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

Diseño de estrategia de comunicación para redes sociales para el reconocimiento institucional para futuros donantes para la Asociación Esperanza Juvenil en Guatemala.

Presentado por:
Diego Rodas Ramírez

Para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, agosto del 2025

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

Diseño de estrategia de comunicación para redes sociales para el reconocimiento institucional para futuros donantes para la Asociación Esperanza Juvenil en Guatemala.

Presentado por:
Diego Rodas Ramírez

Para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, agosto del 2025

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. Licda. 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

MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor Metodológico

M.A. Lic. Miriam Isabel Meléndez
Asesora Gráfica

Lic. Susana Elizabet Rios
Tercer Asesora

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por su guía constante y por ser mi fuente de fortaleza. Su acompañamiento ha sido esencial en cada etapa de este proceso.

A mi papá, cuyo apoyo incondicional ha dejado huellas en mi vida y hacido una referencia a poder seguir adelante.

A mi mamá, por su apoyo y dedicación. Su amor y sabiduría han sido elementos esenciales en mi crecimiento personal y académico. Agradezco sinceramente todo lo que ha hecho y continúa haciendo por mí.

A mis hermanos, quienes han estado a mi lado en los momentos más difíciles. Un respaldo y sinceridad han sido fundamentales en mi viaje. Valoro profundamente su apoyo constante a lo largo de estos años.

A mi familia, por ser mi soporte y aliento durante esta travesía académica. Su comprensión y motivación han sido un impulso invaluable que me ha permitido enfrentar los desafíos con determinación.

A mis amigos, quienes han compartido este viaje y han estado presente en cada etapa. Su apoyo ha sido fundamental para superar obstáculos, y estoy agradecida por su compañía en este proceso.

A la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente. Sus enseñanzas han sido cruciales en mi desarrollo académico y personal.

A la Fundación Esperanza Juvenil, por ofrecerme la oportunidad de colaborar y llevar a cabo este proyecto. Su apoyo ha sido esencial para el éxito de esta iniciativa.

CONTENIDO

Introducción **11**

1

Capítulo 01

Fundamentación del proyecto **13**

1.1 Antecedentes 15
1.2 Problema 17
1.3 Justificación 18
1.4 Objetivos 21

2

Capítulo 02

Perfiles **23**

2.1 Perfil de la institución 24
2.2 Perfil del grupo objetivo 30

3

Capítulo 03

Planeación Operativa **35**

3.1 Flujograma 36
3.2 Cronograma de trabajo 40
3.3 Previsión de recursos y costos 41

CONTENIDO

4

Capítulo 04
Marco Teórico 43

4.1 El Mosaico Humano: Tejiendo las Piezas del Desarrollo Integral 44
4.2 El Lienzo Digital: Pintando el Futuro con Diseño Gráfico 50
4.3 El Código Visual: Descifrando el Éxito en el Lenguaje de las Redes Sociales 56

5

Capítulo 05
Definición Creativa 65

5.1 Brief 66
5.2 Referencias visuales 69
5.3 Estrategia de la pieza de diseño 70
5.4 Concepto creativo 72
5.5 Premisas de diseño 77

6

Capítulo 06
Producción Gráfica 81

6.1 Nivel de visualización 1- Autoevaluación 82
6.2 Nivel de visualización 2 - Validación con expertos 84
6.3 Nivel de visualización 3 - Validación con grupo objetivo 86
6.4 Resultado final 90
6.5 Fundamentación técnica 93
6.6 Lineamientos de la puesta en práctica 97
6.7 Aporte económico del estudiante 99

CONTENIDO

7

Capítulo 07

Síntesis del Proyecto **99**

7.1 Conclusiones 100
7.2 Recomendaciones 101
7.3 Lecciones aprendidas 104

Referencias **105**
Anexos **107**

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se enfoca en la creación de una estrategia de comunicación visual que refleje los valores y objetivos de la fundación, utilizando técnicas creativas como las 6 W para garantizar que el mensaje sea claro y efectivo. A lo largo del desarrollo del proyecto, se abordarán aspectos clave como el brief de diseño, la recopilación de referentes visuales, la definición de un concepto creativo y la formulación de premisas gráficas. Todo esto con el fin de maximizar el impacto de la comunicación y fomentar una conexión emocional con la audiencia.

Este proyecto no solo busca visibilizar el trabajo de la Fundación Esperanza Juvenil, sino también inspirar a otros a unirse a la causa, promoviendo un cambio positivo en la vida de los jóvenes y en sus comunidades. A través de un enfoque colaborativo y centrado en el ser humano, se espera que los resultados de este proyecto contribuyan significativamente al bienestar y desarrollo de los jóvenes guatemaltecos, convirtiéndolos en agentes de cambio en su entorno.

Capítulo 1: Se presentará el contexto y la justificación del proyecto, así como los antecedentes que llevaron a la creación de la Fundación Esperanza Juvenil.

Capítulo 2: Se describirán los perfiles relevantes para el proyecto, incluyendo la institución y el grupo objetivo, analizando las características y necesidades de los jóvenes beneficiarios.

Capítulo 3: Se detallará el plan operativo que incluye el flujograma, cronograma y presupuesto del proyecto, asegurando una ejecución organizada de las acciones propuestas.

Capítulo 4: Se explorará la estrategia creativa utilizada en el desarrollo de las piezas de diseño, incluyendo el brief, referentes visuales y premisas gráficas.

Capítulo 5: Se describirán las acciones realizadas y los materiales producidos durante la ejecución de la campaña de comunicación visual.

Capítulo 6: Se presentarán los resultados obtenidos y se analizarán los impactos en la visibilidad de la fundación y la conexión con la audiencia.

Capítulo 7: Se ofrecerá una síntesis de las conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas, reflexionando sobre el impacto de la fundación en la vida de los jóvenes.

1 FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

Este capítulo examina los antecedentes, el problema de comunicación social y la justificación para abordarlo. También se establecerán los objetivos que guiarán las estrategias para mejorar el reconocimiento y apoyo.

1.1

ANTECEDENTES

A nivel mundial, el desarrollo social sigue siendo un imperativo crítico, con millones de personas enfrentando desigualdades económicas y sociales que limitan su acceso a oportunidades. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), aproximadamente 1.3 mil millones de personas viven en pobreza multidimensional, lo que incluye la falta de acceso a educación, salud y condiciones de vida adecuadas. La brecha educativa es una de las principales causas de la perpetuación de la pobreza, con cifras alarmantes de deserción escolar en diversas regiones, especialmente en áreas rurales y en países en desarrollo.
El desarrollo sostenible, un objetivo clave establecido en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, busca reducir estas desigualdades y garantizar que todas las personas, especialmente las más vulnerables, tengan acceso a una educación de calidad, empleo, y servicios básicos. La cooperación internacional y la inversión en programas de desarrollo son cruciales para lograr estos objetivos, ayudando a construir sociedades más justas e inclusivas.

El desarrollo social es un desafío global que se manifiesta de manera especialmente aguda en países como Guatemala, donde las desigualdades económicas y sociales limitan significativamente el acceso a oportunidades educativas y al progreso individual y comunitario. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) y del Banco Mundial, aproximadamente el 59.3% de la población guatemalteca vive en condiciones de pobreza, y el 23.4% en pobreza extrema, lo que refleja un panorama desalentador en términos de movilidad económica y acceso a servicios esenciales. Este contexto se ve agravado por altas tasas de deserción escolar y un acceso limitado a una educación de calidad, especialmente en áreas rurales, perpetuando ciclos de pobreza y marginalización.

En respuesta a estas problemáticas, la Asociación Esperanza Juvenil fue establecida en enero de 1992 con el firme propósito de brindar oportunidades educativas y de desarrollo integral a niños y jóvenes guatemaltecos. Como una organización del sector privado comprometida con la transformación de vidas a través de la educación y el acompañamiento personalizado, Esperanza Juvenil ha experimentado un crecimiento significativo desde sus modestos inicios. En sus primeros años, la Asociación atendió a 29 estudiantes; sin embargo, con el tiempo, ha expandido sus servicios abriendo campus de primaria y secundaria, graduando estudiantes universitarios y construyendo instalaciones para albergar a más jóvenes en búsqueda de oportunidades educativas.

Actualmente, la Asociación cuenta con un equipo dedicado de 42 personas que trabajan en áreas como educación, nutrición, salud y administración. Sus principales servicios incluyen becas educativas integrales que abarcan desde tercer grado de primaria hasta la universidad, proporcionando no solo educación, sino también apoyo nutricional, coaching individualizado para el desarrollo personal y profesional, atención médica integral y un programa residencial para aquellos que provienen de áreas rurales o carecen de vivienda estable. A pesar de ser una organización con sede en Guatemala, su impacto trasciende fronteras, llegando a comunidades y jóvenes en todo el mundo que necesitan apoyo para acceder a una educación de calidad.

El financiamiento de su trabajo proviene del generoso apoyo de donantes privados y empresas comprometidas con el desarrollo de la juventud guatemalteca. En los últimos años, Esperanza Juvenil ha celebrado logros destacados, como la graduación universitaria de 16 estudiantes, la apertura de 6 nuevos salones de clases, y el aumento en el número de beneficiarios, ahora sirviendo a 203 jóvenes, de los cuales el 59% proviene de origen maya y el 58% son mujeres, reflejando su compromiso con la diversidad y la igualdad de género.

No obstante, la Asociación enfrenta desafíos actuales, como aumentar la conciencia sobre su labor entre potenciales colaboradores y donantes. A corto plazo, sus metas incluyen expandir su alcance para llegar a un mayor número de niños y jóvenes, y fortalecer sus alianzas con organizaciones que compartan su visión. A largo plazo, aspiran a establecer otra residencia para proporcionar apoyo adicional a niños y jóvenes en áreas rurales, garantizando que tengan acceso a una educación de calidad y las herramientas necesarias para prosperar en la vida.

Además de sus esfuerzos educativos, Esperanza Juvenil se destaca por su compromiso con la excelencia, lo cual es reconocido por el Ministerio de Educación, y por su enfoque integral en la responsabilidad social, ofreciendo becas completas y un apoyo integral para asegurar el éxito académico y personal de sus estudiantes. Uno de sus eventos más destacados es el Torneo Anual de Golf, que no solo es una oportunidad para recaudar fondos, sino también para aumentar la conciencia sobre su causa y conectar con potenciales colaboradores y donantes. Para garantizar la eficacia de sus programas, la Asociación evalúa regularmente su impacto a través de herramientas de gestión de rendimiento y encuestas, asegurando que cumplen con su misión de transformar vidas a través de la educación.

En conclusión, la Asociación Esperanza Juvenil se ha establecido como una institución clave en el panorama educativo de Guatemala, enfrentando de manera efectiva los desafíos del desarrollo social y trabajando incansablemente para empoderar a las nuevas generaciones a través de la educación y el desarrollo personal.

1.2
PROBLEMA

El problema identificado es la limitada visibilidad y reconocimiento de la imagen de la Asociación Esperanza Juvenil entre futuros donantes, lo que dificulta la atracción de nuevos apoyos financieros. Esta falta de visibilidad puede obstaculizar los esfuerzos de la asociación para expandir sus programas y continuar brindando oportunidades educativas y de desarrollo integral a más niños y jóvenes guatemaltecos. El problema identificado es la limitada visibilidad y reconocimiento de la imagen de la Asociación Esperanza Juvenil entre futuros donantes, lo que dificulta la atracción de nuevos apoyos financieros. Esta falta de visibilidad puede obstaculizar los esfuerzos de la asociación para expandir sus programas y continuar brindando oportunidades educativas y de desarrollo integral a más niños y jóvenes guatemaltecos.

1.3

JUSTIFICACIÓN

Trascendencia

Es fundamental priorizar el desarrollo integral de los niños y jóvenes, abordando aspectos físicos, mentales, emocionales y sociales. La falta de acceso a oportunidades educativas, apoyo emocional y recursos adecuados durante la infancia y adolescencia puede dejar a estos individuos vulnerables a influencias negativas y entornos desfavorables. Esta situación puede aumentar las probabilidades de que, en el futuro, se involucren en comportamientos delictivos como una forma de búsqueda de identidad, pertenencia o supervivencia. Por lo tanto, invertir en el bienestar y crecimiento de la juventud es crucial para construir una sociedad más segura y próspera a largo plazo.

Incidencia del diseño gráfico

El diseño gráfico tiene un papel crucial como herramienta de ayuda en el desarrollo integral de los niños y jóvenes. Al proporcionar acceso a programas educativos y recursos visuales, el diseño gráfico puede fomentar la creatividad, el pensamiento crítico y la expresión personal. Además, al crear materiales educativos atractivos y accesibles, el diseño gráfico puede facilitar el aprendizaje y la retención de información. Esto no solo fortalece las habilidades cognitivas y artísticas de los jóvenes, sino que también les brinda oportunidades para desarrollar su autoestima y sentido de pertenencia. En última instancia, al utilizar el diseño gráfico de manera efectiva, podemos empoderar a los niños y jóvenes, proporcionándoles las herramientas necesarias para construir un futuro más prometedor y reducir las posibilidades de que se vean involucrados en actividades delictivas.

Factibilidad

Dicho esto, el proyecto abordado es factible gracias al apoyo de los estudiantes de diseño gráfico de la universidad San Carlos de Guatemala que ejecutarán el proyecto, además del apoyo y respaldo que se tiene por parte de la Asociación Esperanza Juvenil de GUATEMALA, y de la universidad San Carlos de Guatemala, quien además le otorgó a el estudiante los conocimientos fundamentales para poder abordar y brindar apoyo al proyecto, tales como los materiales y recurso humano al quien abocarse. Fortaleciendo así los lazos entre la academia y el sector social, fomentando una cultura de compromiso cívico y responsabilidad social en los futuros profesionales del diseño.

1.4

OBJETIVOS

Objetivo General

Contribuir con la visibilidad y el impacto utilizando diseño digital, con el fin de posicionar a la asociación esperanza juvenil como un referente en la promoción del bienestar de niños y jóvenes, atrayendo donantes y patrocinadores. Mediante una estrategia de comunicación en Instagram.

Objetivo de Comunicación

Persuadir a la comunidad y a posibles colaboradores sobre la importancia de la Asociación Esperanza Juvenil en el desarrollo integral de los niños y jóvenes, con el fin de posicionar a la asociación como un referente en la promoción del bienestar de niños y jóvenes, a través una estrategia de una comunicación en Instagram.

Objetivo de Diseño

Diseñar una estrategia de comunicación en Instagram para posicionar a la asociación esperanza juvenil como un referente en la promoción del bienestar de niños y jóvenes, atrayendo donantes y patrocinadores para fortalecer su labor.

El siguiente capítulo abordará el perfil institucional y del grupo objetivo, detallando sus características y necesidades para orientar las estrategias.

2 PERFILES

A continuación presentamos los perfiles tanto como de la institución como a quien va dirigido el proyecto.

2.1

PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

El proyecto se centra en el sector social de la educación, enfocándose en las necesidades de la juventud guatemalteca en situación vulnerable. Este sector enfrenta desafíos como la deserción escolar, el acceso limitado a educación de calidad y la falta de oportunidades para el desarrollo profesional.

Lo cual busca generar un impacto positivo a través de la promoción de la permanencia escolar, la mejora de la calidad de la educación y la facilitación del desarrollo profesional. Al enfocarse en la educación, el proyecto busca contribuir a romper el ciclo de pobreza, fortalecer la cohesión social y desarrollar el capital humano, reconociendo la importancia de la educación para el desarrollo del país.

Historia de Esperanza Juvenil

Fecha de fundación

La Asociación Esperanza Juvenil fue establecida en enero de 1992 con el firme propósito de brindar oportunidades educativas y de desarrollo integral a niños y jóvenes guatemaltecos.

Sector al que pertenece la institución

Son una organización del sector privado comprometida con la transformación de vidas a través de la educación y el acompañamiento personalizado.

Historia o trayectoria de la institución

Desde nuestros modestos inicios en 1992, hemos experimentado un crecimiento significativo. En nuestros primeros años, atendimos a 29 estudiantes. Con el tiempo, hemos expandido nuestros servicios, abriendo campus de primaria y secundaria, graduando estudiantes universitarios y construyendo instalaciones para albergar a más jóvenes en búsqueda de oportunidades educativas.

Número de empleados

Cuenta con un equipo dedicado de 42 personas comprometidas con nuestra misión y visión, trabajando en áreas como educación, nutrición, salud y administración.

Principales productos o servicios ofrecidos

Sus servicios incluyen becas educativas integrales que abarcan desde tercer grado de primaria hasta la universidad, proporcionando nutrición adecuada, coaching individualizado para el desarrollo personal y profesional, atención médica integral y un programa residencial para aquellos que provienen de áreas rurales o carecen de vivienda estable.

Alcance geográfico

A pesar de ser una organización con sede en Guatemala, su impacto trasciende fronteras, llegando a comunidades y jóvenes en todo el mundo que necesitan apoyo para acceder a una educación de calidad.

Financiamiento principal

Su trabajo es posible gracias al generoso apoyo financiero de donantes privados y empresas comprometidas con el desarrollo de la juventud guatemalteca.

Logros destacados recientes

En los últimos años, han celebrado el éxito de 16 estudiantes que se graduaron de la universidad, la apertura de 6 nuevos salones de clases para atender a más estudiantes, y el aumento en su número de beneficiarios, ahora sirviendo a 203 jóvenes de diversos orígenes y comunidades en Guatemala. Es notable que el 59% de nuestra población estudiantil proviene de origen maya, y el 58% son mujeres, lo que refleja nuestro compromiso con la diversidad y la igualdad de género.

Filosofía

Misión

Su misión es guiar y acompañar a jóvenes motivados y necesitados para que se formen integralmente, se preparen para la vida profesional y se conviertan en ciudadanos comprometidos y serviciales.

Visión

Visualizan un futuro en el que todos sus estudiantes alcancen su máximo potencial y se conviertan en agentes de cambio positivo en sus comunidades, contribuyendo al desarrollo sostenible de Guatemala y más allá.

Valores fundamentales

Su trabajo está fundamentado en los valores del servicio, la excelencia, la perseverancia, la responsabilidad, la integridad y la libertad responsable, que guían todas nuestras acciones y decisiones.

Metas a corto plazo

Sus metas inmediatas incluyen continuar expandiendo nuestro alcance para llegar a un mayor número de niños y jóvenes, así como fortalecer nuestras alianzas con organizaciones y aliados que compartan nuestra visión.

Metas a largo plazo

A largo plazo, aspiran a establecer otra residencia para proporcionar apoyo adicional a niños y jóvenes en áreas rurales, garantizando que tengan acceso a una educación de calidad y las herramientas necesarias para prosperar en la vida.

Servicios que prestan

Principales productos o servicios

Ofrecen una amplia gama de servicios que incluyen becas educativas integrales, programas residenciales, servicios de nutrición, asesoramiento individualizado, orientación universitaria e inserción laboral para sus estudiantes.

Diferenciación en el sector

Se destacan por nuestro enfoque en el acompañamiento a largo plazo, asegurando que nuestros estudiantes no solo reciban educación, sino también apoyo continuo para alcanzar sus metas personales y profesionales.

Desarrollo y mejora de productos o servicios

Continúan mejorando y adaptando nuestros programas y servicios en respuesta a las necesidades cambiantes de sus estudiantes y comunidades, trabajando en estrecha colaboración con sus socios y donantes para garantizar su efectividad y relevancia.

Poblaciones atendidas

Sus servicios están dirigidos a jóvenes de todas las edades y orígenes, incluidos aquellos que provienen de comunidades rurales, áreas urbanas desfavorecidas y grupos marginados.

Áreas de acción principales

Su enfoque actual se centra en servir a comunidades en Alta Verapaz, donde la necesidad de educación y apoyo es especialmente alta.

Desafíos actuales

A pesar de sus logros, enfrentan desafíos como la falta de reconocimiento y recursos, así como la necesidad de fortalecer nuestra cultura organizacional para asegurar un impacto sostenible a largo plazo.

Oportunidades de crecimiento

Ven oportunidades para crecer y mejorar nuestra organización mediante una mayor difusión de nuestra misión y programas, así como el fortalecimiento de su alianzas y capacidades internas.

Iniciativas de responsabilidad social

Sus estudiantes participan activamente en proyectos de servicio comunitario durante todo el año, contribuyendo al desarrollo de sus comunidades y fortaleciendo su compromiso cívico y social.

Sostenibilidad ambiental

Aunque su enfoque principal es la educación, promovemos prácticas sostenibles y el respeto por el medio ambiente entre sus estudiantes a través de actividades como la plantación de árboles y la conservación de recursos naturales.

Identidad y Comunicación visual

Históricamente, la institución ha utilizado una línea gráfica que ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, adaptándose a las tendencias y necesidades de comunicación. Desde sus inicios, la institución ha mantenido una identidad visual coherente. Esta línea gráfica ha ido evolucionando con el paso de los años, reflejando la evolución de la institución y sus objetivos.
A lo largo de los años, se han realizado varias publicaciones en la red social Instagram, algunos ejemplos son:

La línea gráfica de Esperanza Juvenil se caracteriza por su simplicidad y claridad, utilizando colores vibrantes como el naranja y el azul que representan la energía, la esperanza y la confianza. Se basa en tipografía clara y legible en fuentes sans-serif para facilitar la lectura y la comprensión del mensaje, y utiliza imágenes con enfoque en la acción, mostrando actividades concretas y rostros de personas para humanizar la causa y generar empatía con el público. La combinación de elementos gráficos como cuadrados, puntos, círculos y líneas crea un diseño visualmente atractivo, adaptable a diferentes formatos y plataformas, manteniendo una estética coherente. En general, la línea gráfica transmite un mensaje de esperanza y compromiso social, conectando con el público de manera efectiva.

Figura 1

Figura 2

Figura 3

Figura 4

Figura 5

Figura 6

2.2

PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Características geográficas

La ciudad de Guatemala es el escenario elegido para el proyecto. Esta área metropolitana se encuentra a 1,490 metros sobre el nivel del mar, con un clima templado subtropical. La ciudad de Guatemala es un área urbana densamente poblada, con una población aproximada de 120,000 habitantes. Esta población presenta una gran diversidad cultural, con un alto porcentaje de personas provenientes de otras regiones del país y del extranjero.

La ciudad de Guatemala cuenta con una buena infraestructura y accesibilidad, con una red de carreteras principales y secundarias que la conectan con el resto de la ciudad. La presencia de centros comerciales, oficinas corporativas y zonas residenciales de alto nivel señala un alto nivel de desarrollo socioeconómico.

El proyecto aprovechará el alto desarrollo socioeconómico de la ciudad, teniendo en cuenta las necesidades de la comunidad local y la diversidad cultural que caracteriza a la ciudad de Guatemala. Se establecerán aspectos que se relacionan con las condiciones geográficas del lugar para el cual se va a difundir el material de la campaña de redes sociales, asegurando que la información y el lenguaje sean relevantes para la audiencia local.

Características sociodemográficas

El proyecto se dirige a un público objetivo compuesto por personas de entre 35 y 55 años, incluyendo tanto hombres como mujeres. Este grupo se caracteriza por un alto nivel educativo, con estudios de postgrado, y se desempeña como ejecutivos y líderes empresariales. Son personas con un alto grado de responsabilidad familiar, ya sea como padres o como individuos independientes, lo que les confiere un rol activo en la toma de decisiones y un interés por temas relevantes a su ámbito profesional y familiar. Además, este grupo se encuentra en una etapa de su vida en la que busca constantemente nuevas oportunidades de desarrollo personal y profesional, y tiene una alta disposición a la innovación y las nuevas tecnologías.

Características socioeconómicas

Se caracteriza por un nivel de ingresos que oscila entre Q10,000 y Q30,000 mensuales, lo que les ubica dentro de la clase media alta en Guatemala. Este grupo se destaca por su interés en productos y servicios de calidad, priorizando la experiencia y la satisfacción personal. Sus patrones de consumo se inclinan hacia marcas reconocidas y productos innovadores que optimizan su tiempo y calidad de vida, lo que los convierte en consumidores con un alto poder adquisitivo y una marcada preferencia por la exclusividad y la tecnología.

Se encuentran activos en la vida social de su comunidad, interesados en la cultura, el arte y el conocimiento, y se informan a través de medios digitales y eventos de networking, lo que demuestra su interés por estar conectados con las tendencias y las novedades. Su estilo de vida es dinámico y equilibrado, buscando un balance entre su trabajo, familia y ocio, lo que les permite disfrutar de experiencias enriquecedoras y momentos de esparcimiento.

Este grupo se identifica con un estilo de vida moderno y busca constantemente nuevas oportunidades de desarrollo personal y profesional, lo que los convierte en un público objetivo receptivo a ideas innovadoras y a propuestas que les permitan expandir sus horizontes.

Características psicográficas

Se caracteriza por un fuerte compromiso con la responsabilidad social y un profundo interés en apoyar proyectos sociales en Guatemala. No se limitan a buscar un impacto positivo en la sociedad, sino que están motivados por una profunda convicción personal de contribuir al bienestar de su país y su comunidad. Este compromiso se traduce en una actitud proactiva hacia la acción social, buscando oportunidades para generar un cambio positivo a través de su tiempo, talento y recursos.

Este grupo se caracteriza por su empatía, lo que les permite comprender y conectar con las necesidades de los jóvenes en situación vulnerable. La empatía desempeña un papel fundamental para crear un vínculo emocional con la causa de la fundación y motivar la participación activa. Para estas personas, invertir en proyectos sociales va más allá de una simple contribución financiera; representa una expresión de sus valores y una manera de dejar un legado positivo en su entorno.

Se busca establecer conexiones con individuos que no solo buscan un impacto positivo, sino que también se sienten personalmente conectados con la misión de la fundación. La convicción personal, la empatía y la búsqueda de un legado positivo son las características principales que definen este perfil psicográfico.

Relación entre el grupo objetivo y la institución

Esperanza Juvenil busca forjar una relación auténtica y significativa con ejecutivos y líderes empresariales comprometidos con la responsabilidad social. Este grupo, caracterizado por su fuerte identidad de marca relacionada con valores como la sostenibilidad, la equidad social y el desarrollo comunitario, encuentra en Esperanza Juvenil una plataforma para expresar su compromiso con la construcción de un futuro mejor para Guatemala.

Más que una simple contribución financiera, su apoyo representa una expresión tangible de sus valores y un compromiso con el bienestar de la comunidad. Estos líderes, con su capacidad de generar cambios positivos en el ámbito empresarial, buscan extender su impacto a la sociedad, alcanzando un nivel más profundo de responsabilidad social. Esperanza Juvenil se convierte en un puente que les permite conectar con la realidad de la juventud vulnerable y generar un cambio real a través de acciones concretas y sostenibles.

La relación se basa en la confianza mutua, la transparencia y el compromiso compartido de construir un futuro más justo y equitativo para las nuevas generaciones. Esperanza Juvenil se presenta como un espacio donde estos líderes pueden encontrar un propósito significativo para su compromiso social, y contribuir a la creación de un futuro más prometedor para la juventud guatemalteca.

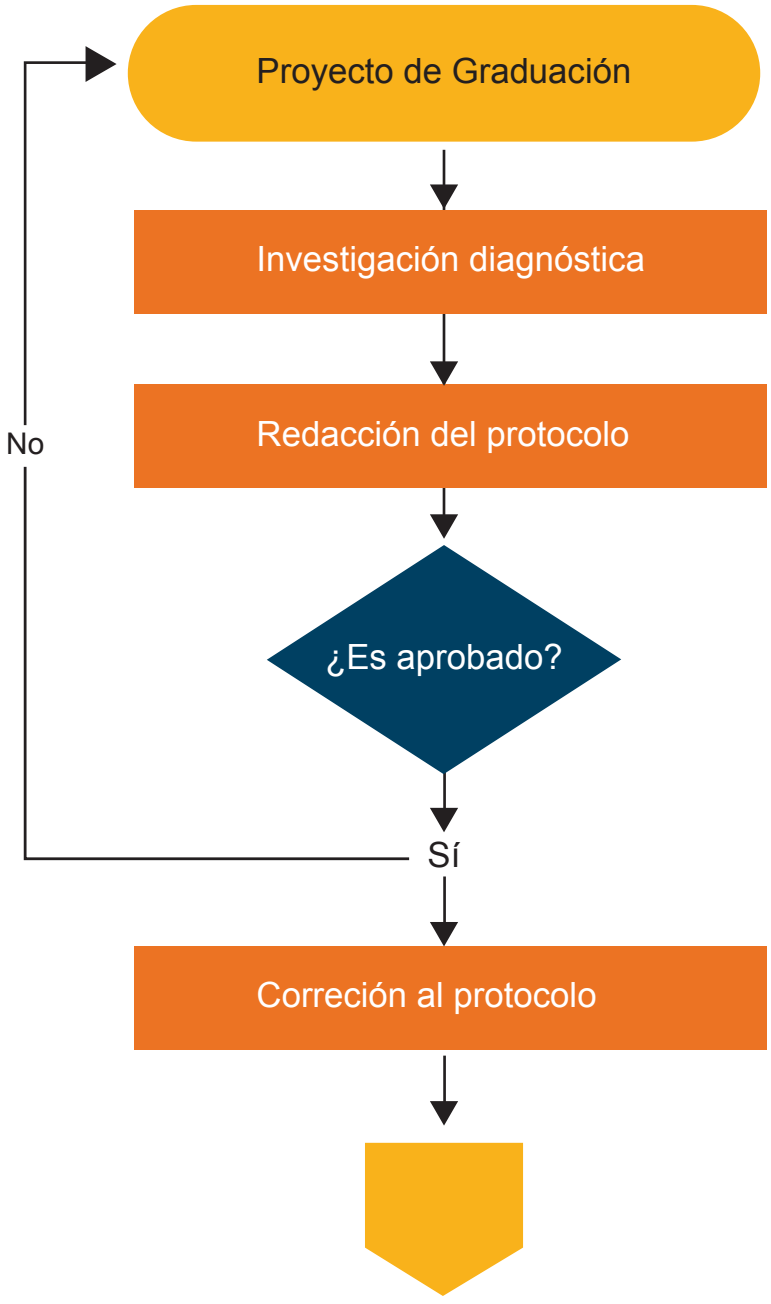
El siguiente capítulo se abordará el plan operativo que desglosara el flujograma, el cronograma y el presupuesto del proyecto.

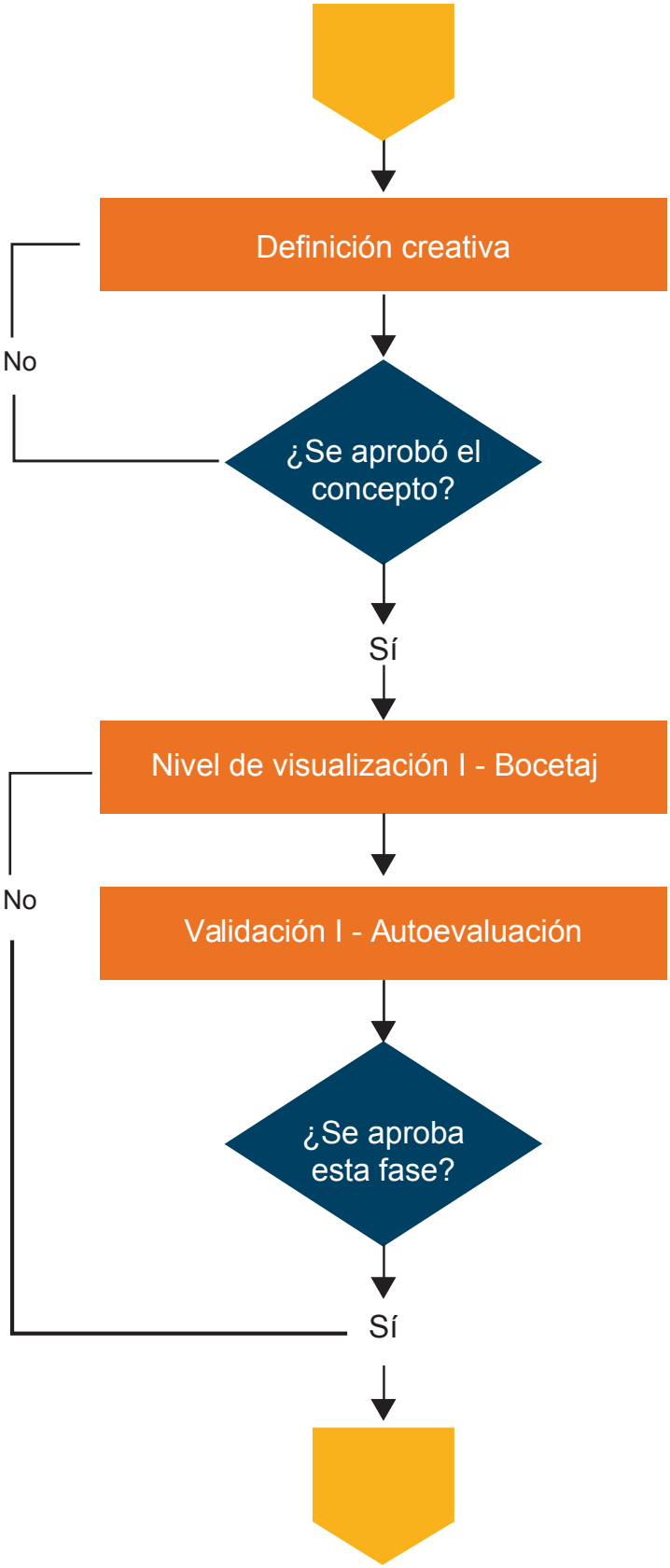
3 PLANEACIÓN OPERATIVA

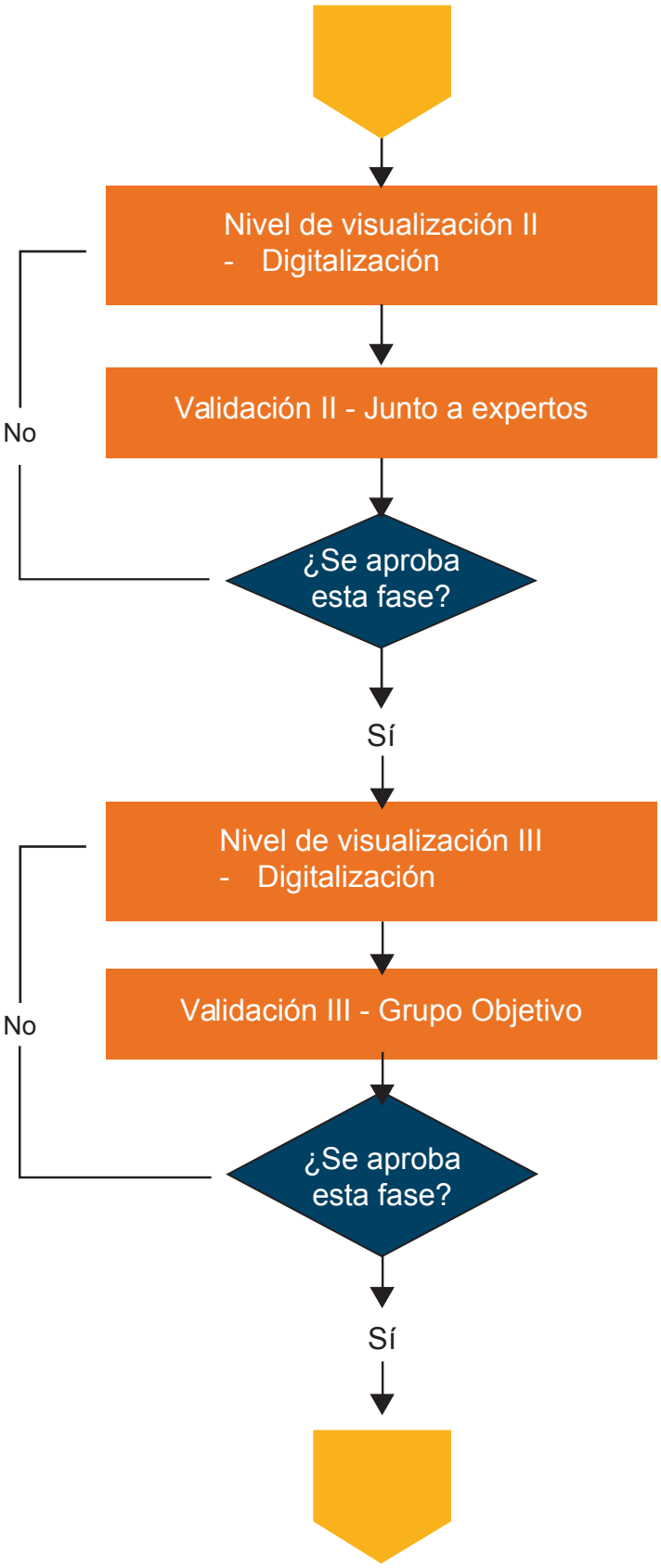
En esta sección, presentaremos tres herramientas clave: el flujograma, que visualiza tareas; el cronograma, que establece plazos; y el presupuesto, que gestiona costos. Estas herramientas son esenciales para el éxito del proyecto.

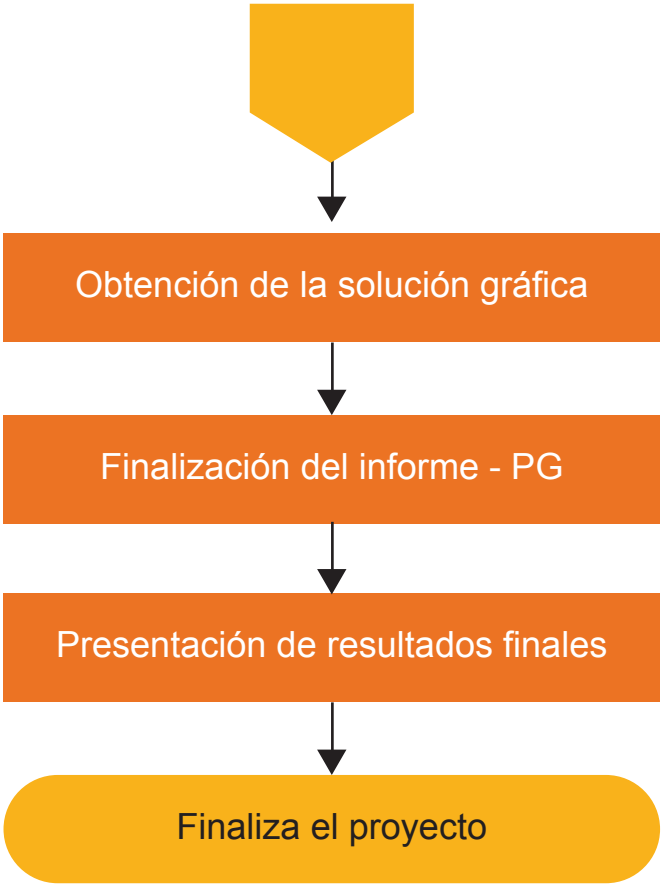
3.1 FLUJOGRAMA

El flujograma es una herramienta visual que muestra tareas y tiempo en un proyecto. Ayudará al proyecto a planificar, seguir el progreso y organizar actividades de manera más efectiva.




Definición creativa
No
¿Se aprobó el concepto?
Sí
Nivel de visualización I - Bocetaj
No
Validación I - Autoevaluación
¿Se aproba esta fase?
Sí


Nivel de visualización II
- Digitalización
Validación II - Junto a expertos
No
¿Se aprova esta fase?
Sí
Nivel de visualización III
- Digitalización
Validación III - Grupo Objetivo
No
¿Se aprova esta fase?
Sí


Obtención de la solución gráfica
Finalización del informe - PG
Presentación de resultados finales
Finaliza el proyecto

3.2

CRONOGRAMA DE TRABAJO

El cronograma de Gantt es una herramienta visual que representa las actividades de un proyecto a lo largo del tiempo, mostrando tareas y sus fechas de inicio y finalización. Ayudará al proyecto a planificar eficazmente, seguir el progreso y coordinar recursos, asegurando que se cumplan los plazos establecidos.

Actividad	Segundo Semestre											
	AGO				SEP				NOV			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elobaracion de correcciones	■	■	■	■								
Definición creativa					■	■						
Nivel de visualización I - Bocetos							■					
Validación I – Autoevaluación							■					
Nivel de visualización II - Digitalización								■				
Validación II – Propuestas finales									■			
Nivel de visualización III – Grupo objetivo										■		
Obtención de la solución gráfica										■		
Finalización del informe - PG										■		
Presentación de resultados finales											■	
Finaliza el proyecto											■	

Tabla 1

3.3

PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

El presupuesto es un plan que estima los costos de un proyecto, incluyendo recursos, materiales y mano de obra. Ayudará al proyecto a gestionar los gastos de manera eficiente y a mantenerlo dentro de las limitaciones financieras.

Costo Fijos	**Q 2,570**
Agua	Q 120
Luz	Q 105
Teléfono	Q 150
Internet	Q 150
Licencia de programas	Q 100
Costos Variables	**Q 1,000**
Útiles de oficina	Q 500
Impresiones	Q 50
Fotocopias	Q 50
Tintas para impresora	Q 400
Servicios profesionales de diseño	**Q 14,800**
Investigación	Q 1,500
Bocetaje	Q 800
Fotografías	Q 4,500
Edición de fotografías	Q 3,000
Digitalización	Q 5,000
Honorarios	**Q 14,250**
Imprevistos (10% del total)	Q 3,262
Subtotal	**Q 35,882**
Impuestos	
IVA	**Q 4,306.64**
ISR	**Q 1,794.1**
Total	**Q 41,982.74**

Tabla 2

En el siguiente capítulo, se explorará el marco teórico, profundizando en tres ensayos fundamentales que son clave para la comprensión del proyecto.

4 MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se profundiza en la naturaleza del problema social que fundamenta nuestro proyecto, analizando sus orígenes y aspectos críticos. Se investiga el papel crucial que el diseño gráfico puede jugar en la solución de este desafío, presentando propuestas visuales y comunicativas que tienen el poder de influir considerablemente en la percepción y comprensión del público al que nos dirigimos. Asimismo, se llevará a cabo un análisis del material gráfico en cuestión, centrado en una campaña en redes sociales.

Este capítulo es esencial para entender el contexto y la aplicación del diseño gráfico en la resolución de cuestiones sociales, así como en la generación de recursos visuales que fomenten una contribución.

4.1

El Mosaico Humano: Tejiendo las Piezas del Desarrollo Integral

El desarrollo integral es un enfoque holístico que abarca el crecimiento y evolución completa de una persona en todas las dimensiones de su vida. Este concepto reconoce que el ser humano es un conjunto complejo de aspectos interconectados que incluyen lo físico, emocional, intelectual, social, espiritual y ético. El desarrollo integral busca fomentar un crecimiento equilibrado en todas estas áreas, entendiendo que están estrechamente relacionadas y se influyen mutuamente. Por ejemplo, el bienestar emocional puede afectar el rendimiento académico, mientras que la salud física puede impactar en las relaciones sociales. Este enfoque se aplica en diversos campos como la educación, la psicología y el desarrollo personal, con el objetivo de promover un bienestar pleno y una mayor capacidad para enfrentar los desafíos de la vida. El desarrollo integral es un proceso continuo que se extiende a lo largo de toda la vida del individuo, requiriendo esfuerzo consciente, autoconocimiento y, a menudo, el apoyo de otros. En última instancia, un desarrollo integral equilibrado contribuye a una mayor satisfacción personal, mejor adaptabilidad a los cambios y relaciones más saludables.

En Guatemala, el marco legal y normativo para el desarrollo integral de niños y jóvenes se encuentra establecido en la Constitución Política de la República, el Código de la Niñez y Adolescencia, y diversas leyes y reglamentos específicos. (GUATEMALA s.f.)[1] El Código de la Niñez y Adolescencia tiene como objetivo principal promover y garantizar el ejercicio pleno de los derechos de los niños y jóvenes, abarcando aspectos como la salud, la educación, la participación y protección frente a cualquier forma de violencia. Además, existen leyes adicionales que complementan estas disposiciones, como la Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia, la Ley contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, y la Ley de Prevención, Rehabilitación y Reinserción del Menor Infractor, entre otras.

En Guatemala, la protección de los derechos de la niñez y juventud está respaldada por varias leyes y regulaciones. La Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia garantiza el derecho a la vida, salud, educación, recreación, identidad, y protección contra todo tipo de violencia y abuso. Asimismo, la Ley contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas, busca erradicar estas atrocidades y brindar una mayor protección a los niños y jóvenes. La Ley para la Prevención, Tratamiento y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Sustancias Psicotrópicas también busca proteger a los jóvenes de los

1. n.d. Ley Protección Integral Guatemala. Accessed May 4, 2024. https://www.oas.org/dil/esp/ley_de_proteccion_integral_de_la_ninez_y_adolescencia_guatemala.pdf.

peligros del consumo de drogas y garantizar programas de prevención y tratamiento. Estas leyes y regulaciones son fundamentales para asegurar el bienestar físico, emocional y social de la niñez y juventud guatemalteca.

Guatemala reconoce la importancia de la educación y formación integral de niños y jóvenes como fundamentales para su desarrollo. Para garantizar este derecho, existen leyes y regulaciones en el país que respaldan la educación de calidad y la formación integral. Por ejemplo, la Ley Nacional de Educación establece el marco normativo para el sistema educativo guatemalteco, fomentando la equidad, inclusión y calidad educativa. Además, la Ley Orgánica del Ministerio de Educación establece las responsabilidades y atribuciones de esta institución en la implementación de políticas educativas. Asimismo, se promueve la educación bilingüe e intercultural, reconociendo y valorando la diversidad cultural y lingüística de Guatemala. Estas leyes y regulaciones aseguran que los niños y jóvenes guatemaltecos tengan acceso a una educación de calidad, que promueva su desarrollo integral, habilidades académicas, valores y competencias
para la vida.

La salud y el bienestar de los niños y jóvenes en Guatemala son aspectos fundamentales que han sido reconocidos y protegidos por las leyes y regulaciones del país. En este sentido, se han implementado políticas y programas orientados a garantizar el acceso a servicios de salud de calidad para todos los niños y jóvenes guatemaltecos. Estas medidas incluyen la creación de centros de atención primaria de salud, la promoción de la vacunación y la prevención de enfermedades, así como la atención integral de la salud mental. Además, se han establecido normativas para asegurar una alimentación y nutrición adecuada, con el objetivo de combatir la desnutrición y promover el desarrollo físico y cognitivo de los niños y jóvenes. Asimismo, se ha trabajado en la implementación de programas de educación sexual y reproductiva, con el fin de brindar información y recursos para una vida sexual saludable y responsable. En conjunto, estas leyes y regulaciones buscan garantizar el derecho a la salud y el bienestar de los niños y jóvenes en Guatemala, promoviendo su desarrollo integral y su calidad de vida.
El trabajo infantil es una preocupación importante en Guatemala y se han implementado leyes y regulaciones para prevenir y erradicar esta práctica. La Ley para la Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil establece que ningún niño o adolescente menor de 14 años puede trabajar, a menos que se trate de actividades permitidas por ley y con las debidas condiciones de seguridad y protección. Además, la ley establece que los adolescentes entre 14 y 17 años solo pueden trabajar

en ciertas condiciones específicas, como jornadas laborales limitadas y protección de sus derechos laborales. También se han creado programas y políticas encaminados a sensibilizar a la sociedad sobre los riesgos y consecuencias del trabajo infantil, así como a brindar asistencia y apoyo a los niños y jóvenes en situación de trabajo infantil, promoviendo la vinculación de los niños a la educación y la formación integral como medidas de prevención y erradicación del trabajo infantil en Guatemala.

La participación y el empoderamiento juvenil en Guatemala se promueven a través de varias leyes y regulaciones. Una de ellas es la Ley Nacional de la Juventud, que establece mecanismos para fomentar la participación de los jóvenes en la toma de decisiones y la formulación de políticas públicas. Además, existen programas y proyectos específicos dirigidos a promover la participación juvenil, como el Consejo Nacional de la Juventud (CONJUVE) y el Programa Nacional de Jóvenes Emprendedores. Estos programas brindan espacios de diálogo y formación para que los jóvenes puedan expresar sus opiniones, ideas y propuestas, y contribuir así al desarrollo integral de Guatemala.

Guatemala reconoce la importancia de la cultura, el deporte y la recreación en el desarrollo integral de los niños y jóvenes. En este sentido, se promueve la participación de la niñez y juventud en actividades culturales como festivales, exposiciones, concursos y presentaciones artísticas que fomenten el aprecio por la diversidad cultural del país. Además, se promueve la práctica deportiva como medio de promoción de la salud, el bienestar y la formación integral de los niños y jóvenes. Se implementan programas y proyectos que brindan espacios y recursos para el desarrollo de habilidades deportivas y recreativas, así como para la promoción de valores como el trabajo en equipo, el respeto y la disciplina. Asimismo, se establecen regulaciones para garantizar el acceso equitativo a instalaciones deportivas y culturales, así como la protección de los derechos de los niños y jóvenes en estos ámbitos.

En Guatemala, se han establecido leyes y regulaciones para promover la inclusión y atención a la diversidad en el desarrollo integral de niños y jóvenes. La Ley Nacional de Educación reconoce el derecho de todos los estudiantes a recibir una educación inclusiva y de calidad, sin discriminación por motivos de género, etnia, discapacidad o cualquier otra condición. Además, se ha implementado el Programa Nacional de Educación Bilingüe Intercultural, que busca garantizar la inclusión de los estudiantes de las comunidades indígenas y promover el respeto y valoración de su cultura. Asimismo, existen políticas y

programas dirigidos a brindar atención especializada a niños y jóvenes con discapacidad, como el Programa de Educación Especial y la Ley para la Atención de Personas con Discapacidad. Estas leyes y regulaciones contribuyen a la inclusión y atención integral de todos los niños y jóvenes en Guatemala, asegurando que tengan igualdad de oportunidades y acceso a los servicios necesarios para su desarrollo.

La protección y prevención de la violencia contra niños y jóvenes es una prioridad en Guatemala. La Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia establece los mecanismos necesarios para garantizar su protección, promoviendo medidas que aseguren su integridad física, emocional y psicológica. Además, se establecen programas de prevención de la violencia, en los cuales se involucra a la comunidad y se fomenta la educación en derechos humanos, la resolución pacífica de conflictos y la promoción de un entorno seguro. Asimismo, la ley prohíbe todo tipo de maltrato, abuso y explotación, y establece sanciones para quienes cometan estos actos.

En Guatemala, existen diversas medidas de protección destinadas a garantizar el bienestar y la seguridad de los niños y jóvenes en situación de riesgo. Estas medidas abarcan diferentes aspectos, como la protección contra la violencia, el abuso y la explotación infantil, así como la atención integral de sus necesidades básicas. La Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia establece las bases legales para la implementación de estas medidas, asegurando la participación y el resguardo de los derechos de los niños y jóvenes en situaciones de vulnerabilidad. Además, se promueve la creación de programas y servicios especializados, como hogares de acogida y centros de atención, que brindan un entorno seguro y adecuado para su desarrollo. Asimismo, se fomenta la cooperación interinstitucional y la articulación de políticas públicas que garanticen la protección y el cuidado de estos grupos poblacionales, con el objetivo de garantizar su pleno desarrollo y bienestar.

En Guatemala, se han implementado diversas políticas y programas para abordar la alimentación y nutrición de niños y jóvenes. El Programa Nacional de Alimentación Escolar (PNAE) es uno de los principales programas que busca garantizar una alimentación adecuada en las escuelas y promover hábitos saludables. Asimismo, se ha establecido el Programa de Alimentación Complementaria Nutricional (PACN), el cual tiene como objetivo atender a la población infantil con desnutrición crónica y aguda, brindando suplementos alimenticios y atención integral en salud. Además, el Programa de Educación Alimentaria y Nutricional (PEAN) se enfoca en

promover la educación sobre hábitos alimenticios y nutrición en la población, tanto en las escuelas como en las comunidades. Estas iniciativas son fundamentales para mejorar la alimentación y nutrición de niños y jóvenes en Guatemala, contribuyendo a su desarrollo integral.

Guatemala ha establecido una serie de convenios y acuerdos internacionales para promover la cooperación y el apoyo a la niñez y juventud. Entre ellos se encuentra la Convención sobre los Derechos del Niño, adoptada por Guatemala en 1990. Este tratado internacional establece los derechos fundamentales de los niños y las obligaciones de los Estados para garantizar su protección y bienestar. Además, Guatemala también participa en programas de cooperación internacional, como los implementados por UNICEF y otras organizaciones, que brindan apoyo financiero, técnico y logístico para la implementación de políticas y programas dirigidos a mejorar las condiciones de vida de los niños y jóvenes en el país.

Para garantizar el eficiente desarrollo integral de niños y jóvenes en Guatemala, es fundamental contar con un sistema de evaluación y seguimiento de políticas y programas. Esto implica la implementación de mecanismos que permitan evaluar regularmente la efectividad de las políticas y programas existentes en términos de su impacto en la niñez y juventud guatemalteca. Dichas evaluaciones deben realizarse de manera objetiva y transparente, utilizando indicadores que permitan medir de manera precisa el progreso logrado. Asimismo, es necesario establecer un sistema de seguimiento que permita monitorear continuamente la implementación de las políticas y programas, identificando posibles desviaciones o fallas en su ejecución. Esto facilitará la toma de decisiones informadas y la realización de ajustes necesarios para alcanzar los objetivos planteados en el ámbito del desarrollo integral de niños y jóvenes en Guatemala.

En conclusión, el desarrollo integral de niños y jóvenes en Guatemala se basa en un marco legal y normativo sólido que garantiza sus derechos y protección. Existen leyes específicas que respaldan la educación y formación integral, así como la salud y bienestar de la población juvenil. Se han implementado acciones para prevenir y eliminar el trabajo infantil, promover la participación y empoderamiento juvenil, fomentar la cultura, deporte y recreación, así como garantizar la inclusión y atención a la diversidad. Además, se han establecido políticas y programas de protección y prevención de la violencia, así como medidas de protección para aquellos en situación de riesgo. Asimismo, se han implementado estrategias para abordar la alimentación y nutrición de los niños y

jóvenes, y se han realizado esfuerzos para promover el desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente. La cooperación internacional también desempeña un papel importante en el apoyo a la niñez y juventud guatemalteca. Es crucial realizar una evaluación y seguimiento periódico de las políticas y programas implementados para garantizar su efectividad y realizar ajustes necesarios. En general, se han logrado avances significativos en el desarrollo integral de niños y jóvenes en Guatemala, pero aún se deben seguir fortaleciendo las acciones y políticas en todos los ámbitos mencionados.

59% de nuestra población estudiantil proviene de origen maya, y el 58% son mujeres, lo que refleja nuestro compromiso con la diversidad y la igualdad de género.

4.2

El Lienzo Digital: Pintando el Futuro con Diseño Gráfico

El diseño gráfico es una disciplina creativa y técnica que combina elementos visuales, tipográficos y espaciales para comunicar ideas, mensajes o información de manera efectiva y atractiva. Este campo utiliza diversos medios y tecnologías para crear soluciones visuales que resuelven problemas de comunicación, influyen en la percepción del público y mejoran la experiencia del usuario. Los diseñadores gráficos aplican principios artísticos y de diseño para desarrollar materiales impresos, digitales y multimedia, abarcando desde logotipos y carteles hasta interfaces de usuario y contenido para redes sociales. El objetivo principal del diseño gráfico es transmitir mensajes específicos a audiencias determinadas de forma clara, impactante y memorables, contribuyendo así a la identidad visual de marcas, productos y organizaciones.

La historia del diseño gráfico se remonta a la invención de la escritura y el dibujo. A lo largo de los siglos, el diseño gráfico ha evolucionado y se ha adaptado a las necesidades y avances de la sociedad. Durante el Renacimiento, se inició la impresión en masa gracias a la invención de la imprenta de tipos móviles por Johannes Gutenberg. En el siglo XX, el diseño gráfico experimentó un gran impulso con el desarrollo de la tecnología, como la fotografía, la tipografía digital y la computadora. Esto permitió la creación de diseños más complejos y la producción en masa de materiales gráficos. Además, movimientos artísticos como el Modernismo y el Pop Art han influido en el diseño gráfico, estableciendo nuevas tendencias y estilos. En la actualidad, el diseño gráfico se ha convertido en una disciplina indispensable en el mundo empresarial y publicitario. (Mejía, 2022)[2]

Los principios del diseño gráfico son las reglas fundamentales que guían el proceso creativo en esta disciplina. Estos principios incluyen la composición, la organización de elementos, la jerarquía visual, el equilibrio y la armonía. La composición se refiere a la disposición de los elementos en una página, teniendo en cuenta la distribución del espacio negativo y positivo. La organización de elementos implica la selección y ubicación adecuada de textos, imágenes y otros elementos visuales. La jerarquía visual es la forma en que se priorizan los elementos de acuerdo con su importancia, utilizando diferentes tamaños, colores y estilos para llamar la atención del espectador. El equilibrio y la armonía se logran mediante la distribución equitativa de los elementos en una composición, creando una sensación de estabilidad y orden visual. Estos principios son fundamentales para crear diseños

2. Mejía, H. R. M. "Breve biblioteca de bibliología: Introducción a las técnicas de impresión en el período del libro antiguo." (2022).

efectivos y atractivos que transmitan el mensaje de manera clara y coherente.

La tipografía es una parte fundamental del diseño gráfico, ya que se encarga de transmitir mensajes a través de la forma y estilo de las letras. En el diseño gráfico, se utilizan diferentes tipos de tipografías para comunicar diferentes emociones y conceptos. Es importante seleccionar la tipografía adecuada para cada proyecto, teniendo en cuenta la legibilidad, el contexto y la personalidad que se busca transmitir. Además, se deben considerar aspectos como el tamaño, el espaciado y la composición tipográfica para lograr un diseño equilibrado y efectivo. Algunos de los tipos de tipografías más comunes en el diseño gráfico incluyen serifas, sans serif, script y display, cada una con características particulares. La elección de la tipografía correcta puede marcar la diferencia en la comunicación visual y la efectividad del diseño gráfico.

El uso del color en el diseño gráfico desempeña un papel fundamental en la comunicación visual. Los colores tienen distintas connotaciones y generan diferentes emociones en el espectador, por lo que es esencial elegirlos cuidadosamente para transmitir el mensaje adecuado. Se pueden utilizar colores cálidos como el rojo y el amarillo para transmitir energía y entusiasmo, mientras que los colores fríos como el azul y el verde pueden evocar calma y tranquilidad. Además, es importante considerar la armonía cromática, utilizando combinaciones de colores que se complementen entre sí. También se deben tener en cuenta factores como el contraste y la legibilidad al elegir los colores para textos y fondos. El uso estratégico del color puede lograr que un diseño gráfico sea impactante y memorable.

La composición y diseño de imágenes es uno de los aspectos fundamentales en el diseño gráfico. Consiste en organizar elementos visuales de manera armónica y equilibrada para transmitir un mensaje de manera efectiva. Dentro de la composición, se utilizan principios como la regla de los tercios, donde la imagen se divide en nueve partes iguales para colocar los elementos principales en los puntos de intersección, logrando así un equilibrio visual. También se emplea la jerarquía visual para establecer la importancia de los elementos, a través del tamaño, color o posición. En cuanto al diseño de imágenes, se busca crear ilustraciones, fotografías o gráficos que sean atractivos y capten la atención del espectador. Se utiliza el uso adecuado de la luz, la disposición de los elementos, la elección de los colores y la tipografía, entre otros aspectos. En resumen, la composición y diseño de imágenes es esencial para crear piezas gráficas atractivas y eficientes en la transmisión de mensajes.

El diseño gráfico juega un papel fundamental en el campo de la publicidad. La publicidad tiene como objetivo persuadir, informar y recordar a los consumidores sobre un producto o servicio. El diseño gráfico se utiliza para crear anuncios atractivos visualmente, que capturen la atención del público objetivo. Esto implica el uso de elementos como logotipos, colores, tipografías y composición de imágenes para comunicar mensajes efectivos. Además, el diseño gráfico en la publicidad se encarga de transmitir los valores de la marca y generar una identidad visual reconocible. Es fundamental que el diseño gráfico en la publicidad sea coherente con la estrategia de marketing y el público al que se dirige, para lograr el impacto deseado.

El diseño gráfico juega un papel fundamental en el branding de una marca. A través de elementos visuales como el logotipo, la paleta de colores, la tipografía y los elementos gráficos, se busca transmitir la identidad y los valores de la marca. El diseño gráfico en el branding debe ser coherente y consistente en todos los puntos de contacto con el público, ya sea en la página web, en el packaging, en las redes sociales o en la publicidad. Además, el diseño gráfico en el branding tiene como objetivo captar la atención del público objetivo y diferenciar la marca de la competencia. Es importante tener en cuenta el público al que se dirige la marca y adaptar el diseño gráfico a sus gustos y preferencias. En resumen, el diseño gráfico en el branding es una poderosa herramienta para construir una imagen sólida y reconocible de una marca en el mercado.

El diseño gráfico en la web es un elemento crucial para captar la atención de los usuarios y transmitir el mensaje de forma efectiva. La web presenta diferentes desafíos en comparación con otros medios, como la interactividad, la adaptabilidad a diferentes dispositivos y la optimización para motores de búsqueda. El diseño web debe ser intuitivo, con una jerarquía clara de la información y una navegación fácil de usar. Además, el uso de elementos visuales atractivos y llamativos, como imágenes y videos, puede ayudar a generar una experiencia de usuario más atractiva. Es importante tener en cuenta los principios de usabilidad, accesibilidad y rendimiento para garantizar que el diseño gráfico en la web cumpla con los estándares y brinde una experiencia óptima a los usuarios.

El diseño gráfico desempeña un papel fundamental en el packaging, ya que es la primera impresión que los consumidores tienen de un producto. El objetivo principal del diseño de packaging es captar la atención del público objetivo y comunicar los valores y cualidades del producto. El diseño gráfico en el packaging se encarga de crear

una identidad visual única y atractiva que destaque en el punto de venta. Esto implica la elección adecuada de colores, tipografías y elementos gráficos que transmitan el mensaje deseado y generen impacto visual. Además, el diseño gráfico en el packaging también se ocupa de organizar la información de manera clara y legible, incluyendo los elementos esenciales como el nombre del producto, el logotipo de la marca y la información nutricional. En resumen, el diseño gráfico en el packaging desempeña un papel crucial en la comunicación visual de un producto, permitiendo diferenciarse de la competencia y atraer a los consumidores.

El diseño gráfico en la impresión es una disciplina fundamental en la industria del diseño. A través de la impresión se pueden plasmar diversas piezas gráficas, como carteles, folletos, revistas y libros. En este campo, es esencial tener en cuenta aspectos como la resolución de las imágenes, los colores utilizados, el tipo de papel y acabado, y la maquetación adecuada para que el diseño se vea de la mejor manera posible una vez impreso. Además, es fundamental contar con un conocimiento sólido de los diferentes procesos de impresión, como la serigrafía, el offset o la impresión digital, para poder adaptar el diseño a las necesidades específicas de cada uno. Esto incluye considerar factores como el tipo de tinta a utilizar, la alineación de los colores, el registro y la forma en que se imprimen los elementos gráficos. En resumen, el diseño gráfico en la impresión requiere un enfoque cuidadoso y dedicado para asegurar resultados finales de calidad y cumplir con las expectativas del cliente.

Las herramientas y software de diseño gráfico son indispensables para los profesionales y entusiastas que trabajan en esta área. Existen una amplia variedad de herramientas disponibles, tanto gratuitas como de pago, que ofrecen diferentes funciones y capacidades. Entre las herramientas más utilizadas se encuentra Adobe Photoshop, un programa de edición de imágenes ampliamente reconocido por su versatilidad y potencia. Otro software popular es Adobe Illustrator, que se utiliza para la creación de gráficos vectoriales. Otro software ampliamente utilizado es Adobe InDesign, que está especialmente diseñado para la maquetación y diseño de publicaciones como revistas y libros. Además de estos programas, existen otras opciones como GIMP, CorelDRAW y Sketch, entre otros. Cada herramienta tiene sus propias características y funcionalidades, por lo que es importante que los diseñadores gráficos elijan la que mejor se ajuste a sus necesidades y preferencias. Además de las herramientas tradicionales, también es importante estar al tanto de las últimas tendencias en software de diseño gráfico y explorar

nuevas herramientas emergentes en el campo. En resumen, contar con las herramientas y software adecuados es fundamental para llevar a cabo un diseño gráfico de calidad.

En la actualidad, el diseño gráfico se caracteriza por estar en constante evolución y adaptación a las nuevas tecnologías y tendencias. Una de las principales tendencias actuales es el diseño minimalista, caracterizado por su simplicidad y enfoque en la funcionalidad. Además, el diseño responsivo ha cobrado gran importancia, ya que permite adaptar el contenido a diferentes dispositivos y tamaños de pantalla. Otra tendencia es el uso de ilustraciones y gráficos vectoriales, que aportan un estilo fresco y moderno a los diseños. Además, el diseño centrado en la experiencia del usuario se ha vuelto fundamental, buscando crear interfaces intuitivas y fáciles de usar. Finalmente, el diseño sustentable también ha ganado relevancia, promoviendo la utilización de materiales y procesos eco-amigables en la producción de piezas gráficas.

La ética y responsabilidad en el diseño gráfico son aspectos fundamentales para garantizar una práctica profesional de calidad. Los diseñadores gráficos deben tener en cuenta el impacto de su trabajo en la sociedad y ser conscientes de las consecuencias de sus decisiones. Esto implica seguir principios éticos como la honestidad, la transparencia y el respeto por los derechos de autor. Además, los diseñadores deben ser responsables de utilizar imágenes y mensajes que no promuevan la discriminación, el odio o la violencia. También es importante considerar la sostenibilidad del diseño, utilizando materiales y recursos de manera responsable. En definitiva, la ética y responsabilidad en el diseño gráfico son pilares fundamentales para generar un impacto positivo y contribuir al desarrollo de una sociedad más justa y equitativa.

El futuro del diseño gráfico promete ser emocionante y lleno de oportunidades. Con los avances tecnológicos en constante evolución, se espera que el diseño gráfico continúe creciendo y abarcando nuevas áreas. Una de las tendencias más destacadas es la integración del diseño gráfico con la realidad aumentada y la realidad virtual, lo que permitirá a los diseñadores crear experiencias interactivas e inmersivas para los usuarios. Además, se espera que la inteligencia artificial juegue un papel importante en el diseño gráfico, automatizando tareas rutinarias y ayudando a generar ideas creativas. La colaboración remota también se perfila como una tendencia, permitiendo a los diseñadores trabajar en equipo desde diferentes ubicaciones. En definitiva, el futuro del diseño gráfico es prometedor y se vislumbra como un campo en constante evolución y adaptación a las nuevas tecnologías.

En conclusión, el diseño gráfico es una disciplina que ha evolucionado a lo largo del tiempo, adaptándose a las necesidades y avances tecnológicos de cada época. A través de la historia del diseño gráfico, hemos podido apreciar cómo se han desarrollado los principios fundamentales que guían esta práctica, como la tipografía, el uso del color y la composición de imágenes. Además, hemos visto cómo el diseño gráfico se ha aplicado en diversas áreas, como la publicidad, el branding, la web, el packaging y la impresión. El diseño gráfico también ha sido influenciado por las herramientas y software disponibles, así como por las tendencias actuales en esta área. Es importante destacar la importancia de la ética y responsabilidad en el diseño gráfico, así como tener en cuenta las posibles direcciones que podría tomar en el futuro. En resumen, el diseño gráfico es una disciplina creativa y versátil que continúa evolucionando y desempeñando un papel fundamental en nuestra sociedad.

4.3

El Código Visual: Descifrando el Éxito en el Lenguaje de las Redes Sociales

La estrategia para redes sociales es un plan estructurado que define cómo una organización, marca o individuo utilizará las plataformas de redes sociales para alcanzar sus objetivos de comunicación, marketing y negocios. Este enfoque integral implica la planificación, ejecución y evaluación de acciones en distintas redes sociales, con el fin de conectar con la audiencia objetivo, aumentar la visibilidad de la marca y lograr resultados medibles. Una estrategia efectiva incluye la definición de objetivos claros, la identificación del público objetivo, la selección de plataformas adecuadas, la creación de contenido relevante y el uso del diseño gráfico como herramienta fundamental para crear contenidos visuales atractivos y coherentes con la identidad de marca. Además, contempla un calendario de publicaciones, la interacción con la audiencia, el análisis y medición de resultados, la asignación de recursos y la capacidad de adaptación a las tendencias emergentes.

El diseño gráfico juega un papel crucial en la diferenciación y el impacto visual de la marca en las redes sociales, contribuyendo a captar la atención del público y a transmitir mensajes de manera efectiva. Este enfoque integral permite a las marcas aprovechar el poder de las redes sociales para construir una comunidad en línea, aumentar la lealtad de los clientes, mejorar la reputación y, en última instancia, impulsar el crecimiento del negocio.
Teniendo en cuenta la legibilidad, el contexto y la personalidad que se busca transmitir. Además, se deben considerar

El mundo digital y las redes sociales han revolucionado la forma en que las empresas se comunican con su audiencia. Las campañas para redes sociales con comunicación visual se han convertido en una estrategia fundamental para alcanzar y cautivar a los usuarios en estas plataformas.

Las campañas para redes sociales desempeñan un papel fundamental en la estrategia de marketing digital de una empresa. En la actualidad, las redes sociales se han convertido en una poderosa herramienta de comunicación y publicidad, permitiendo llegar a un gran número de usuarios de forma rápida y efectiva. Las campañas en estas plataformas ofrecen la oportunidad de generar mayor visibilidad y engagement con la audiencia, lo que puede traducirse en un aumento de seguidores, clientes potenciales y ventas. Además, las redes sociales ofrecen herramientas de segmentación que permiten dirigir las campañas

a un público específico, lo que garantiza un mayor impacto y resultados más efectivos. En resumen, las campañas para redes sociales son esenciales para fortalecer la presencia de una empresa en línea, promover sus productos o servicios, interactuar con los usuarios y alcanzar los objetivos establecidos en términos de marketing y comunicación.

La comunicación visual juega un papel fundamental en las campañas para redes sociales, ya que permite transmitir mensajes de manera efectiva y atractiva. A través de imágenes, gráficos y videos, las marcas pueden captar la atención de su público objetivo y generar una conexión emocional con ellos. La comunicación visual también facilita la comprensión de la información, ya que el cerebro humano procesa las imágenes de manera más rápida y eficiente que el texto. Además, el uso de elementos visuales permite destacar la identidad visual de la marca y aumentar su reconocimiento. Es importante utilizar imágenes y gráficos relevantes y de alta calidad que sean coherentes con la estrategia de comunicación de la marca. De esta manera, se logrará captar la atención de la audiencia y lograr mejores resultados en las campañas para redes sociales.

El diseño de contenido visual para redes sociales es fundamental para captar la atención de los usuarios y transmitir un mensaje efectivo. Para ello, es necesario utilizar imágenes y gráficos atractivos que resalten la personalidad de la marca y sean visualmente agradables. Además, es importante tener en cuenta el uso de colores y tipografía efectiva que refuercen la identidad visual de la campaña. Asimismo, se pueden incorporar elementos visuales interactivos, como videos o infografías, para generar mayor interacción con los usuarios.

Es necesario optimizar las imágenes para cada plataforma de redes sociales, asegurándose de que se vean correctamente en diferentes dispositivos. Por último, es fundamental medir y analizar los resultados de las campañas para poder realizar ajustes y mejoras en futuras estrategias. En resumen, el diseño de contenido visual es clave en la realización de campañas para redes sociales, ya que permite transmitir mensajes de manera efectiva y generar un mayor impacto en los usuarios.

Las estrategias de comunicación visual en redes sociales son fundamentales para captar la atención de los usuarios y transmitir eficientemente el mensaje de las campañas. En primer lugar, es crucial definir una identidad visual sólida que refleje la imagen de la marca y sea coherente en todas las plataformas. Además, es importante utilizar imágenes y gráficos atractivos y de alta calidad que llamen la atención del público objetivo. Para lograr esto, se pueden utilizar elementos visuales

como ilustraciones, fotografías, infografías y videos. También se debe tener en cuenta la selección de colores y tipografía efectiva, asegurándose de que sean coherentes con la marca y transmitan el mensaje correcto. Otra estrategia efectiva es la incorporación de elementos visuales interactivos, como encuestas, preguntas o animaciones, que fomenten la participación del público. Por último, es esencial optimizar las imágenes para cada plataforma, ajustándolas a los formatos y tamaños específicos. Al implementar estas estrategias, es posible mejorar la efectividad de las campañas visuales en redes sociales y alcanzar los objetivos de comunicación de manera más exitosa.

La selección de las plataformas de redes sociales es un paso fundamental en la realización de campañas con comunicación visual. Es importante considerar las características y el comportamiento de la audiencia objetivo para determinar en qué plataformas se encuentran presentes y cómo interactúan en cada una. Algunas de las plataformas más populares son Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn. Facebook es ideal para llegar a un público diverso y compartir contenido visual de forma amplia. Instagram se destaca por su enfoque en la imagen y es ideal para publicar contenido visualmente atractivo y creativo. Twitter es una plataforma rápida y efectiva para mantenerse al tanto de tendencias y compartir contenido visualmente impactante en formato breve. LinkedIn es la plataforma principal para redes profesionales y es adecuada para compartir contenido visual relacionado con negocios y empleo. Al conocer las características de estas plataformas y la audiencia específica en cada una, se puede seleccionar aquellas que maximicen el impacto de las campañas visuales.

La segmentación de audiencia es un aspecto fundamental para el éxito de las campañas en redes sociales con comunicación visual. Antes de diseñar los mensajes clave, es importante identificar a qué tipo de público nos queremos dirigir. Para ello, es necesario realizar un análisis de la audiencia potencial, considerando datos demográficos, intereses, comportamientos y preferencias. A partir de esta información, se pueden definir los mensajes clave que resuenen con la audiencia objetivo. Estos mensajes deben ser claros, relevantes y persuasivos, captando la atención del público y generando interés en el producto o servicio que se promociona. Realizar una segmentación adecuada de la audiencia y desarrollar mensajes clave acordes a sus necesidades y deseos aumentará la eficacia de la campaña y contribuirá a alcanzar los objetivos planteados.

La creación de imágenes y gráficos atractivos es fundamental para el éxito

de las campañas en redes sociales. Estos elementos visuales son la primera impresión que los usuarios tienen de una campaña y pueden llamar su atención o hacer que pasen desapercibidos. Es importante utilizar imágenes y gráficos que sean atractivos, relevantes y de alta calidad. Se deben considerar aspectos como la composición, el color, el contraste y la legibilidad de los textos. Además, es necesario adaptar el contenido visual al formato y tamaño requerido por cada plataforma de redes sociales, optimizando las imágenes para una carga rápida. Para lograr imágenes y gráficos atractivos, se pueden utilizar herramientas de diseño gráfico y editar las imágenes con efectos, filtros y elementos adicionales. En resumen, la creación de imágenes y gráficos atractivos es esencial para captar la atención de los usuarios y comunicar de manera efectiva el mensaje de la campaña en redes sociales.

El uso de colores y tipografía efectiva es fundamental para captar la atención del público en las campañas para redes sociales. Los colores pueden transmitir emociones y crear una conexión emocional con los usuarios. Es importante seleccionar una paleta de colores coherente con la identidad de la marca y que se adapte al mensaje que se desea transmitir. Además, la elección de la tipografía adecuada puede impactar en la legibilidad del texto y en la percepción de la marca. Se recomienda utilizar tipografías claras y legibles, evitando aquellas muy ornamentadas que pueden dificultar la lectura. Asimismo, es necesario tener en cuenta el contraste entre el color de fondo y el texto para garantizar una buena visibilidad. En resumen, el uso de colores llamativos y una tipografía adecuada contribuyen a una comunicación visual efectiva en las campañas para redes sociales.

En la realización de campañas para redes sociales con comunicación visual, la incorporación de elementos visuales interactivos juega un papel fundamental para captar la atención y generar mayor engagement con el público objetivo. Estos elementos incluyen GIFs, videos, encuestas interactivas, cuestionarios o infografías interactivas, entre otros. Al utilizar estos elementos, se logra una mayor participación por parte de los usuarios, ya que les permite interactuar directamente con el contenido. Además, los elementos visuales interactivos brindan una experiencia más dinámica y entretenida, lo cual contribuye a que el mensaje de la campaña sea transmitido de manera efectiva. Asimismo, permiten recopilar datos e información valiosa sobre los usuarios y su comportamiento, lo que facilita la personalización de las estrategias de comunicación visual en futuras campañas.

La optimización de imágenes para diferentes plataformas de redes

sociales es fundamental para garantizar que el contenido visual se muestre de manera correcta y atractiva en cada plataforma. Cada red social tiene requisitos específicos en cuanto a dimensiones y formatos de imágenes, por lo que es importante adaptar las imágenes para obtener los mejores resultados. Al optimizar las imágenes, se pueden reducir los tiempos de carga, mejorar la calidad visual y asegurarse de que el mensaje deseado se transmita de manera efectiva. Esto implica ajustar el tamaño, el formato y la resolución de las imágenes, así como también optimizar el almacenamiento en caché y la compresión. Además, es importante considerar el uso de metadatos y etiquetas adecuadas para facilitar la indexación y el descubrimiento de las imágenes en las plataformas de búsqueda.

La medición y análisis de resultados de las campañas en redes sociales con comunicación visual es fundamental para evaluar su efectividad y tomar decisiones basadas en datos. A través de herramientas como Google Analytics, Facebook Insights y Twitter Analytics, es posible obtener métricas como el alcance, la interacción, el tráfico generado y las conversiones. Estos datos permiten identificar qué elementos visuales funcionan mejor, qué tipo de contenido atrae a la audiencia y cómo mejorar el rendimiento de las campañas. También es importante analizar el engagement, es decir, la cantidad de comentarios, likes y compartidos, para determinar la respuesta del público y ajustar la estrategia en consecuencia. Además, la segmentación de los resultados por plataforma y por características demográficas de la audiencia proporciona información valiosa para adaptar la comunicación visual a cada canal y público objetivo. En resumen, el análisis de resultados proporciona insights que permiten mejorar constantemente las campañas en redes sociales y lograr los objetivos planteados.

Algunos ejemplos exitosos de campañas con comunicación visual en redes sociales incluyen la campaña de Dove "Real Belleza", que utilizó imágenes inspiradoras y auténticas para promover la aceptación del cuerpo y fomentar la confianza en las mujeres. La campaña "Share a Coke" de Coca-Cola también fue un éxito, ya que utilizó botellas personalizadas con nombres populares para generar participación y compartir en las redes sociales. Otra campaña exitosa fue la de Oreo "Daily Twist", que aprovechó eventos y noticias de actualidad para crear imágenes ingeniosas y atractivas con las famosas galletas. Estos ejemplos demuestran cómo la comunicación visual efectiva puede captar la atención de la audiencia, generar interacción y promover los valores de una marca.

En la actualidad, las campañas visuales en redes sociales se centran cada vez más en la autenticidad y la inclusión. Los usuarios valoran la transparencia y la conexión emocional de las marcas, por lo que las campañas que muestran personas reales y diversas tienden a tener más éxito. (Bonifaz Chávez and Paucar Toala, 2024)[3] Otra tendencia importante es el uso de videos en vivo y contenido efímero, como las historias de Instagram, para generar interacción y estimular la participación de los seguidores. Además, los formatos de realidad aumentada y realidad virtual están ganando popularidad y permiten a las marcas crear experiencias inmersivas para sus audiencias. Por último, las campañas también están adoptando enfoques más sostenibles y responsables, mostrando el compromiso de las marcas con el medio ambiente y la responsabilidad corporativa.

En conclusión, las campañas para redes sociales con comunicación visual son una herramienta fundamental en el mundo del marketing digital y el diseño gráfico. La comunicación visual es clave para captar la atención de la audiencia y transmitir mensajes de manera efectiva. El diseño de contenido visual atractivo y la selección de plataformas adecuadas son aspectos cruciales para el éxito de una campaña. Además, la segmentación de la audiencia y la incorporación de elementos visuales interactivos son estrategias que ayudan a generar mayor engagement. La optimización de imágenes para diferentes plataformas y el análisis de resultados permiten mejorar el desempeño de las campañas. Ejemplos exitosos y las tendencias actuales en la realización de campañas visuales también pueden servir como inspiración para futuras estrategias. En resumen, una estrategia bien planificada y ejecutada con comunicación visual puede tener un impacto significativo en el alcance y la efectividad de las campañas en redes sociales.

En el siguiente capítulo, se explorará la definición creativa del proyecto, un aspecto crucial que encapsula todo el concepto creativo necesario para la realización del proyecto.

3. Bonifaz Chávez, R. S. and Paucar Toala, G. B. "El storytelling como medio de persuasión aplicado a una campaña publicitaria en redes sociales.." (2024). unach.edu.ec

5 DEFINICIÓN CREATIVA

En este capítulo, se abordará un momento fundamental en la producción gráfica al explorar el proceso de definición creativa. Guiados por elementos esenciales como el brief, que delineará los objetivos y necesidades del proyecto, y la recolección de referencias que alimentarán nuestra creatividad, estableceremos una base sólida para el desarrollo. A través de una descripción minuciosa de la estrategia detrás de las piezas que se diseñarán, se consolidará un concepto creativo que actuará como el pilar de nuestro trabajo. Asimismo, se definirán principios de diseño que establecerán las pautas estilísticas y comunicativas, asegurando que nuestras creaciones sean coherentes y efectivas.

Este capítulo es clave, ya que proporcionará las bases creativas y estratégicas necesarias para avanzar en el proceso de producción gráfica.

5.1

BRIEF

Un brief de diseño es un documento que define objetivos, audiencia y requisitos de un proyecto, alineando al equipo y al cliente sobre expectativas y mensajes a comunicar.

A. Información del cliente

Dirección:
La sede está ubicada en la 12 avenida 16-32 zona 2, Ciudad Nueva,
Teléfono:
2254-9911.
Sitio web:
https://esperanzajuvenil.org/es/.
Correo electrónico:
esperanzajuvenil@bhgh.org

B. Datos del jefe inmediato

Fátima Sazo
Teléfono: 5438 2783
Correo: fsazo@bhgh.org

C. Actividades de la institución

La institución se enfoca en la comunicación social para fortalecer su presencia en la comunidad y aumentar la participación en sus programas. Sus actividades incluyen la creación de materiales gráficos y un video institucional que resalte su impacto, iniciativas de responsabilidad social mediante el servicio comunitario de los estudiantes, y la promoción de la sostenibilidad ambiental a través de prácticas como la plantación de árboles.

D. Programas con los que cuenta la institución

La institución ofrece diversos programas para apoyar el desarrollo integral de estudiantes y la comunidad. Destacan los programas de servicio comunitario, que fomentan el compromiso cívico; iniciativas de responsabilidad social que promueven el bienestar social; y programas de gestión de rendimiento que evalúan el impacto de sus actividades. Además, realizan actividades de comunicación social, como la creación de materiales gráficos y un vídeo institucional, junto con proyectos de sostenibilidad ambiental que fomentan prácticas responsables entre los estudiantes.

E. Instituciones analógicas

- Fundación Funda-Entrepreneur
- Asociación de Desarrollo Comunal de Guatemala (ADCG)
- Centro de Capacitación y Promoción (CENCAP)
- Fundación Paiz para la Educación
- Techo Guatemala
- Asociación de Scouts de Guatemala
- Fundación Mixco Viejo

F. Proyecto a desarrollar

Se diseñará una campaña en Instagram con el objetivo de promover el reconocimiento institucional y generar conciencia sobre la importancia de la colaboración de futuros donantes. Esta campaña buscará resaltar nuestra misión y valores, así como el impacto significativo que las contribuciones pueden tener en nuestra comunidad. A través de contenido atractivo y mensajes claros, invitaremos a los potenciales donantes a unirse a nuestra causa y a ser parte del cambio que deseamos crear.

G. Objetivo

El objetivo de la campaña es aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la institución entre los futuros donantes, fomentando la construcción de relaciones sólidas y duraderas. A través de contenido informativo y atractivo, se busca educar a la audiencia sobre la misión de la institución, los proyectos en curso y el impacto de las donaciones. De este modo, se aspira a motivar a los potenciales donantes a comprometerse con la causa y a contribuir a los objetivos de la organización, creando un sentido de pertenencia y participación en la comunidad.

H. Descripcion del proyecto

El desarrollo de una campaña para Instagram que abarque un periodo de cuatro meses, ofreciendo contenido variado y atractivo a lo largo de toda la duración de la misma.

I. Impuesto

Se le estima en Q 41,982.74

J. Restricciones

- Inclusión de los logotipos de la institución.
- Variedad de formatos para post, reels y story.

K. Publico objetivo

El público objetivo incluye a hombres y mujeres de entre 35 y 55 años, con estudios de posgrado y altos ingresos, que ocupan posiciones de ejecutivos y líderes empresariales. Este grupo está comprometido con la responsabilidad social y deseoso de dejar un legado positivo en su comunidad. Además, muestran interés en realizar donaciones para apoyar a la institución en su misión y proyectos.

L. Mensaje a trasmitir

El desarrollo integral de niños y jóvenes en Guatemala es esencial para construir un futuro prometedor. Invertir en su educación, salud y bienestar no solo transforma sus vidas, sino que fortalece a nuestra comunidad. Juntos, podemos crear oportunidades y empoderar a las nuevas generaciones para que alcancen su máximo potencial.

5.2

REFERENCIAS VISUALES

A continuación, se presentan las referencias visuales que serán cruciales en el proceso de diseño. Estas imágenes proporcionarán un contexto que ayudará a los diseñadores a alinear sus creaciones con las tendencias actuales y las expectativas del público objetivo.

Figura 7

5.3

ESTRATEGIA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO

La técnica creativa de las 6 W (qué, para qué, con qué, con quiénes, cuándo y dónde) es un método que organiza y clarifica ideas para una campaña. Cada "W" aborda un aspecto clave: qué se comunica, para qué (objetivos), con qué (materiales), con quiénes (público), cuándo (duración) y dónde (canal, como Instagram). Este enfoque asegura que todos los elementos de la campaña estén alineados y enfocados en los objetivos de la institución.

A. ¿Qué?

La institución cuenta con un sólido trasfondo en la educación y ha tenido un impacto significativo en la comunidad local durante los últimos años. Se han implementado diversos programas y proyectos que han beneficiado a los estudiantes, así como a la población en general. Las cápsulas informativas sobre los logros y la experiencia de los estudiantes, junto con la administración, reflejan la misión educativa y social de la institución, resaltando la importancia de su contribución al desarrollo integral de los jóvenes.

B. ¿Para qué?

Los objetivos de la institución al comunicar esta pieza son múltiples. En primer lugar, se busca aumentar la visibilidad de la institución en el entorno educativo y social, permitiendo que más personas conozcan sus aportes. Además, se pretende fomentar una conexión emocional con la audiencia, motivar la donación, construir confianza en la comunidad, promover la participación activa de los interesados y crear una comunidad unida. Finalmente, es importante evaluar el interés y la percepción del público sobre la institución y sus proyectos, para así poder ajustar las estrategias futuras.

C. ¿Con qué?

Para lograr estos objetivos, se desarrollarán materiales gráficos diseñados específicamente para la campaña en Instagram, que se alineen con la estética y los valores de la institución. Estos materiales incluirán imágenes, videos y publicaciones que capturen la esencia de la experiencia educativa

y el impacto positivo que esta tiene en la vida de los estudiantes. Se buscará presentar contenido atractivo y que invite a la interacción, facilitando así una mayor participación de los usuarios.

D. ¿Con quiénes?

La campaña se enfocará principalmente en los usuarios de Instagram, que representan el público directo al que se desea llegar. Además, el personal del área de comunicación dentro de la institución colaborará para asegurar que el mensaje sea claro y efectivo. En un segundo plano, se incluirá a la comunidad en general, invitándolos a formar parte de esta iniciativa y a conocer más sobre los proyectos en desarrollo.

E. ¿Cuándo?

La campaña tendrá una duración de cuatro meses, durante los cuales se implementarán diferentes estrategias de comunicación y se analizará el impacto de las acciones realizadas. Se realizarán evaluaciones periódicas para medir la efectividad de la campaña y ajustar las tácticas según sea necesario.

F. ¿Dónde?

La comunicación de esta campaña se llevará a cabo en la red social de Instagram de la institución, aprovechando su amplio alcance y capacidad de interacción. Incrementar la presencia en esta plataforma permitirá llegar a una audiencia más joven y dinámica, facilitando la conexión con los actuales y potenciales estudiantes, así como con la comunidad en general.

5.4

CONCEPTO CREATIVO

El concepto creativo en el diseño gráfico es la idea central que guía la creación de visuales y elementos gráficos en una campaña. Se trata de una propuesta original que define cómo se comunicarán los mensajes a través de imágenes, tipografías y colores, asegurando que todos los componentes visuales sean coherentes y reflejen la identidad de la marca. Un concepto creativo sólido en diseño gráfico puede captar la atención del público, generar emociones y transmitir efectivamente los valores y objetivos de la campaña.

En este sentido, se procederá a exponer tres propuestas de diseño creativo para la intervención actual, empleando una variedad de técnicas.

A. Técnica de Asociación Forzada

La Técnica de Asociación Forzada es un método creativo que consiste en combinar elementos aparentemente inconexos para generar ideas innovadoras. Al tomar conceptos o palabras que no están relacionados y forzar una conexión entre ellos, se estimula el pensamiento lateral y se desafían las asociaciones comunes. Esta técnica es útil en procesos de brainstorming, diseño y publicidad, ya que ayuda a desbloquear la creatividad y a encontrar soluciones originales al fomentar conexiones inesperadas.

Palabras clave:

Esperanza, Juventud, Fundación

Elementos aleatorios expandidos: Semilla, Faro, Puzzle, Árbol, Constelación, Mapa, Origami, Río, Montaña, Espejo, Caleidoscopio, Mariposa, Puente, Telaraña, Libro

Conceptos resultantes detallados:

a) "Sembrando Faros de Esperanza":

• Crea una narrativa visual que muestre el "ciclo de vida" de un joven en la fundación:

1. Semilla: Representa el potencial inicial del joven.
2. Brote: Muestra los primeros pasos en la fundación.
3. Planta joven: Ilustra el crecimiento y aprendizaje.
4. Árbol: Simboliza la madurez y el desarrollo de habilidades.
5. Faro: Representa al joven convertido en inspiración para otros.

b) "Caleidoscopio de Oportunidades":

• Representa la fundación como un caleidoscopio y a los jóvenes como las piezas coloridas dentro de él.

c) "Telaraña de Conexiones":

• Visualiza la fundación como una

telaraña intrincada, con cada hilo representando una conexión o oportunidad.

B. Tecnica de los seis sombreros

La técnica de los 6 sombreros, creada por Edward de Bono, es un método que promueve el pensamiento paralelo y la toma de decisiones en grupo. Cada "sombrero" representa un estilo de pensamiento distinto: el sombrero blanco se enfoca en datos y hechos; el rojo expresa emociones e intuiciones; el negro realiza un análisis crítico destacando riesgos; el amarillo se centra en aspectos positivos y beneficios; el verde fomenta la creatividad y generación de ideas; y el azul gestiona el proceso de pensamiento. Esta técnica permite que un grupo aborde un problema desde múltiples perspectivas, mejorando la comunicación, la colaboración y la calidad de las decisiones.

Sombrero Blanco (hechos):

• Número exacto de jóvenes beneficiados en los últimos 5 años
• Estadísticas de mejora en educación: porcentaje de aumento en tasas de graduación, mejora en calificaciones
• Datos sobre el impacto en la comunidad: reducción de tasas de desempleo juvenil, aumentó de participación en actividades comunitarias
• Información sobre programas específicos: duración, contenido, resultados medibles
• Colaboraciones con otras organizaciones y su impacto

Sombrero Rojo (emociones) continuación:

• Podcast semanal donde los jóvenes comparten sus experiencias y sentimientos
• "Muro de gratitud" digital donde los beneficiarios pueden publicar mensajes de agradecimiento
• Serie de GIFs animados que expresen las emociones más comunes en el viaje de los jóvenes
• Galería de arte digital con obras creadas por los jóvenes, expresando sus emociones y sueños

Sombrero Negro (precaución):

• Análisis detallado de los desafíos en la captación de fondos, incluyendo gráficos y proyecciones
• Informe sobre las dificultades para llegar a ciertos grupos demográficos y estrategias para superarlas
• Estudio de caso sobre percepciones negativas y cómo la fundación las está abordando
• Lista de posibles riesgos futuros y planes de contingencia
• Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) de la fundación

Sombrero Amarillo (beneficios):

• Infografías detalladas sobre la mejora en la calidad de vida de los jóvenes y sus familias
• Estudio económico sobre el impacto positivo en la economía local, con proyecciones a futuro
• Mapa interactivo mostrando la red de apoyo y mentores creada por la fundación

• Testimonios de empleadores sobre el desempeño de los jóvenes de la fundación
• Galería de "historias de éxito" destacando logros académicos, profesionales y personales
Sombrero Verde (creatividad):
• Implementar un "laboratorio de ideas" virtual donde los seguidores puedan proponer nuevas iniciativas
• Crear una serie de "desafíos creativos" semanales para los jóvenes, compartiendo los resultados en Instagram
• Desarrollar una aplicación de realidad aumentada que permita a los usuarios "construir" su ciudad ideal
• Organizar un "hackathon virtual" para desarrollar soluciones innovadoras a problemas locales
• Crear un "árbol de las oportunidades" interactivo donde cada usuario pueda añadir una "hoja" con una idea o habilidad
Sombrero Azul (proceso):
• Desarrollar un calendario editorial detallado para los próximos 6 meses
• Crear una guía de estilo visual para mantener la coherencia en todas las publicaciones
• Implementar un sistema de análisis de datos para medir el engagement y ajustar la estrategia
• Establecer un comité de jóvenes para revisar y aprobar el contenido antes de su publicación
• Desarrollar un plan de colaboración con influencers alineados con los valores de la fundación

Concepto creativo: "Pinta tu Futuro con Esperanza"

El concepto "Pinta tu Futuro con Esperanza" surge como una forma visual y metafórica de representar cómo la fundación empodera a los jóvenes para crear su propio destino. Este concepto combina elementos visuales atractivos con una poderosa metáfora de empoderamiento y esperanza, alineándose con la misión de la Fundación Esperanza Juvenil.

C. Tecnica de ESCAMPER

La técnica SCAMPER es una herramienta creativa que estimula la innovación a través de siete estrategias: Sustituir (Substitute), Combinar (Combine), Adaptar (Adapt), Modificar (Modify), Poner en otros usos (Put to another use), Eliminar (Eliminate) y Reorganizar (Reverse). Al aplicar estas estrategias, se fomenta el pensamiento crítico sobre un producto, servicio o problema, buscando maneras de mejorarlo o transformarlo. SCAMPER es especialmente útil en brainstorming, ya que ayuda a generar ideas innovadoras y soluciones efectivas.

Sustituir:
• Reemplazar la idea de "ayuda" por "empoderamiento"
• Cambiar el concepto de "beneficiarios" por "agentes de cambio"
• Sustituir los informes tradicionales por historias interactivas

• Reemplazar los eventos presenciales por experiencias virtuales inmersivas

Combinar:

• Fusionar la imagen de la fundación con símbolos de éxito y logro
• Unir las historias de los jóvenes con tendencias actuales en redes sociales
• Combinar la formación educativa con gamificación
• Mezclar el arte urbano con los testimonios de los jóvenes

Adaptar:

• Ajustar el mensaje para que resuene con diferentes grupos de edad
• Modificar los programas existentes para incluir habilidades tecnológicas emergentes
• Adaptar las historias de éxito a diferentes formatos: videos cortos, infografías, podcasts
• Transformar los desafíos en oportunidades de aprendizaje y crecimiento

Modificar (continuación):

• Cambiar la percepción de los jóvenes de "necesitados" a "potenciales líderes"
• Alterar el formato de las publicaciones para hacerlas más interactivas y participativas
• Transformar el lenguaje utilizado en las comunicaciones para que sea más empoderador
• Modificar la estructura de los programas para incluir mentorías entre pares

Poner en otros usos:

• Utilizar las historias de éxito como material educativo para escuelas locales
• Convertir los proyectos de los jóvenes en campañas de concientización social
• Usar las habilidades adquiridas por los jóvenes para crear un programa de servicios comunitarios
• Transformar los espacios de la fundación en galerías de arte o centros culturales temporales

Eliminar:

• Quitar las barreras entre los jóvenes y sus sueños mediante programas de apoyo específicos
• Eliminar el lenguaje negativo o limitante de todas las comunicaciones
• Suprimir los procesos burocráticos innecesarios para agilizar la ayuda a los jóvenes
• Remover los estereotipos asociados con la juventud en situación de vulnerabilidad

Reordenar:

• Invertir la narrativa, mostrando primero el futuro potencial y luego el presente
• Reorganizar la estructura de los programas para que los jóvenes lideren ciertas iniciativas
• Cambiar el orden de presentación en redes sociales: empezar con los logros y luego mostrar el proceso
• Reestructurar el proceso de toma de decisiones para incluir más voces de los jóvenes beneficiarios

Concepto Creativo:
Faros de Esperanza

El concepto seleccionado para el proyecto se basa en la técnica creativa de las relaciones forzadas, materializándose en la idea de **"Faros de Esperanza"**. Este concepto representa la transformación de los jóvenes de la Fundación Esperanza Juvenil, destacando su evolución desde talentos potenciales hasta convertirse en auténticos faros de inspiración. Captura de manera conmovedora el proceso de crecimiento personal y profesional, así como el impacto duradero que la fundación genera en sus vidas, al fomentar el talento y formar líderes que iluminan el camino para otros.

Este concepto será fundamental en la estrategia que se implementará en Instagram, así como en los diseños que se desarrollarán. La intención es que la fundación se distinga entre las diversas organizaciones que operan en el mismo ámbito, creando diseños digitales innovadores y atractivos que no solo capten la atención, sino que también resalten la misión y los valores de la fundación. Al hacerlo, se busca inspirar a más jóvenes a unirse a esta causa y a seguir sus propios caminos de transformación, además de atraer a futuros colaboradores y donadores que deseen contribuir a esta importante labor.

5.5

PREMISAS DE DISEÑO

Las premisas de diseño son directrices esenciales que guiarán el inicio del proceso de bocetaje. Estas premisas definen la esencia de los elementos que integrarán la solución gráfica, proporcionando una base sólida para su desarrollo.

A. Premisa Cromática

Para este proyecto, se seleccionó una paleta de colores vibrantes que refleja la identidad visual de la institución. Esta paleta incluye tonos de azul, celeste oscuro y anaranjado, creando una composición que captura la atención y comunica energía dinámica.

Asimismo, se consideró la psicología del color al desarrollar esta premisa. El azul representa confianza y profesionalismo, mientras que el celeste oscuro evoca serenidad y claridad. Por otro lado, el anaranjado aporta un sentido de vitalidad y creatividad. Esta estrategia cromática está diseñada para resaltar los valores de la institución y fomentar una conexión emocional genuina con el público.

Color Prussian blue
#083447
RGB 0, 49, 83

Color Ateneo Blue
#004062
RGB 0, 64, 98

Color Vivid Tangelo
#ea6d1e
RGB 234, 109, 30

Color Beer
#f18318
RGB 1241, 131, 24

Color Bright Yellow (Crayola)
#f9b21b
RGB 249, 178, 27

B. Premisas Tipográfica

La premisa tipográfica para este proyecto se basa en la tipografía institucional" "Quiet Sans", esta fuente es una sans-serif, ofrece un diseño limpio y moderno que facilita la lectura en los textos. Esta combinación asegura una jerarquía visual efectiva, reflejando la identidad de la institución a través de una comunicación clara y atractiva.

QUIET SANS

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? = () / & % $ ¡ ! " # . , ; :

C. Premisa de tratamiento de imagen

La premisa de tratamiento de imagen para este proyecto incorpora técnicas visuales como el collage, el uso de papel rasgado y diversas texturas. La técnica del collage permite la integración de elementos visuales de manera creativa, generando composiciones únicas que capturan la atención. El papel arrugado agrega un efecto orgánico y dinámico a las imágenes, mientras que las texturas utilizadas enriquecen la profundidad visual y fomentan una conexión táctil. Esta combinación de técnicas no solo realza la estética del proyecto, sino que también refuerza la narrativa visual que se desea comunicar, creando un impacto duradero en el espectador.

D. Premisas de Medidas de instagram

La premisa de medidas para Instagram en este proyecto se centra en asegurar que todo el contenido gráfico se ajuste a los formatos óptimos de la plataforma. Para publicaciones en el feed, se utilizará la dimensión de 1080 x 1350 píxeles para imágenes verticales, garantizando que cada pieza se muestre con claridad y calidad. Las historias y reels de Instagram se diseñarán en un formato vertical de 1080 x 1920 píxeles, aprovechando el espacio de pantalla completo y creando una experiencia visual inmersiva.
Estas medidas son fundamentales para maximizar el impacto del contenido y asegurar que se visualice de manera efectiva en todos los dispositivos, promoviendo así la interacción y el compromiso del público.

Para finalizar, se ha expuesto la estrategia creativa de este proyecto a través de la elaboración de un brief de diseño, la recopilación de referentes visuales, la definición de un concepto creativo, y la formulación de premisas gráficas.

En el próximo capítulo, comenzaremos el proceso de producción gráfica, donde se concretarán los resultados de esta intervención de diseño."

6 DEFINICIÓN CREATIVA

En este capítulo, exploraremos la producción gráfica y la validación de diversas alternativas para la solución gráfica del problema. A través de diferentes etapas de evaluación, analizaremos las propuestas con el fin de seleccionar la opción más adecuada.

6.1

NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN – AUTOEVALUACIÓN

En este segmento, se examinará la fase inicial de la producción gráfica. Este primer nivel de representación emerge de un concepto creativo sólido que ha sido previamente definido, generando las primeras propuestas visuales que concretan la visión y el propósito subyacente del diseño.

En esta etapa, se evaluarán distintas alternativas, afinando y perfeccionando cada aspecto para identificar la propuesta más viable. Posteriormente, se llevará a cabo la digitalización de la opción seleccionada, dándole una forma definida y permitiendo una visualización más exacta. Este capítulo ofrecerá una visión del proceso inicial de producción gráfica, subrayando la relevancia de la creatividad y la destreza técnica en la conversión de ideas en diseños concretos y efectivos.

Después de llevar a cabo un proceso de autoevaluación exhaustivo de las propuestas presentadas, se concluyó que las opciones número 1 y 2 eran las más adecuadas para representar de manera efectiva el concepto de la campaña, titulado 'Faros de esperanza'.

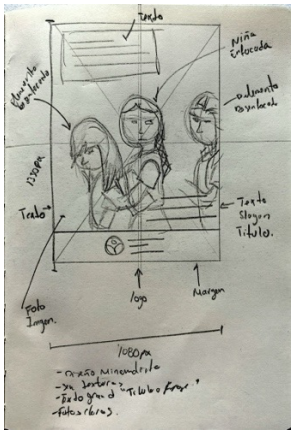


Figura 8

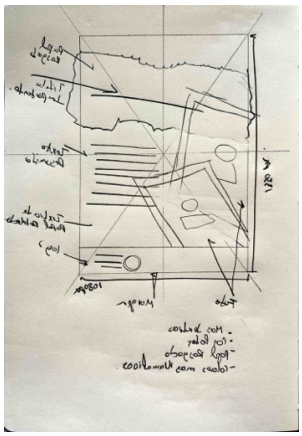


Figura 9

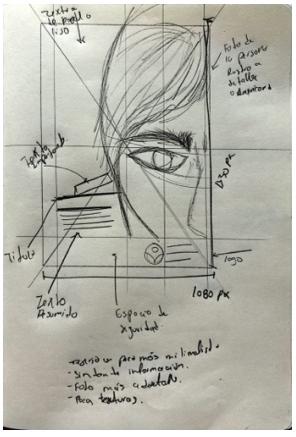


Figura 10

Con base en esta decisión, se procedió a la digitalización de la propuesta seleccionada, complementada con una experimentación de la posible línea gráfica. Este trabajo incluyó la exploración de diferentes elementos visuales, colores y tipografías que podían dar vida al concepto y transmitir el mensaje de esperanza que se busca comunicar en la campaña.

Esta propuesta fue expuesta a los estudiantes del décimo ciclo de la carrera de diseño gráfico, así como al asesor metodológico correspondiente. Durante esta presentación, se recogieron valiosos comentarios que influyeron en el desarrollo del diseño. Como resultado, se tomó la decisión de sustituir la tipografía serif original por una sans serif, que es la segunda opción recomendada por la institución. Esta elección se justificó por su superior legibilidad y su estilo contemporáneo, que se alinean mejor con las necesidades del proyecto. Además, se dedicó especial atención a la disposición de los márgenes del diseño, garantizando que no se superpusieran con los elementos visuales. Este cuidado es crucial para lograr una imagen estética que se mantenga limpia y profesional, facilitando así la comprensión del contenido presentado.

Figura 11

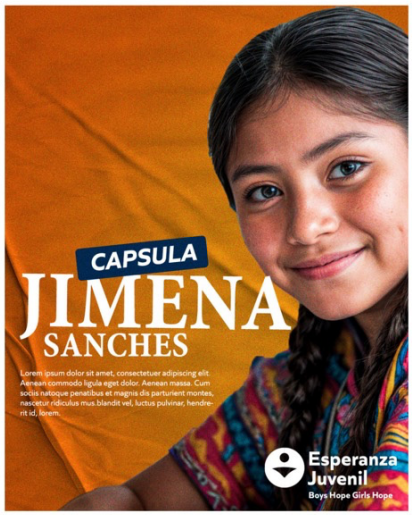


Figura 12

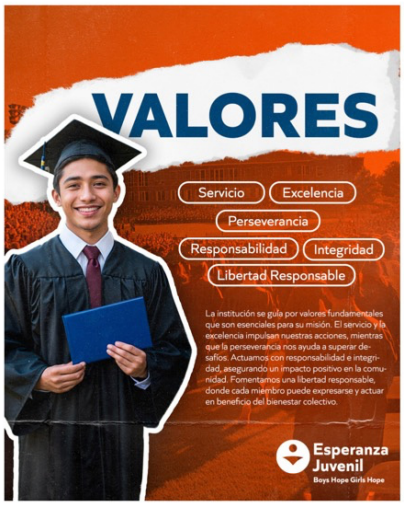


Figura 13

6.2

NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN – VALIDACIÓN CON EXPERTOS

Después de realizar los ajustes correspondientes en el primer nivel de visualización, se llevó a cabo la validación con expertos en el área de diseño y campañas para redes sociales, que es el enfoque principal del proyecto. Entre los especialistas convocados al grupo focal se encontraban:

• Lic. Diego García
Brothers Click & Shot y Radical Estudio
7 años de experiencia.

• Lic. Marcelo Girón
Grupo Cayalá
12 años de experiencia.
• Lic. Juan Lemus
Editorial Oscar de Leon Palacios
5 años de experiencia.

• Lic. Juan Victorio
Radical Estudio
15 años de experiencia.

• Lic. Mariandre de Victorio
Fandacion ronald mcdonald
14 años de experiencia.

En la validación, se llegó a la conclusión general de que los diseños gráficos presentados exhibían una transición adecuada respecto al diseño actual de la institución hacia la nueva propuesta. Además, se sugirió que el logotipo podría beneficiarse de un mayor espacio entre los márgenes para mejorar su legibilidad, así como también los textos, a los que se les recomendaría un mayor espaciado. Los expertos destacaron la importancia de tener cuidado con algunas cajas de texto, puesto que el contraste con el fondo podría comprometer la legibilidad en ciertos contextos; se sugirió la inclusión de un rectángulo para mejorar la visibilidad y establecer jerarquías más claras.

Asimismo, indicaron que el uso de texturas era una idea muy acertada, en combinación con colores sólidos de fondo, ya que esto tiende a captar más la atención de los usuarios, que es el objetivo central de la campaña.
Por último, aportaron valiosas sugerencias relacionadas con el contenido de las campañas, como el uso de historias de impacto en formatos de vídeo o carruseles, así como historias destacadas que contengan la información más relevante, dado que los usuarios suelen buscar información de forma rápida en esas secciones.

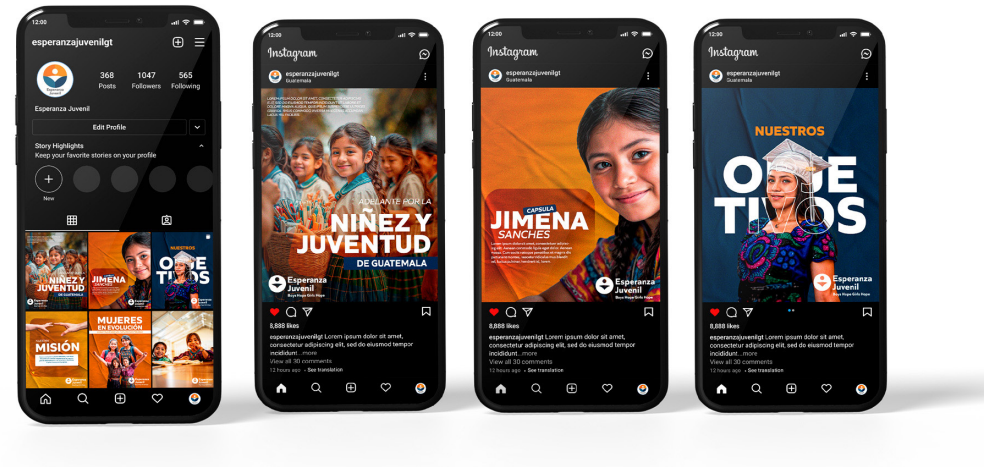


Figura 14

Figura 15

Después de implementar las modificaciones recomendadas, se presentó el trabajo a los estudiantes de décimo ciclo, quienes ofrecieron las siguientes observaciones: sugirieron que se revisara la justificación de los textos, que la ausencia de un fondo sólido de color podría afectar la legibilidad del contenido y que se debe tener cuidado al colocar texto sobre una fotografía.

6.3

NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN – VALIDACIÓN CON EL GRUPO OBJETIVO

En esta sección, se examina el nivel 3 de visualización en la producción gráfica, centrado en la mejora continua de la propuesta inicial. Basándose en los comentarios de un grupo focal de profesionales, se realizaron refinamientos adicionales.

La propuesta final se presentó a través de dos grupos focales: uno con representantes de la organización y otro con beneficiarios de sus programas, quienes proporcionaron críticas valiosas que enriquecieron el diseño.

Este apartado enfatiza la importancia de la retroalimentación constante y un enfoque centrado en el usuario, garantizando que las creaciones gráficas sean efectivas en la comunicación y el logro de los objetivos del proyecto.
En la primera etapa como representantes de la organización participaron:

• Lic. Lucas Vicente Pinzon Tzirin
Director Ejecutivo

• Lic.Susana Rios Pellecer
Directora General del Centro Educativo

• Lic. Flori Celis
Coordinadora de residencial

• Fátima Daniela Sazo Hernández
Coordinadora de Recaudación de Fondos, Marketing y Voluntariado

• Lic. Danny Esaú Martínez Pérez
Coordinador académico

Tras revisar detenidamente los resultados de la etapa anterior en el diseño de la campaña, los comentarios fueron positivos. Los evaluadores elogiaron el uso de los colores como un foco en los diseños, así como la incorporación de texturas para atraer la atención de los usuarios. También consideraron adecuada la selección de fotografías y la diagramación, ya que facilitaba la lectura y evitaba la saturación de texto en los materiales gráficos. Como resultado, no se sugirieron cambios.

Luego de tomar en cuenta los comentarios el resultado fue el siguiente:

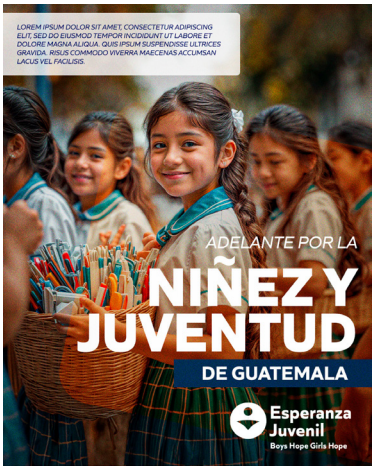


Figura 16

Figura 17

Figura 18

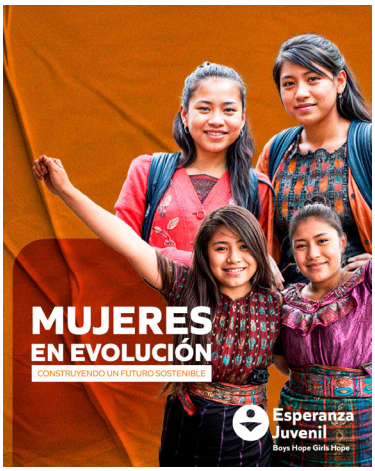


Figura 19

Figura 20

Figura 21

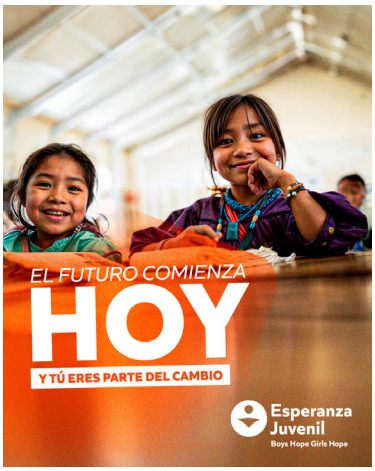


Figura 22

Después de llevar a cabo las modificaciones recomendadas, se presentó el trabajo a los estudiantes de décimo ciclo. Durante la revisión, no se recibieron comentarios ni observaciones adicionales, lo que indica que los diseños fueron bien recibidos y aceptados sin objeciones.

En la segunda etapa como beneficiarios de la organización participaron:

- Lucrecía Perez
- Hernand Hernandez
- Raimundo Anleu
- Julio Rodas
- Edgar Anleu

Al realizar una revisión minuciosa de los resultados obtenidos en la etapa anterior de los diseños de la campaña, se evaluó la captación inmediata de las publicaciones, así como su retentiva y capacidad de atraer la atención del público. Los comentarios recibidos fueron muy positivos y destacaron varios aspectos clave:

En primer lugar, se mencionó que los materiales son fáciles de recordar. Esta característica es especialmente relevante en el contexto de las redes sociales, donde el rápido consumo de contenido puede hacer que un diseño se pierda entre la multitud. La efectividad de las publicaciones permite que los usuarios se enganchen rápidamente y se sientan motivados a visualizar el contenido en su totalidad.

Asimismo, la elección de colores en la mayoría de las publicaciones fue considerada muy agradable. Los evaluadores señalaron que los colores no chocan entre sí, creando una armonía visual que resulta atractiva para el espectador. Además, se destacó que el uso de texturas en los diseños ayuda a captar aún más la atención, sin resultar excesivo, lo que a su vez asegura que la legibilidad del texto no se vea comprometida.

Una vez implementadas las modificaciones sugeridas, se expuso el trabajo a los estudiantes de décimo ciclo. Al finalizar la presentación, no se registraron comentarios ni sugerencias de su parte, lo que significó que los diseños fueron aceptados de manera unánime.

Figura 23

Figura 24

Figura 25

Figura 26

Figura 27

6.4

RESULTADO FINAL

En esta sección, se presentará el resultado final de la campaña de Instagram, fruto de un proceso meticuloso que incorporó cuidadosamente los comentarios y sugerencias recibidos, así como la refinación de aspectos clave de los diseños.

El resultado de este esfuerzo es una serie de publicaciones optimizadas y ajustadas, creadas para ofrecer la máxima utilidad, claridad y eficacia a su audiencia. Cada modificación implementada ha ayudado a perfeccionar la experiencia del usuario, garantizando que la campaña cumpla con éxito su objetivo de ser una guía valiosa y accesible para todos los seguidores.

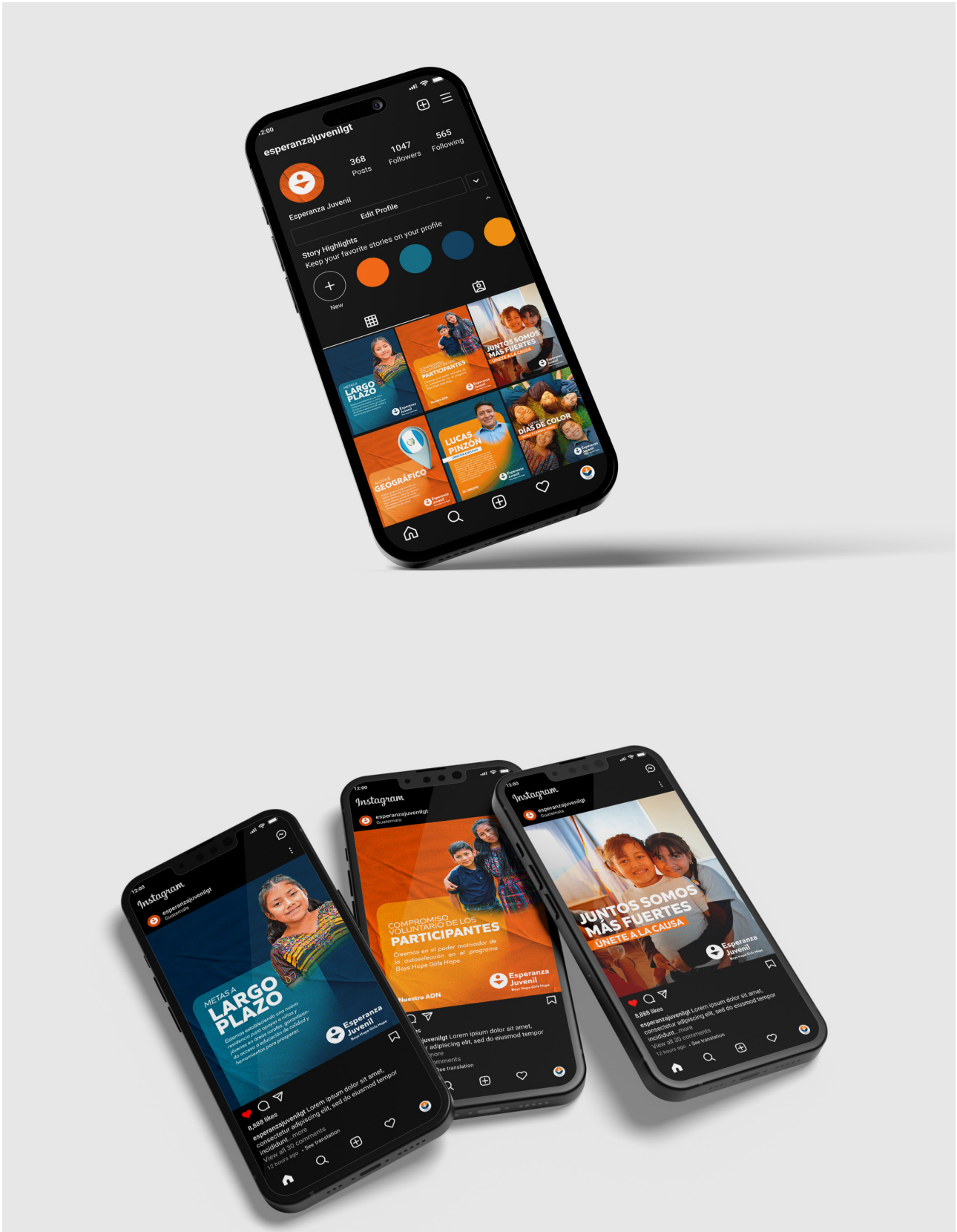

esperanzajuvenilgt
368 Posts
1047 Followers
565 Following
Esperanza Juvenil
Edit Profile
Story Highlights
Keep your favorite stories on your profile
New
LARGO PLAZO
PARTICIPANTES
JUNTOS SOMOS MAS FUERTES
ÚNETE A LA CAUSA
GEOGRÁFICO
LUCAS PINZÓN
DÍAS DE COLOR
Instagram
esperanzajuvenilgt
Guatemala
METAS A LARGO PLAZO
Esperanza Juvenil
COMPROMISO VOLUNTARIO DE LOS PARTICIPANTES
Creemos en el poder motivador de la autoselección en el programa Boys Hope Girls Hope.
Nuestro ADN
JUNTOS SOMOS MAS FUERTES
ÚNETE A LA CAUSA
8,888 likes
esperanzajuvenilgt Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt...more
View all 30 comments
12 hours ago • See translation

Figura 28

Instagram
esperanzajuvenilgt
Guatemala
ALCANCE
GEOGRÁFICO
Esperanza Juvenil
LUCAS PINZÓN
DIRECTOR EJECUTIVO
EL EQUIPO
FORMAS ADICIONALES
APOYA
Para conocer otras formas de apoyar nuestro trabajo, consulte lo siguiente:
Send message
I DECIDED TO UNITE IN YOUTHFUL HOPE FOR

Figura 29

6.5

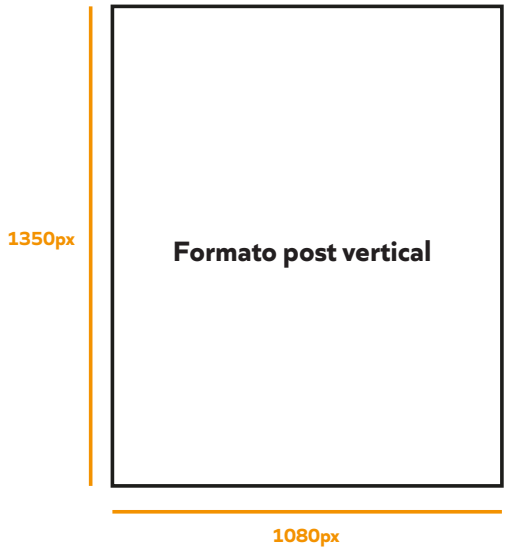
FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA

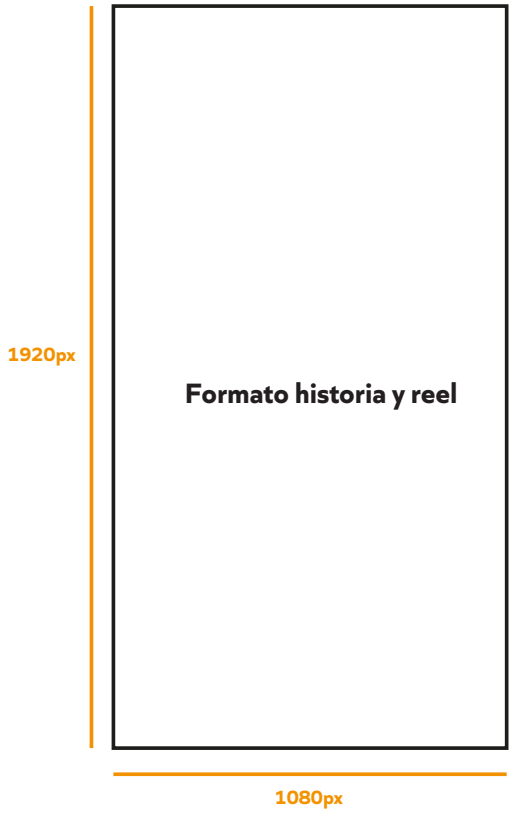
La Fundamentación Técnica del proyecto proporciona una explicación exhaustiva de los principios que sustentan cada uno de sus aspectos, abarcando desde el formato y la composición hasta el código cromático, tipográfico, icónico, visual y lingüístico.

Cada uno de estos componentes ha sido definido y estructurado con sumo cuidado para asegurar una coherencia tanto visual como comunicativa que respalde la eficacia global del proyecto. Estos principios sirven como una guía sólida para garantizar que el proyecto transmita su mensaje de forma efectiva y atractiva, manteniendo una identidad visual y lingüística uniforme en todas sus dimensiones.

A. Formato

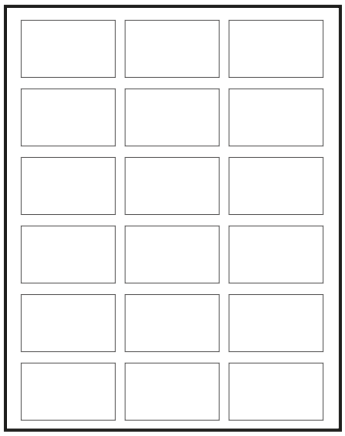
Los formatos que se utilizarán para las publicaciones incluirán post de 1080 x 1350 px, lo que permite ocupar más espacio en las pantallas de los dispositivos móviles y minimizar distracciones de otras publicaciones. Además, se emplearán reels con historias de 1080 x 1920 px, que son las dimensiones estándar recomendadas para este tipo de contenido.



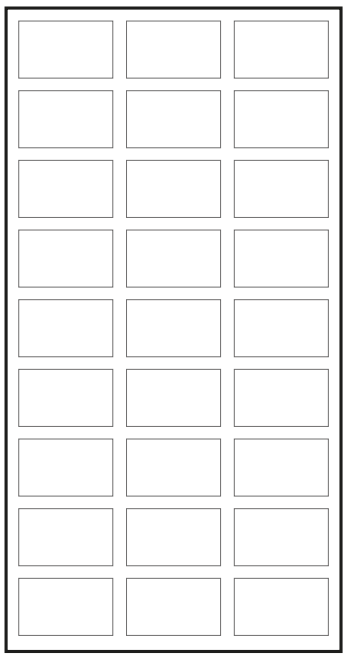


B. Composición

Para las publicaciones, se empleó una composición modular, que ofrece una mayor flexibilidad en la manipulación del espacio. Esta técnica permite colocar múltiples elementos sin sacrificar el equilibrio visual, facilitando así el juego con las jerarquías y asegurando una presentación armoniosa y efectiva.



Formato post vertical



Formato historia y reel

C. Código cromático

Para la selección de colores utilizados en esta campaña de Instagram, se optó por los tonos oficiales de la institución, conforme a lo establecido en su manual de marca. Los colores elegidos son: Prussian Blue, Ateneo Blue, Vivid Tangelo, Beer y Bright Yellow.

Color Prussian blue
#083447
RGB 0, 49, 83

Color Ateneo Blue
#004062
RGB 0, 64, 98

Color Vivid Tangelo
#ea6d1e
RGB 234, 109, 30

Color Beer
#f18318
RGB 1241, 131, 24

Color Bright Yellow (Crayola)
#f9b21b
RGB 249, 178, 27

D. Código Tipográfico

En esta campaña de Instagram, se ha decidido utilizar la tipografía designadas por la institución, tal como se detalla en su manual de marca. La fuente seleccionada para esta propuesta es Quiet Sans.

QUIET SANS

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ? = () / & % $ i ! ” # . , ; :

E. Código icónico visual

Para los diseños, se utilizaron fotografías de niños, jóvenes y del personal de la institución, capturadas en diversos encuadres que enriquecen la narrativa visual de las publicaciones. Esta selección de imágenes no solo humaniza y personaliza el contenido, sino que también facilita la conexión emocional con la audiencia, destacando la diversidad y el ambiente inclusivo de la institución.

Además, se incorporaron texturas de papel como fondo, lo que proporciona una mayor dimensión y profundidad entre el fondo de color y los elementos visuales. Esta combinación no solo añade un efecto visual atractivo, sino que también crea un contraste que resalta los elementos clave de cada post. Al presentar la información de esta manera, se optimiza el impacto de los mensajes, logrando una experiencia visual más envolvente y efectiva para la audiencia.

F. Código lingüístico

El código lingüístico utilizado en este proyecto, orientado al sector educativo, se distingue por su claridad, accesibilidad y propósito informativo. Se eligió un lenguaje sencillo y directo para asegurar que la información se transmita de forma efectiva y sea fácilmente comprendida por una audiencia diversa. Se evitó el uso de tecnicismos innecesarios, priorizando siempre la claridad en la exposición de los conceptos educativos.

6.6

LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA

Las pautas para el uso de los elementos gráficos en este proyecto son fundamentales para su éxito. Esta sección proporciona detalles técnicos que garantizan calidad y uniformidad, así como recomendaciones que optimizan la comunicación visual y potencian el impacto en la audiencia. Seguir estas directrices es esencial para que los gráficos cumplan su propósito y transmitan el mensaje de manera efectiva.

A. Componentes del proyecto

Se entregarán a la institución los siguientes archivos digitales, de acuerdo con el método de visualización establecido para los elementos gráficos.

Estos incluirán archivos editables que comprenden:

• Carpeta con archivos JPG de los posts
• Carpeta con archivos JPG de las historias
• Carpeta con editables de Photoshop 2025
• Carpeta con archivos MP4 de los reels
• Carpeta con editables de After Effects 2025
• Carpeta con editables de Premiere 2025

B. Especificaciones técnicas

1. Archivos en formato JPG
• Archivos formato JPG
• Diseñado en Adobe Photoshop 2025
• Tamaño para post 1080 x 1350 px
• Tamaño para historia 1080 x 1920 px

2. Archivo en formato MP4
• Video en formato MP4
• Animado en Adobe After Effects 2025
• Ediciones en Adobe Premiere 2025
• Tamaño para de reels 1080 x 1920 px

C. Condiciones de uso.

Se entregarán las piezas gráficas a la institución mediante tres enlaces de WeTransfer: el primer enlace contiene todos los elementos estáticos en formato JPG, el segundo enlace contiene los archivos animados en formato MP4, y el tercer y último enlace incluye los archivos editables.

Los productos finales son:

- 34 post estáticos en formato JPG
- 8 historias estáticas en formato JPG
- 1 imagen de portada y 1 foto de perfil para la campaña
- 22 reels en formato MP4
- 1 una presentación detallada con la estructura de la campaña para los 4 meses. Donde contara con los copys de las publicaciones.

Si bien los archivos están optimizados para uso digital, es posible realizar adaptaciones a otros formatos digitales o para medios impresos.

D. Condición de reproducción

Para garantizar un uso adecuado de los materiales digitales y maximizar su durabilidad, es esencial cumplir con las siguientes condiciones de reproducción. Estas recomendaciones están diseñadas para optimizar la calidad de los archivos digitales y preservar su integridad a lo largo del tiempo.

Campaña digital:

- Colores en RGB.
- Post e historia estáticos en formato JPG con resolución de 300 PPI.
- Reels en formato MP4.

6.7

APORTE ECONÓMICO DEL ESTUDIANTE

A continuación, se detalla la contribución económica del estudiante a la institución mediante el desarrollo de este proyecto. Esto abarca los recursos y costos involucrados.

Costo Fijos	**Q 1,135**
Agua	Q 120
Luz	Q 265
Teléfono	Q 150
Internet	Q 250
Licencia de programas	Q 350
Costos Variables	**Q 550**
Útiles de oficina	Q 300
Impresiones	Q 50
Tintas para impresora	Q 200
Servicios profesionales de diseño	**Q 27,500**
Investigación	Q 3,500
Bocetaje	Q 1,000
Postproduccion audiovisual	Q 6,500
Edición de fotografías	Q 3,500
Digitalización	Q 5,000
Animación	Q 8, 000
Honorarios	**Q 15,200**
Depreciación del equipo	**Q 244**
Subtotal	**Q 44,629**
Impuestos	
IVA	**Q 5,355.48**
ISR	**Q 2,231.45**
Total	**Q 52,215.93**

Tabla 3

En el próximo capítulo, se iniciará el proceso de producción gráfica, momento en el cual se materializarán los resultados de esta intervención de diseño. Este capítulo también servirá de transición hacia la síntesis del proyecto, la cual incluirá las conclusiones, las lecciones aprendidas y las recomendaciones derivadas de nuestra experiencia.

7 SÍNTESIS DEL PROYECTO

En este capítulo se abordarán las conclusiones esenciales extraídas de los objetivos del proyecto. Estas conclusiones darán cuenta de las metas logradas, así como de los descubrimientos más significativos, enfatizando la importancia de los resultados tanto para la institución como para el ámbito del diseño gráfico. Se presentarán propuestas orientadas a la institución, con el fin de optimizar su enfoque en proyectos futuros similares, y se ofrecerán sugerencias a la Escuela de Diseño Gráfico para enriquecer sus programas educativos.

Asimismo, se brindarán consejos para los futuros estudiantes del Proyecto de Graduación, con el objetivo de apoyar su proceso de desarrollo y ejecución. Finalmente, se compartirán las lecciones extraídas a lo largo del camino, que ponen de relieve los obstáculos superados, las estrategias efectivas implementadas y las vivencias personales que aportan un valor significativo tanto en los contextos profesional como académico de diseño gráfico. Este capítulo se construye como un cierre, que pone de relieve el impacto y las implicaciones del proyecto en su conjunto.

7.1 CONCLUSIONES

Se ha logrado desarrollar una diseño digital estratégico para campáña en instagram. A través de la implementación de una estructura cuidadosa y efectiva en la estrategia de comunicación en Instagram, se ha sentado una base sólida para posicionar a la asociación como un referente en la promoción del bienestar de niños y jóvenes. Esto facilitará la atracción de donantes y patrocinadores, lo que es fundamental para fortalecer su labor y ampliar el alcance de sus iniciativas.

Asimismo, se ha conseguido persuadir a la comunidad y a potenciales colaboradores acerca de la relevancia de la Asociación Esperanza Juvenil en el desarrollo integral de niños y jóvenes, lo que contribuirá a consolidar su posición en el ámbito del bienestar juvenil. Este proceso ha sido clave para establecer vínculos más estrechos con la comunidad y fomentar una mayor participación.
Se ha logrado diseñar una campaña visualmente atractiva y los mensajes impactantes desarrollados en esta estrategia han sido cruciales para captar la atención de donantes y patrocinadores, creando un entorno de interacción que propicia la participación activa. Con estos elementos en su lugar, la Asociación contará con recursos que les permitirán comunicarse de manera más efectiva, lo que garantizará un apoyo sostenido hacia su misión y un impacto positivo en la vida de los beneficiarios. La intervención del diseño gráfico y la estrategia de comunicación se revelan como herramientas fundamentales para la efectividad y utilidad del material creado, brindando a la institución una nueva capacidad para alcanzar sus objetivos.

7.2

RECOMENDACIONES

Recomendaciones para la Asociación Esperanza Juvenil:

Se recomienda que la Asociación Esperanza Juvenil desarrolle un documento exhaustivo que compile todos sus antecedentes institucionales. Este documento debe incluir, entre otros elementos, la misión, visión, objetivos y metas de la Asociación. Al contar con esta información bien organizada, se facilitará una comprensión clara de la identidad de la institución, lo que permitirá a los futuros diseñadores y pasantes alinearse más fácilmente con sus valores y propósitos.

Adicionalmente, el documento servirá como una herramienta de promoción efectiva. Proporcionar una visión completa y coherente de la Asociación no solo atraerá a diseñadores más comprometidos, sino que también generará un sentido de confianza y seguridad en la colaboración. Cuando los diseñadores comprenden la esencia de la Asociación, están mejor equipados para contribuir de manera significativa a los proyectos y objetivos propuestos.

Es igualmente importante que la Asociación mantenga a disposición todos los elementos gráficos necesarios, como logotipos, textos y el manual de marca, organizados en una carpeta digital. Esta práctica no solo asegura que los diseñadores tengan acceso a recursos de alta calidad desde el inicio del proyecto, sino que también les permite utilizar estos materiales de manera coherente en sus propuestas. Además, se sugiere que la Asociación agende una reunión inicial con cada diseñador para explicar la esencia de la institución y sus expectativas, favoreciendo así una colaboración más fluida y efectiva.

Recomendaciones para la Escuela de Diseño Gráfico:

La Escuela de Diseño Gráfico debería considerar reestructurar el enfoque hacia el Estudio Profesional Supervisado (EPS), implementando un modelo basado en proyectos en lugar de un sistema que asigne un número fijo de horas. Esta metodología permitirá que los estudiantes dediquen el tiempo necesario a cada proyecto, fomentando un proceso creativo más profundo y significativo. Al eliminar la presión de cumplir con múltiples asignaciones simultáneamente, se promoverá un ambiente de aprendizaje más enfocado y productivo.

Además, la relación temporal del EPS podría beneficiarse al adelantarse a períodos intersemestrales o al primer semestre del año. Esta reprogramación evitaría la saturación de proyectos en momentos críticos, permitiendo a los estudiantes trabajar de manera más autónoma y organizada. Al distribuir la carga de trabajo de manera más equilibrada, los estudiantes pueden concentrarse en la calidad de sus entregas, lo que resulta en una mejora general del producto final.

Finalmente, se sugiere que la Escuela fomente un ambiente de retroalimentación continua, donde los estudiantes puedan recibir orientación no solo de sus profesores, sino también de profesionales del campo. Esta interacción puede enriquecer el proceso de aprendizaje, aportando diferentes perspectivas que ayudarán a los estudiantes a enfrentar de manera más efectiva los desafíos en sus proyectos. A través de este enfoque integral, se logrará un desarrollo académico y profesional más sólido.

Recomendaciones para los Estudiantes de Diseño Gráfico:

Para los estudiantes de Diseño Gráfico, es esencial que elijan instituciones que ofrezcan un entorno de apoyo y que promuevan la comunicación efectiva. Desde el primer día, deben prestar atención a la amabilidad del personal y la calidad de la interacción que reciben. Un ambiente acogedor y comprometido no solo les permitirá sentirse valorados, sino que también estimulará su creatividad y confianza al abordar nuevos desafíos. Esto puede tener un impacto significativo en su rendimiento académico y en su percepción del entorno profesional.

Además, los estudiantes deben ser conscientes de la importancia de basar sus proyectos en sus fortalezas individuales. Al reconocer y apalancar sus habilidades particulares, podrán abordar los retos de manera más efectiva y tomar decisiones de diseño que resalten sus talentos. Este enfoque no solo les permitirá obtener mejores resultados, sino que también les ayudará a desarrollar un estilo propio y distintivo, lo cual es fundamental en el campo del diseño gráfico.

Finalmente, la gestión del tiempo y la organización son habilidades cruciales que los estudiantes deben desarrollar. Mantener una agenda bien estructurada y tener todos los materiales necesarios a la mano les permitirá cumplir con los plazos y evitar el estrés asociado con la carga de trabajo. Se les aconseja que busquen asesoría externa, de profesores o profesionales en el área, para obtener perspectivas adicionales que pueden enriquecer sus proyectos. Una combinación de estas prácticas contribuirá a la presentación de trabajos de alta calidad, maximizando sus oportunidades de éxito en el campo del diseño gráfico.

7.3

LECCIONES APRENDIDAS

Una de las lecciones más valiosas que he aprendido a lo largo de este proyecto y durante mi formación académica es la importancia de mantener la motivación y la iniciativa en el proceso creativo. Es fundamental adoptar una actitud proactiva e innovadora en cada proyecto. Ante los problemas de comunicación que puedan surgir, siempre hay que buscar respuestas creativas y desarrollar nuevas tendencias que se alineen con las necesidades de cada cliente y su público objetivo.

Otra lección significativa ha sido la oportunidad de aprender en una institución como Esperanza Juvenil, donde he podido observar cómo diferentes organizaciones manejan sus redes sociales y abordan los desafíos de comunicación en el mercado. Cada institución presenta su propio conjunto de características y problemas, lo que requiere soluciones diversas y adaptadas a su contexto específico. Esta experiencia me ha enseñado que no hay una única forma de comunicar, y la adaptabilidad es clave en el campo del diseño.

Además, he comprendido la relevancia de mantener una comunicación constante con el cliente para obtener mejores resultados en los proyectos. Realizar reuniones regulares, compartir ideas y proporcionar feedback sobre los diseños son prácticas esenciales para asegurar que el trabajo refleje adecuadamente la imagen y los valores de la institución. También he aprendido la importancia de investigar más a fondo los temas relacionados con cada proyecto, lo que enriquece el proceso creativo y permite un desempeño destacado como diseñador gráfico. Es crucial reconocer y fortalecer nuestras propias preferencias y estilos de diseño, y continuar aprendiendo nuevas técnicas que enriquezcan nuestra práctica profesional.

REFERENCIAS

- n.d. Ley de Protección Integral Guatemala. Accedido el 4 de mayo de 2024. https://www.oas.org/dil/esp/ley_de_proteccion_integral_de_la_ninez_y_adolescencia_guatemala.pdf.
- "Decreto N° 78-1996 - Código de la Niñez y la Juventud." 1996. ACNUR. https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2001/0144.pdf.
- "Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia." n.d. Organismo Judicial. Accedido el 4 de mayo de 2024. http://ww2.oj.gob.gt/es/QueEsOJ/EstructuraOJ/UnidadesAdministrativas/CentroAnalisisDocumentacionJudicial/cds/CDs%20compilaciones/Compilacion%20NNA/expedientes/03_01.pdf.
- Cárdenas Ponce, N. A. "Estrategias publicitarias en redes sociales: Facebook, Instagram y WhatsApp para la microempresa Gimnasio Olimpo de la ciudad de Ibarra-2023." (2024). utn.edu.ec.
- Tamayo Osorio, J. F. "Cómo ha influido el diseño gráfico en las redes sociales." (2021). upb.edu.co.
- Villacis Ortiz, E. S. "El rebranding como herramienta para el posicionamiento en redes sociales de la UE Ecuatoriano Holandés." (2024). uta.edu.ec.
- Bonifaz Chávez, R. S. y Paucar Toala, G. B. "El storytelling como medio de persuasión aplicado a una campaña publicitaria en redes

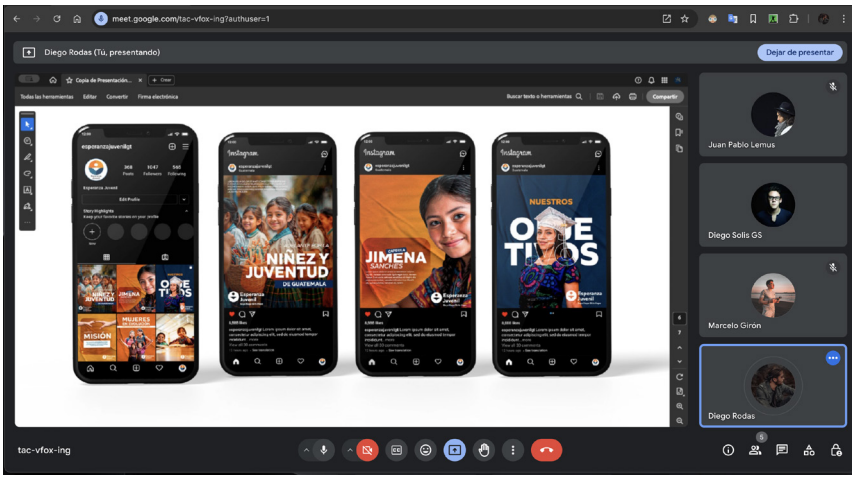
sociales." (2024). unach.edu.ec.
- Mejía, H. R. M. "Breve biblioteca de bibliología: Introducción a las técnicas de impresión en el período del libro antiguo." (2022).

- Mejía, H. R. M. "Introducción a las técnicas de impresión en el período del libro antiguo." (2023).

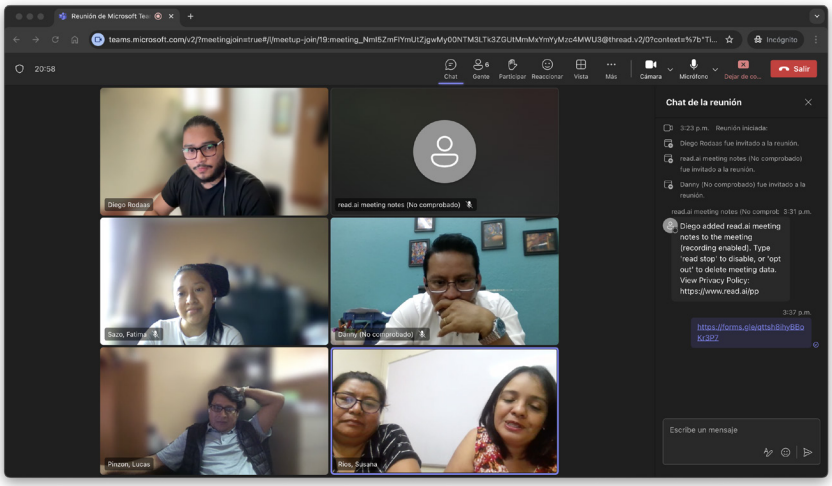
- Marramao, G. "Por un nuevo Renacimiento." (2022).

- Burucuá, Lulemar José Emilio, y Nueva Historia Argentina. "Unidad Curricular: Diseño Gráfico I." Diseño Curricular Tecnicatura Superior de Bienes Culturales en Artes Visuales: 37.

ANEXOS



Primer Focus Group



Segundo Focus Group

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**				
ASPECTO A EVALUAR		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1	**Pertinencia:** La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.					x
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.				x	
3	**Fijación:** El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.					x
4	**Legibilidad:** Cualidad 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.					x
5	**Composición Visual:** Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					x
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.					x
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.					x
8	**Diagramación:** La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					x
9	**Diseño Tipográfico:** La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.				x	
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.					x
TOTAL		**48/50**				

Autoevaluación de línea gráfica seleccionada

Rosa Amelia González Domínguez
Licenciada en Letras
Correos electrónicos:
rosgon06@yahoo.es
rosamelia4669@gmail.com
Teléfono: 56961166

Guatemala, 2 de mayo de 2025

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación: **Diseño de estrategia de comunicación para redes sociales para el reconocimiento institucional para futuros donantes para la Asociación Esperanza Juvenil en Guatemala** del estudiante: **Diego Rodas Ramírez** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario **201900279**, 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.

Rosa Amelia González Domínguez
Licenciada en Letras
Colegiado número 5,284

Rosa Amelia González Domínguez
Número de colegiado: 5284

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

"Diseño de estrategia de comunicación para redes sociales para el reconocimiento institucional para futuros donantes para la Asociación Esperanza Juvenil en Guatemala."

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Diego Rodas Ramírez

Asesorado por:

Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte

Licda. Miriam Isabel Meléndez

Lic. Susana Elizabeth Ríos Pellecer

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Esperanza
Juvenil
Boys Hope Girls Hope