



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

Diseño de piezas gráficas digitales para promover a través de Redes Sociales el  
respeto a los animales domésticos-Asociación Animal Love.

Guatemala, Guatemala, 2021.

### **Proyecto de Graduación**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Guatemala, CA

#### **ELABORADO POR:**

Glendy Fabiola Valladares García

No. De Carné: 12002642

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción 2021

Diseño de piezas gráficas digitales para promover a través de Redes Sociales el  
respeto a los animales domésticos-Asociación Animal Love.

Guatemala, Guatemala, 2021.

Glendy Fabiola Valladares García

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 2021

## **Autoridades**

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto M.s.C.

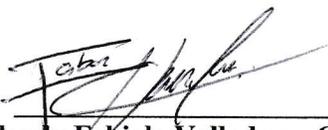
Guatemala 13 de abril de 2015

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

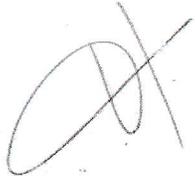
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA PROMOVER A TRAVÉZ DE REDES SOCIALES EL RESPETO A LOS ANIMALES DOMÉSTICOS-ASOCIACIÓN ANIMAL LOVE. GUATEMALA, GUTEMALA, 2021.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Glendy Fabiola Valladares García  
12002642



Ms.C. Rualdo Anzueto  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2015

**Señorita:**  
**Glendy Fabiola Valladares García**  
**Presente**

Estimada Señorita Valladares:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA PROMOVER A TRAVÉZ DE REDES SOCIALES EL RESPETO A LOS ANIMALES DOMÉSTICOS-ASOCIACIÓN ANIMAL LOVE. GUATEMALA, GUTEMALA, 2021**. Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzuetto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 13 de julio de 2017

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA PROMOVER A TRAVÉZ DE REDES SOCIALES EL RESPETO A LOS ANIMALES DOMÉSTICOS- ASOCIACIÓN ANIMAL LOVE. GUATEMALA, GUTEMALA, 2021.** Presentado por la estudiante: Glendy Fabiola Valladares García, con número de carné: 12002642, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Ms.C. Rualdo Anzueto**  
**Asesor**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 23 de octubre de 2017

**Señorita  
Glendy Fabiola Valladares García  
Presente**

Estimada Señorita Valladares:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

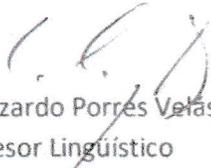
Guatemala, 06 de mayo de 2021.

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano FACOM  
Universidad Galileo  
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA PROMOVER A TRAVÉS DE REDES SOCIALES EL RESPETO A LOS ANIMALES DOMÉSTICOS-ASOCIACIÓN ANIMAL LOVE. GUATEMALA, GUATEMALA, 2021** de la estudiante Glendy Fabiola Valladares García, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez  
Asesor Lingüístico  
Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 4 de junio de 2021

**Señorita:**  
**Glendy Fabiola Valladares García**  
**Presente**

Estimada Señorita Valladares:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS DIGITALES PARA PROMOVER A TRAVÉZ DE REDES SOCIALES EL RESPETO A LOS ANIMALES DOMÉSTICOS-ASOCIACIÓN ANIMAL LOVE. GUATEMALA, GUTEMALA, 2021**. Presentado por la estudiante: Glendy Fabiola Valladares García, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## **Dedicat6ria**

A Dios, que me dio las fuerzas, la voluntad y la sabidur6a para lograr y llevar a cabo cada meta propuesta.

A mis padres, que con esfuerzo, ejemplo y apoyo incondicional me acompa1aron durante este largo proceso.

A mis hermanas, que creyeron en m6 y me brindaron su apoyo en todo momento.

A mis amigos, por su constante motivaci6n que me ayud6 a nunca desistir.

## **Resumen**

La asociación sin fines de lucro Animal Love, tiene como visión promover una sociedad sin abandono y maltrato animal, esta asociación no tiene material que promocioe o ejecute dicha visión, por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseño de piezas gráficas digitales para promover a través de Redes Sociales el respeto a los animales domésticos.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por: el cliente, jóvenes de 15 a 28 años y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñaron piezas gráficas digitales para crear conciencia en jóvenes a través de las redes sociales, acerca del maltrato de animales domésticos.

Además se recomendó diseñar periódicamente nuevas piezas gráficas digitales relacionadas con el maltrato animal, adopción, castración y cuidados básicos, que mantenga actualizada la fan page de la Asociación para generar contenido que sea de interés a los usuarios.

**Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.**

# Índice

## Contenido

Capítulo I.....	1
1.1 Introducción .....	1
Capítulo II: Problemática .....	3
2.1 Contexto .....	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño .....	4
2.3 Justificación.....	4
2.3.1 Magnitud. ....	4
2.3.1.1 Gráfica de Magnitud. ....	5
2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
2.3.3 Trascendencia.....	6
2.3.4 Factibilidad.....	7
2.3.4.1 Recursos humanos.....	7
2.3.4.2 Recursos organizacionales. ....	7
2.3.4.3 Recursos económicos. ....	7
2.3.4.4 Recursos tecnológicos.....	7
Capítulo III: Objetivos de diseño .....	9
3.1 Objetivo General .....	9

3.2 Objetivos Específicos.....	9
Capítulo IV: Marco de referencia .....	10
4.1 Información general del cliente.....	10
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	15
5.1 Perfil geográfico.....	15
5.2 Perfil demográfico.....	15
5.3 Perfil psicográfico .....	16
5.4 Perfil conductual .....	16
Capítulo VI: Marco Teórico.....	18
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	18
6.1.1 Asociación:.....	18
6.1.2 Adopción:.....	18
6.1.3 Animal de compañía: .....	19
6.1.4 Concientizar: .....	20
6.1.5 Maltrato Animal:.....	20
6.1.6 Respeto:.....	21
6.1.7 Tenencia responsable de mascotas:.....	22
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	23

6.2.1	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación. ....	23
6.2.1.1	Comunicación: .....	23
6.2.1.2	Comunicación persuasiva: .....	24
6.2.1.3	Comunicación visual:.....	24
6.2.1.4.	Retroalimentación: .....	25
6.2.1.5	Internet: .....	25
6.2.1.7	Redes sociales: .....	25
6.2.1.8	Facebook: .....	26
6.2.2	Conceptos fundamentales relacionados con el diseño. ....	27
6.2.2.1	Diseño: .....	27
6.2.2.2	Diseño gráfico:.....	27
6.2.2.3	Boceto: .....	27
6.2.2.4	Imagen:.....	28
6.2.2.5	Funciones de la imagen:.....	28
6.2.2.6	JPG: .....	29
6.2.2.7	RGB: .....	30
6.2.2.8	Vector:.....	30
6.2.2.9	Píxeles: .....	30
6.2.2.10	Pieza gráfica:.....	31
6.2.2.11	Post:.....	31
6.3	Ciencia auxiliares, artes, teorías y tendencias .....	32
6.3.1	Ciencias .....	32
6.3.1.1.	Semiología: .....	32

6.3.1.2. Semiología de la imagen: .....	32
6.3.1.3. Sociología:.....	33
6.3.1.4. Psicología .....	33
6.3.1.5 Psicología del color:.....	34
6.3.1.6. Deontología:.....	34
6.3.2 Artes. ....	35
6.3.2.1. Tipografía:.....	35
6.3.2.2. Fotografía: .....	35
6.3.3 Teorías.....	36
6.3.3.1 Teoría del color: .....	36
6.3.3.2 Teoría de Gestalt: .....	36
6.3.1.4. Tecnología:.....	37
6.3.4 Tendencias.....	37
6.3.4.1. Tendencia Europea:.....	37
6.3.4.2. Tendencia label: .....	38
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar .....	39
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico. ....	39
7.1.1 Ciencias. ....	39
7.1.1.1 Semiología.....	39
7.1.1.2 Semiología de la imagen. ....	39
7.1.1.3 Sociología.....	39
7.1.1.4 Psicología .....	39

7.1.1.5 Psicología del color.....	40
7.1.1.6 Deontología.....	40
7.1.2 Artes.....	40
7.1.2.1 Tipografía.....	40
7.1.2.2 Fotografía.....	40
7.1.3 Teorías.....	41
7.1.3.1 Teoría del color.....	41
7.1.3.2 Teoría Gestalt:.....	41
7.1.3.3 Tecnología.....	41
7.1.4 Tendencias.....	41
7.1.4.1 Tendencia Europa.....	41
7.1.4.2 Tendencia Label.....	42
7.2 Conceptualización.....	42
7.2.1 Método.....	42
7.2.1.1 Método lluvia de ideas.....	42
7.2.1.2 Preparación y motivación:.....	43
7.2.1.3 Producción de ideas:.....	43
7.2.2. Método mapa conceptual.....	43
7.2.2.1 Procedimiento para realizar un mapa mental:.....	43
7.2.2.2 Definición del concepto.....	47
7.3 Bocetaje.....	49

7.3.1 Proceso de bocetaje formal. ....	50
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos. ....	56
7.4 Propuesta preliminar. ....	62
Validación técnica. ....	47
Capítulo VIII: Validación técnica. ....	73
8.1 Población y muestreo. ....	73
8.1.1 Cliente: ....	73
8.1.2 Expertos: ....	73
8.1.3 Grupo Objetivo: ....	74
8.2 Método e instrumento. ....	74
8.3 Resultados e interpretación de resultados. ....	76
8.3.1 Parte operativa. ....	76
8.3.2 Parte Semiológica. ....	81
8.3.3 Parte Operativa. ....	87
8.3.4 Observaciones y sugerencias de expertos y cliente. ....	92
8.3.4.1 Cliente. ....	92
8.3.4.2 Expertos. ....	92
8.4 Cambios a base de resultados. ....	93

8.4.1 Post Facebook .....	93
8.4.1.1 Antes. ....	93
8.4.1.2 Después. ....	94
8.4.2 Banner Facebook.....	95
8.4.2.1 Antes. ....	95
8.4.2.2 Después. ....	95
8.4.3 Cambios en colores. ....	96
Capítulo IX: Propuesta gráfica final. ....	98
9.1 Post de Facebook 1.....	98
9.2 Banner de Facebook 1 .....	104
Capítulo X. Producción, reproducción y distribución.....	106
10.1 Plan de costos de elaboración. ....	106
10.2 Plan de costos de producción .....	106
10.3 Plan de distribución.....	106
10.4 Margen de utilidad: .....	107
10.5 Resumen general de costos. ....	107
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones .....	109
11.1. Conclusiones. ....	109

11.2. Recomendaciones.....	110
Capítulo XII: Conclusiones y recomendaciones .....	111
Capítulo XIII Referencia:.....	112
13.1 Bibliografía .....	112
13.2 Biblioweb .....	112
Capítulo XIV: Anexos.....	115
14.1 Anexo A: Encuesta de validación. ....	115
14.2 Anexo B: Proceso de validación. ....	119
14.3 Fotografías Expertos. ....	120
14.3 Anexo C: Costos .....	125

# Capítulo I

## Capítulo I

### **1.1 Introducción**

La asociación Animal Love sin ánimo de lucro, en constitución legal, cuyo propósito principal es rescatar animales domésticos abandonados y/o maltratados para recuperarlos y gestionar su adopción.

Sus objetivos son promover el respeto a la vida de los animales, apoyar la castración de animales para evitar la explotación animal, promover la adopción de animales rescatados en vez de la compra, apoyar las iniciativas y políticas del país que busquen la protección de los animales y atender rescates de animales abandonados.

Esta asociación cuenta con una fan page en Facebook en la que su objetivo es crear conciencia sobre el maltrato animal, además de brindar consejos para los cuidados de las mascotas y la responsabilidad de conlleva el tener una. Lamentablemente esta asociación no cuenta con material gráfico digital para redes sociales que ayude y contribuya a la concientización del maltrato, es por eso que se decide realizar el siguiente proyecto: Diseño de piezas gráficas digitales para promover a través de Redes Sociales el respeto a los animales domésticos. Animal Love.

Se investigan los conceptos relacionados con el diseño y la comunicación, y las ciencias auxiliares que son de suma importancia y utilidad para fundamentar y enriquecer el proyecto, para lograr orientar en las decisiones al momento de la elaboración de las piezas gráficas digitales.

Se lleva a cabo un proceso de bocetaje a base de dibujo natural y diagramación de dibujo técnico, para concretar las ideas preliminares de las piezas gráficas digitales. Este

proceso incluye diagramación, ilustración, tipografía, colores, entre otros elementos de diseño utilizados en la propuesta preliminar.

La propuesta preliminar se valida a través de la aplicación de una encuesta digital a diferentes usuarios como lo es el grupo objetivo, expertos en diseño y comunicación y el cliente correspondiente.

Es de suma importancia la creación de estas piezas gráficas digitales para que puedan cumplirse los objetivos de la Asociación Protectora de Animales, Animal Love.

## **Capítulo II: Problemática**

## **Capítulo II: Problemática**

La Asociación Animal Love se dedica a luchar contra el maltrato animal en Guatemala, pero la misma actualmente carece de material digital que ayude a concienciar a la población de jóvenes de la ciudad de Guatemala, sobre la importancia del respeto a los animales domésticos. También denunciar abusos que atente contra la vida de los mismos, así como apoyar a esta asociación que vela por el bienestar de los animales. Por esa razón, se propone realizar piezas gráficas digitales para difundir el mensaje a través de las redes sociales de la asociación.

### **2.1 Contexto**

El maltrato en animales domésticos es un problema visible en Guatemala. Sin embargo, son pocas las organizaciones que se dedican a solucionar dicho problema. La Asociación Animal Love que se dedica a mejorar la calidad de vida de los animales y al rescate de animales abandonados o maltratados sin importar su estado, apariencia o procedencia, para luego encargarse de sus cuidados, atención médica y/o la reubicación en un hogar.

Se concreta una reunión con la socia Mariam Polanco encargada de medios sociales y diseños de la asociación, la que indica que no se cuenta con ningún material que ayude a crear conciencia en los jóvenes acerca del respeto que deben tener hacia la vida animal, cómo contribuir con la asociación o aportar a las necesidades de la misma. Por lo mismo lo conveniente es divulgar el mensaje en redes sociales que es el medio por el que los jóvenes mantienen mayor comunicación.

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

La asociación Animal Love, no cuenta con piezas gráficas digitales para promover a través de Redes Sociales el respeto a los animales domésticos. Animal Love

## **2.3 Justificación**

Para sustentar las razones por las que se considera importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: magnitud; trascendencia; vulnerabilidad; y factibilidad.

### **2.3.1 Magnitud.**

Según datos proporcionados en el folleto demográfico por Multivex Sigma Dos (2015), la República de Guatemala consta de 16, 176,133 habitantes, dentro de la ciudad capital la población asciende a los 4, 703,865 habitantes. Según indica la Asociación Guate Pets (2013), en la República de Guatemala se encuentran 37 asociaciones que se dedican a velar por el bienestar de las mascotas, 12 de ellas ubicadas en la Ciudad de Guatemala.

Animal Love actualmente cuenta con la cantidad de 364 seguidores en Facebook, de acuerdo a un estudio realizado en el 2011 por la empresa [www.socialbackers.com](http://www.socialbackers.com) en Guatemala, los usuarios de Facebook llegan a un millón 732 mil 320, de los cuales el 36% se encuentra en un rango de 18 a 24 años de edad y se calcula que un millón 150 mil viven en la Ciudad Capital. Actualmente la asociación cuenta con 456 seguidores en su página, el objetivo de Animal Love es obtener la cantidad mínima de 3,500 seguidores en Facebook en un aproximado de mes y medio.

### 2.3.1.1 Grafica de Magnitud.



### 2.3.2 Vulnerabilidad.

La asociación Animal Love tiene conocimiento de la ley de 1950, el decreto 8-70, la que menciona la protección animal y cita que toda persona que cometa crueldad contra un animal o le cause la muerte sin necesidad, puede ser acusada de maltrato animal. Este no

está tomado como un delito, sino como una falta, eso hace que las penas sean muy bajas, y esto no compensa el daño ocasionado a los animales, debido a la poca rigurosidad por parte del poder judicial, no se tiene conciencia de la gravedad ante este tipo de acciones. El principal objetivo de la Asociación Animal Love es velar por el respeto a la vida animal, no tiene material de comunicación visual necesaria que facilite concienciar y provocar un cambio en los jóvenes, para que contribuyan con dicha asociación y se unan a esta causa.

Uno de los factores que provocan que exista el maltrato animal, y que estos actos no se denuncien, es la falta de importancia que se le da, no se informa a los jóvenes lo que se considera como maltrato animal. Por eso es necesario crear piezas gráficas digitales que ayuden a informar, como parte de la estrategia para disminuir el problema, si no se implementa una estrategia de comunicación que informe a los jóvenes y ciudadanos no se puede lograr evitar y disminuir el maltrato hacia las mascotas.

### **2.3.3 Trascendencia.**

El objetivo principal de crear piezas gráficas digitales, es contribuir a generar conciencia del respeto a la vida animal, también dar a conocer a través de las redes sociales la labor que desempeña la asociación. Es indispensable implementar elementos gráficos como tipografías, fotografías e ilustraciones para la creación de las piezas gráficas que ayuden a facilitar la comprensión del mensaje.

La importancia de utilizar los medios sociales como canal de comunicación se debe a los beneficios de la misma, ya que no solo es una tendencia sino una herramienta de trabajo muy económica, genera mayor comercialización, segmentación del target y aumenta los canales de comunicación con la sociedad en este caso los jóvenes, quienes son el porcentaje

más alto que utiliza este medio de comunicación, además de tener un efecto viral y facilita el monitoreo de los efectos y alcances del contenido de las piezas gráficas digitales.

#### **2.3.4 Factibilidad.**

Este proyecto sí es factible, ya que se cuenta con recursos económicos, humanos, tecnológicos y organizacionales para la implementación del proyecto dentro de la asociación Animal Love

##### **2.3.4.1 Recursos humanos.**

La asociación mantiene los recursos humanos con el conocimiento y habilidad para responsabilizarse de la misma, además de disponer del personal capacitado para el cuidado de los animales a su cargo, brindándoles así la atención, alimentación y tiempo que requieren. Asimismo, de tener el personal capacitado encargado del marketing digital (redes sociales).

##### **2.3.4.2 Recursos organizacionales.**

Se obtuvo la autorización del director de la Asociación, quien delega a la encargada actual de medios y diseño Mariam Polanco, brindar la información necesaria para elaborar el proyecto.

##### **2.3.4.3 Recursos económicos.**

La Asociación posee suficientes recursos económicos para efectuar todo lo que corresponde a la elaboración de las piezas gráficas digitales.

##### **2.3.4.4 Recursos tecnológicos.**

Se apresta los recursos tecnológicos, como el computador adecuado para la producción de pizas gráficas digitales. Para la realización de estas, a través del

siguiente software: Adobe Photoshop y Adobe Illustrator, ya que estos programas cuentan con la capacidad y requerimientos que se desean para la creación de las piezas.

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

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

### **3.1 Objetivo General**

Diseño de piezas gráficas digitales para promover a través de Redes Sociales el respeto a los animales domésticos.

### **3.2 Objetivos Específicos**

**3.2.1** Investigar información acerca de las consideraciones y requerimientos en cuanto a proporción, peso, formato, resolución y tendencias de diseño de las piezas gráficas de la red social Facebook para desarrollar de forma adecuada este proyecto.

**3.2.2** Recopilar información relacionada a la asociación y al maltrato animal, sus mayores causas, consecuencias y soluciones para determinar el contenido de las piezas gráficas digitales.

**3.2.3** Elegir imágenes de mascotas que apoyen visualmente el mensaje que se quiere transmitir para realizar un fotomontaje que llame la atención del grupo objetivo.

**3.2.4** Diagramar de manera clara y con simétrica visual, los elementos de diseño, fotografía y tipografía que componen las piezas gráficas digitales, para facilitar la comprensión y la lectura del mensaje al grupo objetivo.

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

### **4.1 Información general del cliente**

Nombre: Asociación Animal Love

Dirección: 1 Av. 21-77 Zona 1

Teléfono:

Correo: animalLove.gt@gmail.com

Contacto: Mariam Polanco

Telefono: 4091 2839

Antecedentes:

Es una asociación sin ánimo de lucro, en constitución legal, cuyo propósito principal es rescatar animales domésticos abandonados y/o maltratados para recuperarlos y gestionar su adopción. La única fuente de ingresos son los donativos tanto económicos como en especie que recibe de las personas que colaboran con la causa.

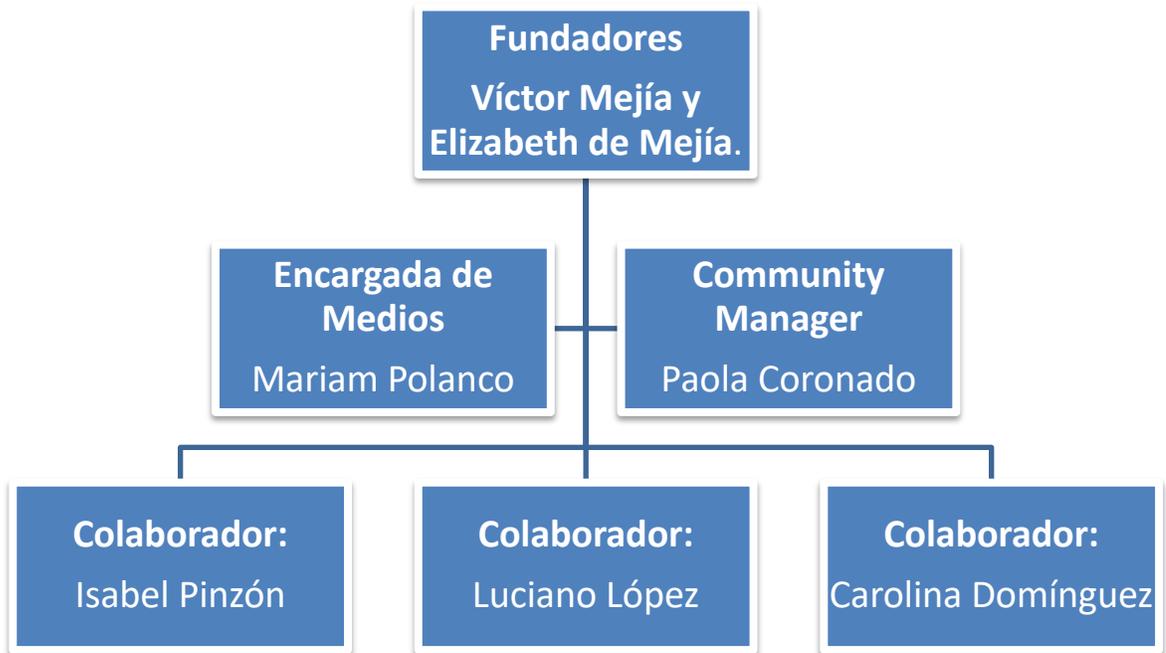
Visión:

Vivir en una sociedad sin abandono y maltrato animal.

Misión:

Rescatar, recuperar y dar en adopción a perros y gatos abandonados y/o maltratados.

Organigrama:



FODA:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Asociación independiente sin fines de lucro. Cuentan con recursos humanos en el cuidado y recuperación de animales.	La población en general actualmente se sensibiliza y une a la causa de rescatar y cuidar a los animales. La información directa y el acceso a redes sociales e internet hacen que los jóvenes estén más anuentes a la adopción de animales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Depende económicamente de la ayuda que les brinden. Cuentan con poca publicidad a nivel nacional que dé a conocer sus servicios y objetivos.	Falta de interés de parte del público en general. La falta de información e ignorancia de la población al respecto del maltrato animal.

Datos del logotipo:

Colores: Negro #000000 y Rojo #FF0000

Tipografía:

Se desconoce la tipografía utilizada, pero se cuenta con los vectores de la misma.

Forma:

Una huella de perro con un corazón rojo en medio, simboliza el amor a los animales.

**ANIMAL LOVE.GT**



**ASOCIACION PROTECTORA DE ANIMALES**

Datos del proyecto

Oportunidad identificada:

La información directa y el acceso a redes sociales e internet hacen que los jóvenes estén más accesibles a recibir información. Además, la población en general actualmente se sensibiliza y se informa acerca del maltrato y/o respeto a los animales domésticos.

Delimitación geográfica:

Ciudad de Guatemala

Grupo objetivo:

Jóvenes 15- 28 años

Principal beneficio al grupo objetivo:

Ser agentes de cambio para la sociedad.

Competencia:

Ya que es una asociación sin fines de lucro no tiene competencia.

Posicionamiento:

Una asociación con aspiraciones a ser reconocida dentro de la ciudad de Guatemala y ser de mayor influencia hacia los jóvenes a través de redes sociales.

Factores de diferenciación:

Los animales se dan en adopción después de tener una recuperación del 100% y luego de ser castrados. Al momento de la adopción se debe llenar un formulario para que los interesados expresen los compromisos a los que están dispuestos.

Objetivo de mercadeo:

Atraer a colaboradores y donantes que contribuyan al patrocinio de los gastos médicos y de alimentación, mientras el animal es restablecido y dado en adopción.

Objetivo de comunicación:

Promover el respeto a la vida de los animales.

Mensajes clave a comunicar:

Amor hacia los animales.

Respeto a la vida animal.

Responsabilidad en los cuidados básicos de una mascota.

Estrategia de comunicación:

Publicaciones en redes sociales, ya que estas no solo son económicas sino que tienen un alcance mayor y viral.

Reto de diseño y trascendencia:

Realizar piezas gráficas digitales que logren crear una conexión entre el mensaje y el receptor, de tal manera que se sienta identificado.

Materiales a realizar:

6 post y 3 portadas, los que se deben publicar según cronograma establecido por el cliente.

Presupuesto: Q, 3,700.00

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

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

El grupo objetivo al que va dirigido el proyecto es a jóvenes comprendidos entre los 15 a 28 años de edad, que tienen accesos a las redes sociales e internet, que se mantienen informados constantemente sobre situaciones que afectan la sociedad hoy en día.

### **5.1 Perfil geográfico**

Nueva Guatemala de la Asunción es la capital y sede de los poderes gubernamentales de la República de Guatemala, localizada en el centro del país se considera un área de categoría c, c+, b y a, que se encuentra dividido en 22 zonas de las que en su totalidad pertenecen al área urbana. La Ciudad de Guatemala está ubicada en el valle de la Ermita con alturas que varían entre los 1500-1600 a nivel del mar. Latitud: 14° 37' 15" N. Longitud: 90° 31' 36" O.

La densidad poblacional, de acuerdo al folleto demográfico Multivex Sigma Dos (2015), en la ciudad de Guatemala alcanza un estimado de 994, 078 habitantes, está conformado por 467, 492 de género masculino y 526, 586 de género femenino y únicamente el área urbana se constituye por 233, 901 ciudadanos.

El tamaño del área de ciudad de Guatemala es de 184 km<sup>2</sup>. El clima en el sector se establece como región tropical, también goza de un clima subtropical de tierras altas, debido a su elevación sobre el nivel del mar, su temperatura media anual es de 21°C.

### **5.2 Perfil demográfico**

Edad:

De 15 a 28 años.

Género:

Masculino y femenino.

Ciclo de vida:

Soltero, viudo, y casado o casado con hijos.

Ingresos:

Q.2, 800.00 a Q.7, 000.00

Ocupación:

Estudiantes de Educación Media o diversificado, trabajadores de tiempo completo y medio tiempo.

Educación:

Poseen estudios a nivel primario, diversificado y un porcentaje bajo de los que obtienen un título universitario.

Nivel socioeconómico:

B- y C+

### **5.3 Perfil psicográfico**

Tienen personalidades definidas, con capacidad de liderazgo, siempre están a la vanguardia de nuevas modas y estilos, son colaboradores, independientes, agradables, amistosos, solidarios.

El estilo de vida que llevan es agitado, practican algún deporte, salen con los amigos los fines de semana, visitan centros comerciales y van a conciertos.

### **5.4 Perfil conductual**

Los jóvenes demuestran una actitud de admiración y contribución hacia a la asociación que vela por el bienestar animal y el servicio que presta a la sociedad sin fines de lucro. Lo que los invita a involucrarse en el voluntariado, se desea que el mismo sea de un mínimo

1 año de voluntariado, en entidades no lucrativas como esta que contribuye a un mayor desarrollo social.



## **Capítulo VI: Marco Teórico**

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

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

#### **6.1.1 Asociación:**

Una asociación es una organización que es formada mediante cinco o más personas, que tienen un interés en común. Esto con el fin de desarrollar alguna actividad de bien social o de interés público, que beneficie a la comunidad, ya que su fin primordial es favorecer a terceros no a la asociación en específico.

Según Universia (2008) una asociación sin ánimos de lucros “Es aquella que se lleva a cabo con el propósito de beneficiar a terceros y no para beneficiarse de sus servicios, ya que todos aquellos beneficios que la asociación obtenga, serán utilizados para el desarrollo de la misma.” Este tipo de asociación no debe ni deberá satisfacer sus propias necesidades como individuos, a través de los beneficios obtenidos gracias a la asociación, si no que ellos deben lograr el crecimiento y objetivo de la misma por medio de los resultados que obtenga, logrando su objetivo de beneficiar a terceros.

#### **6.1.2 Adopción:**

La adopción es un compromiso y responsabilidad. En el caso de las adopciones animales se debe entender que se adquiere una responsabilidad por un ser vivo que requiere de atención médica, alimento, techo, lealtad, compañía, protección y tiempo.

Un acto solemne, sometido a la aprobación de la justicia, que crea entre dos personas relaciones análogas a las que resultaría de la filiación. Este es un concepto de adopción plena, figura, como la misma adopción en sí, objeto de encontrados criterios en cuanto a su conveniencia, criterios que en una u otra forma se reflejan en las distintas legislaciones, ya sea no admitiéndola o admitiéndola limitada o plenamente. Él lo define como una acción

solemne, un contrato entre adoptante y adoptado, el cual tiene y debe ser aceptado y aprobado por la justicia.

Una adopción es considerada un compromiso de vida que brinda los cuidados básicos y necesarios al adoptado, dicha adopción debe ser legal en cuanto a su proceso, se requiere un nivel de compromiso y recursos necesarios para dar continuidad a las necesidades del individuo adoptado ya sea este un ser humano o animal. (Planiol 1949, citado en Valenzuela Ruiz, 2009, p.26.)

### **6.1.3 Animal de compañía:**

Los animales domésticos son aquellos que conviven con las personas, son seleccionados por su comportamiento y adaptabilidad, y por su interacción con los humanos. Pueden llegar a ser domesticados por lo tanto se puede convivir con ellos, son parte de un hogar ya que para algunas personas se vuelven parte importante de su vida cotidiana inclusive casi miembros de la familia. Se les refiere con el nombre de mascotas. (Animales de compañía citado en De todos y para todos, 1991 – 2015)

Estos animales debidamente seleccionados desde algunos siglos atrás han logrado convivir con el ser humano, gracias a su sumiso comportamiento, amabilidad e interacción.

A lo largo del tiempo han sido compañía del ser humano, y han logrado desarrollar una relación íntima entre ellos. Algunos de los animales de compañía son seleccionados para realizar un trabajo en específico, son entrenados para ser fieles ayudas de personas que sufren de alguna discapacidad o enfermedad, ya que la compañía de estos ha logrado calmar las deficiencias psíquicas o físicas de quienes les rodean. Existen 3 categorías de perros que ayudan al ser humano, dentro de estos se encuentran los perros que utilizan los

invidentes o los que padecen de epilepsia, los de compañía y los que avisan cuando su dueño puede sufrir de algún ataque al corazón.

#### **6.1.4 Concientizar:**

La concientización, es un proceso de acción cultural a través del cual las mujeres y los hombres despiertan a la realidad de su situación sociocultural, avanzan más allá de las limitaciones y alienaciones a las que están sometidos, y se afirman a sí mismos como sujetos conscientes y co-creadores de su futuro histórico. Primero, la concientización debe verse como un proceso disciplinado e intencional de acción y educación, que Freire (1974) denominó acción cultural.

La concientización se entiende por el acto de lograr que una persona tome conciencia sobre ciertas situaciones, circunstancias, ideas y acciones propias o de la sociedad. La importancia de crear conciencia es el sentido positivo de esto así es como se logra contrarrestar las actitudes impulsivas y evitarlas, creando así ideas y acciones para bien propio y de la comunidad.

Es un proceso de reflexión humana sobre la realidad cultural, donde el hombre busca la liberación de sí mismo y cuestiona su relación con la sociedad.

#### **6.1.5 Maltrato Animal:**

La crueldad hacia los animales se deriva de una lista de comportamientos y acciones realizados por el ser humano, se le considera maltrato animal a las acciones o trato cruel, que genere sufrimiento o daño a animales. Esto se considera un problema de importancia social que radica en la falta de moral y ética. Existen tipos de maltrato animal el cual va desde falta de cuidados básicos, mutilación, tortura, estrés y dolor innecesario.

En algunos países esto se considera un delito, en otros solo un problema social. Los que realizan este tipo de maltrato suelen ser personas inseguras, rechazadas por la sociedad o víctimas de maltrato y suelen descargar esa ira y enojo por medio del maltrato animal. Parte de la sociedad considera el maltrato animal como un delito, mientras otros no consideran que sea así ya que para ellos un animal no tiene derechos, o simplemente no consideran el maltrato animal como un problema grave.

"Cualquiera que esté acostumbrado a menospreciar la vida de cualquier ser viviente está en peligro de menospreciar también la vida humana." (Schweitzer, z 1952, citado en Sociedad Animalista de Honduras, 2015). Si una persona no es capaz de respetar la vida y derechos de un ser viviente por sentirse superior al mismo, no es capaz de convivir con un ser humano ni de respetar la vida ajena.

#### **6.1.6 Respeto:**

El respeto a la vida es esencial para una vida de paz y comunión en la sociedad. Los animales son seres vivientes que sienten, que son capaces de experimentar felicidad, tristeza, miedo sufrimiento como los seres humanos tienen derechos y merecen respeto. Es importante tener respeto por sí mismo y por el prójimo lo que genera respeto por los seres vivientes y la naturaleza.

“La no violencia lleva a la más alta ética, lo cual es la meta de la evolución. Hasta que no cesemos de dañar a otros seres vivos, somos aún salvajes.” (Edison 1847 – 1931, citado en frases a favor de los animales, 2015). Si no se logra convivir y respetar la vida ajena no se puede alcanzar la ética en la sociedad.

“Mientras el círculo de su compasión no abarque a todos los seres vivos, el hombre no hallará la paz por sí mismo.” (Schweitzer 1952, citado en revista Petmi 2014).

Hasta que exista un balance y una igualdad entre seres vivos se puede alcanzar la comunión y paz propia.

#### **6.1.7 Tenencia responsable de mascotas:**

La tenencia responsable se refiere al compromiso con la sociedad que una familia o persona adquiere al dar hogar a una mascota, ya que automáticamente este es el responsable de brindarle el afecto, cuidado y protección necesaria para asegurar su bienestar y el del entorno familiar que lo rodea.

Para asegurar la tenencia responsable la persona debe estar interesada en informarse sobre las necesidades básicas de su mascota y como cubrirlas. Se debe tener conciencia sobre la responsabilidad que ellos significa, logrando así la convivencia armónica entre personas, animales y sociedad ya que al ser responsables de su bienestar contribuy en al bienestar de la comunidad.

La condición por la cual una persona tenedora de un animal, asume la obligación de procurarle una adecuada provisión de alimentos, vivienda, contención, atención de la salud y buen trato durante toda la vida, evitando asimismo el riesgo que pudiere generar como potencial agresor o transmisor de enfermedades a la población humana, animal y al medio ambiente. (Tenencia Responsable de mascotas, zoonosi Nación 2015).

Los dueños o adoptantes de las mascotas son los responsables de su cuidado y comportamiento ya que esto puede afectar a terceros, para evitar esto es importante brindarle los cuidados necesarios y corregir comportamientos inadecuados dentro y fuera del hogar.

### **6.1.8 Especismo:**

El término especismo desarrollado en 1970 por el psicólogo Richard Ryder en un panfleto que distribuyó en Oxford en donde cuestionaba la moralidad de las prácticas de experimentación con animales no humanos, que sin importar la especie, todos los animales debían entrar dentro de la consideración moral de los humanos. (Respetoanimal.org, 2013).

El especismo es un tipo de discriminación de parte de los humanos hacia los animales por el hecho de pertenecer a una especie diferente. Este comportamiento humano se relaciona al pensamiento erróneo de tener derecho a disponer de la vida ajena o de la libertad de los seres vivos a su conveniencia.

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

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

#### **6.2.1.1 Comunicación:**

La comunicación es un proceso de intercambio de información, el cual se da a través de un emisor y receptor. Se establece una conexión entre ambos en donde se comparten ideas, cuando el receptor decide transmitir un mensaje, debe codificar el mismo para que sea comprensible para el receptor, luego el mensaje es enviado a través de un canal donde el receptor lo recibe, lo interpreta y genera una respuesta.

"Proceso a través del cual un emisor transmite un mensaje a un receptor utilizando un canal en específico, con el propósito de generar respuesta". (Lasswell ,1948). Laswell hace referencia al intercambio de información que se genera ya que este es el objetivo de la comunicación, generar una respuesta al mensaje transmitido y que este mismo genere y amplíe la comunicación ya existente.

### **6.2.1.2 Comunicación persuasiva:**

La comunicación es el medio que el ser humano utiliza para transmitir una idea o mensaje, por medio del lenguaje verbal o no verbal. La persuasión es una herramienta de la comunicación que se usa para transformar ideas, creencias, actitudes y comportamientos. La intención de la comunicación persuasiva es cambiar la percepción del receptor mediante la transmisión de un mensaje.

La comunicación persuasiva es cualquier tipo de comunicación que tiene como objetivo determinado el persuadir al receptor. Persuadir a través de la comunicación depende mucho de lo que se quiere transmitir, el medio, la manera y forma en que se transmite el mensaje y cómo el interlocutor lo recibe y lo desea interpretar. La comunicación se da en un contexto específico que determina el mensaje y el significado de los signos, que influyen en los mensajes anteriores y posteriores a él, el tiempo, espacio y las circunstancias socioculturales en las que se produce.

### **6.2.1.3 Comunicación visual:**

La comunicación es la transmisión de un mensaje o información de emisor a receptor, existe diversos tipos de comunicación, una de ellas es la visual es decir, los mensajes visuales que contienen dos partes un mensaje y una imagen. La comunicación visual no solo transmite un mensaje informativo o estético, si no que representa una imagen, identidad o cultura.

La comunicación visual, es un proceso de recepción de mensajes visuales, recibidos a través del sentido de la vista, en este tipo de comunicación influye el emisor, receptor, mensaje, código y canal. La ventaja de esta es que se percibe de forma inmediata, el objetivo varía ya que a través de esta se puede expresar sentimientos, cambiar la opinión

de alguien o algo, simbolizar una idea, dar a conocer un concepto, todo depende de qué quiera transmitir el emisor.

#### **6.2.1.4. Retroalimentación:**

El concepto de feedback o retroalimentación, es la respuesta a un mensaje, es la comunicación entre emisor y receptor. La Real Academia Española no cuenta con una definición o término que explique la retroalimentación, pero sí reconoce el término realimentación, que se utiliza para nombrar al regreso de una parte de la salida de un sistema o circuito a su propia entrada.

La retroalimentación es la respuesta del mensaje transmitido entre emisor y receptor basándose en la información transmitida previamente por el emisor lo que crea una conversación y un intercambio de roles entre emisor y receptor.

#### **6.2.1.5 Internet:**

Se puede definir como una red de redes que no solo conecta computadoras sino redes de computadoras entre sí, son ordenadores interconectados. Pero no solo es una red también es un conjunto de servicios y aplicaciones que se derivan de ella. Actualmente se considera un fenómeno económico y social gracias a su gran extensión y acceso irrestricto.

Gracias al internet hoy en día la comunicación se ha facilitado grandemente, una comunicación a nivel mundial, las operaciones comerciales, trámites y gestiones lograr ahorrar tiempo y dinero. La creación del internet fue el inicio que revolucionó a la sociedad moderna, crear comunicación, comercio, entretenimiento mundialmente.

#### **6.2.1.7 Redes sociales:**

Una red social es la unión de varias personas que generan conexiones al compartir información. Existen ciertos tipos de aplicaciones web capaces de comunicar y crear

contacto entre estos individuos. Estas plataformas digitales conectan a personas con cierto tipo de interés en común, facilitan el intercambio de comunicación de una red social, que se expanda y creen lazos de cooperación.

Todas las redes sociales en internet se basan en vínculos entre usuarios, existen diversos tipos:

A. Redes sociales temáticas: Relacionan a personas con un mismo tema o gusto en común, YouTube, Flickr, Pinterest, weheart it.

B. Redes profesionales: La relación de sus individuos es estrictamente laboral, vimeo, xing, linkedin.

C. Redes sociales genéricas: son numerosas y muy conocidas estas no poseen un fin específico ya que es una red personal y el individuo decide su fin, Facebook, Instagram, Twitter, Google +, Snapchat, etc.

#### **6.2.1.8 Facebook:**

Esta es una plataforma digital de redes sociales, gratuita, surge en el año 2004 como parte de un hobby de un estudiante de Harvard llamado Mark Zuckerberg, como un servicio digital para su universidad, que se expandió a lo largo del tiempo y logró difundirse poco a poco a nivel mundial hasta ahora.

Actualmente esta plataforma es utilizada como una red de contactos personal, que facilita la comunicación. Hoy en día es utilizada para conocer y buscar amigos, compartir recursos como páginas web, fotos, entre otros. Sin embargo no solo es eso, en la actualidad es utilizada por muchas corporaciones, asociaciones y pequeñas empresas, que lo utilizan de manera comercial o comunicativa, ya sea para dar a conocer una marca, producto o sus acciones.

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

### **6.2.2.1 Diseño:**

Es un proceso o labor que se encarga de coordinar y seleccionar los elementos visuales que comunican un mensaje específico, en general es el arte y producción de la apariencia de ciertos productos u objetos, es decir sus líneas, formas y funcionalidad. El diseño y su concepto es utilizado en artes, arquitectura, ingeniería entre otras, ya que es una representación mental cuyo propósito es plantear o plasmar una idea en una forma visual como parte de la exhibición previa del proyecto o idea en sí.

### **6.2.2.2 Diseño gráfico:**

La palabra diseño se refiere al proceso de proyectar y organizar ciertos factores y elementos que son parte de la producción de comunicación visual. La idea principal del diseño gráfico es el comunicar ideas y mensajes, de manera organizada, por medio de imágenes, combinaciones de arte y tipografías. Realizar una combinación texto escrito y material visual que en conjunto crean un mensaje directo y claro.

Es una disciplina que busca satisfacer las necesidades de la comunicación visual, la mayoría de estos son utilizados como un medio o canal de comunicación hacia el receptor. Los negocios y organizaciones son los que más lo utilizan, ya sea para comunicarse con el cliente, para dar a conocer un productor o para posicionarse como marca en el mercado. Un diseñador gráfico debe ser capaz de crear un material visual gráfico de acuerdo a los objetivos del proyecto.

### **6.2.2.3 Boceto:**

Un boceto o esbozo es un dibujo rápido que se hace para representar en rasgos generales una obra o arte, es esquemático ya que no se preocupa de detalles sino que es para dar a

conocer una idea o plan, es un dibujo rápido que luego se convierte en un dibujo o arte final esto se hace para asegurarse que la obra es viable. Este se hace a mano alzada con lápiz y papel e instrumentos auxiliares, en el dibujo se pueden utilizar técnicas de perspectiva u ortogonales. (Editorial océano, 2003).

#### **6.2.2.4 Imagen:**

La representación de algo real o imaginario basándose en la luz y su efecto sobre la visión humana. Por extensión, se entiende que una imagen puede ser también la representación que el cerebro humano se forma por otros medios que no sean la luz y su efecto sobre la visión. Así, el ruido de cristales rotos puede formar el cerebro lo que es una imagen sonora. En ese sentido, la imagen no es el hecho real, sino la representación que del hecho se hace el cerebro usando la visión. (Suárez, 2013).

Una imagen es la representación del conocimiento de cuando se aprende algo nuevo, la imagen se convierte en una forma u proceso de conocimiento. Es una representación de la realidad a través de los sentidos, por ejemplo las personas invidentes crean imágenes en su mente a través del tacto, olfato y oído, mientras las personas videntes a través de la vista, pero estas son representaciones del conocimiento de la realidad.

#### **6.2.2.5 Funciones de la imagen:**

“La palabra imagen es la representación viva y eficaz de una intuición o visión poética por medio del lenguaje, las funciones de la imagen son formas representativas que se

asocian con la comunicación es decir un mensaje específico”. (Diccionario de la lengua española, 2014).

a. **Función Expresiva:** Estas son imágenes que su función principal es transmitir emociones o sentimientos a través de una imagen. Una emoción es un sentimiento intenso de alegría, tristeza o enojo, es una alteración del ánimo mientras que un sentimiento es un estado de ánimo hacia una cosa o persona. El objetivo de la función expresiva es provocar en el receptor sensaciones, sentimientos o ideas que le ayuden al emisor a transmitir un mensaje o cambiar la opinión general del receptor.

b. **Función fática:** Se trata de aquella que tiene como objetivo llamar la atención. Es muy frecuente en el uso de contrastes, en los tamaños.

#### **6.2.2.6 JPG:**

Suárez (2013) define que el JPG es un método de compresión estándar utilizado comúnmente para el trabajo de imágenes fotográficas y otras imágenes de tono continuo, principalmente para soporte en línea. El nombre JPG viene de Joint Photographic Experts Group, el nombre del comité que creó este estándar. El grupo se organizó en 1986, lanzar su estándar en 1992, el cual fue aprobado en 1994 con un ISO 10918-1.

Este formato es considerado el mejor y más efectivo para fotografía digital. Este es un método de compresión digital, más común en todos los navegadores web y sistemas operativos pueden leerlo. Lo desfavorable de este formato es que utiliza un algoritmo con pérdida para reducir el tamaño de archivos de imágenes, esto quiere decir que en el procedimiento elimina información y esta no es recuperable.

### **6.2.2.7 RGB:**

Este formato, está formado por colores primarios luz rojo verde y azul, y de los cuales se puede obtener todos los demás de espectro, este sistema es utilizado en diseño gráfico y en diseño web. Este formato es el adecuado para representar imágenes y fotografías que son mostradas en monitores de computadoras, televisores o impresos en papel fotográfico.

Este tipo de formato tiene 3 colores para reproducir en pantalla hasta 16.7 millones de colores, este adiciona un intensidad a cada color el cual va de 0 al 255 o un numero hexadecimal que va desde #00 hasta #FF.

### **6.2.2.8 Vector:**

Suárez (2013) lo define como fragmento de línea al que se atribuye una orientación y forma gracias a unos datos de origen, desarrollo y final. En dibujo digital, las ilustraciones vectoriales son las que se realizan con vectores como los arriba descritos.

Un vector en una simple definición son formas o líneas que no se rigen por resolución, esto quiere decir que no importa el tamaño de la misma, esta no se ve afectada en pérdida de resolución, conservan su calidad no se verá pixeleada. Los mismos suelen ser mucho menos pesados que una imagen de pixeles o rasterizada, esto se debe a sus parámetros matemáticos.

### **6.2.2.9 Pixeles:**

Un pixel es la unidad menor en color que forma parte de una imagen digital, estos son los puntos de color dentro de la imagen, ya que la sucesión de los pixeles son los encargados de formar una imagen. En cuanto más unidades de color se tengan mayor

resolución y mejor tonalidad tendrá la imagen. Dentro de una imagen o mapa de bits cada uno de los pixeles se codifica en un conjunto de bits a esto se llama profundidad.

Cada pixel está formado de un byte, este consta de 8 bits lo cual da un número de 256 variaciones de color, mientras una imagen de color real o verdadero usa 3 bytes para lograr la definición de un color esto quiere decir que tiene 224 colores unos 16700 opciones de colores. Ahora bien, la diferencia entre profundidad de color 24 bits y una de 32 son 8 bits más para un canal alfa o de transparencia

#### **6.2.2.10 Pieza gráfica:**

Una pieza gráfica es una composición de diseño, la cual varía según las necesidades del diseñador, prensa escrita, medio digital e impresa. La composición de una pieza gráfica suele tener un titular texto o imagen, pero no es del todo necesario utilizar texto, se puede comunicar solo con una imagen, sin embargo es recomendable apoyar el arte con algún texto que respalde la fotografía o imagen.

En el caso del área digital la pieza gráfica puede ser variada dependiendo para qué se utilizará la misma, post, mailing, banner, slider, y piezas de diversas dimensiones dependiendo de la necesidad de diseño.

#### **6.2.2.11 Post:**

Un post se traduce al español como “artículo” o “entrada” en este caso se refiere a las publicaciones que empresas o asociaciones realizan en la red social Facebook. Estos se publican en el muro de Facebook y son visibles para todos los seguidores de dicha cuenta. Estos por lo general suelen llevar un titular, texto, fotografía e inclusive algún link de video.

Los post promocionales son los que buscan la posibilidad de aumentar fans o ventas si se refiere a una empresa, el objetivo es que el post genere interacciones para que más usuarios puedan ver las publicaciones y aumente la popularidad de la cuenta.

### **6.3 Ciencia auxiliares, artes, teorías y tendencias**

#### **6.3.1 Ciencias.**

##### **6.3.1.1. Semiología:**

Es una ciencia joven que fue de gran importancia en la comunicación social del siglo XX. Es una alternativa a la lingüística que explica los fenómenos de significación no verbales. De Saussure (1916) afirma en el capítulo III de la introducción a su Cours de linguistique générale, que la semiología es la "ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social".

Es una disciplina que se encarga de la comunicación a través de los estudios de los signos y como estos tienen relación con el lenguaje y sociedad. Esta depende de la psicología general y es parte o una rama más de la lingüística.

##### **6.3.1.2. Semiología de la imagen:**

También conocida como semiótica, es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. La semiótica es una ciencia del funcionamiento del pensamiento, que tiene como fin explicar cómo las personas interpretan el entorno, crean conocimiento y lo comparten. Mientras una imagen es un conjunto de signos distribuidos en un espacio plano. La semiótica desborda lo estrictamente visual o pictórico, analiza colores, formas, composición e íconos, los elementos históricos y socio antropológicos forman parte de la semiótica de la imagen.

Es el análisis de un mensaje o imagen publicitaria y todo lo que lo compone en forma visual (sus íconos) para analizar todo sus componentes y el concepto que desea reflejar o transmitir. El mensaje puede ser denotativo que es objetivo o connotativa que va hacia el subconsciente.

#### **6.3.1.3. Sociología:**

La sociología es la ciencia que estudia el comportamiento, pensamiento y actos de la sociedad humana y de los fenómenos económicos, religiosos, artísticos y otros. Esto se obtiene mediante la observación, razonamiento y pruebas, entre otras técnicas de investigación.

La sociología puede estudiarse a través del método cualitativo dígase de descripciones, conductas, sujetos, acciones y palabras o bien el método cuantitativo a través de posibles análisis estadísticos. Esta ciencia fue creada para atender de manera científica la cuestión social. A medio plazo para construir una ciencia específica de la sociedad.

#### **6.3.1.4. Psicología**

Es un estudio científico del comportamiento y procesos mentales de los humanos y cómo interactúan en el ambiente social y físico. Puede describir sensaciones, comportamientos, pensamientos, percepciones y otras conductas de las personas. Esta ciencia analiza tres áreas del ser humano, el área cognitiva, afectiva y conductual.

Hoy en día es la encargada de recopilar hechos e información sobre la conducta y experiencias del ser humano, a través de esta recopilación de información, se realiza un análisis y a partir de eso se elaboran teorías para predecir acciones o simplemente predecir de alguna manera las acciones futuras.

#### **6.3.1.5 Psicología del color:**

Es una ciencia que tiene como objetivo es el analizar el efecto del color en la percepción y conducta del ser humano. No es más que los conocimientos psicológicos que se aplican al comportamiento y reacciones al estímulo visual del color. El color no es una característica de una imagen si no una apreciación subjetiva.

Los colores influyen la manera en que se percibe genera una reacción. Simbolizan algo, por lo general un estado de ánimo o una emoción. La psicología del color actualmente tiene diversas aplicaciones, publicidad, imagen corporativa, sistemas operativos, objetos, vestimenta e inclusive Test Psicométricos de Lüscher que emplea los colores para medir el estado psicológico de una persona, su habilidad para comunicarse o soportar estrés.

#### **6.3.1.6. Deontología:**

Bentham (1889) en su Deontología o la ciencia de la moralidad, hace referencia a la rama de la ética cuyo objeto de estudio son los fundamentos del deber y las normas morales. Se refiere a un conjunto ordenado de deberes y obligaciones morales que tienen los profesionales de una determinada materia.

Son normas que rigen la conducta y decisiones de los profesionales, así como los principios y reglas éticas que lo definen. Se debe regir por un código que regula y guía una actividad profesional, y el desempeño de esta. Evitar cualquier actitud o actividad inmoral que dañe y perjudique la imagen del profesional o de la empresa donde labore.

## **6.3.2 Artes.**

### **6.3.2.1. Tipografía:**

La tipografía es una disciplina del diseño gráfico y la comunicación visual que se encarga de mejorar u optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. Es un arte que compone un estilo o cambia la apariencia de números, letras, signos, caracteres en diversas clasificaciones tipográficas.

Se divide en fuente tipográfica que es el estilo y la familia tipográfica que es un conjunto de tipos basados en la misma fuente pero con variaciones de grosor y anchura, con detalles en común. Existen diversos tipos de tipografía todos con diferencias visibles estas pueden ser de legibilidad, ancho, grosor, espacio interlineal, inclinación del eje, mayúsculas a caja baja entre otras.

### **6.3.2.2. Fotografía:**

Esta palabra significa dibujar con luz y es de origen griego, esta es una técnica y arte cuyo objetivo es captar imágenes de forma permanente a través de una cámara, por medio de la fotoquímica de la luz o de otra energía radiante, las mismas son utilizadas de forma digital o bien impresa en papel fotográfico.

La fotografía es un signo que, efectivamente, requiere para su consecución una relación de causalidad física con el objeto. El objeto se representa a sí mismo mediante la luz que refleja. La imagen no es más que el rastro del impacto de esa luz sobre la superficie fotosensible: un rastro almacenado, un rastro-memoria. (Fontcuberta, 1997).

Se debe conocer el objeto a fotografiar, sus ángulos y sus mejores rasgos o lo que se debe resaltar más, se debe crear una composición, transmitir un mensaje, porque al final una fotografía es la imagen del impacto de luz en ese objeto, es una representación de él.

### 6.3.3 Teorías.

#### 6.3.3.1 Teoría del color:

Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado esto se logra combinar colores de pigmento y luz, con esto se obtiene diversos contrastes de colores.

**A. Matiz:** Estado puro del color sin el negro o blanco agregado, el matiz es el elemento que permite a ojo humano distinguir el rojo del azul.

**B. Saturación o Intensidad:** este es la intensidad o pureza del color estos se encuentran completamente saturados es decir en su color vivo.

**C. Brillo:** Este término es utilizado para describir que tan oscuro o claro es un color o que cantidad de luz recibe, se puede decir que esto se distingue a través de grados de luz, de claridad u oscuridad de un color.

**D: Colores cálidos:** Amarillo, rojo, naranja y purpura, estos dan sensación de alegría dinamismo y confianza.

**E. Colores fríos:** Azul, verde, violeta, cian y a veces celestes, este da sensación de seriedad o tranquilidad.

#### 6.3.3.2 Teoría de Gestalt:

El término alemán Gestalt significa forma, figura o configuración. Esta teoría es la que define la percepción como la realidad que se percibe, la ley de proximidad o de cierre. La percepción es utilizada como un medio de aprendizaje del ser humano, ya que como él percibe las figuras, objetos, palabras es cómo ve su realidad.

Esta teoría surgió en el siglo XX con teóricos como Kurt Lewin, Max Wertheimer y Kurt Koffka, entre otros. Ellos se encargaron de crear dicha teoría que afirma que la mente

se encarga de configurar todos los elementos a través de la percepción y memoria. Entre las principales leyes se encuentra la ley de semejanza esta afirma que la mente agrupa según la similaridad de los elementos, ley de la pregnancia dice que la percepción tiene a adquirir la forma de mayor simpleza y la ley de cierre cuya ley dice que al faltar algún elemento la mente se encarga de añadirlo para lograr obtener una figura completa.

#### **6.3.1.4. Tecnología:**

Es la que define técnicas y conocimientos que permiten modificar el entorno virtual y material con el propósito de crear soluciones útiles. Es parte fundamental para el desarrollo de la sociedad, ya que aporta en gran manera beneficios a la humanidad, en la creación de herramientas prácticas y útiles que simplifiquen ciertos deberes o acciones. También influye de gran manera en el entorno social, ya que gracias a ella se cuenta con grandes herramientas de comunicación inmediata.

La tecnología es parte de la sociedad y en cada actividad diaria que realiza a lo largo del día implica el utilizar algún dispositivo tecnológico. Lo que genera una mayor productividad del trabajo humano, en muchos casos reduce de gran manera los esfuerzos físicos

#### **6.3.4 Tendencias.**

##### **6.3.4.1. Tendencia Europea:**

La importancia de esta radica no en la cantidad de información si no en la calidad de la misma, la técnica que utilizan es muy sobria, anuncios sencillo en forma y estructura pero estratégicos en concepto, utilización de fotografías generalmente sangrada por 4 lados, muy poco texto de preferible un titular que se acople con la imagen, que transmita el mensaje de manera precisa sin ser saturado.

El impacto es su estrategia, diseño sencillo, fotografía y titular, pocos elementos gráficos, concepto sobresaliente, relación imagen- texto, estética en la colocación de elementos de diseño, imagen y tipo de fuente. El concepto debe ser innovador pero claro, capaz de traspasar barreras culturales y de idioma, la imagen transmite el mensaje por sí sola, convirtiéndola en el elemento principal y el texto en complemento o elemento de apoyo.

#### **6.3.4.2. Tendencia label:**

Ramificación del estilo europeo, tiene un toque de diseño gráfico con el que logra cautivar o despertar el interés del espectador, diseñado en forma de etiqueta (label), este diseño es similar al europeo en la utilización de sangrados y texto, la diferencia del mismo es que este debe contener un punto focal o novedoso que logre que sobresalga, el diseño de etiqueta debe ser preferiblemente fotográfico.

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

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

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

#### **7.1.1 Ciencias.**

##### **7.1.1.1 Semiología.**

Esta ciencia es utilizada en el diseño gráfico para determinar qué elementos visuales utilizar para la elaboración de las piezas gráficas digitales.

Es la encargada del estudio de signos, por lo que ayuda a utilizar de forma correcta los signos que se deben colocar en las piezas gráficas, el objetivo de esto es que la información sea legible, simétrica y con una estructura capaz de cumplir el objetivo de la pieza, que sea comprensible para el receptor y transmita claramente el mensaje.

##### **7.1.1.2 Semiología de la imagen.**

Esta ciencia permite reconocer, analizar y elegir adecuadamente las imágenes que se emplean en las piezas gráficas digitales, para asegurarse que el receptor reciba el mensaje que se desea transmitir.

##### **7.1.1.3 Sociología.**

La sociología es de ayuda para elaborar el proyecto y comprender el comportamiento y pensamiento de cada ciudadano con respecto a la defensa contra el maltrato animal, de tal manera que se enfoque plenamente en las preferencias y gustos del grupo objetivo, y lograr un impacto visual que genere una respuesta positiva de parte del receptor.

##### **7.1.1.4 Psicología.**

Dentro del proyecto la psicología es de ayuda para el estudio del pensamiento del grupo objetivo, esto sin lugar a duda va de la mano con el diseño, permite al diseñador conocer y entender los gustos y preferencias del receptor. A través de esto se debe crear

un diseño que impacte al grupo objetivo de una manera simple y rápida tomar en cuenta cada aspecto del diseño para que logre identificarse con el mismo.

#### **7.1.1.5 Psicología del color.**

La psicología del color es importante en el diseño de las piezas gráficas digitales del proyecto, es el mapa guía al momento de la elección de colores. Esta ciencia es la encargada de analizar el efecto que el color causa en la percepción y conducta humana. A través de ello se realiza una elección de color efectiva que genere cierto estímulo hacia el grupo objetivo.

#### **7.1.1.6 Deontología.**

Esta ciencia es la que se encarga del contenido visual e informativo de las piezas ejecutadas, de su veracidad y credibilidad. Es la que vela por mantener un compromiso moral como persona profesional con la asociación involucrada en el proyecto, para que se cumplan los requerimientos de la misma.

### **7.1.2 Artes.**

#### **7.1.2.1 Tipografía**

A través de la tipografía seleccionada se logra una jerarquía y simetría visual de título y contenido visual, para crear una pieza gráfica digital legible.

#### **7.1.2.2 Fotografía.**

A través de la fotografía se da a conocer de una manera más estética y lo más real posible la realidad del maltrato animal en Guatemala. La misma se utiliza en conjunto con la tipografía adecuada, fotomontajes y retoque fotográficos.

### **7.1.3 Teorías.**

#### **7.1.3.1 Teoría del color.**

La teoría del color es un grupo de reglas básicas para lograr conseguir el efecto de color deseado a través del pigmento y luz. Lograr captar la atención del espectador de manera efectiva y rápida. Dentro del proyecto cumple la función de transmitir un mensaje a través de la percepción visual del color, el objetivo es transmitir sentimientos o sensaciones con cada elemento gráfico utilizado en las piezas gráficas digitales.

#### **7.1.3.2 Teoría Gestalt:**

La ley de pregnancia de Gestalt es de ayuda para crear piezas gráficas digitales con simetría y balance, de manera que el usuario organice su percepción de la pieza de manera que aparezca lo más ordenado posible en su mente, lo que provoca que esta sea recordada con facilidad y permanencia.

#### **7.1.3.3 Tecnología.**

La tecnología es la herramienta que va de la mano con el diseño, ya que este se centra en el proceso de comunicación, además de la accesibilidad para obtener los recursos necesarios en este caso son los software de diseño, es de gran utilidad para facilitar al diseñador la información y herramientas necesarias que se encuentran en la Web. Dicha herramienta es esencial ya que a través de ella se difundirá el proyecto.

### **7.1.4 Tendencias.**

#### **7.1.4.1 Tendencia Europa.**

Esta es la tendencia que va a resaltar en las piezas gráficas digitales realizadas no en cantidad de información si no en la calidad, para realizar una pieza sobria, clara y

directa, se deben utilizar fotografías, texto directo y breve que complemente la fotografía para transmitir el mensaje claro sin ser saturado.

#### **7.1.4.2 Tendencia Label.**

Por medio de esta tendencia se realiza una estructura gráfica mejorada y ciertos retoques fotográficos para lograr captar y despertar el interés del espectador.

### **7.2 Conceptualización.**

Para realizar las piezas gráficas digitales del proyecto es importante realizar un proceso creativo para desarrollar la idea principal y lograr que se cumplan los objetivos de este proyecto.

#### **7.2.1 Método.**

##### **7.2.1.1 Método lluvia de ideas.**

En la realización de un proyecto de comunicación y diseño es necesario y fundamental generar un concepto o definir ideas que ayuden a estructurar el mensaje textual y visual que fundamenta la propuesta gráfica. Para ello existen diversos métodos que facilitan y aumentan la creatividad lo que genera ideas diversas de las cuales se obtiene la adecuada para el proyecto.

Para esto se utiliza el método Lluvia de ideas, una de las técnicas más utilizadas y conocidas como generadora de ideas, desarrollada por Alex Osborn un gran especialista en creatividad y publicidad el sostiene este método a base de su libro “Applied Imagination”. Esta técnica busca generar y aportar nuevas ideas y soluciones que se intentan resolver, por medio de una lista de varias soluciones e ideas, lograr a través de estas llegar a la solución más creativa, innovadora y adecuada.

La idea es escribir todas las ideas que vengan a la mente en relación al tema principal, y que una idea genere otra y así hasta lograr la idea principal. La mayoría de estos métodos se generan en grupo y las ideas surgen sin un orden alguno.

#### **7.2.1.2 Preparación y motivación:**

Se expone la problemática a resolver, la misma debe ser previamente conocida, para no perder tiempo en la búsqueda de información y centrarse solo en las soluciones. Se explica la técnica las reglas de ella y los objetivos que se quieren alcanzar a través de ella, se deben aportar ideas libremente, no hay ideas tontas o inservibles, todas las sugerencias o ideas son válidas, posibles y correctas.

#### **7.2.1.3 Producción de ideas:**

Durante esta etapa se deben formular y aportar la mayor cantidad de ideas posibles, esto se debe llevar a cabo durante un cierto período de tiempo de 15 a 20 min. Se debe de motivar la producción de ideas y tomar nota de cada una de ellas.

### **7.2.2. Método mapa conceptual.**

La lluvia de ideas, se trabaja en conjunto con otro método más amplio y preciso llamado “Mapa conceptual” popularizado por Tony Buzan, presidente de Brain Foundation. Un mapa mental es una expresión del pensamiento una técnica visual que accede al potencial del cerebro. Con él se explora la problemática y se generan ideas.

#### **7.2.2.1 Procedimiento para realizar un mapa mental:**

Se centra la problemática en el centro del mapa mental, luego los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada, al final

de estos temas parten palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.

### **Aplicación del método de lluvia de ideas.**

#### **Lluvia de ideas:**

- Injusticia
- Leyes
- Animales
- Tiernos
- Inocentes
- Habla por ellos
- Maltrato
- Cuidados
- Abandono
- Crueldad
- Calle
- Sin hogar
- Sin comida
- Sin amor
- No son juguetes
- Alza tu voz
- Di que estas en contra
- Actúa en contra de ello

- Tienen derechos
- Igualdad animal
- Delito
- Abandono animal
- Ellos también sienten
- Ellos también sufren
- Piensa antes de tener uno
- Son parte de la familia
- Víctima
- No seas cómplice con tu silencio
- Ellos necesitan que los defiendan
- Porque su vida vale menos
- Falta de compasión
- También es un problema importante.
- Si no eres tú entonces quien hablara por ellos.
- Compra de animales
- Descuidos
- Irresponsabilidad
- Odio
- Inseguridad
- Piedad
- Respeto
- Protección

## Aplicación mapa mental.

Se centra la problemática “Maltrato Animal” luego los temas principales relacionados al problema en este caso se coloca: Animales, maltrato, cuidados, valores, causas, consecuencias y soluciones. De estos temas, colocados de manera ramificada, se desglosan las palabras claves que facilitan la comprensión de cada tema lo que amplía el mismo.



Con ayuda del método lluvia de ideas y mapa mental, se llega a la formulación de un listado de frases para la creación del concepto para la propuesta gráfica:

- a. Ellos no pueden defenderse pero tu sí puedes hacerlo por ellos.
- b. A un amigo no se le da la espalda.
- c. Ellos también merecen respeto y amor.
- d. Tu silencio te convierte en cómplice, no te quedes callado.
- e. Tu indiferencia le puede costar la vida.
- f. Tu abandono será mi muerte.
- g. No soy un juguete al que puedas desechar cuando te aburras.
- h. Piénsalo bien lo que pidas de obsequio, no es un juguete, es una vida.

Luego de evaluar el listado de frases, se decide que las ideas centrales en las que se desea basar el proyecto son estas 2 frases:

No soy un juguete al que puedas desechar, tu abandono significa mi muerte.

Tu indiferencia y silencio te convierten en cómplice.

#### **7.2.2.2 Definición del concepto.**

Estos conceptos se refieren al maltrato y descuido de muchos ciudadanos, que suelen adoptar o comprar una mascota por moda o simplemente compañía, para que tomen en cuenta que al momento de tener una mascota, también son responsables de una vida y no un juguete con el que pueden divertirse y luego desechar. Y que el simple hecho de abandonarlos significa muchas veces que ellos no sobrevivirán por su cuenta y si lo hacen tienden a sufrir maltratos en la calle. El abandonar a una mascota también es una forma de maltrato. Y esto se quiere dar a entender con el concepto: “No soy un juguete al que puedas desechar, tu abandono significa mi muerte”.

Ahora bien el concepto: “Tu indiferencia y silencio te convierten en cómplice” va dirigido a los usuarios que son testigos del maltrato animal y que por miedo ignoran o callan, sin saber que pueden salvar una vida. Se eligen 2 conceptos ya que la combinación de ambos genera un mensaje más efectivo hacia los usuarios.

### 7.3 Bocetaje.

- **Tabla de requisitos**

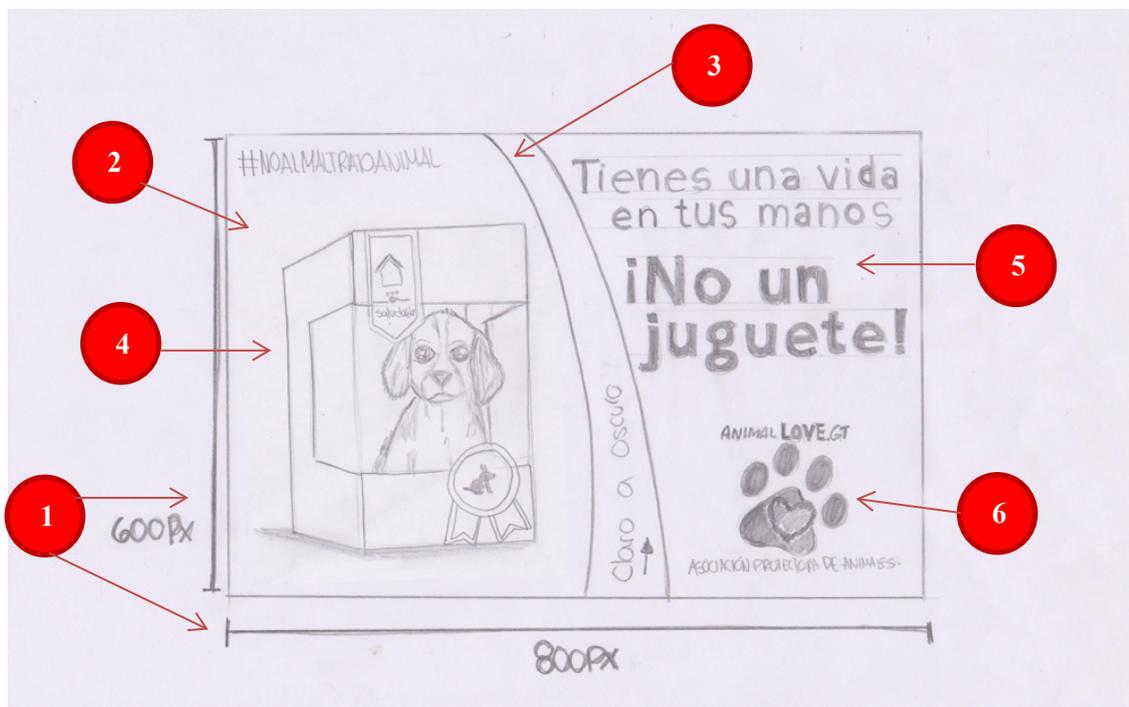
<b>Elemento Gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
Colores	Utilizar colores que vayan acorde a la línea grafica realizada, y que transmita un mensaje positivo a través de la percepción.	Photoshop.	Compasión
Diagramación	Organizar contenidos escritos y visuales, para crear armonía y equilibrio en el diseño.	Photoshop.	Orden
Ilustración	Representar a través de una imagen una emoción que despierte el interés del receptor y logre recibir el mensaje.	Photoshop.	Equilibrio
Fotografía	Elegir fotografía de mascotas ya que de esa manera se puede despertar un sentimiento de compasión en el grupo objetivo, con una fotografía real que ilustrada.	Photoshop.	Ternura
Logotipo	Utilizar el logotipo que identifique y represente a la organización.	Photoshop.	Amor
Tipografía	Crear una composición visual estética que sea legible.	Photoshop.	Armonía

### 7.3.1 Proceso de bocetaje formal.

En este proceso se lleva a cabo un bocetaje más detallado de cómo se debe colocar cada uno de los elementos, es decir fotografías, ilustraciones, logotipo y texto.

#### Post Facebook: No 1

#### Interpretación:



#### Interpretación

1. 800 X 600 Pixeles en una resolución de 72 dpi y en formato png.
2. Fondo blanco.
3. Figura abstracta vectoriza con un degrade color naranja.
4. Fotografía o ilustración de acuerdo al texto.
5. Texto en color naranja y blanco.
6. Logotipo de la asociación Animal Love.

## Post Facebook No.2



### Interpretación:

1. 800 X 600 Píxeles en una resolución de 72 dpi y en formato png.
2. Logotipo de la asociación Animal Love.
3. Figura abstracta vectoriza con un degrade color naranja.
4. Fotografía o ilustración de acuerdo al texto.
5. Texto en color naranja y blanco.

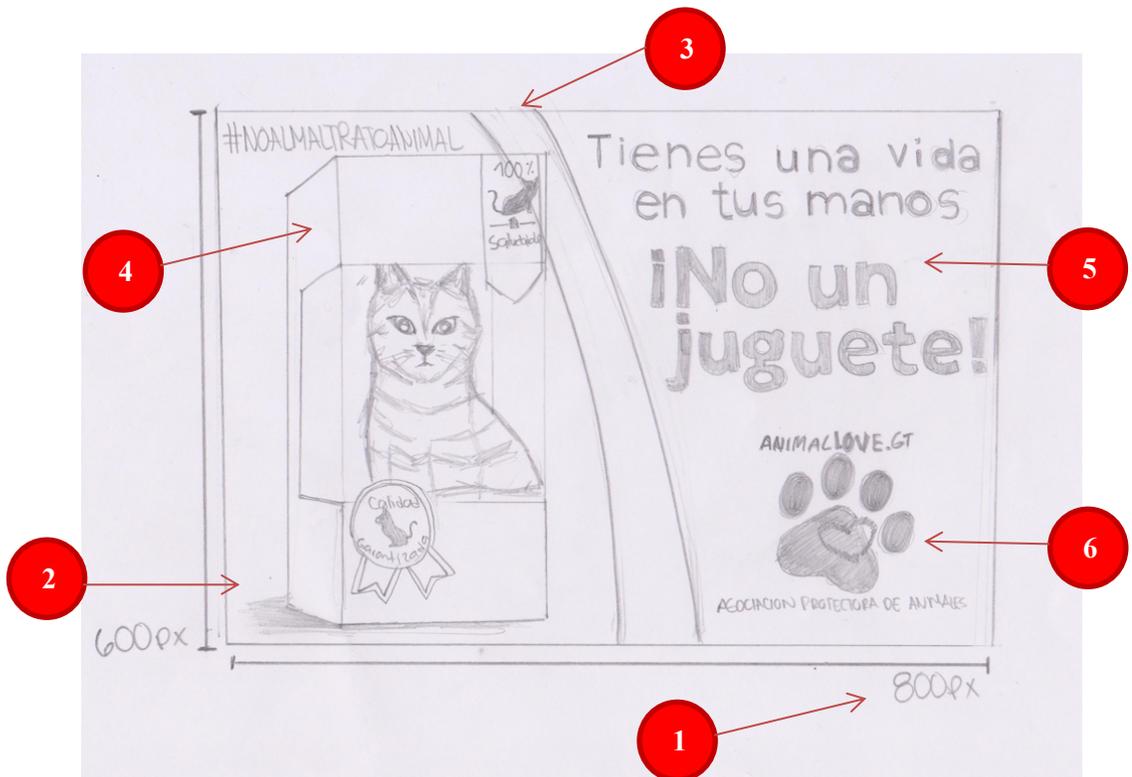
### 1. Post Facebook No.3



#### Interpretación:

1. 800 X 600 Píxeles en una resolución de 72 dpi y en formato png.
2. Fondo blanco.
3. Figura abstracta vectoriza con un degrade color naranja.
4. Fotografía o ilustración de acuerdo al texto.
5. Texto en color naranja y blanco.
6. Logotipo de la asociación Animal Love.

## Post Facebook No.4



### Interpretación:

1. 800 X 600 Pixeles en una resolución de 72 dpi y en formato png.
2. Fondo blanco.
3. Figura abstracta vectoriza con un degrade color naranja.
4. Fotografía o ilustración de acuerdo al texto.
5. Texto en color naranja y blanco.
6. Logotipo de la asociación Animal Love.

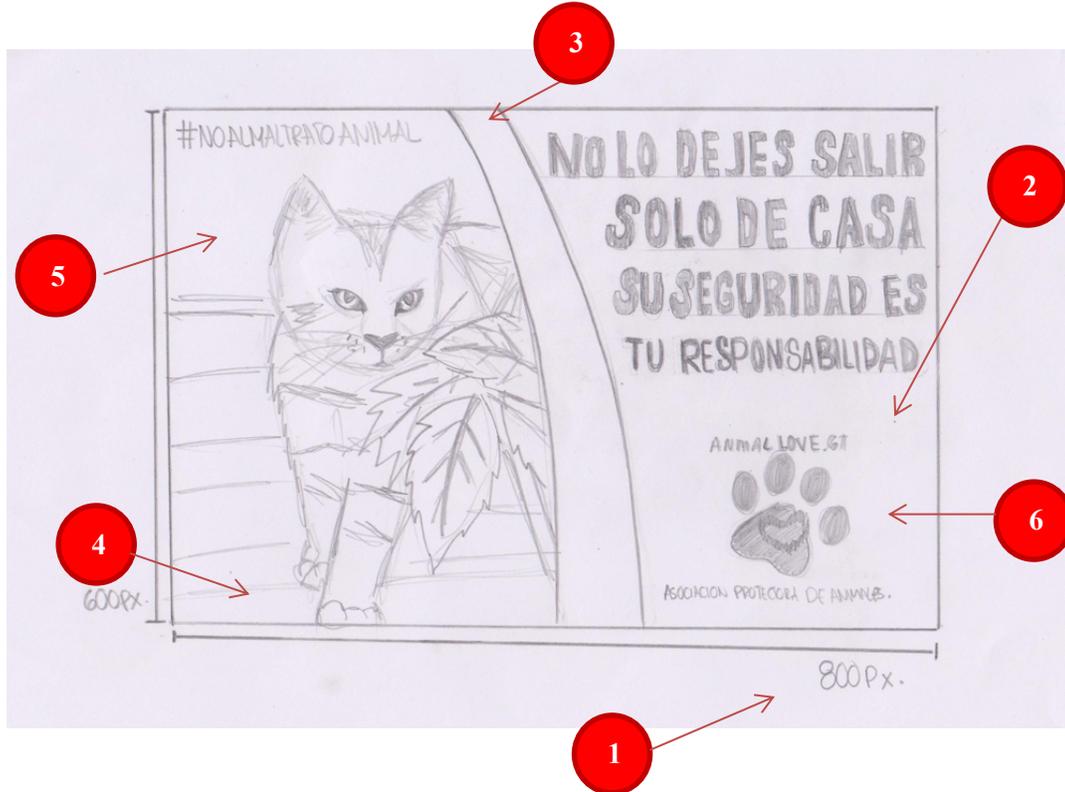
## Post Facebook No. 5



### Interpretación:

1. 800 X 600 píxeles en una resolución de 72 dpi y en formato PNG.
2. Logotipo de la asociación Animal Love.
3. Figura abstracta vectoriza con un degrade color naranja.
4. Fotografía o ilustración de acuerdo al texto.
5. Texto en color naranja y blanco.
6. Hashtag en color negro.

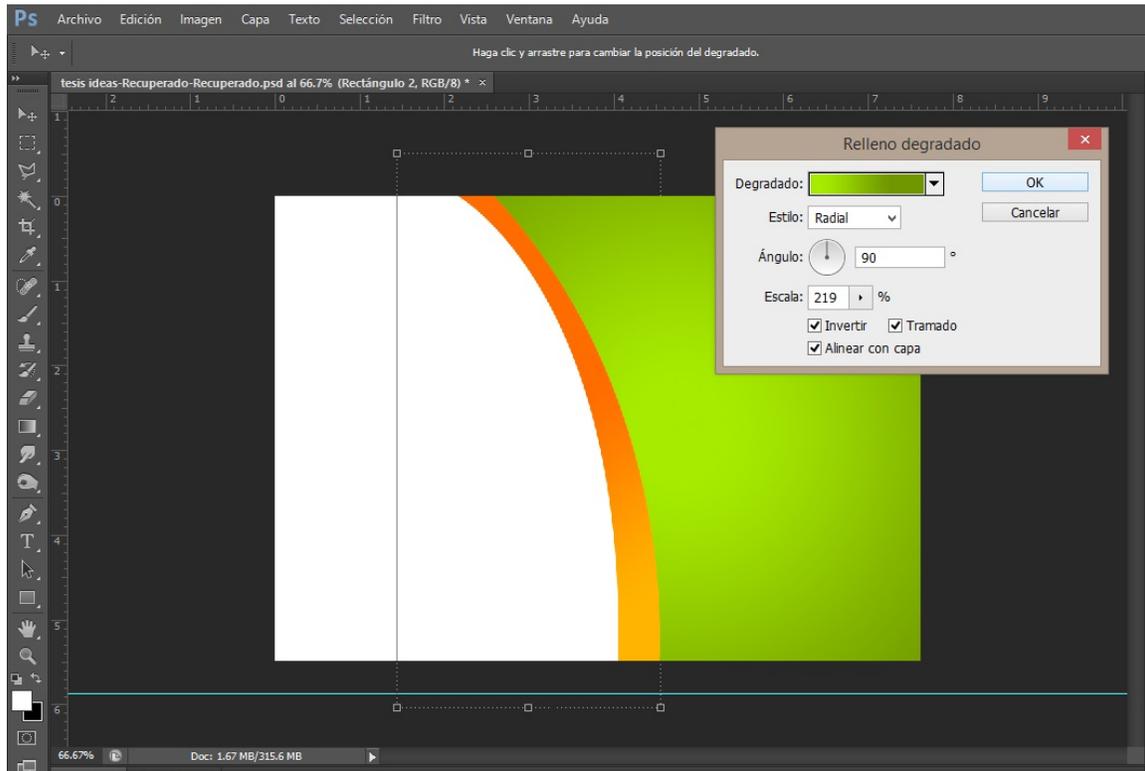
## Post Facebook No. 6



### Interpretación:

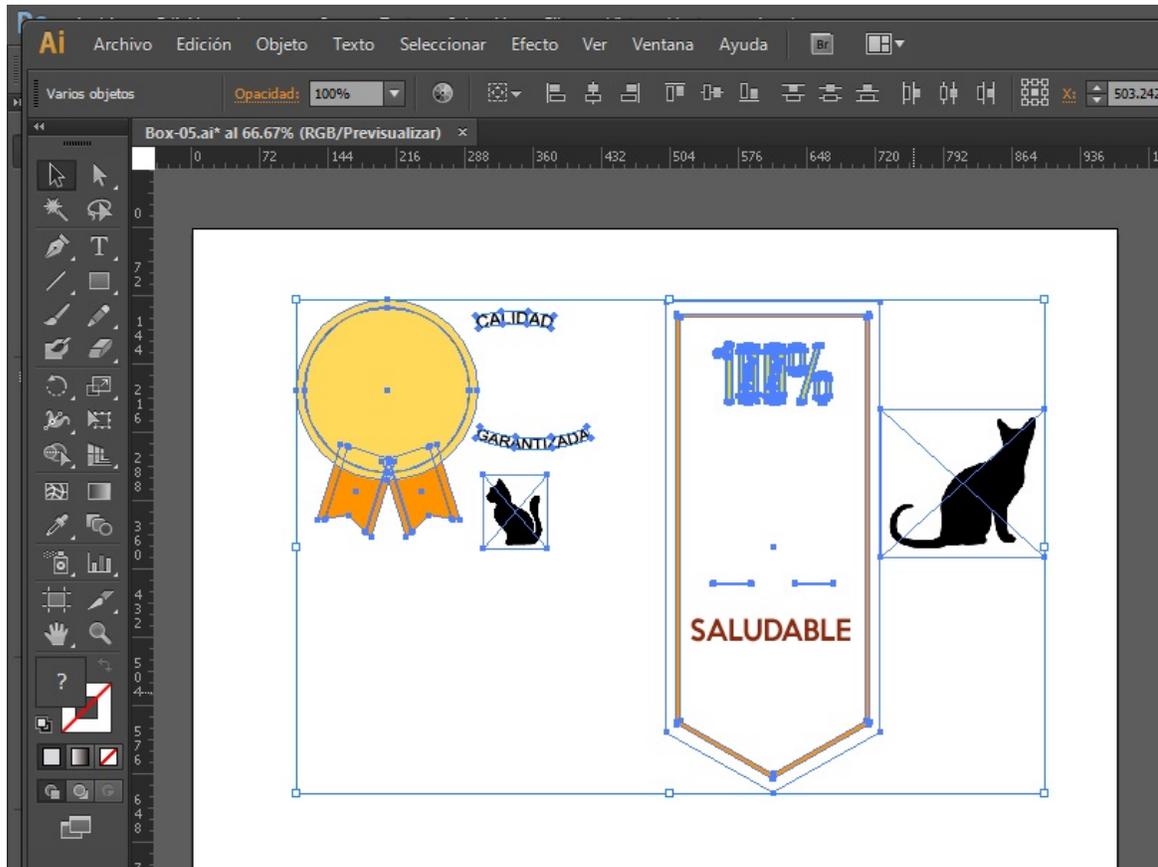
1. 800 X 600 Píxeles en una resolución de 72 dpi y en formato png.
2. Fondo verde en degradado.
3. Figura abstracta vectorizada con un degradado de color naranja.
4. Fotografía o ilustración de acuerdo al texto.
5. Texto en color blanco.
6. Logotipo de la asociación Animal Love.

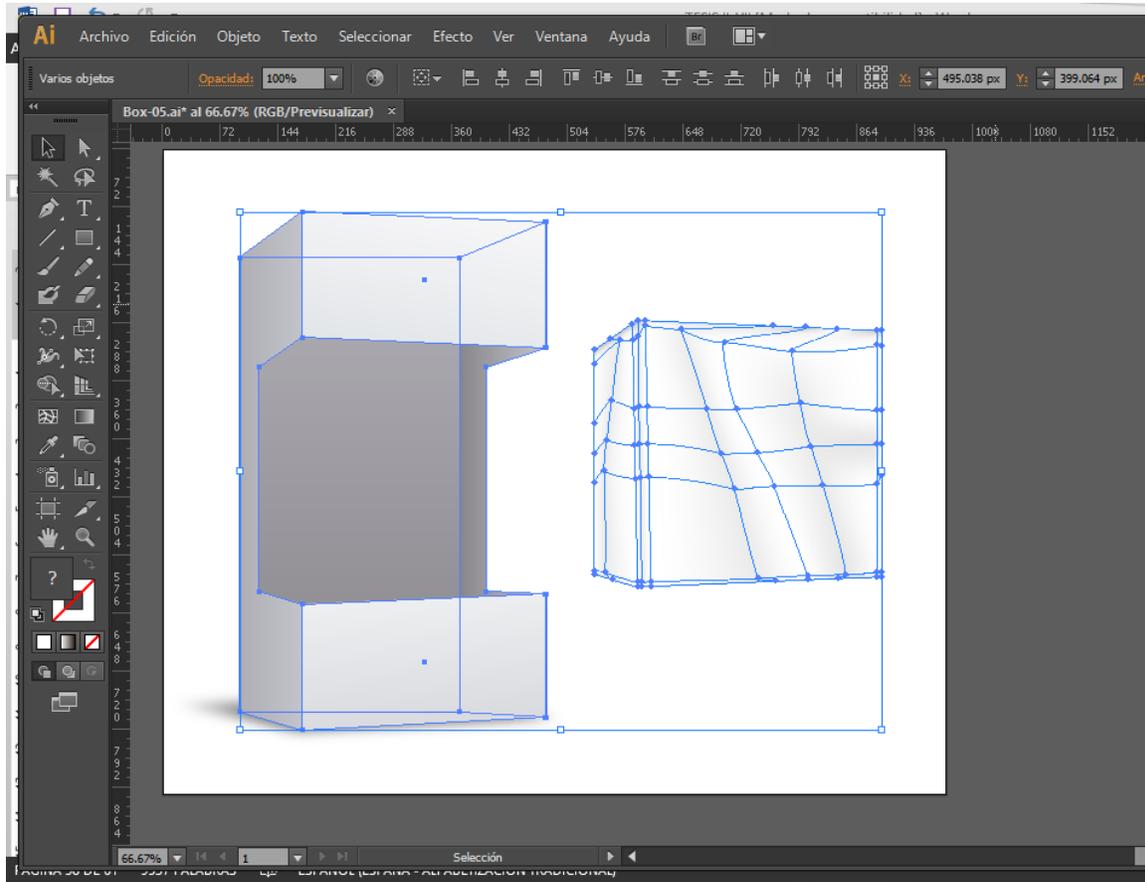
### 7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.



En este proceso se definen los elementos para la creación de las piezas gráficas digitales, la tipografía a utilizar, colores, formas, fotografías y elementos gráficos. Se crea un nuevo documento en Photoshop de 800 por 600 Píxeles en formato RGB y se realiza la diagramación correspondiente y se colocan los colores adecuados, previamente seleccionados.

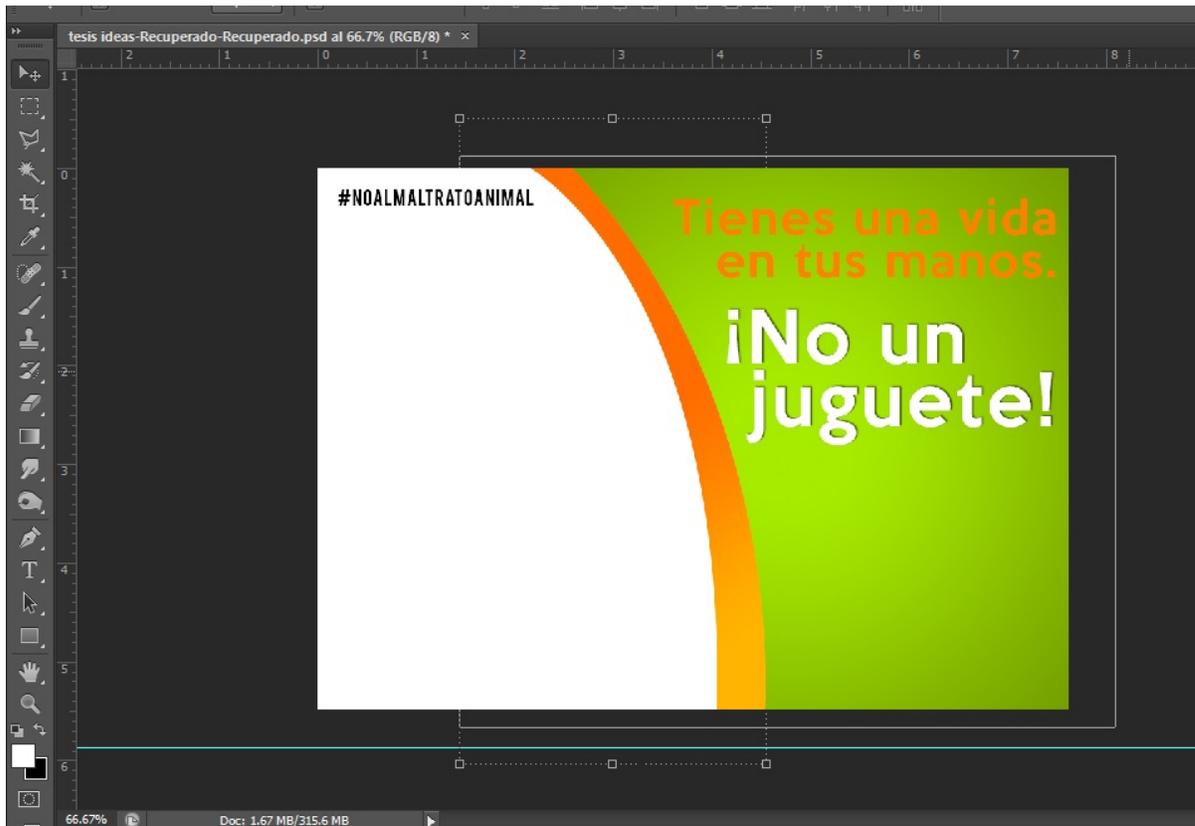
Se crea un nuevo documento en Illustrator de 800 X 900px. Se vectorizan los elementos a utilizar en la pieza gráfica digital, se escogen los colores y la tipografía adecuada para la composición.



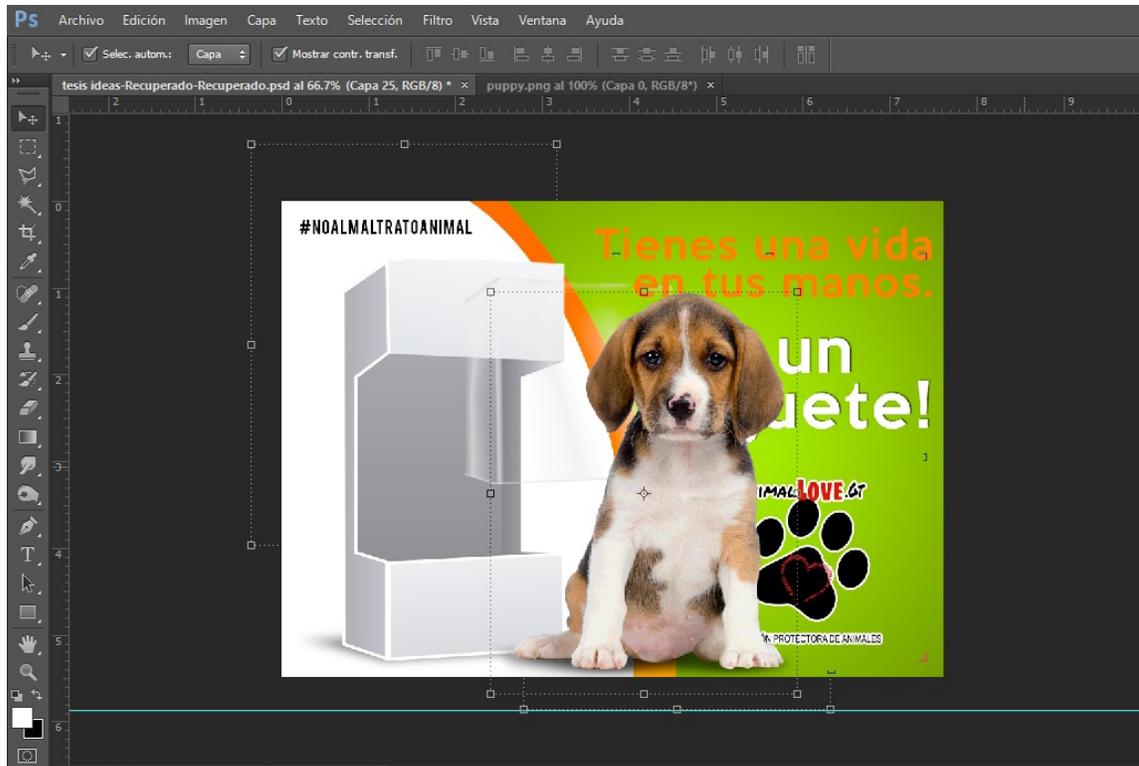


En un documento en Illustrator de 800 X 900px. Se vectoriza una caja en perspectiva y se utiliza los colores adecuados que creen la ilusión de profundidad y sombra, además se vectoriza una figura que dé la impresión de ser una ventana de acetato, esto con ayuda de la herramienta Malla de Illustrator.

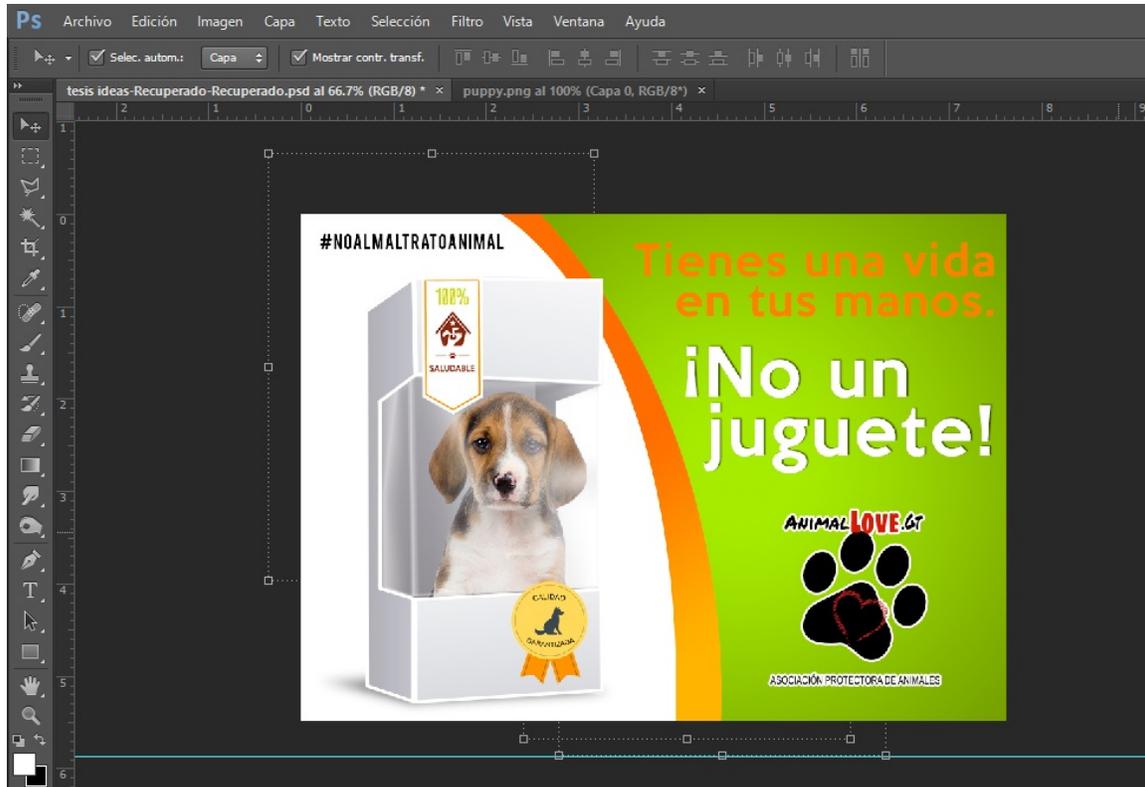
En el post se coloca el texto con un tamaño adecuado y fácil de leer, se utiliza la



tipografía previamente seleccionada (Keep and calm) para el texto en general y Bebas para el Hashtag.



Se recorta previamente la fotografía de un perro como parte de la composición. Las fotografías utilizadas en cada uno de los artes son de libre uso, es decir gratuitas de las siguientes páginas web: <http://pngimg.com> , [www.wallmanage.com](http://www.wallmanage.com)



Se colocan los elementos en el lugar correspondiente y se utiliza una proporción adecuada para cada elemento de la pieza gráfica digital, el texto e imagen deben estar acorde al tamaño general de la pieza, se coloca el logotipo correspondiente a un tamaño prudente.

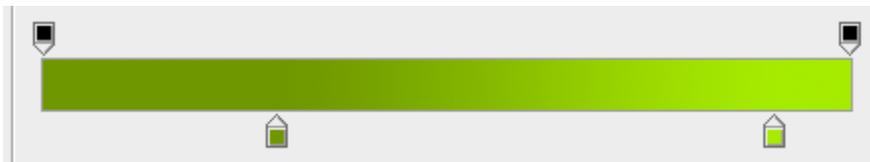
#### 7.4 Propuesta preliminar.

Las diversas propuestas están basadas en la misma línea gráfica, eso quiere decir, los mismos colores, elementos, logotipo y tipografía.

##### Colores Fondo:

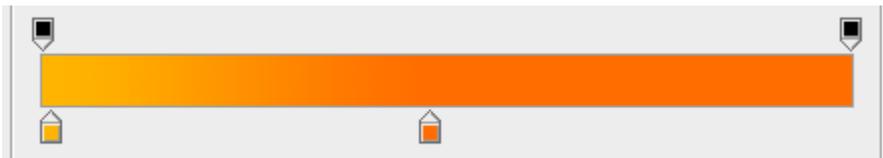
Se utiliza el color verde ya que por medio de la psicología del color se determina que para la percepción humana esto refleja compasión.

Fondo degrade verde: #7c961e - #bcea03



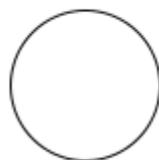
También se utiliza un elemento gráfico en degrade color naranja, esto para darle más dinamismo a la composición.

Fondo degrade anaranjado: #ffb400 - #ff6c00



##### Colores Texto:

Los colores utilizados en el texto de las piezas gráficas digitales son los siguientes.



#ffffff



#000000



#e6800e

### Tipografía:

Tipografía utilizada en títulos: Keep and Calm. Se emplea esta tipografía debido a su legibilidad y sus trazos finos. Refleja una imagen moderna, limpia, y minimalista.

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÀ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyzàáéîõø&12  
34567890(\$£€.,!?)**

41

Tipografía utilizada en títulos: Bebas. Se emplea esta tipografía, debido a su legibilidad y simplicidad lo que facilita su lectura.

# **BEBAS**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789.,!?- \_::**

## Post de Facebook 1



En esta pieza gráfica digital se utiliza el color naranja que simboliza positividad y energía, el color verde refleja el amor y respeto por la naturaleza y sus habitantes. La imagen del perro es una representación de lo que algunas personas terminan por hacer con sus mascotas sin estar conscientes de ello. Muchas veces compran una mascota por una emoción momentánea y luego de un tiempo no le dan los cuidados y atención necesaria. Se agrega un hashtag como parte de una estrategia en redes sociales con el propósito de volver viral la campaña y crear conciencia, de tal manera que los usuarios puedan interactuar y compartir imágenes o información, y se cree una comunidad a favor del respeto hacia los animales.

## Post de Facebook 2



Esta composición gráfica digital es una representación de lo que las mascotas simbolizan y el amor incondicional que dan, la inocencia ante el abandono y maltrato que reciben. El propósito de este post es crear conciencia del respeto que merecen los animales, evitar el maltrato y abandono que implica poner en riesgo su vida y salud.

### Post de Facebook 3



En esta pieza gráfica digital se muestra la imagen de un perro con maltrato físico, acompañado de un texto que hace referencia a un joven que comenta la razón por la que el perro está en esa condición, pero que brinda la idea al espectador de que dicha razón es solo una manera de esconder el maltrato que le da a su mascota.

## Post de Facebook 4



En esta pieza gráfica digital se utiliza el color naranja que simboliza positividad y energía, el color verde refleja el amor y respeto por la naturaleza y sus habitantes. La imagen del gato es una representación de lo que algunas personas terminan por hacer con sus mascotas sin estar conscientes de ello. Muchas veces compran una mascota por una emoción momentánea y luego de un tiempo no le dan los cuidados y atención necesaria. Se agrega un hashtag como parte de una estrategia en redes sociales con el propósito de volver viral la campaña y crear conciencia, de tal manera que los usuarios puedan interactuar y compartir imágenes o información, y se cree una comunidad a favor del respeto hacia los animales.

## Post de Facebook 5



En esta pieza gráfica digital se muestra la fotografía de un gato en la calle. La idea de implementar un texto que hace referencia a una mujer que justifica la razón del abandono de su mascota, se evita la responsabilidad de sus actos, se coloca con el objetivo de que el lector identifique la escena como una situación común.

## Post de Facebook 5



En esta pieza gráfica se muestra la imagen de un gato en la azotea, la idea de esta pieza es hacer conciencia de que una mascota no debe salir de casa sin supervisión ya que está en peligro constante.

## Portada 1



Esta pieza es la adaptación para banner basándose en el post número.

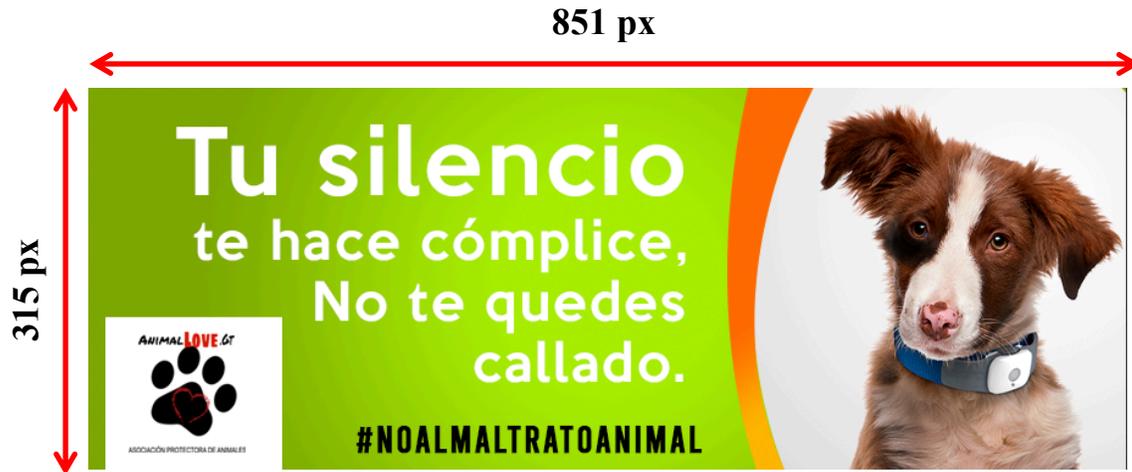
En esta pieza gráfica digital se utiliza el color naranja que simboliza positivismo y energía, el color verde refleja el amor y respeto por la naturaleza y sus habitantes. La imagen del perro es una representación de lo que algunas personas terminan por hacer con sus mascotas sin estar conscientes de ello. Muchas veces compran una mascota por una emoción momentánea y luego de un tiempo no le dan los cuidados y atención necesaria. Se agrega un hashtag como parte de una estrategia en redes sociales con el propósito de volver viral la campaña y crear conciencia, de tal manera que los usuarios puedan interactuar y compartir imágenes o información, y se cree una comunidad a favor del respeto hacia los animales.

## Portada 2



Adaptación del post de Facebook número 2. Esta composición gráfica digital es una representación de lo que las mascotas simbolizan y el amor incondicional que dan, la inocencia ante el abandono y maltrato que reciben. El propósito de este post es crear conciencia del respeto que merecen los animales, evitar el maltrato y abandono el cual implica poner en riesgo su vida y salud.

### Portada 3



Adaptación del post de Facebook número 3. Esta composición gráfica digital es una representación de lo que las mascotas simbolizan y el amor incondicional que dan, la inocencia ante el abandono y maltrato que reciben. El propósito de este post es crear conciencia del respeto que merecen los animales, evitar el maltrato y abandono el cual implica poner en riesgo su vida y salud. El texto crea conciencia en el lector al involucrarlo en la situación y transmitirle la importancia de accionar ante las situaciones de maltrato animal que conoce.

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Posterior a realizar las piezas gráficas digitales se incluye una validación técnica. El enfoque del trabajo de investigación es mixto, a través del enfoque cuantitativo se cuantifican los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos, así mismo mediante el enfoque cualitativo se desea evaluar la percepción del receptor en cuanto a la propuesta de diseño, lo que esta transmite y si cumple el objetivo establecido.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple, está dividida en 3 partes: objetiva, semiológica y operativa. Esta se aplica al grupo objetivo 30 personas hombres y mujeres de 15 a 24 años, expertos en el área de diseño y comunicación y cliente.

### **8.1 Población y muestreo**

Luego de realizar la propuesta preliminar se efectúa la encuesta designada para la validación las piezas gráficas digitales. La validación se lleva a cabo con una muestra de 41 personas que se encuentran divididas en tres grupos: cliente, expertos y grupo objetivo. Es de gran importancia contar con la opinión de cada uno de los sujetos, para lograr verificar si las piezas gráficas digitales cumplen los objetivos planteados al inicio del proyecto.

#### **8.1.1 Cliente:**

La encargada de medios sociales de la Asociación Animal Love, la Licda. Mariam Polanco es quien valida el proyecto por parte del cliente.

#### **8.1.2 Expertos:**

Los expertos en diseño y comunicación cuentan con más de 10 años de experiencia en el campo, además de tener un amplio conocimiento del tema, son los encargados de validar

y evaluar la propuesta gráfica preliminar, gracias a su conocimiento las observaciones y críticas constructivas son de gran aporte al crecimiento y verificación del proyecto.

Lic. Luis Alberto Morales – Licenciado en Mercadeo.

Licda Lourdes Donis – Experta en Diseño Gráfico y comunicación.

Lic. Luis Pedro Rivera – Licenciado en Mercadeo.

Lic. Erick Estrada – Experto en Comunicación.

Lic. Jasson Morales – Publicista.

Lic. Roberto Galindo – Publicista.

Lic. Facundo Granados- Experto en Comunicación.

### **8.1.3 Grupo Objetivo:**

Hombres y mujeres de 15 a 28 años de edad casados y/o solteros que tengan conocimiento o se sientan identificados con el tema del maltrato animal en Guatemala. La muestra de este grupo de personas es de 31.

(Véase en anexo B)

### **8.2 Método e instrumento**

Como herramienta de investigación se utiliza un cuestionario de encuesta, el cual se utiliza como respaldo del proceso de investigación del proyecto. Este método es el medio de comunicación efectivo entre entrevistador y entrevistado, se desea cumplir con una evaluación correcta que brinde resultados certeros. Con el grupo de expertos y el cliente la encuesta se realiza de manera personal, mientras que con el grupo objetivo es de manera virtual. Se le envía al encuestado una presentación con una breve explicación del proyecto y las piezas gráficas digitales, las cuales deben evaluar a través del cuestionario de encuesta.

Una entrevista es la reunión de dos o más personas para tratar algún asunto o crear una conversación basada en una serie de preguntas o afirmaciones planteadas por el entrevistador sobre las cuales el entrevistado debe brindar una respuesta u opinión.

Una encuesta es una serie de preguntas cuyo objetivo es la recolección y evaluación de datos para detectar o identificar la opinión pública de un grupo de personas determinado sobre un asunto o tema, es un procedimiento o técnica de investigación.

La encuesta está dividida en 3 partes y consta de 16 preguntas dicotómicas y de selección múltiple: La parte objetiva la cual evalúa aspectos relacionados a los objetivos planteados en el proyecto, esto a través de preguntas dicotómicas (sí o no), la parte semiológica evalúa las percepciones del individuo en cuanto a elementos de diseño y diagramación, a través de preguntas con respuestas de 3 variables y la parte operativa la cual evalúa la funcionalidad del proyecto por medio de una pregunta con respuesta de 3 variables.

(Véase en anexo B)

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados.

#### 8.3.1 Parte operativa.

1 ¿Considera necesario que se diseñen piezas gráficas digitales para concienciar a los jóvenes a través Facebook, acerca del maltrato de animales domésticos?



#### Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que es necesario diseñar piezas gráficas digitales para generar conciencia a jóvenes a través de Facebook sobre el maltrato animal.

2. ¿Considera necesario investigar información acerca de las consideraciones y requerimientos en cuanto a proporción, peso, formato, resolución y tendencias de diseño de las piezas gráficas de la red social Facebook para desarrollar de forma adecuada este proyecto?



**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera que es necesario recopilar información sobre las consideraciones y requerimientos en cuanto a proporción, peso, formato, resolución y tendencias de diseño de las piezas gráficas de la red social Facebook para desarrollar de forma adecuada este proyecto.

3. ¿Considera que es necesaria la recopilación de información relacionada a Animal Love y al maltrato animal, sus mayores causas, consecuencias y soluciones para determinar el contenido de las piezas gráficas digitales?



**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera que es necesario recopilar información relacionada a la asociación Animal Love y al maltrato animal, sus mayores causas, consecuencias y soluciones para determinar el contenido de las piezas gráficas digitales.

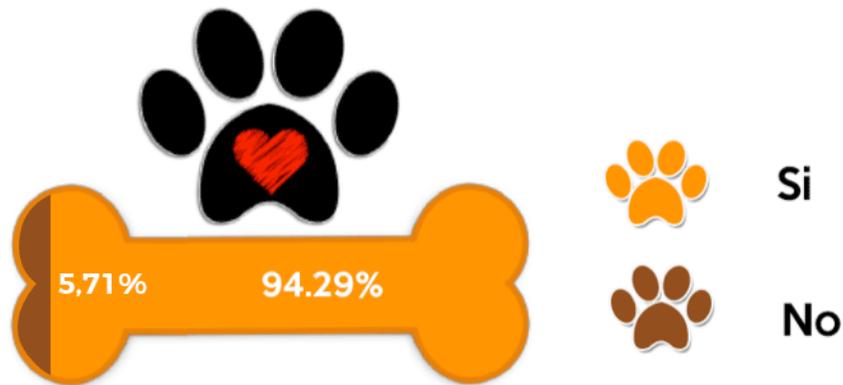
4. ¿Cree que es importante elegir imágenes de mascotas que apoyen visualmente el mensaje que se quiere transmitir para realizar un fotomontaje que llame la atención del grupo objetivo?



**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera que es de suma importancia utilizar imágenes que acompañen el mensaje a transmitir, para realizar un fotomontaje que llame la atención del grupo objetivo.

5. ¿Considera indispensable diagramar de manera ordenada y con simétrica visual, los elementos de diseño, fotografía y tipografía que componen las piezas gráficas digitales para facilitar la comprensión y lectura del mensaje al grupo objetivo?

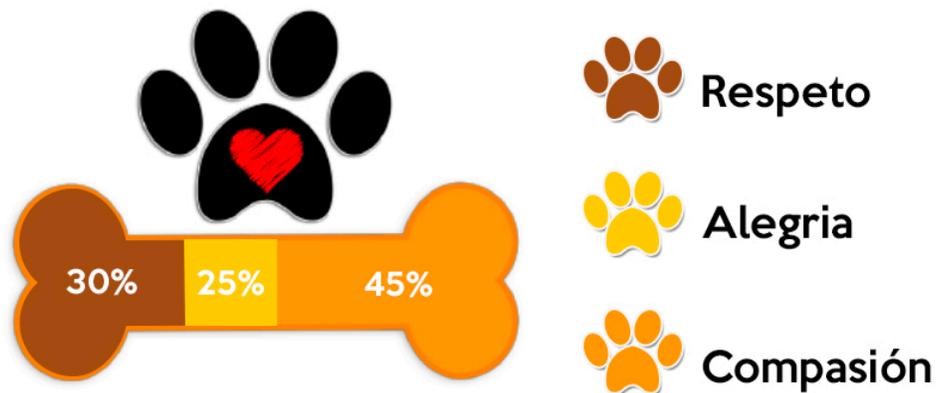


**Interpretación:**

El 94.29% de los encuestados considera que es indispensable diagramar de forma ordenada y con simetría visual cada uno de los elementos a utilizar en el diseño de las piezas gráficas digitales, con el objetivo de facilitar la comprensión y lectura del mensaje. Mientras el 5.71% no lo considera indispensable.

### 8.3.2 Parte Semiológica

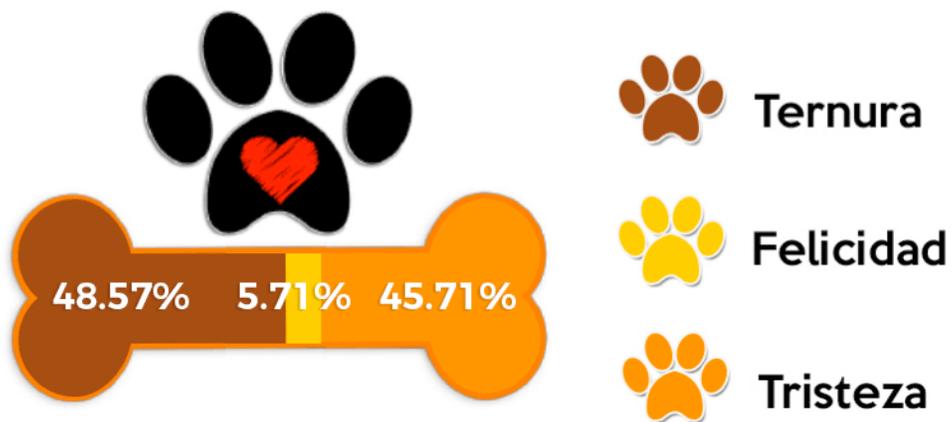
6. Según su criterio, ¿La gama de colores utilizados de fondo en las piezas gráficas digitales transmiten?



#### **Interpretación:**

El 30% de los encuestados indica que los colores transmiten valores como el respeto, el 25% indica que transmite alegría, mientras que el 45% dijo que las imágenes le transmiten compasión. Sin embargo, después de un estudio, sugerencias y peticiones del cliente se solicita el cambio de colores de fondo a uno más adecuado y conservador.

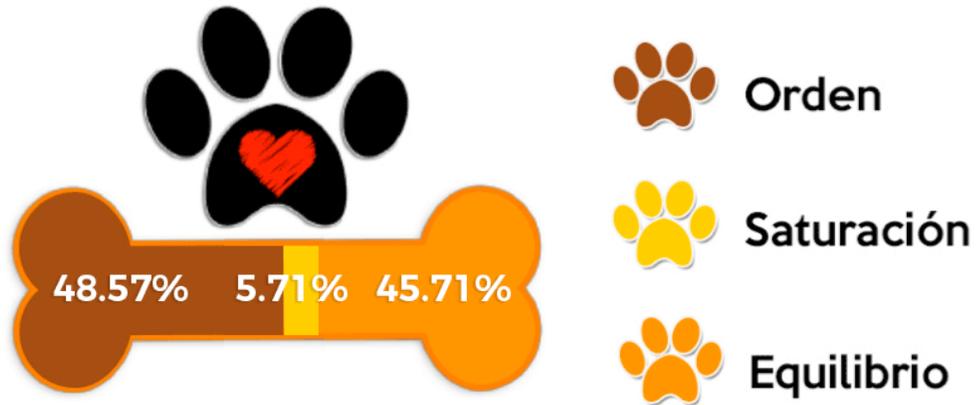
7. ¿Las imágenes y fotografías utilizadas en las piezas gráficas digitales le transmite?



**Interpretación:**

El 48.57% de los encuestados indica que las imágenes transmiten ternura, el 5.71% indica que transmite felicidad, mientras que el 45.71% considera que las imágenes le transmiten tristeza. Las imágenes utilizadas en las piezas gráficas digitales cumplen con el propósito establecido en la tabla de requisitos.

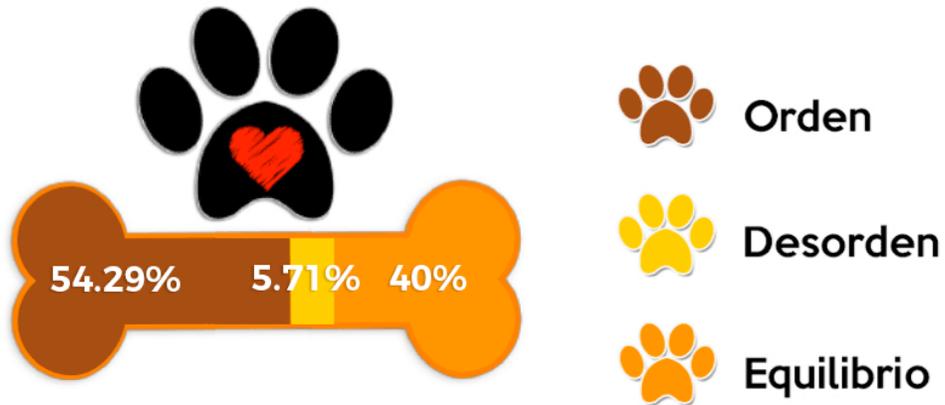
8. ¿Considera que la diagramación de imágenes, textos y formas reflejan?



**Interpretación:**

El 48.57% de los encuestados considera que la diagramación refleja orden, el 5.71% cree que refleja saturación, mientras que el 45.71% considera que refleja equilibrio. Se cumple con la correcta diagramación de textos e imágenes.

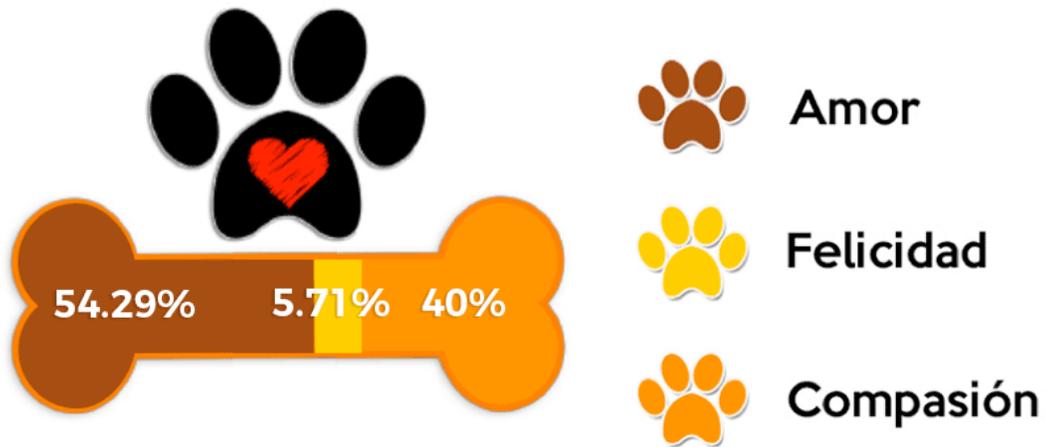
9. ¿Considera que las ilustraciones utilizadas en la pieza gráfica reflejan?



**Interpretación:**

El 54.29% de los encuestados indica que las ilustraciones utilizadas en las piezas gráficas digitales reflejan orden, el 5.71% cree que reflejan desorden, mientras que el 40% considera que las ilustraciones reflejan equilibrio. Las ilustraciones utilizadas en las piezas gráficas digitales cumplen con el propósito establecido en la tabla de requisitos.

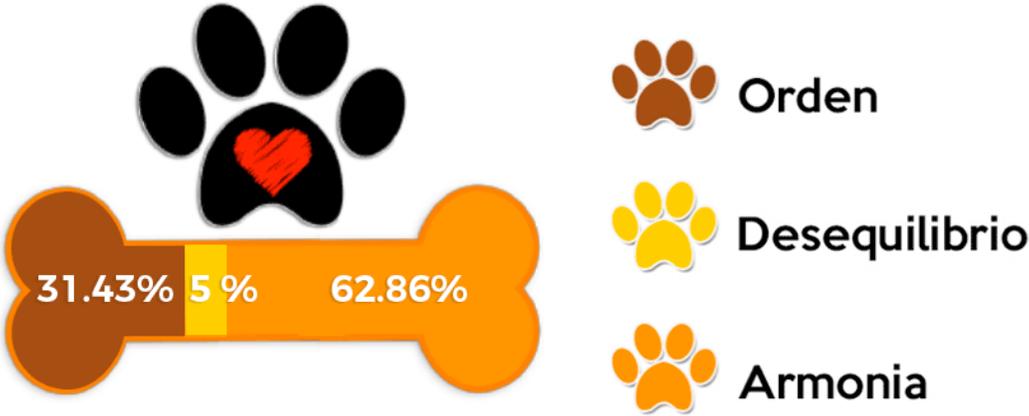
10. Considera que el logotipo que representa la asociación refleja:



**Interpretación:**

El 54.29% de los encuestados considera que el logotipo que representa la asociación refleja amor, el 5.71% indica que refleja felicidad, mientras que el 40% indica que refleja compasión. Sí se cumple el propósito del logotipo.

11. Considera que la tipografía utilizada crea una composición visual que refleja:

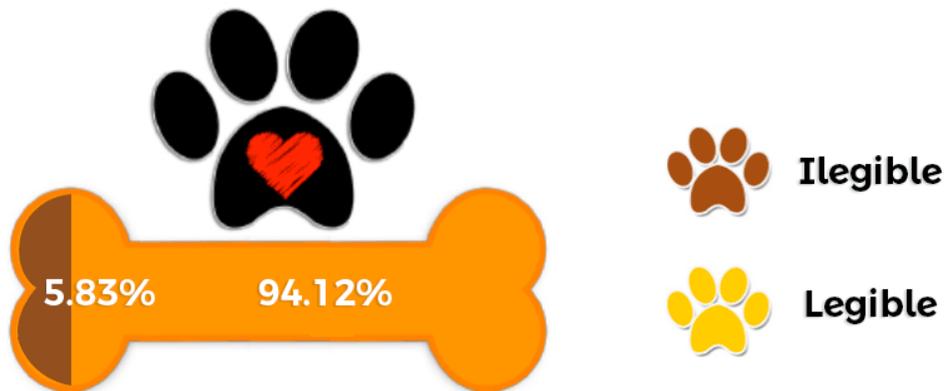


**Interpretación:**

El 31.43% de los encuestados indica que las tipografía transmiten valores como el orden, el 5% considera que refleja desequilibrio, mientras que el 62.86% cree que la tipografía utilizada refleja armonía, se cumple así el propósito de la misma.

### 8.3.3 Parte Operativa

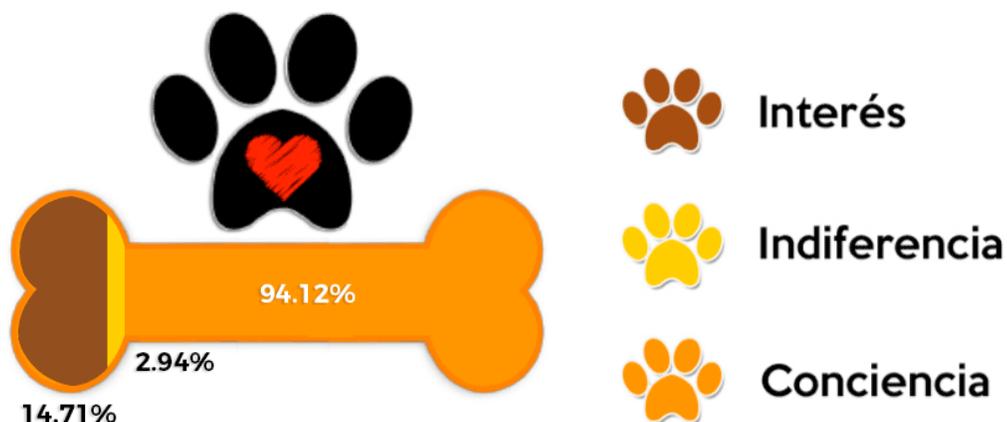
12. ¿El tamaño de la tipografía utilizada en los textos de las piezas gráficas digitales es?



#### **Interpretación:**

El 94.12% indica que el tamaño es legible para su lectura, mientras que el 5.83% de los encuestados considera que el tamaño de la tipografía es ilegible.

13. Según su criterio, ¿considera que las frases utilizadas en las piezas gráficas digitales transmiten un mensaje que genera?



**Interpretación:**

El 14.71% de los encuestados considera que las frases utilizadas en las piezas gráficas transmiten un mensaje de interés, el 2.94% indica que transmite indiferencia, mientras que el 82.35% considera que crea conciencia. por lo que se que cumple con el propósito de las frases.

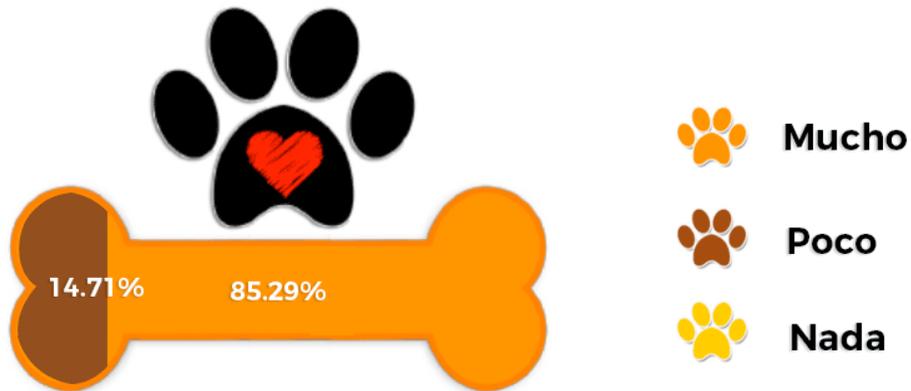
14. Las imágenes utilizadas en las piezas gráficas digitales representan claramente lo que describen los textos.



**Interpretación:**

El 58.82% indica estar totalmente de acuerdo en que las imágenes representan claramente lo que describen los textos, el 35.29% de los encuestados está de acuerdo, mientras que el 5.88% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

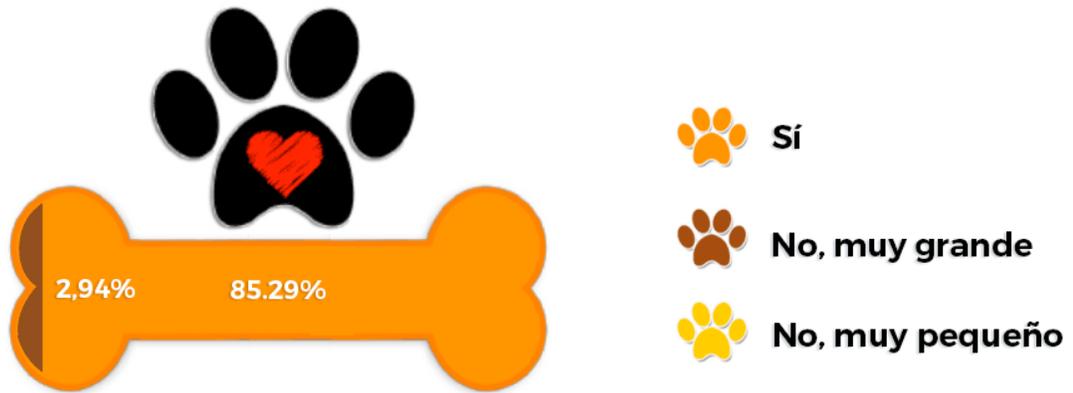
15. ¿Considera que el contenido colocado en las piezas gráficas digitales tiene una estructura y orden que facilita la comprensión de la información?



**Interpretación:**

El 85.29% considera que el contenido tiene mucho orden y estructura lo que facilita la comprensión de información, mientras que el 14.71% de los encuestados considera que es poco el orden y la estructura que refleja el contenido colocado en las piezas gráficas.

16. ¿Considera adecuado el tamaño de los elementos gráficos dentro de las piezas gráficas digitales?



**Interpretación:**

El 97.06% indica que el tamaño de los elementos es el adecuado, mientras que 2.94% de los encuestados considera muy grande el tamaño de los elementos gráficos utilizados en las piezas gráficas.

### **8.3.4 Observaciones y sugerencias de expertos y cliente.**

#### **8.3.4.1 Cliente.**

Sugerencias: Un detalle más que puede mejorar significativamente la estética en los diseños es la forma de colocar los textos, por ejemplo, saber dividir las frases en función de mejorar la legibilidad. También sugiere evaluar el uso del color anaranjado que está altamente asociado con la creatividad, alegría y vida; y el color verde que está asociado con la esperanza, la ecología y también la vida. Ambos colores combinan bien juntos pero para temas más relacionados con la comida, alegría, diversión, playa, entre otros. Para este tema esos colores los considera muy brillantes. No es muy acertado colocar textos naranjas sobre los fondos verdes pues dificulta mucho su lectura ya que tiende a "verse sucio o saturado".

#### **8.3.4.2 Expertos.**

1) Evaluar utilizar fotos originales 2) No explica sobre la adopción ni tampoco sobre la castración 3) considerar necesario más piezas para redes sociales 4) Creación de hashtag

Cambios de color en tipografía y diseño

Diagramación mejor estructurada.

## 8.4 Cambios a base de resultados.

A continuación se presenta la descripción de los cambios a realizar, según los resultados y observaciones en la validación de la propuesta final.

### 8.4.1 Post Facebook

#### 8.4.1.1 Antes.



### 8.4.1.2 Después.



#### Interpretación:

1. Se coloca el texto del hashtag en color blanco y se añade una imagen de un hueso en color negro para que sobresalga más el texto.
2. Se cambia el color de fondo blanco por un degrade blanco y gris.
3. Se cambia el elemento de división por un degrade anaranjado menos brillante.
4. Se cambia el color de texto de anaranjado a blanco.
5. Se cambia el fondo degrade verde por un rojo.
6. Se realizan los mismo cambios en todos los post.

## 8.4.2 Banner Facebook

### 8.4.2.1 Antes.



### 8.4.2.2 Después.



### **Interpretación:**

1. Se cambia el fondo degrade verde por un rojo.
2. Se cambia el color de texto de anaranjado a blanco.
3. Se cambia el elemento de división por un degrade anaranjado menos brillante.
4. Se coloca el texto del hashtag en color blanco y se añade una imagen de un hueso en color negro para que sobresalga más el texto.

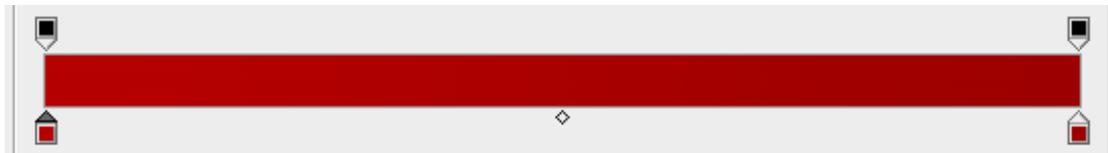
### **8.4.3 Cambios en colores.**

Las propuestas finales están basadas en la misma línea gráfica, eso quiere decir, los mismos colores, elementos, logotipo y tipografía. En la propuesta final se realiza el cambio de colores de fondo, elementos y texto, por los siguientes.

#### **Colores Fondo:**

Se cambia el color de fondo que es un degrade verde por un degrade en tonos rojo, que representa amor, pasión y valor.

Fondo degrade rojo: # 9b0000 - # 850000



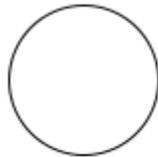
Se cambia el degradado naranja del elemento de división por tonos menos brillantes para dar más dinamismo y seriedad a la composición.

Fondo degradado anaranjado: #fed420 - #f3ab00



**Color de Texto:**

El color utilizado en el texto de las piezas gráficas digitales es el siguiente.



#ffffff

C=0 M=0 Y=0 K=0

R=255 G=255 B=255

## **Capítulo IX: Propuesta gráfica Final**

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.

9.1 Post de Facebook 1



Post de Facebook 2

800px

600px



El abandono también es un tipo de maltrato.

ANIMAL LOVE.CT

ASOCIACIÓN PROTECTORA DE ANIMALES

Solo tomaron unas vacaciones ya regresarán.

#NOALMALTRATOANIMAL

The graphic is a square with a red background on the right and a photograph of a light-colored dog on the left. The dog is sitting on a paved surface and holding a piece of corrugated cardboard in its mouth. The cardboard has the text 'Solo tomaron unas vacaciones ya regresarán.' written on it. In the bottom left corner of the image area, there is a black bone-shaped icon containing the hashtag '#NOALMALTRATOANIMAL'. On the right side of the red background, the text 'El abandono también es un tipo de maltrato.' is written in white. Below this text is the logo for 'ANIMAL LOVE.CT', which consists of a black paw print with a red heart inside. Underneath the logo, the text 'ASOCIACIÓN PROTECTORA DE ANIMALES' is written in white. A yellow curved shape separates the dog's photo from the red background. Red arrows indicate the dimensions: 800px width and 600px height.

Post de Facebook 3

800 PX

600 px

**"TUVO UNA  
PELEA CALLEJERA,  
ESO ES TODO"**

(JOVEN DE 22 AÑOS A SU VECINA).

**ANIMAL LOVE.GT**

ASOCIACIÓN PROTECTORA DE ANIMALES

**#NOALMALTRATOANIMAL**

**800 PX**

**600 PX**

#NOALMALTRATOANIMAL

100%  
SALUDABLE

CALIDAD  
GARANTIZADA

Tienes una vida  
en tus manos.  
**¡No un  
juguete!**

ANIMAL LOVE.GT

ASOCIACIÓN PROTECTORA DE ANIMALES

800 PX

600 PX



"YA NO LO PODÍAMOS TENER  
ES QUE LA BEBÉ  
ES ALÉRGICA"

(MUJER DE UNOS 25 AÑOS HABLANDO  
CON SU AMIGA).

#NOALMALTRATOANIMAL

ANIMAL LOVE.GT

ASOCIACIÓN PROTECTORA DE ANIMALES

The graphic is a Facebook post template. On the left, a vertical red double-headed arrow indicates a height of 600 PX. At the top, a horizontal red double-headed arrow indicates a width of 800 PX. The main content is a square image of a small, fluffy orange kitten with blue eyes sitting on a grey stone floor. The right side of the image is overlaid with a dark red background. The text is in white, with the main quote in large, bold, sans-serif font. Below the quote is a smaller line of text in parentheses. At the bottom left of the kitten image is a black bone-shaped icon containing the hashtag #NOALMALTRATOANIMAL. At the bottom right of the red area is the logo for ANIMAL LOVE.GT, which consists of a black paw print with a red heart inside, and the text 'ANIMAL LOVE.GT' above it. Below the logo is the text 'ASOCIACIÓN PROTECTORA DE ANIMALES'.

800 PX

600 PX



#NOALMALTRATOANIMAL

**NO LO DEJES SALIR  
SOLO DE CASA,  
SU SEGURIDAD ES  
TÚ RESPONSABILIDAD.**

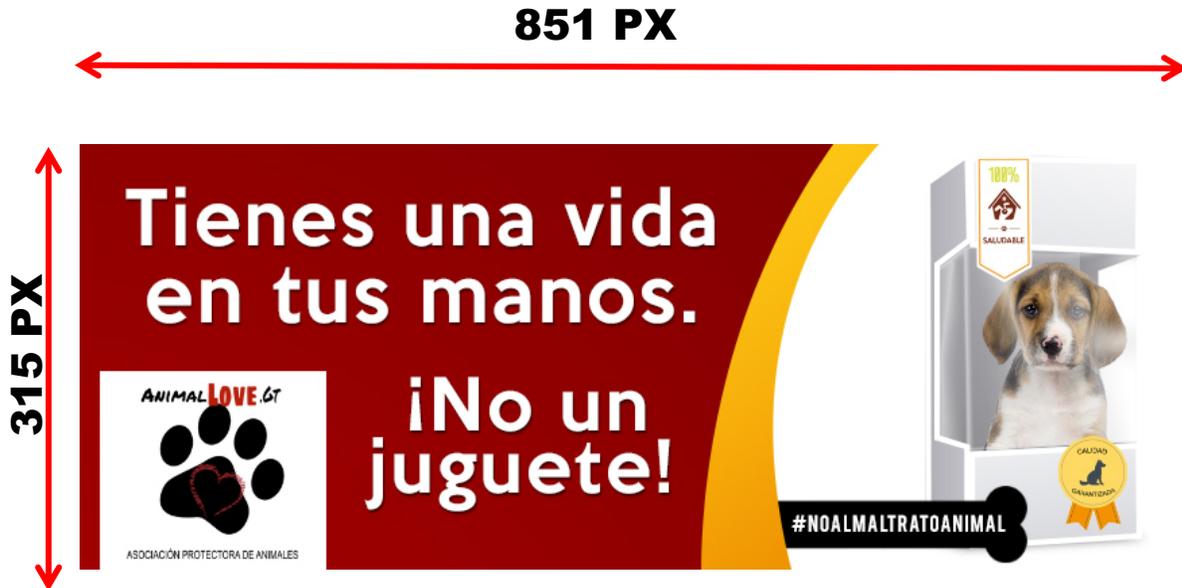
**ANIMAL LOVE.GT**



ASOCIACIÓN PROTECTORA DE ANIMALES

The graphic is a square with a red background on the right and a photograph of a grey tabby kitten on the left. The kitten is walking on a grey surface, possibly a roof, with green leaves in the foreground. A yellow curved line separates the photo from the red background. The text is in white, bold, sans-serif font. The hashtag is in a black speech bubble. The logo is a black paw print with a red heart inside. The text 'ANIMAL LOVE.GT' is in a stylized font with 'LOVE' in red. The text 'ASOCIACIÓN PROTECTORA DE ANIMALES' is in a small, white, sans-serif font at the bottom.

9.2 Banner de Facebook 1



Banner de Facebook 2



Banner de Facebook 3

851 Px

315 px





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

## **Capitulo X. Producción, reproducción y distribución.**

Como parte del proyecto y para cumplir a totalidad los objetivos es de suma importancia la elaboración de un plan de producción, reproducción y distribución para establecer costos del diseño de las piezas gráficas digitales y la promoción de estas en la red social Facebook.

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

Para la elaboración de las piezas gráficas digitales se realiza un estimado de tiempo de investigación, bocetaje, y elaboración de la propuesta preliminar de las piezas gráficas, se evalúa horas de trabajo y costos por tiempo de trabajo.

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio gana Q4,000.00 mensual, equivalente a Q1,000.00 semanal, Q200.00 diarios y Q25.00 por hora laborada. Precio

#### **Total por Horas:**

25 horas trabajadas pagadas a Q25.00 por hora laborado da un total de: **Q625.00**

### **10.2 Plan de costos de producción**

El plan de costos de producción se basa en el tiempo invertido en la elaboración de la propuesta final, la cual está dividida en horas trabajadas por días, Q25.00 por hora, el pago total por 65 horas adicionales es de Q. 2800.00. Por las 112 horas exactas.

### **10.3 Plan de distribución**

Las piezas gráficas digitales del proyecto, se publican en medios de comunicación masivos virtuales, colocados por el Community manager de la Asociación el cual es

voluntario, esto como parte de una estrategia para crear conciencia sobre el maltrato animal. Se paga un anuncio segmentado dentro de la ciudad capital, con el que se desea promocionar la fanpage de Facebook, para motivar a las personas a que se hagan fans de la asociación y sean parte de la comunidad Animal Love. (Véase en anexo C).

Plan de distribución	Costo Total
Promoción de publicación por 1 semana con un alcance de 75,000 a 200,000 personas.	<b>Q.1125.00</b>

#### 10.4 Margen de utilidad:

El Margen de Utilidad que se utilizará es del 10% por cada parte del proyecto

#### 10.5 Resumen general de costos.

Descripción	Costo Total
Costo de Elaboración	<b>Q. 625.<sup>00</sup></b>
Costos de Producción	<b>Q. 1625.<sup>00</sup></b>
Costos de Distribución	<b>Q. 1125.<sup>00</sup></b>

Total, sin margen de utilidad :	<b>Q. 3,375.00</b>
Margen de utilidad :	<b>Q. 337.50</b>
Costo Total del Proyecto:	<b>Q. 3,712.50</b>

Nota: Este proyecto no paga impuestos debido a que se realizó para una organización no lucrativa, que no paga impuestos.

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

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

### **11.1. Conclusiones.**

**11.1.1.** Se diseñaron piezas gráficas digitales para crear conciencia a jóvenes a través de las redes sociales, acerca del maltrato de animales domésticos.

**11.1.2.** Se investigó información acerca de las consideraciones y requerimientos en cuanto a proporción de las piezas gráficas de la red social Facebook, es por ello que se desarrolló de forma adecuada este proyecto.

**11.1.3.** Se recopiló información relacionada a la asociación y al maltrato animal, sus mayores causas, consecuencias y soluciones, lo que permitió determinar el contenido de las piezas gráficas digitales.

**11.1.4.** Se eligieron imágenes de mascotas que apoyan visualmente el mensaje que se quiere transmitir, por lo que se realizaron fotomontajes que llaman la atención del grupo objetivo.

**11.1.5.** Se diagramó correctamente cada uno de los artes realizados con el propósito de crear simetría y una lectura e imagen agradable al lector, de manera que sea capaz de comprender el mensaje que transmite.

## **11.2. Recomendaciones.**

**11.2.1.** Realizar un calendario donde se indique que se posteara 2 veces por semana los artes realizados de manera intercalada y se cambiara la portada de Facebook cada mes y medio.

**11.2.2.** Investigar constantemente nuevas tendencias de diseño gráfico y requerimientos para publicaciones en redes sociales, para implementarlas en el desarrollo de nuevas piezas gráficas digitales para mantener actualizada la imagen y perfil de la asociación.

**11.2.3.** Recopilar información actualizada sobre el avance de leyes o sanciones establecidas en contra del maltrato animal para crear nuevas campañas publicitarias.

**11.2.4.** Crear nuevas ideas de diseño, ya sea a través de imágenes, fotografías o dibujos que cumpla y de a conocer el objetivo de la asociación.

**11.2.5.** Es necesario mantener simetría, orden y una línea gráfica definida para evitar que el receptor malinterprete o no comprenda el mensaje transmitido.

## **Capítulo XII: Conocimiento general**

## Capítulo XII: Conclusiones y recomendaciones



## **Capítulo XIII: Referencias**

## Capítulo XIII Referencia:

### 13.1 Bibliografía

Frederic. F. (1973) El lenguaje, la comunicación. Buenos Aires.

Frascara Jorge. (2006) El Diseño de Comunicación. ISBN 9789879393420

Océano Grupo Editorial (1997) Enciclopedia autodidactica interactiva Océano

Volumen 6: Diseño. ISBN: 84-494-0717-6

Wong Wuicius. (2002). Fundamentos del diseño. España. Editorial G.G.

Piérola J. (2009). Psicología de la publicidad España. Editorial UB.

Gálvez Francisco. (2004) Ediciones Educación de la Tipografía. ISBN:  
956739747-3

Santos A. (S.F) Fundamentos visuales Costa Rica. Editorial DGE.

### 13.2 Biblioweb

Asociaciones sin ánimo de lucro (2008). Portal Universia S.A. Recuperado de:  
<http://www.universia.net>

Schweitzer Albert (1952). citado en Sociedad Animalista de Honduras, 2015  
Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/sociedadanimalistahnd/photos\\_stream?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/sociedadanimalistahnd/photos_stream?ref=page_internal)

Schweitzer Albert (1952). citado en revista Petmi)  
<http://revistapetmi.com/noticias/petmi-dice-no-al-maltrato-animal/#.VdnWoJeTWS0>

García Paola (El blog de Pa. Mora García) (6 septiembre 2010) Paulo Freire "Educación y Concientización" (31 diciembre 2010) Recuperado de: <http://pa.moragarcia.over-blog.com/article-paulo-freire-educacion-y-concientizacion-64010316.html>

Diana azucena Valenzuela Ruiz, (2009), pg.26. Recuperado de:

[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04\\_8203.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_8203.pdf)

De Todos y para todos Publicación (1991 – 2015) Recuperado de:

[http://www.detodosyparatodos.com.ar/conocimientos\\_generales/](http://www.detodosyparatodos.com.ar/conocimientos_generales/)

Publicación ¿Qué es el especismo? (Abril 20 de 2013) Animales de compañía

Recuperado de:

[http://www.respetoanimal.org/que\\_es\\_especismo.php?ckattempt=1](http://www.respetoanimal.org/que_es_especismo.php?ckattempt=1)

Publicación Qué es, Significado y Concepto. Recuperado de:

<http://definicion.de/semiologia/#ixzz3iIBZbMcP>.

El Programa Nacional de Control de Enfermedades Zoonótica

<http://www.msal.gov.ar/zoonosis/index.php/informacion-para>

adolescentes/tenencia-responsable-de-mascotas

Martinez Silva, Roberto, Mario, (2006) Teoría y Práctica de la persuasión electoral

(INEP AC Edición CD) Recuperado de: <http://manual.inep.org/I/I-III.html>

Suárez Vivi (2013) Términos y conceptos fundamentales del Diseño Gráfico.

Recuperado de: <http://magicalartstudio.com/terminos-conceptos-fundamentales-diseno-grafico/3/>.

Suárez Vivi (2013) Términos y conceptos fundamentales del Diseño Gráfico.

Recuperado de: <http://magicalartstudio.com/terminos-conceptos-fundamentales-diseno-grafico/3/>.

Edison Thomas 1847 – 1931, citado en frases a favor de los animales , (2015)

Recuperado de: <https://sites.google.com/site/dreamcatcheranimal/home/frases-a-favor-de-los-animales>



## **Capítulo XIV: Anexos**

## Capítulo XIV: Anexos

### 14.1 Anexo A: Encuesta de validación.



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

Género: F   
M   
Edad:

Nombre:   
Profesión:

Cliente     Experto     Grupo

objetivo

### Encuesta de validación de proyecto

Diseño de piezas gráficas digitales para concienciar a jóvenes a través de la red social Facebook, acerca del maltrato de animales domésticos. Animal Love. Guatemala, Guatemala, 2016.

La Asociación Animal Love se dedica a luchar contra el maltrato animal en Guatemala, pero carece de material digital que ayude a concienciar a la población de jóvenes de la ciudad de Guatemala a través de Facebook, acerca de la importancia del respeto a los animales domésticos.

### Objetivo de la Investigación

El objetivo de esta encuesta es evaluar y conocer a través de los resultados si el proyecto cumple con los objetivos establecidos y con los criterios de funcionalidad de diseño y comunicación.

### Instrucciones

Basándose en la información anterior observe las piezas gráficas realizadas y responda a cada interrogante planteada.

### **Parte Objetiva**

1. ¿Considera necesario que se diseñen piezas gráficas digitales para concienciar a los jóvenes a través Facebook , acerca del maltrato de animales domésticos?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. ¿Considera necesario investigar información acerca de las consideraciones y requerimientos en cuanto a proporción, peso, formato, resolución y tendencias de diseño de las piezas gráficas de la red social Facebook para desarrollar de forma adecuada este proyecto?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

3. ¿Considera que es necesaria la recopilación de información relacionada a la asociación y al maltrato animal, sus mayores causas, consecuencias y soluciones para determinar el contenido de las piezas gráficas digitales?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4. ¿Cree que es importante elegir imágenes de mascotas que apoyen visualmente el mensaje que se quiere transmitir para realizar un fotomontaje que llame la atención del grupo objetivo?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

5. ¿Considera indispensable diagramar de manera ordenada y con simétrica visual, los elementos de diseño, fotografía y tipografía que componen las piezas gráficas digitales para facilitar la comprensión y lectura del mensaje al grupo objetivo?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

### **Parte Semiológica**

6. Según su criterio, ¿ La gama de colores utilizados de fondo en las piezas graficas digitales transmiten?

Compasión

Alegría

Respeto

7. ¿Las imágenes y fotografías utilizadas en las piezas gráficas digitales le transmite?

8.

Felicidad

Tristeza

Ternura

9. ¿Considera que la diagramación de imágenes, textos y formas reflejan?

Equilibrio

Orden

Saturación

10. ¿Considera que las ilustraciones utilizadas en la pieza gráfica reflejan?

Orden

Equilibrio

Desorden

11. Considera que el logotipo que representa la asociación refleja:

Amor

Compasión

Felicidad

12. Considera que la tipografía utilizada crea una composición visual que refleja:

Desequilibrio

Armonía

Orden

### **Parte Operativa**

13. ¿El tamaño de la tipografía utilizada en los textos de las piezas gráficas digitales es?

Legible

Poco legible

Desordenado

14. Según su criterio, ¿considera que las frases utilizadas en las piezas gráficas digitales transmiten un mensaje que genera?

Conciencia

Indiferencia

Interés

15. ¿Las imágenes utilizadas en las piezas gráficas digitales representan claramente lo que describen los textos?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

16. ¿Considera que el contenido colocado en las piezas gráficas digitales tiene una estructura y orden que facilita la comprensión de la información?

Mucho

Poco

Nada

17. ¿Considera adecuado el tamaño de los elementos gráficos dentro de las piezas gráficas digitales?

Sí

No, muy grande

No, muy pequeño

Observaciones: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

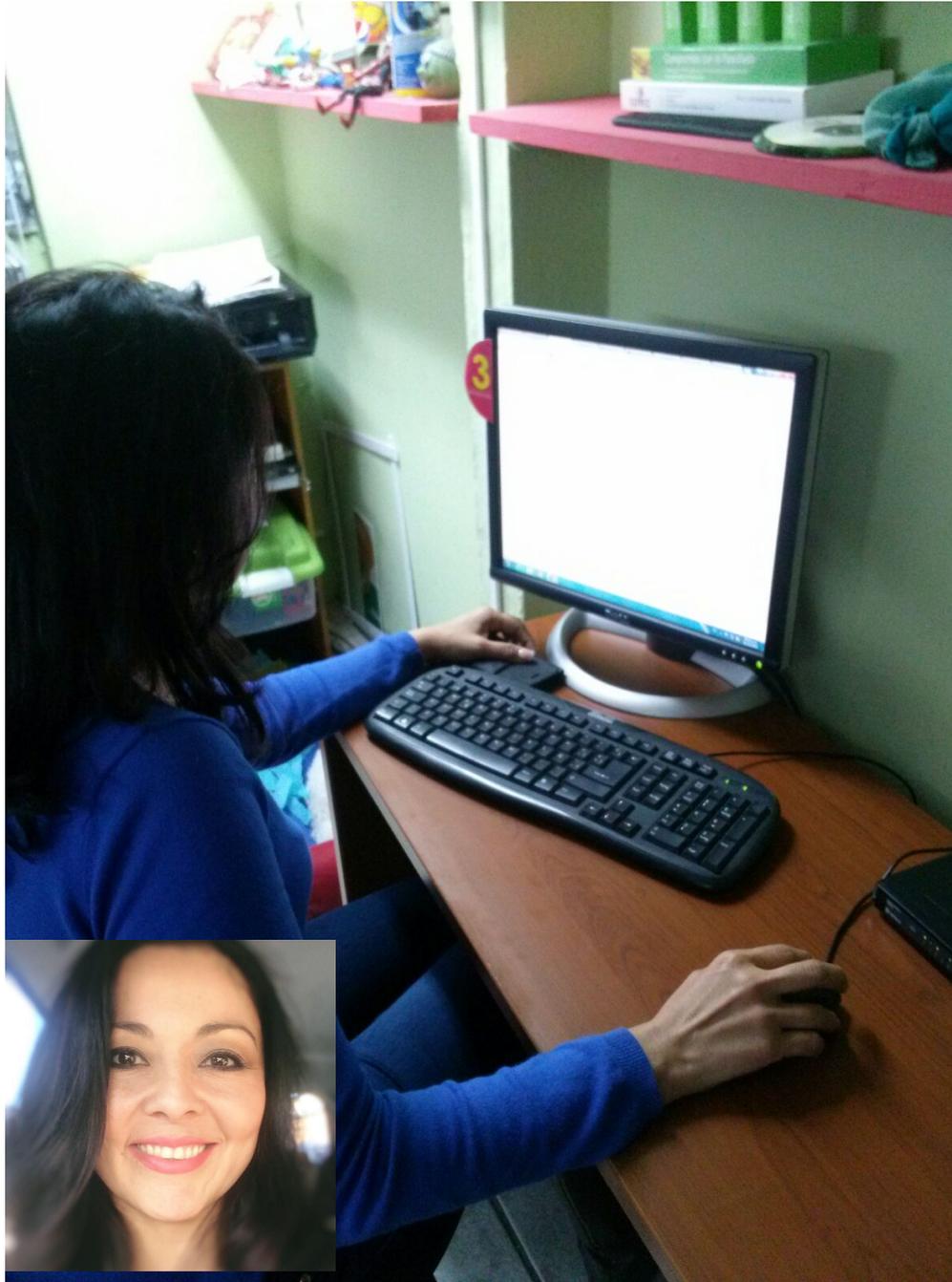
\_\_\_\_\_

**Gracias por su tiempo.**

## 14.2 Anexo B: Proceso de validación.

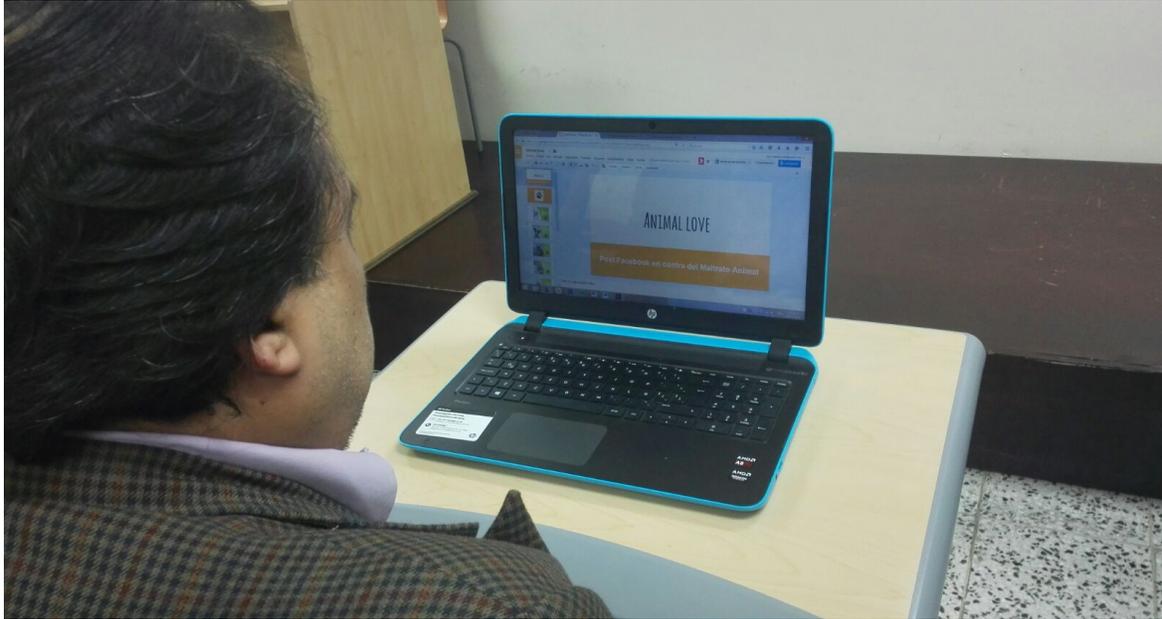
**Licda. Mariam Polanco**

**Cliente Asociación Animal Love.**

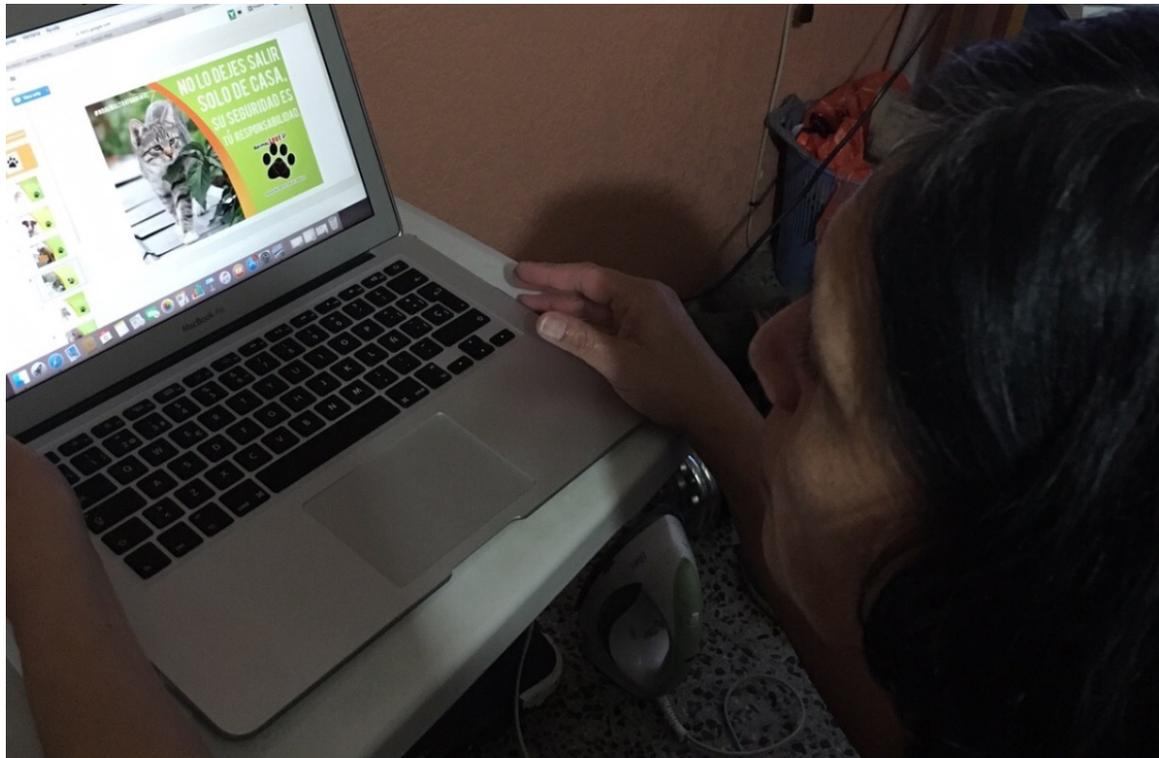


### 14.3 Fotografías Expertos.

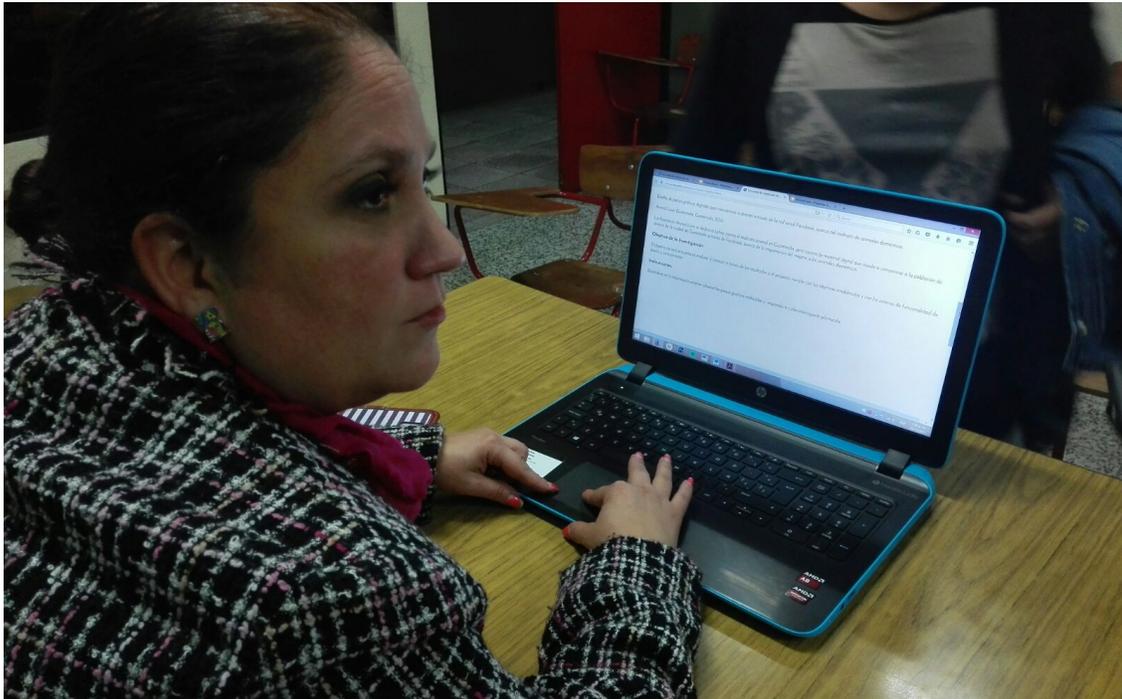
**Lic. Erick Estrada – Experto en Comunicación.**



**Licda Anabela Mansilla – Licenciado en comunicación.**



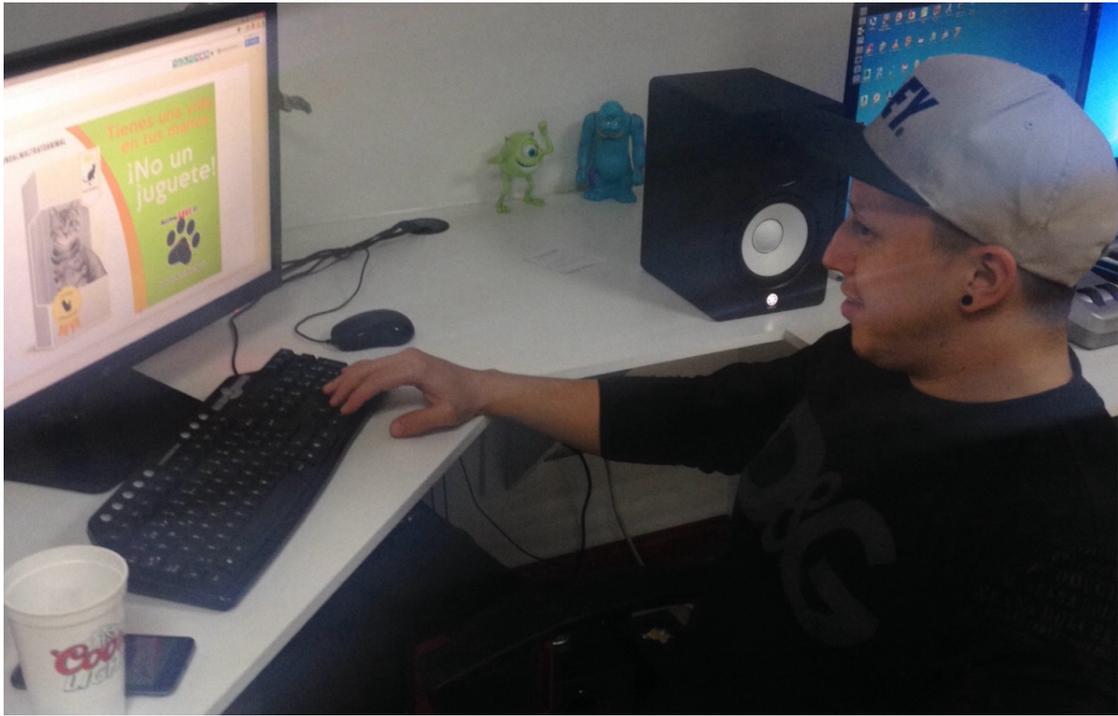
**Licda Lourdes Donis – Experta en Diseño Gráfico y comunicación.**



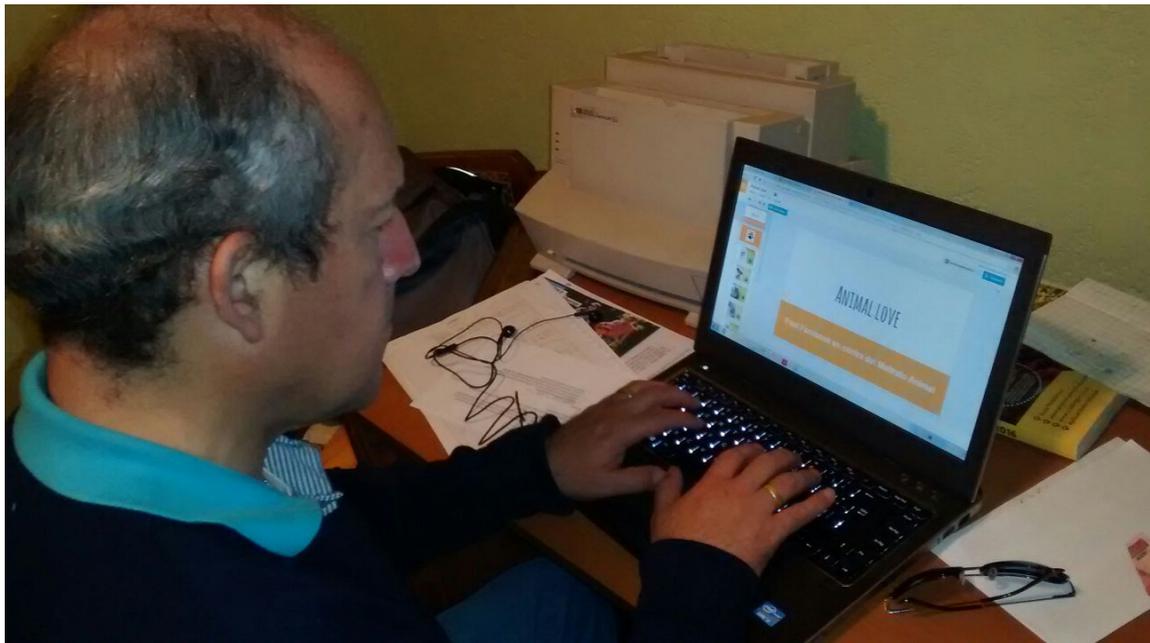
**Lic. Luis Pedro Rivera – Licenciado en Mercadeo.**



**Lic. Jasson Morales – Publicista.**



**Lic. Roberto Galindo – Publicista.**



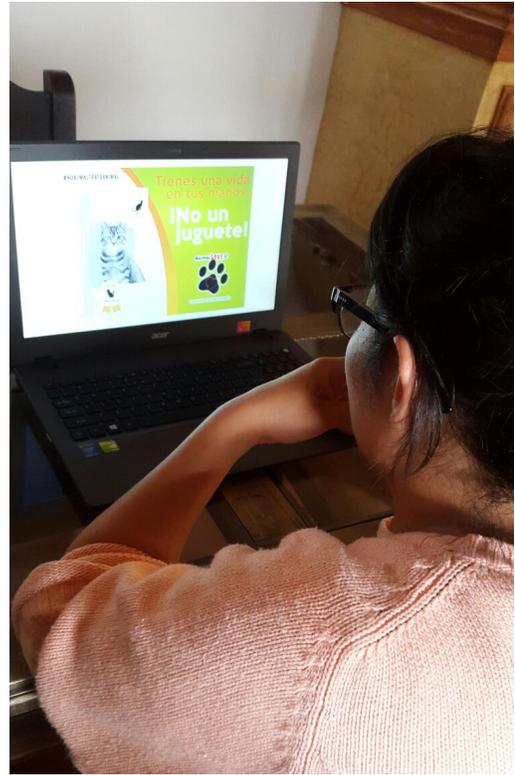
**Lic. Facundo Granados- Experto en Comunicación.**



**Lic. Luis Alberto Morales – Licenciado en Mercadeo.**



#### **14.4 Fotografías Grupo Objetivo**



### 14.3 Anexo C: Costos

#### Promocionar publicación

##### PRESUPUESTO Y DURACIÓN

**Q500,00** ▼

**Alcance estimado** ⓘ  
**22 000 - 58 000 personas** de 1 600 000

Limita el público o aumenta el presupuesto para llegar a las personas que te importan.

**Duración** ⓘ

1 día **7 días** 14 días

Publicar este anuncio hasta el  ⓘ

Gastarás Q71,42 por día.

#### PAGO

**Método de pago**