

*Galileo*  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**Diseño de materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha.**

**Guatemala, Guatemala, 2025.**

Lourdes Mariana, Ordoñez Cruz

Carné: 20005423

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero de 2025

Diseño de materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha

Guatemala, Guatemala, 2025

Lourdes Mariana Ordoñez Cruz

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Enero 2025

**Nómina de autoridades**

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger

Secretario General, Dr. 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.Sc

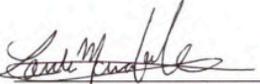
Guatemala 17 de abril de 2023

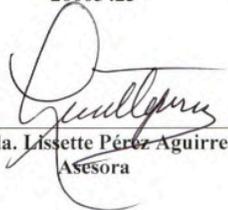
Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA INFORMAR A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, ACERCA DE LOS PROYECTOS Y ACTIVIDADES QUE REALIZA EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL SIN CAPUCHA**. Así mismo solicito que la Licda. Lissette Pérez Aguirre sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
Lourdes Mariana Ordoñez Cruz  
20005423

  
Licda. Lissette Pérez Aguirre  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 15 de mayo de 2023

**Señorita:**  
**Lourdes Mariana Ordoñez Cruz**  
**Presente**

Estimada Señorita Ordoñez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA INFORMAR A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, ACERCA DE LOS PROYECTOS Y ACTIVIDADES QUE REALIZA EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL SIN CAPUCHA**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Lissette Pérez Aguirre, como asesora 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 enero de 2025

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 MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA INFORMAR A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, ACERCA DE LOS PROYECTOS Y ACTIVIDADES QUE REALIZA EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL SIN CAPUCHA**. Presentado por la estudiante: Lourdes Mariana Ordoñez Cruz, con número de carné: 20005423, 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,

  
Licda. Lissette Pérez Aguirre  
Asesora



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 25 de julio de 2025

Señorita  
Lourdes Mariana Ordoñez Cruz  
Presente

Estimada Señorita Ordoñez:

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

Ciudad de Guatemala, 13 de agosto de 2025.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

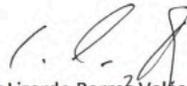
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA INFORMAR A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, ACERCA DE LOS PROYECTOS Y ACTIVIDADES QUE REALIZA EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL SIN CAPUCHA**. De la estudiante Lourdes Mariana Ordoñez Cruz, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 18 de agosto de 2025

**Señorita:**  
**Lourdes Mariana Ordoñez Cruz**

Estimada Señorita Ordoñez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA INFORMAR A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, ACERCA DE LOS PROYECTOS Y ACTIVIDADES QUE REALIZA EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL SIN CAPUCHA**. Presentado por la estudiante: Lourdes Mariana Ordoñez Cruz, 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**

### **Dedicatoria**

A Dios, lo más importante, por nunca dejarme sola y acompañarme en cada una de mis victorias y derrotas. A mis padres, Armando Ordoñez Hernández y Brenda Liliana Cruz Alvarado, por creer en mí, llenarme de confianza, amor y coraje. Ustedes son las personas que más amo en el mundo; este logro es para ustedes. A mis maestras, maestros, catedráticas y catedráticos que han sido parte de mi camino en la educación, por las enseñanzas y la sabiduría que me han transmitido durante todo este tiempo. Y, por último, pero no menos importante, a Luis Fernando Velásquez Aquino, gracias por ser el mejor amigo del mundo y ser parte de este trayecto con tu apoyo, paciencia y amor incondicional.

## Resumen

A través del acercamiento con el medio de comunicación digital Sin Capucha, se identificó que el medio digital Sin Capucha carece de materiales gráficos digitales atractivos que lo posicione y aumente su presencia en las plataformas digitales. Por lo que se planteó el siguiente objetivo; Diseñar materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto. La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 34 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño. El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó los materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha. Se recomendó publicar los materiales gráficos digitales en las redes sociales del medio de comunicación digital Sin Capucha con los textos propuestos y las etiquetas estratégicas de redes sociales para aumentar la visibilidad de la matriz de contenidos. También llegar a un público más amplio dando a conocer los proyectos y actividades el medio.

Para efectos legales únicamente la autora, LOURDES MARIANA ORDOÑEZ CRUZ, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

La autora se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener el título de licenciado en Comunicación y Diseño.

## Índice

<b>Capítulo I: Introducción</b> .....	1
Introducción .....	1
<b>Capítulo II: Problemática</b> .....	4
Contexto .....	4
Requerimiento de comunicación y diseño .....	4
Justificación .....	5
Magnitud .....	5
Vulnerabilidad.....	5
Trascendencia .....	6
Factibilidad .....	6
<b>Capítulo III: Objetivos del diseño</b> .....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos .....	8
<b>Capítulo IV: Marco de referencia</b> .....	9
Información general del cliente y datos complementarios .....	9
<b>Capítulo V: Definición del grupo objetivo</b> .....	13
Perfil geográfico.....	13
Perfil demográfico .....	14
Perfil psicográfico.....	15
Perfil conductual.....	16
<b>Capítulo VI: Marco teórico</b> .....	17
Conceptos fundamentales relacionados con el producto y servicio.....	17

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	21
Ciencias auxiliares, artes, teorías, tecnologías y tendencias.....	23
<b>Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....</b>	<b>30</b>
Aplicación y razonamiento de la información obtenida en el marco teórico .....	30
Conceptualización.....	35
Bocetaje.....	39
Propuesta preliminar .....	56
<b>Capítulo VIII: Validación técnica .....</b>	<b>73</b>
Población y muestreo.....	73
Método e instrumentos.....	74
Resultados e interpretación de resultados.....	75
Cambios en base a los resultados.....	81
<b>Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....</b>	<b>85</b>
<b>Capítulo X: Producción, reproducción y distribución .....</b>	<b>102</b>
Plan de costos de elaboración .....	102
Plan de costos de producción.....	103
Plan de costos de reproducción.....	103
Plan de costos de distribución.....	104
Margen de utilidad .....	104
IVA .....	104
Cuadro resumen general de costos.....	105
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>106</b>
Conclusiones.....	106

Recomendaciones .....	107
<b>Capítulo XII: Conocimiento general</b> .....	108
<b>Capítulo XIII: Referencias</b> .....	109
<b>Capítulo XIV: Anexos y Tablas</b> .....	114

## Capítulo I: Introducción

## Capítulo I: Introducción

### Introducción

Sin Capucha es un medio de comunicación digital que informa a los guatemaltecos, sobre temas culturales y de actualidad del país desde el 2022. Sin embargo, en la actualidad carece de materiales gráficos digitales atractivos que los posicione y los haga destacar de los otros medios de comunicación digitales. Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha.

Este proceso de desarrollo y planificación requiere de una investigación preliminar centrada en el ámbito de los medios de comunicación digitales y la comunicación visual. Se busca comprender diversas áreas, como técnicas, conceptos, tecnologías, artes, teorías y tendencias. El objetivo es aplicar el conocimiento adquirido a lo largo del proyecto. Para crear el concepto creativo se usará el método de los seis sombreros para pensar y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación. El objetivo general del proyecto es diseñar materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha.

El proyecto se divide en varias fases, que incluyen el análisis, la conceptualización, el bocetaje, la producción y la distribución. Estas etapas culminarán en la creación del material gráfico digital junto con una matriz digital, esta matriz servirá como un recurso esencial para garantizar la coherencia y consistencia la publicación de los materiales gráficos digitales en las plataformas digitales de Sin Capucha.

El trabajo de investigación abarcará un enfoque tanto cuantitativo como cualitativo para obtener una comprensión completa del proyecto. El método cuantitativo se empleará para evaluar los resultados de una encuesta que involucra a clientes, expertos en diseño gráfico y el público objetivo, centrándose en temas relacionados con el proyecto. El enfoque cualitativo analizará la percepción y relevancia de los elementos utilizados en el diseño de los materiales gráficos digitales y el orden de la matriz de contenidos por parte del grupo objetivo. A partir de esta evaluación, se identificarán ajustes significativos que permitirán mejorar el producto final, asegurando la funcionalidad en la comunicación y el diseño.

En la etapa de validación a través de encuestas, participarán 6 expertos en diseño gráfico y comunicación, así como el cliente y a 27 personas pertenecientes al grupo objetivo. Todos los miembros del grupo objetivo se encuentran en el rango de edades de 18 a 30 años. La validación del proyecto a través de la encuesta será un paso crucial en el proceso de diseño de materiales gráficos digitales de Sin Capucha.

El objetivo fundamental de este proyecto es diseñar materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha para que logré obtener mayor reconocimiento y visibilidad en las plataformas digitales. Esto será posible a través del diseño de materiales gráficos digitales para las plataformas digitales de Sin Capucha.

Para respaldar este proceso, se recopilará información precisa sobre el medio de comunicación digital a través de un brief y se investigará una amplia gama de términos, conceptos, teorías, tecnologías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de materiales gráficos digitales para una matriz de contenidos, a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar científicamente la propuesta del diseño. Para finalizar, se concluirá con el

diseño de una matriz de contenidos para informar acerca de los proyectos y actividades de Sin Capucha.

Para finalizar, se recomendará publicar los materiales gráficos digitales en las redes sociales del medio de comunicación digital Sin Capucha con los captions y hashtags propuestos para aumentar la visibilidad de la matriz de contenidos y poder llegar a un público más amplio dando a conocer los proyectos y actividades el medio. Asimismo, se sugerirá organizar y estructurar los materiales gráficos que se diseñen en el futuro con un estándar alto de calidad para fortalecer a la construcción de la marca.

Además, debido a la constante evolución de las tendencias de diseño, redes sociales y avances tecnológicos se mencionará también la importancia de establecer una revisión constante de la matriz de contenidos para asegurar que el material se mantenga relevante y tener una planificación de matriz de contenido mensual actualizada de forma constante por un profesional en diseño y comunicación. Esto permitirá al medio de comunicación digital mantener relevante, hacer crecer su audiencia y aumentar su reconocimiento.

## Capítulo II: Problemática

## **Capítulo II: Problemática**

Sin Capucha es un medio de comunicación digital que informa a los guatemaltecos, sobre temas culturales y de actualidad del país. Actualmente carece de materiales gráficos digitales atractivos que los posicione y los haga destacar de los otros medios de comunicación digitales. Sin Capucha se ha destacado por ser un medio de comunicación digital libre de filtros y censuras, asegurando la veracidad de los hechos que informan, pero su actual material gráfico digital interactivo no logra generar el nivel de interacción deseado con la audiencia por la falta de contenido visualmente atractivo y efectivo que refleje el profesionalismo del medio.

### **Contexto**

El medio de comunicación digital Sin Capucha fue fundado en el año 2022 por el periodista independiente Cristian Isaí Gutiérrez en la Ciudad de Guatemala, con el objetivo de informar respetando, promoviendo y defendiendo la libre expresión del pensamiento, los derechos humanos, la igualdad y la justicia. Como el medio de comunicación digital no tiene materiales gráficos digitales que logren destacar e incrementar su presencia en las plataformas digitales, hay que diseñarlos para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades del medio de comunicación digital Sin Capucha y aumentar su presencia en las plataformas digitales.

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

El medio digital Sin Capucha carece de materiales gráficos digitales atractivos que lo posicione efectivamente y aumente su presencia en las plataformas digitales.

## Justificación

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

## Magnitud

La magnitud de este proyecto de graduación es de 489 seguidores, dividiéndose en 163 seguidores reales y 326 seguidores potenciales en las plataformas digitales del medio de comunicación digital Sin Capucha, graficándose de la forma siguiente:

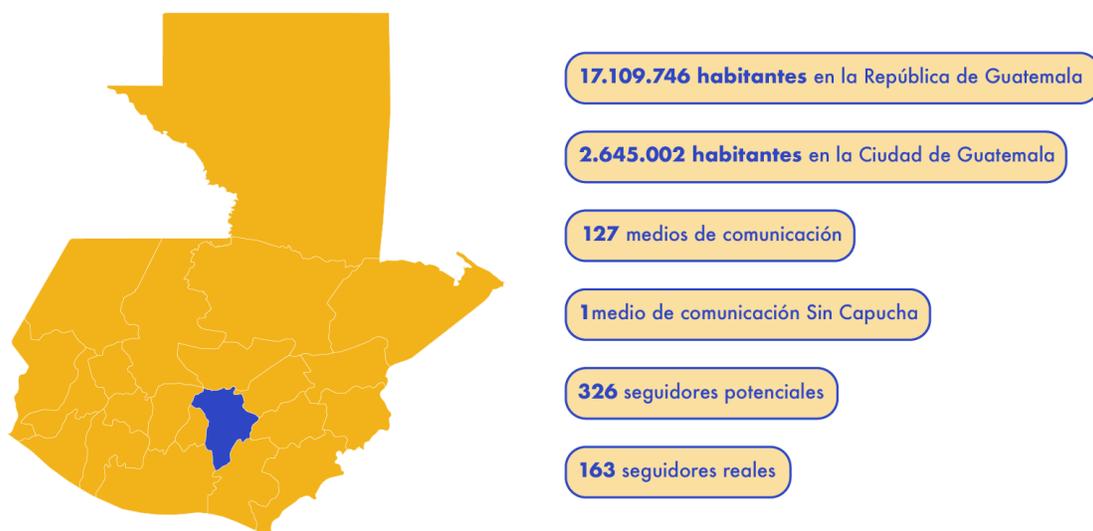


Figura 1. Realizada por Lourdes Mariana Ordoñez Cruz. Gráfica de magnitud.

## Vulnerabilidad

La falta de materiales gráficos digitales atractivos que posicione y destaque la presencia del medio de comunicación digital en las plataformas digitales puede generar que la imagen del medio de comunicación digital sea percibida como poco profesional limitando su capacidad para captar y mantener el interés de su público objetivo. Además, si los materiales gráficos digitales

no se ajustan a los estándares de diseño y a las tendencias actuales en las plataformas digitales, puede dañar la credibilidad del medio de comunicación digital, disminuyendo su audiencia y la interacción con la información compartida en sus plataformas digitales.

### ***Trascendencia***

Con la creación de materiales gráficos digitales adecuados, el medio de comunicación digital disminuirá la poca visibilidad en las plataformas digitales, mejorando la comunicación y accesibilidad de la información que comparten. Actualmente, los materiales gráficos digitales no conectan con la audiencia, no es suficientemente innovador y no sigue las tendencias actuales, lo que puede llevar a limitar el potencial del medio, dañar su imagen gráfica y limitar su alcance.

### ***Factibilidad***

El proyecto de graduación es factible ya que el medio de comunicación Sin Capucha cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos para manejar sus funciones y desarrollarlo.

**Recursos Humanos.** El medio de comunicación digital Sin Capucha cuenta con los colaboradores necesarios calificados, capacitados y con experiencia para el manejo de las funciones que desempeñan dentro del medio de comunicación digital y para la correcta aplicación de los materiales gráficos digitales a realizar en este proyecto de graduación.

**Recursos Organizacionales.** El periodista independiente Cristian Isaí Gutiérrez autoriza a sus colaboradores a brindar toda la información necesaria para llevar a cabo la creación de los materiales gráficos digitales interactivos.

**Recursos Económicos.** El medio de comunicación digital Sin Capucha no cuenta con el presupuesto para la elaboración de este proyecto de graduación. Por su parte, la Profesional de la Comunicación y Diseño, Lourdes Mariana Ordoñez Cruz, donará el monto de Q3,450.00 para la

creación de los materiales gráficos digitales y el desarrollo de una matriz de contenidos para sus plataformas digitales.

**Recursos Tecnológicos.** La licenciada en Ciencias de la Comunicación Lourdes Mariana Ordoñez Cruz cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para realizar correctamente el proyecto, entre ellos programas especializados de diseño gráfico, cámara fotográfica profesional, internet y ordenadores de calidad.

## Capítulo III: Objetivos del diseño

### **Capítulo III: Objetivos del diseño**

#### **El objetivo general**

Diseñar materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha.

#### **Los objetivos específicos**

- Recopilar información verídica del medio de comunicación digital Sin Capucha, a través de un brief, con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus objetivos.
- Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de material digital interactivo, a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar científicamente la propuesta del diseño.
- Diseñar matriz de contenido para informar acerca de los proyectos y actividades de Sin Capucha.

## Capítulo IV: Marco de referencia

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

### **Información general del cliente y datos complementarios**

Nombre: Sin Capucha

Dirección: Kilometro 22 ruta al Pacífico, Villas Andalucía, zona 3 de Bárcenas.

Teléfono: 5568-9425

Contacto: Vivi Hernandez

Correo Electrónico: [sincapuchagtm@gmail.com](mailto:sincapuchagtm@gmail.com)

### **Presentación**

Sin Capucha es un medio de comunicación digital que informa a los guatemaltecos, sobre temas culturales y de actualidad del país. Se ha destacado por ser un medio de comunicación digital libre de filtros y censuras, asegurando la veracidad de los hechos que informan.

### **Compromiso**

Su compromiso es informar sin filtros y con información precisa a la comunidad guatemalteca, a través de un periodismo comprometido con la verdad, la ética y la independencia. Además, ofrecer un espacio informativo y educativo que desarrolle el pensamiento crítico en la sociedad.

### **Promesa**

La promesa de Sin Capucha es ser un referente de periodismo auténtico y sin censura en Guatemala, comprometidos con la transparencia y la integridad en la información, empoderando a la comunidad juvenil y sociedad guatemalteca con noticias veraces.

## Organigrama



Figura 2. Realizada por Lourdes Mariana Ordoñez Cruz. Organigrama.

*Ver Brief completo en Anexo 1.*

## FODA

Se realizó un diagnóstico FODA del medio de comunicación digital Sin Capucha para comprender el panorama general del mismo e identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que se enfrenta el medio de comunicación digital en el mercado actual.



Figura 3. Realizada por Lourdes Mariana Ordoñez Cruz. Gráfica FODA.

### Competencia

Actualmente en el departamento de Guatemala existen 127 medios de comunicación digitales. Destacan los medios de comunicación digital independientes: Quorum, Justicia Ya, Prensa Comunitaria Km 169 y los tradicionales: Prensa Libre, Guatevisión y Nuestro Diario.

### Antecedentes de diseño

**Imagotipo:** El actual imagotipo del medio de comunicación digital Sin Capucha utiliza una tipografía serif y una imagen de una pluma de escritura.



**Isotipo:** El actual isotipo del medio de comunicación digital Sin Capucha fue creado en conjunto con el imagotipo y se puede usar en conjunto o separados.



**Sistema de color:** El actual imogotipo utiliza el siguiente esquema de colores y tipografía.

C: 74% M: 65% Y: 60% K: 79%  HEX: 1F1F1F	C: 14% M: 35% Y: 96% K: 4%  HEX: DAA40E	C: 47% M: 36% Y: 35% K: 16%  HEX: 898A8C
C: 38% M: 29% Y: 30% K: 8%  HEX: A3A3A3	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%  HEX: FFFFFFFF	C: 34% M: 46% Y: 100% K: 31%  HEX: 8D6C10

## Tipografía Logo: Libre Baskerville

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

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

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

El medio de comunicación digital Sin Capucha está dirigido a personas de entre 18 a 30 años, interesadas en temas de actualidad, arte, cultura y eventos locales. Estas personas pertenecen a los niveles socioeconómicos C2 y C3 y residen en la ciudad de Guatemala y alrededores. En general, este grupo busca contenido informativo y entretenido que aborde sus intereses y preocupaciones diarias. Sin Capucha ofrece noticias y artículos adaptados a las necesidades de este grupo objetivo, para informar y enriquecer su perspectiva sobre diversos temas.

### **Perfil geográfico**

Guatemala cuenta con una extensión territorial de 108,889 km<sup>2</sup>. Limita al oeste y norte con México, al este con Belice y el golfo de Honduras, al sureste con Honduras y El Salvador, y al sur con el Océano Pacífico. El medio de comunicación digital con la que se elabora este proyecto se encuentra en el país de Guatemala, Guatemala, municipio de Villa Nueva. El grupo objetivo reside en Villa Nueva, zona 7, 11 y 12 de la Ciudad de Guatemala.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística de Guatemala, el departamento de Guatemala tiene una densidad poblacional promedio de aproximadamente 1,550 habitantes por kilómetro cuadrado. Este departamento alberga la capital, Ciudad de Guatemala, y es una de las áreas con mayor concentración de población, debido a su desarrollo urbano y económico. El municipio de Villa Nueva tiene una densidad poblacional aproximada de 5,400 habitantes por kilómetro cuadrado. Según el censo de 2018, esta cifra es una de las áreas más densamente pobladas del país, con una población total de unos 618,397 habitantes.

Villa Nueva se encuentra ubicado en el departamento de Guatemala, al sur de la Ciudad de Guatemala a una altura media que varía entre 1,200 y 1,400 metros sobre el nivel del mar. Las

temperaturas oscilan entre los 19 y 25 °C a lo largo del año. El idioma predominante en el área metropolitana es el español.

### **Perfil demográfico**

El grupo objetivo está comprendido entre las edades de 18 a 30 años de edad en los niveles socioeconómicos C2 Y C3. *Multivex (2018)*. El estudio de niveles socioeconómicos estima que el nivel C este compuesto por el 35.4% de la población guatemalteca con ingresos estimados de hasta Q25,600. El perfil C2 corresponde a personas que poseen casas o departamentos rentados o financiados equipados con electrodomésticos básicos, teléfono fijo, 1 a 2 celulares, 1 o 2 televisores y radio, además de servicios como cable, luz y agua.

No cuentan con terrenos heredados y generalmente, pertenecen a los sectores ejecutivos, comerciante, vendedores y dependientes quienes han alcanzado estudios superiores. Poseen autos propios sin seguro y sus hijos menores asisten a colegios privados y los mayores en universidades privadas o públicas. Entre sus principales actividades recreativas se encuentran las visitas a cine, centros comerciales y parques temáticos locales.

Por otro lado, el perfil C3 está conformado por personas que cuentan con casas o apartamentos rentados o financiados, equipados con electrodomésticos básicos para el hogar, teléfono fijo, únicamente cada persona mayor de edad, tiene televisor y radio. Este grupo se compone sobre todo por comerciantes, vendedores y dependientes que poseen vehículo propio sin seguro. Además, cuentan con estudios de licenciatura, sus hijos asisten a escuelas y universidades estatales. Sus principales actividades recreativas incluyen visitas al cine eventualmente, centros comerciales, parques y el estadio. *Multivex (2018)*. Ver tabla completa de niveles socioeconómicos en anexo II.

## Perfil psicográfico

Características	Nivel C2	Nivel C3
Ingresos	Q17,500	Q11,900
Educación padres	Superior, Licenciatura.	Licenciatura.
Educación hijos	Hijos mejores colegios privados, mayores en U privadas o estatal.	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal.
Desempeño	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.	Comerciante, vendedor, dependiente.
Vivienda	Casa/departamento rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garaje para 2 vehículos.	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala.
Otras propiedades		
Personal de servicio	Por día, eventual.	Eventual.
Servicios financieros	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local.	1 cuenta Q ahorro. TC local.
Posesiones	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro.	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro.
Bienes de comodidad	1 teléfono fijo, mínimo 1-2 celulares, cable, radio 2 TV, electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos.
Diversión	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine eventual, CC, parques, estadio.

Figura 4. Realizada por Lourdes Mariana Ordoñez Cruz. Gráfica Niveles Socioeconómicos C2 y C3. Fuente: Niveles Socioeconómicos 2018/Multive.

*Ver tabla completa de NSE en Anexo 2.*

El grupo objetivo de entre 18 y 30 años lo forman estudiantes y profesionales con preparación académica superior. Son personas que tienen acceso a información a través de internet, redes sociales y medios digitales, lo que les permite estar al tanto de tendencias globales y locales. Disfrutan de sus tiempos libres con actividades de entretenimiento como ver series y películas en plataformas de streaming, asisten a eventos culturales y deportivos. Muestran interés

por la música, el cine, la moda y otras formas de cultura popular. Estas personas son trabajadoras y priorizan un estilo de vida consiente con su entorno, les gusta estar informados, se interesan en luchas colectivas y temas de justicia social y medio ambiente. Valoran su entorno, la comunidad, la estabilidad financiera y la libertad de pensamiento.

### **Perfil conductual**

El grupo objetivo busca contenido digital relevante y actual que refleje sus intereses y preocupaciones diarias. Valoran la autenticidad y la calidad en la información, así como la diversidad de temas abordados, que van desde noticias locales hasta de cultura y entretenimiento. Comprometidos con mantenerse informados y conectados con su entorno, estos individuos buscan a Sin Capucha debido a la confianza que han desarrollado en la plataforma basada en la consistencia y relevancia de su contenido.

Participan activamente en las redes sociales del medio, compartiendo y comentando artículos y videos que resuenan con sus experiencias e intereses. Sin Capucha beneficia a su audiencia al proporcionar un espacio donde pueden acceder a información confiable y variada, así como expresar sus opiniones y participar en discusiones significativas. Este enfoque fortalece la conexión con su público, posicionando al medio como una fuente de referencia dentro del mercado digital en Guatemala.

**El proyecto beneficiará al medio de comunicación digital Sin Capucha al diseñar una matriz de contenidos que permitirá identificar y segmentar efectivamente su audiencia en la ciudad de Guatemala. Esto ayudará a captar tanto a los usuarios actuales como a los potenciales, proporcionando contenido relevante y de alta calidad que responda a sus intereses y necesidades específicas.**

## Capítulo VI: Marco teórico

## **Capítulo VI: Marco teórico**

La creación de materiales gráficos y una matriz de contenidos digitales para las plataformas digitales del medio de comunicación Sin Capucha, requiere de una sólida base teórica y conceptual. Es esencial adquirir un conocimiento profundo de las necesidades informativas de la audiencia guatemalteca y comprender las diferentes ramas del periodismo. La implementación de una matriz de contenidos bien estructurada y diseñada no solo servirá para organizar y presentar la información de manera coherente, sino también reforzará el sentido de profesionalismo y confianza en el medio. Las audiencias suelen confiar más en medios que ofrecen contenidos visualmente atractivos, interactivos y en tendencia que demuestran una organización clara y consistente de la información.

### **Conceptos fundamentales relacionados con el producto y servicio**

#### ***Medio de comunicación digital***

Es una plataforma en línea que utiliza internet y tecnologías digitales para producir, distribuir y consumir contenido informativo y de entretenimiento. Pueden incluir sitios web, blogs, redes sociales, podcasts, aplicaciones móviles y otros formatos que permiten una comunicación interactiva y dinámica con la audiencia.

#### ***Entrevista***

Es una técnica de comunicación en la que una persona, llamada entrevistador, hace preguntas a otra persona, llamada entrevistado, con el objetivo de obtener información específica, opiniones o relatos personales. Las entrevistas pueden ser estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas, dependiendo del grado de planificación y libertad en las preguntas y respuestas.

### ***Género periodístico de opinión***

Es una categoría de contenido periodístico en la que el autor expresa su punto de vista, juicios, y valoraciones personales sobre temas de interés público. A diferencia de los géneros informativos, que se centran en la objetividad y la descripción de hechos. Sus principales características son la subjetividad que ofrece el autor, argumentación, persuasión y el estilo personal.

### ***Género periodístico informativo***

Según José Martí Gómez (2010), en su libro *Manual del Periodismo Informativo*, el género informativo es crucial para el periodismo moderno ya que “su función principal es proporcionar información veraz y equilibrada, que permita a la audiencia comprender los hechos tal como ocurrieron, sin influencia de juicios subjetivos” (p. 42). El género periodístico informativo se centra en la presentación objetiva y precisa de hechos y eventos actuales sin incluir opiniones o interpretaciones personales del autor.

### ***Reportaje***

En su libro *El reportaje: Técnica y práctica del periodismo de investigación*, Abraham Santibáñez (2012) describe el reportaje como “un género periodístico que busca profundizar en la realidad, explorando sus múltiples dimensiones a través de una investigación rigurosa y una narrativa envolvente” (p. 33). El reportaje se distingue por su capacidad para ofrecer una visión integral y detallada sobre temas complejos, convirtiendo la información en una historia comprensible y atractiva para el lector.

### ***Noticia***

Una noticia es un relato o informe sobre un hecho actual, interesante o significativo, que se transmite a través de diversos medios de comunicación como periódicos, radio, televisión, o plataformas digitales. La noticia tiene como objetivo principal informar al público sobre eventos recientes y relevantes, proporcionando una visión objetiva y precisa de los mismos.

### ***Columna***

Es un género periodístico de opinión en el que un autor presenta sus puntos de vista, análisis y comentarios sobre temas de interés actual. A menudo, estas piezas están escritas por periodistas, expertos o figuras públicas y se publican regularmente en periódicos, revistas, y medios digitales. Las columnas son conocidas por reflejar la perspectiva personal y el estilo distintivo del autor.

### ***Crónica***

Es un género periodístico y literario que combina la narración de eventos reales con elementos descriptivos y subjetivos del autor. Se caracteriza por su estructura narrativa que sigue un orden cronológico, integrando detalles vívidos y personales que aportan profundidad y contexto a los hechos relatados. El cronista se involucra en la historia, ofreciendo una perspectiva única y una interpretación personal de los eventos, lo cual permite a los lectores no solo conocer los hechos, sino también experimentar las emociones y el ambiente que los rodea (Cruz, 2020; Martínez, 2022).

### ***Infografía***

Representación visual de información, datos o conocimiento, diseñada para presentar información compleja de manera rápida y clara. Se caracteriza por el uso de gráficos, íconos, ilustraciones y texto para simplificar y destacar los puntos clave, facilitando la comprensión y

retención de la información. Las infografías son efectivas para resumir datos estadísticos, explicar procesos, comparar conceptos y comunicar de manera atractiva y accesible en contextos educativos, periodísticos y comerciales (García, 2021; López, 2023).

### ***Blog***

Es una plataforma digital que permite a los usuarios publicar contenidos de manera regular, generalmente en formato de artículos o entradas, sobre diversos temas. Se caracteriza por su estructura cronológica inversa, donde las publicaciones más recientes aparecen primero. Los blogs pueden incluir texto, imágenes, videos y enlaces, y suelen fomentar la interacción a través de comentarios y redes sociales. Los autores de blogs, conocidos como bloggers, pueden abordar desde temas personales hasta profesionales, y utilizan el blog como medio para compartir conocimientos, opiniones y experiencias con una audiencia global (Ramírez, 2020; Torres, 2022).

### ***Storytelling***

En *Storytelling: La guía completa para contar historias* (Hernández & Jiménez, 2021), se define el storytelling como “el arte de construir y narrar relatos que, más allá de informar, buscan conectar emocionalmente con la audiencia, proporcionando un contexto que hace que los datos y conceptos sean más comprensibles y memorables” (p. 58). La narración de historias convierte la información en una experiencia emocional que resuena con el público, facilitando la comprensión y la retención del mensaje.

### ***Redes sociales***

En el libro *Redes sociales y comunicación digital* (García-Ruiz, Jaramillo-Dent, & Guerra-Bustamante, 2018), se define que “las redes sociales son plataformas de comunicación digital que facilitan la interacción y el intercambio de contenidos entre usuarios, permitiendo la

construcción de comunidades virtuales y la participación en redes de intereses comunes” (p. 102). Las redes sociales juegan un papel fundamental en la forma en que las personas se comunican, colaboran y comparten información en la era digital.

### ***Audiencia***

Conjunto de personas que recibe y responde a un mensaje, medio o contenido, ya sea a través de plataformas tradicionales como la televisión y la radio, o digitales como las redes sociales y sitios web. Se caracteriza por su diversidad en términos de demografía, intereses y comportamiento, lo cual influye en cómo se consume y percibe el contenido. Comprender a la audiencia es crucial para diseñar estrategias de comunicación efectivas, ya que permite adaptar los mensajes para maximizar el impacto y la relevancia (Fernández, 2021; Gómez, 2023).

### ***Propiedad intelectual***

Según Peter Drahos (2016) en su libro *Introducción a la Propiedad Intelectual*, la propiedad intelectual es “un conjunto de derechos exclusivos otorgados por la ley a los creadores de obras originales, que abarcan desde invenciones y obras artísticas hasta marcas y modelos industriales, proporcionando a sus titulares control y beneficios sobre el uso de sus creaciones” (p. 21). Este sistema legal fomenta la innovación y la creatividad al garantizar que los inventores y creadores puedan obtener reconocimiento y recompensas por sus esfuerzos.

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

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

**Comunicación.** En su libro *Communication in Everyday Life*, Steve Duck (2014) define la comunicación como “el proceso mediante el cual las personas utilizan mensajes para generar significados dentro y a través de contextos culturales, sociales y relacionales” (p. 23).

comunicación es esencial para la creación de significado compartido y la construcción de relaciones interpersonales.

**Contenido digital.** El Contenido digital se refiere a cualquier tipo de información o medio que se distribuye y consume a través de dispositivos electrónicos y plataformas en línea. Este contenido puede incluir texto, imágenes, videos, audio, infografías, y otros formatos interactivos, y está diseñado para ser accesible en internet o en redes digitales. Las características clave del contenido digital incluyen su accesibilidad, interactividad, capacidad de actualización en tiempo real y su potencial para alcanzar una audiencia global.

### *Conceptos fundamentales relacionados con el diseño*

**Diseño.** Es una disciplina creativa que implica la planificación y creación de objetos, sistemas, o experiencias visuales y funcionales para resolver problemas específicos o satisfacer necesidades humanas. Se caracteriza por la integración de estética, funcionalidad y usabilidad, y abarca diversas áreas como el diseño gráfico, industrial, de interiores, de moda y de interacción. Los diseñadores utilizan principios de composición, color, tipografía y tecnología para desarrollar soluciones innovadoras y efectivas, combinando creatividad y análisis crítico para mejorar la calidad de vida y la interacción del usuario con su entorno (Rodríguez, 2021; Martínez, 2023).

**Diseño gráfico.** Lupton (2015) define el diseño gráfico como “la práctica de crear contenido visual para comunicar mensajes a través de la manipulación de imágenes, tipografía y espacio” (p. 12). El diseño gráfico combina creatividad y técnica para producir soluciones visuales que informan, persuaden y deleitan a la audiencia.

**Fotografía.** Es el arte y la técnica de capturar imágenes mediante la acción de la luz sobre una superficie fotosensible, como película fotográfica o un sensor digital. Se caracteriza

por su capacidad para documentar, narrar historias y expresar emociones a través de composiciones visuales. Los fotógrafos utilizan principios de iluminación, encuadre y perspectiva para crear imágenes que pueden ser artísticas, documentales, comerciales o científicas, reflejando tanto la realidad como interpretaciones subjetivas (Freeman, 2020; Peterson, 2022).

**Ilustración vectorial.** Técnica de diseño gráfico que utiliza gráficos basados en vectores matemáticos, permitiendo la creación de imágenes escalables sin pérdida de calidad. Se caracteriza por su precisión, flexibilidad y capacidad para editar componentes individuales, como líneas y formas, facilitando ajustes detallados y la creación de gráficos nítidos para logotipos, iconos y tipografías. Esta ilustración es fundamental en el diseño digital y la impresión por su capacidad para mantener una alta calidad en cualquier tamaño.

### **Ciencias auxiliares, artes, teorías, tecnologías y tendencias.**

#### ***Ciencias***

**Semiología.** En su libro *Course in General Linguistics*, Ferdinand de Saussure (2011) define la semiología como “una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social” (p. 16). La semiología busca comprender cómo los signos y los sistemas de signos funcionan en diferentes contextos culturales y comunicativos, proporcionando una herramienta esencial para analizar la comunicación humana.

**Semiología de la imagen.** Es el estudio de los signos y símbolos visuales y cómo estos comunican significados en diferentes contextos culturales. Se caracteriza por analizar elementos como colores, formas, composición y su relación con el espectador para descifrar mensajes implícitos y explícitos. Este enfoque permite entender cómo las imágenes construyen y

transmiten valores, ideologías y emociones, y es fundamental en campos como el diseño gráfico, la publicidad y la crítica de arte

**Psicología del color.** En su libro *Color Psychology and Color Therapy*, Faber Birren (2016) define la psicología del color como “el estudio de cómo los colores afectan el comportamiento humano y la respuesta emocional” (p. 45). Birren explica que los colores pueden tener un impacto significativo en nuestras emociones y acciones, influyendo en diversos aspectos de la vida diaria desde el marketing hasta el diseño interior. La psicología del color es utilizada en diversas disciplinas, incluyendo el marketing, el diseño, y la terapia.

**Psicología de la imagen.** Es el estudio de cómo las imágenes afectan la percepción, emociones y comportamiento de las personas. Se caracteriza por explorar cómo elementos visuales como colores, formas y composiciones influyen en los estados psicológicos y procesos cognitivos de los espectadores. Esta disciplina se aplica en áreas como la publicidad, el cine y el diseño, ayudando a crear imágenes que pueden evocar respuestas emocionales específicas y modelar actitudes y decisiones.

**Estadística.** Newbold, Carlson, y Thorne (2020) definen la estadística como “el estudio de cómo se recolectan, organizan, analizan e interpretan datos numéricos para tomar decisiones informadas” (p. 5). La estadística proporciona herramientas esenciales para la investigación científica y la toma de decisiones en diversos campos como la economía, la biología y la ingeniería. Utiliza métodos matemáticos para inferir propiedades de una población basándose en una muestra, permitiendo la toma de decisiones informadas en presencia de incertidumbre.

**Antropología.** Es el estudio integral de los seres humanos, sus culturas, comportamientos y evolución a lo largo del tiempo. Se caracteriza por su enfoque holístico, abarcando aspectos biológicos, arqueológicos, lingüísticos y socioculturales para comprender la diversidad humana.

Los antropólogos utilizan métodos cualitativos y cuantitativos, como el trabajo de campo etnográfico y el análisis comparativo, para investigar cómo las sociedades se organizan, adaptan y cambian.

**Sociología.** En su libro *Sociology*, John J. Macionis (2019) define la sociología como “el estudio sistemático de la sociedad y el comportamiento social humano” (p. 4). Macionis subraya que la sociología se enfoca en entender cómo las estructuras sociales, las instituciones y las relaciones interpersonales influyen en la vida de las personas y en el funcionamiento de la sociedad en su conjunto. Esta disciplina analiza cómo las estructuras sociales, las culturas y las interacciones personales afectan y son afectadas por los individuos y los grupos dentro de una comunidad.

**Marketing digital.** Es el uso de estrategias y herramientas digitales para promocionar productos, servicios o marcas a través de internet. Se caracteriza por su capacidad para segmentar audiencias, medir resultados en tiempo real y utilizar múltiples canales como redes sociales, motores de búsqueda, correo electrónico y sitios web. Este enfoque permite personalizar mensajes, optimizar campañas con datos analíticos y alcanzar a un público global de manera efectiva.

### *Artes*

**Artes digitales.** Son una forma de expresión artística que utiliza tecnologías digitales para crear obras, integrando herramientas como software de diseño, gráficos en 3D, realidad virtual y multimedia interactiva. Se caracterizan por su capacidad de manipulación y experimentación, permitiendo a los artistas explorar nuevas dimensiones creativas y presentar su trabajo en plataformas digitales. Las artes digitales abarcan una amplia gama de disciplinas, incluyendo animación, arte generativo y diseño interactivo.

**Dibujo.** Es una forma de expresión artística que consiste en la representación visual de objetos, ideas o escenas mediante líneas y trazos en una superficie, generalmente papel. Se caracteriza por su capacidad para capturar detalles, formas y proporciones, utilizando técnicas como el sombreado, la perspectiva y el contorno. El dibujo puede ser tanto un medio preliminar para otras artes, como la pintura y la escultura, como una forma de arte en sí misma, permitiendo la exploración creativa y la comunicación visual (Edwards, 2012; Gombrich, 1989).

### *Teorías*

**Teoría del color.** Conjunto de principios y guías que explican cómo los colores interactúan y cómo pueden ser combinados para crear efectos visuales armoniosos. Se caracteriza por conceptos fundamentales como el círculo cromático, la relación entre colores primarios, secundarios y terciarios, y los esquemas de color complementarios, análogos y triádicos. Esta teoría es esencial en el arte, el diseño y la comunicación visual, ayudando a los creadores a elegir combinaciones de colores que evoquen emociones y atraigan la atención

**Teoría de Gestal.** Es un enfoque psicológico que estudia cómo las personas perciben y organizan visualmente los elementos en un todo coherente. Se caracteriza por principios como la figura-fondo, la proximidad, la similitud, la continuidad y el cierre, que explican cómo agrupamos y interpretamos patrones y formas. Esta teoría es fundamental en el diseño gráfico, la arquitectura y la percepción visual, ya que ayuda a entender cómo se estructuran las experiencias visuales para crear sentido y orden.

**Teoría del recorrido visual.** La teoría del recorrido visual explica cómo los ojos y la mente de las personas siguen un camino específico al observar una composición visual. Se caracteriza por la identificación de puntos focales y líneas de dirección que guían la atención del espectador a través de la imagen, utilizando elementos como la jerarquía visual, el contraste y la

alineación. Esta teoría es esencial en el diseño gráfico, la publicidad y la comunicación visual, ya que ayuda a crear diseños que capturen y mantengan la atención del espectador de manera efectiva.

**Teoría de la forma y composición.** Es un conjunto de principios que guían la organización y disposición de elementos visuales en una obra para lograr armonía, equilibrio y cohesión. Se caracteriza por el uso de técnicas como la simetría, la asimetría, el contraste, la repetición y la proporción, que ayudan a estructurar el espacio y dirigir la atención del espectador. Esta teoría es fundamental en el arte, el diseño y la arquitectura, permitiendo crear composiciones visualmente atractivas y funcionales.

### *Tecnologías*

**Adobe After Effects.** Software de composición y animación de gráficos en movimiento, usado en la posproducción de vídeo y cine. Se caracteriza por sus herramientas avanzadas para crear efectos visuales, animaciones 2D y 3D, y manipulación de vídeo mediante capas y fotogramas clave. Su integración con otros productos de Adobe permite un flujo de trabajo eficiente, facilitando la combinación de elementos visuales y la aplicación de efectos complejos.

**Adobe Photoshop.** Software de edición y retoque de imágenes rasterizadas, ampliamente utilizado en fotografía, diseño gráfico y producción digital. Se caracteriza por sus potentes herramientas para manipular imágenes, como capas, filtros, máscaras y pinceles, permitiendo ajustes detallados y la creación de efectos visuales complejos. También ofrece capacidades avanzadas de edición de texto y gráficos 3D, integrándose con otros productos de Adobe para un flujo de trabajo cohesivo.

**Adobe Illustrator.** Software de diseño gráfico basado en vectores, utilizado para crear ilustraciones, logotipos, iconos, tipografías y gráficos complejos. Se caracteriza por su precisión

y escalabilidad, permitiendo a los diseñadores producir gráficos que pueden redimensionarse sin pérdida de calidad. Ofrece herramientas avanzadas de dibujo, manejo de colores, efectos y tipografía, integrándose con otros productos de Adobe para un flujo de trabajo eficiente.

### *Tendencias*

**Tipografía expresiva.** Es el uso creativo y artístico de las fuentes tipográficas para transmitir emociones, conceptos y mensajes más allá del contenido textual. Se caracteriza por manipular el tamaño, la forma, el color y la disposición de las letras para crear composiciones visuales impactantes que complementan y potencian el significado del texto. Esta técnica es esencial en el diseño gráfico, la publicidad y el arte visual, ya que permite a los diseñadores comunicar de manera más efectiva y persuasiva.

**Collage.** Técnica artística que consiste en ensamblar diversas imágenes, materiales y texturas en una sola composición, creando una nueva obra visual. Se caracteriza por su enfoque experimental y versátil, utilizando elementos como recortes de papel, fotografías, tela y objetos tridimensionales. Esta técnica permite explorar la superposición, el contraste y la yuxtaposición de diferentes medios, ofreciendo infinitas posibilidades creativas y expresivas en el arte contemporáneo.

**Formas geométricas.** Es el uso predominante de figuras básicas como círculos, cuadrados, triángulos y líneas para crear composiciones visuales modernas y minimalistas. Se caracteriza por su claridad, simplicidad y precisión, que aportan una estética limpia y ordenada. Esta tendencia es popular en logotipos, infografías y diseño web, ya que facilita la comunicación efectiva y la creación de identidades visuales coherentes y memorables.

**Realismo.** El realismo en el diseño es un enfoque que busca representar objetos y escenas con gran fidelidad y detalle, emulando la apariencia de la vida real. Se caracteriza por el

uso de texturas, sombras, luces y perspectivas precisas para crear imágenes que parecen tangibles y auténticas. Este estilo es común en ilustraciones, gráficos de videojuegos y renderizados en 3D, ya que ofrece una experiencia visual inmersiva y creíble.

**Retrofuturismo.** Es un estilo que combina elementos visuales del pasado con conceptos futuristas, evocando una visión nostálgica del futuro tal como se imaginaba en épocas anteriores. Se caracteriza por el uso de formas geométricas, colores vibrantes, tipografías vintage y motivos inspirados en la ciencia ficción de mediados del siglo XX. Este estilo es popular en el diseño gráfico, la moda y la arquitectura, creando una estética que fusiona lo antiguo con lo moderno de manera innovadora y evocadora.

### *Tablero de tendencias*



Figura 5. Realizada por Lourdes Mariana Ordoñez Cruz. Tablero de tendencias que desglosa las tendencias de figuras geométricas, retrofuturismo, tipografía expresiva, realismo y collage.

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

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

### **Aplicación y razonamiento de la información obtenida en el marco teórico**

Con el fin de realizar a cabo el proyecto de graduación y alcanzar los objetivos propuestos en el capítulo III de manera correcta, se emplearán los conocimientos y conceptos adquiridos en ciencias, teorías, artes y tendencias. Los elementos se aplicarán estratégicamente para desarrollar materiales gráficos digitales para el medio de comunicación Sin Capucha, asegurando una propuesta fundamentada y acorde a los estándares actuales.

A continuación, se describe la aplicación de la investigación desarrollada:

#### ***Comunicación***

La transmisión de mensajes, conceptos, ideas, emociones y datos entre individuos o grupos mediante el uso de signos, símbolos y comportamientos se conoce como comunicación. Este proceso puede ser verbal o no verbal y es esencial para comunicar claramente a su grupo objetivo los proyectos y actividades de Sin Capucha.

#### ***Storytelling***

El storytelling permite crear narrativas que captan la atención de la audiencia y transmiten de manera impactante los valores y objetivos. Los mensajes del material gráfico digital de Sin Capucha serán más memorables y persuasivos con la audiencia a través de historias visuales estructuradas que logran una mayor resonancia emocional.

#### ***Contenido digital***

El contenido que se distribuye y consume a través de dispositivos electrónicos y plataformas en línea se denomina contenido digital. Texto, imágenes, videos, audio, infografías y otros formatos interactivos se pueden incluir. Este será el principal medio por el cual Sin Capucha difundirá información sobre sus proyectos y actividades a través de sus plataformas de

Instagram y Facebook. El contenido debe ser dinámico, fácil de acceder y relevante para la audiencia al diseñarse para las plataformas digitales, lo que aumenta la participación.

### ***Diseño gráfico***

Es la disciplina y el proceso de crear contenido visual para comunicar mensajes específicos a través del uso de imágenes, tipografía, colores y estructuras. Es fundamental para que la comunicación visual del medio de comunicación digital destaque en las redes sociales gracias a la aplicación de principios de diseño, se estructura el contenido de forma clara y estética, asegurando que cada elemento visual contribuya a la comprensión y retención del mensaje.

### ***Ilustración vectorial***

Se utiliza para crear gráficos precisos y escalables que mantienen su calidad independientemente del tamaño. Esto es particularmente crucial en las redes sociales, donde el contenido debe ajustarse a distintos tipos de dispositivos y formatos sin perder la claridad ni el impacto visual.

### ***Semiología***

La semiología estudia cómo se producen e interpretan los signos y símbolos, siendo esencial para crear contenido gráfico que comunique eficazmente con la audiencia de Sin Capucha. La aplicación de la semiología contribuye a crear mensajes visuales que puedan resonar con los valores y la cultura de la audiencia guatemalteca.

### ***Psicología del color***

La psicología del color estudia cómo los colores afectan las emociones y el comportamiento de los humanos. Estos principios ayudan a que la selección de las paletas de

colores no solo sea visualmente atractiva, sino que también refuerzan el mensaje emocional que Sin Capucha quiere transmitir, enriqueciendo la percepción del contenido.

### ***Psicología de la imagen***

Se caracteriza por explorar cómo elementos visuales como colores, formas y composiciones influyen en los estados psicológicos y procesos cognitivos de los espectadores, ayudando a comprender la forma en que las personas perciben y reaccionan a estos elementos visuales. Este conocimiento es esencial para crear gráficos que produzcan las respuestas cognitivas y emocionales deseadas, lo que facilitará una conexión más fuerte entre Sin Capucha y su audiencia.

### ***Marketing digital***

El marketing digital es el uso de estrategias y herramientas digitales para promocionar productos, servicios o marcas a través de internet. Se caracteriza por su capacidad para segmentar audiencias, medir resultados en tiempo real y utilizar diversos canales como redes sociales, motores de búsqueda, correo electrónico y sitios web. Esto permite personalizar los mensajes, optimizar campañas con datos analíticos y alcanzar al público objetivo de manera efectiva. Al combinar estrategias de diseño gráfico con técnicas de marketing digital, se maximiza el alcance y la influencia del medio, garantizando que el material gráfico interactivo de Sin Capucha cumpla sus objetivos de manera efectiva en las redes sociales.

### ***Artes digitales***

Las artes digitales son una forma de expresión artística que utiliza tecnologías digitales para crear visuales atractivos integrando herramientas como software de diseño, gráficos en 3D, realidad virtual y multimedia interactiva. Estos abarcan una amplia gama de disciplinas, incluyendo animación, arte generativo y diseño interactivo permitiendo la creación de contenido

gráfico innovador y creativo, produciendo imágenes que sean tanto estéticamente agradables como funcionales. Los artes digitales son cruciales para crear contenido interactivo que llame la atención y sea distintivo en las redes sociales de Sin Capucha.

### ***Teoría del color***

La teoría del color se caracteriza por conceptos fundamentales como el círculo cromático, la relación entre colores primarios, secundarios, terciarios y los esquemas de color complementarios, análogos y triádicos. Este conjunto de principios y guías explican cómo los colores interactúan y cómo pueden ser combinados para crear efectos visuales armoniosos. En el diseño de materiales gráficos para Sin Capucha esta teoría ayuda a elegir y combinar colores para asegurarse de que los colores elegidos no solo armonicen entre sí, sino que también refuercen el mensaje y la identidad visual de Sin Capucha.

### ***Teoría del recorrido visual***

Esta teoría se centra en cómo el ojo humano explora y procesa las imágenes, lo que es esencial para diseñar gráficos que guíen de manera lógica y efectiva al espectador a través de la información. A través del uso de esta teoría, se garantiza que los elementos visuales se organicen de una manera que maximice la comprensión y el impacto del mensaje transmitido por el medio de comunicación digital.

### ***Collage***

El uso de collage en el diseño gráfico permite combinar múltiples elementos visuales en una sola composición, creando un estilo único y llamativo que puede captar la atención de la audiencia. Esta técnica es útil para Sin Capucha al comunicar la diversidad de sus proyectos de manera creativa y dinámica.

### ***Formas geométricas***

Las formas geométricas aportan estructura y claridad al diseño gráfico, ayudando a organizar la información de manera que sea fácil de entender y atractiva. En el material gráfico digital de Sin Capucha, el uso de estas formas puede simplificar la presentación de datos complejos, haciéndolos más accesibles para la audiencia.

### ***Retrofuturismo***

El retrofuturismo mezcla elementos del pasado con visiones del futuro, creando una estética nostálgica pero innovadora. Aplicar esta tendencia en el diseño de material gráfico para Sin Capucha puede atraer a una audiencia que valora tanto la historia como la innovación, diferenciando al medio de otros competidores.

## Tablero de aplicación de información definida en el marco teórico



Figura 6. Tablero de aplicación creado por Lourdes Mariana Ordoñez Cruz.

### Conceptualización

La conceptualización será la base sobre la cual se construirán todos los componentes que formarán el diseño y creación de los materiales gráficos digitales de Sin Capucha. La identidad

visual distintiva del medio en sus plataformas digitales se definirá por este proceso de creación e inspiración. Cada componente, desde los colores hasta las formas y líneas, se trabajará minuciosamente para transmitir la esencia de transparencia, integridad y compromiso de Sin Capucha, lo que resultará en una representación visual cohesiva y destacada de su trabajo informativo en Guatemala.

### ***Método***

Los Seis sombreros para pensar es una técnica de resolución de problemas que demanda una alta creatividad y la aplicación de lógica creativa para alcanzar soluciones ideales. Edward De Bono, un psicólogo maltés y académico de la Universidad de Oxford, ideó esta metodología creativa para mejorar la evaluación y solución de problemas desde diversos puntos de vista. Esta estrategia permite la generación de una gama más extensa de soluciones al problema tratado. Los seis sombreros simbolizan distintas maneras de pensar y perspectivas que se deben considerar como direcciones de pensamiento distintas. Estos enfoques aportan varios beneficios, como fomentar el pensamiento paralelo, ampliar la reflexión y desligar el ego del rendimiento.

El método se implementa de la siguiente manera:

- Cada participante adopta un "sombrero" imaginario que simboliza una perspectiva particular.
- Se analiza y discute un tema o problema desde la perspectiva de dicho sombrero.
- Se cambia a otro sombrero, modificando el enfoque del pensamiento.
- Este procedimiento se repite con cada sombrero, examinando el tema desde varios puntos de vista.
- Se recopilan y registran las ideas generadas bajo cada sombrero.

- Se evalúan las ideas y se toman decisiones basadas en la combinación de perspectivas.
- Se promueve la colaboración y se busca un consenso para llegar a una solución o conclusión final.

Los roles de los seis sombreros para pensar son los siguientes:

- Sombrero blanco: se centra en hechos y datos objetivos.
- Sombrero rojo: pone énfasis en las emociones y la intuición.
- Sombrero negro: se enfoca en la crítica y el pensamiento negativo.
- Sombrero amarillo: propone un enfoque positivo y constructivo.
- Sombrero verde: promueve la creatividad y la generación de ideas novedosas.
- Sombrero azul: gestiona la organización y dirección del proceso de pensamiento grupal.

## Aplicación del método.

# 6 sombreros para pensar



### Sombrero blanco

- A. Sin Capucha es un medio de comunicación digital que se ha destacado por ser libre de filtros y censuras, asegurando la veracidad de los hechos que informan.
- B. Sin materiales gráficos digitales atractivos el medio de comunicación puede perder la oportunidad de conectar y generar un mayor nivel de interacción con la audiencia.
- C. Su grupo objetivo comprende personas de entre 18 a 35 años de edad, interesadas en temas de actualidad, arte, cultura y eventos locales.



### Sombrero rojo

- A. Los materiales gráficos digitales profesionales y siguiendo los lineamientos y disciplinas de un experto en el área de la comunicación y el diseño aumentará la credibilidad e impacto de las redes sociales del medio de comunicación.
- B. La falta de materiales gráficos atractivos puede estar afectando la percepción, confianza y la conexión emocional del público con el contenido.
- C. La implementación de un diseño gráfico mejorado para los materiales digitales de Sin Capucha podría revitalizar la presencia de marca y captar la atención de una audiencia más amplia en sus plataformas digitales.



### Sombrero negro

- A. Sin los materiales gráficos atractivos, funcionales y acorde a las expectativas el medio de comunicación puede perder la oportunidad de proyectarse como un medio de comunicación profesional, veraz y de calidad.
- B. Falta de presencia en las diferentes plataformas digitales, limitando el alcance para atraer más audiencia.
- C. Enfrentarse al desafío de no posicionarse entre la competencia por falta de profesionalismo y calidad los materiales gráficos digitales que comparten.



### Sombrero verde

Los materiales gráficos atractivos y profesionales puede ser la oportunidad para destacar al medio de comunicación digital en las redes sociales, destacando aspectos únicos de Sin Capucha como su enfoque en promover la libertad de expresión e informar a la población guatemalteca con información veraz.

**Colores:** Amarillo, Negro, Blanco, Azul, Gris. **Colores que transmiten profesionalismo, confianza, neutralidad, estabilidad y autoridad.**

**Formas y figuras:** Líneas, círculos, formas abstractas, Pluma de escritura antigua, Máquina de escribir, Cámara profesional, Letras, Periódicos, Toque humano con fotografías de personas  
**Palabras clave, Libertad de expresión, Credibilidad, Innovación, Profesionalismo, Confianza, Dinamismo, Neutralidad, Transparencia,**



### Sombrero amarillo

- A. La creación de los materiales gráficos digitales atractivos puede aumentar significativamente la visibilidad y el reconocimiento de la marca en redes sociales.
- B. Un contenido visualmente atractivo y bien diseñado podría incrementar la interacción de los seguidores y atraer a nuevos usuarios.
- C. Desarrollar un estilo gráfico coherente y distintivo para comunicar los proyectos y actividades del medio de comunicación digital, contribuirá a que Sin Capucha sea percibido como un medio confiable y profesional.



### Sombrero azul

Se concluye con lo analizado que el medio de comunicación digital Sin Capucha necesita el diseño de los materiales gráficos digitales para darse a conocer e informar a su audiencia acerca de quiénes son, qué hacen, cuáles son sus pilares y el porqué deben escogerlos para ser su medio de comunicación de confianza por por medio de sus plataformas digitales de Instagram y Facebook. Estos materiales gráficos deben ser atractivos para conectar con su audiencia y además que se posicionen entre la competencia.

**Conceptos preliminares:**  
Conoce a Sin Capucha  
Conversaciones Sin Capucha  
Sin Capucha se compromete con la verdad  
Conéctate con Sin Capucha  
El Poder de la Información  
Sin Capucha: Tu Escudo Informativo  
Tu Voz, Nuestro Compromiso  
Desenmascarando la Información  
Transparencia en Cada Palabra

El concepto a utilizar para el desarrollo del material gráfico digital interactivo será: **"La Verdad Sin Capucha".**

### ***Definición del concepto***

Luego de aplicar la técnica de “Los seis sombreros para pensar” de Edward De Bono, se han creado las siguientes frases conductuales que se utilizarán como conceptos e hilos conductores para el diseño de los materiales gráficos digitales de Sin Capucha. Estas frases servirán como fuente de inspiración para transmitir la transparencia, veracidad e integridad del medio.

A continuación, se presentan las frases desarrolladas:

- Conoce a Sin Capucha
- Conversaciones Sin Capucha
- Sin Capucha se compromete con la verdad
- Conéctate con Sin Capucha
- Desenmascarando la información
- La Verdad Sin Capucha

La frase “La Verdad Sin Capucha” fue la seleccionada como fuente de inspiración y el slogan principal para el desarrollo y concepto de los materiales gráficos digitales para dar a conocer sobre los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital. Se eligió debido a que es una frase clara y directa que resalta de forma inmediata el compromiso del medio con la transparencia y la verdad de la información. Este concepto busca crear una conexión emocional y la necesidad de recibir información clara y confiable del público objetivo.

### **Bocetaje**

Con base en la frase “La Verdad Sin Capucha” se inicia el proceso de la creación de los materiales gráficos digitales a través del proceso de bocetaje, que abarca varias etapas: se

comienza con la tabla de requisitos, seguida del bocetaje de diagramación o bocetaje inicial.

Después, se avanza hacia el bocetaje formal y se digitaliza la propuesta.

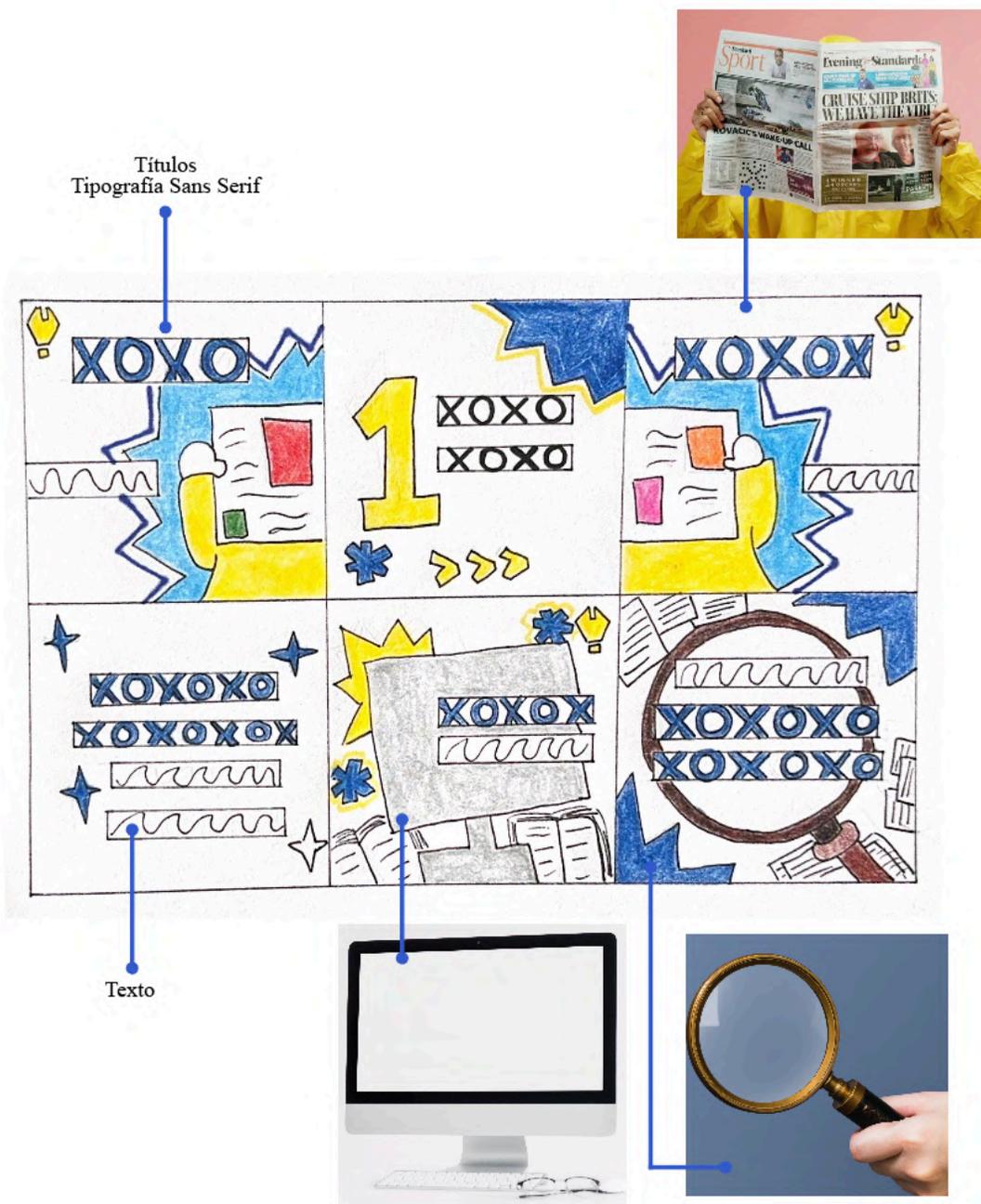
### **Tabla de requisitos**

<b>ELEMENTO GRÁFICO</b>	<b>PROPÓSITO</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>EMOCIÓN</b>
<b>Color</b>	Transmitir los valores de transparencia y verdad que el medio de comunicación promueve por medio de colores que lo representen creando dinamismo en la paleta de color.	Adobe Color y Adobe Photoshop ya que ofrecen opciones de análisis de colores adecuados para el proyecto.	Profesionalismo Confianza Neutralidad
<b>Tipografía</b>	Reflejar la identidad del medio y facilitar la lectura, asegurando que el mensaje sea claro y accesible.	Adobe Fonts, para seleccionar entre su amplia colección de familias tipográficas las que se usarán para el proyecto. Aplicar el uso de tipografías legibles, modernas y limpias que den un aire de actualidad y seriedad.	Cercanía Integridad Autoridad
<b>Diagramación</b>	Organizar la información de manera lógica y atractiva, facilitando la comprensión y navegación del contenido.	Crear una jerarquía visual clara, permitiendo que los ojos del usuario sigan una estructura natural al leer y explorando el contenido utilizando la herramienta de Adobe Photoshop para implementar guías.	Limpio Orden Organización
<b>Elementos gráficos</b>	Refuerzar la identidad visual y facilitar la comunicación de ideas complejas de manera sencilla y atractiva.	Incorporación de iconos, ilustraciones y gráficos vectoriales minimalistas que representen los valores y pilares de Sin Capucha utilizando como Adobe Illustrator y Adobe Photoshop.	Armonía Conexión Empoderamiento
<b>Imágenes y fotografías</b>	Generar una conexión emocional con la audiencia y dar autenticidad al contenido.	Selección de imágenes y fotografías de alta calidad de stock que representen personas reales, situaciones cotidianas, y temas relevantes. Se utilizará la herramienta de Adobe Stock y Pexels.	Empatía Humanidad Creatividad

Figura 7. Tabla de requisitos elaborada por Lourdes Mariana Ordoñez Cruz.

## Bocetaje

Propuesta A: Desarrollo de 4 posts simples y 2 carruseles de la matriz de contenido.



Bocetaje de propuesta A realizado por estudiante Lourdes Mariana Ordoñez Cruz.

## Identificación de elementos

### 1. Post 01

- Fondo gris simulando papel periódico, formas geométricas para dar movimiento y color al post.
- Collage con varias notas de papel periódico para unificar la línea gráfica, imágenes de manos sosteniendo un portavoz. Imagen principal del collage es una mano sosteniendo una lupa.
- Mensaje: Cada historia tiene dos lados: nosotros te contamos ambos.

### 2. Carrusel 02

- Fondo gris simulando papel periódico y como complemento del collage: formas geométricas, imágenes de libros, pizarra, computadora.
- Díptico de fotografía/collage con máquina de escribir, libros y la lista del proceso de verificación de información.
- Mensaje: ¿Cómo verificamos la información? 3 procesos claves: 1. Fuente verificada, 2. Análisis de datos. 3. Contraste y confirmación.

### 3. Post 03

- Fotografía de periodista.
- Figuras geométricas e isotipo para seguir unificando la línea gráfica
- Mensaje: Nuestro compromiso contigo: Verdad, Transparencia y Responsabilidad.

### 4. Post 04

- Fondo gris simulando papel periódico, formas geométricas para dar movimiento y color al post.

- Persona leyendo el periódico con elementos adicionales en formato Collage, se incluye isotipo como sello de agua.

- Mensaje :1: En mundo lleno de desinformación te traemos la verdad, sin filtros y sin mentiras.

#### 5. Carrusel 05

- Fondo gris simulando papel periódico y como complemento del collage: formas geométricas, imágenes representando cada pilar del medio de comunicación digital.

- Tríptico de fotografía/collage con elementos para reforzar el mensaje.

- Mensaje: Nuestros pilares de la verdad: Objetividad, Transparencia y Compromiso.

#### 6. Post 06

- Fondo gris simulando papel periódico, formas geométricas para dar movimiento y color al post.

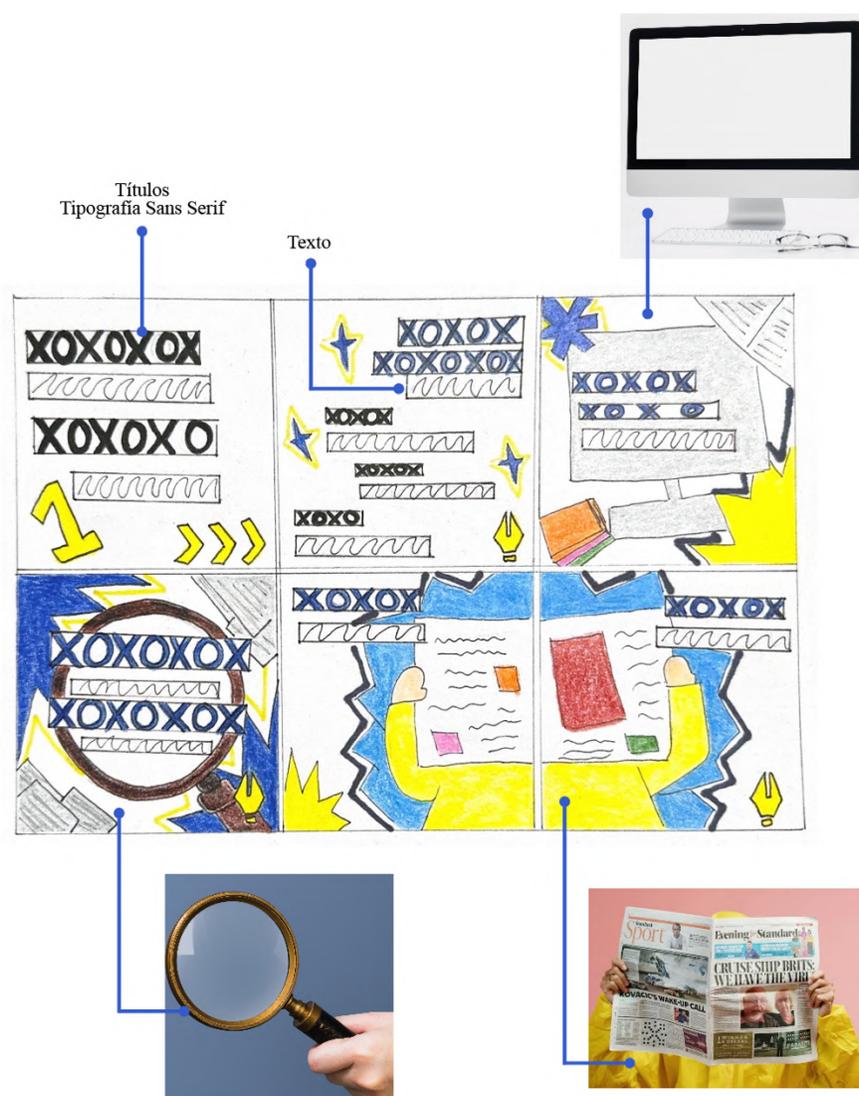
- Persona leyendo el periódico con elementos adicionales en formato Collage, se incluye isotipo como sello de agua.

- Mensaje: ¿Qué significa la verdad Sin Capucha?

**Descripción.** Para esta propuesta utilizamos posts individuales y carruseles, el texto toma un rol protagónico en la portada de los carruseles, transmitiendo de forma directa y contundente el mensaje principal antes de que el usuario deslice hacia las siguientes imágenes. El uso de más texto en portadas aporta varios beneficios clave: permite que la audiencia identifique de

inmediato el tema del contenido, aumentando la claridad y el impacto del mensaje desde el primer vistazo. Esta estrategia también hace que cada publicación comunique con mayor profundidad y compromiso los valores centrales del medio, como la veracidad y la transparencia en la información.

**Propuesta B: Desarrollo 2 posts simples, 2 posts complementarios, 2 carruseles de la matriz de contenido.**



Bocetaje natural de propuesta B realizado por estudiante Lourdes Mariana Ordoñez Cruz.

## Identificación de elementos

### 1. Posts complementarios 01-02

- Fondo gris simulando papel periódico, formas geométricas para dar movimiento y color al post.
- Díptico de fotografía de persona leyendo el periódico se incluye isotipo como sello de agua en el primer post.
- Mensaje post 1: En mundo lleno de desinformación te traemos la verdad, sin filtros y sin mentiras.
- Mensaje post 2: ¿Qué significa la verdad Sin Capucha?

### 2. Post 03

- Fondo gris simulando papel periódico, formas geométricas para dar movimiento y color al post.
- Collage con varias notas de papel periódico para unificar la línea gráfica, imágenes de manos sosteniendo un portavoz. Imagen principal del collage es una mano sosteniendo una lupa.
- Mensaje: Cada historia tiene dos lados: nosotros te contamos ambos.

### 3. Carrusel 04

- Fondo gris simulando papel periódico y como complemento del collage: formas geométricas, imágenes de libros, pizarra, computadora.
- Díptico de fotografía/collage con máquina de escribir, libros y la lista del proceso de verificación de información.

- Mensaje: ¿Cómo verificamos la información? 3 procesos claves: 1. Fuente verificada, 2. Análisis de datos. 3. Contraste y confirmación.

#### 4. Post 05

- Fotografía de periodista.
- Figuras geométricas e isotipo para seguir unificando la línea gráfica
- Mensaje: Nuestro compromiso contigo: Verdad, Transparencia y Responsabilidad.

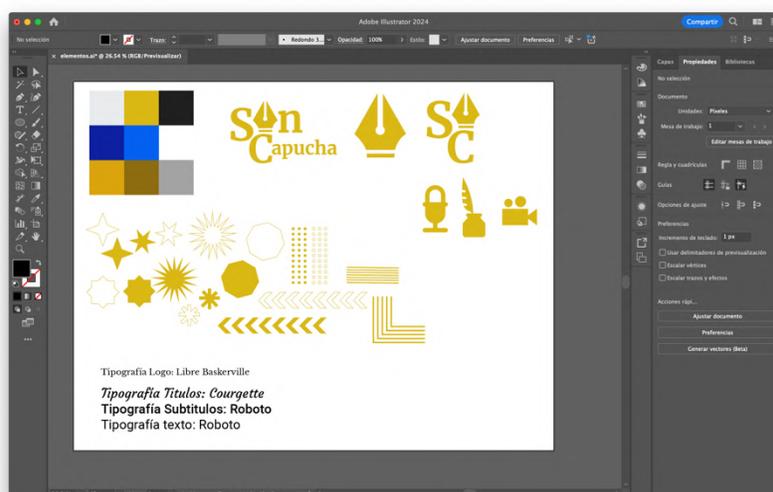
#### 5. Carrusel 06

- Fondo gris simulando papel periódico y como complemento del collage: formas geométricas, imágenes representando cada pilar del medio de comunicación digital.
- Tríptico de fotografía/collage con elementos para reforzar el mensaje.
- Mensaje: Nuestros pilares de la verdad: Objetividad, Transparencia y Compromiso.

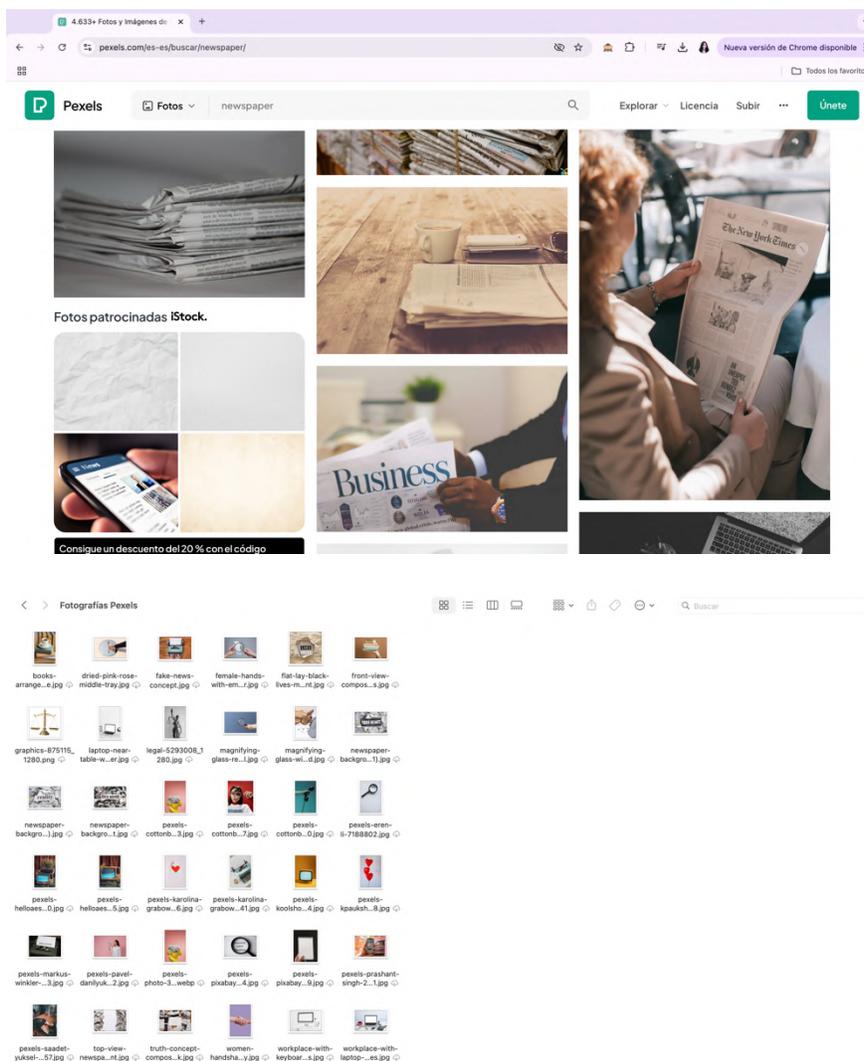
**Descripción.** Para optimizar la presentación visual, transmitir con fuerza los valores del medio y reflejar el concepto elegido: "La verdad Sin Capucha" se propone estandarizar la estética de los posts mediante dípticos y carruseles de frases e imágenes. Este diseño no solo asegura cohesión visual en el feed, sino que permite establecer una línea gráfica con elementos visualmente atractivos en una composición de collage con imágenes, figuras geométricas en tendencia y textos con frases claves que subrayan la esencia de Sin Capucha, invitando a la audiencia a querer interactuar y conocer al medio de comunicación. Se resaltan los temas de los valores de Sin Capucha, el compromiso del medio, los procesos de verificación y los pilares de la verdad.

## *Proceso de digitalización de los bocetos*

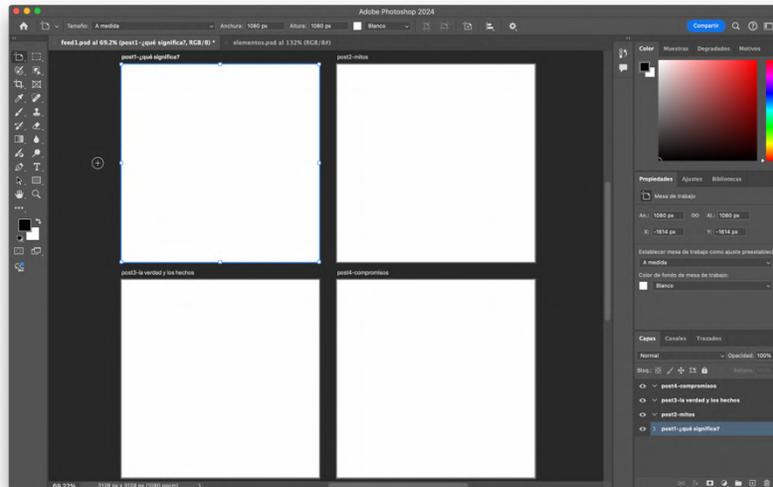
**Paso 1: Adobe Illustrator.** Abrir Adobe Illustrator para crear figuras geométricas en tendencia para enriquecer la propuesta además de la selección de tipografías y colores para enlazar la línea gráfica de la matriz de contenidos. Adicional se diseñan iconos para las historias destacadas en el perfil de Instagram que también servirán para enriquecer la propuesta.



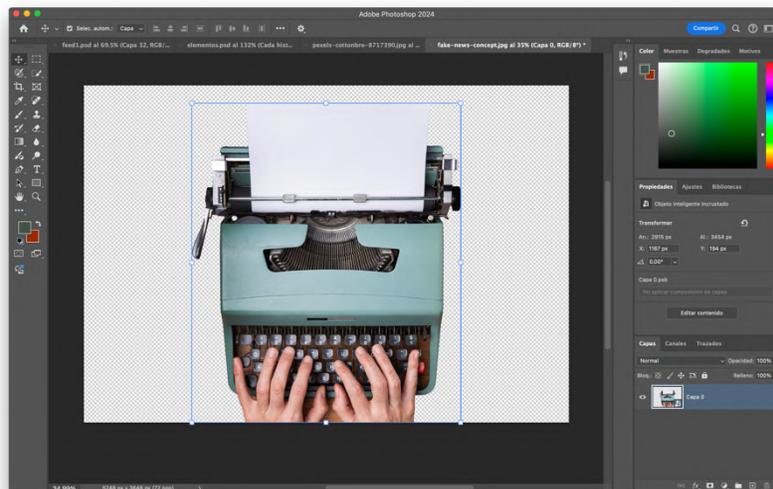
**Paso 2: Pexels.** Se inicia la estandarización de los recursos fotográficos encontrados en [www.pexels.com](http://www.pexels.com) el cual es un banco de fotos gratuito libre de regalías, se buscan fotografías que estén alineadas a la línea gráfica y concepto elegido para la propuesta gráfica.



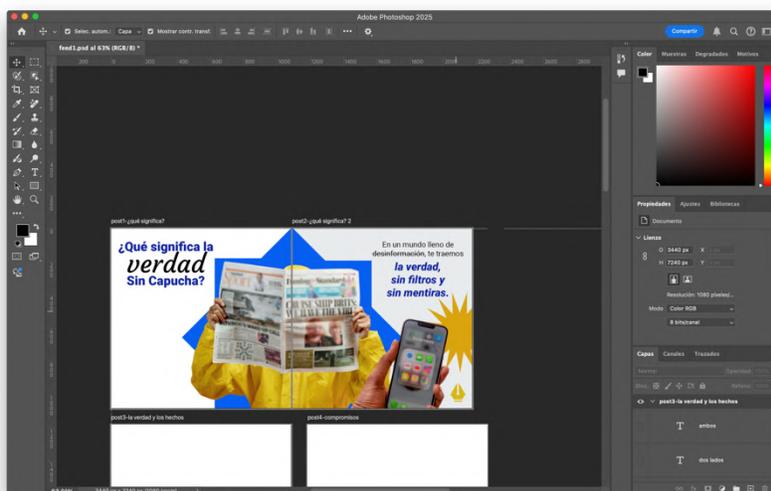
**Paso 3: Adobe Photoshop.** Abrir Adobe Photoshop para la diagramación de los posts en tamaño 1080x1080px y el orden del contenido propuesto.



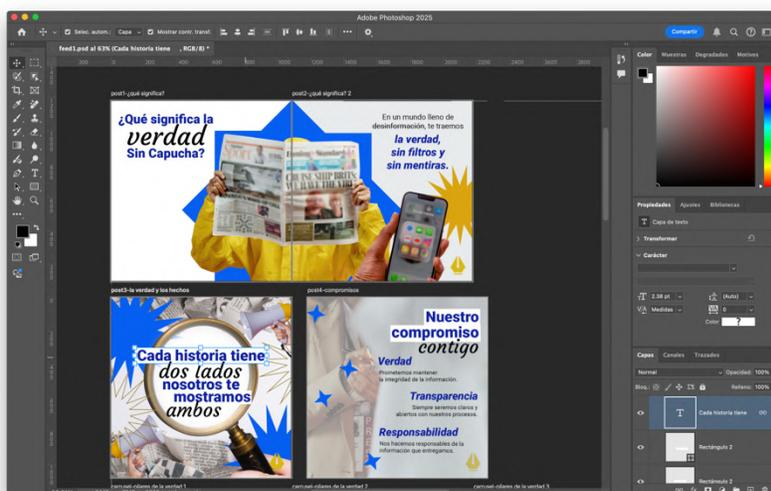
**Paso 4: Recorte y edición de fotografías seleccionadas.** Se realiza el recorte y edición de fotografías a utilizar para la propuesta gráfica.



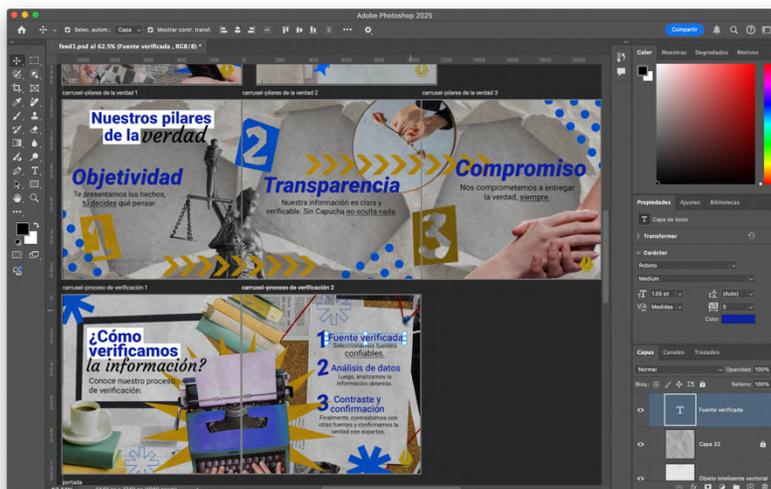
**Paso 5: Textos y elementos.** Se realizan los textos y se agregan los elementos gráficos elegidos en el primer díptico. Se agrega isotipo de Sin Capucha como marca de agua en algunos posts.



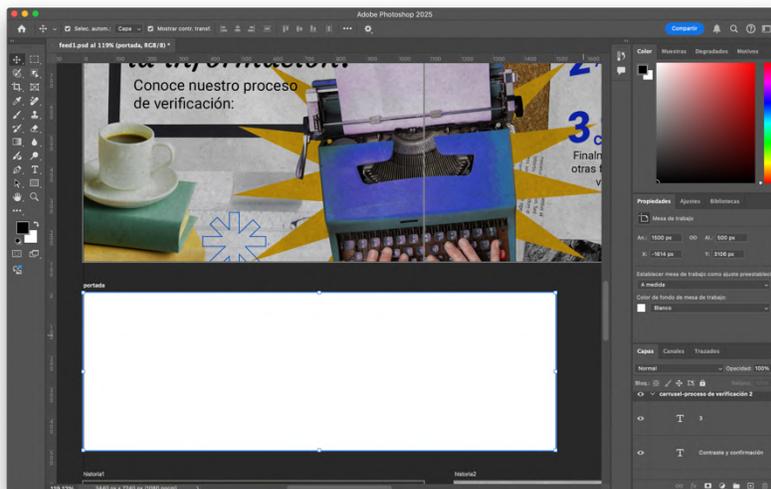
**Paso 6: Diagramación de elementos.** Se organizan los recortes de las fotografías, textos y figuras gráficas de forma estética para llamar la atención.



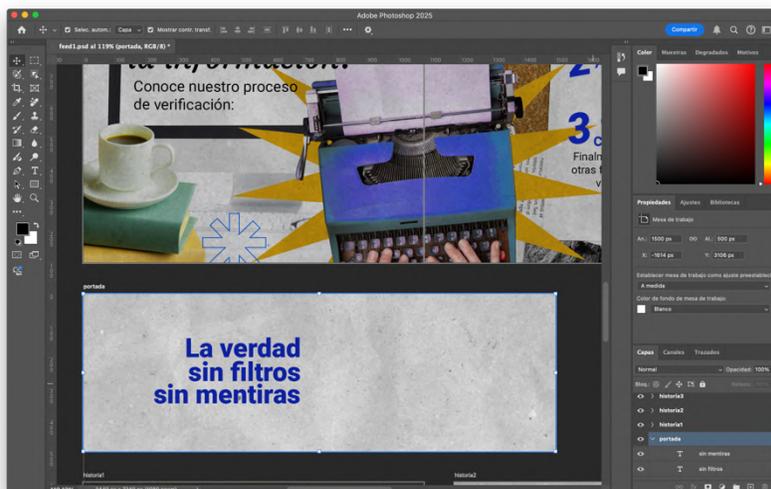
**Paso 7: Diagramación de carruseles.** Se alinearon todos los elementos de los carruseles: textos, fotografías y figuras geométricas.



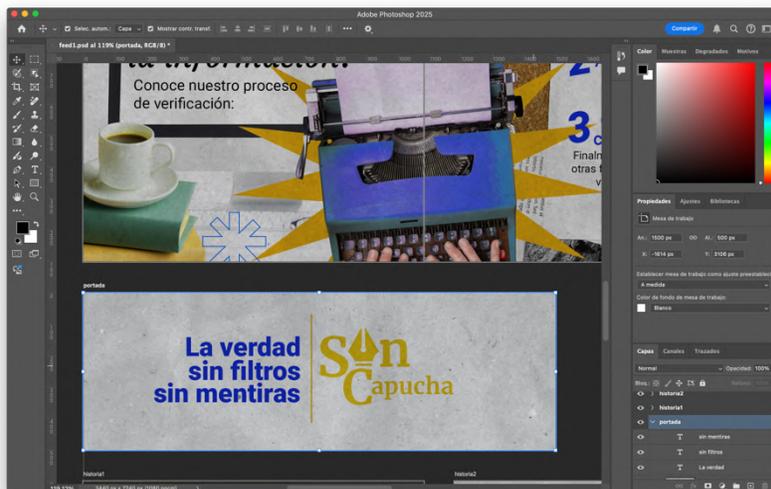
**Portada de Facebook.** Paso 1: Diagramación. Selección de tamaño 1500x500px.



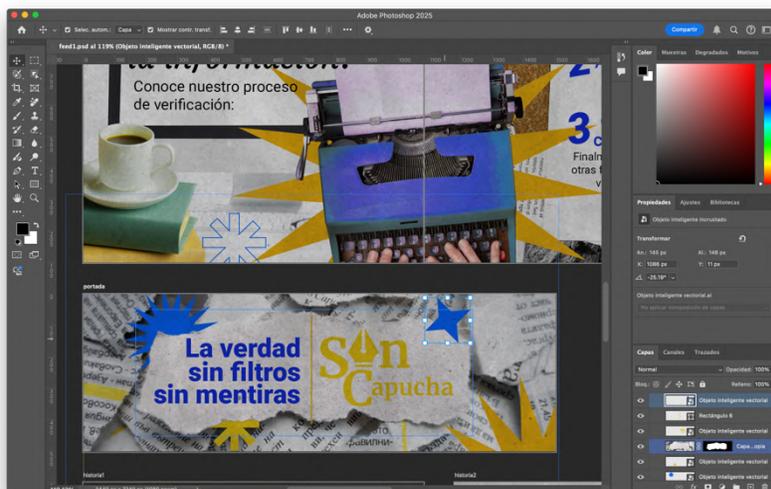
**Paso 2: Frase principal.** Se coloca la frase slogan de Sin Capucha en la tipografía elegida como título principal.



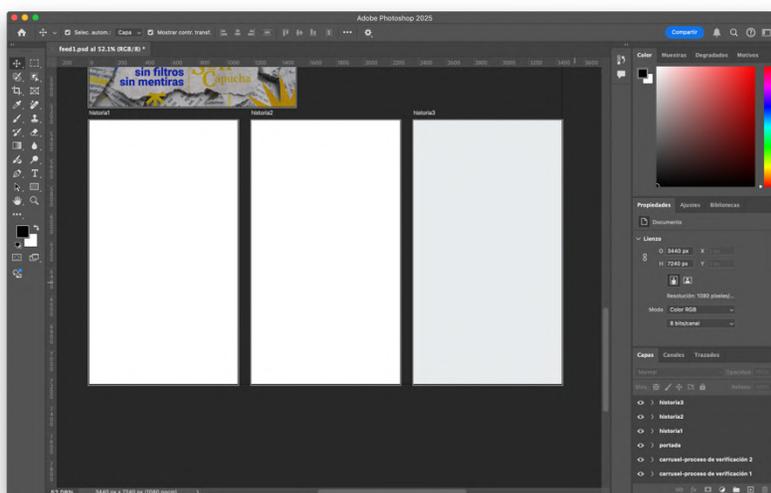
**Paso 3: Logo y fondo.** Se coloca logo y fondo.



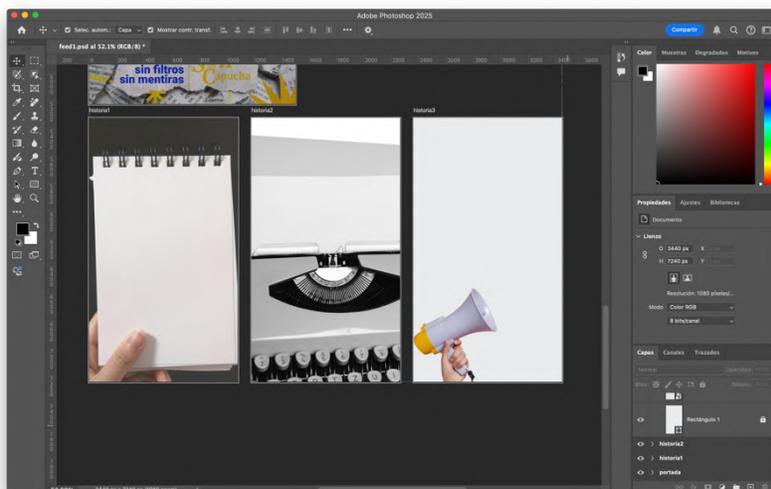
**Paso 4:** Elementos gráficos. Se agrega fotografía tipo collage con figuras geométricas y textura para enlazar toda la línea gráfica.



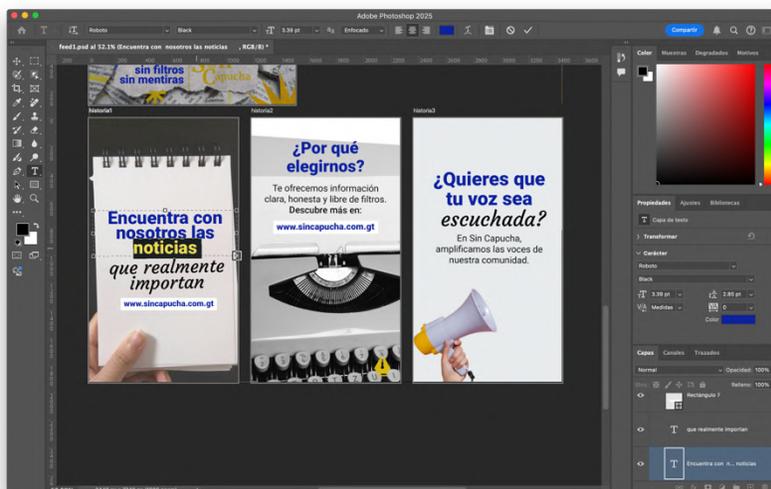
**Historias.** Paso 1: Diagramación. Selección de tamaño de historias 1080x1920px y el orden del contenido propuesto.



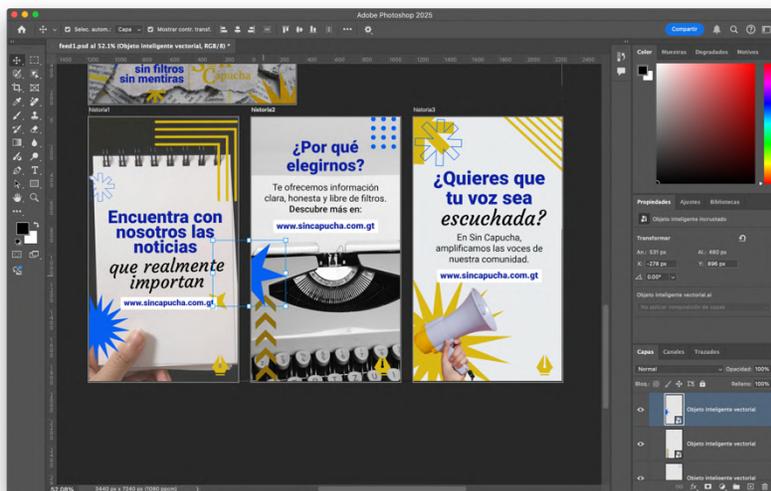
**Paso 3:** Selección de fotografías. Se agregan fotografías elegidas según el tema de la historia.



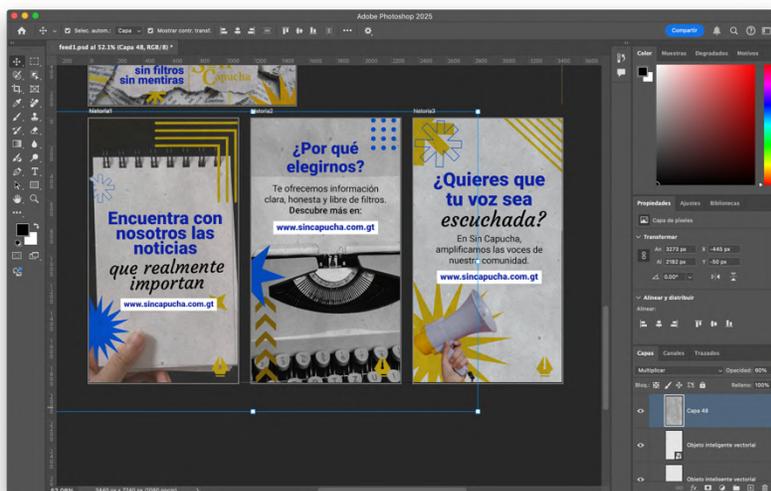
**Paso 4:** Títulos. Se colocan los títulos y textos principales de cada historia.



**Paso 5:** Figuras geométricas. Se agregan elementos visuales de color.



**Paso 6:** Textura. Se coloca textura y color para enlazar toda la línea gráfica.



## Propuesta preliminar

Publicación 1 y 2: Posts complementarios. Post 1: Síguenos y descubre por qué #SinCapucha es tu fuente de información confiable. 📰 #PeriodismoDigital #NoticiasGT



1080x1080px.

Post 2: La verdad sin filtros y sin mentiras. Te traemos la verdad #SinCapucha



1080x1080px.

Publicación 3: Post. Entérate de la verdad detrás de los titulares con nosotros. ¡Tu medio de comunicación de confianza! #SinCapucha #PeriodismoDigital #NoticiasGT



1080x1080px.



Visualización de las publicaciones/Expectativa.

Publicación 4: Carrusel. Confía en el proceso, confía en la VERDAD y VERACIDAD de los hechos. Síguenos para mantenerte informado. #SinCapucha #PeriodismoDigital #NoticiasGT



1080x1080px.



1080x1080px.

Publicación 5: Post. Conoce nuestro compromiso contigo y la información que compartimos. 🧡 #SinCapucha #PeriodismoDigital #NoticiasGT



# Nuestro compromiso *contigo*

**Verdad**  
Prometemos mantener  
la integridad de la información.

**Transparencia**  
Siempre seremos claros y  
abiertos con nuestros procesos.

**Responsabilidad**  
Nos hacemos responsables de la  
información que entregamos.



1080x1080px.



Visualización de las publicaciones/Expectativa.

Publicación 6: Carrusel. Conoce más sobre cómo mantenemos estos pilares en cada una de nuestras noticias y reportajes. Link en la bio 🌐#SinCapucha #PeriodismoDigital #NoticiasGT



1080x1080px.



1080x1080px.



1080x1080px.

sincapuchagt  
Ciudad de Guatemala

**Nuestros pilares de la *verdad***

**1** **Objetividad**  
Te presentamos los hechos, tú decides qué pensar.

**2** **Transparencia**  
Nuestra información es clara y verificable. Sin Capucha no oculta nada.

**3** **Compromiso**  
Nos comprometemos a entregar la verdad, siempre.

7453 likes

sincapuchagt Conoce más sobre cómo mantenemos estos pilares en cada una de nuestras noticias y reportajes. 🗣️  
Link en la bio 🌐 #SinCapucha #PeriodismoDigital #NoticiasGT

View all 100 comments

Visualización de las publicaciones/Expectativa.

Historia 1.



1080x1920px. Link al sitio web.

Historia 2.



**¿Por qué elegirnos?**

Te ofrecemos información clara, honesta y libre de filtros.  
Descubre más en:

[www.sincapucha.com.gt](http://www.sincapucha.com.gt)

1080x1920px. Link al sitio web.

Historia 3.



**¿Quieres que  
tu voz sea  
*escuchada?***

En Sin Capucha,  
amplificamos las voces de  
nuestra comunidad.

[www.sincapucha.com.gt](http://www.sincapucha.com.gt)



1080x1920px. Link al sitio web.

Portada de Facebook.



Visualización de la portada/Expectativa.



## Capítulo VIII: Validación técnica

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Al concluir la propuesta preliminar del diseño de los materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha, se procederá a iniciar la etapa de validación técnica, en la cual se presentará el proyecto ante clientes, expertos y el grupo objetivo. Para llevar a cabo esta validación, se empleará una encuesta personal que contendrá preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de forma virtual a través de Google Forms para clientes, grupo objetivo y expertos. El enfoque de esta investigación es mixto, ya que combinará métodos cuantitativos como cualitativos. El enfoque cuantitativo se empleará para medir los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los participantes. Por otro lado, el enfoque cualitativo se utilizará para explorar y comprender la percepción de los encuestados en relación con la propuesta de diseño. La herramienta para utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a veintisiete personas, hombres y mujeres que conforman el grupo objetivo y a seis expertos en el área de comunicación y diseño.

### **Población y muestreo**

Para asegurar que el instrumento proporciona resultados útiles y relevantes para el proyecto, se realizó una encuesta a un total de 34 personas, distribuidas en tres grupos distintos, que son los siguientes:

#### ***Cliente***

La validación por parte del cliente, fue realizada por la periodista del medio de comunicación digital Sin Capucha, Vivi Belén Hernández Villagrán. Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación, diseño, publicidad y marketing digital.

### ***Expertos***

La perspectiva de los seis expertos en comunicación y diseño gráfico resulta valiosa, dado que se centra en su campo profesional y en su amplia trayectoria en el mercado. Las sugerencias que proporcionen desempeñarán un papel fundamental en la optimización de la propuesta diseñada, asegurando su eficacia. Se contó con la colaboración de cinco especialistas en comunicación y diseño: Licenciada Claudia Ruiz, Licenciada Lourdes Donis, Licenciada Karla López, Licenciado Christian Rossell, Licenciada Ingrid Ordoñez y Licenciada Fátima Valle.

### ***Grupo objetivo***

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo de hombres y mujeres entre las edades de 18 a 30 años de edad en los niveles socioeconómicos C2 Y C3 interesadas en temas de actualidad, arte, cultura y eventos locales. Se válido a 27 personas del grupo objetivo.

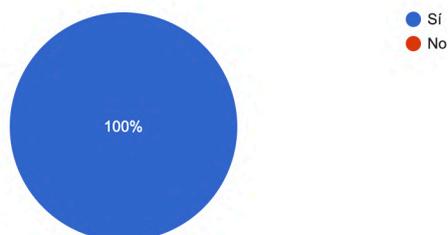
### ***Método e instrumentos***

La herramienta que se usará es la encuesta, un procedimiento que implica la recolección de datos a través de un cuestionario diseñado previamente. Dentro de la encuesta, se aplicará el método de la escala tipo Likert, una técnica psicométrica ampliamente utilizada en cuestionarios. Esta escala establece varios niveles en los cuales los encuestados expresarán su acuerdo o desacuerdo con declaraciones, preguntas o elementos específicos. Posteriormente, los resultados obtenidos se someterán a análisis. Este método, de naturaleza cualitativa, proporciona datos descriptivos que son de gran utilidad en la evaluación. Así mismo se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

## Resultados e interpretación de resultados

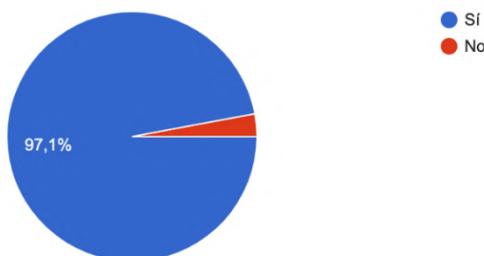
### Parte objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha?



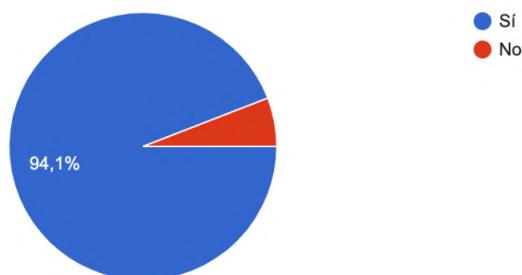
**Interpretación.** El 100% de los encuestados indicó que es necesario diseñar materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra necesaria la creación de los materiales gráficos digitales para el medio de comunicación.

2. ¿Considera importante recopilar información verídica del medio de comunicación digital Sin Capuchal, a través de un brief, con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus objetivos?



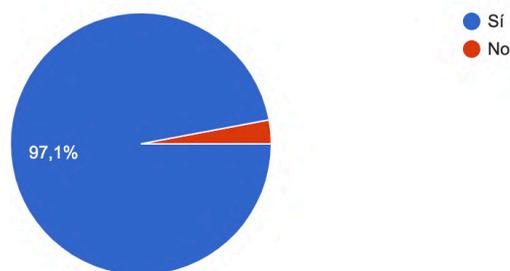
**Interpretación.** El 97,1% de los encuestados indicó que es importante recopilar información verídica del medio de comunicación digital Sin Capucha, a través de un brief con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus objetivos. Mientras que hubo un 2,9% que no lo considera importante. Por consiguiente, esto demuestra la importancia de la recopilación de datos e información a través de un brief y obtener mejores resultados para el medio de comunicación digital Sin Capucha.

3. ¿Considera necesario investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de material digital interactivo, a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar científicamente la propuesta del diseño?



**Interpretación.** El 94,1% de los encuestados indicó que consideran necesario investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de material digital interactivo, a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar científicamente la propuesta del diseño. Mientras que hubo un 5,9% que no lo considera importante. Por consiguiente, la investigación de estos aspectos es de suma relevancia para la correcta elaboración del proyecto.

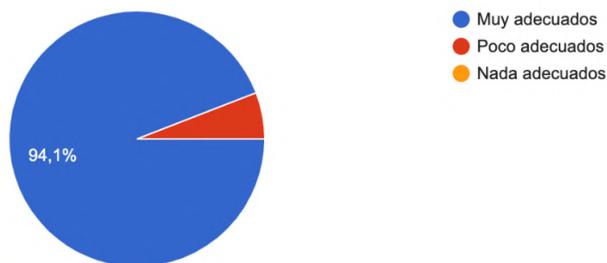
4. ¿Considera necesario diseñar una matriz de contenido para informar acerca de los proyectos y actividades de Sin Capucha?



**Interpretación.** El 97,1% de los encuestados indicó que consideran necesario diseñar una matriz de contenido para informar acerca de los proyectos y actividades de Sin Capucha. Mientras que hubo un 2,9% que no lo considera necesario. Por consiguiente, esto demuestra que es necesario diseñar una matriz de contenidos para el medio de comunicación digital Sin Capucha.

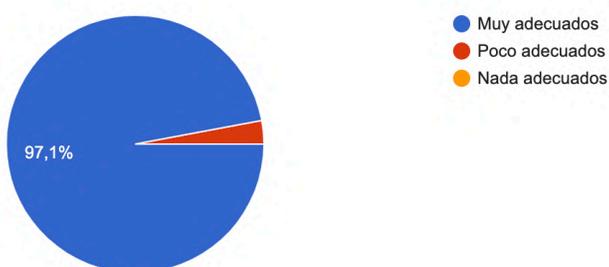
***Parte semiológica:***

5. ¿Considera adecuados los colores utilizados para un medio de comunicación digital en la propuesta desarrollada?



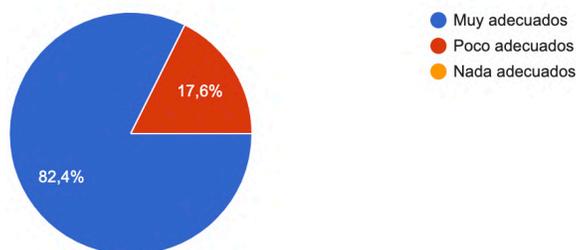
**Interpretación.** El 94,1% de los encuestados indicó que consideran adecuados los colores utilizados en la propuesta desarrollada, mientras que hubo un 5,9% que los considera poco adecuados. Por consiguiente, esto demuestra la paleta de colores utilizada y justificada para el medio de comunicación digital Sin Capucha es adecuada para el proyecto.

6. ¿Cree que la tipografía utilizada es adecuada para un grupo de personas de entre 18 a 30 años de edad los cuales están interesados en temas de actualidad, arte, cultura y eventos locales?



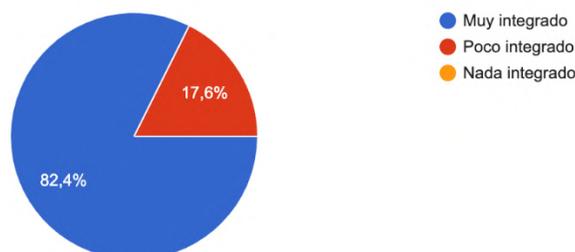
**Interpretación.** El 97,1% de los encuestados indicó que consideran adecuada la tipografía utilizada en la propuesta desarrollada, mientras que hubo un 2,9% que la considera poco adecuada. Por consiguiente, esto demuestra que la tipografía propuesta y justificada en el proyecto es adecuada para el medio de comunicación digital.

7. ¿Cree que los elementos visuales de la propuesta gráfica son adecuados para un medio de comunicación digital dirigido a un grupo de personas de entre 18 a 30 años?



**Interpretación.** El 82,4% de los encuestados indicó que consideran adecuados los elementos visuales de la propuesta gráfica, mientras que hubo un 17,6% que lo considera poco adecuados. Por consiguiente, esto demuestra que se deben mejorar los elementos visuales propuestos en el material gráfico digital.

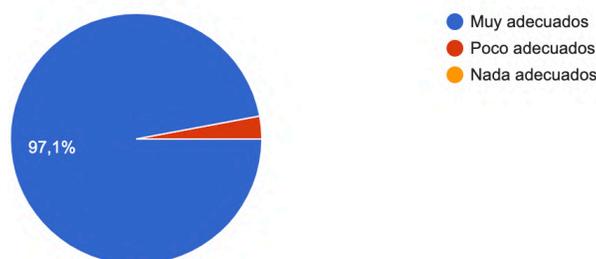
8. ¿Cree que la distribución de los elementos gráficos (imágenes, formas y textos) se integran de forma estética en las piezas gráficas?



**Interpretación.** El 82,4% de los encuestados indicó que consideran muy integrados los elementos gráficos de la propuesta, mientras que hubo un 17,6% que lo considera poco integrado. Por consiguiente, esto demuestra que se debe mejorar la armonía e integración de las imágenes, formas y textos de la propuesta.

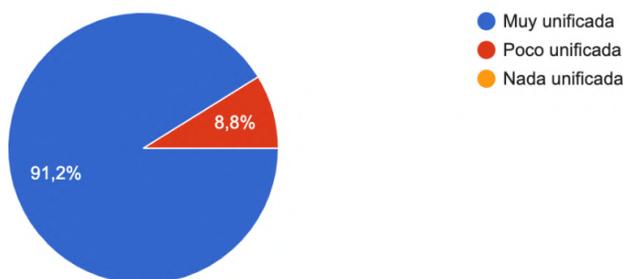
**Parte operativa:**

9. ¿Considera que la cantidad de materiales de la propuesta son adecuados?



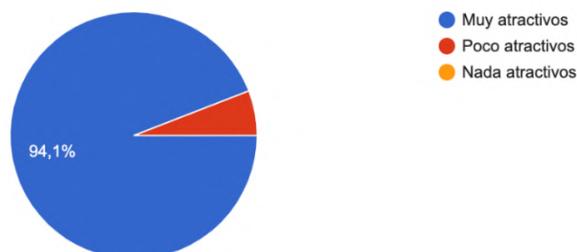
**Interpretación.** El 97,1% de los encuestados indicó que consideran adecuada la cantidad propuesta para la matriz de contenidos, mientras que hubo un 2,9% que considera poco adecuado la cantidad propuesta. Por consiguiente, esto demuestra que la cantidad propuesta de materiales gráficos digitales son adecuados para el proyecto.

10. ¿Cree usted que el orden de las publicaciones de posts siguen una línea gráfica unificada?



**Interpretación.** El 91,2% de los encuestados indicó que consideran muy unificada la línea gráfica y el orden de los posts en la propuesta, mientras que 8,8% consideró que esta poco unificada. Por consiguiente, esto demuestra que el orden las publicaciones y posts siguen una línea gráfica unificada, pero se pueden hacer mejoras en la propuesta para llevar una línea gráfica más unificada y estética.

11. ¿Considera que los copy's de cada una de las publicaciones son atractivos?



**Interpretación.** El 94,1% de los encuestados indicó que consideran muy atractivos los copies de cada una de las publicaciones, mientras que el 5,9% consideran que son poco atractivos. Por consiguiente, esto demuestra que los copies propuestos son adecuados y atractivos para el medio de comunicación Sin Capucha.

11. Gracias por responder esta encuesta. Si tiene algún comentario o sugerencia relacionada con el proyecto puede colocarla a continuación:

Muy lindo todo, solo el color de fondo lo haría en general un gris más claro para que los textos resalten aún más 🙌

Es un rediseño del medio muy bueno y se ve excelente.

a) me gusta la propuesta gráfica pero lo siento todo en general como opaco, creo es como el color gris que se ve de fondo, tal vez aclarando un poco; b) considero que los copys podrían ser aún más llamativos; c) tengo un problema visual con el logo, me da la impresión de "PAPA" el logo y el énfasis en la letra más grande de SIN versus capucha no se ve un equilibrio visual, si hay oportunidad de mejorar eso ayudaría mucho a la imagen del medio digital.

En una de las propuestas de historia el quiéres va tildado porque está dentro de signos de interrogación. Sugiero que en el carro ideal de considere quitar algunos elementos del fondo ya que se ve muy cargado y rest atención al texto principal

El diseño propuesto tiene una estructura sólida y logra comunicar efectivamente el mensaje del medio, con una buena integración de hashtags y llamados a la acción. Sin embargo, podrías mejorar el contraste en algunos elementos para hacer más destacadas las palabras clave y captar mejor la atención del usuario. Además, sería útil agregar algún toque visual adicional que refleje la identidad única de "Sin Capucha", lo que fortalecería el branding. En general, es un diseño coherente que puede atraer más interacción con algunos pequeños ajustes.

Muy buena temática y sigue una línea editorial

Excelente Proyecto

Todo excelente 🤓👍

## Cambios en base a los resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la impresión del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Se recomendó quitar ciertos elementos gráficos como figuras geométricas y fotografías en las piezas para equilibrar mejor el espacio en blanco del diseño.

- Es necesario aclarar el fondo y textura de la propuesta gráfica para permitir que los colores se vean más vibrantes.

- No se mencionaron más cambios relevantes en el diseño propuesto.

**Espacios en blanco y color.** Se realizó la modificación en cada pieza gráfica priorizando el espacio en blanco quitando elementos gráficos y priorizando el color llamativo aclarando la textura y el fondo.



Antes



Después



Antes



Antes



Antes



Después



## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Respondiendo al brief y la problemática del medio de comunicación digital, luego de hacer la validación con expertos, grupo objetivo y las aprobaciones posteriores con el cliente, se presentan los materiales digitales para su publicación en la matriz de contenido para Sin Capucha, la cual se procederá a lanzar en las siguientes fases: Lanzamiento de 1 semana, presentación de 2 semanas y mantenimiento de 2 semanas en las redes sociales de Instagram y Facebook.

### *Lanzamiento*

Pieza 1. Diseño de publicación tipo díptico 1 para Instagram y Facebook. La verdad, sin filtros y sin mentiras.

1080 px



1080 px

### *Lanzamiento*

Pieza 2. Diseño de publicación tipo díptico 2 para Instagram y Facebook. ¿Qué significa la verdad Sin Capucha?

1080 px



## *Presentación*

Pieza 3. Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Cada historia tiene dos lados nosotros tenemos ambos.

1080 px



1080 px

### *Presentación*

Pieza 4. Diseño de publicación tipo carrusel 1 para Instagram y Facebook. ¿Cómo verificamos la información?

1080 px



## *Presentación*

Pieza 5. Diseño de publicación tipo carrusel 2 para Instagram y Facebook. ¿Cómo verificamos la información? Paso 1, 2 y 3.

1080 px



### *Presentación*

Pieza 6. Diseño de publicación para Instagram y Facebook. Nuestro compromiso contigo.

1080 px

**Nuestro  
compromiso  
*contigo***

**Verdad**  
Prometemos mantener  
la integridad de la información.

**Transparencia**  
Siempre seremos claros y  
abiertos con nuestros procesos.

**Responsabilidad**  
Nos hacemos responsables de la  
información que entregamos.



1080 px

### *Presentación*

Pieza 7. Diseño de publicación tipo carrusel 1 para Instagram y Facebook. Nuestros pilares de la verdad.

1080 px



### *Presentación*

Pieza 8. Diseño de publicación tipo carrusel 2 para Instagram y Facebook. Nuestros pilares de la verdad.

1080 px



### *Presentación*

Pieza 9. Diseño de publicación tipo carrusel 3 para Instagram y Facebook. Nuestros pilares de la verdad.

1080 px



1080 px

### *Mantenimiento*

Pieza 10. Diseño de historia para Instagram y Facebook. Noticias que realmente importan.

1080 px



### *Mantenimiento*

Pieza 11. Diseño de historia para Instagram y Facebook. ¿Quiéres que tu voz sea escuchada?

1080 px



¿Quiéres que  
tu voz sea  
*escuchada?*

En Sin Capucha,  
amplificamos las voces de  
nuestra comunidad.

[www.sincapucha.com.gt](http://www.sincapucha.com.gt)

1920 px

## *Mantenimiento*

Pieza 12. Diseño de historia para Instagram y Facebook. ¿Quieres que tu voz sea escuchada?

1080 px



## Matenimiento

Pieza 13. Portada para perfil de Facebook.

1500 px



500 px

Se muestra una visualización del contenido con captions y ensamblado en orden.



 sincapuchagt  
Ciudad de Guatemala



**Cada historia tiene**  
*dos lados*  
**nosotros te mostramos**  
*ambos*

7453 likes

sincapuchagt Entérate de la verdad detrás de los titulares con nosotros. ¡Tu medio de comunicación de confianza!  
[#SinCapucha](#) [#PeriodismoDigital](#) [#NoticiasGT](#)

View all 100 comments

 sincapuchagt  
Ciudad de Guatemala



**Nuestros pilares de la *verdad***

**Objetividad**  
Te presentamos los hechos, tú decides qué pensar.

**Transparencia**  
Nuestra información es clara y verificable. Sin Capucha no oculta nada.

**Compromiso**  
Nos comprometemos a entregar la verdad, siempre.

7453 likes

sincapuchagt Conoce más sobre cómo mantenemos estos pilares en cada una de nuestras noticias y reportajes.   
Link en la bio [#SinCapucha](#) [#PeriodismoDigital](#) [#NoticiasGT](#)

View all 100 comments

sincapuchagt Ciudad de Guatemala

**¿Cómo verificamos la información?**  
Conoce nuestro proceso de verificación:

- 1 Fuente verificada**  
Seleccionamos fuentes confiables.
- 2 Análisis de datos**  
Luego, analizamos la información obtenida.
- 3 Contraste y confirmación**  
Finalmente, contrastamos con otras fuentes y confirmamos la verdad con expertos.

7453 likes  
sincapuchagt Confía en el proceso, confía en la VERDAD y VERACIDAD de los hechos. Síguenos para mantenerte informado. #SinCapucha #PeriodismoDigital #NoticiasGT  
View all 100 comments

sincapuchagt Ciudad de Guatemala

**¿Qué significa la verdad Sin Capucha?**

En un mundo lleno de desinformación, te traemos **la verdad, sin filtros y sin mentiras.**

7453 likes  
sincapuchagt Síguenos y descubre por qué somos tu fuente de información confiable. 💎  
#SinCapucha #PeriodismoDigital #NoticiasGT  
View all 100 comments





**Link de propuesta gráfica final:**

<https://drive.google.com/drive/folders/1MDozzmXAejGOPvZEEUusd-KzGuOzJ4hx?usp=sharing>

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

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

Como parte fundamental para el diseño de materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha es necesario disponer con los medios financieros tanto para la producción como para la distribución del mismo. A continuación, se proporciona un análisis detallado de los distintos aspectos que componen la inversión destinada al proyecto.

- Plan de costos de elaboración: Establece las bases del proceso de elaboración de la propuesta.
- Plan de costos de producción y reproducción: Indica el costo del diseño de materiales gráficos digitales y creación de la matriz de contenidos para el medio de comunicación.
- Plan de costos de distribución: Establece una tarifa para el medio de distribución de la propuesta final elaborada.
- Margen de utilidad: Indicará el porcentaje de utilidad con base al subtotal del plan de costos de elaboración, producción y distribución.
- Impuesto al Valor Agregado (IVA): Corresponde al monto de los impuestos reguladores que deben considerarse sobre el 12% del total de los costos, incluyendo el margen de beneficio.

### **Plan de costos de elaboración**

En la tabla se muestra el gasto en horas dedicadas al proceso de análisis del proyecto, conceptualización, desarrollo de propuestas y mejora de lo presentado al cliente. Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

<b>Descripción</b>	<b>Semanas</b>	<b>Horas empleadas</b>	<b>Costo</b>
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente.	1	20	Q500.00
Recopilación de información	2	14	Q350.00
Bocetaje	1	10	Q250.00
<b>Total de costos de elaboración</b>			<b>Q1,100.00</b>

### **Plan de costos de producción**

A continuación, se presenta el tiempo invertido en el desarrollo del material gráfico digital para la matriz de contenidos del medio de comunicación digital Sin Capucha..

<b>Descripción</b>	<b>Semanas</b>	<b>Horas empleadas</b>	<b>Costo</b>
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica.	2	20	Q500.00
Diseño de matriz digital (13 piezas gráficas)	2	50	Q1,250.00
Costos variables de operación (luz, internet y programas de diseño)			Q560.00
<b>Total de costos de elaboración</b>			<b>Q2,310.00</b>

### **Plan de costos de reproducción**

La reproducción no tendrá costo, debido a que los materiales gráficos y la matriz digital del cliente se entregarán en formato digital.

**Plan de costos de distribución**

<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Memoria USB de 64GB	Q40.00
<b>Total del costo</b>	<b>Q40.00</b>

**Margen de utilidad**

Se estima para el presente proyecto un promedio de 17.65% de utilidad sobre los costos.

<b>Margen de utilidad</b>	
Subtotal	Q3,450.00
Margen (17.65%)	Q608.93
<b>Total</b>	<b>Q4,058.93</b>

**IVA**

El impuesto del Valor Agregado conforma el 12% sobre el total del proyecto.

<b>IVA</b>	
Subtotal	Q4,058.93
12% de impuestos	Q487.07
<b>Total</b>	<b>Q4,546.00</b>

**Cuadro resumen general de costos**

<b>Detalle</b>	<b>Total de costo</b>
Plan de costos de elaboración	Q1,100.00
Plan de costos de producción	Q2,310.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q40.00
<b>Subtotal I</b>	<b>Q3,450.00</b>
Margen de utilidad 17.65%	Q608.93
<b>Subtotal II</b>	<b>Q4,058.93</b>
<b>IVA 12%</b>	Q487.07
<b>Total</b>	<b>Q4,546.00</b>

## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

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

### **Conclusiones**

Se diseñaron los materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha.

- Se recopiló la información necesaria y verídica del medio de comunicación digital Sin Capucha, a través de un brief, con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus objetivos.
- Se investigaron los términos, conceptos, teorías, tecnologías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de materiales gráficos digitales para una matriz de contenidos, a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar científicamente la propuesta del diseño.
- Se diseñó una matriz de contenidos para informar acerca de los proyectos y actividades de Sin Capucha.

## Recomendaciones

Se recomienda publicar los materiales gráficos digitales en las redes sociales del medio de comunicación digital Sin Capucha con los captions y hashtags propuestos para aumentar la visibilidad de la matriz de contenidos y llegar a un público más amplio dando a conocer los proyectos y actividades del medio.

- Se sugiere organizar y estructurar los materiales gráficos que se diseñen en el futuro con un estándar alto de calidad para fortalecer a la construcción de la marca asegurando siempre coherencia entre la comunicación de los mensajes y la comunicación visual.
- Debido a la constante evolución de las tendencias de diseño, redes sociales y avances tecnológicos se recomienda establecer una revisión constante de la matriz de contenidos para asegurar que el material se mantenga relevante y atractivo para la audiencia objetivo.
- Se recomienda tener una planificación de matriz de contenido mensual actualizada de forma constante por un profesional en diseño y comunicación. Esto permitirá al medio de comunicación digital mantener relevante, hacer crecer su audiencia y aumentar su reconocimiento.

## Capítulo XII: Conocimiento general

## Capítulo XII: Conocimiento general

### Conocimiento General

#### Diseño Gráfico

Proporciona las herramientas y principios visuales necesarios para crear piezas gráficas efectivas y atractivas, fundamentales para desarrollar propuestas y soluciones creativas.



#### Comunicación

Permite entender cómo transmitir mensajes de manera clara y persuasiva, asegurando que los materiales desarrollados impacten a la audiencia elegida.



#### Estrategias innovadoras en Redes Sociales

Desempeñan un papel fundamental para analizar y aplicar tácticas actuales y en tendencia para potenciar la difusión y el alcance de proyectos gráficos en plataformas digitales.



#### Software

Facilita la creación de prototipos, piezas gráficas, y contenido visual de alta calidad mediante herramientas especializadas como Adobe Photoshop y Adobe Illustrator.



#### Semiología

Estudia los signos y su significado, lo cual es crucial para construir mensajes visuales con intencionalidad y coherencia en el proyecto de diseño.



#### Estadística

Fundamental para recopilar datos y hacer un análisis para sustentar decisiones de diseño y comunicación, como estudios de mercado o medición del impacto de estrategias.



#### Creatividad

Es el motor para generar ideas originales e innovadoras, clave para resolver problemas y destacar en el desarrollo de las propuestas para el proyecto a través de técnicas creativas.



#### Psicología de la Comunicación

Fue clave para comprender cómo las personas perciben y responden a los mensajes visuales, optimizando el impacto emocional y cognitivo de del proyecto.



Infografía elaborada por Lourdes Mariana Ordoñez Cruz.

## Capítulo XIII: Referencias

### Bibliografía

#### A

Adams, S. (2018). Color en el diseño gráfico. Guía de ejemplos reales del uso cromático. Editorial Blume.

Aguirre, R., & Javiera, M. (2016). Ética de los medios de comunicación. Editorial Herder.

#### B

Blundell, W. E. (1988). The art and craft of feature writing: Based on The Wall Street Journal guide. Plume.

#### D

Dondis, D. (2017). La sintaxis de la imagen. Editorial Gustavo Gili.

Drahos, P. (1996). A philosophy of intellectual property (Vol. 1). Burlington: Ashgate.

#### G

Gironella, N., & Maza, S. (2021). Anatomía de la comunicación. Plataforma Editorial.

#### H

Herrscher, R. (2016). Periodismo narrativo. Terraeones, Universidad Finis Terrae.

#### J

John, J. (2023) Sociology. Editorial Pearson.

#### K

Kane, J. (2012). Manual de tipografía. Editorial Gustavo Gili.

#### L

Lankow, J. (2013). Infografías: El poder del storytelling visual. Editorial Gestión 2000.

## M

Montero, R. (2019) El arte de la entrevista. Editorial Debate.

Munari, B. (2016). Diseño y comunicación visual. Editorial Gustavo Gili.

## Q

Quintana-Froufe, N., & González-Neira, A. (2021). Los estudios de la audiencia. Editorial Gedisa.

## S

Satué, E. (2012). El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días. Editorial Alianza.

Saussure, F. D. (1945). Curso de Lingüística General. Buenos Aires: Editorial Losada. S.A. Moreno.

**E-grafia**

## B

Balletbó, I. G. (2023, 20 diciembre). El porqué de la sociología. Arts I Humanitats. Recuperado el 9 de mayo de 2024 de <https://blogs.uoc.edu/humanitats/es/que-es-la-sociologia-y-porque-estudiarla/>

Baumann, H. (2021, noviembre 6). 12 características de la comunicación digital que han creado nuevas formas de negocios. Recuperado el 9 de mayo del 2024 de <https://www.crehana.com>. <https://www.crehana.com/blog/negocios/caracteristicas-de-comunicacion-digital/>

## C

CasaDecor. (2022, septiembre 15). Tendencia «Retrofuturista»: una visión del futuro desde el pasado. CasaDecor. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://casadecor.es/decoracion/espacios/tendencia-retrofuturista/>

## D

Da Silva, F. G. (2021, febrero 12). Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia. Rock Content - ES. Recuperado el 9 de mayo de 2024 de <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>

Del Campo Fernández-Paniagua, A. M. (2022, octubre 26). Las Redes Sociales más utilizadas: cifras y estadísticas. Thinking for Innovation. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>

Dogliani, M. (2024, 6 mayo). La psicología del color en las redes sociales - Blog de Comunicae.es. Blog de Comunicae.es. Recuperado el 11 de mayo de 2024 de <https://blog.comunicae.es/la-psicologia-del-color-en-las-redes-sociales/>

## G

García-Allen, J. (2016, mayo 21). Psicología del color: significado y curiosidades de los colores. Recuperado 8 de mayo de 2024, de <https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

Giné, S. (2019, julio 9). ¿Cuáles son los diferentes tipos de géneros periodísticos? IE Periodismo y Comunicación. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://ieperiodismo.com/generos-periodisticos/>

## H

Hotmart. (2024, 11 marzo). Tipos de contenidos digitales: herramientas para crearlos. Blog Hotmart. Recuperado el 10 de mayo de 2024, de <https://hotmart.com/es/blog/tipos-de-contenidos-digitales>

## I

Inbuze Digital Marketing. (2021, diciembre 16). Contenidos digitales: qué son, tipos y cómo utilizarlos. Inbuze Marketing. Recuperado el 8 de mayo de 2024 de <https://inbuze.com/contenidos-digitales/>

INSIDE Marketing Digital. (2021, 3 noviembre). Psicología del color y su poder en el marketing digital - INSIDE, la agencia de Marketing Digital en Lima. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://inside.pe/blog/como-funciona-la-psicologia-del-color-en-marketing-digital-nid-27>

## L

Latinoamérica, A. (2022, 12 diciembre). Pasos para crear un collage digital | Blog Adobe Latinoamérica. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://blog.adobe.com/es/publish/2022/12/12/como-hacer-collage-digital-tutorial-con-margarita-brum#:~:text=El%20collage%20es%20la%20t%C3%A9cnica,imaginaci%C3%B3n%20gracias%20a%20la%20digitalizaci%C3%B3n.>

Lenis, A. (2023, enero 20). Qué es la psicología del color, cómo implementarla y ejemplos. HubSpot. Recuperado el 8 de mayo del 2024 de <https://blog.hubspot.es/marketing/psicologia-del-color>

Lenis, A. (2022, agosto 20). 7 tipos de contenidos de redes sociales (con ejemplos y tips).HubSpot. Recuperado el 8 de mayo del 2024 de <https://blog.hubspot.es/marketing/psicologia-del-color>

Llasera, J. P. (2021, mayo 21). Psicología de la forma: qué es y cómo se aplica en diseño gráfico.

Hey Jaime. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://heyjaime.com/blog/psicologia-de-la-forma/>

Llasera, J. P. (2023, marzo 22). Jerarquía visual: qué es y cómo aplicarla bien. Hey Jaime.

Recuperado el 8 de mayo de 2024 de <https://heyjaime.com/blog/jerarquia-visual/>

M

Molano, J. (2020, enero 7). Qué es el storytelling: aprende a contar historias que cautiven.

HubSpot. Recuperado el 8 de mayo de 2024, de

<https://blog.hubspot.es/marketing/storytelling>

P

Porto, J. P., & Gardey, A. (2021, octubre 19). Fotografía - Qué es, definición y concepto.

Definición. Recuperado el 8 de mayo de 2024 de <https://definicion.de/fotografia/>

T

Tanius, K. (2020, febrero 5). Introducción a la semiótica de la imagen. Portal de la

Comunicación. Recuperado el 8 de mayo de 2024, de

<https://incom.uab.cat/portacom/introduccion-a-la-semiotica-de-la-imagen/>

V

Vieira, D. (2021, agosto 16). ¿Qué es el Storytelling? La guía completa para dominar el arte de contar historias. Rock Content - ES. Recuperado el 8 de mayo de 2024, de

<https://rockcontent.com/es/blog/que-es-storytelling/>

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo 1: Brief

Brief elaborado para la recopilación de la información del medio de comunicación digital Sin Capucha.



#### Brief

##### Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Lourdes Mariana Ordoñez Cruz
No de Carné	20005423
Teléfono	40978367
E-mail	mariana.ordonez@galileo.edu
Proyecto	Diseño de materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha.

##### Datos del cliente

Empresa	Sin Capucha
Nombre del cliente	Vivi Hernandez
Teléfono	55689425
E-mail	sincapuchagtm@gmail.com
Antecedentes	El medio de comunicación digital Sin Capucha fue fundado en el año 2022 por el periodista independiente Cristian Isaí Gutiérrez en la Ciudad de Guatemala, con el objetivo de informar respetando, promoviendo y defendiendo la libre expresión del pensamiento, los derechos humanos, la igualdad y la justicia.
Oportunidad identificada	El medio digital Sin Capucha carece de materiales gráficos digitales atractivos que lo posicione efectivamente y aumente su presencia en las plataformas digitales.

##### Datos de la empresa

Promesa	La promesa de Sin Capucha es ser un referente de periodismo auténtico y sin censura en Guatemala, comprometidos con la transparencia y la integridad en la información, empoderando a la comunidad juvenil y sociedad guatemalteca con noticias veraces.
Compromiso	Su compromiso es informar sin filtros y con información precisa a la comunidad guatemalteca, a través de un periodismo comprometido con la verdad, la ética y la independencia. Además, ofrecer un espacio informativo y educativo que desarrolle el pensamiento crítico en la sociedad.
Delimitación geográfica	Ciudad de Guatemala y municipios aledaños.



Grupo objetivo	El grupo objetivo de entre 18 y 30 años lo forman estudiantes y profesionales con preparación académica superior. Nivel económico C2 y C3.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	El proyecto beneficiará al medio de comunicación digital Sin Capucha al diseñar una matriz de contenidos que permitirá identificar y segmentar efectivamente su audiencia en la ciudad de Guatemala. Esto ayudará a captar tanto a los usuarios actuales como a los potenciales, proporcionando contenido relevante y de alta calidad que responda a sus intereses y necesidades específicas.
Competencia	En Guatemala existen 127 medios de comunicación digitales. Destacan los medios de comunicación digital independientes: Quorum, Justicia Ya, Prensa Comunitaria Km 169 y los tradicionales: Prensa Libre, Guatevisión y Nuestro Diario.
Posicionamiento	Actualmente el medio de comunicación cuenta con varios seguidores en sus redes sociales, requiere de mayor reconocimiento de la población y del público objetivo en general.
Factores de diferenciación	Se ha destacado por ser un medio de comunicación digital libre de filtros y censuras, asegurando la veracidad de los hechos que informan.
Objetivo de mercado	Informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha a través de materiales gráficos digitales en sus plataformas digitales.
Objetivo de comunicación	Diseñar una matriz de contenidos atractiva que llame la atención de los usuarios y seguidores de las plataformas digitales de Sin Capucha para darlo a conocer.
Mensaje clave a comunicar	Sin Capucha un medio de comunicación digital independiente que se enfoca en informar sin filtros y con información precisa a la comunidad guatemalteca, a través de un periodismo comprometido con la verdad, la ética y la independencia.
Estrategia de comunicación	A través de la matriz de contenidos posicionar todos los materiales gráficos a realizar con una imagen atractiva y llamativa para el grupo objetivo, para dar a conocer los proyectos y actividades de Sin Capucha.
Reto del diseñador	Diseño de materiales gráficos digitales atractivos y desarrollo de conceptos de comunicación para la matriz digital.
Trascendencia	Con la creación de materiales gráficos digitales adecuados, el medio de comunicación digital disminuirá la poca

	visibilidad en las plataformas digitales, mejorando la comunicación y accesibilidad de la información que comparten.
Materiales a realizar	Diseño de materiales gráficos digitales para la matriz de contenidos: carruseles, posts, historias, portada de Facebook y desarrollo de captions para cada publicación.
Presupuesto	No cuentan con presupuesto.

**Datos de la imagen gráfica**

Imagotipo e Isotipo	 
---------------------	---



Colores	<p>C: 74% M: 65% Y: 60% K: 79%</p> <p>HEX: 1F1F1F</p>	<p>C: 14% M: 35% Y: 96% K: 4%</p> <p>HEX: DAA40E</p>	<p>C: 47% M: 36% Y: 35% K: 16%</p> <p>HEX: 898A8C</p>
Tipografía	<p>Tipografía Logo: Libre Baskerville</p> <p>Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz</p>		

Fecha: 8 de mayo del 2024

## Anexo 2: Tabla de niveles socioeconómicos

Tabla de niveles socioeconómicos NSE 2018 la cual se utilizó como referencia para el trabajo escrito en el perfil demográfico, en las cuales se tomó en cuenta los niveles C2 y C3.

Tabla Niveles Socio Económicos

Actualización 2018

	1.80%		35.40%			62.80%		
	0.70%	1.10%	5.9	11.60%	17.90%	50.70%	12.10%	Indeterminado
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
<b>Ingresos</b>	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
<b>Educación padres</b>	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
<b>Educación hijos</b>	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
<b>Desempeño</b>	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
<b>Vivienda</b>	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehiculos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
<b>Otras propiedades</b>	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
<b>Personal de servicio</b>	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
<b>Servicios financieros</b>	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
<b>Posesiones</b>	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
<b>Bienes de comodidad</b>	3 tel minimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel minimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
<b>Diversión</b>	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2018/Multivex.

### Anexo 3: Cotizaciones

Cotizaciones realizadas para la adquisición de la memoria USB a las tiendas Intelaf y Steren.



### COTIZACIÓN

PC SANTA CLARA  
Km 17.5 Carretera Al Pacífico  
Centro Comercial Santa Clara,  
2do. Nivel, Locales 2-11 Y 2-12  
Barcenas Villa Nueva, Guatemala  
TEL: (502) 2328-0096

**Nombre:** ORDOÑEZ, CRUZ,, LOURDES, MARIANA  
**Nit:** 10770235-5  
**Dirección:** CIUDAD  
**Teléfono:**  
**Atención:**  
**Correo:**

**Cotización No.:** 1039565  
**Fecha:** 03/11/2024  
**Visítenos en:** www.intelaf.com

**Forma de Pago:** Efectivo, Transferencia, Deposito, Cheque Preautorizado

Código	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total	Descuento	Sub Total a pagar
 FLA-KDTEXM-64AN	FLASHDRIVE KINGSTON DT EXODIA M DTXM 64GB USB3.2 AZUL CON NEGRO	1	Q42.00	Q42.00	-Q2.00	Q40.00
<b>Totales</b>				<b>Q42.00</b>	<b>-Q2.00</b>	<b>Q40.00</b>

CI.OD

**SUJETO A DISPONIBILIDAD DEL(OS) PRODUCTO(S).**

**ANTES DE GENERAR PAGO CONSULTAR EXISTENCIAS CON SU VENDEDOR DE INTELAF.**

**CONDICIONES:**

- VALIDEZ: ESTA COTIZACIÓN ES VÁLIDA ÚNICAMENTE POR HOY 03/11/2024  
EL DESCUENTO OFRECIDO DEPENDE DE LA FORMA DE PAGO Y VALIDEZ DE PROMOCIÓN CORRESPONDIENTE A CADA PRODUCTO.
- FORMA DE PAGO: ANTICIPADO, CONTRA ENTREGA, FINANCIADO (Por Terceros) y TARJETAS DE CREDITO (Aplican Restricciones). ANTICIPADO: Cheque de caja(Q), efectivo(Q), cheque personal(Q). Cheque personal/ó Empresa(Q) tiene 3 días hábiles de espera antes de que se le entregue su mercadería. Favor emitir su cheque a nombre de INTELAF, S.A. (Puede esperar de 24 horas a 72 horas antes de entrega) Ofrecemos opción de PAGO CONTRA ENTREGA solamente a empresas que tienen crédito establecido con nuestra empresa.
- ENTREGA: De inmediato a 3 días (Según su forma de pago). Al no tener existencia puede variar hasta un máximo de 3 semanas.
- GARANTÍA: Las garantías se atienden en las instalaciones de INTELAF, S.A.; 6a Avenida 8-28 Zona 9. Duración de garantía:Varia según el producto. Nuestras facturas indican la garantía individual de cada artículo. Tenemos la discreción de reparar o reemplazar la unidad defectuosa según la disposición de nuestro departamento técnico. De las marcas internacionales dependemos de su Centro de Servicio local. LOS PROGRAMAS, CABEZAS DE IMPRESORAS NO TIENEN GARANTIA ! DAÑOS FÍSICOS INTERNOS ó EXTERNOS ANULAN LA GARANTIA. LOS CONSUMIBLES, DATACARTUCHOS, CARTUCHOS de TINTA, CINTAS, TONERS, CDs, DVDs NO TIENEN GARANTIA!
- SERVICIO TÉCNICO Y ASESORÍA: Contamos con un departamento técnico calificado para poder solucionar cualquier problema durante su periodo de garantía y posteriormente para alguna reparación que necesitara.

**Aceptado(cliente) :** \_\_\_\_\_

**Fecha de aceptación :** \_\_ / \_\_ / \_\_

**Asistente de Tienda**  
EDWIN GEOVANY DIAZ LOPEZ



## COTIZACIÓN

PC SANTA CLARA  
Km 17.5 Carretera Al Pacifico  
Centro Comercial Santa Clara,  
2do. Nivel, Locales 2-11 Y 2-12  
Barcenas Villa Nueva, Guatemala  
TEL: (502) 2328-0096

**Nombre:** ORDOÑEZ, CRUZ,, LOURDES, MARIANA  
**Nit:** 10770235-5  
**Dirección:** CIUDAD  
**Teléfono:**  
**Atención:**  
**Correo:**

**Cotización No.:** 1039565  
**Fecha:** 03/11/2024  
**Visítenos en:** www.intelaf.com

**Forma de Pago:** Efectivo, Transferencia, Deposito, Cheque Preautorizado

Código	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Sub Total	Descuento	Sub Total a pagar
 FLA-KDTEXM-64AN	FLASHDRIVE KINGSTON DT EXODIA M DTXM 64GB USB3.2 AZUL CON NEGRO	1	Q42.00	Q42.00	-Q2.00	Q40.00
<b>Totales</b>				<b>Q42.00</b>	<b>-Q2.00</b>	<b>Q40.00</b>

CI.OD

**SUJETO A DISPONIBILIDAD DEL(OS) PRODUCTO(S).**

**ANTES DE GENERAR PAGO CONSULTAR EXISTENCIAS CON SU VENDEDOR DE INTELAF.**

**CONDICIONES:**

- VALIDEZ: ESTA COTIZACIÓN ES VÁLIDA ÚNICAMENTE POR HOY 03/11/2024  
EL DESCUENTO OFRECIDO DEPENDE DE LA FORMA DE PAGO Y VALIDEZ DE PROMOCIÓN CORRESPONDIENTE A CADA PRODUCTO.
- FORMA DE PAGO: ANTICIPADO, CONTRA ENTREGA, FINANCIADO (Por Terceros) y TARJETAS DE CREDITO (Aplican Restricciones). ANTICIPADO: Cheque de caja(Q), efectivo(Q), cheque personal(Q). Cheque personal/ó Empresa(Q) tiene 3 días hábiles de espera antes de que se le entregue su mercadería. Favor emitir su cheque a nombre de INTELAF, S.A. (Puede esperar de 24 horas a 72 horas antes de entrega) Ofrecemos opción de PAGO CONTRA ENTREGA solamente a empresas que tienen crédito establecido con nuestra empresa.
- ENTREGA: De inmediato a 3 días (Según su forma de pago). Al no tener existencia puede variar hasta un máximo de 3 semanas.
- GARANTÍA: Las garantías se atienden en las instalaciones de INTELAF, S.A.; 6a Avenida 8-28 Zona 9. Duración de garantía:Varia según el producto. Nuestras facturas indican la garantía individual de cada artículo. Tenemos la discreción de reparar o reemplazar la unidad defectuosa según la disposición de nuestro departamento técnico. De las marcas internacionales dependemos de su Centro de Servicio local. LOS PROGRAMAS, CABEZAS DE IMPRESORAS NO TIENEN GARANTIA I DAÑOS FÍSICOS INTERNOS ó EXTERNOS ANULAN LA GARANTIA. LOS CONSUMIBLES, DATACARTUCHOS, CARTUCHOS de TINTA, CINTAS, TONERS, CDs, DVDs NO TIENEN GARANTIA!
- SERVICIO TÉCNICO Y ASESORÍA: Contamos con un departamento técnico calificado para poder solucionar cualquier problema durante su periodo de garantía y posteriormente para alguna reparación que necesitara.

**Aceptado(cliente) :** \_\_\_\_\_

**Fecha de aceptación :** \_\_ / \_\_ / \_\_

**Asistente de Tienda**  
EDWIN GEOVANY DIAZ LOPEZ



### SOLUCIONES TOTALES EN ELECTRONICA

Stereon Call Center

NIT:78070171

SOLUCIONES TOTALES EN ELECTRÓNICA, SOCIEDAD ANÓNIMA

Asesora: Fatima Monzon

CORREO: agente06gt@stereon.com.gt

Telefono 41684590

Cotizacion valida por 7 dias a partir del dia 12-11-2024

Validar existencias con asesora que le atendió la cotización si desea el

Modelo	Foto	Nombre	Cantidad	Público (Con)	Total Lista 1 (Con IVA)
MFD-064		MEMORIA USB 3.2 FLASH DRIVE 64GB	1	1 Pieza Q95.00 C/U	Q95.00
					Q95.00

Atentamente  
FATIMA VICTORIA MONZON CARDONA

Asesor de Call Cente

agente06gt@stereon.com.gt

## Anexo 4: Encuesta

Encuesta: <https://forms.gle/7KPejaZLwjdLrXEd6>



### Encuesta Validación de Proyecto

Diseño de materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha. Guatemala, Guatemala, 2025.

mariana.ordonez@galileo.edu [Cambiar de cuenta](#)

 No compartido

*\* Indica que la pregunta es obligatoria*

**Nombre completo \***

Tu respuesta

**Género \***

Femenino

Masculino

**Edad \***

Tu respuesta

**Contexto:**

El medio de comunicación digital Sin Capucha fue fundado en el año 2022 por el periodista independiente Cristian Isaí Guitiérrez en la Ciudad de Guatemala, con el objetivo de informar respetando, promoviendo y defendiendo la libre expresión del pensamiento, los derechos humanos, la igualdad y la justicia.

Debido a que el medio de comunicación digital no cuenta con el diseño de materiales gráficos digitales que logre destacar e incrementar su presencia en las plataformas digitales, es necesario diseñar materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha y aumentar su presencia en las plataformas digitales.

**Parte Objetiva**

A continuación se mostrará una serie de preguntas cerradas, por favor responda Sí o No según su criterio.

**1. ¿Considera necesario diseñar materiales gráficos digitales para informar a la población guatemalteca, acerca de los proyectos y actividades que realiza el medio de comunicación digital Sin Capucha? \***

- Sí  
 No

**2. ¿Considera importante recopilar información verídica del medio de comunicación digital Sin Capuchal, a través de un brief, con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus objetivos? \***

- Sí  
 No

**3. ¿Considera necesario investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el diseño de material digital, a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar científicamente la propuesta del diseño? \***

- Sí  
 No

**4. ¿Considera necesario diseñar una matriz de contenido para informar acerca de los proyectos y actividades de Sin Capucha? \***

- Sí  
 No

**Parte semiológica**

**5. ¿Considera adecuados los colores utilizados para un medio de comunicación digital en la propuesta desarrollada? \***

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

**6. ¿Cree que la tipografía utilizada es adecuada para un grupo de personas de entre 18 a 30 años de edad los cuales están interesados en temas de actualidad, arte, cultura y eventos locales? \***

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

**7. ¿Cree que los elementos visuales (colores, tipografía, imágenes) de la propuesta gráfica son adecuados para un medio de comunicación digital dirigido a un grupo de personas de entre 18 a 30 años? \***

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

**8. ¿Cree que la distribución de los elementos gráficos (imágenes, formas y textos) se integran de forma estética en las piezas gráficas? \***

- Muy integrado
- Poco integrado
- Nada integrado

**Parte operativa**

**9. ¿Considera que la cantidad de materiales de la propuesta son adecuados? \***

Muy adecuados

Poco adecuados

Nada adecuados

**10. ¿Cree usted que el orden de las publicaciones de posts siguen una línea gráfica unificada? \***

Muy unificada

Poco unificada

Nada unificada

**11. ¿Considera que los copy's de cada una de las publicaciones son atractivos? \***

Muy atractivos

Poco atractivos

Nada atractivos

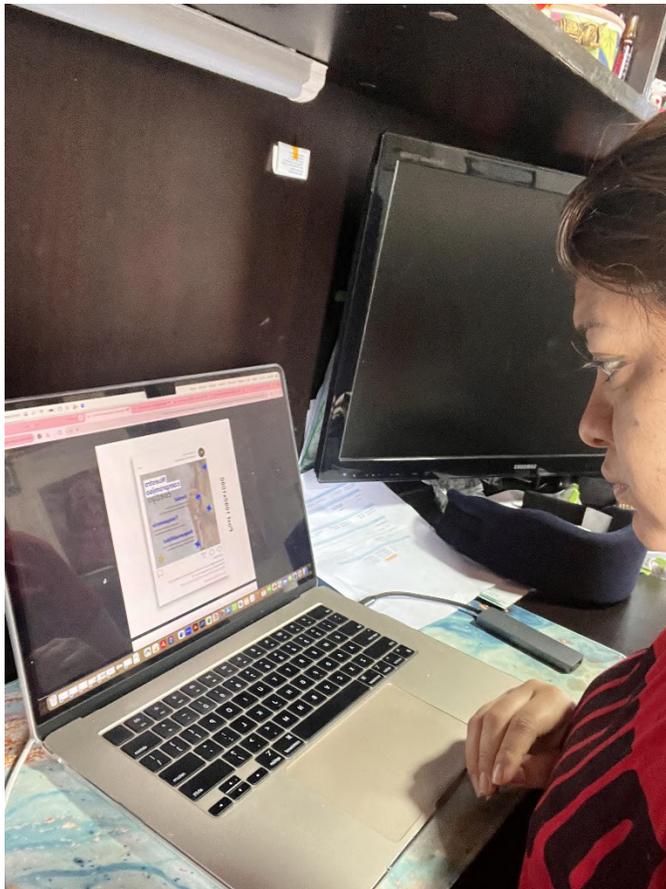
**Gracias por responder esta encuesta.**

Si tiene algún comentario o sugerencia relacionada con el proyecto puede colocarla a continuación:

Tu respuesta

## Anexo 5: Validación

Validación, fotografía Licenciada Karla López de Ayala. (Experta 1)



Validación, captura de pantalla de Licenciada Claudia Alejandra Abigail Marchena. (Experta 2)

Encuesta Validación de Proyecto - Lourdes Mariana Ordoñez Cruz FACOM D4  
20005423 Recibidos x



**Lourdes Mariana Ordoñez Cruz**

mié, 4

Buenas noches Licenciada, espero se encuentre muy bien. Le quería pedir su apoyo por favor en llenar mi Encuesta de Validación de Proyecto



**Claudia Alejandra Abigail Ruiz Marchena** <claudiaruiz@galileo.edu>

jue, 5 sept, 14:27

para mí ▾

Con mucho gusto. Ya está validado el proyecto.

Feliz tarde.

## Validación, captura de pantalla de Licenciada Lourdes Donis. (Experta

3)

Encuesta Validación de Proyecto - Lourdes Mariana Ordoñez Cruz FACOM D4 20005423 Recibidos x

**Lourdes Mariana Ordoñez Cruz** mié, 4 sept, 21:17 ☆  
 Buenas noches Licenciada, espero se encuentre muy bien. Le quería pedir su apoyo por favor en llenar mi Encuesta de Validación de Proyecto como una de l...

---

**Lourdes Donis** <lourdesdonis@galileo.edu> jue, 5 sept, 22:38 ★ ↩ ⋮  
 para mí ▾  
 Con mucho gusto, encuesta completada.  
 ...  
 --  
 --  
 Saludos cordiales,  
  
*Lourdes L. Donis S., M.Sc.*  
[www.about.me/lourdesdonis](http://www.about.me/lourdesdonis)

## Validación, captura de pantalla de Licenciado Christian Emmanuel López

Rossell. (Experto 5)

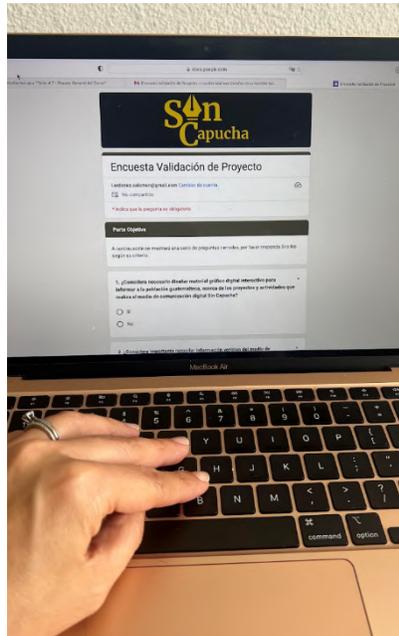
Encuesta Validación de Proyecto - Lourdes Mariana Ordoñez Cruz FACOM D4 20005423 Recibidos x

**Lourdes Mariana Ordoñez Cruz** mié, 4 sept, 21:18 ☆  
 Buenas noches Licenciado, espero se encuentre muy bien. Le quería pedir su apoyo por favor en llenar mi Encuesta de Validación de Proyecto como uno de l...

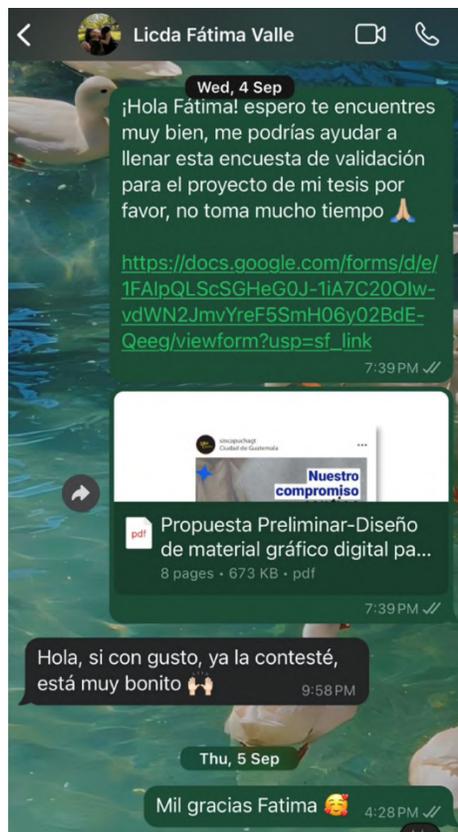
---

**Christian Emmanuel López Rossell** <christian.rossell@galileo.edu> vie, 6 sept, 14:59 ★ ↩ ⋮  
 para mí ▾  
 Estimada Lourdes  
  
 He respondido tu formulario, gracias por permitirme ser parte de este procesos  
  
 Saludos

Validación, fotografía Licenciada Ingrid Ordoñez. (Experta 6)

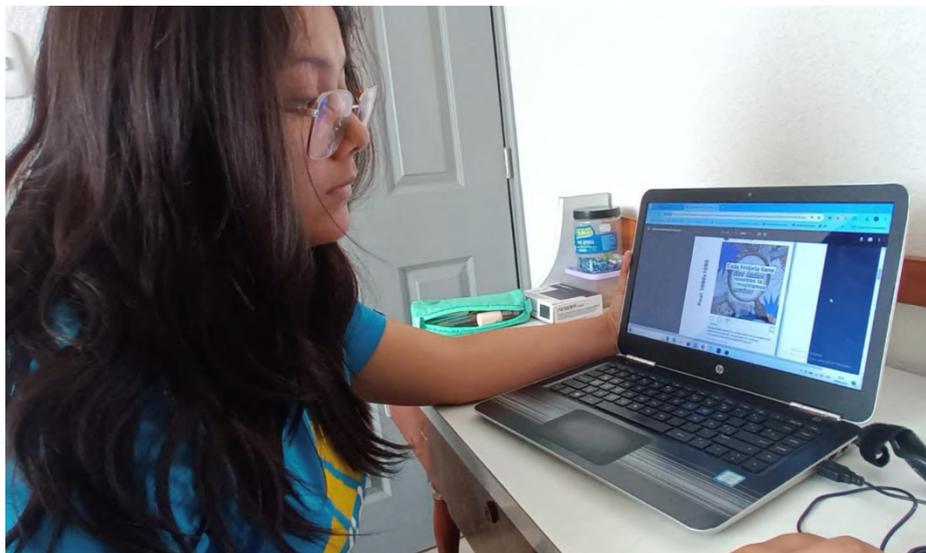


Validación, captura de pantalla Licenciada Fátima Valle. (Experta 7)



Validación del cliente, fotografía Periodista del medio de Comunicación

Digital Sin Capucha Vivi Hernández.



Validación grupo objetivo, captura de pantalla Lizbeth Arévalo.



Validación grupo objetivo, captura de pantalla Daniel Alvarado Paz.



Validación grupo objetivo, captura de pantalla Astrid Meliza Estrada.

