



Diseño Gráfico

Estrategia de diseño para la difusión, promoción y captación de nuevos donantes para el Hogar Jardín de Esperanza.

Fabián Arzamendia

**Tutores:
Rodolfo Silvero**

**Asunción - Paraguay
2021**



ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo 1 Planteamiento del Problema de Investigación	2
1.1. El problema	3
1.2. Formulación del problema	5
1.3. Objetivos	6
1.3.1. General	6
1.3.2. Específicos	6
1.4. Justificación	7
1.5. Limitaciones	9
Capítulo 2 Marco Referencial	10
2.1. Aspectos Históricos	11
2.1.1. Objetivo del Hogar	13
2.1.2. Misión	14
2.1.3. Principios	15
2.1.4. Personería Jurídica	15
2.1.5. ¿Qué busca el albergue?	15
2.2. Antecedentes	16
Capítulo 3 Marco Teórico y Definición de Términos Básicos	18
3.1. Marco Teórico	19
3.1.1. Promoción	19
3.1.2. Difusión	19
3.1.2.1. Formas de difusión	19
3.1.3. Planificación de la difusión	20
3.1.4. Información	21
3.1.5. ONG	21
3.1.5.1. Tipos de ONG	22
3.1.6. Donantes	24
3.1.7. Divulgación	24
3.1.8. Publicidad	25
3.1.9. Diseño	26
3.1.10. Función del Diseñador	27
3.1.11. Voluntariado	28
3.1.12. Recaudación de fondo	28



3.1.13. Beneficencia	29
3.1.13.1. Principios de la Beneficencia	29
3.1.14. Solidaridad	30
3.1.15. Caridad	30
3.1.16. Estrategia	31
3.1.17. Estrategia de Comunicación	31
3.1.18. Procesos para elaborar estrategias	32
3.1.18.1. Establezca el objetivo y las metas de la comunicación	32
3.1.18.2. Elaborar mensajes clave que efectivamente los destinatarios...	33
3.1.18.3. Identifique los canales de comunicación, las técnicas...	33
3.1.18.4. Catalogue los recursos de comunicación accesibles	34
3.1.18.5. Fije y controle los plazos, hitos e indicadores de los planes de acción	34
3.1.18.6. Redacte un documento de estrategia de comunicación	34
3.1.19. Redes sociales	34
3.1.19.1. Facebook	35
3.1.20. Comunicación visual	35
3.1.20.1. Comunicación Visual Casual	35
3.1.20.2. Comunicación visual intencional	35
3.1.20.3. Los 3 Niveles en que se expresan y reciben los mensajes visuales	35
3.1.20.3.1 Representación	36
3.1.20.3.2 Abstracto	36
3.1.20.3.3 Simbolismo	37
3.1.21. Importancia de la comunicación visual	37
3.1.22. Lenguaje visual	37
3.1.23. Elementos del lenguaje visual	38
3.1.23.1.1. El punto	38
3.1.23.1.2. La línea	38
3.1.24. El plano	38
3.1.25. El volumen	39
3.1.26. La forma	39
3.1.27. El color	39
3.1.28. La textura	39
Capítulo 4 Marco Metodológico	40
4.1. Enfoque de investigación	41



4.2. Nivel de investigación	41
4.3. Diseño de investigación	41
4.4. Población y muestra	42
4.4.1. Población	42
4.4.2. Muestra	42
4.5. Tipo de muestreo	42
4.6. Instrumentos y sistema de recolección de datos	42
4.6.1. Encuesta	43
4.6.1.1. Resultados de encuestas	46
Capítulo 5 Síntesis y Diagnóstico	57
5.1. Síntesis y diagnóstico	58
Capítulo 6 Planteamiento del problema de diseño	59
6.1. Planteamiento del problema de diseño	60
6.2. Objetivo general de diseño	61
6.2.1. Objetivos específicos de diseño	61
6.2.1.1. Diseño	61
6.2.1.2. Objetivos específicos de comunicación	61
6.2.1.3. Objetivos específicos de estrategia	62
6.2.1.3.1. Analizar la situación actual	62
6.2.1.3.2. FODA	62
6.2.1.3.2.1. Fortaleza	62
6.2.1.3.2.2. Oportunidades	62
6.2.1.3.2.3. Debilidades	63
6.2.1.3.2.4. Amenazas	63
6.2.1.3.3. Objetivo	63
6.2.1.3.3.1. Tono comunicacional	63
6.2.1.3.3.2. Público	63
6.2.1.3.3.3. Mensaje	63
6.2.1.3.3.4. Objetivos de marketing	64
6.2.1.3.3.5. Canales	64
6.2.2. Objetivos específicos sociales	64
Capítulo 7 Desarrollo de la propuesta creativa	65
7.1. Planteamiento del problema de diseño	66
7.2. Justificación de la propuesta creativa	67



7.2.1. Identidad Gráfica	67
7.2.1.1. Campaña de captación de donantes por redes sociales	68
7.2.1.2. Rediseño de página web	68
7.3. Aspectos comunicacionales	69
7.3.1. Logotipo de Hogar Jardín de Esperanza	69
7.3.2. Códigos tipográficos	70
7.3.3. Códigos cromáticos	71
7.3.4. Flyers para redes sociales	72
7.3.5. Portada para Facebook	73
7.3.6. Página web	74
7.3.7. Plan de implementación	77
7.3.8. PLAN DE REDES SOCIALES - Etapa de lanzamiento	77
7.3.9. PLAN DE REDES SOCIALES - Etapa de Posicionamiento	78
Capítulo 8 Plan de inversión	79
8.1. Presupuesto de horarios profesionales	80
BIBLIOGRAFÍA	81
ANEXO	82



RESUMEN

En el año 2011 inicia el proyecto Hogar Jardín de Esperanza que inquietos por el estado del Paraguay, se origina la necesidad del mejoramiento en la atención y protección integral de los niños y adolescentes víctimas de maltrato, discriminación y siendo portadores del VIH/SIDA provenientes de familias de escasos recursos económicos, es así como surge esta fundación para dar solución a parte de esta situación en el país.

Actualmente la fundación lleva 5 años abriendo las puertas a los niños y adolescentes para brindarles ayuda. La finalidad es alcanzar la cantidad suficiente de donantes para los albergados y próximamente conseguir para todos los que necesitan de esta ayuda.

Desde sus inicios la fundación no ha tenido una comunicación funcional, fundamentalmente se desarrollaba en trípticos, una página web obsoleta y sobre todo de boca en boca.

Esta investigación aspira establecer una estrategia de diseño mediante la renovación de los canales de comunicación digitales del Hogar Jardín de Esperanza que son esenciales para la comunicación de hoy en día.

Esta propuesta busca ser implementada para así ayudar en la comunicación de la fundación y de esta manera mejorar la situación de los niños y adolescentes para tener un futuro digno lleno de esperanza.