglas que rigen la actividad humana en la sociedad."² Entendido esto, los derechos son normas escritas para un régimen de estabilidad como sociedad, sin embargo, existen derechos que se poseen como personas individuales a los cuales se les conoce como "Derechos Humanos" y estos son inherentes³ a nosotros como seres humanos, quiere decir que no hace excepciones a raza, sexo, religión, nacionalidad, origen étnico, estos derechos nos definen como ser humano, sin discriminación alguna.

Según las Naciones Unidas (UN) "Entre los derechos humanos se incluyen el derecho a la vida y a la libertad; a no estar sometido ni a esclavitud ni a torturas; a la libertad de opinión y de expresión; a la educación y al trabajo, entre otros muchos."⁴

Mencionando en general las definiciones de derecho, se entienden como normas o reglas en sociedad, y los derechos humanos, como un beneficio que el ser humano posee desde el momento de su concepción hasta su partida, ya que sin vida, no tiene sentido la existencia de los mismos y estos se designan sin discriminación alguna.

En 1924, la Sociedad de Naciones (SDN) aprobó la Declaración de Ginebra, un documento que pasó a ser histórico, ya que por primera vez reconocía y afirmaba la existencia de derechos específicos de los niños, así como la responsabilidad de los adultos hacia ellos.

Las Naciones Unidas (UN) se fundaron una vez terminada la Segunda Guerra Mundial. Después de la aprobación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948, la mejora en el ámbito de los derechos, reveló ciertas deficiencias en la Declaración de Ginebra, propiciando así la modificación de dicho texto. Fue entonces cuando decidieron optar por elaborar una segunda Declaración de los Derechos del Niño, considerando nuevamente la noción de que «la humanidad le debe al niño lo mejor que puede ofrecerle». El 20 de noviembre de 1959, se aprobó la Declaración de los Derechos del Niño de manera unánime por todos los 78 Estados miembros de la UN. Esta fue adoptada y aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas mediante su resolución 1386 (XIV) en la Resolución 1386 (XIV).

Cabe destacar que ni la Declaración de Ginebra de 1924, ni la Declaración de los Derechos del Niño de 1959, definen qué periodo comprende la infancia, es decir la edad de cuándo empieza y termina la infancia, esto es principalmente con el fin de evitar pronunciarse sobre en el tema del aborto, sin embargo, el Preámbulo de la Declaración de los Derechos del Niño, resalta la idea de que los niños necesitan protección y cuidado especial, "incluyendo

2. "Derecho", Enciclopedia jurídica, edición 2020, acceso el 31 de marzo de 2020. <http://www.enciclopedia-juridica.com/d/derecho/derecho.html>

3. Inherente: Que es esencial en un ser y no se puede separar de él por formar parte de su naturaleza y no depender de algo externo.

4. "Derechos humanos", Naciones Unidas, acceso el 31 de marzo de 2020. <https://www.un.org/es/sections/issues-depth/human-rights/index.html>

5. "Declaración sobre los derechos de los niños", Humanium, traducido por Cristian Pérez y Laura Ibarrola, acceso el 31 de marzo de 2020. <https://www.humanium.org/es/declaracion-1959/>

una protección legal adecuada, antes del nacimiento y después del nacimiento".⁵

Teniendo la historia de la necesidad de creación de los derechos de los niños Humanium explica que "Los derechos del niño son derechos humanos, es decir que buscan proteger a los niños como los seres humanos que son. Por tratarse de derechos humanos, los derechos de los infantiles están constituidos por garantías fundamentales y esenciales."⁶ Es decir, que los derechos de los niños velan por su bienestar y seguridad, que son adquiridos desde su concepción (al igual que los derechos humanos) y estos no poseen discriminación alguna.

Los Derechos del Niño, son derechos humanos específicamente adaptados pues toman en cuenta la fragilidad, las especificidades y las necesidades propias de la edad de los niños.

Los Derechos del Niño consideran sus necesidades de desarrollo. De esta manera, los niños y niñas tienen el Derecho a la Vida y a un desarrollo físico e intelectual apropiado.

Los Derechos del Niño, toman en cuenta el carácter vulnerable de la niñez y expresan la necesidad de protegerlos. Esto implica la necesidad de brindarles, un entorno de protección y una protección adaptada a la edad y al grado de madurez de los niños.

En definitiva, los niños deben ser apoyados, asistidos y protegidos contra la explotación laboral, el secuestro, se les debe brindar el tratamiento adecuado para enfermedades, entre otros.⁷

En el mundo hay muchas asociaciones que velan y luchan por los derechos de los niños, para que estos se conozcan y puedan (en su mayoría) aplicarse. Entre estas grandes asociaciones se conoce al Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef, por sus siglas en inglés), Save the children, Aldeas infantiles SOS (España y latinoamérica), Infancia sin fronteras, PAMI, entre otras. Que se encargan de impartir el conocimiento sobre estos derechos, tanto en poblaciones urbanas, como en las rurales (las más afectadas por el trabajo obligado o trata de niños).

La ONG PAMI o Programa de atención, movilización e incidencia por la niñez y adolescencia de Guatemala, junto con su slogan "¡Que mis derechos suenen en todos lados!" velan por los mismos, con el fin de contribuir a que disfruten de una vida digna, potenciando su participación en la sociedad y promoviendo el cumplimiento de sus derechos. Al día de hoy, han realizado un gran cambio y generado conciencia en varias regiones del país. En conjunto con sus fuertes donadores y socios, han podido costear y desarrollar varios proyectos con grandes resultados, tanto que han recibido logros por sus proyectos y un gran crecimiento como ONG dedicada a la niñez.

6. "Derechos de los niños", Humanium, traducido por Camila Jara, acceso el 31 de marzo de 2020. <https://www.humanium.org/es/definicion/>.

7. "Derechos de los niños", Humanium, traducido por Camila Jara, acceso el 31 de marzo de 2020. <https://www.humanium.org/es/definicion/>.

1.2

Definición y delimitación del problema de comunicación

Luego de realizada una investigación diagnóstica en conjunto con PAMI, se estableció que el problema de comunicación visual existente es la dificultad en el traslado de la información de su programa de Becas a los socios e inversionistas. Como consecuencia a esto, la ONG limita los recursos destinados en el apoyo a la educación de niños y adolescentes para su superación social e individual.

1.3

Justificación

1.3.1 Trascendencia del proyecto

La falta de conocimiento sobre los derechos de la niñez en muchas áreas rurales, causa que los niños por necesidad, trabajen a temprana edad junto con los padres (encargados de llevar los bienes a la casa). Sin embargo, esto causa un mal desarrollo tanto personal como social del niño, al crecer sin una adecuada educación y salud, se orilla al niño a hacerse menos ante la sociedad sin darle una oportunidad de sobresalir y desarrollarse como profesional.

PAMI, entre sus proyectos de protección a los derechos de los niños, posee programas que le ayudan a desarrollar un pensamiento crítico y analítico del individuo para darle una motivación y ayudarlo a desarrollarse socialmente a futuro, brindando una educación digna y los servicios básicos de salud.

En conjunto con la asociación se busca crear una campaña social en apoyo a su programa de becas para que socios e inversionistas puedan apoyar en el desarrollo social e individual de los niños y adolescentes, brindando oportunidades con una mejor educación y servicios básicos de salud, alimentación y transporte.

1.3.2 Incidencia del Proyecto

Realizando una campaña social con el fin de apoyar al programa de becas de PAMI Guatemala, se logrará atraer a nuevos socios y donadores, brindando oportunidades de educación a niños y adolescentes, dándoles una oportunidad de crecimiento personal y social.

1.3.3 Factibilidad del Proyecto

Se cuenta con el apoyo y respaldo de la institución en general, el compromiso del personal para brindar la información necesaria, el conocimiento del epesista de diseño gráfico con los conocimientos necesarios para lograr la elaboración del material informativo a crear.

Cabe mencionar que se tiene el respaldo y el apoyo de los asesores de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.4

Objetivos



1.4.1 Objetivo general (Impacto Social)

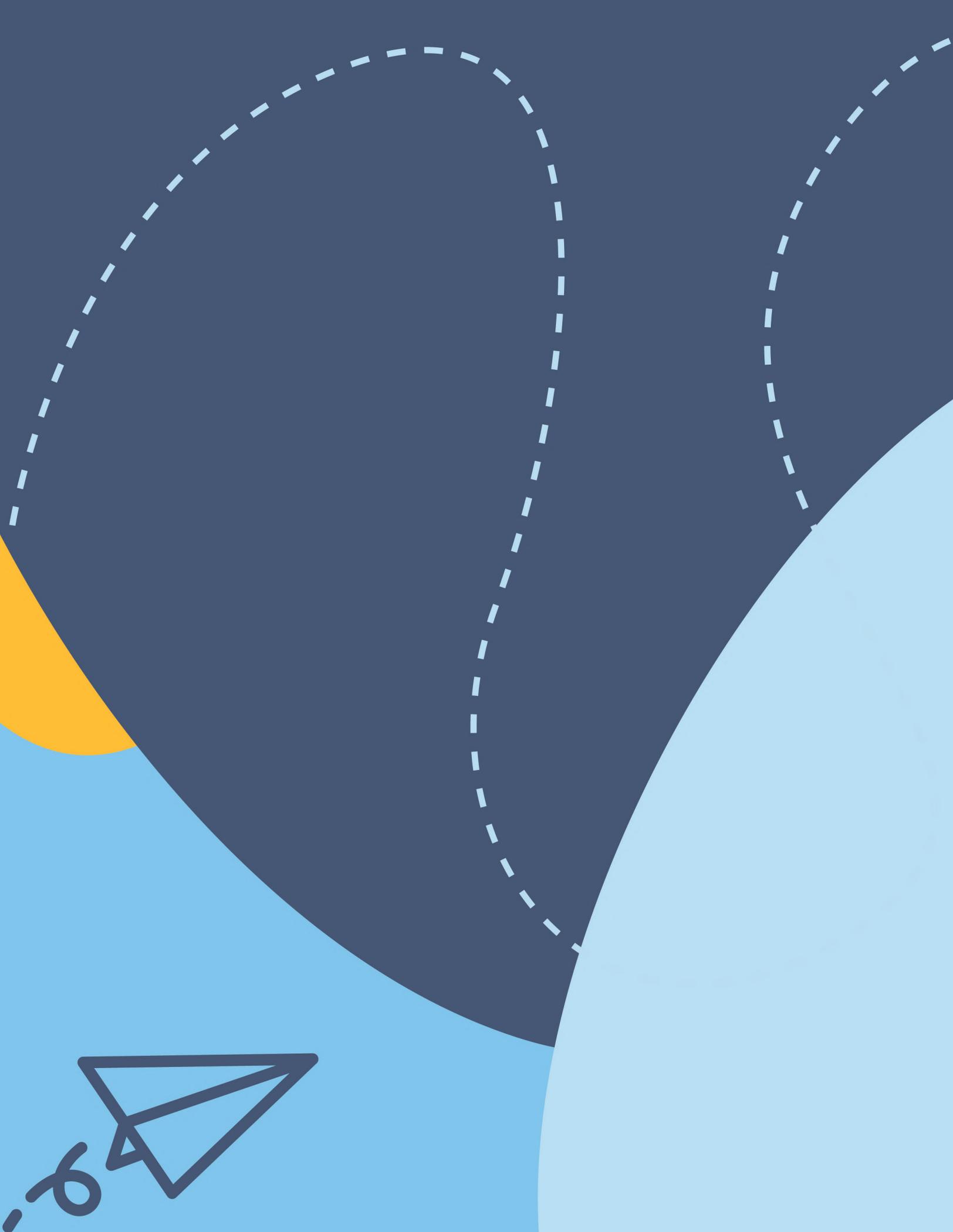
Colaborar con PAMI Guatemala para dar a conocer el programa de becas en beneficio de niños y adolescentes con una campaña de comunicación visual dirigida a socios e inversionistas en el departamento de Guatemala.

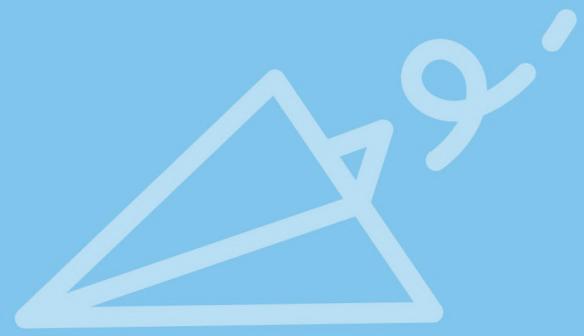
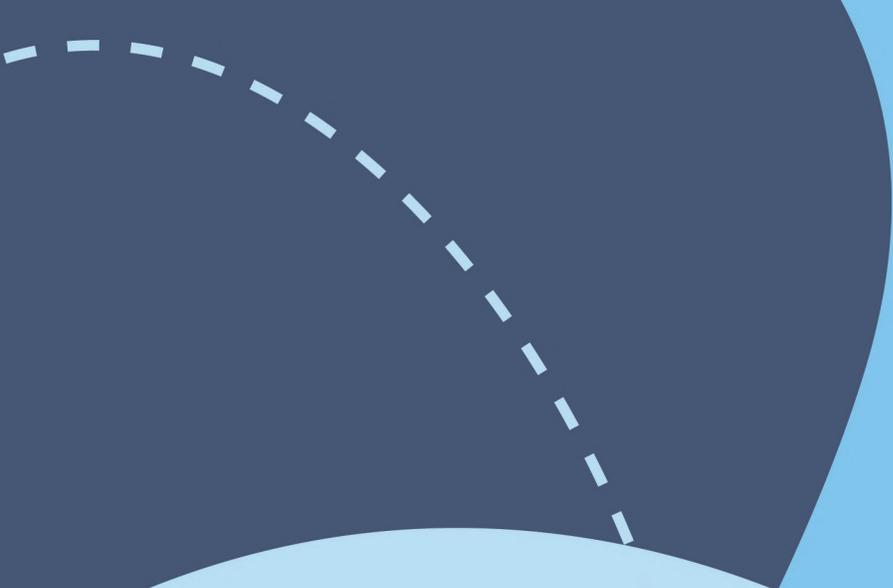
1.4.1 Objetivo de comunicación visual

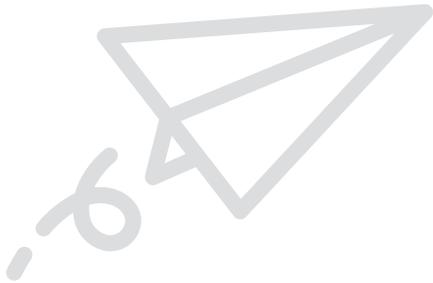
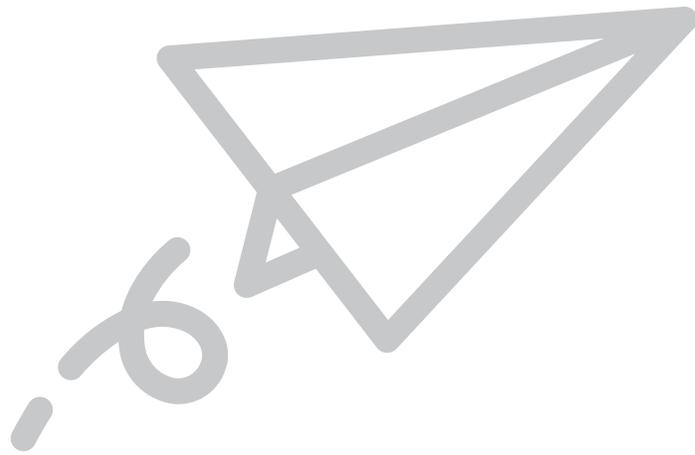
Difundir el programa de becas para que socios e inversionistas apoyen económicamente la educación y desarrollo de niños y adolescentes a través de una campaña de comunicación social en el departamento de Guatemala.

1.4.1 Objetivo de diseño

Diseñar una campaña social que informe acerca del programa de becas en apoyo a niños y adolescentes, a socios e inversionistas a través de piezas gráficas en el departamento de Guatemala.







2

Perfil asociación PAMI Guatemala



2.1

¿Quiénes son?

Es una institución que se define como corresponsable en el cumplimiento de los derechos de la niñez y adolescencia. Potencian su participación protagónica y promueven el cumplimiento de sus derechos, con el fin de contribuir a que disfruten de una vida digna. Su marco político de acción es la Convención sobre los Derechos del Niño. Quieren ser una organización fuerte en el accionar político, coherente, comprometida con la niñez, adolescencia y sus derechos. Reconocida por el trabajo a favor de la promoción, defensa y exigibilidad de los derechos de esta población y por el impacto logrado en el mejoramiento de sus condiciones de vida.⁸

2.2

Historia

Fundada en 1989 con el propósito de fortalecer la capacidad técnica y administrativo-financiera de las ONG y otros grupos organizados en las áreas de salud integral, materno-infantil y desarrollo comunitario. Ejecutó un proyecto en el área rural guatemalteca brindando atención y financiando otras organizaciones que atendían la salud de las y los guatemaltecos. el Programa de Atención, Movilización e Incidencia por la Niñez y Adolescencia (PAMI), ha desarrollado proyectos de atención, acciones de movilización de actores sociales e incidencia en las autoridades e instancias responsables, a favor de la protección y participación de la niñez y adolescencia.⁹

8. "¿Quiénes somos?", Asociación PAMI Guatemala, acceso el 26 de febrero de 2020 <http://pami-guatemala.org/quienes-somos/>.

9. "Historia", Asociación PAMI Guatemala, acceso el 26 de febrero de 2020 <http://pami-guatemala.org/historia-completo/>.

2.3

Filosofía

2.3.1 Misión

Ser una institución guatemalteca organizada para promover la protección de la niñez y adolescencia guatemalteca y la restitución de sus derechos humanos cuando éstos les hayan sido violados.

2.3.2 Visión

Ser una institución reconocida por las autoridades locales, nacionales, educativas, medios de información y comunidad internacional, como un referente institucional en temas de niñez y adolescencia.

2.3.3 Valores

Los principios y valores que orientan la acción de PAMI son:

- •Respeto a los derechos humanos.
- •Convicción en la niñez, adolescencia y juventud como protagonistas del cambio.
- • Coherencia entre el discurso y la práctica personal e institucional.
- •Transparencia en el manejo de fondos y en el desempeño laboral.
- •Solidaridad frente a los problemas y necesidades de las personas.
- •Responsabilidad en el cumplimiento a tiempo y con calidad.
- •Aprendizaje permanente frente a la experiencia y en función de la mejora continua.

2.4

Programas

Como apoyo a los proyectos que operan en la institución, PAMI tiene dos programas permanentes:

2.4.1 Programa de administración

El programa administrativo, financiero y contable de PAMI logró en el año 2016 la optimización del uso de fondos y de tiempos, lo que facilitó los procedimientos y controles internos, tanto a favor del personal de PAMI como de proveedores y de información oportuna a donantes. La auditoría global posibilita tener una visión clara y completa de todos los ingresos y egresos a PAMI, contribuyendo de esa manera a la transparencia institucional.

2.4.2 Programa de comunicación

Como un eje transversal que apoya las distintas acciones de PAMI y de cada uno de sus proyectos, el programa de comunicación ha continuado con su labor de socializar y compartir los distintos eventos y actividades, así como posicionarse frente a diferentes temas que atañen a la niñez y adolescencia, a través de campañas digitales en las redes sociales. A esto se suman los boletines periódicos y el contenido dinámico del sitio web institucional. En un esfuerzo por promover la participación de los niños, jóvenes y adolescentes de sus proyectos, muchos de los materiales comunicativos destinados a la proyección comunitaria de los grupos, son elaborados por ellos mismos (propuesta de contenidos, recolección de la información y fotografías) en compañía del programa de comunicación.¹⁰

10. "Programas", Asociación PAMI Guatemala, acceso el 26 de febrero de 2020 <http://pami-guatemala.org/nuestros-p/>.

2.5

Proyectos

2.5.1 Proyecto Semilla

- Es un proyecto cuyo objetivo es que las niñas y niños ejerzan su derecho a la educación inicial en Sololá.

2.5.2 Semilleros de primera infancia

- Se orienta hacia el cumplimiento de los derechos a educación inicial y protección de la niñez y primera infancia.

2.5.3 + Derecho - discriminación

- El objetivo del proyecto es promover un modelo de respuesta interinstitucional a favor de los derechos de la niñez y adolescencia vinculado a las agendas de desarrollo locales, como producto del diálogo político.

2.5.4 Ejerciendo ciudadanía en Sololá

- Su principal objetivo es incrementar y sostener la inversión pública en niñez y adolescencia, vía una planificación comunitaria, municipal y departamental con enfoque de derechos.

2.5.5 Proyecto binacional a favor de la niñez migrante

- El proyecto busca que al finalizar el periodo de ejecución exista una alianza amplia entre organizaciones de sociedad civil y organizaciones de niñas, niños y adolescentes que monitoree el sistema estatal de protección de derechos de niñez y adolescencia.

2.5.6 Movimientos juveniles

- Busca que los adolescentes y jóvenes ejerzan su ciudadanía política de manera organizada y empoderada, protagonizando cambios en sus entornos en función del desarrollo social.

2.5.7 Proyecto binacional de protección

- Su objetivo es que la niñez y adolescencia estén mejor protegidos en sus países de procedencia, tránsito y destino; busca fortalecer la institucionalidad rectora de protección de niñez en ambos países.

2.6

Estrategia institucional

A finales del año 2016, PAMI evaluó su plan estratégico 2011-2015 y a partir de dichas valoraciones, desarrolló una estrategia institucional con una vigencia 2017-2022 construido de manera participativa, como misión: acompañar la formación y ejercicio ciudadano de la niñez, adolescencia y juventud (NAJ), en la transformación de su realidad para una vida digna.

Esta misión supone la disposición de las instancias de PAMI para estar, actuar, construir y caminar junto a la niñez y adolescencia en los procesos de su auto transformación, especialmente en el despertar de una conciencia, conocimiento y visión crítica de sus derechos para una ciudadanía plena que les posibilite el disfrute y protección para su desarrollo integral, tanto en lo individual como en lo colectivo, en armonía con la naturaleza y su identidad cultural.

PAMI interpreta la acción y organización transformadora como aquella que busca alterar positivamente un sistema de realidad, desde una postura crítica y estratégica: el sujeto cambia para superar las condiciones adversas de su realidad.

También, formar para la transformación es generar condiciones de aprendizaje y construcción de pensamiento crítico, que deriven en acción y práctica social con participación protagónica de la niñez, adolescencia y juventud. Por eso, su

apuesta estratégica es el acompañamiento del ser humano desde edades tempranas, conforme sus ciclos etarios, desarrollo integral y contexto.

La visión institucional se expresa en los siguientes términos:

PAMI se proyecta, organiza y gestiona territorialmente en el marco de programas y proyectos que favorecen la evolución de su impacto, el desarrollo institucional y posicionamiento público.

Se encuentra presente en los departamentos y municipios de las regiones Central (Chimaltenango) y Sur Occidente (Suchitepéquez y Sololá) del país, así como en la región metropolitana (Guatemala).

El impulso de organización local y políticas municipales le brindan peso e influencia en plataformas interinstitucionales e intersectoriales a nivel departamental y nacional. Esto lo utiliza para favorecer el acceso a la juventud a espacios de participación política y toma de decisiones.

2.7

Objetivos de PAMI Guatemala

Ejes	Objetivo	Visión de desarrollo institucional-programático
Ciudadanía	Generar pensamiento crítico y creativo en NAJ, para su acción protagónica por el bien común en los sistemas y espacios de decisión (sociales y políticos).	Somos una institución que hace parte de una red - plataforma de organizaciones NAJ que transforman las relaciones opresoras de poder.
Vida Digna	Impulsar capacidades locales y alianzas entre titulares, corresponsables y garantes de derechos, en la protección integral y acceso a derechos de la NAJ.	Somos una institución gestora de redes locales con peso político regional y central, en la realización de una vida digna para NAJ.
Inclusión	Construir puentes entre diversos sectores para hacer frente de manera conjunta a las estructuras excluyentes, que condenan el bien común y desarrollo integral de NAJ.	Somos una institución que hace parte de los esfuerzos de desarrollo local - territorial, con énfasis en la inclusión y derechos de la NAJ.

2.8

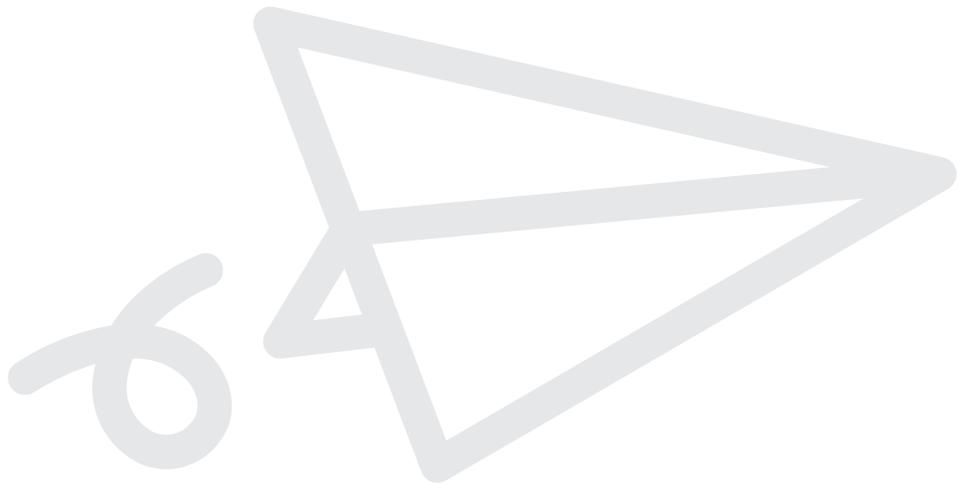
Contacto oficinas centrales

- 11 calle 10-36 zona 2, Ciudad Nueva. Guatemala, Guatemala.
- Teléfonos: (502) 2254-1486 y 2254-4236
- correo: pami@pami-guatemala.org
- Facebook: [pamigt](#) / Instagram: [pamiguatemala](#)
- <http://pami-guatemala.org/>
- <https://issuu.com/pamiguatemala>

Myrella Saadeh
Directora General

Correo institucional
m.saadeh@pami-guatemala.org

Organigrama, ver anexo 1



2.9

Identidad y comunicación visual



Figura n.º 1. Foto de perfil de Facebook
Fuente: <https://www.facebook.com/pamigt/photos/a.427256258229/10152657680703230/?type=1&theater>

Se necesita servir de caja de resonancia del quehacer de la institución con relación a los derechos de la niñez, adolescencia y juventud en los municipios en donde desarrolla proyectos y programas.



El éxito escolar se garantiza invirtiendo en la primera infancia.

**#PrimerInfancia
#BuenPuntoDePartida**

☎ 2254 - 1486

🐦 pamiguatemala

📘 PAMI



Figura n.º 3. Afiche

Fuente: Compartido por el Diseñador Gráfico Lic. Diego Taqué

Derecho a tener un nombre y una nacionalidad

Una de las grandes decisiones y actos de amor de mis papás fue elegir el nombre que me iban a poner, un nombre me iba a diferenciar de los demás, representar e identificar durante toda mi vida. Es por ello que este es un **derecho** que debe ser reconocido sin excepción alguna ni distinción o discriminación por el motivo que sea: etnia, sexo, idioma o religión.

Luisa Carlos Andy Karen

¡Que mis DERECHOS suenen en todos lados!

Figura n.º 2. Post de Facebook

Fuente: <https://www.facebook.com/pamigt/photos/a.268782223229/10157249347138230/?type=3&theater>

¿QUÉ SIGNIFICA SER NIÑO O NIÑA?

- Ser sujeto de derechos desde que se nace
- Decir de consideraciones especiales por su condición de niño o niña
- Tener las mismas condiciones que los adultos ante la ley
- Ser reconocidos como personas
- Es tener voz y existencia social
- Ser ciudadanos con derecho a opinar, participar y asociarse

Ser reconocidos como seres humanos poseedores de todos los derechos:

- > vida
- > identidad
- > educación
- > salud
- > protección
- > opinión
- > participación
- > asociación

Saber que puede disfrutar de todos sus derechos, sin importar:

- sexo
- nacionalidad
- raza
- religión
- idioma

Saber que sus derechos, son los derechos de todos los niños y niñas del mundo!

¡Hagamos felices los días y las vidas de la niñez guatemalteca!

Figura n.º 4. Infografía

Fuente: Compartida por el Diseñador Gráfico Lic. Diego Taqué



Figura n.º 6. Infografía
Fuente: Compartida por el Diseñador Gráfico Lic. Diego Taqué



Figura n.º 5. Material didáctico
Fuente: Compartida por el Diseñador Gráfico Lic. Diego Taqué



Figura n.º 7. Kit de diplomado
Fuente: Compartida por el Diseñador Gráfico Lic. Diego Taqué

2.10

FODA de PAMI Guatemala

F

- Programas de ayuda.
- Planes estratégicos.
- Obtiene su personería jurídica.
- Donadores, inversionistas y socios fuertes.
- Estrategias de educación alternativas (investigación, capacitación, comunicación social).
- Produce recursos propios y reduce costos administrativos.
- Posee una auditoría constante, impecable y transparente.

O

- Restituir el derecho de la niñez y adolescencia.
- Dar a conocer y hacer conciencia de los derechos de los niños y adolescentes.
- Desarrollo de proyectos hacia autoridades locales, actores comunitarios, instituciones, empresarios y medios de comunicación, para fortalecer las redes existentes de protección.
- Alianzas de trabajo con empresas internacionales.
- Captar nuevos socios e inversionistas para el financiamiento de futuros proyectos a desarrollar.

D

- Personal multiusos.
- Ubicación geográfica limitada.
- Abandono de proyectos.
- Tecnología obsoleta.
- Problemas de difusión de proyectos.

A

- Analfabetismo.
- Cierre de la ONG.
- Educación sexual deficiente.
- Abandono de donantes, inversionistas y socios.
- Necesidad laboral hacia niños y adolescentes en aumento
- Ignorancia en el conocimiento de los derechos de la niñez y adolescencia.

Figura n.º 8. FODA
Fuente: Elaboración propia

2.11

Necesidades de comunicación visual

Necesidades de comunicación visual	Factores que lo causan	Soluciones propuestas por el profesional de Diseño Gráfico	Clasificación de proyecto (A, B o C)
El alcance de sus campañas en redes con respecto al desarrollo, avance y logros de sus proyectos a favor de los derechos de los niños, es baja con problemas en segmentación y pauta.	El diseñador encargado no tiene el tiempo suficiente para crear una campaña efectiva en redes y comunicar el proceso o logros de proyectos a los usuarios.	Enfocarme en encontrar el fallo de su contenido en redes para buscar una solución y crear una campaña que asegure un buen alcance, para comunicar los distintos proyectos y seguir informando acerca de los derechos de los niños.	B
Falta de un "programa para donadores" el cuál muestre el avance y utilización de los recursos donados para los 7 proyectos diferentes.	A demás de brindar un informe semestral y anual, no dan esa "milla extra" en involucrar más a los socios y detallar el uso de su inversión con fotos y como su aporte realizó un cambio positivo para seguir informando sobre los derechos de los niños.	Crear un iforme (Bifoliar, revista, panfleto o folleto) indicando los logros alcanzados con fotografías, gráficas y el cambio social que está generando la ONG con los aportes de los donadores.	C
Cantidad mínima de comunicación en redes sobre datos importantes tanto de la ONG, como de los proyectos en desarrollo e información adicional.	El tiempo consume al diseñador principal dejando en segundo plano un contenido de valor informativo.	Ayudar en la creación de contenido digital para redes sociales, de la mano con el diseñador principal de la institución.	C
Falta de material gráfico para captar y dar a conocer la información del programa de becas a donadores y socios.	Se le da prioridad al desarrollo, avance y logro de sus proyectos actuales que el captar nuevos socios para a un segundo plano.	Crear material gráfico de forma creativa, para dar a conocer el programa de becas en apoyo a niños y adolescentes en pro a su desarrollo a donadores y lograr una alianza fuerte.	A
Falta de material gráfico para informar los 7 proyectos que actualmente posee PAMI en desarrollo.	Se concentran en el desarrollo y logro de los mismos que de comunicar el impacto social que se está generando por la lucha de los derechos de los niños.	Generar ese material gráfico (afiches, folletos, etc) para dar a conocer la información y objetivos de cada proyecto en desarrollo.	B

Figura n.º 9. Necesidades de comunicación visual
Fuente: Elaboración propia.

2.12

Grupo objetivo

El grupo objetivo del proyecto para PAMI Guatemala, son los empresarios y trabajadores que apoyan proyectos sociales para el desarrollo y apoyo al crecimiento y bienestar tanto social como individual de los niños.

2.12.1 Características sociodemográficas

- Cantidad: 3,015,081 personas (INE 2018)
- Ubicación: departamento de Guatemala
- Población según rango de edad: 1,560,847
- Por sexo: 693,560 hombres y 867,287 mujeres
- Edad: 40 a 49
- Sexo: masculino y femenino
- Nacionalidad: guatemalteca

2.12.2 Características Socioeconómicas

Ocupación: empresarios y trabajadores.

Educación: universitaria

Nivel socioeconómico: media alta (C3, C2, C1) media baja (D1). UGAP (2013)

Se divide entre empresarios y trabajadores que apoyan proyectos al desarrollo y bienestar de los niños.

2.12.3 Características Psicográficas

Estilo de vida: tienen intereses variados para consumir, con tendencia a usar plataformas digitales para enterarse de las últimas noticias, hacen donaciones y proyectos de responsabilidad social (en pro de los derechos de los niños, jóvenes y adolescentes)

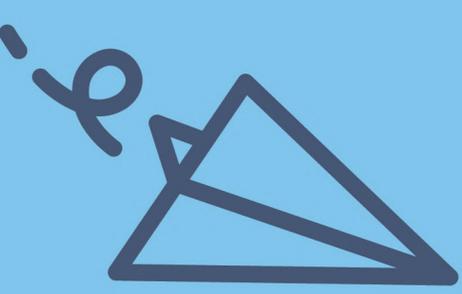
Personalidad: son personas que buscan una mejor calidad de vida, con iniciativa y en muchos casos impulsivos, de un estatus alto, algunos ayudan por diversos intereses y otros lo hacen por el simple hecho de ayudar, ambos casos mejoran la calidad de vida de terceros con su apoyo.

Valores: tienen amplio criterio de las situaciones políticas, respetuosos, liberales, de ayuda social y abiertos al cambio.

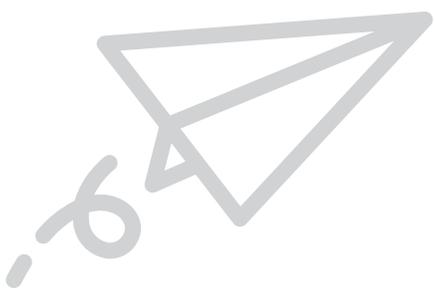
2.12.4 Características psicográficas

Asociación PAMI Guatemala tiene abiertas las puertas de su sede central (en la capital de Guatemala, zona 2) en el horario de lunes a viernes de 09:00 a 17:00 (fin de semana cerrado) y la posibilidad de comunicarse a su correo a cualquier hora, durante este horario. La asociación busca atraer posibles socios y donadores que ayuden a financiar proyectos en desarrollo y futuros, mostrando su trayectoria, crecimiento y ayuda social que han brindado a lo largo de los años desde su fundación, resolviendo así, dudas e inquietudes que surjan durante el recorrido.

La asociación al tiempo de forjar lazos con los socios y donadores, al momento de llevar el desarrollo del proyecto, presenta avances a las personas, con un desglose bastante detallado de la utilización de los fondos invertidos y hacia donde fueron destinados.







03

Planeación operativa



En el siguiente capítulo se muestra la elaboración de un flujograma, la que detalla por pasos el proceso creativo que tomó la elaboración del proyecto, desde el método de recopilación de información para el diagnóstico, planeación y delimitación del problema, pasando por la elaboración de un brief, insight y concepto creativo para llegar a la fase de bocetaje y piezas finales, el cronograma que va de la mano con el flujograma generando un orden y colocando un tiempo estimado para la realización de cada fase del proyecto y, por último, un presupuesto acorde al costo del proyecto.

3.1

Flujograma

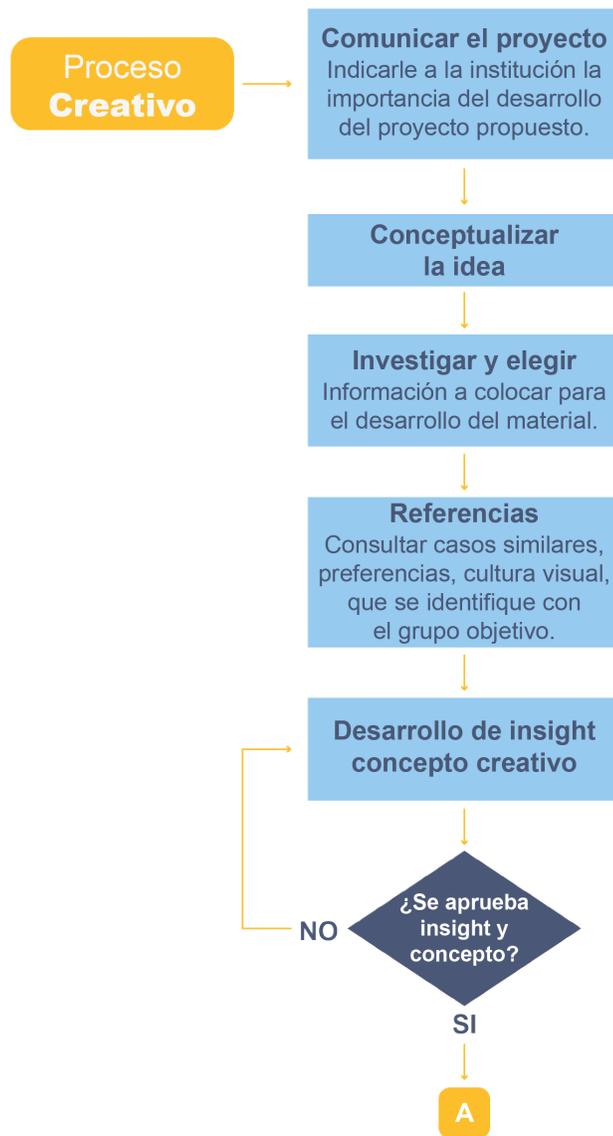


Figura n.º 10. Flujograma
Fuente: Elaboración propia

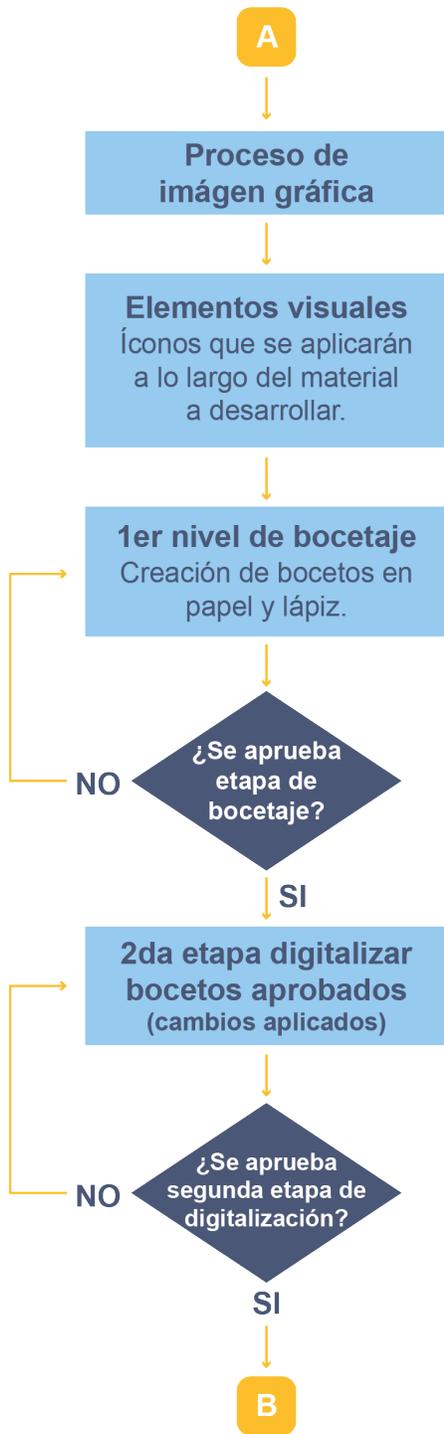


Figura n.º 10. Flujograma
Fuente: Elaboración propia



Figura n.º 10. Flujograma
Fuente: Elaboración propia

3.2 Cronograma

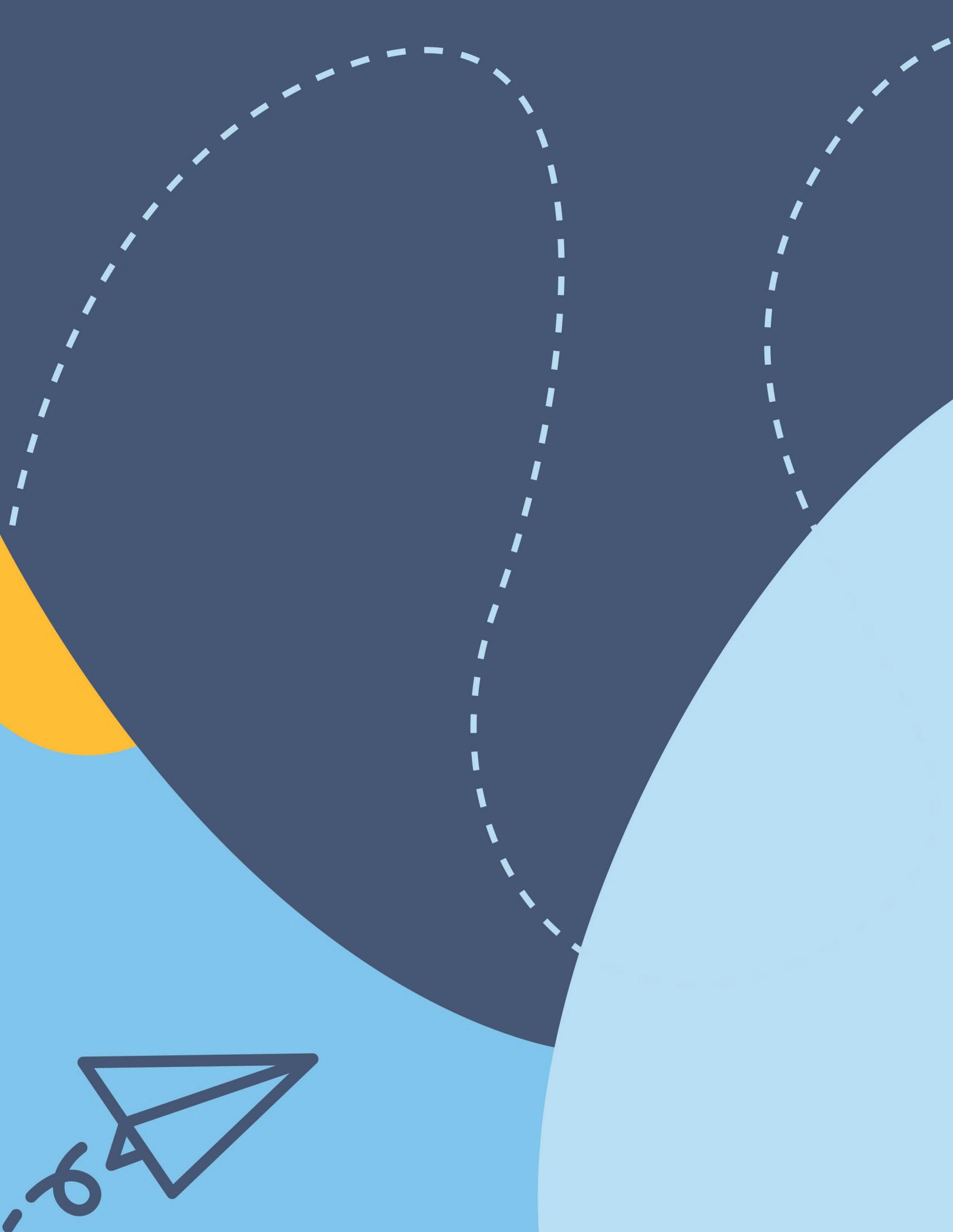


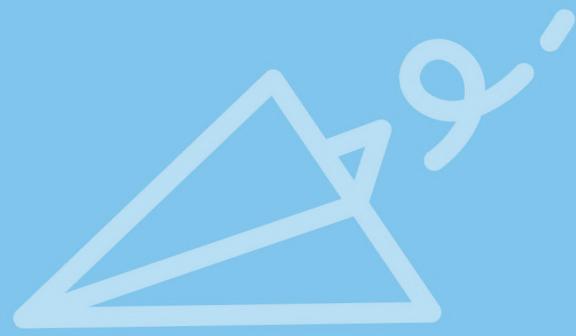
Figura n.º 11. Cronograma
Fuente: Elaboración propia

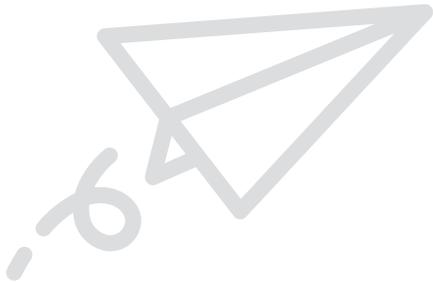
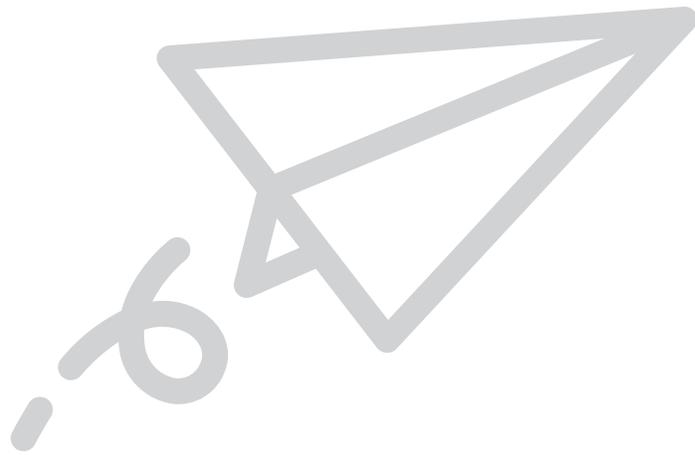
3.3 Presupuesto

Asociación PAMI Guatemala	
Descripción	Costo
Planeación	
Elaboración del Brief del proyecto	Q1600
Key visual	Q250
Seguimiento y Coordinación	Q250
Conceptualización	
Desarrollo de Insight y concepto creativo	Q1000
Definición de línea gráfica	Q350
Proceso de bocetaje 1, 2 y 3	Q500
Selección del boceto	Q150
Digitalización y maquetación	Q500
Contenido	
10 Revisión de Textos (Q150 por página)	Q1,500
2 Cambios en texto (100 por página)	Q200
Revisión final	Q150
Otros	
8 Retoque de fotografía (Q60 por foto)	Q480
Material de librería	Q250
2m Animaciones (Q25 x segundo)	Q3000
Cambios del cliente	Q350
TOTAL	Q10,530.00

Figura n.º 12. Presupuesto
Fuente: Elaboración propia







04

Marco teórico



El siguiente capítulo consta de tres ensayos los cuales detallan información importante, iniciando con el tema de los derechos de los niños, seguido de ¿qué es el diseño? y terminando con el tema de la pieza gráfica que se utilizará para el desarrollo del proyecto y su difusión en medio digitales e impresos.

4.1

La importancia de velar por los derechos de los niños

"Lo que se les dé a los niños, los niños darán a la sociedad."

Karl Augustus Menninger (1893 - 1990)

4.1.1 La niñez

De las primeras etapas de la vida, donde uno de lo único que se preocupa es por jugar, explorar, aprender, conocer, en pocas palabras, ser un niño. La niñez es una de las etapas primordiales, donde podemos jugar a ser quien queramos, desde ser un bombero, podemos ser presidentes o ser un explorador y visitar mundos de fantasía, que cada uno cree ser el héroe de su propia historia. Es la etapa en la cual, cualquier niño que conocemos en el parque, se vuelve automáticamente nuestro "mejor amigo". una etapa donde no se juzga a nadie y se hace notar lo inocentes y sinceros que pueden ser. Ser un niño es reír a cada rato, aprender cosas nuevas, aprender a distinguir lo bueno y lo malo, ensuciar de lodo la ropa, es disfrutar cada momento y cada nueva amistad que se hace durante esta etapa. Sin importar el color de piel, nacionalidad, idioma o sexo, todos los niños tienen derecho de disfrutar su primera etapa, ya que esto les ayuda a desarrollar una personalidad ante la sociedad, ayuda a forjar un carácter, un pensamiento crítico conforme avanza su educación y es primordial recibir los servicios básicos de salud y alimentación que complementen dicho desarrollo integral.

Tristemente, no todos corren con la misma suerte de desarrollarse, de experimentar, de ser libres y tener acceso a estos servicios básicos que "todos tenemos derecho de gozar" desde el momento del nacimiento.

4.1.2 Explotación laboral

Según el Artículo 51 de la Constitución política de la República de Guatemala: "El Estado protegerá la salud física, mental y moral de los menores de edad y de los ancianos. Les garantizará su derecho a la alimentación, salud, educación y seguridad y previsión social."

Muchos niños sufren de violencia, explotación laboral a tempranas edades y no poseen el beneficio de los servicios básicos de educación, alimentación y salud. La tasa total de desempleo en Guatemala es de 2.5 %, según el INE, que equivale a unas 179 mil personas de la población ocupada de 6.9 millones. La población en edad de trabajar fue de 12 millones, la población económicamente activa es de 7.1 millones y la población económicamente inactiva 4.8 millones.¹¹

Debido al crecimiento en la tasa de desempleo los casos de explotación laboral a niños y adolescentes se dan más en las áreas rurales del país, el cual orilla a las familias a poner a trabajar a sus hijos con trabajos de campo en el caso de los hombres y en quehaceres del hogar en el caso de mujeres y optando por desistir sobre la educación de los niños y privarlos de su crecimiento personal y social. Según el Artículo 2 del decreto 27-2003 del Congreso de la República de Guatemala "Ley de protección integral de la niñez y adolescencia", indica que "La

11. "Tasa de desempleo", INE Guatemala, acceso el 14 de agosto de 2020. <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2020/01/15/20200115173246FCRG-98JyTWWAtsV4Lmtyn43QFgTufmZg.pdf>.

Definición de niñez y adolescencia. Para los efectos de esta Ley se considera niño o niña a toda persona desde su concepción hasta que cumple trece años de edad y adolescente a toda aquella desde los trece hasta que cumple dieciocho años de edad." Según Unicef, la edad mínima para el inicio de labores de un infante (en Latinoamérica) está dentro del rango de 12 a 14 años de edad, el cual permite realizar un trabajo ligero toda vez no interfiera con su educación.¹²

4.1.3 Educación deficiente en infantes

Aunque existan derechos que velan por la seguridad integral de los niños y adolescentes, muchas personas desconocen de ellos o por el mismo desempleo se ven obligados a intervenir con la niñez de sus hijos dándoles un giro y llevándolos al campo laboral, debido a esto, muchos niños no logran terminar la primaria, básicos y bachillerato. Por parte del gobierno y el seguir promoviendo la educación, se les brinda oportunidades de continuar con sus estudios por madurez para lograr superarse y obtener mejores oportunidades de empleo al ser mayores de edad. En Guatemala las instituciones que existen como forma de ayuda, velan y luchan por los derechos de los niños, para que estos se conozcan y puedan (en su mayoría) aplicarse, brindando un apoyo para tener los servicios básicos como su educación, salud y alimentación.

En las áreas rurales del país es en donde más se necesita la ayuda de estas instituciones, debido a la tasa de desempleo antes mencionada y en las cuales el tema de los derechos de los infantes no es informada a sus padres. La falta de sostenibilidad económica para las

instituciones es un problema, el cual evoluciona de forma negativa cada día.

Las instituciones poseen programas en apoyo a los derechos de los niños, con necesidades básicas para mantenerse activos y en funcionamiento. Sin embargo, entre algunas dificultades que se encuentra la falta de donaciones económicas frecuentes, siendo este el pilar principal para el financiamiento y desarrollo de los proyectos en beneficio a los infantes.

Entre los programas en común que desarrollan estas organizaciones se encuentran el sector de educación, de salud, de alimentación, entre otros. Muchas de las instituciones brindan apoyo al infante hasta el momento de alcanzar la edad adulta de 18 años (en el caso de Guatemala) en la cual el individuo ya decide si continuar superándose con sus estudios o inclinarse al área laboral.

Durante este periodo las organizaciones dan la oportunidad de tener una vida digna, sin exclusiones, maltratos, explotación laboral y que logren tener una niñez plena, que todo niño tiene derecho de disfrutar, generando experiencias, conocimiento y desarrollo personal y social.

En conclusión, las organizaciones que brindan un apoyo al infante, luchan y velan porque sus derechos sean escuchados y aplicados para que los niños y adolescentes puedan disfrutar de su niñez, generando experiencias positivas, desarrollo

12. "El trabajo infantil", Unicef para cada niño, acceso el 14 de agosto de 2020. <https://www.unicef.es/noticia/el-trabajo-infantil>.

personal y social, forjando su carácter y llenándose de sueños; demostrando que se pueden lograr con un poco de esfuerzo.

Las organizaciones brindan apoyo en los temas de educación, salud y alimentación, que logran a través de sus donadores y socios, siendo lo económico el pilar principal para el desarrollo de nuevos programas y proyectos en pro a los derechos de los niños y adolescentes, para mejorar de una forma significativa su calidad de vida, dándoles un propósito, guiándolos a seguir sus sueños y lograr instruirlos de los derechos que poseen para que sean aplicados con las generaciones siguientes.

A continuación se abordará la forma en la que el diseño gráfico juega un papel importante para lograr la difusión de la información en sus medios disponibles y puedan llegar a ser comprendidos con facilidad para lograr educar a la población en el tema de los derechos de los niños y adolescentes.

4.2

Hagamos dibujitos

4.2.1 ¿Qué es el diseño gráfico?

Como primer punto, se debe entender que el diseño gráfico como cualquier tema tiene una historia y nace de la necesidad de comunicar y generar un interés a la población de un producto o servicio, tanto de forma visual como verbal.

Haciendo un recorrido rápido, los primeros indicios de comunicación visual se muestran en las pinturas rupestres y así avanzando por la historia, pasando por los primeros pergaminos con dibujos los cuales contaban un suceso histórico, la llegada de la imprenta, los primeros carteles publicitarios, libros hechos a mano por tipógrafos, quienes apilaban uno

a uno los caracteres, la industrialización y la venida de las computadoras con programas de diseño que vinieron a revolucionar y facilitar ciertos procesos que antes se hacían a mano.

Se toma la historia del diseño, se tiene una amplia fuente de inspiración por la que se puede guiar y fundamentar la pieza que se trabaja.

4.2.2 Tendencias de diseño

Expertos en las diferentes ramas publican las posibles tendencias de diseño que marcarán cada año, de las cuales partirá la creación de la comunicación visual y verbal de las empresas que deben ir evolucionando conforme a los años, para no quedarse estancadas en una comunicación "antigua" que ya no logrará el mismo impacto social que una tendencia que está tomando auge.

Comentando acerca del tema, la factoría creativa de Barcelona indica que: "Las tendencias en diseño gráfico se utilizan para transmitir a diferentes tipos de público una idea, una sensación, un concepto de marca. Vivimos en un mundo que cada vez es más diverso -tanto en competencias intelectuales como en edades- que en cualquier otra época de la historia, por eso, la comunicación hay que adaptarla según al target al que nos vamos a dirigir [...]"¹³

Hay que entender que las tendencias son pasajeras. Una tendencia es algo que se va cultivando con el tiempo hasta el momento en que madura y llega su momento de brillar.

No hay una "línea" que divida cuándo acaba una tendencia y empieza la otra, es curioso como estas logran establecer un patrón de comunicación mundial.

4.2.3 El trabajo de un diseñador

El trabajo de un diseñador gráfico va más allá de hacer solamente dibujos o de crear un arte rápido y bonito.

Muchas personas solo ven el resultado final, que es lo que importa aparentemente y no les interesa el proceso que toma el pensar una idea, darle un concepto, plasmarlo, aplicar los conocimientos en cuanto a psicología del color, diagramarlo con un equilibrio visual y más; apegándose a la línea gráfica institucional y hacerlo funcional para llegar a captar la atención del público a quien vaya dirigido el arte. Erroneamente se piensa que basta un solo diseñador para realizar todo el trabajo de publicitada para una empresa. El diseñador realiza los artes para medios impresos como mupis, vallas, mantas, volantes, afiches, entre otros; medios digitales como redes sociales, mailing, página web, e-commerce, además de realizar las tomas fotográficas, producción de videos y animaciones.

Cabe mencionar que los diseñadores no son "todólogos" como muchos piensan, por ejemplo, hay quienes se sienten más atraídos por el diseño en redes sociales y otros que les gusta más la fotografía o se inclinan hacia la ilustración. Es por eso que con el tiempo se han visto obligados a crear ramas del diseño para que cada uno pueda especializarse y hacer resaltar sus habilidades.

13. "Tendencias de diseño gráfico", Factoría Creativa, Brand Design Barcelona, acceso el 25 de agosto de 2020. <https://www.factoriacreativabarcelona.es/blog/tendencias-del-diseno-grafico/>.

4.2.4 Ramas del diseño gráfico

Entre las principales categorías en las que el diseño se divide se encuentran:¹⁴

Diseño editorial

Es el diseño de publicaciones de carácter informativo, de entretenimiento y todo tipo de contenidos escritos, en algunos casos enriquecido con fotografías, ilustraciones y hasta animación, maquetación de libros, revistas o periódicos y el proceso de prensa de medios impresos.

Diseño de experiencia de usuario

Siendo una de las ramas más nuevas del diseño gráfico, surge por la necesidad de hacer más fácil la usabilidad y accesibilidad del usuario por la interfaz. Las agencias de publicidad y grandes empresas de negocios están centrando todos sus esfuerzos en este sector por lo que esta especialidad es muy demandada en la actualidad.

Diseño textil

Diseño de colecciones de ropa dirigida a diferentes segmentos de consumidores y cadenas de tiendas. Esta rama también permite crear tu propia empresa y marca.

Diseño de embalaje o *packaging*

Se enfoca en la forma como se presentan visualmente las envolturas o empaques de cualquier producto. Esto incluye diseño publicitario, diseño de stands, *marketing*, persuasión y percepción visual.

Diseño de identidad corporativa

Campo del diseño de marcas que requiere mucha investigación y disciplina. Depende del diseñador, cuál será la nueva personalidad de la empresa ante el público, por lo que el mensaje debe ser claro, conciso y debe crear valor.

Diseño tipográfico

El diseño de caracteres caligráficos es todo un arte, usando técnicas para crear y componer una gran variedad de tipos para comunicar un mensaje. Una rama del diseño exigente, son pocos los que se especializan en esta disciplina. También es considerada la más antigua y la más bella.

Diseño multimedia

Esta rama es muy amplia y en ella se pueden crear videos usando múltiples medios de expresión (texto, animación, sonido, video, efectos) para comunicar algo. Se utiliza para crear spots publicitarios, videos de corte social, tráilers, entre otros.

Diseño publicitario

Encargados de la comunicación para informar acerca de un producto o servicio. Se trata de una especialidad que requiere una mente comercial interesada no solo en las tendencias de mercado, sino también en la psicología, abarcando campañas sociales y publicitarias en medios digitales e impresos, entre otros.

14. "11 Ramas del Diseño Gráfico", IDAT Instituto de Lima, acceso el 16 de agosto de 2020. <https://www.idat.edu.pe/blog/11-ramas-del-diseno-grafico-que-debes-conocer>.

Diseño animación 3D e ilustración

La animación se encarga de dar vida a los objetos que creas para comunicar de una forma inusual y diferente una marca, los ilustradores poseen un campo bastante amplio ya que suelen trabajar en editoriales, revistas, diarios, agencias de publicidad, freelance, estudios de animación en conjunto con los animadores 3D.

4.2.5 Diseño publicitario

Engloba todos aquellos elementos cuyo objetivo es presentar una empresa, negocio, servicio o producto y despertar la curiosidad e interés del público.¹⁵

Su principal función es presentar un producto de una forma creativa, atractiva, como mencionaba anteriormente, debe ser un producto o servicio que despierte interés en las personas hacia quienes va dirigido el producto, generando un impacto social a través de una buena comunicación.

Un artículo interesante en la revista Caribeña de Ciencias Sociales, indica que: "[...] Las campañas de marketing se pueden diseñar en relación al objetivo, entre ellos la creación de una imagen de marca sólida, la introducción de un nuevo producto, el aumento de las ventas de un producto que ya está en el mercado o incluso la reducción del impacto de las noticias negativas. Por ello, definir el objetivo de una campaña generalmente proporciona una idea de cuánto marketing se necesita y cuáles son los medios más efectivos."¹⁶

Para que una buena comunicación sea efectiva, es necesario enfocar el proyecto hacia una

campaña publicitaria que englobe varios medios de comunicación.

Éstas se componen entre:¹⁷

Campaña de lanzamiento

tienen el objetivo de dar a conocer los atributos y beneficios de un nuevo bien que ha sido lanzado al mercado.

Campaña de mantenimiento

Se denominan campañas de recordación, ya que su meta principal es recordar al consumidor que la marca sigue presente.

Campaña social

El objetivo principal es comunicar alguna problemática social para que los individuos tengan conocimiento del mismo. Asimismo, se pretende crear conciencia y proporcionar alguna solución a dicho problema.

Campaña política

Los esfuerzos organizados para asegurar la nominación y elección de personas que buscan un cargo público.

Campaña teaser

Consiste en una serie de anuncios pequeños, crípticos y desafiantes que anticipan una campaña más amplia y completa para el lanzamiento de un

15. "Importancia del diseño publicitario en las empresas actuales", ES DESIGN, Escuela Superior de Diseño de Barcelona, acceso el 17 de agosto de 2020. <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/la-importancia-del-diseno-publicitario-en-las-empresas-actuales>.

16. "Análisis de los distintos tipos de campañas publicitarias...", Eumed, Revista caribeña de Ciencias Sociales 2254-7630, Acceso el 25 de agosto 2020. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/tipos-campanas-publicitarias.html>.

17. "Análisis de los distintos tipos de campañas publicitarias...", Eumed, Revista caribeña de Ciencias Sociales 2254-7630, Acceso el 25 de agosto 2020. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/tipos-campanas-publicitarias.html>.

producto o un evento importante.

En conclusión, el diseño es crear una estrategia de comunicación adecuándose a las necesidades de los clientes, captar su atención y realizar un diseño funcional adecuado a las características de cada grupo hacia quien irá dirigida la comunicación.

El diseño gráfico va evolucionando cada día, tomando fuerza para las empresas, demostrando ser indispensable para captar nuevos clientes y generar un crecimiento en ganancias.

En el siguiente apartado se amplía la información de las campañas sociales y su aplicación en el medio para comunicar un producto o servicio.

4.3

Campaña social funcional

4.3.1 Campañas y diseño

Retomando el tema de las campañas, recordemos que una campaña social es comunicar a la sociedad por los medios de comunicación disponibles, creando conciencia acerca de un problema y proporcionando una solución al mismo.

Recordemos que el diseño gráfico y la importancia que adquiere día con día, se han vuelto una herramienta que ayuda a informar, vender y comunicar una idea, por lo tanto este se va actualizando constantemente, innovando y generando "temas" de interés mediante las

tendencias para lograr mantener la atención de un público en específico hacia quien va dirigida la idea.

4.3.2 Las campañas en el medio

Un artículo en Brand Media indica que una campaña social "Lo que busca no es estimular la compra de algún producto o servicio sino más bien plantea objetivos no comerciales, producir un efecto en la sociedad que refleje un cambio de actitud hacia una causa social."¹⁸

Estas pueden ser digitales e impresas, generando un gran impacto en el grupo hacia quien va dirigida la comunicación.

La comunicación impresa con el paso de los años ha ido evolucionando, mejorando así la forma en la que impacta socialmente, porque ya no solo existen afiches, hay volantes, brochures, folletos, infografías, entre otros, que ayudan a ampliar la información y esta va dirigida a cierto grupo de la población, sin embargo, los medios impresos han perdido fuerza y se han visto obligados a trabajar de la mano junto a los medios digitales que se ha fortalecido, siendo un campo bastante amplio para llegar a impactar donde los medios impresos no llegan.

4.3.3 Publicidad digital

En medios digitales nace como otra herramienta de comunicación entre personas, es en este punto donde las empresas y organizaciones aprovechan para llegar a sus clientes fieles y nuevos, atacandolos con promociones, productos nuevos y generando un lazo cliente-empresa o *engagement*¹⁹ que ayuda a las empresas a entender mejor las necesidades de sus clientes, para llegar con una publicidad más efectiva

y contenido de valor para el público, haciéndoles ver que la empresa está activa y muestra interés. Entre los medios más usados por las personas y las cuales las empresas y organizaciones aprovechan para interactuar con ellos se encuentran Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn y al día de hoy se suma una nueva red social TikTok, las cuales aumentan sus visualizaciones ridículamente, por la gran cantidad de usuarios que cada una posee, este grupo de usuarios, las empresas las aprovechan como mencionamos anteriormente para realizar envíos de promociones, publicaciones, o simplemente contenido de interacción como los famosos concursos o "Giveaways".

Es gracias a esta infinidad de opciones de poseer la publicidad digital, que el diseño impreso debe ir de la mano con esta para generar un impacto social mayor.

4.3.4 Importancia de las campañas sociales

Teniendo un conocimiento más amplio de la publicidad digital e impresa, retomemos el tema de las campañas sociales, que estas buscan persuadir al usuario para difundir un problema y brindar una solución inmediata y gracias a los medios de comunicación antes mencionada, hay una gran posibilidad de realizar una campaña efectiva con un retorno casi inmediato si se aprovechan ambos medios al mismo tiempo, para crear un impacto en la sociedad.

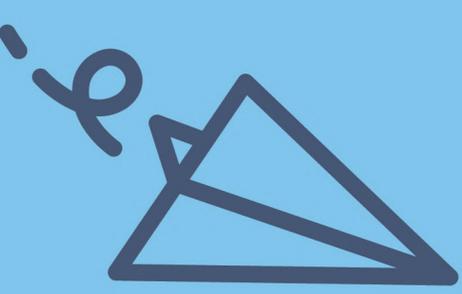
18. "La publicidad social, directa al corazón", Brand media, Acceso el 25 de agosto 2020. <https://brandmedia.es/la-publicidad-social-directa-al-corazon/>.

Este tipo de campañas sociales son realizadas y financiadas por entidades como el gobierno u organizaciones sin fines de lucro, de las cuales implementan varios recursos tanto impresos como audiovisuales para que el mensaje llegue a la mayoría de público gracias a una segmentación antes realizada.

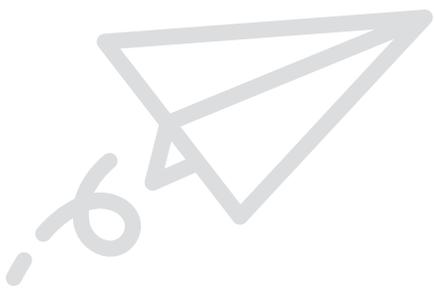
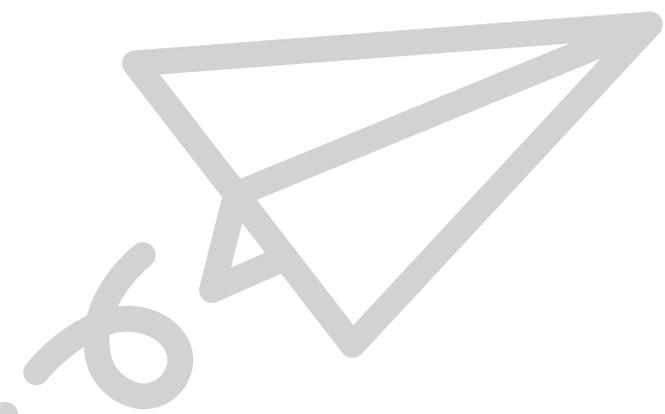
Dicho lo anterior, se concluye que la aplicación de una campaña social por parte las entidades es más efectiva si se abarca el tema digital e impreso en una misma línea, para lograr interactuar con los usuarios y mantenerlos informados de los distintos acontecimientos que pasen.

Se da por hecho que es relevante la aplicación del diseño ante dichas campañas, para mantener la imagen de la institución y no se llegue a perder o confundir con la línea institucional de alguna otra organización.









05

Proceso creativo



En este capítulo se muestra el proceso por el cual debería de pasar todo proyecto antes de la fase de bocetaje y digitalización, se analiza el grupo objetivo, necesidades del mismo, como piensa, actúa e interactúa en sociedad. en el mismo se define el *Insight* y el concepto creativo, procesos que nacen por el desarrollo de métodos de investigación.

5.1

6 W's

Esta técnica permite analizar las evidencias mediante preguntas que investiguen posibles mejoras unidas a la persona, el contexto, el tiempo o las causas del problema que nos lleven a un nuevo reto.²⁰

5.1.1 ¿Qué? Diseño de campaña social para informar acerca del programa de becas que PAMI Guatemala posee en apoyo a los niños y adolescentes.

5.1.2 ¿Para qué? Para aumentar el apoyo en el programa de becas por medio de los socios e inversionistas.

5.1.3 ¿Con quién? Con nuestros asesores de la Escuela de Diseño Gráfico, el tercer asesor y el apoyo de PAMI Guatemala.

5.1.4 ¿Cuándo? Se realizará durante el segundo semestre y publicados después de la presentación de privado tras haber sido autorizados.

5.1.5 ¿Dónde? El material contará con piezas para ser publicadas en redes sociales, y piezas de diseño impresas dentro de la institución, tomando en cuenta el presupuesto actual de la ONG.

5.1.5 ¿Para quién? El proyecto va dirigido a socios e inversionistas de la ONG que estén en sus capacidades de aportar económicamente una beca en apoyo a los niños y adolescentes.

20. "Las 6 W's", Formación en Red, acceso el 25 de agosto de 2020 http://formacion.intef.es/pluginfile.php/52520/mod_imscp/content/2/tcnica_6ws.html.

5.2

Brief

5.2.1 Descripción de la institución

Somos una institución que se define como corresponsable en el cumplimiento de los derechos de la niñez y adolescencia.

Potenciamos su participación protagónica y promovemos el cumplimiento de sus derechos, con el fin de contribuir a que disfruten de una vida digna. Nuestro marco político de acción es la Convención sobre los Derechos del Niño. Queremos ser una organización fuerte en el accionar político, coherente, comprometida con la niñez, adolescencia y sus derechos. Reconocida por el trabajo a favor de la promoción, defensa y exigibilidad de los derechos de esta población y por el impacto logrado en el mejoramiento de sus condiciones de vida.²¹

5.2.2 Principales Actividades

La institución posee varias actividades en relación al cumplimiento de los derechos de los niños, tales como proyecto semilla, semilleros de primera infancia, +Derecho -Discriminación, movimientos juveniles, entre otros, que luchan porque estos sean reconocidos en su mayoría para poder gozar de ellos y vivir una infancia feliz, tranquila y posean los servicios básicos de educación, alimentación y salud que los ayuda a desarrollarse para un mejor futuro.

5.2.3 Contacto

Oficinas centrales
11 calle 10-36 zona 2, Ciudad Nueva. Guatemala, Guatemala.

Teléfonos:
2254-1486 y 2254-4236

correo:
pami@pami-guatemala.org

facebook.com/pamigt/
www.instagram.com/
pamiguatemala/
pami-guatemala.org/
issuu.com/pamiguatemala

Myrella Saadeh
Directora General
m.saadeh@pami-guatemala.org

21. "¿Quiénes somos?", Asociación PAMI Guatemala, acceso el 27 de agosto de 2020 <http://pami-guatemala.org/quienes-somos/>.

5.3

Instituciones análogas

Las instituciones análogas son aquellas cuyas acciones son similares o enfocadas a un mismo objetivo, para este proyecto se analizan varias instituciones enfocadas al cumplimiento y velación por el derecho de los niños, para que estos gocen de una niñez digna, sin importar su raza, sexo y género.

Algunas de estas instituciones son:

5.3.1 UNICEF

Trabajamos para que las niñas y niños estén sanos, vacunados, tengan una nutrición adecuada, cuidados y estimulación temprana desde la primera infancia.

Para que las y los adolescentes tengan salud, oportunidades de educación, participación y emprendimiento.

Promovemos que las niñas y niños y adolescentes estén protegidos contra todo tipo de violencia. Y también estamos preparados para brindar una atención integral ante cualquier emergencia, en todas partes y siempre.²²

5.3.2 Save The Children

Actualmente, trabajamos junto al gobierno, la sociedad civil y las autoridades locales brindando ayuda a los niños y niñas más vulnerables del país. Juntos, estamos fortaleciendo los sistemas de educación, salud y nutrición, así como los sistemas de protección, la gobernanza de la niñez y sus derechos, así como las acciones de respuesta humanitaria.²³

5.3.3 Infancia Sin Fronteras

lleva a cabo todas sus actividades bajo un principio común: sentar las condiciones para el desarrollo y la convivencia pacífica de los pueblos; y aminorar los efectos de la guerra y los desastres naturales sobre la población civil. Dentro de esto damos prioridad a la infancia y a la madre, como grupos sociales más vulnerables ante estas situaciones, siendo siempre nuestra finalidad atender a las víctimas sin discriminación alguna.²⁴

5.3.4 CIPRODENI

Somos un espacio de articulación de esfuerzos comprometidos con la defensa, promoción y protección de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, con una visión transformadora de sus realidades.²⁵

22. "¿Qué hacemos?", UNICEF, para cada niño, acceso el 27 de agosto de 2020. <https://www.unicef.org/guatemala/qu%C3%A9-hacemos>.

23. "¿Qué hacemos?", Save The Children, Guatemala, acceso el 27 de agosto de 2020. <https://guatemala.savethechildren.net/es/>.

24. "Conócenos", Infancia sin fronteras, acceso el 27 de agosto de 2020. <https://infanciasinfronteras.org/conocenos/>.

25. "Nosotros", CIPRODENI, acceso el 27 de agosto de 2020. <https://www.ciprodeni.org/quienes-somos/>.

5.3.5 EDUCO

Trabajamos con niñas, niños y su entorno para promover sociedades más justas y equitativas que garanticen sus derechos y su bienestar. Queremos construir un mundo donde todos disfrutemos plenamente de nuestros derechos y de una vida digna.²⁶

5.3.6 El Refugio de la Niñez

Somos una organización no gubernamental que trabaja en favor de la protección de los derechos humanos de la niñez y adolescencia.²⁸

5.3.7 La Alianza Guatemala

Atendemos de manera integral a niñas y adolescentes de 12 a 18 años en riesgo social y desamparo, vulneradas en sus derechos, víctimas de violencia sexual, específicamente de los delitos de violación y trata en todas sus modalidades.²⁷

5.4 Información del proyecto

Diseño de campaña social para promover el proyecto de becas del Programa de Atención, Movilización e Incidencia por la Niñez y Adolescencia PAMI, en el departamento de Guatemala.

26. "Nosotros", EDUCO, el enfoque de derechos, acceso el 27 de agosto de 2020. <https://educogt.org/>.

27. "¿Para quiénes trabajamos?", La Alianza Guatemala, acceso el 27 de agosto de 2020. <http://www.la-alianza.org.gt/para-quienes-trabajamos/>.

28. "¿Quiénes somos?", El refugio de la niñez, 10 años construyendo sueños, acceso el 27 de agosto de 2020. <http://www.refugiodelaninez.org.gt/>.

5.5

Objetivo del proyecto

■ Colaborar con PAMI Guatemala para dar a conocer el programa de becas en beneficio de niños y adolescentes con una campaña de comunicación visual dirigida a socios e inversionistas, en el departamento de Guatemala.

5.6

Partes del proyecto

■ Para el desarrollo de la campaña social en beneficio al programa de becas de PAMI Guatemala se utilizarán las siguientes piezas de diseño:

- Campaña de expectativa digital
 - Post en Facebook *business*
 - Anuncio en Facebook *business*
 - Banner de Facebook
- Campaña de lanzamiento digital e impresa
 - Afiches dentro de la ONG
 - Brochures con la información detallada del programa de becas
 - Post lanzamiento en Facebook *business*
 - Cuadro decorativo con información puntual
- Campaña de mantenimiento
 - Post de Facebook informativos
 - Post de seguimiento en Facebook
 - Boletines con información del desarrollo del programa

5.7

Restricciones

5.7.1 Utilizar únicamente la información proporcionada, revisada y validada por parte de la institución.

5.7.2 Adecuarlo al presupuesto impuesto por la ONG.

5.7.3 Utilizar los logotipos de:

- Universidad de San Carlos de Guatemala
- La facultad de Arquitectura
- PAMI Guatemala

5.8

Presupuesto

El coste del proyecto a desarrollar, posee un presupuesto estimado de Q 10 530.00 el cual la institución estará cubriendo únicamente el costo de las piezas impresas una vez autorizado el proyecto.

Ver anexo 2.

5.9

Grupo objetivo

- El grupo objetivo del proyecto para PAMI Guatemala son los empresarios y trabajadores que apoyan proyectos sociales para el desarrollo y apoyo al crecimiento y bienestar tanto social como individual de los niños.

5.10

Mensaje a transmitir

- Se busca dar a conocer a socios e inversionistas el programa de becas, en apoyo al desarrollo y brindando los servicios básicos de educación, alimentación y salud a los niños y adolescentes, para garantizar un pleno desarrollo personal.

5.12

Insight

Los *insights* son las verdades humanas que derivan de la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores y que generan oportunidades de nuevos productos, estrategias y comunicación accionable para las empresas.²⁹

Listado de *insights* para PAMI Guatemala:

- La educación es un derecho para todos
- Lo que se les da a los niños, ellos lo darán a la sociedad.
- Cultivemos la mente de los niños
- **Eduquemos a la presente generación**

Eduquemos a la presente generación

29. "¿Qué son los insights?", Consumer truth, acceso el 22 de agosto de 2020. <http://www.consumer-truth.com.pe/que-son-los-insights/>.

5.13

Concepto creativo

La idea del concepto creativo publicitario se resuelve normalmente de forma visual, imágenes y textos, que servirán de eje comunicativo y darán forma a todas las herramientas de *marketing* y comunicación que vamos a necesitar para ejecutar la campaña de publicidad, todas ellas conectarán de forma ligada con el concepto creativo publicitario.³⁰

Las estrategias utilizadas para conseguir el concepto creativo que va de la mano junto con el *insight* son:

- Mapa de empatía
- Relaciones forzadas
- Técnica de los 6 sombreros



30. "¿Qué es un concepto creativo?", ADNStudio, acceso el 22 de agosto de 2020. <https://adnstudio.com/que-es-un-concepto-creativo-publicitario-y-como-se-utiliza-en-comunicacion/>.

5.13.1 Mapa de empatía

Sirve para entender mejor al cliente o público objetivo. No es más que ponernos en los zapatos del consumidor para tener un conocimiento más profundo sobre él, su personalidad, su entorno, su visión del mundo, sus necesidades y deseos.³¹



5.13.2 Relaciones forzadas

Una estrategia que parte de un principio clave basado en un método de combinar lo conocido con lo desconocido que obliga a forzar una nueva situación. Pueden surgir ideas originales con esta técnica, resultando muy útil para generar ideas complementarias a un proceso de Brainstorming si vemos que el proceso parece estancado.³²



31. "El mapa de empatía", Design thinking, acceso el 24 de agosto de 2020. <https://designthinking.gal/el-mapa-de-empatia/>.

32. "Relaciones forzadas", Francisco Torreblanca, Relaciones forzadas o aportación del azar, acceso el 22 de agosto de 2020. <https://franciscotorreblanca.es/relaciones-forzadas-aportacion-azar-1/>.

5.13.3 Técnica de los 6 sombreros

Es una herramienta de comunicación que facilita la resolución o el análisis de problemas desde distintos puntos de vista o perspectivas. Se trata de un marco de referencia para el pensamiento que puede incorporar el pensamiento lateral.³³

Entre sus beneficios tenemos:

- Fomenta el pensamiento paralelo
- Fomenta el pensamiento en toda su amplitud
- Separa el ego del desempeño

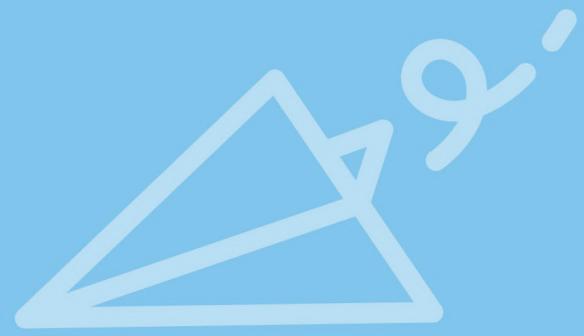
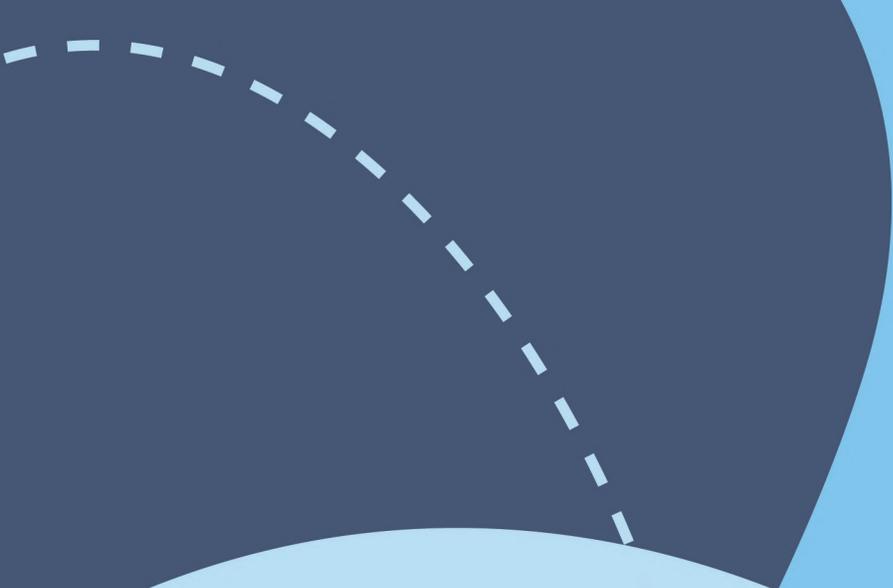


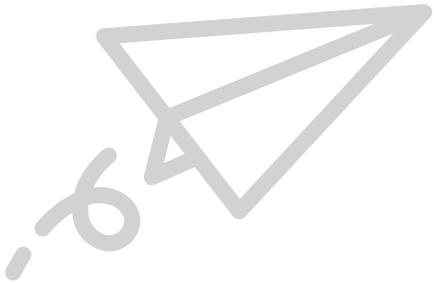
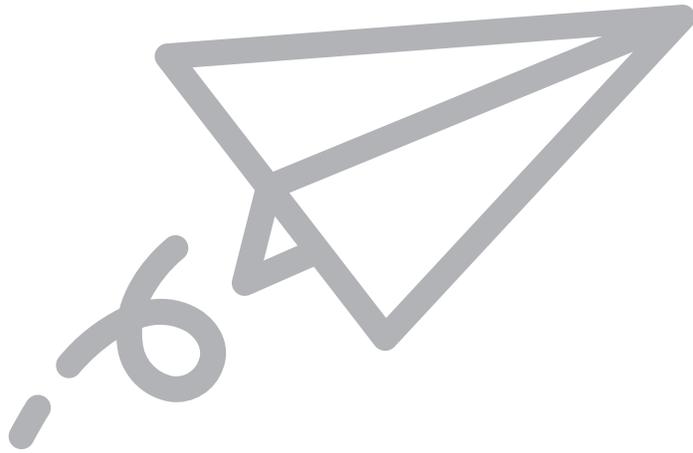
Aprendemos más creciendo



33. "Seis sombreros para pensar", Neuronilla, acceso el 23 de agosto de 2020. <https://www.neuronilla.com/seis-sombreros-para-pensar/>.







06

Proceso gráfico y validación



En el siguiente capítulo se presentan los 3 niveles de visualización, en los que se evidencia el proceso de las piezas finales propuestas para el desarrollo del proyecto.

En el primer nivel se exponen las piezas en el proceso de bocetaje y digitalización, expuestos ante nuestro compañeros de la licenciatura de diseño gráfico y asesores.

En el segundo nivel se realizan cambios con los comentarios de nuestros compañeros y se preparan los artes para ser expuestos ante los expertos en diseño gráfico para nuevos comentarios.

En el tercer nivel se logra evaluar con el grupo objetivo y la ONG en conjunto para obtener comentarios puntuales en cuanto a información, utilización de fotografías y detalles propios de la institución.

6.1

Línea gráfica

Líneas punteadas, simulando el trayecto o camino que recorreremos en nuestra niñez, apegado al Concepto "Creciendo aprendemos más" en donde terminamos de forjar el carácter que nos representa, un avión de papel usando la figura retórica de la metáfora, simulando el perseguir nuestros sueños, aprendiendo a volar y valernos por nosotros mismos.

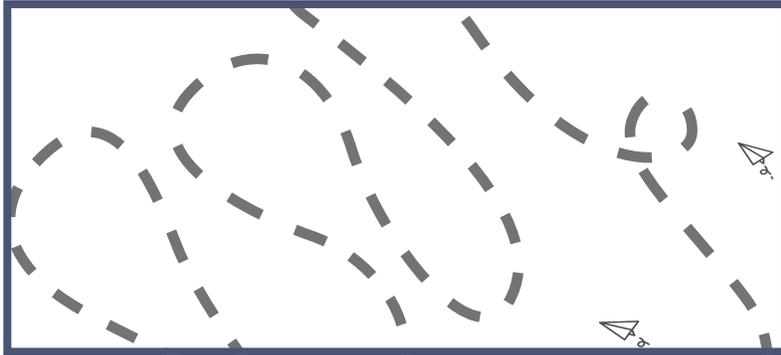


Figura n.º 14. Línea Gráfica. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Se escoge la plastilina como un método de creación de las "figuras abstractas" simulando ser un niño, ya que este conforme crece, aprende, descubre e interactúa, se va moldeando un carácter, un pensamiento crítico y se forma como persona que logra luchar por sus sueños.

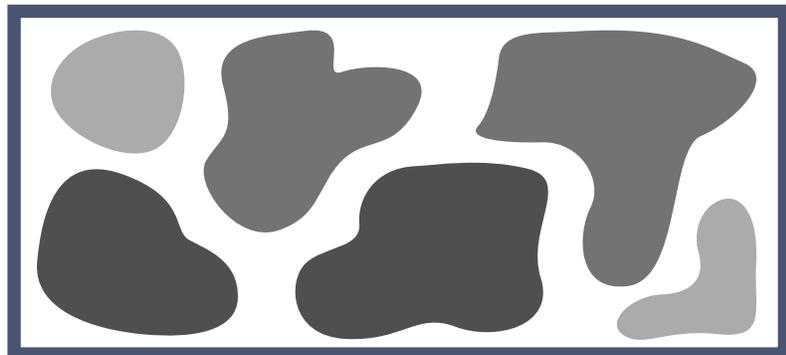


Figura n.º 15. Línea Gráfica. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

6.2

Primer nivel de visualización

6.2.1 Muestra

El proceso de validación en este nivel se presenta ante mi grupo de 12 compañeros de clase entre las edades de 23 a 30 años de edad, quienes optamos para la licenciatura de diseño gráfico y nuestro asesor de proyecto de graduación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

6.2.2 Metodología

El método usado para este nivel es el grupo focal el cual se llevó a cabo en la clase del proyecto de graduación, se presenta tipografía, colores y posibles bocetos y primeros digitales.

Nuestros compañeros de clase dan sus comentarios acorde a lo aprendido a lo largo de la carrera para tomarlos en cuenta y realizar los cambios necesarios y preparar las piezas para el segundo nivel de visualización ante los profesionales de diseño.

6.2.3 Piezas presentadas

- Tipografía
- Primera paleta de colores
- Bocetos post redes
- Bocetos bifoliar
- Bocetos cuadro decorativo
- Bocetos personajes
- Primer digital personajes
- Primer digital cuadro

6.2.4 Autoevaluación

En este primer nivel se realiza el proceso de autoevaluación, por medio de un cuadro que el asesor de proyecto brindó, con varios aspectos que los artes seleccionados deben cumplir para pasar a la etapa de digitalización.

Las piezas se evalúan con una calificación de 1 a 5 (siendo 5 el máximo) por aspecto mostrado en el formato, para llegar a un total de 50 pts.



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS		
		1	2	3
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.	4	3	4
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	5	3	5
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.	4	3	4
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.	4	4	4
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.	5	4	4
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, mas especifica es su referencia.	4	3	3
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.	5	4	4
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.	5	3	4
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	5	4	5
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.	4	4	4
TOTAL		45	35	41

Anexo 3. Autoevaluación

6.2.5 Bocetaje a mano

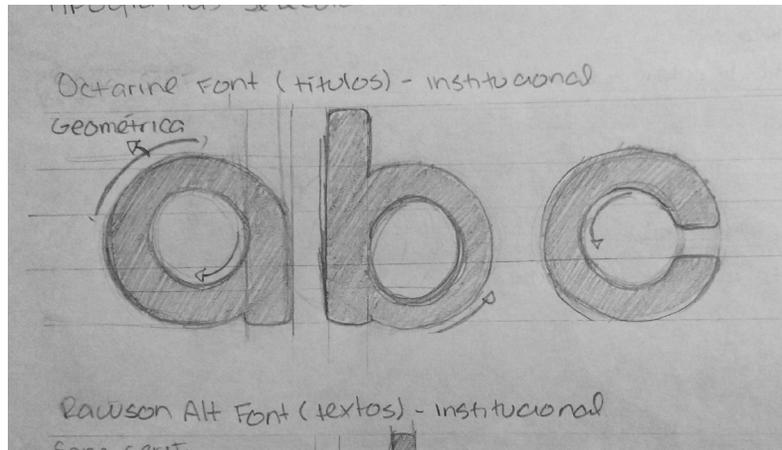


Figura n.º 16. Bocetaje 1. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

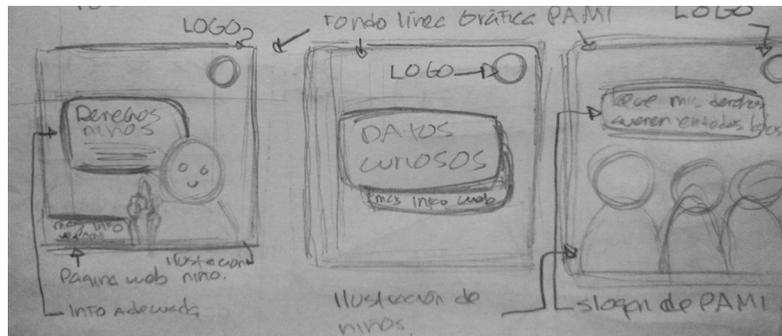


Figura n.º 17. Bocetaje 2. PAMI Guatemala. Elaboración propia.



Figura n.º 18. Bocetaje 3. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

6.2.6 Primera digitalización

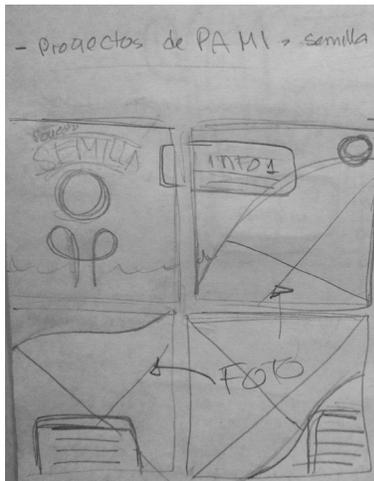


Figura n.º 19. Bocetaje 4. PAMI Guatemala.
Elaboración propia.



Figura n.º 20. Bocetaje 5. PAMI Guatemala.
Elaboración propia.



Figura n.º 21. Bocetaje 5. PAMI Guatemala.
Elaboración propia.

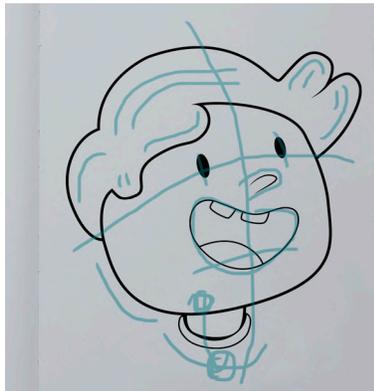


Figura n.º 22. Bocetaje 6. PAMI Guatemala.
Elaboración propia.

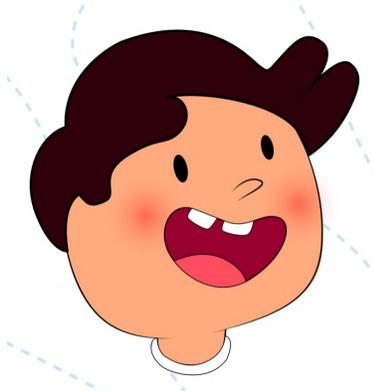


Figura n.º 23. Digital 1. PAMI Guatemala.
Elaboración propia.

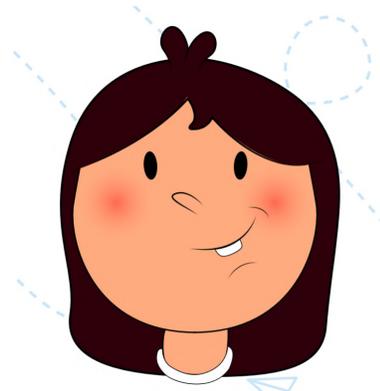


Figura n.º 24. Digital 2. PAMI Guatemala.
Elaboración propia.



Figura n.º 25. Digital 3. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Las primeras correcciones brindadas por los compañeros y el asesor son:

- En el cuadro decorativo trate la forma de no cortar extremidades de los niños en las fotos colocadas, agregar menos texto y puntual para agrandar el tipo de letra, colocar el logo del "programa de becas" al cual se le hace el proyecto.
- Tratar que los personajes no sean muy caricaturescos y darles más personalidad de un niño en un rango de 8 a 10 años de edad.
- Mejorar aplicación de la línea gráfica y contraste de colores.

6.3

Segundo nivel de visualización

6.3.1 Muestra

En este proceso de validación, se debió contactar a profesionales de diseño para presentar las piezas en desarrollo al proyecto de graduación, con las correcciones aplicadas del primer nivel.

6.3.2 Metodología

El método usado para este nivel es el grupo focal el cual se llevó a cabo mediante una videoconferencia a través de ZOOM, presentando línea gráfica, tipografía y textos reales, post, entre otros. Se anotaron las correcciones y comentarios que los diseñadores brindaron para mejorar las piezas y seguir realizando un proyecto de calidad.

6.3.3 Piezas presentadas

- Línea gráfica
- Paleta de colores
- Tipografía y textos reales
- Cuadro digital corregido
- Primeros post digitalizados
- correcciones personajes
- Primer digital bifoliar



Sonia García

Diseñadora SERVICOMP

- Cuidar fotos y recortes de los niños mientras se aplica la línea gráfica, para no cortar extremidades de las personas.
- Los personajes son adecuados y versátiles para ser adaptados a los artes necesarios a futuro.
- En los personajes agrandar un poco más las extremidades para hacerlos ver más adecuados a su rango de edad (8-10 años)



Patricia Valladares

Arte finalista CTP Digital

- Cuidar los excesos en los artes destinados a impresión para que no se corte información importante o quede muy pegado al margen a la hora de impresión.
- Cuidar la comunicación "Tú a Tú" en los post de redes sociales.
- Los personajes me parecen muy interesantes y llamativos.



Soledad García

Diseñadora ZELSA Guatemala

- La línea gráfica me parece adecuada, y representa el concepto.
- Los colores utilizados en los artes son muy llamativos, más no molesta a la vista, causan una buena impresión y distribución de información por importancia.
- Los personajes se apegan mucho a la línea gráfica creada, y su utilización es ilimitada para la comunicación de la ONG.

6.3.4 Digitalización segunda fase



Figura n.º 25. Digital 3. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Cuadro decorativo del programa de becas.

- Funciona separado
- Aplicación de la línea gráfica
- Muestra el enfoque del proyecto
- Información puntual del programa
- Fotos actuales realizando actividades motrices



Figura n.º 26. Digital 4. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Personajes cuerpo completo

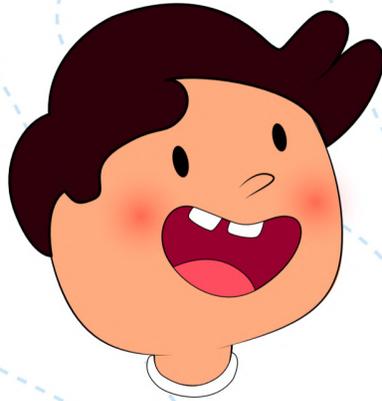


Figura n.º 23. Digital 1. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

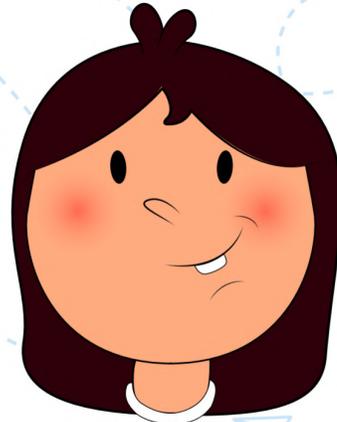


Figura n.º 24. Digital 2. PAMI Guatemala. Elaboración propia.



Figura n.º 27. Digital 5. PAMI Guatemala. Elaboración propia.



Figura n.º 28. Digital 6. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Post Expectativa



Figura n.º 29. Redes 1. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Post Lanzamiento



Figura n.º 30. Redes 2. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Post Seguimiento



Figura n.º 31. Redes 3. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Digital bifoliar con información del programa



Figura n.º 32. Bifoliar 1. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Entre las correcciones puntuales de los profesionales están:

- Cuidar el interlineado del texto en los artes a impresión para evitar palabras sueltas o "ríos".
- Tratar de no repetir imágenes en los post de de redes.
- Cuidar el lenguaje con el que se está comunicando en redes.
- Agregar un fondo a los personajes para que no estén volando.



Figura n.º 33. Bifoliar 2. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

6.4

Tercer nivel de visualización

6.4.1 Muestra

En este proceso de validación se presenta el proyecto ante la ONG y el grupo objetivo, para recibir comentarios y posibles cambios finales de los artes, antes de pasar a la exposición de la propuesta final de las piezas de diseño. Ver anexo 4.

6.4.2 Metodología

El método usado para este nivel es el grupo focal mediante una videoconferencia por Skype con la ONG y sus representantes para presentar desde línea gráfica hasta las últimas piezas actualizadas según las correcciones de los profesionales.

Se reciben comentarios puntuales en cuanto a texto y fotografías utilizadas en los diferentes artes.

6.4.3 Piezas presentadas

- Línea gráfica
- Paleta de colores final
- Tipografía y textos reales
- Cuadro digital
- Post digitalizados
- Personajes
- Bifoliar digital

6.4.4 Piezas digitales



Figura n.º 27. Digital 5. PAMI Guatemala.
Elaboración propia.

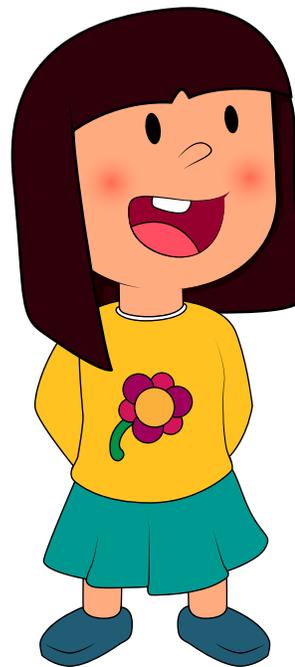


Figura n.º 28. Digital 6. PAMI Guatemala.
Elaboración propia.

El diseño de los personajes les encantó, esto debido a que los dos niños parecen bastante inocentes, agradables, que dan la sensación de felicidad. Como cambio mínimo, sugirieron que para que el niño se viera acorde a su edad (8 a 10 años) sustituir la pantaloneta por un pantalón de lona completo.

Fuera de ese cambio indican que estos personajes son muy adaptables a futuros artes para generar interacción con sus seguidores en redes sociales.



Figura n.º 26. Digital 4. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Cuadro decorativo del programa de becas.

- Cambiar "departamento" por "municipio"
- Se podría imprimir en un formato de 100 x 100 cm
- Evaluar las fotos utilizadas, les gustaría que hubiese un mix entre niños y adolescentes, no solo niños.
- Les agrada la línea gráfica creada
- Indican que los colores utilizados se apegan a la línea original de PAMIGuatemala.

Post expectativa y seguimiento

- En el primer y tercer post de expectativa, cambiar la palabra "futuro" por "presente".
- En el post de seguimiento, valuar si colocar la página web o enlazar la publicidad hacia el messenger o el correo electrónico del programa.
- En el último post de seguimiento, cambiar la foto porque está repetida en los de lanzamiento.
- Les agrada la forma de presentar el proyecto, lo ven funcional y práctico para mantener activas sus redes.

Post de Expectativa



Figura n.º 29. Redes 1 - PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Post de Expectativa



Figura n.º 30. Redes 3. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Diseño de banner Facebook

Los comentarios acerca del banner son:

- Agradó como se aplica la línea gráfica, colores y tipografía.
- Gustó que es adaptable para computadora y para celular.
- Recomendaron agrandar un poco más el logo de PAMI, que el cuadro de texto no se encuentre muy encima del niño.



Figura n.º 34. Banner Facebook 1. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

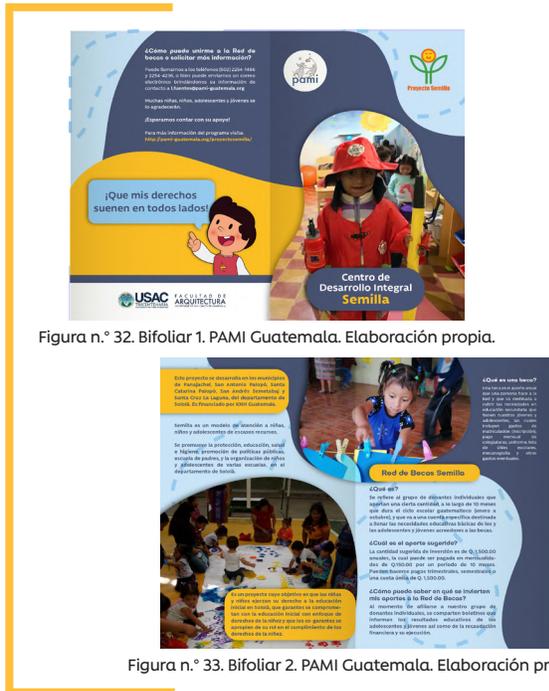


Figura n.º 32. Bifoliar 1. PAMI Guatemala. Elaboración propia.



Figura n.º 33. Bifoliar 2. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Diseño del bifoliar

Los comentarios acerca del bifoliar son:

- Agradó la integración de la línea gráfica, nuevamente mencionan que es muy adaptable la línea y no molesta a la vista, generando un buen recorrido y bastante llamativo.
- Verificar los espacios entre palabras.
- Se dio una segunda revisión para que la información no estuviera desactualizada y se compartieron los textos lo antes posible.
- Evaluar el tema del mix de fotos como en el cuadro decorativo para enlazar mejor hacia quien va dirigida la información del programa de becas.

6.5

Propuestas finales

Luego de realizar el 3.er nivel de visualización presentado al grupo objetivo y a la ONG, se procede a analizar y recopilar los comentarios y observaciones dadas para últimos cambios de las piezas a entregar.

A partir de esas correcciones obtenidas se realizan los cambios necesarios para desarrollar la propuesta final de los materiales a entregar.

A continuación, se presenta la vista preliminar de las propuestas diseñadas.



Cuadro decorativo e informativo



Figura n.º 35. cuadro adorno mockup. PAMI Guatemala. Elaboración propia.



Figura n.º 36. cuadro piezas. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Post expectativa



Figura n.º 37. Post expectativa mockup. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Post lanzamiento



Figura n.º 38. Post lanzamiento. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Post seguimiento



Figura n.º 39. Post seguimiento. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Bifoliar informando el programa de becas



Figura n.º 40. Bifoliar mockup. PAMI Guatemala. Elaboración propia.



Figura n.º 41. Bifoliar 3. PAMI Guatemala. Elaboración propia.



Figura n.º 42. Bifoliar 4. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Banner de Facebook



Figura n.º 32. Banner Facebook 1. PAMI Guatemala. Elaboración propia.



Figura n.º 43. Banner facebook mockup. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

Personajes ilustrados



Figura n.º 44. Personajes mockup. PAMI Guatemala. Elaboración propia.



Figura n.º 45. Personajes finales. PAMI Guatemala. Elaboración propia.

6.6

Justificación

A continuación, se realiza la justificación de las piezas que forman parte del proyecto de graduación creado para la institución.

De las piezas expuestas mencionaremos varios elementos como:

- Tipografía
- Colores
- Diagramación
- Formato



6.6.1 Tipografía

En una pieza gráfica no solo se debe tomar en cuenta el elemento gráfico o icónico a destacar, no solo debe haber una diagramación de los elementos adecuada dentro del espacio de trabajo, el elemento gráfico no solo debe depender de la paleta de colores y línea gráfica, sino se debe tomar en cuenta la tipografía, ya que esta juega un papel muy importante para ayudar a informar, comunicar y hacer un llamado a la acción hacia quien está viendo la pieza gráfica.

En este proyecto se logran implementar de manera efectiva las tipografías institucionales de PAMI Guatemala en cada pieza expuesta.

Se utiliza la Familia *Sans serif* "Octarine" para resaltar títulos y subtítulos, debido a sus trazos gruesos, la geometría en las letras y su fácil reconocimiento entre cuadros de texto para separar temas entre sí.

Se utiliza la Familia *Sans Serif* "Rawson Alt" para cuadros de texto, ayudando a tener una legibilidad fluida, utilizando su variedad de versiones (*medium*, *bold* e *italic*) ayuda a crear un dinamismo entre los cuadros de texto, rompiendo el dicho que dice "mucho texto cansa la vista".

Octarine Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Rawson Alt Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Rawson Alt Medium

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

6.6.2 Colores

Los colores en la pieza gráfica deben tomarse como un gran apoyo ya que van de la mano junto con la línea gráfica para forjar una identidad; los colores ayudan a distinguir una marca de otra.

Los colores utilizados en el siguiente proyecto se extraen gracias a la paleta de colores institucionales de PAMI GUATEMALA que entre estos se encuentran celestes, azules y amarillo ocre, con una variación que vaya acorde a la línea gráfica expuesta creada.

La combinación de la paleta de colores es bastante llamativa, llegando a ser agradable a la vista, dando una sensación de tranquilidad, seriedad, dinamismo y a su vez, generando un contraste equilibrado entre la variación de azules y el amarillo en conjunto.



R - 201
G - 225
B - 246

C - 25%
M - 05%
Y - 00%
K - 00%

c9e1f6



R - 149
G - 199
B - 237

C - 45%
M - 10%
Y - 00%
K - 00%

95c7ed



R - 251
G - 187
B - 33

C - 00%
M - 30%
Y - 90%
K - 00%

fbbb21



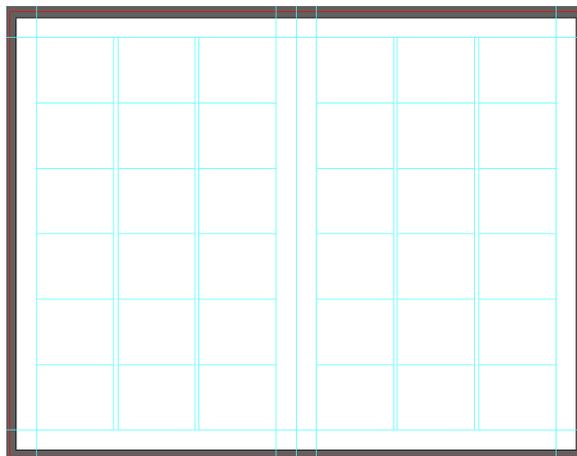
R - 67
G - 80
B - 116

C - 80%
M - 65%
Y - 30%
K - 20%

435074

6.6.3 Diagramación

La diagramación ayuda a colocar ordenadamente los elementos expuestos dentro de una hoja de trabajo, generando un buen recorrido visual un equilibrio dentro del mismo.



Para la diagramación de las piezas se utiliza una retícula modular, variando la cantidad de columnas dentro del espacio de trabajo, generando un orden de los elementos y un recorrido visual uniforme.

Se deja un exceso de 0.125 pulgadas de ancho y largo, siendo lo usual para archivos que son destinados a impresión, para que al momento del corte no se pierda información importante.

Por último se deja un margen a las orillas de 1 cm y en interiores de 1.25 cm, en el que el rectángulo creado es destinado a la colocación de textos.

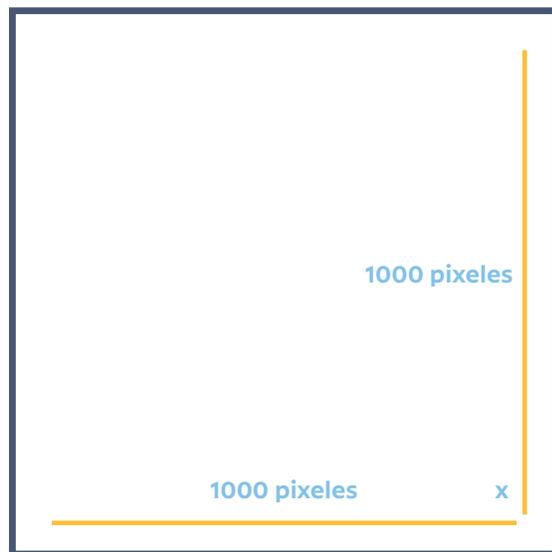
6.6.4 Formato

Son las medidas que definen los diferentes artes, habiendo medidas establecidas para redes sociales y medidas para impresión, estas últimas son más libres por la variedad de métodos de impresión.

A continuación se detallan las medidas utilizadas para las diferentes piezas de diseño creadas para el proyecto de graduación.

Medidas para post de Facebook

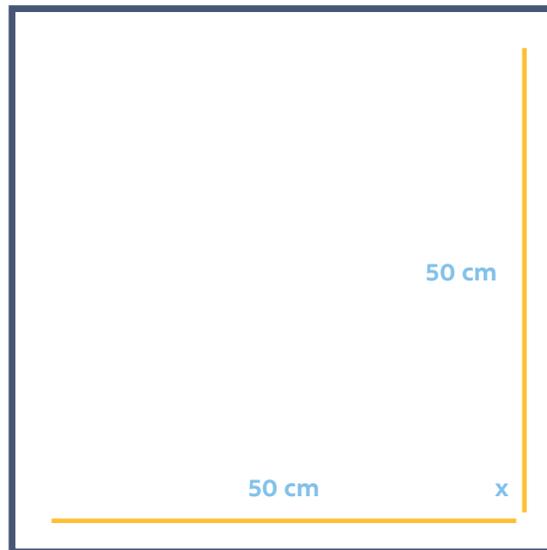
Campaña expectativa, lanzamiento y seguimiento



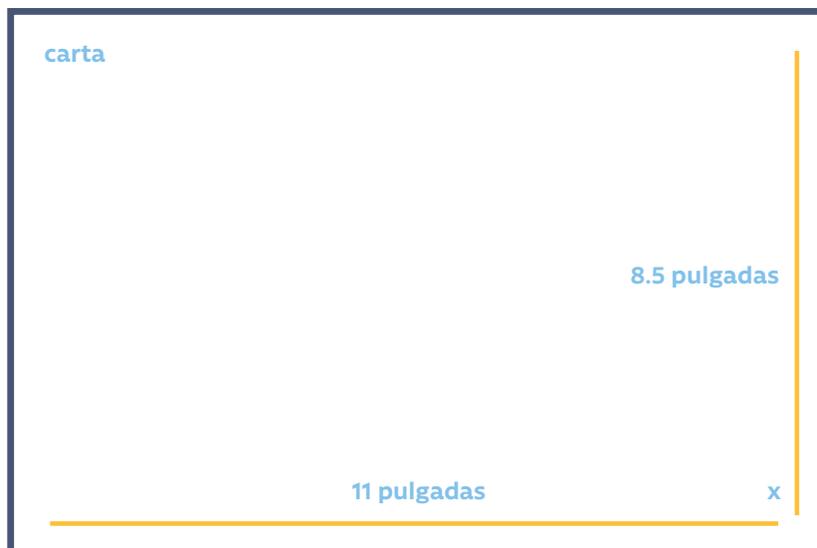
Medidas para banner de Facebook



Medidas
Cuadro decorativo



Medidas
Bifoliar informativo



6.7

Lineamientos para la puesta en práctica

Los lineamientos son reglas que se deben seguir para el uso, reproducción y difusión de las piezas finales, destinadas a impresión y digitales en apoyo al proyecto realizado para la institución.

Las piezas mencionadas anteriormente fueron trabajadas en Adobe Illustrator versión 2020 (Ai) para vectores y posteriormente exportarlos a Adobe Photoshop 2020 (Ps), en el cual se realiza el editable correspondiente destinado a digital o impresión.



6.7.1 Utilización del material

Todos los archivos se encuentran en editable en Ai y Ps versión 2020 antes mencionada, el diseñador encargado podrá modificar y crear nuevas formas y patrones acorde a la línea gráfica establecida, para la edición y creación de nuevas piezas impresas y digitales que sean necesarias.

En el caso de las tipografías se utilizan las institucionales, por lo tanto no debería de modificarse el texto a la hora de abrir los editables.

6.7.2 Reproducción del material

Para los artes impresos se deja una versión final en PDF, tamaño real, con los textos bloqueados para que no haya un error de reproducción, en alta resolución, líneas de corte y el exceso que ayuda a que no se vean márgenes blancos que no correspondan al arte final al momento de cortar.

6.7.3 Difusión digital

Los post creados incitan a los seguidores en redes sociales (Facebook e Instagram) a indagar más acerca del programa de becas que ofrece la institución, tanto en mensaje privado, correo o bien la página web; estos son creados con el fin de interactuar con sus seguidores y mantenerlos informados.

6.8

Aporte económico

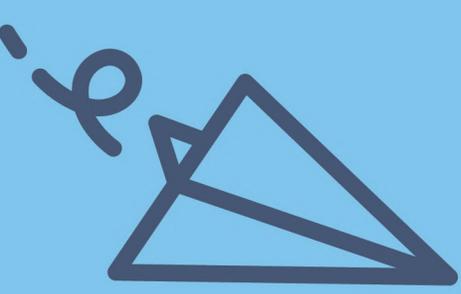


Es un presupuesto basado en los meses en los cuales se realizó el proyecto de graduación para PAMI Guatemala (aproximadamente 8 meses) en los que se incluye desde el proceso de investigación, elaboración del Brief y elaboración de las piezas finales.

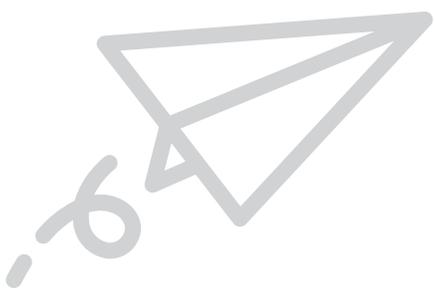
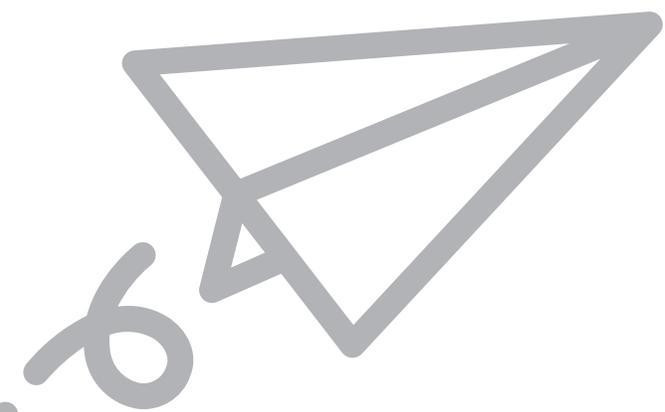
Detallando el costo por proceso realizado por parte del epesista de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-.

1	COSTOS FIJOS	
	Agua	Q480
	Luz	Q2,120
	Internet	Q2,800
	Teléfono	Q400
2	Costos Variables	
	Papel	Q34.90
	Insumos de escritorio	Q90
	Impresiones	Q100
	Transporte	Q320
	Equipo técnico y suministros	Q150
3	Proceso de Diseño	
	Investigación y diagnóstico	Q3,000
	Elaboración del plan operativo	Q500
	Elaboración del Brief	Q1,000
	Elaboración de Insight y Concepto Creativo	Q3,000
	Bocetaje	Q1,500
	Digitalización	Q2,000
	Validaciones (tres niveles de validación y correcciones)	Q3,000
	Impresiones finales	Q400
3	Depreciación de equipos (33% anual)	Q2,243.67
4	Honorarios del Diseñador (3 meses trabajados)	
	Honorarios (precio por mes Q4,000)	Q12,000
5	Impuestos	
	Impuesto del Valor Agregado (IVA)	Q4,756.63
	TOTAL	Q44,395.20

Figura n.º 46. Presupuesto final. PAMI Guatemala. Elaboración propia.







07

Conclusiones, recomendaciones y lecciones



En este capítulo se exponen las conclusiones tras haber realizado el proyecto en apoyo a PAMI Guatemala, se dan recomendaciones a la Escuela de Diseño, a los futuros epesistas y a la ONG para facilitar procesos, comunicación y estar más preparados ante una posible nueva pandemia.

7.1

Conclusiones

Se colaboró con la institución para la creación de una campaña social, para trasladar la información de una forma eficiente a los socios e inversionistas sobre el programa de becas en apoyo a niños y adolescentes para su superación académica.

Se logra desarrollar de una forma efectiva el cómo comunicar la campaña social, para la difusión de la información del programa de becas y así generar un apoyo económico por parte de los inversionistas y socios hacia los niños y adolescentes que la ONG apoya con el proyecto.

Mediante el diseño de la campaña social, a través de medios digitales como Facebook e impresos como un cuadro decorativo y un bifoliar con la información del programa de becas, se logró comunicar de una forma efectiva los beneficios que surgen del apoyo económico de los socios e inversionistas de este programa, para el desarrollo educativo de los niños y adolescentes y ayudarles a construir un mejor futuro.

7.2

Recomendaciones

7.2.1 Escuela de Diseño Gráfico

1. Tomando en cuenta lo sucedido este año con el virus, al momento de regresar a las instalaciones educativas, es bueno mantener la plataforma virtual alimentada con el material de apoyo de la clase como se viene trabajando y fomentar las retroalimentaciones o consultas que los estudiantes posean hacia los licenciados por medio de una reunión virtual, dejando en un segundo plano la comunicación a través del correo institucional.

2. Tomar en cuenta que hay ciertos cursos dentro del pensum que están desactualizados, hay que seguir enseñando sobre la creación del *Insight* y concepto creativo en los primeros semestres, siendo esto de vital importancia, ya que es muy útil para el proyecto de Rayarte en el tercer año, como para los siguientes semestres de licenciatura. El desarrollo de objetivos y planteamiento del problema es algo que puede reforzarse dentro de los cursos de investigación y diseño y proyecto de graduación.

7.2.2 Futuros epesistas

1. Traten de hacer su diagnóstico a conciencia, si les envían cambios tras cambios en protocolo, no se enojen y no desesperen, son cosas que pasan y sus asesores están para apoyarlos toda vez vean el interés y entrega que cada uno pone en el proyecto.

2. Mantengan una buena comunicación y relación con la institución con quien hacen el proyecto, ya que son ellos quienes tienen la última palabra sobre, si su pieza de diseño es funcional o no, porque son ellos los profesionales quienes conocen a fondo al grupo objetivo y quienes utilizarán su trabajo al final.

3. Disfruten el proceso de proyecto de graduación, si tienen miedo no se desalienten y que les sirva de impulso para dar lo mejor de ustedes. Se debe creer en el proyecto para no estresarse, de una u otra forma el trabajo saldrá adelante. Además, servirá de gran ayuda a la institución a la cual se encuentren apoyando.

7.2.3 A la ONG -PAMI Guatemala-

Agradezco el apoyo durante todo el proyecto de graduación y EPS, sobre todo enfrentando algo nuevo como la pandemia de COVID-19.

La recomendación para recibir a futuros epesistas de la Universidad de San Carlos de Guatemala es quizá realizar la actualización de datos dentro de su página web, documentos impresos y seguir haciendo el gran trabajo que hacen, sigan con la comunicación constante, el estar pendientes del desarrollo del proyecto y tener las retroalimentaciones a través de las videoconferencias por seguridad o bien reuniones dentro de la sede para llevar un mejor control del avance de EPS.

7.3

Lecciones aprendidas

En el proceso, uno aprende a ver la importancia de los diseñadores, aprendemos a valorarnos como profesionales y terminamos de desarrollar las habilidades necesarias para los futuros retos que tengamos en nuestra carrera.

Al hacer un breve recorrido comprendí la carga de trabajo que se tiene al momento de hacer un proyecto desde cero, en donde la única información que uno tiene es el contacto de la institución, los cursos de EPS y Proyecto de Graduación, los cuales te dan una guía para iniciar el proyecto, junto a la dedicación, perseverancia y las habilidades sociales que uno desarrolla en el camino es como logra sacar adelante el proyecto.

Hacer el proceso de investigación, la observación para detectar un problema, e iniciar y desarrollar el protocolo hasta su digitalización, consume un tiempo significativo llegando a ser desgastante en cierto punto, pero si no es de esa forma, uno no logra comprender la importancia que conlleva un proyecto a desarrollar, siendo el miedo y la adrenalina lo que ayuda a tomar riesgos, lo que nos hace seguir adelante aun cuando se ve lejano el destino y solo queda seguir avanzando.

Aprendí a escuchar las recomendaciones de otros profesionales del diseño, sin embargo, me costaba recibir una retroalimentación de mis compañeros, asesores superiores y por parte de la institución. Es bueno saber escuchar y prestar atención a los detalles descritos y darles la importancia que merecen, porque uno no llega a comprender el tiempo que se toman las personas para retroalimentarnos con su conocimiento en el área, para darnos una forma más fácil para alcanzar nuestros objetivos

del proyecto. Los asesores de clase y la institución son quienes poseen el conocimiento y saben el comportamiento de su grupo objetivo, que al final son todos estos detalles los que nos ayudan al desarrollo del proyecto.

Debido a la problemática que hubo en este año sobre el virus de la COVID-19, la modalidad del proyecto de graduación cambió drásticamente y siendo este el primer año que se imparten de manera virtual tanto los cursos, como el desarrollo de EPS en conjunto con la ONG, llevando el trabajo de campo a reuniones en las plataformas virtuales como Skype y ZOOM, siendo para algunas personas algo nuevo, tratando de acomodarse a la "nueva normalidad" sin embargo, nuestros asesores de cursos lograron acoplarse de una forma excelente a las plataformas para guiarnos en todo el proceso, estando al pendiente de la comunicación entre la ONG y nosotros como epeistas.

7.4

Bibliografía

ADN Studio. "¿Qué es un concepto creativo?". Acceso el 22 de agosto de 2020. <https://adnstudio.com/que-es-un-concepto-creativo-publicitario-y-como-se-utiliza-en-comunicacion/>.

Asociación PAMI Guatemala "Historia". Acceso el 26 de febrero de 2020 <http://pami-guatemala.org/historia-completo/>.

Asociación PAMI Guatemala. "Programas" Acceso el 26 de febrero de 2020 <http://pami-guatemala.org/nuestros-p/>.

Asociación PAMI Guatemala. "¿Quiénes somos?". Acceso el 27 de agosto de 2020 <http://pami-guatemala.org/quienes-somos/>.

Bran media. "La publicidad social, directa al corazón". Acceso el 25 de agosto 2020. <https://brandmedia.es/la-publicidad-social-directa-al-corazon/>.

CIPRODENI. "Nosotros". Acceso el 27 de agosto de 2020. <https://www.ciprodeni.org/quienes-somos/>.

Consumer truth. "<<¿Qué son los insights?>>" acceso el 22 de agosto de 2020. <http://www.consumer-truth.com.pe/que-son-los-insights/>.

Design thinking. "El mapa de empatía". Acceso el 24 de agosto de 2020. <https://designthinking.gal/el-mapa-de-empatia/>.

EDUCO, el enfoque de derechos. "Nosotros" Acceso el 27 de agosto de 2020. <https://educu.org.gt/>.

El refugio de la niñez, 10 años construyendo sueños. "¿Quiénes somos?". Acceso el 27 de agosto de

2020. <http://www.refugiodelaninez.org.gt/>.

Enciclopedia jurídica. "Derecho" edición 2020, acceso el 31 de marzo de 2020. <http://www.encyclopedia-juridica.com/d/derecho/derecho.html>.

Escuela Superior de Diseño de Barcelona, ESDesign. "Importancia del diseño publicitario en las empresas actuales". Acceso el 17 de agosto de 2020. <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/la-importancia-del-diseno-publicitario-en-las-empresas-actuales>.

Eumed, Revista caribeña de Ciencias Sociales 2254-7630. "Análisis de los distintos tipos de campañas publicitarias..." Acceso el 25 de agosto 2020. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/tipos-campanas-publicitarias.html>.

Factoría Creativa, Brand Design Barcelona. "Tendencias de diseño gráfico". Acceso el 25 de agosto de 2020. <https://www.factoriacreativabarcelona.es/blog/tendencias-del-diseno-grafico/>.

Formación en Red. "Las 6 W's". Acceso el 25 de agosto de 2020 http://formacion.intef.es/pluginfile.php/52520/mod_imsctp/content/2/tcnica_6ws.html.

INE Guatemala. "Tasa de desempleo". Acceso el 14 de agosto de 2020. <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2020/01/15/20200115173246F-CRG98JyTWVAtsV4Lmtyn43QFgTufmZg.pdf>.

Infancia sin fronteras. "Conócenos". Acceso el 27 de agosto de 2020. <https://infanciasinfronteras.org/conocenos/>.

Instituto de Lima IDAT. "11 Ramas del Diseño Gráfico". Acceso el 16 de agosto de 2020. <https://www.idat.edu.pe/blog/11-ramas-del-diseno-grafico-que-debes-conocer>.

Jara, Camila, Humanium. "Derechos de los niños". Acceso el 31 de marzo de 2020. <https://www.humanium.org/es/definicion/>.

La Alianza Guatemala. "¿Para quiénes trabajamos?". Acceso el 27 de agosto de 2020. <http://www.la-alianza.org.gt/para-quienes-trabajamos/>.

Naciones Unidas. "Derechos humanos". Acceso el 31 de marzo de 2020. <https://www.un.org/es/sections/issues-depth/human-rights/index.html>.

Neuronilla. "Seis sombreros para pensar". Acceso el 23 de agosto de 2020. <https://www.neuronilla.com/seis-sombreros-para-pensar/>.

Pérez, Cristian y Laura Ibarrola, Humanium. "Declaración sobre los derechos de los niños". Acceso el 31 de marzo de 2020. <https://www.humanium.org/es/declaracion-1959/>.

Save The Children, Guatemala. "¿Qué hacemos?". Acceso el 27 de agosto de 2020. <https://guatemala.savethechildren.net/es/>.

Torreblanca, Francisco, Relaciones forzadas o aportación del azar. "Relaciones forzadas". Acceso el 22 de agosto de 2020. <https://franciscotorreblanca.es/relaciones-forzadas-aportacion-azar-1/>.

UNICEF para cada niño. "El trabajo infantil". Acceso el 01 de agosto de 2020. <https://www.unicef.es/noticia/el-trabajo-infantil>.

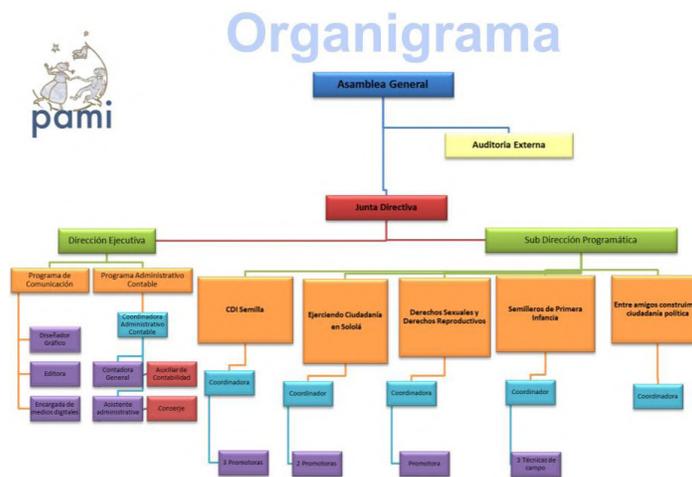
UNICEF para cada niño. "El trabajo infantil". Acceso el 14 de agosto de 2020. <https://www.unicef.es/noticia/el-trabajo-infantil>.

UNICEF para cada niño. "¿Qué hacemos?". Acceso el 27 de agosto de 2020. <https://www.unicef.org/guatemala/qu%C3%A9-hacemos>.

7.5

Anexos

Anexo 1 - Organigrama PAMI



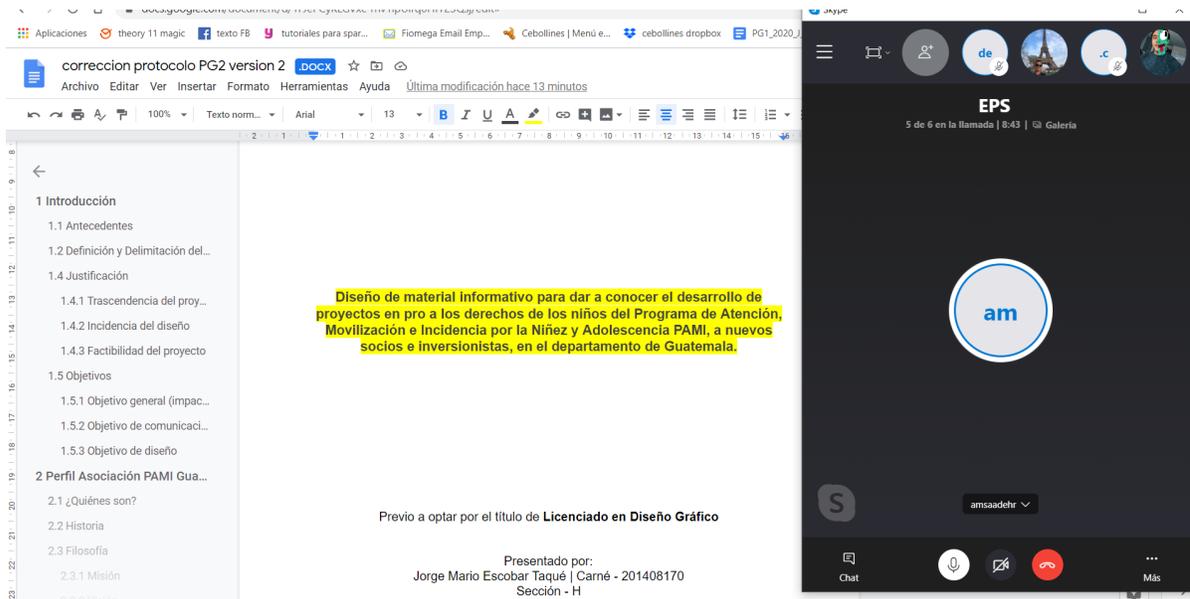
Anexo 2 - Presupuesto inicial

Asociación PAMI Guatemala		
	Descripción	Costo
Planeación		
	Elaboración del Brief del proyecto	Q1600
	Key visual	Q250
	Seguimiento y Coordinación	Q250
Conceptualización		
	Desarrollo de Insight y concepto creativo	Q1000
	Definición de línea gráfica	Q350
	Proceso de bocetaje 1, 2 y 3	Q500
	Selección del boceto	Q150
	Digitalización y maquetación	Q500
Contenido		
10	Revisión de Textos (Q150 por página)	Q1,500
2	Cambios en texto (100 por página)	Q200
	Revisión final	Q150
Otros		
8	Retoque de fotografía (Q60 por foto)	Q480
	Material de librería	Q250
2m	Animaciones (Q25 x segundo)	Q3000
	Cambios del cliente	Q350
	TOTAL	Q10,530.00

Anexo 2 - Autoevaluación

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS		
		1	2	3
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.	4	3	4
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	5	3	5
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.	4	3	4
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.	4	4	4
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.	5	4	4
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.	4	3	3
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.	5	4	4
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.	5	3	4
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	5	4	5
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.	4	4	4
TOTAL		45	35	41

Anexo 3 - Tercera visualización



Guatemala, octubre 10 de 2023

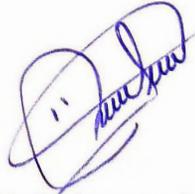
Arquitecto
Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano en funciones
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación ***Diseño de campaña social para promover el proyecto de becas del Programa de Atención, Movilización e Incidencia por la Niñez y Adolescencia PAMI, en el departamento de Guatemala***, del estudiante **Jorge Mario Escobar Taqué** de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, carné universitario número: **201408170**, previamente a conferírsele el título de ***Diseñador Gráfico*** en el grado académico de Licenciado.

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.

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



Keila Ivonne Lepe
Licenciada en Letras
Colegiado núm. 29 550

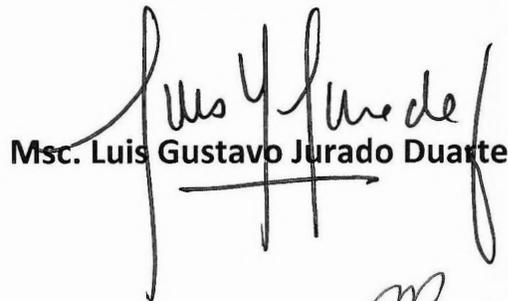
“Diseño de campaña social para promover el proyecto de becas del Programa de Atención, Movilización e Incidencia por la Niñez y Adolescencia PAMI, en el departamento de Guatemala.”

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Jorge Mario Escobar Paqué

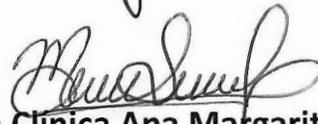
Asesorado por:



Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte



Msc. Carlos Enrique Franco Roldan



Psicología Clínica Ana Margarita Soza Chávez

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

