

DESARROLLO DE MATERIAL PROMOCIONAL E INFORMATIVO, PARA ALDEAS INFANTILES SOS



Portafolio Académico

Presentado al consejo de la **Facultad de Arquitectura y Diseño**
de la **Universidad Rafael Landívar** por **-Yohanna Garavito Paredes-** previo a optar el
título de **Diseño Gráfico** en el grado académico de **Licenciada**

Guatemala, Enero 2,009

Reg. No. Arq. 01-2009

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
nueve días del mes de enero de dos mil nueve

Con base al resultado de Aprobado obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: "Desarrollo de material promocional e informativo, para aldeas infantiles SOS" presentado por la estudiante Lillian Yohanna Garavito Paredes, previo a su Graduación Profesional de Diseñadora Gráfica en el Grado Académico de Licenciada, se autoriza la impresión de dicho proyecto.


Lic. Jorge Rossi
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO


Arq. Alice María Becker
SECRETARIA DE FACULTAD

Carta de
autorización
de impresión





Universidad
Rafael Landívar
Tradicón Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 242626 ext. 2428
Fax: (502) 242626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. DG. 16-2008

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a quince días del mes de julio de
dos mil ocho.

Por este medio hacemos constar que la estudiante LILIAN YOHANNA
GARAVITO PAREDES, con carné 10265-04, cumplió con los requerimientos del
curso de Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas
correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio
Académico, previo a optar el grado académico de Licenciada.

Licda. Rosario Muñoz
Asesora Proyecto de Investigación

Licda. Franzine Pinelo
Asesora Proyecto de Estrategia

Licda. Leslie Quiñonez
Asesora Portafolio Académico

/MLR
CC. Archivo



Carta de asesores

AUTORIDADES UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

Licda. Guillermina Herrera
Lic. Rolando Alvarado López, S.J.
Lic. Ariel Rivera Irias
Dr. Carlos Rafael Cabarrús, S.J.

Licda. Fabiola De La Luz Padilla de Lorenzana

RECTORA
VICERRECTOR ACADÉMICO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO
VICERRECTOR DE INTEGRACION
UNIVERSITARIA
SECRETARIA GENERAL

AUTORIDADES FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

MA Lic. Ovidio Morales Calderón
Arq. Alice María Becker
Arq. Oscar Reinaldo Echeverría Cañas
MA Licda. Regina López de la Vega
MA Lic. Ovidio Morales Calderón

Arq. Rodolfo Castillo

DECANO
SECRETARIA
DIRECTOR DEPTO. DE ARQUITECTURA
DIRECTORA DEPTO. DISEÑO GRÁFICO
DIRECTOR DEPTO. DE DISEÑO
INDUSTRIAL
REPRESENTANTE DE CATEDRATICOS

TERNA QUE PRACTICÓ LA DEFENSA PRIVADA DE TESIS

Licda. Leslie Quiñonez
Licda. Franzine Pinelo
Licda. Rosario Muñoz

GALERÍA DE TRABAJOS
PROYECTO FINAL DE DISEÑO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Índice

1. Introducción.....	1	9. Medios y formas de distribución.....	22
2. Identificación de la necesidad.....	2	10. Bocetaje y propuesta preliminar.....	26
3. Objetivos de diseño.....	2	11. Validación técnica del diseño preliminar.....	63
4. Marco de referencia.....	2	12. Propuesta final y fundamentación.....	72
-Área de estudio.....	2	13. Producción y Reproducción.....	83
5. Contenido teórico de diseño.....	3	-13.1 Especificaciones técnicas para el	
-5.1 Información general del cliente.....	3	desarrollo de las piezas.....	84
-5.2 Área de diseño:.....	8	-13.2 Informa técnico que acompaña los	
6. Definición del Grupo Objetivo.....	15	archivos digitales para imprenta.....	84
-6.1 Perfil demográfico.....	15	-13.3 Presupuestos de impresión.....	84
-6.2 Perfil psicográfico.....	16	-13.4 Sistema de impresión o reproducción.....	84
7. Proceso de Conceptualización.....	17	14. Conclusiones y Recomendaciones.....	86
-7.1 Concepto central.....	17	15. Bibliografía.....	87
8. Contenidos del material gráfico.....	18	16. Anexos.....	90
-Tabla de requisitos.....	19		

Resumen Ejecutivo

Proyecto de Diseño: ***Desarrollo material promocional e informativo, para aldeas infantiles SOS.***

Para el proyecto de diseño se eligió una fundación que realmente se beneficiara al obtener un diseño ad honorem. Por esta razón se investigo fundaciones que se mantuvieran a base de donaciones y que realmente tuvieran una necesidad clara de diseño. El interés de llevar a cabo este proyecto surge de la necesidad de Aldeas Infantiles SOS de darse a conocer, y la escasez de recursos para hacerlo. Aldeas Infantiles SOS de Guatemala es una Fundación que se encarga de acoger a niños huérfanos y abandonados. Les proporciona comida, educación, salud, ropa, un hogar, y una familia para alcanzar una vida autónoma. Esta fundación se sostiene a base de donaciones. Actualmente no logran cubrir sus necesidades básicas tan fácilmente y esto se debe a que cada día hay menos donadores. Es por esta razón que Aldeas Infantiles SOS necesitaba de algún medio para poderse dar a conocer al público, ya que de esta manera podrían obtener más donaciones para llevar a cabo dichas actividades, y así lograr que estas donaciones sean más frecuentes y abundantes. Para llevar a cabo este proyecto se plantearon objetivos, se investigó y sintetizó hasta establecer el concepto "eliminando oscuridad, iluminando a un niño". Y en base a este diseñaron materiales publicitarios e informativos para llegar al grupo objetivo. Estos materiales están conformados por cinco piezas: Trifoliar, Display, 4 Insertos, Booklet y una presentación digital. Cada una cumple con el objetivo de informar o promocionar, y todas estas están realizadas bajo el mismo concepto, y con la intención de impactar al recipiente.

1. Introducción:

Aldeas SOS Guatemala es una Fundación que se encarga de acoger a niños huérfanos y abandonados. Les proporciona comida, educación, salud, ropa, un hogar, y una familia para alcanzar una vida autónoma. Ellos adoptan un modelo familiar de carácter universal, cuyo contenido está definido por las características sociales y culturales propias de cada país, en este caso Guatemala. Su misión es integrar social y familiarmente a los niños y niñas que no sean confiados con sus familias o en su entorno, de esta manera se logra conseguir que sean y se sientan ciudadanos válidos para la sociedad.

Aldeas Infantiles SOS necesita de algún medio para poderse dar a conocer al público, ya que de esta manera obtendrán más donaciones para llevar a cabo dichas actividades.

Para llevar a cabo este proyecto se plantearon objetivos, se investigó y sintetizó hasta establecer el concepto "eliminando oscuridad, iluminando a un niño". Y en base a este diseñaron materiales publicitarios e informativos para llegar al grupo objetivo.

Estos materiales están conformados por cinco piezas: Trifoliar, Display, 4 Insertos, Booklet y una presentación digital. Cada una cumple con el objetivo de informar o promocionar.

A continuación se presenta el proceso de diseño:

2. Identificación de la Necesidad de Diseño

Hace falta comunicar a público en general la labor de Aldeas Infantiles SOS a favor de los niños que son separados de sus padres o niños huérfanos guatemaltecos y la importancia de las donaciones para que ellos continúen con su labor.

3. Objetivos de diseño

- Proponer un material publicitario que de a conocer la imagen de Aldeas Infantiles SOS para crear interés, y una identidad visual, dirigido a personas y empresas que puedan ser posibles donadores.
- Diseñar un material informativo que facilite información acerca de la labor e importancia de Aldeas Infantiles SOS y que de a conocer la importancia de las donaciones.

4. Marco de referencia

4.1 Área de estudio:

¿Que pasa con los niños de la calle?

Según el artículo "Niños en la actualidad", publicado por la corporación Human Rights Watch, la cifra de niños de la calle en Guatemala varía entre 1.500 y 5.000; la mayoría de los cuales residen en ciudad capital. De esta cifra un 20 a 30 por ciento esta constituido por niñas.

Según este artículo en Guatemala, la mayoría de los niños sin hogar viven y duermen en la calle, o se refugian en parques, bajo escaleras o en portales. Unos cuantos dormían en hoteles baratos donde pagaban un cuarto haciendo un fondo común entre amigos.

Sesenta y cinco por ciento de los niños de la calle de Ciudad de Guatemala están en edades comprendidas entre los diez y los diecisiete años. En su mayoría el resto tienen dieciocho años o más, y sólo el tres por ciento son menores de diez años. La mayoría viven en el área centro de Ciudad de Guatemala, y más del sesenta por ciento son de la misma Ciudad de Guatemala. Entre 10 y 15 por ciento han llegado a Guatemala procedentes de países centroamericanos vecinos, sobre todo de Honduras y El Salvador. El 25 por ciento restante proceden tanto de otras áreas urbanas como rurales de Guatemala.

Aunque existen niños de la calle en otras ciudades guatemaltecas, los programas de promoción y acogida no gubernamentales están concentrados principalmente en Ciudad de Guatemala. En ninguna parte del país existen programas gubernamentales para niños de la calle.

Entre los niños de la calle guatemaltecos está extendida la práctica de inhalar los gases que emana el pegamento o el solvente; se drogan para escapar del dolor, el hambre y el desamparo. Setenta y cinco por ciento de los niños de la calle guatemaltecos confesaron en dicho artículo que eran consumidores habituales o adictos a los inhalantes.

Las fuentes principales de ingresos de la mayoría de estos niños son el robo, la prostitución y la mendicidad. Los educadores de la calle dicen que la mayoría de los niños de la calle se dedican a los robos

de poca monta, y que la mayoría de las niñas de la calle se prostituyen, empezando normalmente a los doce años. El uso de preservativos no es frecuente y la tasa de embarazos entre las niñas de la calle es elevada.

Es por esto que es realmente importante la labor de Aldeas Infantiles SOS, ya que si los niños siguen en la calle exponiéndose a tantos peligros, delincuencia y abusos, es muy probable que terminen en un centro penitenciarios como: TOM, REMAR, pavoncito, pavón, gaviotas, gorriones, entre otros. (Para ver más información de la situación actual de la niñez en Guatemala ver anexo 6)

¿Qué es una donación?

Según la página de Internet es.wikipedia.org, una donación es la acción de dar fondos u otros bienes materiales generalmente. Muchas organizaciones sin fines de lucro tienen como principal fuente de financiamiento las donaciones de los interesados. Algunos ejemplos de esto son organizaciones de ayuda social (internacionalmente UNESCO, UNICEF), de preservación del ambiente (WWF, Greenpeace) e instituciones religiosas.

Aldeas Infantiles SOS es otra de las organizaciones que se sostiene a base de donaciones, pero actualmente son muy escasas y necesitan subir los ingresos para poder seguir funcionando.

¿Qué es una corporación sin fines de lucro?

El Centro para corporaciones no lucrativas define una corporación sin fines de lucro como una organización constituida para ofrecer un beneficio público, y no para obtener una ganancia con sus actividades. Las

corporaciones sin fines de lucro tienen generalmente un propósito literario, de salud, educativo, de seguridad pública, científico, artístico o caritativo; la mayoría llevan a cabo sus actividades con fondos donados o con subsidios y con personal voluntario o con salarios bajos.

5. Contenido teórico de diseño

5.1 Información general del cliente:

La página de internet de Aldeas Infantiles SOS indica que son una organización internacional privada a nivel mundial de ayuda a la infancia, sin ánimo de lucro, interconfesional e independiente de toda orientación política. Miembro de la UNESCO y con un asesor permanente en el Consejo Económico y Social de la ONU.

Su objetivo es ofrecer a los niños y niñas una familia, un hogar estable y una formación sólida para alcanzar una vida autónoma. Adopta un modelo familiar de carácter universal, cuyo contenido está definido por las características sociales y culturales propias de cada país.

Su labor es integrar social y familiarmente a los niños y niñas que no sean confiados de forma eficaz y positiva, impulsando su autonomía y emancipación en igualdad de derechos y obligaciones que el resto de jóvenes, consiguiendo que sean y se sientan ciudadanos válidos para la sociedad.

Historia de Aldeas Infantiles en Guatemala:

La página oficial de Aldeas Infantiles SOS, cuenta que en la madrugada del 4 de febrero de 1976, Guatemala despertó sobresaltada por un fuerte sismo. El

epicentro se localizó a ciento cincuenta kilómetros al noroeste de la ciudad, cerca de Gualán, Zacapa y el hipocentro, a cinco kilómetros de profundidad aproximadamente. La fase de destrucción duró solamente cuarenta y nueve segundos, y la intensidad fue de 7.6° en la escala de Richter, aproximadamente la energía equivalente a la explosión de dos mil toneladas de dinamita. El trabajo fue arduo las ambulancias no se daban a vasto y los hospitales habían rebasado su capacidad. Civiles, bomberos y miembros del Ejército se organizaron en brigadas de rescate, y con palas, piochas y azadones, se dedicaron a descombrar y buscar sobrevivientes entre las ruinas y los montones de piedras y adobe que habían quedado sobre las calles.

El terremoto dejó en su recorrido a más de veinte y tres mil personas fallecidas, setenta y seis heridos y más de trescientos setenta y cinco mil personas damnificadas en su mayoría niñas, niños y jóvenes que quedaron en orfandad.

De forma inmediata muchas Organizaciones y personas a nivel Internacional y Nacional intervinieron brindando su ayuda de diversas manera, de forma que los daños que el terremoto había dejado en su recorrido fueran poco a poco amenguando y el país pudiera salir adelante cuanto antes. Surge la iniciativa de la señora Elisa Molina Martínez de Stahl y el licenciado Pablo Porres Rodríguez, quienes acuden a SOS-Kinderdörfer International, solicitando ayuda para la atención de miles de niños y niñas que habían quedado en orfandad a consecuencia de dicho fenómeno natural.

Luego de realizar todas las gestiones necesarias para que el programa de SOS-Kinderdörfer International, "Aldeas Infantiles SOS" entrara en

funcionamiento en Guatemala, el 15 de marzo de 1,976 a un mes y días del terremoto, son Autorizados y Reconocidos los Estatutos la Asociación de Aldeas SOS de Guatemala, mediante Acuerdo Gubernativo del 15 de marzo 1,976.

Para el año de 1,979, se empieza la construcción de la Aldea Infantil SOS en la cabecera de Retalhuleu en el departamento de Retalhuleu, Guatemala, la cuál es oficialmente inaugurada 16 mayo de 1,983, y el 15 abril de ese mismo año, se establece la cuarta aldea, en el municipio de Jocotán, del departamento de Chiquimula, Guatemala.

A finales de 1996 se trasladaron las primeras familias SOS a sus nuevos hogares en Ciudad San Cristóbal, Mixco municipio de Guatemala. La mayoría procedían de la antigua Aldea Infantil SOS San Juan Sacatepéquez, que fue transformada en Centro de Desarrollo Infantil, hoy convertido en Centro Social SOS. Se eligió este lugar para darles un hogar seguro tanto a los niños y niñas de San Juan Sacatepéquez, como a los niños y niñas abandonadas y huérfanos de Ciudad de Guatemala.

En febrero de 1,999 se abre el segundo Centro de Desarrollo Infantil en San Juan Sacatepéquez, donde había estado la primera aldea infantil. En octubre de 2,001 inicia la quinta aldea infantil ubicada en el municipio de San Jerónimo, del departamento de Baja Verapaz, esto fue posible con el apoyo de los amigos SOS de Suiza.

Misión:

"Lo que queremos para todos los niños del mundo:

Cada niña y cada niño pertenece a una familia y crece con amor, respeto y seguridad”

Visión:

“Lo que hacemos:

Creamos familias para niñas y niños necesitados, los apoyamos a formar su propio futuro y participamos en el desarrollo de sus comunidades”

Los 4 Pilares Básicos

Los cuatro principios concebidos por Hermann Gmeiner, el fundador de Aldeas Infantiles SOS, son los cuatro pilares pedagógicos en los que se cimenta esta labor.

La madre SOS: Todo niño acogido en Aldeas Infantiles SOS tiene como referencia afectiva una madre SOS quien comparte sus preocupaciones, deberes y alegrías. Es la responsable del Hogar y proporciona a los niños, amor, amparo y confianza, sentimientos que todo niño precisa para un sano desarrollo, junto a una sólida educación.

Los hermanos: Una familia SOS se compone de 6 a 10 hermanos y una “Madre SOS”. Niñas y Niños de diferentes edades viven juntos, lo que da paso a una sana interacción de experiencias donde los más pequeños aprenden de los hermanos mayores, cada uno disfruta del cariño del otro y asumen pequeñas responsabilidades dentro del seno de la familia. Los hermanos sanguíneos no se separan, permaneciendo juntos dentro de una misma Familia SOS.

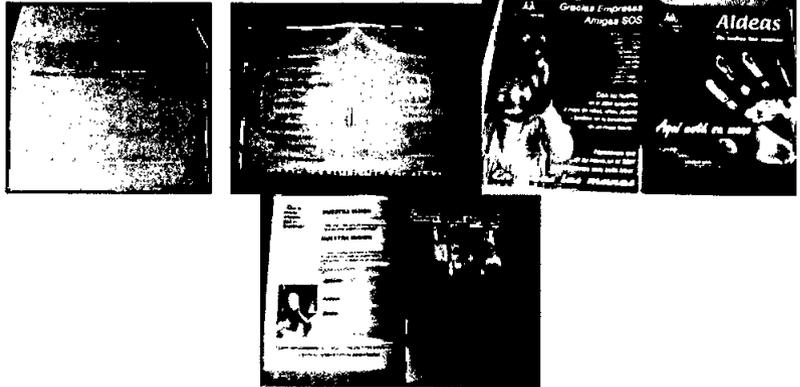
El Hogar: Cada familia SOS vive en su propia casa que representa para el niño un hogar estable. Las casas de las Aldeas Infantiles SOS han sido concebidas y edificadas de modo que faciliten la educación de los niños

La Aldea Infantil SOS: Una Aldea Infantil SOS comprende normalmente de 8 a 12 casas. Es, después de la familia, la Comunidad Educativa más grande a la que pertenece el niño, y le ofrece a este la posibilidad de establecer, a un nivel más amplio, contactos que promueven su desarrollo.

Antes de comenzar a crear una nueva línea de diseño se hizo un pequeño análisis de lo que ellos habían hecho anteriormente tomando en cuenta que todos los materiales iban dirigidos al mismo grupo objetivo, que son los posibles donadores, los materiales se analizaron por elemento, y dichos materiales fueron:

booklets, display, bumper stickers, trifoliales, entre otros:

Elemento	Ejemplo	Análisis
Color		<p>En las piezas analizadas no se encontró unidad en cuanto al color, ya que cada pieza manejaba una gama totalmente distinta de colores. Utilizaban bloques de color, degradados, brillos y sombras. La identidad visual no estaba presente por la variedad de opciones.</p>
Tipografía		<p>Al analizar la tipografía se notó que no utilizaban las mismas en ninguna de las piezas, en la mayoría de los casos utilizaban Arial para textos y para los títulos variaban mucho. Por lo mismo tampoco se lograba una línea de diseño unificada en los materiales.</p>

<p>Ilustración</p>		<p>Las ilustraciones no tenían un mismo estilo. El manejo de línea y color era distinto en todas.</p>
<p>Diagramación</p>		<p>La diagramación estaba conformada por distintos tipos de ejes, columnas y colocación de elementos. No se podía visualizar una unidad que marcara cierta identidad entre los materiales ya que todos manejaban distintos tipos de organización y colocación de los elementos.</p>
<p>Concepto</p>		<p>Cada una de las piezas fue trabajada bajo un concepto distinto y por la misma razón no se logra una línea de diseño unificada.</p>

5.2 Área de diseño:

Campaña publicitaria: Según la pagina www.mailxmail.com una campaña se define como: "El conjunto de elementos y mensajes publicitarios que se realizan básicamente a través de los medios de comunicación, sin embargo, una campaña no sólo es un conjunto de spots, carteles, material POP y demás promoinstrumentos que cotidianamente se ven por diferentes medios de comunicación. Detrás de cada anuncio existe un trabajo coordinado que permite convertir la labor creativa en una estrategia de comunicación. El camino comienza lógicamente por el anunciante, que es quien demanda el desarrollo de una campaña, para lanzar al mercado un nuevo producto, para reforzar la confianza de los consumidores en uno ya existente u otro objetivo.

Material informativo: Es el que se encarga de la difusión pública de un acontecimiento de interés social; es la propagación de un hecho desconocido (Marín, 2005)

Según Morán, en el artículo "comunicar no es informar" lo relevante de la información son las consecuencias de posibilidades de acción que se pueden sacar de esta, los juicios de posibilidades y las evaluaciones de resultados, con el propósito de producir alguna acción futura basada en un nuevo compromiso.

Según la Guía para el diseño y elaboración de materiales informativos, por Younger, Wittet y Hooks, todo material informativo debe tener un mensaje. Este tiene la función de informar al lector lo que se desea.

Al crear estos se debe tener presente la importancia de lo que se está pidiendo a la audiencia. Lo que se solicite debe causar un impacto y llevar a que la gente actúe. La acción puede ser pasiva, como por ejemplo: "aprecie a los vacunadores voluntarios". También puede ser activa, como por ejemplo: ¡Lleve a vacunar a sus niños!". Sea lo que sea que se desea que la gente haga, hay que comunicarlo de la forma más explícita posible en todos los materiales.

Una buena manera de aprender acerca de la elaboración de mensajes es observando las campañas electorales. Si se observa una campaña política en la televisión, se puede notar como los mismos argumentos se repiten una y otra vez, por ejemplo: "Crearemos más empleos". Los mensajes son, por lo general, emotivos, directos, se basan en hechos y son cortos. Si un mensaje es diseñado de manera eficaz se verá repetido en los titulares de los periódicos, en las noticias televisivas e informes de radio. En otras palabras, será recordado.

En última instancia, ¿qué es lo que espera que la población destinataria haga, sienta o diga? Una cosa es decirle la población que Aldeas Infantiles SOS se sostiene a base de donaciones, y otra muy distinta es decirles sin su ayuda no podrán ser lo que son actualmente.

Personalidad e identidad gráfica de campaña: La pagina de Internet Rincón del vago, en el artículo "Diseño publicitario" afirma que se conseguirá darle una personalidad propia a un diseño publicitario si se le otorga un sitio que lo diferencie, en especial, de la competencia.

Uno de los mayores valores va a ser llegar a un estilo propio y que ese estilo sea aplicable a cualquier soporte.

Es preciso dar continuidad a la estética en todas las aplicaciones publicitarias para llegar a establecer una identidad definida. Esto se va a conseguir con:

- 1) Utilizar las mismas tipografía (máximo 2) y que esas 2 sea las que se apliquen a toda la campaña, y procurando que cada una de ellas posea una cualidad.
- 2) La técnica gráfica debe ser constante en todos los medios, por ejemplo si se utiliza fotos en blanco y negro, utilizarlas así en todos los soportes.
- 3) Combinación de colores similares.
- 4) Utilizar elementos decorativos complementario (filetes, márgenes, blancos...)

Publicidad corporativa: Se puede definir como una actividad de la publicidad que mediante un mensaje publicitario o campaña publicitaria tiene el propósito de: 1) Promover el nombre, la imagen, la actividad o la reputación de una empresa o corporación; y 2) crear y establecer una actitud favorable en su público objetivo y en los medios de comunicación.

Complementando ésta definición, cabe señalar que la publicidad corporativa transmite la imagen de la empresa, por ejemplo, dando a conocer la antigüedad de ésta, los proyectos sobresalientes que haya o esté realizando, el prestigio y reconocimiento de los clientes de un producto o servicio y todos los beneficios que

distingan a la empresa sobre la competencia. (www.marketingpower.com)

O'Guinn, Allen y Semenik, definen la publicidad corporativa como la publicidad que tiene el propósito de establecer una actitud favorable hacia una empresa como un todo, no solo hacia una marca específica.

Material Publicitario: La pagina www.marketing-xxi.com define el diseño publicitario, como la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como; revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos, etc. Son las obras audiovisuales y gráficas, así como todas las partes componentes de las mismas que constituyen los mensajes publicitarios de las campañas difundidas a través de cualquier medio y soporte considerados convencionales.

La publicidad es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción.

A través de la investigación, análisis y estudio de numerosas disciplinas; tales como: la psicología, sociología, antropología, estadística, y la economía que son halladas en el estudio de mercado se podrá desarrollar un mensaje adecuado para el público.

La publicidad llega al público a través de los medios de comunicación, dichos medios de comunicación emiten los anuncios a cambio de una contraprestación previamente fijada para adquirir dichos espacios en un contrato de compra y venta por la agencia de publicidad y el medio, emitiendo el anuncio en un

horario dentro del canal que es previamente fijado por la agencia con el medio, y con el previo conocimiento del anunciante, dicho contrato es denominado contrato de emisión o difusión.

En ocasiones determinados productos adquieren relevancia debido a la publicidad, no necesariamente como consecuencia de una campaña intencionada, sino por el hecho de tener una cobertura periodística relevante. En Internet o tecnologías digitales se habla de publicidad no solicitada o spam al hecho de enviar mensajes electrónicos, tales como correos electrónicos, mensajería instantánea celular, u otros medios, sin haberlo solicitado, por lo general en cantidades masivas. No obstante, Internet es un medio habitual para el desarrollo de campañas de publicidad interactiva que no caen en invasión a la privacidad, sino por el contrario, llevan la publicidad tradicional a los nuevos espacios donde se pueda desarrollar. (es.wikipedia.org)

Braham (1999), hace referencia que los tipos de materiales varían según las necesidades requeridas y a qué grupo objetivo van dirigidos, dentro de los cuales se pueden enumerar los principales y más comunes: volantes, afiches, tarjetas de presentación.

Entre los materiales publicitarios más comunes están los volantes, presentaciones, trifoliales, bifoliales, display publicitario, entre otros.

Booklet: Son las publicaciones que ofrecen información sobre una serie de productos o servicios, de una empresa. Es el mejor medio que tiene una empresa para ofrecer publicidad sobre sus productos directamente al consumidor, aunque esta sea un poco

elevada de costo, permite enseñar de una forma correcta todos los contenidos deseados por la empresa, sin limitar calidad ni espacio en la publicación de sus productos.

La forma de diseñarlo en la calidad del papel, la posibilidad de utilizar muchas imágenes y extenderlos en los textos, puede permitir idear la creación de un producto eficazmente atractivo, un escaparate sobre papel que despierte el interés y la atención del público objetivo. Si se trata de una empresa con un cierto prestigio, se cuidarán minuciosamente hasta el último detalle, en cuanto a la calidad del papel, las imágenes, etc. Si se trata de productos más corrientes y ofertados, se optará por un diseño menos elegante y más sencillo. Las partes que comprenden un booklet son: El contenido, la portada y la contraportada.

En el resto de publicaciones, revistas, periódicos etc., la portada y contraportada son las partes más vistosas que deben contener la información más relevante y atractiva. Esto hace que el diseño guarde especial cuidado en estas zonas.

El objetivo principal del diseño de un booklet publicitario, es conseguir de una forma eficaz, que los contenidos del mismo, lleguen al público u consumidor, que sean de su agrado, y les parezcan atractivos de una forma clara, ordenada y estética. (<http://fotonostra.com>)

Volante: Es el término con el que se denomina a aquellos folletos de pequeñas dimensiones y gramajes reducidos y que se utilizan para transmitir información publicitaria sobre productos y servicios de una empresa (<http://fotonostra.com>)

Los volantes publicitarios alcanzan muy buenos resultados para dar a conocer algún producto o servicio de alguna empresa. Esto por muchas razones; primero, por su facilidad de distribución, ya que este medio puede repartirse de una forma masiva, sin un límite de área en específico. Además la elaboración de volantes es barata y puede ir dirigido a un público en general. Los aspectos que se recomiendan tener en cuenta para un buen diseño de volantes, es incorporar y acomodar elementos clave para llamar la atención del cliente para engancharlo a conocer en el producto o servicio que se le ofrece, de esta manera se le invita a ser un consumidor potencial. Estas estrategias de mercadotecnia, consisten en la planificación de una buena campaña o plan publicitario. La primera etapa es empezar por un buen diseño gráfico, en donde se trabaja con la estética y armonía de elementos, colores y figuras bien estructurados. Esto va de acuerdo con el diseño de imagen corporativa de la empresa, es decir, si se está promocionando algún producto que va dirigido a un mercado joven, el diseño tendrá colores e imágenes llamativas y divertidas. Si por otro lado se prestan servicios profesionales, entonces el diseño de imagen corporativa deberá transmitir seriedad y experiencia.

Pero, la efectividad de este medio publicitario, no se debe solo a un diseño bien elaborado. Hay que tomar en cuenta que la tarea de distribución es vital para esta herramienta, así, que se debe definir estratégicamente las áreas y lugares en donde distribuirán. (www.reparto-volantes.com)

Presentación digital: Es un producto multimedia (Término genérico para cualquier combinación de media digital variada como sonido, video, animación, gráfico y texto incorporados dentro de una

presentación o "software product" (<http://www.adan.design.com>)) resultado de un programa de cómputo especializado dedicado a la creación y visualización de diapositivas digitales.

¿Qué son las diapositivas digitales?

Son el elemento de soporte que en conjunto constituyen la presentación digital, a cada una de ellas se podría identificar como una "hoja, lámina o página" en la que se puede escribir, dibujar, insertar y fijar información.

Utilidad de las presentaciones digitales: Constituye un mecanismo que facilita recordar. La forma de entrega puede ser flexible. El diseño ayuda a la interactividad con la información y el público. (www.slideshare.net)

Display: Elemento publicitario de pequeño tamaño que se coloca sobre el mostrador, en el escaparate o sobre anaqueles en el punto de venta. El display encuentra, pues, su espacio natural en el comercio minorista: farmacias, relojerías, tiendas de confección, etc.

Generalmente, está fabricado en cartón ondulado e impreso en offset con acabados de alta calidad (barniz ultravioleta, 'stampings', relieves, etc.) En la parte posterior, lleva un pie o unas alas desplegadas sobre las que se apoya.

El display es una forma de Publicidad en el Punto de Venta (PLV) que actúa como un 'vendedor silencioso'. En muchas ocasiones, sirve de soporte a campañas publicitarias lanzadas en otros medios y, en todo caso, apoya la venta del producto. La tienda es donde se

deciden la mayor parte de las compras y la misión del display es maximizarlas.

Su localización y dimensiones no dan lugar a realizar grandes argumentaciones, por lo que se limita a incorporar una imagen clara y sugerente acompañada por un eslogan o la marca del producto. (es.wikipedia.org)

Fotografía: Las fotografías digitales son imágenes del mundo real digitalizadas. Esta digitalización consiste en tomar una visión del mundo y transformarla en un número de píxeles determinado (por los megapíxeles), que formarán la imagen digital final. A cada píxel le corresponde un color y un lugar en una imagen.

Una gran ventaja de la fotografía digital, es la rápida "revelación". Las imágenes pueden verse inmediatamente a través de una pantalla LCD o un monitor. También resultan ser mucho más baratas que las fotografías comunes. Y actualmente la calidad de las fotografías digitales ya equiparó a las tradicionales. (ALEGSA)

Términos fotográficos

Punto focal: según la página de Internet www.foroidea.com el punto focal es el punto del eje óptico, situado en el plano focal, donde se reúnen los rayos de luz cuando el objetivo está enfocado al infinito. Es el primer punto al cual se dirige la vista.

Encuadre simple: la página de Internet www.fotonostra.com dice que se puede añadir un elemento extra en una composición, encuadrando el tema principal dentro de una forma del primer plano o del fondo. También el formato de la foto condiciona la

imagen. Un encuadre horizontal, resalta el espacio, uno vertical, la magnificencia.

Toma a nivel: la página de Internet www.fotonostra.com también dice que la toma a nivel es cuando la fotografía se realiza desde el mismo nivel del objeto tomado, ni por encima ni por debajo de él. Sirve para mostrar o describir algo de manera "natural" u "objetiva".

Toma en picado: Es cuando la imagen se toma desde una posición más alta que el objeto fotografiado, de arriba hacia abajo. Debido a la perspectiva que se produce el motivo, se ve disminuido en tamaño cuando se utilice sobre personas puede connotar en algunos casos poca importancia, debilidad o humillación.

Toma en contrapicado: Es cuando la fotografía se realiza desde un lugar más bajo que el motivo tomado, quedando este más alto que la cámara.

Fotografía en el exterior: Es la que tomada afuera, por lo tanto utiliza en la mayoría de los casos iluminación natural, ya sea de sol o de la claridad presente.

Fotografía en el interior: Es la que es tomada adentro por lo tanto utiliza iluminación artificial por medio de lámparas, flash, o cualquier otro medio.

Elección de la Tipografía en medios digitales:

Según Gracias, 2007 En el momento de elegir la tipografía adecuada para un diseño hay que establecer cuidadosamente la imagen que se desea transmitir a través de ella. El primer objetivo que debe tener un diseñador a la hora de ponerse a trabajar con textos

es que éste sea legible, es decir que facilite la lectura al posible receptor de ese trabajo.

Según Zapata (2002), la selección y uso de tipografía es quizá el elemento más difícil dentro del proceso de diseño de un material digital. El autor afirma que la tipografía asume un doble papel tanto como comunicador visual y como verbal. La tipografía ayuda a distinguir visualmente grupos de texto y de esta manera ayuda al usuario a predecir que tipo de información encontrara en ciertas áreas de la presentación.

En la página de Internet http://es.wikipedia.org/wiki/Diseño_de_páginas_web se afirma que para escoger la tipografía que se va a emplear en un material digital, se debe de tener en cuenta que se está diseñando un documento para ser leído en la pantalla de un ordenador.

Además, es mejor no apurar mucho los bordes de la pantalla del ordenador: las líneas cortas se leen con mayor facilidad que las largas. Se puede forzar esto situando el texto en una tabla de una sola columna y sin bordes, definiendo que ocupe solo el 85-90 % de la pantalla.

Se afirma que se deben de usar tipos de letra que sean casi universales, como Arial o Verdana, ya que el usuario solo podrá ver los tipos de letras que tiene instalados en su ordenador. De nada sirve que se utilicen letras raras que solo uno pueda ver. Si se desea usar alguna tipografía especial para un titular o logotipo, se debe de convertir en una imagen, con lo que se garantiza su correcta Visualización.

No se debe usar el subrayado para destacar un texto: en los medio digitales se está acostumbrado a que las

partes subrayadas sean enlaces y la gente suele pulsar sobre ellos esperando acceder a otra página. También se debe de evitar el uso del "blink" o texto parpadeante. Es muy molesto y perturba la lectura del texto.

Cyan:

Uno de los colores primarios llamados sustractivos junto con el amarillo y el magenta. Su tonalidad es azul claro y su nombre viene del griego ciano. En el campo de las artes gráficas forma parte del sistema de cuatricromía o proceso compuesto por cian (El cual no es exactamente el cian fotónico, sino más bien azul celeste), magenta, amarillo (yellow) y negro o key. Por las iniciales CMYK. En los comienzos de este sistema de impresión a todo color, los operadores de prensas utilizaron el color negro de cuatricromía como plantilla para registrar o hacer coincidir los colores restantes y lograr el efecto multicolor que surge de mezclar los cuatro en diferentes proporciones, por ejemplo: si mezclamos un 100% de cian con un 100% de magenta obtendremos un azul parecido al índigo pero si disminuimos el porcentaje de uno, otro o ambos, resultarán distintos tonos de violeta y azul. (es.wikipedia.org)

Cyan	
- Coordenadas de color -	
HTML	#00FFFF
RGB	(0, 255, 255)
CMYK	(100, 0, 0, 0)
HSV	(180°, 100%, 100%)

Según lo menciona Swann (2002), en cualquier proyecto que se emprenda, es susceptible de implicar la utilización del color, pero ciertas consideraciones económicas pueden imponer una restricción a unos pocos colores e incluso a diversos tonos de un mismo color.

Factores a tomar en cuenta al enviar materiales informativos a una empresa: Según un artículo escrito por Marieia Tebé en la página de Microsoft es muy importante tomar en cuenta varios factores al enviar cualquier tipo de material a una empresa, más aun en este caso que se trata de buscar posibles donadores, siendo estas empresas grandes. Por lo mismo, Tebé recomienda tomar en cuenta los siguientes factores:

- Cuidar la ortografía. Si algún error o falta de ortografía está distorsionando el efecto global, los ojos caerán en él rápidamente y nos harán olvidar el resto.

- Signos de puntuación: Al contrario de lo que pueda parecer, el excesivo uso de las comas no hace más fácil la lectura de un texto. La mayoría de veces lo recarga en exceso y dificulta su lectura, haciéndola pesada y farragosa. Se debe acostumbrar a utilizar todos los signos de puntuación en su justa medida.

- Tipografía. La tipografía es el conjunto de caracteres alfabéticos que se van a utilizar en las comunicaciones. Los procesadores de texto y las impresoras modernas facilitan el uso de múltiples tipografías. Uno de los aspectos importantes de la imagen corporativa es la selección de una tipografía oficial para todos los comunicados, ya sean internos o externos.

- La alineación también cumple sus funciones: por una parte facilita la lectura y por otra, dar lugar a documentos agradables de leer. En este sentido, la justificación completa da lugar a documentos estéticamente uniformes, mientras que el margen derecho sin justificar da lugar a documentos "más vivos y directos".

- Para conseguir una lectura fácil y minimizar las distracciones, lo correcto es utilizar el doble espaciado entre líneas.

- Uso de negritas, subrayados y cursivas para destacar aspectos importantes del texto, procurando no abusar de los mismos para que no resulte excesivamente recargado y pierda con ello su objetivo principal.

- Por lo general, los párrafos cortos invitan más a la lectura que los que son demasiado largos.

Además de estas consideraciones generales, el particular enfoque y objetivos comerciales del material que se dirija al cliente lleva a prestar especial atención a algunos aspectos más concretos:

- Una de las claves del éxito de está en la elección de las bases de datos de las personas a las que se les va a enviar. Estas pueden ser, tanto de clientes actuales o ex-clientes, como de clientes potenciales.

- Y por último, se coloca en orden la información, un ejemplo de un buen esquema sería:

Introducción

Objetivo: Captar la atención

Contenido: Pregunta general, información sorprendente, etc.

Nudo I

Objetivo: Suscitar interés

Contenido: Adaptar nuestros argumentos al grupo o subgrupo.

Nudo II

Objetivo: Provocar deseo

Contenido: Adaptar mis argumentos a la persona.

Desenlace

Objetivo: Invitar a la acción

Contenido: Cierre de la acción comercial: cómo hacer el pedido, etc.

Despedida

Objetivo: Información de contacto

Contenido: Frase de despedida, firma, empresa y cargo.

Formato: Según Melgar, (2002) se refiere a la posición en que se usara en papel es decir, vertical o horizontal. Esto dependerá en gran medida de las intenciones del mensaje y de la estética de la composición.

6. Definición del grupo objetivo

6.1 perfil demográfico

Según el instrumento realizado, (ver anexo 1) el grupo objetivo es conformado por hombres y mujeres, clase media, sus ingresos mensuales son superiores a los Q5000, aunque la cuarta parte gane entre los Q2000, y Q3000. Según el instrumento que se pasó para definir el grupo objetivo, la mayoría de las mujeres son amas de casa y los hombres son jefes o empleados de alguna empresa privada. La mayoría visita pradera concepción y pradera zona 10, aunque un poco más de la cuarta parte también visita miraflores. En su mayoría viven en zona 15, 10, y carretera a el salvador. Casi un 90% de los encuestados pagan sus compras con tarjeta de crédito o efectivo, y un 25% con cheque. Entonces esto quiere decir que reciben mensualmente correo de bancos o tarjetas de crédito.

En el caso de las personas que ganan mensualmente el sueldo mínimo, o cantidades menores es más difícil que hagan donaciones ya que ellos de por sí carecen de suficientes recursos para proporcionarle a su propia familia alimentación y, en el mejor de los casos educación. Por otro lado las instituciones privadas históricamente han sido poco creativas en la dinámica de las donaciones, ya que siempre sus intervenciones

van acompañadas de materiales con diseños pobres, e imágenes de niños que causen lastima y de esta manera reduce el ánimo de donar.

Según Morales, en un artículo realizado para IDEM, en el 2004 Guatemala tiene una mayoría de población joven: del total de la población, el rango de 15 a 64 años representa el 54%. Y de la población que se declara abiertamente desempleada, el 48% son jóvenes entre 19 y 30 años. En el área urbana el porcentaje sube a 54%. En el caso de los subempleados, el mismo grupo de edad representa casi el 34%, alcanzando un 52% en el área urbana. En resumen, los jóvenes representan el mayor porcentaje de desempleados así como de subempleados en Guatemala, por lo que son casi nulas las donaciones por parte de ellos, dándonos así como resultado que los donantes son personas adultas de 30 años como mínimo. Ya que estas personas ya tienen un empleo y su sueldo les permite hacer donaciones.

6.1 Perfil psicográfico

Son personas que en su mayoría ponen a la familia como prioridad, ya que más del 90% contestó que son gente muy familiar, por lo que se sensibilizan fácilmente con temas de este tipo. Además son personas a las que les gusta salir con sus amigos a comer o a pasear. También van de compras y al gimnasio. Según el instrumento se notó que los estudiantes en su mayoría no leen el periódico, y que la gente restante encuestada que trabaja si lo lee. El periódico que más leen es Prensa Libre, y después El Periódico. En cuanto a materiales se identifican más con el formato carta por su fácil manejo. No les gustan las cosas complicadas o que redunden en un tema. Prefieren la misma cantidad de texto e imágenes en

cualquier material. En cuanto a imágenes prefieren a color aunque aproximadamente un 25% también prefiere sepia. Se identifican con tipografías Sans serif como la Trebuchet, Century y Arial. Sin embargo aproximadamente el 30% optó por Times, Bell y Designers al poner como opción tipografías con serif. Las personas que donan dinero son personas que tienen un interés por los problemas sociales y de la misma manera por las entidades caritativas. Las amas de casa también forman parte del grupo objetivo y según la página de internet segmento ellas buscan marcas o lugares de moda, necesitan respaldar sus decisiones con la aprobación de los demás, poseer el objeto que todos desean los hace sentirse bien consigo mismas, se preocupan por el precio independientemente de su nivel socioeconómico, edad, sexo u ocupación. Es importante mencionar que realizan compras con tarjetas de crédito por lo que están acostumbrados a recibir este tipo de correo.

7. Proceso de conceptualización

Cómo se llegó al concepto:

Primero se realizó la técnica de lo más cercano lo más lejano. Con esta se pretendía sacar palabras claves que podrían ser útiles para usar en las otras técnicas (ver anexo 2).

Lo más cercano	Lo más lejano
Llamativo	Pared
Salud	Cruel
Alegría	Negro
Armonía	Tristeza
Participación	Oscuridad
Incentivo	Diccionario
Actividades	Cuchillo
Destrezas	Finca

Después de este análisis se comenzó a formar frases con las palabras obtenidas. Se hicieron las más obvias primero y luego se fue analizando más para llegar a un concepto (ver anexo 2).

- Pintando obscuridad, dando brillo a una vida.
- Derribando obstáculos
- Pintando con luz
- Eliminando oscuridad, dando brillo a un niño
- Cuál es el precio de una sonrisa
- Eliminando oscuridad, iluminando a un niño
- Recorriendo el laberinto hacia el éxito
- No dejemos al olvido a quienes te necesitan
- Curando corazones rotos

7.1 Concepto central:

"Eliminando oscuridad, iluminando a un niño"

Se escogió este concepto porque realmente describe el proyecto ya que a través de una donación se puede mejorar la vida de un niño, la iluminan. Esta fundación ayuda a proporcionar una mejor vida a estos niños, se puede decir que ellos les iluminan la vida borrando así cualquier pasado oscuro que pudiesen tener. Se tomaron las palabras eliminando e iluminando por lo similar que son (en cuanto a su escritura), pero a la vez su significado es contradictorio. La similitud en la escritura logra que con cambiarle dos letras a las palabras cambie el significado totalmente y de la misma manera una donación por muy escasa que sea ayuda mucho. Las donaciones que procurarán fomentar son el medio para eliminar la oscuridad.

El concepto no se representará con elementos obvios como luces y sombras, el significado de este concepto es más metafórico, se representará la iluminación por medio de sonrisas, alegría, juegos, niños saludables etc. Al encontrarse estos elementos se logrará eliminar la oscuridad, ya que se aplicarán imágenes que contengan niños felices y llenos de vida. No se utilizarán imágenes de niños tristes, enfermos, etc., ya que esto es parte de "la oscuridad".

8. Contenidos del material gráfico

8.1 Contenido de texto

→Historia

→Nuestra Misión

→Nuestra Visión

→Nuestra Labor

→Los 4 Pilares Básicos:

-La madre SOS

-Los hermanos

-El hogar

-La aldea

→Nuestras aldeas

→Como ayudar

→Contacto

8.1 tabla de requisitos

Elementos	Función	Tecnológico	Expresivo
Color	Dar identidad	Colores que vayan de acorde a los colores de la empresa establecidos, las tintas serán CMYK	Identificación
Tipografía	Títulos: jerarquizar Subtítulos: Mostrar dinamismo y simpleza Textos: mostrar orden, simpleza y balance.	Títulos: se utilizará tipografía 12-119, en bold o con volumen. Subtítulos: se utilizara tipografía 12-14 Textos: se utilizará tipografía punto 10-12, interlineados de 1-2	Variedad
Formato	Disminuir costos	Formas regulares y tamaños standard, sin troqueles	Simpleza
Ejes de diagramación	Crear un balance entre los elementos, por medio de un orden que a la vez refleje dinamismo	Ejes rectos y ordenados.	Orden

Soporte	Reflejar limpieza	Coushe, husky, bond. No se utilizara barniz de ningún tipo.	Calidad
Imagen	Apoyar al contenido	Las fotografías e imágenes serán JPEG, PNG y TIFF. Estarán trabajadas en CMYK.	Sensibilización

Descripción de las fotografías:

Fotografías	Descripción	
Fotos Portadas	Las fotografías para portadas serán de niños que expresen mucho sentimiento ya sea alegría, inocencia, impacto etc. Los niños fotografiados deben verse sanos, limpios, y presentables. Para que de esta manera motive a donar para que siga la fundación. Estos niños deben de estar en su entorno cotidiano, o sea las aldeas, no importa si es dentro de las casas, jardines o clases.	
Fotos Interiores	Las fotografías en general deben ser siempre positivas, esto quiere decir que si se trata de un niño, este debe estar alegre, y verse físicamente bien, en el sentido que no puede estar sucio o con ropa rota. En el caso de ser instalaciones se deben fotografiar partes donde se vea presentable, de la misma manera debe estar libre de basura. Las fotografías serán para apoyar a los temas, dar a conocer tanto a la fundación como a las instalaciones, sensibilizar, impactar, crear puntos focales, etc.	
Elementos gráficos dentro de las fotografías	Elemento	Descripción
	Color	Se utilizarán fotografías a blanco y negro para disminuir costos en piezas que sean a blanco y negro o a 2 tintas.
	Efecto	Se trabajarán fotografías en PNG sin fondo cuando se quiera enfatizar al niño en si, y no restarle jerarquía con el entorno, mostrando así como único punto focal al niño.
	Apoyo	Para apoyar a los temas se utilizarán fotografías que muestren escenas referentes a lo que se esta hablando, por ejemplo si se esta tratando de la educación que proporcionan en estas aldeas, se mostrara una imagen que refleje la educación, como los niños en clase o algo por el estilo.
	Sentimiento	Los niños siempre expresaran alegría e inocencia. Se mostraran jugando y siendo felices. Las fotografías también representaran amistad, compañerismo y motivación.
	Plano	En fotografías con acercamiento al rostro, se mostrarán miradas penetrantes y mucha expresión facial. Las fotografías se utilizaran en primer plano cuando se desee sensibilizar.
	Expresión	Se utilizaran fotografías que reflejen lo que es la niñez, por medio de juegos, sonrisas, y actitudes. Por medio de sonrisas se refleja la alegría.

9. Medios y formas de distribución

9.1 Estrategia de implementación

Se dará a conocer la fundación por partes y en un transcurso de 8 meses.

Desde el inicio de la campaña publicitaria e informativa se estará enviando por correo electrónico la presentación digital. Además se colocara el display con el nuevo diseño en los bancos Agromercantil, donde se hayan colocado anteriormente. La campaña comienza con cuatro insertos e irán enviados dentro del cobro de la tarjeta de crédito MasterCard y Visa, estos serán enviados cada dos meses, y cada uno será diferente, habrá dos con el propósito de capturar la atención del grupo objetivo y causar interés, y dos que por ser las primeras piezas lanzadas durante esta campaña introducirán la nueva línea de diseño de Aldeas Infantiles SOS. Al momento de salir los primeros insertos también saldrá el booklet que estará localizado en las aldeas, que será entregado al momento que llegue alguien a solicitar información. Durante el tercer y cuarto inserto se comenzara a notar la línea de diseño, y para este tiempo se seguirá dando continuación al booklet y el display mencionados anteriormente. Estas dos ultimas piezas se seguirán utilizando por el resto de la campaña, que como se menciono antes tiene una duración de ocho meses.

El trifoliar de la misma manera se lanzara al momento de salir el tercer inserto, teniendo así la línea de diseño ya definida y será colocado en las "casitas" de

donación que se encuentran actualmente en los siguientes establecimientos: Paiz, Hiper Paiz, panadería San Martín, y Délica. (Ver anexo 3) Esta pieza servirá para hacer donaciones directas. Ya que estará colocada en la casita de donación apoyando así la funcionalidad de esta. Por la misma razón esta pieza se utilizara aun habiendo terminado la campaña, para darle continuidad a las casitas de donación y que así sigan siendo funcionales.

Pieza	Medio		Forma de distribución		
	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
<p><u>Inserto 1:</u> crear expectativa</p> <p><u>Inserto 2:</u> continuar la expectativa, y mostrar el logo de una manera mas clara. Por medio de la imagen o concepto dar a entender que lo que necesitan es dinero.</p> <p><u>Inserto 3:</u> Proponer una imagen y una frase impactante que capture la atención del grupo objetivo y relacione a Aldeas SOS con los niños, además mostrar el manejo que se le dará a las fotografías.</p> <p><u>Inserto 4:</u> Continuar el impacto visual por medio de la imagen y la frase y crear una identidad grafica por medio de la repetición del color, tipografía, manejo de imagen, elementos gráficos etc.</p>	Impreso	Publicitario	<p>Alejandra Ovalle encargada de mercadeo y publicidad de las Aldeas Infantiles SOS, ella será la intermediaria y estará encargada de entregar los materiales a sus destinos finales</p>	<p><u>Inserto 1:</u> Junio-Julio</p> <p><u>Inserto 2:</u> Agosto-Septiembre</p> <p><u>Inserto 3:</u> Octubre-Noviembre</p> <p><u>Inserto 4:</u> Diciembre-Enero</p>	<p>Cada dos meses en el sobre de cobro de las tarjetas de crédito Visa y MasterCard</p>

<p><u>Display:</u> Rediseñar el display existente para que de esta manera se unifique con las piezas que serán lanzadas.</p>	<p>Impreso</p>	<p>Alternativo</p>	<p>Alejandra Ovalle encargada de mercadeo y publicidad de las Aldeas Infantiles SOS, ella será la intermediaria y estará encargada de entregar los materiales a sus destinos finales</p>	<p>8 meses</p>	<p>Bancos Agromercantil de la ciudad capital.</p>
<p><u>Booklet:</u> Proporcionar información a cualquier visitante interesado.</p>	<p>Impreso</p>	<p>Informativo</p>	<p>Alejandra Ovalle encargada de mercadeo y publicidad de las Aldeas Infantiles SOS, ella será la intermediaria y estará encargada de entregar los materiales a sus destinos finales</p>	<p>8 meses</p>	<p>En la central de Aldeas Infantiles SOS, Mixco</p>
<p><u>Trifoliar:</u> Proporcionar información breve que indique de que se trata Aldeas SOS para que la gente sepa a donde va dirigido el dinero que depositen en las casitas de donación en donde se encuentran estos trifoliales.</p>	<p>Impreso</p>	<p>Informativo</p>	<p>Alejandra Ovalle encargada de mercadeo y publicidad de las Aldeas Infantiles SOS, ella será la intermediaria y estará encargada de entregar los materiales a sus destinos finales</p>	<p>8 meses</p>	<p>Casitas de donación que se encuentran actualmente en lo siguientes establecimientos: Paiz, Hiper Paiz, Panadería San Martín y Delica.</p>

<p><u>Presentación:</u> Sensibilizar a potenciales donadores e incentivarlos a donar</p>	<p>Impreso</p>	<p>Informativo</p>	<p>Alejandra Ovalle encargada de mercadeo y publicidad de las Aldeas Infantiles SOS, ella será la intermediaria y estará encargada de entregar los materiales a sus destinos finales</p>	<p>8 meses</p>	
--	----------------	--------------------	--	----------------	--

10. Proceso de bocetaje

Antes de comenzar a bocetar se observaron los materiales que Aldeas Infantiles SOS utilizaban anteriormente. Se notó que ellos no manejaban una línea de diseño, ni tenían colores que los representaran (aparte del cyan del logotipo) y les dieran identidad. No existían elementos unificadores en ningún material. Y además de esto utilizaban materiales de las Aldeas Infantiles de otros países o los mismos elementos,

Aldeas Infantiles SOS comentó que ya que ellos trabajan por medio de las donaciones y sus ingresos son limitados no habían tenido la oportunidad de contratar a un diseñador que les diera asesoría y les creara una línea de diseño. Por lo que todos sus materiales fueron creados por ellos mismos sin tener idea de concepto o funcionalidad.

Tipografía:

Se seleccionaron varios tipos de letra, sabiendo que se pretendía utilizar una tipografía infantil para títulos y una formal y simple para textos y subtítulos, luego se fueron eliminando hasta llegar a las 2 opciones a utilizar.

Los títulos llevaran una tipografía más llamativa para jerarquizar y apoyar al concepto, mientras que los textos y subtítulos procuraran mantener la simpleza y el orden deseado.

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Snap ITC

Baskerville Old Face

Bubble

In His Hands

Tahoma

Century Gothic

Daniel

DISMIFONT

Trebuchet

Arial

Flutter

Geosonlight

Harrington

Harrison

Darli

Kaileen

His Last Breath

Kristen

Ma Sexy

Melville

Note this

patient Paige

Rendition

scribbled monkey

Zachary

Después se analizaron las tipografías escogidas anteriormente y se depuro la lista, tomando en cuenta los requisitos que se habían establecido anteriormente. Por la misma razón se escogieron las tipografías que mas se adaptaran a lo que se pretendía que era jerarquía en títulos, simpleza, orden y dinamismo en subtítulos y orden y simpleza en textos.

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Baskerville Old Face

In His Hands

Trebuchet

Arial

Harrison

patient Paige

Kaileen

Después de esto se decidió poner para textos la tipografía Arial ya que esta tipografía era la que utilizaban en los materiales anteriores y era el único elemento que aparecía igual en todos los materiales, por la misma razón se decidió conservarla. Además es una tipografía simple, ordenada y legible, así que cumplía con los requisitos establecidos.

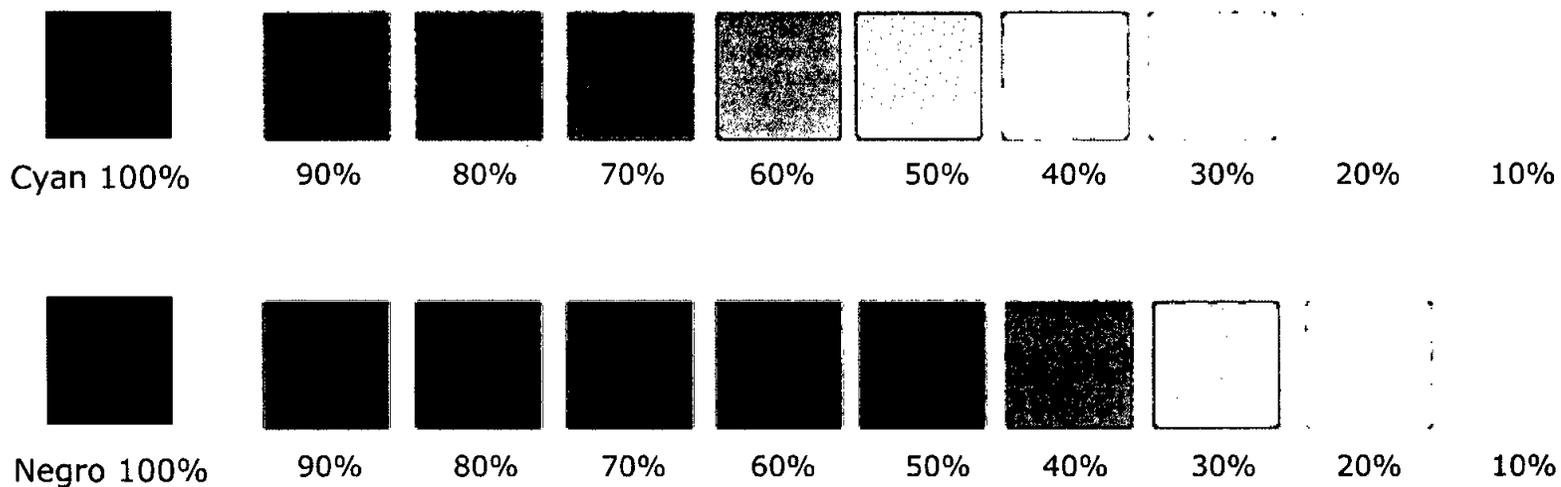
Para los títulos se escogió la tipografía In His Hands, ya que era una muy infantil y llamativa, además identificaba a la fundación con los niños ya que da la impresión que fue escrita por uno de ellos.

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Que precio le pondrias a una sonrisa?

Color:

Los colores que se van a utilizar son el cyan y negro en la mayoría de las piezas. Con estos se pretende dar identidad hacia la fundación y crear una línea de diseño, ya que no tienen una línea estipulada. Se usarán solo estas dos tintas para economizar costos. Los insertos por ser la primera pieza que se lanzará llevarán full color, e irán introduciendo la línea poco a poco.



Bocetaje piezas:

1era pieza, Insertos

Se decidió realizar 5 piezas para dar a conocer e informar acerca de Aldeas Infantiles SOS. Una de las piezas son los insertos, los cuales serán los primeros en desarrollarse. Estos tienen el propósito de dar a conocer la fundación creando un impacto y posicionándose en la mente del grupo objetivo. Se decidió trabajar 4 insertos que serán enviados dentro del sobre de cobro de las tarjetas de crédito Visa y MasterCard, y correo del banco Agromercantil, durante 4 meses. Ya que estos serían la primera pieza a lanzar, se decidió comenzar a bocetar con ellos.

Al principio se comenzó a bocetar un inserto que presentara desde el inicio la nueva línea de diseño. Pero luego se realizó un pequeño estudio en cuanto a la conducta del receptor, así que se observó a 10 personas del grupo objetivo mientras abrían el cobro de la tarjeta de crédito. A los receptores no les causó mucho impacto y por lo tanto no le pusieron mucha atención. Por lo tanto se decidió que la pieza debía ir más allá de un inserto tradicional que incluya simplemente el logo y una fotografía, ya que aunque tuviera un muy buen diseño no iba a cumplir su objetivo si no lo sacan del sobre. Y se optó por ir introduciendo la nueva línea poco a poco por medio de los insertos.

Se comenzó a reflexionar acerca de los pensamientos del grupo objetivo al momento de recibir el cobro y se llegó a la conclusión de que inconscientemente todos están pensando en lo que deben pagar y que en ese momento lo que desean es dinero. Por lo que se decidió partir de ahí. El primer inserto se llevaría a cabo con un billete de 50 Quetzales ya que así les llamaría más la atención y así sería más fácil que lo

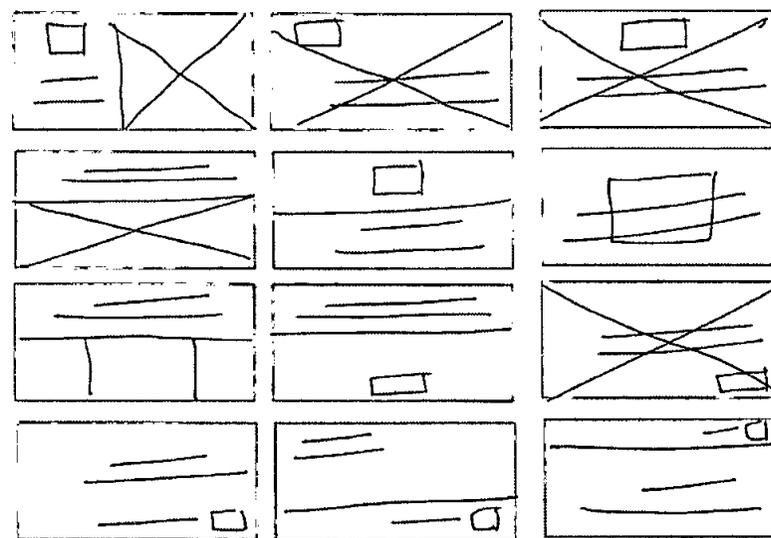
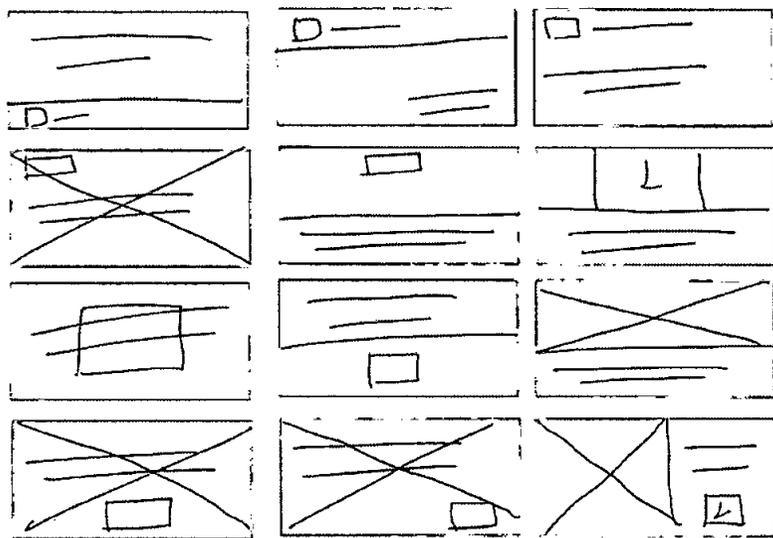
saquen. Se optó por este billete y no de otra cantidad ya que es el que tiene un color más llamativo. Con este se pretende hacer un llamado a colaborar con esta causa.

A partir de esta idea se decidió ver qué tipo de diagramación se podía poner sobre el billete sin que perdiera la apariencia del billete. Así que se realizó un estudio de la parte de adelante y la trasera para ver cómo se podía diagramar la información dentro de este. Además se trabajó en los otros 3 insertos trabajándose bajo la misma idea.

A continuación se presenta el proceso de bocetaje para los 4 insertos:

Se comenzó realizando layout de cómo se podría diagramar los insertos, y se decidió que el primero creara expectativa, el segundo continuara la expectativa, y mostrara el logo de una manera mas clara y por medio de la imagen o concepto dar a entender que lo que necesitan es dinero. El tercer inserto mostrara una imagen y una frase impactante que capture la atención del grupo objetivo y relacione a Aldeas SOS con los niños, además enseñara el manejo que se le dará a las fotografías en la nueva línea de diseño. Por ultimo el cuarto inserto que tendrá como función continuar el impacto visual por medio de la imagen y la frase además con este se pretende crear una identidad grafica por medio de la repetición del color, tipografía, manejo de imagen, elementos gráficos etc.

A continuación se presenta el bocetaje para los insertos, que luego se trabajaran individualmente para cada uno de los cuatro:



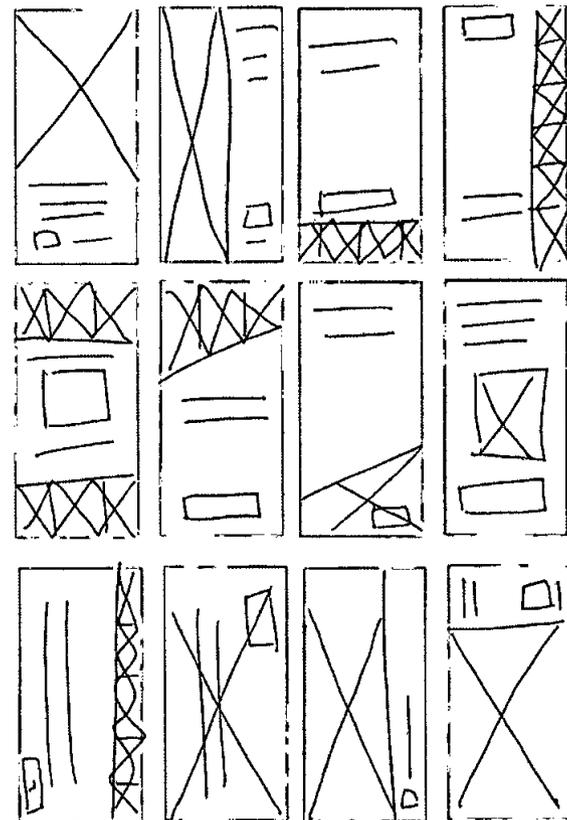
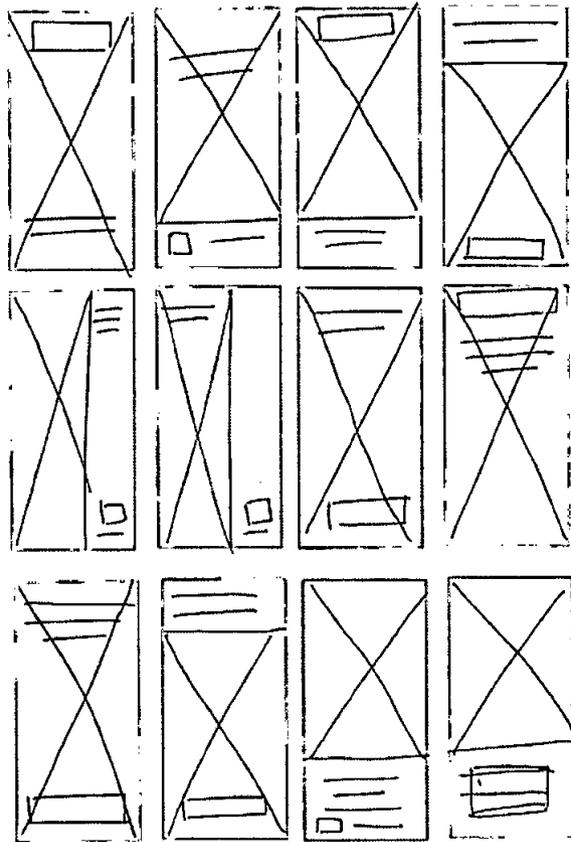
Se continuó diagramando sabiendo que irían los siguientes elementos:

Logo (Aldeas Infantiles SOS)

Fotografía (Que impacte)

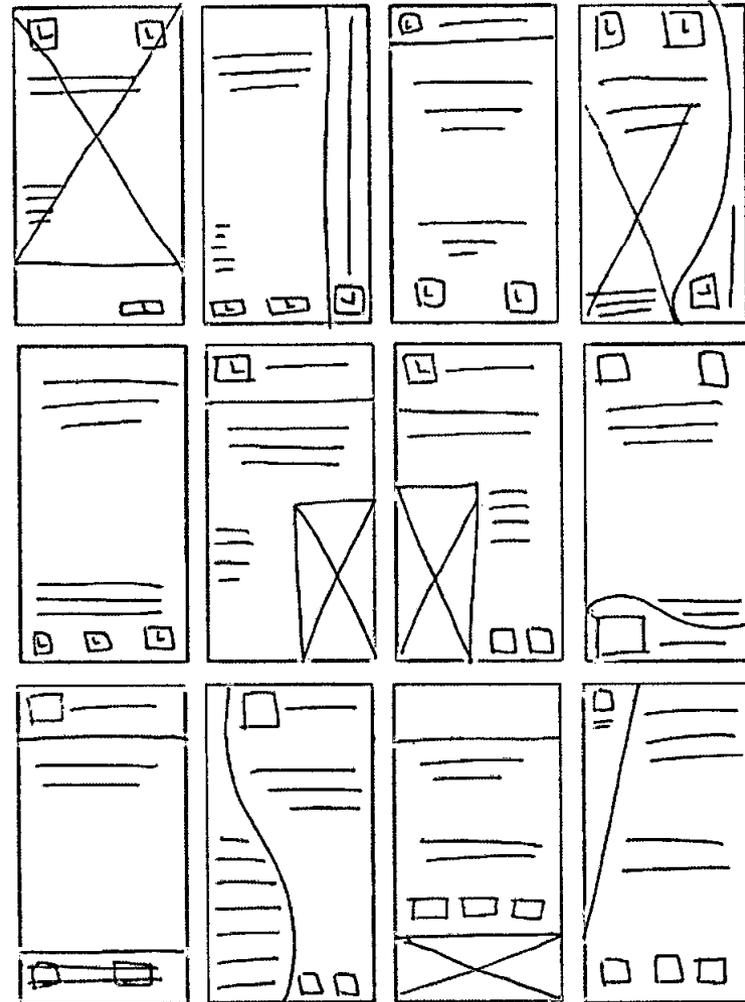
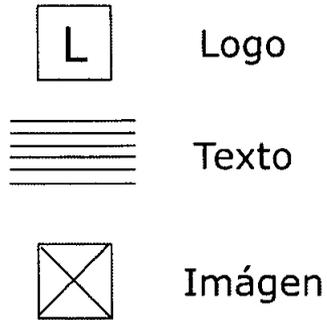
Frase (Que complemente a la fotografía)

Y que en la parte de atrás iría la ficha de inscripción, que sería la misma en los cuatro insertos para crear unidad. Se diagramo de manera vertical y horizontal para ver cual era la mejor opción y la más funcional.



Se continuó diagramando sabiendo que irían los elementos y se fue colocando símbolos para saber en dónde iría colocado cada elemento.

Se optó por que fuera vertical para que de esa manera al verlo en el cobro lo saquen para poder leerlo. Se probaron también varios ejes para ver cual favorecía mas al orden que se quería mostrar.



Después de realizar varios bocetos se comenzó a diagramar el primer inserto, sabiendo que era el del billete se comenzó a bocetar donde se colocaría la información tomando en cuenta los espacios disponibles dentro de un billete real. Para esto se realizó un pequeño estudio de los espacios disponibles dentro del billete en la parte de adelante. Luego se trató de sacar un tipo de diagramación, tomando en cuenta que las posiciones de los contenidos no rompieran la línea de diseño del billete para que no perdiera su credibilidad.

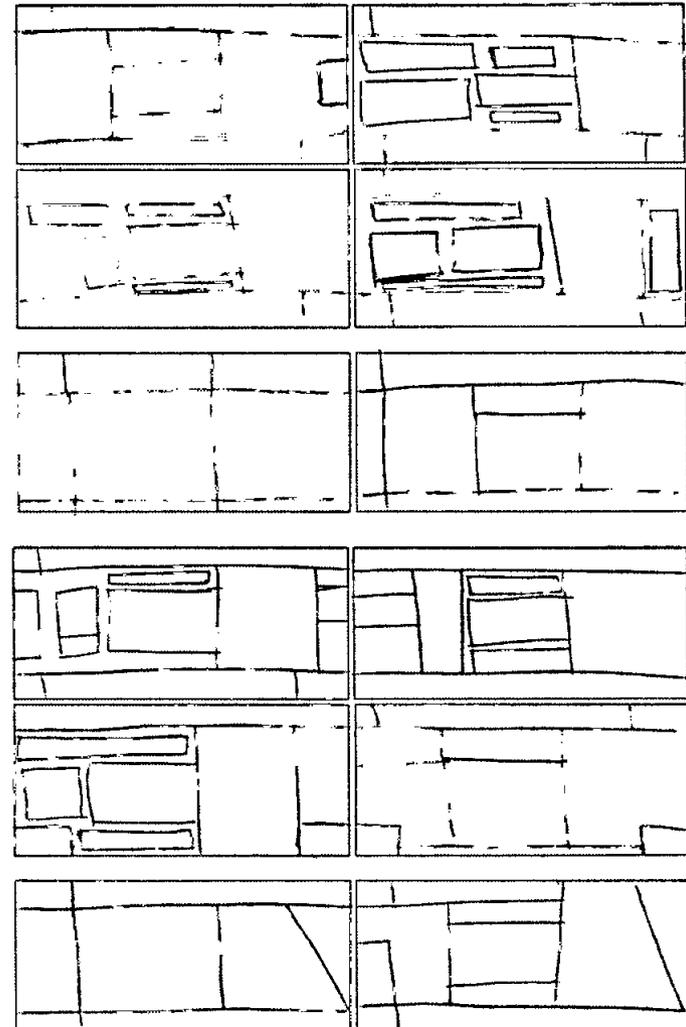
Se optó por que los siguientes espacios no fueran cambiados de posición:

La fotografía (que será remplazada por la de un niño)

La pirámide (atrás de la fotografía)

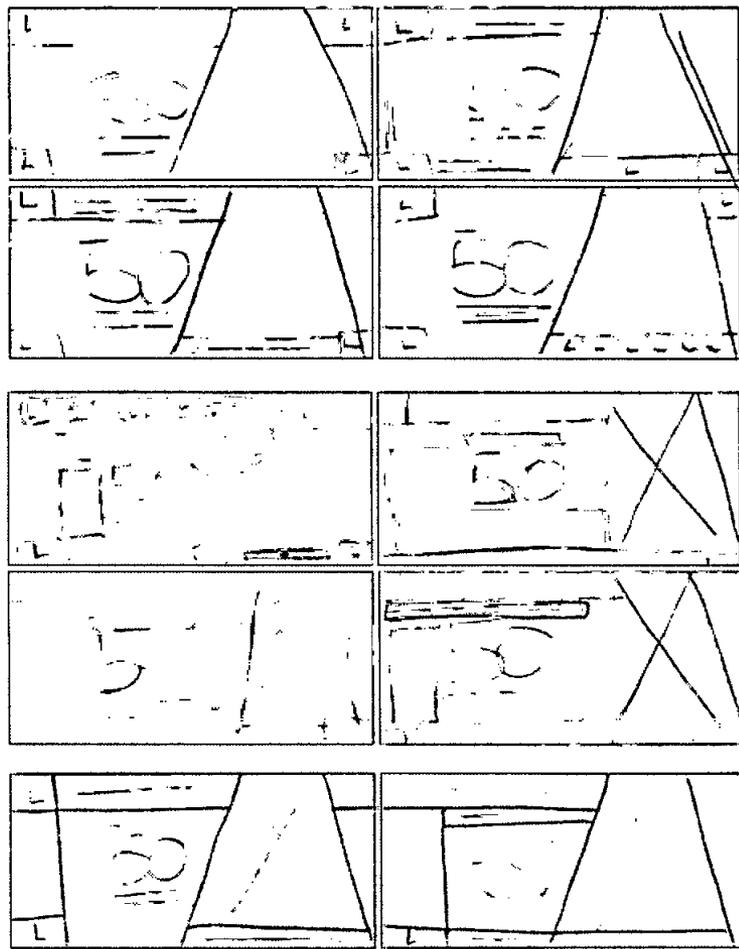
El número de la cantidad del billete (50)

El borde naranja.



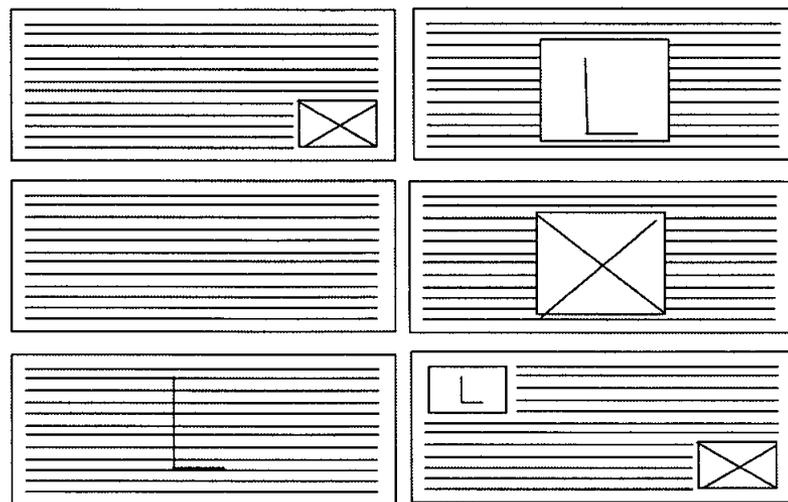
Cuando ya se había visto que espacios serían los que se utilizarían se comenzó a ver dónde se colocaba el contenido.

Así de esta manera el billete seguiría pareciendo real. Dejando el resto de la información atrás.

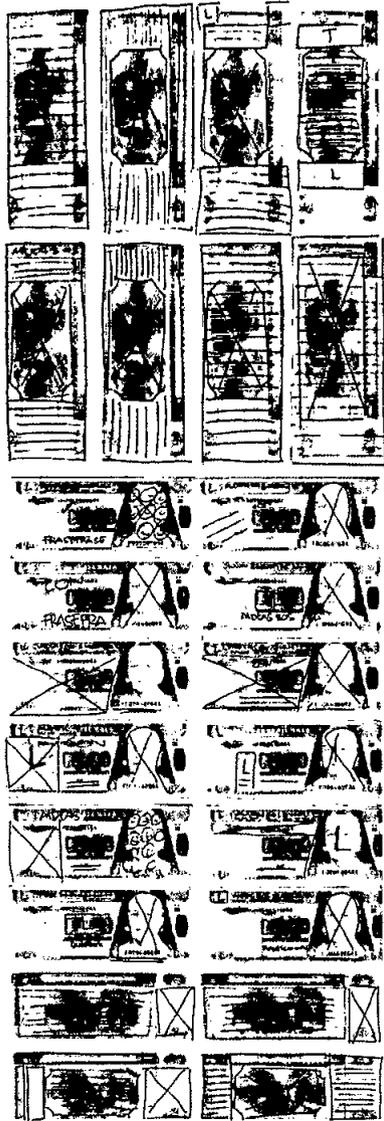


Para la parte de atrás se diagramó de igual manera siguiendo la línea de diseño del billete. La información que llevará es un pequeño párrafo de la institución y la ficha de inscripción.

Se optó por trabajar el billete con la fotografía y lo demás de fondo así de esta manera se podría colocar la información y no se vería saturado.



Después se boceto la diagramación sobre el billete para así ver si realmente casaba y darse una idea más precisa de cómo se vería.



Se diagramó la parte de adelante colocando los elementos previamente seleccionados en la parte del billete que se relacionara con estos. Se creó una copia real del billete sobreponiendo elementos de Aldeas infantiles SOS, por ejemplo el logotipo, el nombre de la fundación, una fotografía de un niño, y una frase. De esta manera el inserto va a impactar mas, creara expectativa, y sin perder el concepto que es una imitación de un billete de cincuenta quetzales.



Se cambio el color de los textos a verde, ya que se perdía mucho el color blanco entre el diseño naranja.



Después de diagramar el billete real, se realizó una versión propia del billete conservando sus características básicas. Esta decisión se tomo ya que

el cliente informo que no se podía legalmente copiar un billete exacto, sin embargo si se podía imitar. Además de esto se determino que haciendo una versión propia seria más interesante y se explotaría más la creatividad.



Después de analizar el inserto se notó que se abstraieron demasiado los elementos y por lo mismo perdió su esencia, por lo que se le integraron nuevamente elementos característicos de un billete.



Después de tener ya el diseño de la parte delantera se procedió a trabajar en la parte de atrás, basándose en los bocetos realizados anteriormente. Por lo que se comenzó a organizar la información y unirlo al fondo.

En Aldeas Infantiles SOS de Guatemala trabajamos a favor de niños y niñas huérfanos, abandonados u otros, quienes no pueden recibir el cuidado de sus padres. Aldeas SOS son donde los niños y niñas crecen con amor, respeto y seguridad. Mediante este sistema humanitario ofrecemos una nueva familia a los niños huérfanos. Esperamos que estos niños, con el amor de sus familias adoptivas, sean felices, logrando así: Respetar sus valores y aspiraciones, desarrollar su potencialidad.

(Tus aportaciones pueden hacer la diferencia)

Si deseas más información y conocer la unidad a donde irán los niños y niñas, somete un formulario digno.

Nombre completo

Dirección

E-mail

Ciudad / Teléfono

Monto mensual a contar:

250.00 150.00

100.00 50.00 Otro

Método: Tarjeta / Che / Mandato o ahorro

Efectivo de transferencia de banco

Nombre Banco Emisor

No De Cédula

Firma de autorización

Se notó que el fondo estaba demasiado saturado, entonces se simplificó más al ponerle una imagen de un billete en baja opacidad, y una fotografía de los niños.

Se diagramó el fondo con el texto en la parte de atrás. Y se le colocó una imagen menos saturada para así facilitar la legibilidad.

En Aldeas Infantiles SOS de Guatemala trabajamos a favor de niños y niñas huérfanos, abandonados o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos. Creamos Familias SOS en donde los niños y niñas crecen con amor, respeto y seguridad. Mediante este sistema tenemos presente una base sólida sobre la cual pueden construir su vida, en donde sus heridas emocionales son sanadas, logrando así desarrollar confianza y seguridad, lo que le permite a cada niño descubrir y desarrollar potencialidades!

¡Tus aportaciones pueden hacer la diferencia!

III) Deseo ser Aporte SOS y beneficiar a otros niños o niñas a formarse un futuro digno.

* Nombre completo

Dirección

E-mail

Celular / Teléfono

Monto mensual a donar

Q. 200.00 Q. 150.00

Q. 100.00 Q. 80.00 Otro

No. Tarjeta / Cta. Monetaria o Ahorros

Fecha de vencimiento de tarjeta

Nombre Banco Emisor

No. De Cédula

Firma de autorización

Se optó por un diseño más limpio, ya que de esta manera sería aun más legible, ya que el anterior seguía viéndose saturado y no invitaba a llenar la ficha de inscripción. Además de esto le daba una apariencia mas ordenada y simple que es lo que se pretendía de la nueva línea de diseño. Se opto por que la ficha de inscripción fuese las misma en los cuatro insertos para así crear unidad y además reconocimiento de la misma.

Para lograr un diseño mas limpio se decidió utilizar solo texto sin imagen, y que el color del mismo fuera de acuerdo a la parte delantera del inserto, en este caso naranja.

El formato en la parte trasera se modifico a horizontal para que no molestara visualmente al voltear la parte delantera que es horizontal y ver la trasera vertical, además de esta manera hay mas espacio para llenar la ficha y transmite más orden.

En Aldeas Infantiles SOS de Guatemala, trabajamos a favor de niños y niñas huérfanos, abandonados o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos, creando Familias SOS en donde los niños y niñas crecen con amor, respeto y seguridad. Mediante éste entorno familiar ofrecemos una base sólida sobre la cual pueden construir su vida, en donde sus heridas emocionales son sanadas, logrando así desarrollar confianza y seguridad, lo que le permite a cada niño descubrir y desarrollar potencialidades!

¡Tus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo:

Monto mensual a donar:

Dirección:

No. Tarjeta / Cta. Monetaria o ahorros:

E-mail:

Fecha de vencimiento de tarjeta:

Celular:

No. De Cédula:

Teléfono:

Firma de autorización:

Por ultimo se decidió colocarle un fondo naranja para que tuviera mas peso visual, y de la misma manera fuera más atractivo.

En Aldeas Infantiles SOS de Guatemala trabajamos a favor de niños y niñas huérfanos, abandonados o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos, creando Familias SOS en donde los niños y niñas crecen con amor, respeto y seguridad. Mediante este entorno familiar ofrecemos una base sólida sobre la cual pueden construir su vida, en donde sus heridas emocionales son sanadas, logrando así desarrollar confianza y seguridad, lo que le permite a cada niño descubrir y desarrollar potencialidades!

¡Tus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo:	Monto mensual a donar:
Dirección:	No. Tarjeta / Cta. Monetaria o ahorros:
E-mail:	Fecha de vencimiento de tarjeta:
Celular:	No. De Cédula:
Teléfono:	Firma de autorización:

2do inserto:

El segundo inserto es el que parece ser un cheque. Este tiene la función de continuar la expectativa, y mostrar el logo de una manera mas clara. Además por medio de la imagen o concepto dar a entender que lo que necesitan es dinero. Este fue trabajado bajo una línea muy simple utilizando ya los colores de Aldeas Infantiles SOS, así de esta manera comenzar a introducirlos al grupo objetivo.

	Aldeas SOS Guatemala http://www.aldeasinfantilesos.org.gt/	5ta calle 6-39 lote 10 manzana "C" sector A-3, Ciudad San Cristóbal I Zona 8 de Milco Guatemala Tel: (502) 24430382; 24430383
Fecha y lugar: <u>GUATEMALA, 2007</u>		
Paguese a: <u>ALDEAS SOS GUATEMALA</u> Q: _____		
La cantidad de: _____		
<u>Harman Gaminos</u> Fundador		_____ Firma de autorizado

Luego se hizo el fondo también color cyan para que tuviera más peso visual, ya que el inserto blanco se podía perder dentro del sobre de la tarjeta de crédito. Y se le colocó una textura similar a la que manejan los cheques reales.

La parte de atrás se diagramó como se mencionó anteriormente, los cuatro insertos llevarían la misma ficha atrás para darle unidad a las piezas, lo único que cambiará son los colores, en este caso se utilizó un fondo cyan, para unificarlo con la parte de enfrente. Esta ficha sería utilizada en los siguientes insertos para crear unidad y marcar la línea de diseño.

	Aldeas SOS Guatemala http://www.aldeasinfantlessos.org.gu/	Sta calle 6-39 lote 10 manzana "C" sector A-3, Ciudad San Cristóbal I Zona 8 de Mixco Guatemala Tel: (502) 24430382; 24430383
	Fecha y lugar: <u>GUATEMALA, 2007</u>	
Pague a: <u>ALDEAS SOS GUATEMALA</u> <u>Q:</u>		
La cantidad de: _____		
<u><i>Norman Einsaat</i></u> Fundador	_____ Firma de autorizado	

En Aldeas Infantiles SOS de Guatemala, trabajamos a favor de niños y niñas huérfanos, abandonados o cuyas familias no puedan hacerse cargo de ellos, creando Familias SOS en donde los niños y niñas crecen con amor, respeto y seguridad. Mediante éste entorno familiar ofrecemos una base sólida sobre la cual pueden construir su vida, en donde sus heridas emocionales son sanadas, logrando así desarrollar confianza y seguridad, lo que le permite a cada niño descubrir y desarrollar potencialidades! Para más información comunicarse al Tel: 24343009 / 24315255

¡Tus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo:

Dirección:

E-mail:

Celular:

Teléfono:

Monto mensual a donar:

No. Tarjeta / Cta. Moneteria o ahorros:

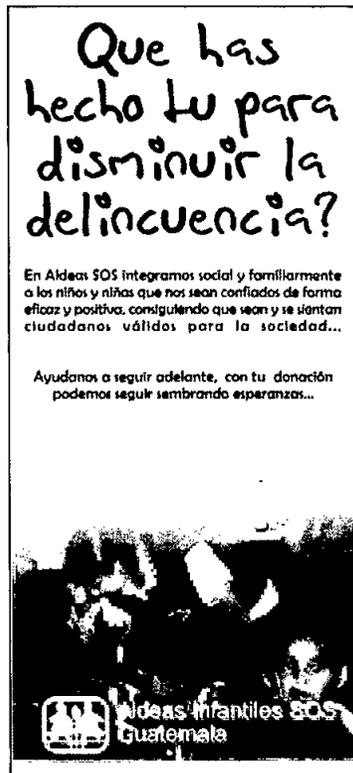
Fecha de vencimiento de tarjeta:

No. De Cédula:

Firma de autorización:

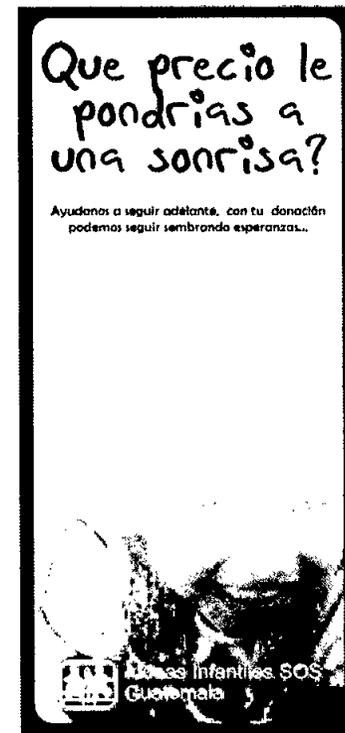
3er y 4to inserto:

Después se procedió a diagramar el tercer y cuarto inserto, basándose en los bocetos que se realizaron previamente (Pág. 24-29) se comenzaron a diagramar los siguientes insertos, por lo que el primero siguió utilizando fotografía full color, pero ya tendría los textos únicamente con cyan para comenzar a crear identidad con este color.



Después de esto se notó que la imagen no impactaba como lo habían hecho los dos insertos anteriores por lo que se decidió proponer una imagen impactante, algo diferente que chocara con lo que se utiliza comúnmente. Y esto se complementó con una frase que invitara a reflexionar. Para esto se retomaron las frases utilizadas en el proceso de conceptualización (Pág. 11) y se escogió la más adecuada para impactar y realizar un buen diseño.

La frase que mejor se adecuaba era: "Cual es el precio de una sonrisa". Se modifico esta frase por: "que precio le pondrias a una sonrisa". Esto se hizo para hacerla mas directa y personal para el grupo objetivo.



La frase sí lograba el impacto deseado sin embargo la fotografía seguía siendo común, por lo que se decidió ponerle una etiqueta y un código de barras a la niña, para que este creara un punto focal impactante y resaltara sobre la fotografía. La imagen de la niña representaba la felicidad e inocencia de los niños, y gracias a la misma se lograba el impacto.



Luego se diagramó el último inserto, con la imagen de un niño que tiene escrito sobre él frases que invitan a reflexionar.



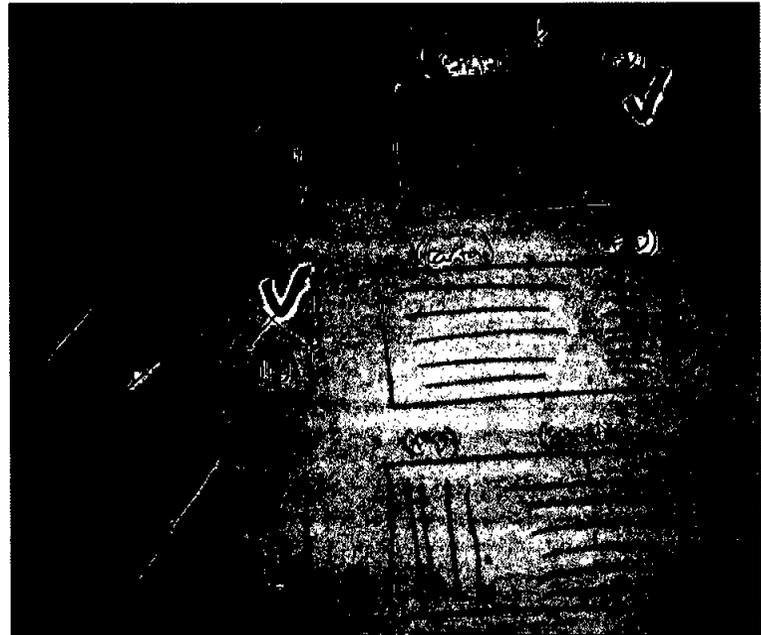
Se decidió modificar la imagen ya que pareciera que el niño estuviera sucio al tener texto sobre él, entonces se le colocó un sello de frágil y esto hace la unidad con el inserto anterior. Además por el tamaño del formato las frases que tenía anteriormente no eran legibles.



Trifoliar:

La segunda pieza es el trifoliar, este servirá para colocarlo en los centros de donación, como lo son: la panadería San Martín, Paiz, Delica, Cemaco y otros. Ellos cuentan con unas casas de donación (ver anexos) y estos trifoliales serán colocados dentro de estas para que así la gente pueda informarse de que se trata para que la gente sepa a donde va dirigido el dinero que depositen en las mismas. Se realizó un diseño simple, que al igual que las otras piezas invite a la reflexión.

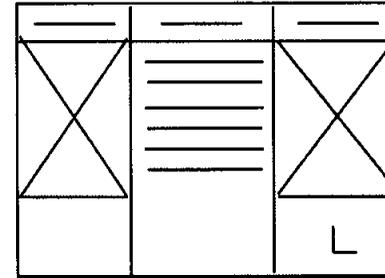
Se comenzó a bocetar layouts de cómo se podría diagramar. Sabiendo ya que el formato solicitado era tamaño carta horizontal. Se diagramaron propuestas del tiro y el retiro, y se seleccionó las que tenían más balance para seguir trabajando con ellas. Después de seleccionar algunas propuestas se siguió trabajando con las mismas sacando así nuevas versiones colocando los elementos de distintas maneras. Luego se procedería a bocetar la ubicación de imágenes que se colocarían en los espacios marcados con un asterisco dentro de los layouts (*).



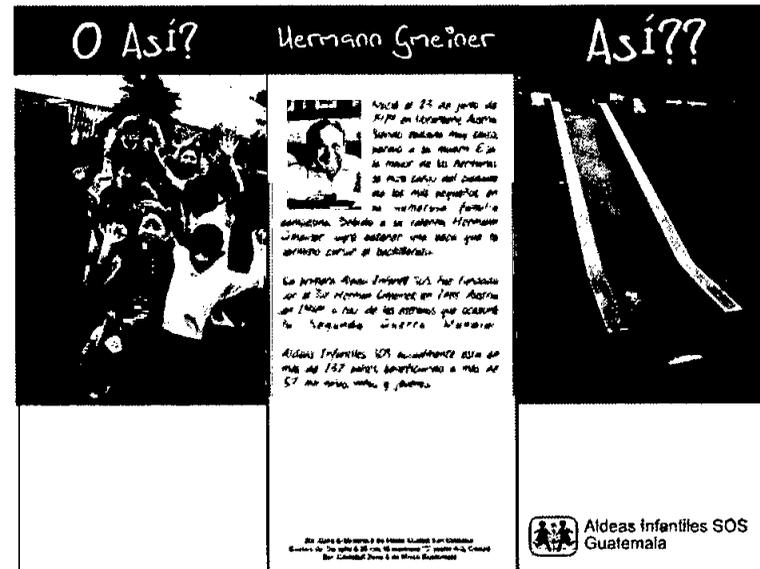
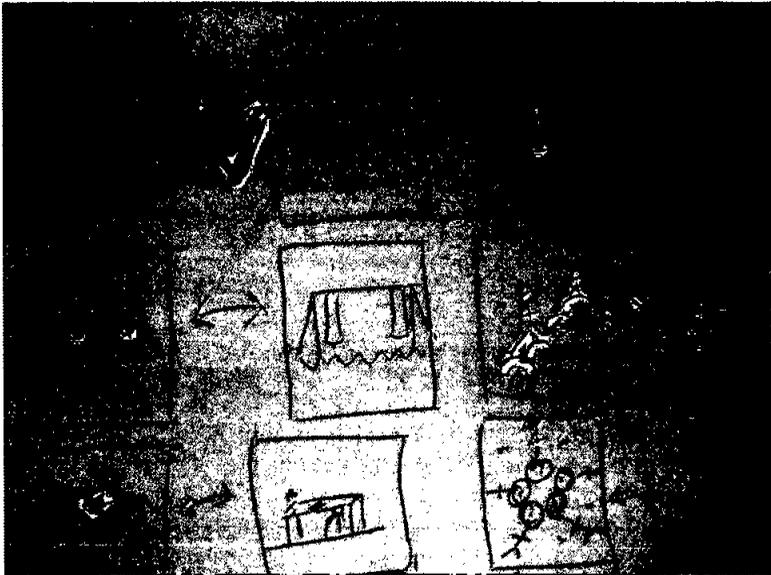
Se realizaron "sketches" de qué tipo de fotografía se tomaría, para que esta apoye al concepto y a las frases. Se optó por que se compararían dos imágenes, una en un entorno donde normalmente se encontrarían niños, sin ellos y con la pregunta: "¿Así?", y luego esta se contrastaría con una llena de niños en el mismo entorno con la pregunta: "¿O así?".

Luego se realizaron bocetos del tipo de imágenes que podrían funcionar siguiendo la idea previamente mencionada, y al tener ya estos bocetos se procedería a la toma de fotografías, sabiendo ya bajo que concepto y que requisitos se tomarían.

Se escogió tomar la fotografía del resbaladero, ya que apoya al concepto, porque al donar se puede mejorar la vida de un niño. Luego de esto se digitalizo el boceto que mejor se adecuaba a la fotografía y a la idea que se planteo anteriormente:



Luego se coloco ya el texto real, colores, logo, fotografía etc., para así llegar al siguiente resultado:



Luego se integro la frase "la diferencia depende de ti" esta pretende mostrar la importancia de cada donación. Y además se agrandó el logo para aprovechar el espacio, para que resaltara más.

¿O Así?



La diferencia depende de ti...

Conviértete en Amigo SOS!

Hermann Greiner



Nació el 25 de junio de 1974 en Viena Austria. Siempre fue un niño muy chistoso, pero a su madre Elsa, la mamá de las hermanas, se hizo cargo del cuidado de sus más pequeños en su numerosa familia siempre debido a su trabajo. Hermann Greiner tuvo siempre una idea que le permitía pasar el tiempo.

La Empresa Austria Greiner se fundó por el Sr. Hermann Greiner en Austria en 1948 a raíz de la guerra que destruyó a "Burgmaier Giertraud".

Aldes SOS Guatemala actualmente está en más de 132 países, beneficiando a más de 57 millones niños y jóvenes.

¿Así?





Aldes Infantiles SOS Guatemala

110, Calle 9-38 zona 9 de Zona Urbana San Cristóbal, Guatemala. Tel: 93 22 50 18 18 ext: 101. Fax: 93 22 50 18 18 ext: 102. Calle 20 San Cristóbal Zona 9 de Zona Urbana

En la parte de atrás se utilizo solo texto para que de esta manera diera la impresión de que es un tipo de carta.

Luego se colocó la ficha de inscripción utilizándola con la misma diagramación que se trabajo en los insertos para crear unidad.

Apreciado amigo y amiga

En el mundo moderno, donde se nota los 20 millones de dólares que un millonario paga por un viaje al espacio o en el que las astronómicas cifras que los gobiernos invierten en armas crecen sin control, la humanidad presencia el sufrimiento de millones de niños y niñas que por la pobreza, las enfermedades o conflictos armados han perdido sus padres y su hogar.

En Aldes SOS Guatemala creemos que el futuro del país está en lo que hagamos hoy para fortalecer la familia y para cuidar que todos los niños y niñas del país crezcan al interior de una de ellas. **Nosotros trabajamos para que todos los niños y niñas pertenezcan a una familia.**

En sus manos tiene el corazón de un niño abandonado o en peligro de abandono, puede tirarlo a la basura o puede darle una segunda OPORTUNIDAD. Si ha decidido darle una oportunidad este niño volverá a tener una mamá, una casa y sobre todo la oportunidad de vivir y crecer en un ambiente familiar a largo plazo y podrá tener también la atención de un cuidado diario.

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Frecuencia: Mensual Bimestral
Semestral Anual Otro

No Tarjeta / Cta. Monetaria o ahorro

Fecha de vencimiento de tarjeta:

Nombre Banco Emisor:

No. De Cédula:

Firma de autorización:

Nombre completo:

Dirección domiciliar:

Dirección de trabajo:

E-mail:

Fecha cumpleaños:

Celular:

Teléfono:

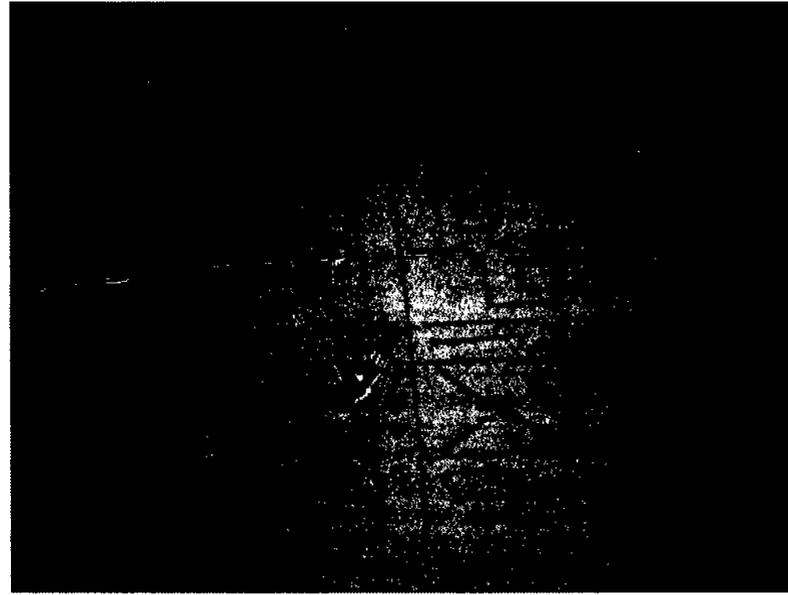
Monto a donar: Q. 100.00 Q. 50.00

Otro:

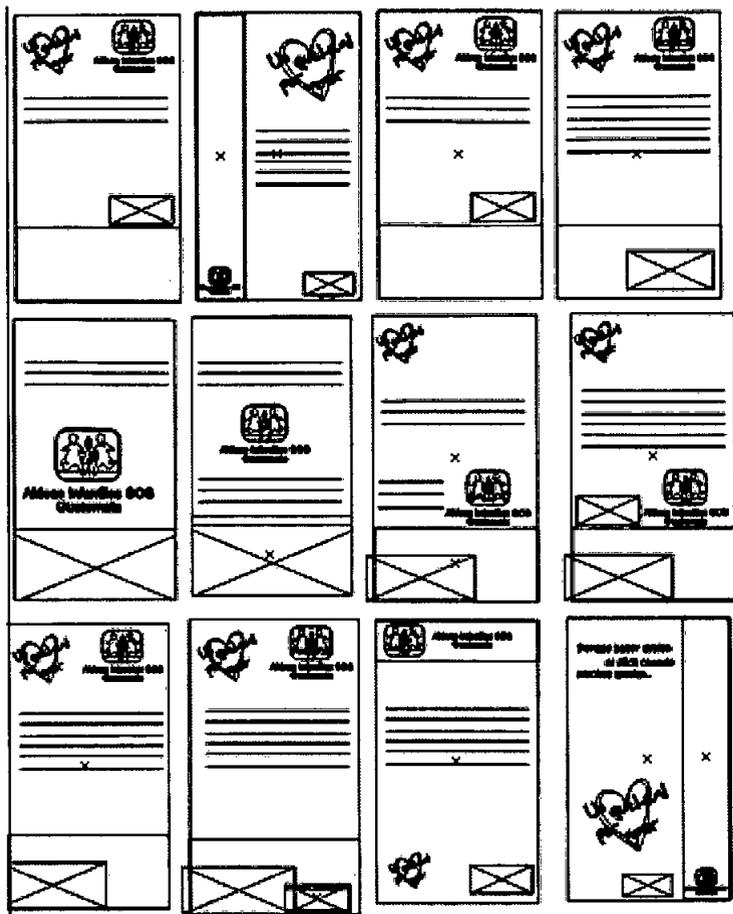
Display:

Esta pieza consistía en rediseñar un display existente que estaba colocado en los bancos Agromercantil (foto 1). El formato sería el mismo, por lo tanto únicamente había que cambiar el diseño. Se comenzó bocetando diferentes tipos de diagramación, utilizando la información que debía llevar.

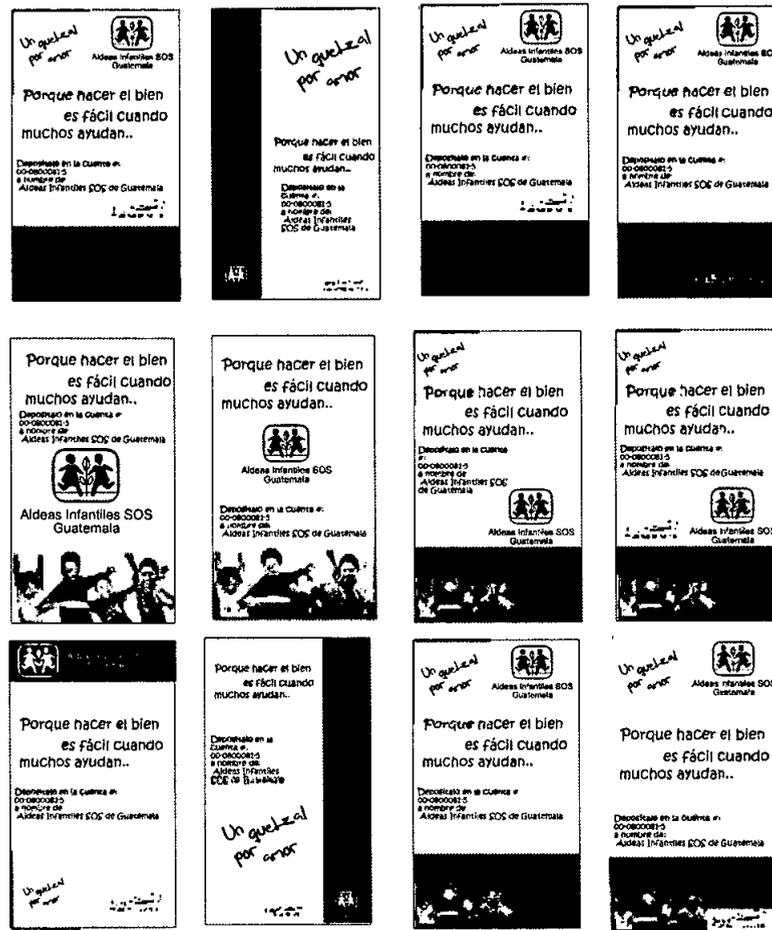
Foto 1



Luego se procedió a digitalizar estos bocetos para luego solo integrar los elementos reales en estos:

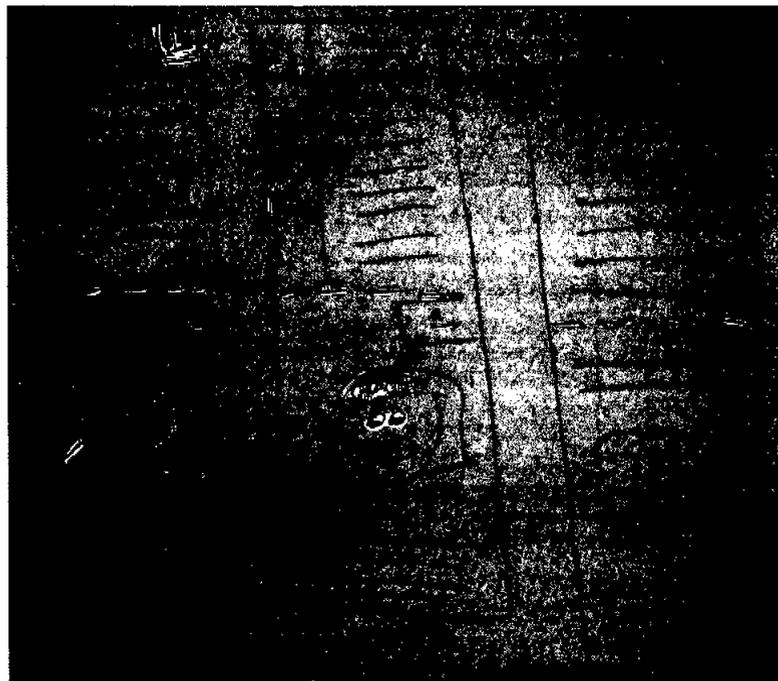
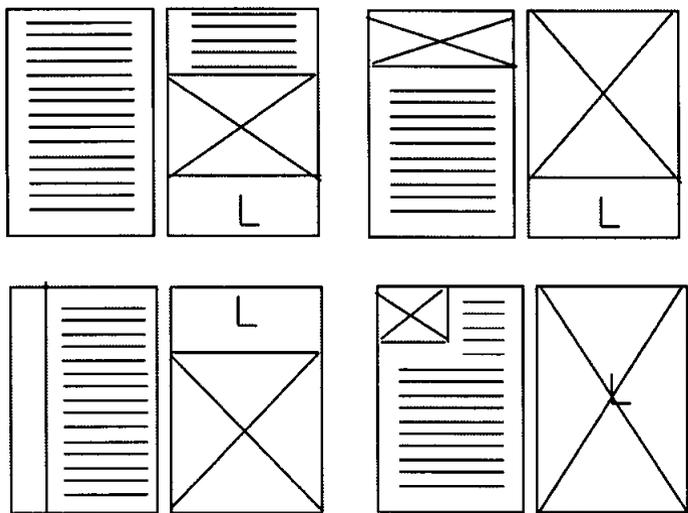


Luego de esto se colocó los elementos como texto, color, tipografías, imágenes etc., en los espacios anteriormente estipulados:



Se notó que las propuestas no impactaban como las otras piezas, por lo que se decidió que se colocaría una imagen llamativa. Después se comenzó a reflexionar que tipo de imagen podría colocarse para apoyar al texto y de la misma manera impactar e invitar al espectador a leer la parte de atrás, que es donde se encuentra el texto informativo. Luego se procedió a pasar a computadora.

Se realizaron varias propuestas, utilizando fotografías de caras de niños sonriendo, pero era algo muy común. Luego se intentó utilizar la misma imagen que la del segundo inserto (niña con código de barras) para unificar más las piezas, pero al final se optó por crear una nueva imagen impactante, que sería la de un bebe en medio de dos muñecos, para hacer una comparación entre ellos, o utilizar una imagen de niños que se vieran felices y saludables. Por lo que se procedió a digitalizar ambas propuestas para decidir cual es la mejor opción.



Se tomó como base una de las diagramaciones anteriores pero se decidió incorporarle una imagen para hacerlo más atractivo. En la parte inferior se colocó una frase que ayuda a que el observador gire el display y vea de qué se trata en la parte trasera.

Un quezal por amor



ADEAS Infanciales SOS Guatemala

En sus manos tiene el corazón de un niño abandonado o en peligro de abandono. Puede ignorarlo o puede darle una segunda OPORTUNIDAD. Si ha decidido darle una oportunidad este niño volverá a tener una mamá, una casa y sobre todo la oportunidad de vivir y crecer en un ambiente familiar a largo plazo y podrá hacer también la elección de un cuidado diario.

Dibujemos que si esta leyendo esto usted forma parte de las muchas personas que aman a los niños y que son muy sensibles a sus necesidades, ve por eso que le pedimos que ayude a ADEAS Infanciales SOS Guatemala en su tarea de brindar a estos pequeños una mejor calidad de vida.

Tan solo, con un pequeño pero muy significativo aporte económico, usted hará que estos niños tengan una segunda oportunidad de crecer en un hogar rodeados de cariño y la protección de una familia.

Porque hacer el bien es fácil cuando muchos ayudan...

Depositen en el Cuentas en: CIBANCO S.A. A. Número: 48 ADEAS Infanciales SOS de Guatemala



Para des-vertir a los ojos y alegrar el corazón NO TE QUIERO AYUDAR!

El que ayuda a un niño, ayuda a un mundo mejor. El que ayuda a un niño, ayuda a un futuro mejor.

Se notó que la imagen rompía con la línea de diseño establecida en la última pieza, en donde se definió que se pretendía utilizar únicamente cian y negro. Además la imagen no impactaba como las otras. Por lo tanto se colocó una nueva imagen, en la que se muestra el mismo bebe del inserto para así lograr crear unidad y reconocimiento. Este bebe está colocado en medio de dos muñecos y la imagen es apoyada por una frase que invita a reflexionar.

Un quezal por amor



ADEAS Infanciales SOS Guatemala

La diferencia está en que uno de ellos Si necesita de un hogar, cuidado, amor, ternura, salud...



Para des-vertir a los ojos y alegrar el corazón NO TE QUIERO AYUDAR!

El que ayuda a un niño, ayuda a un mundo mejor. El que ayuda a un niño, ayuda a un futuro mejor.

Un quezal por amor

La diferencia está en que uno de ellos Si necesita de un hogar, cuidado, amor, ternura, salud...



Para des-vertir a los ojos y alegrar el corazón NO TE QUIERO AYUDAR!

El que ayuda a un niño, ayuda a un mundo mejor. El que ayuda a un niño, ayuda a un futuro mejor.

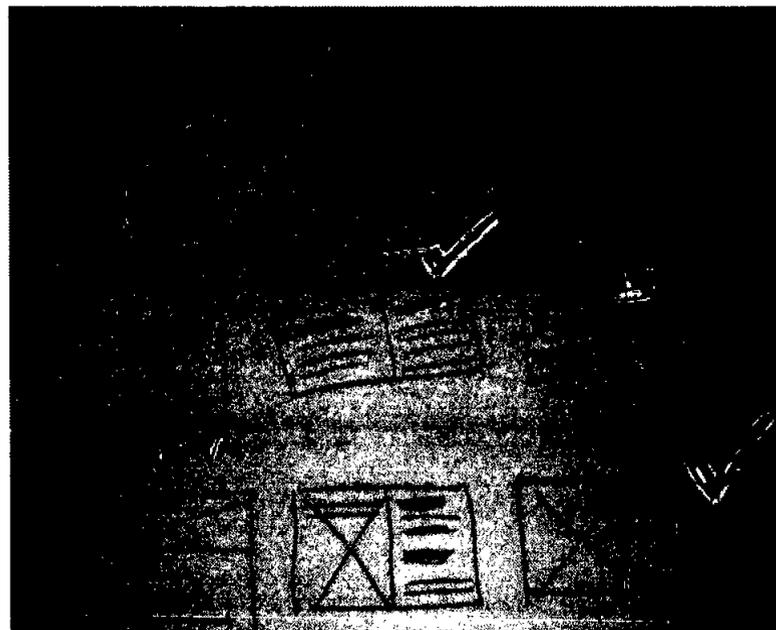
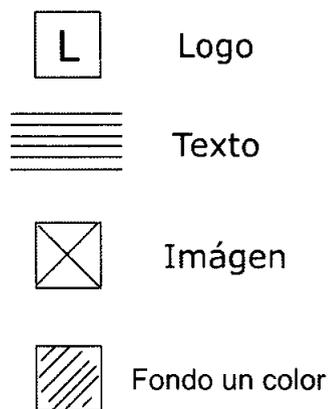
Booklet:

El booklet es la última pieza. El propósito de ésta es proporcionar información más detallada de las aldeas. Los booklets estarán localizados únicamente en las oficinas de cada aldea y serán entregadas a las personas que soliciten más información.

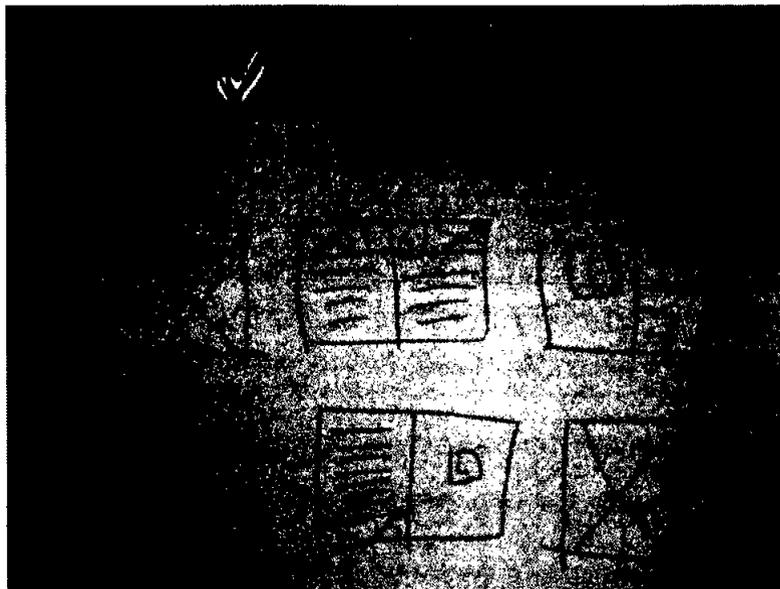
Siguiendo la línea establecida se comenzó a diagramar posibles propuestas para las hojas del booklet.

Se decidió que esta pieza también iría únicamente con los colores cian y negro, por unidad y por costos.

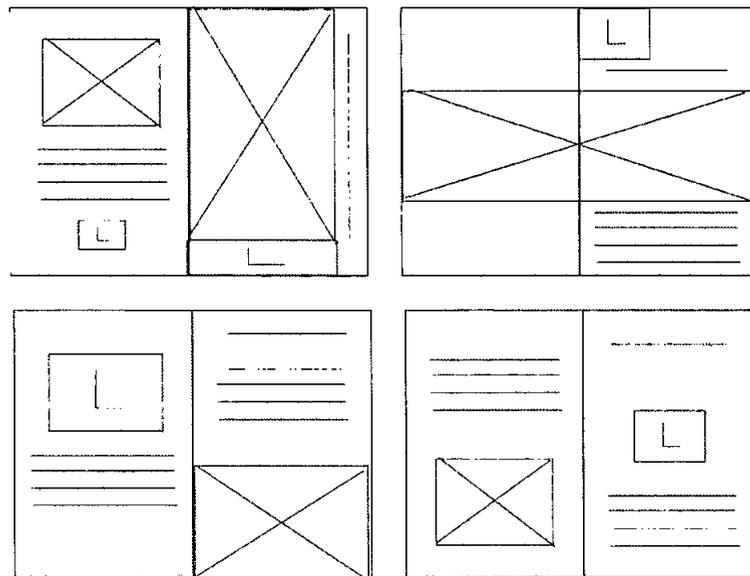
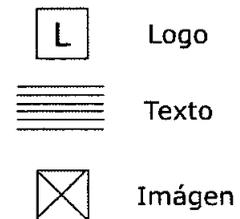
Se comenzó por bocetar layouts de las páginas interiores, y las páginas introductorias a cada tema.



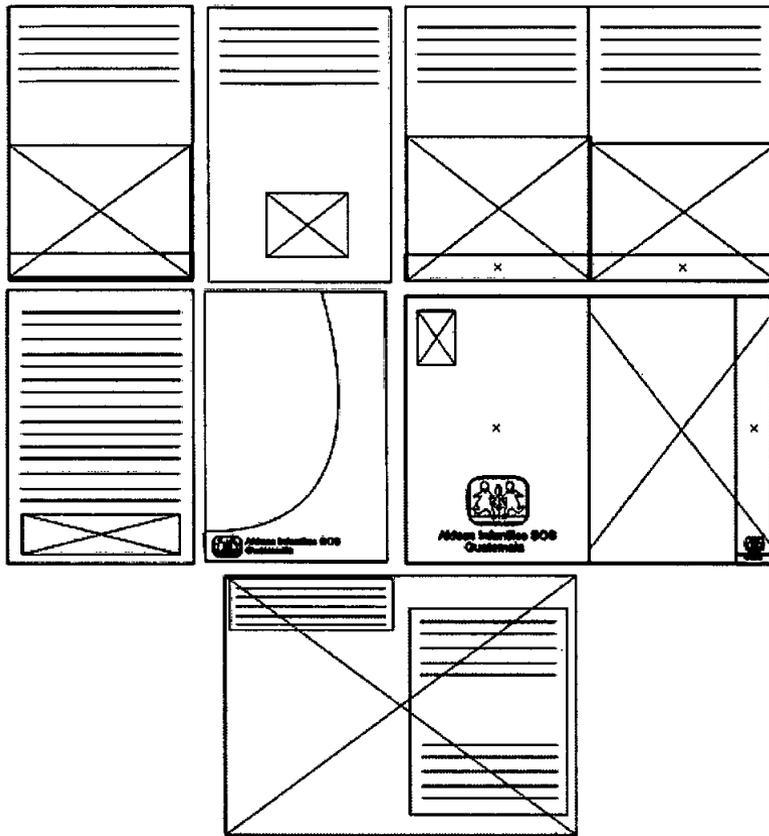
Después se boceto layouts de la portada y la contraportada, para luego pasar a computadora.



Se continuó diagramando y se fue colocando símbolos para saber en dónde iría colocado cada elemento al digitalizarse.



Se continuó diagramando para después incorporarle los elementos reales, para lograr esto se realizaron bocetos de las mejores opciones para luego armar el diseño real:



Por ultimo se inició a integrar imágenes y el texto.



Se decidió que esta pieza también iría únicamente con los colores cyan y negro, por unidad y por costos. Para la portada y contraportada exterior se utilizaron imágenes de niños felices y no niños que causen lástima como en la mayoría de campañas que ayudan a niños. Se colocó el logo e información de contacto.

CONTACTENOS

Calle 14 No. 100, Zona 10, Ciudad de Guatemala
 Apartado Postal 12200, Guatemala, Gt. A.
 Tel. (502) 2442-1990 - 2442-1911
 Dirección: Calle 14 y 10, Zona 10, Ciudad de Guatemala
 Tel. (502) 2442-1990 - 2442-1911


Aideas Infantiles SOS
 Guatemala

La portada interior se decidió diagramar el texto con un diseño un poco más dinámico, para que se diferenciara de las hojas interiores, ya que aquí se colocó información de la junta directiva, por lo que no era lo mismo que los demás textos. Para la contraportada interior se colocó una imagen en grande para enfatizar a los niños. La imagen se escogió ya que es la misma niña que se colocó en uno de los insertos, de esta manera crea unidad entre estas dos piezas, la imagen también refleja alegría.

El editorial se diagramo con ejes curvos para crear un punto de interés.

Editorial

Han transcurrido 31 años desde que la primera Aldea Infantil SOS en Guatemala abrió sus puertas para alojar a niñas y niños que necesitaban no solamente de abrigo o alimentación sino de un hogar donde una Madre SOS de a cada mes, amor, respeto, comprensión y valores que solamente en ese unión de familia se puede lograr.

Es partir de la apertura de la primera Aldea Infantil SOS que se inicia una inabarcable labor de la lucha día tras día por lograr lograr cada vez a más niños y niñas.

Nos sentimos satisfechos de haber logrado que más de 700 niñas y adolescentes hayan sido de Aldeas Infantiles SOS integrándose a la sociedad de nuestro país.

Sabemos que el número seguirá creciendo mientras tengamos personas comprometidas con el bienestar y desarrollo de la niñez en nuestro país.

Sabemos que esta noble labor no podemos lograrla sin ustedes queridos amigos y colaboradores, gracias porque podemos contar con el apoyo incondicional que nos brindan mediante donativos y por tener siempre presente a los niños y niñas de Aldeas Infantiles SOS.

En nombre de estas niñas y niñas recibien un fuerte abrazo integrándose a la sociedad de nuestro país.
Victor Reyes
 Director Nacional

Junta Directiva

Presidente:
 Lic. Armando Enriquez

Vicepresidente:
 Sr. Ricardo Guerra

Tesorero:
 Ing. Justo Lozano

Secretario:
 Lic. J. María Estrella Pérez

Vocal:
 Srta. Patricia González


Aideas Infantiles SOS
 Guatemala

El inicio de cada sección se diagramó con una imagen grande que apoyara el contenido de esa área en un lado y del otro lado el título. Con el logotipo nuevamente.



A los subtítulos se les cambió la tipografía por la misma que los títulos y el tamaño es mayor para que sobresalga. Las fotografías son a blanco y negro al igual que en los demás materiales.

Nuestra Misión

Lo que hacemos

“Creamos familias para niños y niñas necesitados. Los apoyamos a formar su propio futuro y participar en el desarrollo de sus comunidades”

Nuestra Visión

Lo que queremos para todos los niños del mundo.

Cada niño y cada niña pertenece a una familia y crece con amor, respeto y seguridad”



Después de realizar todas las gestiones necesarias para que el programa de SOS-Infancia/Infancia Internacional “Aldeas Infantiles SOS” entrara en funcionamiento en Guatemala, el 15 de marzo de 1976 a un mes y días de haberlo, son Autorizados y Reconocidos por el Excmo. la Asociación de Aldeas SOS de Guatemala, mediante Acuerdo Gubernativo del 15 de marzo 1976.

Para el año de 1979 se empieza la construcción de la Aldea Infantil SOS en la cabecera de Retalhuleu en el departamento de Retalhuleu Guatemala. La cual es oficialmente inaugurada 16 mayo de 1983 y el 15 abril de ese mismo año se establece la cuarta aldea en el municipio de Jucután, del departamento de Chiquimula, Guatemala. Conforme la población infantil en las Aldeas Infantiles SOS fue creciendo en tamaño y en edad, se ve en la necesidad de crear la primera “Aldea Juvenil” en octubre de 1984 hoy conocidos como “Comunidad Juvenil” en la cual los jóvenes y señoras continúan sus estudios y empiezan a entrar a los en el tiempo laboral como una etapa previa a la independencia, siempre continuando el nexo con su Casa y su Familia en la Aldea Infantil.

En marzo de 1998 se inicia el primer Centro de Desarrollo Infantil en la ciudad capital. A finales de 1998 se trasladaron las primeras familias SOS a sus nuevos hogares en Ciudad San Cristóbal Misco municipio de Quetzaltenango. La mayoría procedían de la antigua Aldea Infantil SOS San Juan Sacatepéquez, que fue transformada en Centro de Desarrollo Infantil, hoy convertido en Centro Social SOS. Se eligió este lugar para darles un hogar seguro tanto a los niños y niñas de San Juan Sacatepéquez, como a los niños y niñas abandonados y huérfanos de Ciudad de Guatemala. Centro Social es un Programa de Fortalecimiento Familiar, el cual es un modelo de atención para niños y niñas dirigido a las familias en condiciones de vulnerabilidad en donde participan niños y niñas menores de 8 años y sus familias.

En febrero de 1999 se abre el segundo Centro de Desarrollo Infantil en San Juan Sacatepéquez donde había estado la primera aldea infantil.

En octubre de 2001 inicia la quinta aldea infantil ubicada en el municipio de San Jerónimo, del departamento de Baja Verapaz, esto fue posible con el apoyo de los amigos SOS de Suiza.

Presentación:

La presentación digital tenía como propósito captar la atención del observador e invitar a la reflexión y sensibilizar. Se decidió que iba a ser algo muy visual para que conocieran más de Aldeas Infantiles SOS visualmente, por medio de fotografías que iban a ir acompañadas de frases conocidas y con una canción de fondo.

El primer paso fue buscar frases que citaran un concepto positivo acerca de la niñez, luego de esto se seleccionaron las que irían incluidas dentro de la presentación:

– Lo maravilloso de la infancia es que cualquier cosa en ella es maravillosa...

-Gilbert Keith Chesterton.

– Cuando pones fe, esperanza y amor juntos puedes criar niños positivos en un mundo negativo...

-Zenón de Elea

– El futuro de los niños es siempre hoy. Mañana será tarde.

-Gabriel Miró

– Educad a los niños y no será necesario castigar a los hombres.

-Pitágoras

– Más educación, más cultura y menos armas. Si en vez de tantas armas, nos dedicáramos a construir colegios y universidades, todo iría mejor.

-Mstislav Rostropóvich

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

-Karl A. Menninger

– El medio mejor para hacer buenos a los niños es hacerlos felices.

-Oscar wilde

Luego de esto se procedió a buscar una canción que apoyara la ideología de Aldeas Infantiles SOS, y que además también invitara a reflexionar. Después se decidió poner la canción de Franco de Vita titulada "No basta" ya que Aldeas Infantiles SOS contaba ya con los créditos de esta canción.

No basta traerlos al mundo
Porque es obligatorio
Porque son la base del matrimonio
O porque te equivocaste en la cuenta

No basta con llevarlos
A la escuela a que aprendan
Porque la vida cada vez es más dura
Ser lo que tu padre no pudo ser

No basta que de afecto
Tú le has dado bien poco
Todo por culpa del maldito trabajo
Y del tiempo

No basta porque cuando quiso
Hablar de un problema
Tú le dijiste niño: "será mañana"
Es muy tarde, estoy cansado"

No basta comprarle todo
Lo que quiso comprarse
El auto nuevo antes de graduarse
Que viviera lo que tú no has vivido

No basta con creerse
Un padre excelente
Porque eso te dice la gente
A tus hijos nunca les falta nada

No basta porque cuando quiso
Hablarle de sexo
Se te subieron los colores al rostro
Y te fuiste

No basta porque de haber
Tenido un problema
Lo había resuelto comprando en la esquina
Lo que había, lo que había

Para complementar estas frases se realizo una sesión fotográfica para así poder tener fotografías que apoyaran estas frases y que fueran exactamente lo que necesitábamos. Por lo que se procedió a ir a visitar las Aldeas y tomar fotografías de los niños en sus actividades diarias y en situaciones que pudieran complementar las frases anteriores y también la canción de fondo.

A continuación se presentan las fotografías que se tomaron para incluir en la presentación:



Después de la sesión fotográfica se notó que los niños son muy alegres y motivados y por lo tanto también se decidió complementar la presentación con la canción "que vivan los niños" de OV7 aprovechando que también se tenían los créditos para utilizarla y de esta manera se mostraría que estos niños son felices y que no están para causar lastima.

Si en vez de armas tan solo hubieran juguetes
seguramente todo marcharía mejor
y descubrir la aventura que es el vivir un día más

CORO

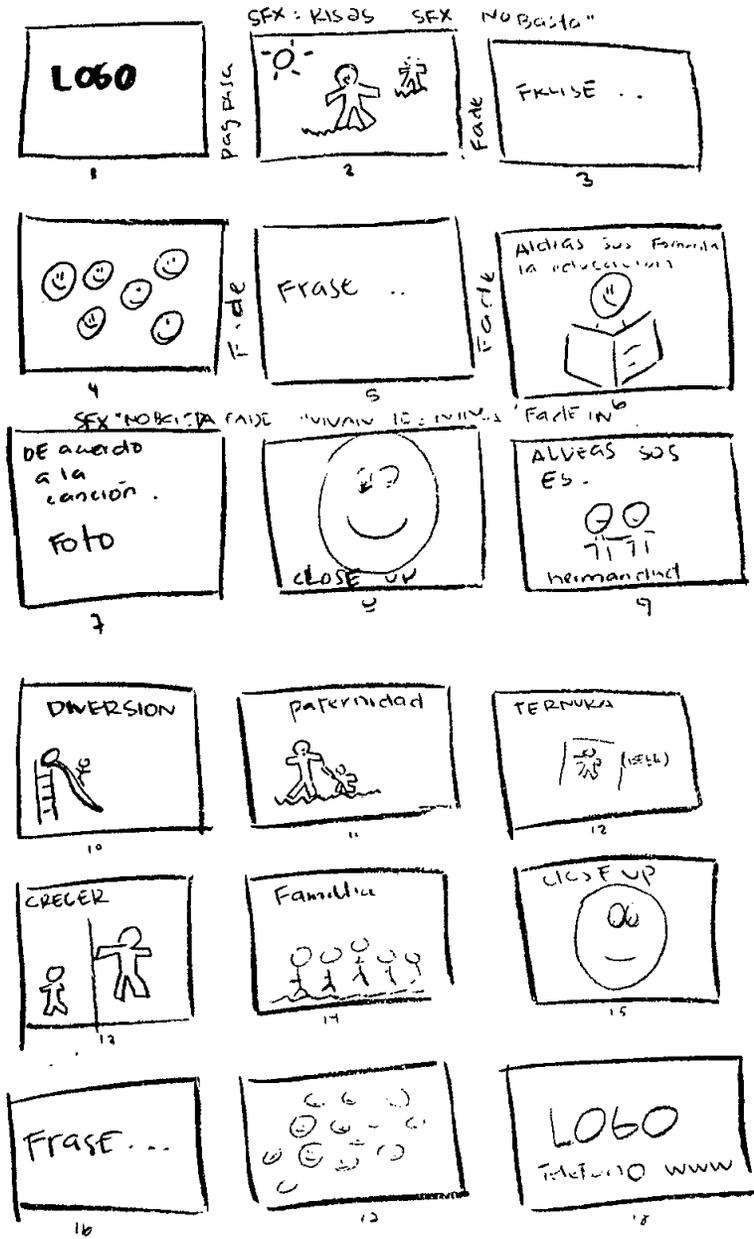
vivan los niños de todas partes
vivan los niños que nunca se muera el amor
usar la imaginación es la solución... de un mundo ideal

vivan los niños chiquitos y también los grandes
vivan los niños bebes y de cualquier edad
pues siempre es niño quien guarda en el corazón...una
ilusión.

Ser súper héroe, salvar al mundo de un gran desastre
viajar a otros planetas, para un niño es normal
y descubrir la aventura que es el vivir un día más.

Después de tener las frases, las canciones de fondo y las fotografías, se procedió a pensar en la idea bajo la cual se elaboraría la presentación. Como planteado anteriormente el propósito de esta es sensibilizar al observador para incentivarlos a donar, y de la misma manera dar una visión más clara acerca de lo que es Aldeas Infantiles SOS. Por lo mismo se decidió que tenía que ser muy visual, mostrando mucho a los niños para de esa forma ponerle una "cara" al proyecto y que vieran que realmente se necesita su ayuda. Así que se optó por intercalar fotografías y frases. De la misma manera ir colocando fotografías que fueran de acorde a la letra y a los tiempos de la canción que estuviera de fondo.

A continuación se presenta el storyboard que se realizó para la elaboración de la presentación digital:



A continuación se presentan algunos ejemplos de cómo se unió las imágenes con las frases dentro de la presentación, y como se visualiza digitalmente:



Piezas preliminares:

Insertos:

Aldeas Infantiles SOS Guatemala

Con tan solo **500** CINCUENTA QUETZALES ..puedes hacer mucho

Herminio Girones

Andrés Garza, 5 años. Está en Aldeas SOS desde los 6 meses, otra recuesta de!!!

En Aldeas Infantiles SOS de Guatemala, trabajamos a favor de niños y niñas huérfanos, abandonados o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos, creando Familias SOS en donde los niños y niñas crecen con amor, respeto y seguridad. Mediante éste entorno familiar ofrecemos una base sólida sobre la cual pueden construir su vida, en donde sus heridas emocionales son sanadas, logrando así desarrollar confianza y seguridad, lo que le permite a cada niño descubrir y desarrollar potencialidades!

¡Tus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo:	Monto mensual a donar:
Dirección:	No. Tarjeta / Cta. Monetaria o ahorros:
E-mail:	Fecha de vencimiento de tarjeta:
Celular:	No. De Cédula:
Teléfono:	Firma de autorización:



Aldeas SOS Guatemala
<http://www.aldeasinfantilessos.org.gt/>

5ta calle 6-39 lote 10 manzana "C" sector A-3,
 Ciudad San Cristóbal I
 Zona 8 de Mixco
 Guatemala
 Tel: (502) 24430382; 24430381

Fecha y lugar: GUATEMALA, 2007

Pague a: ALDEAS SOS GUATEMALA Q:

La cantidad de: _____

Herminio Girones
 Fundador

 Firma de autorizado

Aldeas Infantiles SOS Guatemala

Que precio le pondrías a una sonrisa?

Nosotros los protegemos, pero no podemos hacerlo solos...

Nos ayudas?

Aldeas Infantiles SOS Guatemala

En Aldeas Infantiles SOS de Guatemala, trabajamos a favor de niños y niñas huérfanos, abandonados o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos, creando Familias SOS en donde los niños y niñas crecen con amor, respeto y seguridad. Mediante éste entorno familiar ofrecemos una base sólida sobre la cual pueden construir su vida, en donde sus heridas emocionales son sanadas, logrando así desarrollar confianza y seguridad, lo que le permite a cada niño descubrir y desarrollar potencialidades! Para más información comunicarse al Tel: 24343009 / 24315255

¡Tus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo:	Monto mensual a donar:
Dirección:	No. Tarjeta / Cta. Monetaria o ahorros:
E-mail:	Fecha de vencimiento de tarjeta:
Celular:	No. De Cédula:
Teléfono:	Firma de autorización:

Trifoliar:

¿O Así? Hermann Greiner **¿Así?**



**La diferencia depende de ti...
Conviértete en Amigo SOS!**

Aldeas Infantiles SOS Guatemala

No. Calle 8-20 Zona 8 de Unidad Cultural San Cristóbal
Escuela No. 10 de la 14 Avenida "C" entre 14 y 15
San Cristóbal Zona 8 de Unidad Cultural

Apreciado amigo y amiga

En el mundo moderno, donde es notoria los 20 millones de dólares que un millonario paga por un viaje al espacio o en el que las astronómicas cifras que los gobiernos invierten en armas crecen sin control, la humanidad presencia el sufrimiento de millones de niños y niñas que por la pobreza, las enfermedades o conflictos armados han perdido sus padres y su hogar.

En Aldeas SOS Guatemala creemos que el futuro del país está en lo que hagamos hoy para fortalecer la familia y para cuidar que todos los niños y niñas del país crezcan al interior de una de ellas. **Nosotros trabajamos para que todos los niños y niñas pertenezcan a una familia.**

En sus manos tiene el corazón de un niño abandonado o en peligro de abandono, puede tirarlo a la basura o puede darle una segunda OPORTUNIDAD. Si ha decidido darle una oportunidad este niño volverá a tener una mamá, una casa y sobre todo la oportunidad de vivir y crecer en un ambiente familiar a largo plazo y podrá tener también la atención de un cuidado diario.

Si decide tirarlo a la basura habrá negado la oportunidad de este niño o niña de poder crecer y ser útil a nuestra sociedad.

Sabemos que hay muchas personas que aman a los niños y que son muy sensibles a sus necesidades, es por eso que le pedimos que ayude a Aldeas Infantiles SOS Guatemala en su tarea de brindar a estos pequeños una mejor calidad de vida.

Tan solo, con un pequeño pero muy significativo aporte económico, usted hará que estos niños tengan una segunda oportunidad de crecer en un hogar rodeados de cariño y la protección de una familia.

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo: _____
Dirección domiciliar: _____
Dirección de trabajo: _____
E-mail: _____
Fecha cumplimiento: _____
Celular: _____
Teléfono: _____

Moneda a donar: Q. 150.00 Q. 100.00 Q. 50.00
Otro: _____

Frecuencia: Mensual Bimestral Anual Otro
Semestral: _____

No. Tarjeta / C/C, Monedero o abonos: _____
Fecha de vencimiento de tarjeta: _____
Nombre Banco Emisor: _____
No. De Cédula: _____
Firma de autorización: _____

Display:

Aldeas Infantiles SOS Guatemala

**Porque nacer es bien
y fácil cuando
muchos ayudan...**

Aldeas Infantiles SOS Guatemala

**La diferencia está en que uno de ellos
si necesita de un
hogar, cuidado, amor,
ternura, salud.**

Aldeas Infantiles SOS Guatemala

NO TE QUIERO ABANDAR!

NO TE QUIERO ABANDAR!

NO TE QUIERO ABANDAR!

La diferencia está en que uno de ellos si necesita de un hogar, cuidado, amor, ternura, salud.

NO TE QUIERO ABANDAR!

NO TE QUIERO ABANDAR!

NO TE QUIERO ABANDAR!

11. Validación técnica del diseño preliminar

Luego de tener el diseño preliminar se procedió a pasar un instrumento de validación (ver anexo 4) para expertos, diseñadores gráficos y el grupo objetivo. Se pasaron un total de 12 instrumentos (3 expertos, 3 diseñadores gráficos y 6 personas de grupo objetivo). Se hizo esta distribución ya que era importante tener por lo menos la mitad de datos obtenidos del grupo objetivo ya que a ellos va dirigido y lo más importante es que sea funcional para ellos. Sin embargo también es importante consultar a diseñadores gráficos para que ellos aporten sus ideas y lograr que el material mejore y detectar que las elecciones de diseño hayan sido las correctas. Por último a los expertos ya que ellos son los que saben de este tipo de material y pueden detectar de igual manera cualquier error. Luego de pasar los instrumentos fueron analizados y comprados con la tabla de requisitos para así ver si se logró codificar bien el material o hay algunas cosas que no están claras. Entonces se procedió a hacer los cambios que se vieron necesarios después del análisis.

A continuación se presentan los resultados de la validación técnica realizada al diseño preliminar. (Ver anexo 5.1)

Análisis General:

Expertos:

Alejandra Ovalle, Aldeas SOS encargada de mercadeo.
Fabiola Marroquín, Aldeas SOS, mercadeo
Carlos Sánchez, director Aldeas SOS San Cristóbal

Diseñadores Gráficos:

María Belén Garoz, Diseñadora grafica, Freelance
Mónica Figueroa, Diseñadora grafica, Freelance
Luisa Chafchalaf, Diseñadora Grafica, Freelance

Grupo Objetivo:

Aura de Colindres, ama de casa
Francisco Lizama, Jefe de Constructora L&G ingenieros
Marlen Castillo, Secretaria, L&G ingenieros SA
Eugenia de Tang, ama de casa
Alberto Tang, ingeniero civil, Divisa
Amadeo Espina, ingeniero industrial, Coca-Cola

En cuanto a la tipografía en los títulos los 3 grupos coincidieron en lo que esta pretendía lograr, que es jerarquizar, y en los textos la simpleza. Al hablar de color todos opinaron que daba identidad lo cual era fundamental. Además de esto uno de los diseñadores opinó que era formal, lo cual es muy bueno ya que se trata de un material serio. Al hablar del formato se obtuvo que era creativo y que refleja particularidad e innovación. Según la tabla el formato debía expresar simpleza y su función era disminuir costos. Se puede ver que el apoyo de las imágenes y textos logró que el formato no pasara como un material común, ya que con un formato muy recto y simple se logró reflejar creatividad sin necesidad de gastar más.

El soporte cumplió con su objetivo que era reflejar calidad ya que en este caso todos opinaron en que era de calidad, limpio y duradero, sin embargo una persona del grupo objetivo opinó que era común pero cuando se le preguntó que porqué opinaba esto dijo que porque ése era el papel que se usaba en la mayoría de materiales. Entonces se notó que no se trataba de que el material fuera ordinario si no que solo comúnmente usado. Al tratarse de los ejes la

mayoría opinó que daban balance y dinamismo y eso era lo que se deseaba.

Entre los comentarios que dieron estaban: dos expertos y un diseñador, ellos opinaron que el inserto del cheque debería de tener algún fondo, ya que si es blanco se puede perder con el sobre del cobro de la tarjeta de crédito, así que se procederá a hacer cambios a éste para que esto no suceda. Los diseñadores opinaron también que las fotografías eran muy oscuras y costaba distinguirlas, esto lo opinaron los diseñadores y ninguno del grupo objetivo o expertos. Pero se decidió que se debía aclarar las imágenes para que pudieran distinguirse más. El grupo objetivo no dio observaciones, pero cuatro dijeron que se había impactado con el uso de imágenes en el inserto de la niña con código de barras, y el del bebe con sello de frágil y que por lo mismo lo habían leído para ver porque se utilizo esta imagen. Esto es algo bueno ya que eso se pretendía. Los tres diseñadores opinaron que las imágenes y los mensajes eran muy innovadores y una muy buena forma de atraer la atención del grupo objetivo, incluso si el impacto era negativo, se lograba atraer la atención y crear identidad y posicionamiento a la fundación. Por otro lado dos de los expertos pensaron que la fotografía de la niña con la etiqueta era algo malo ya que se podía interpretar a la niña como objeto y eso no es lo que se busca. Ya que el grupo objetivo respondió positivamente a ese nuevo manejo de imágenes no era conveniente cambiar la línea y poner imágenes comunes, pero por otro lado al experto que menos le parecía este uso de imagen era el director de Aldeas Infantiles SOS y ya que su opinión en este caso es muy importante se decidió buscar un balance en cuanto a esa imagen en específico. Además de esto un

diseñador opinó que el borde cyan que tenía este inserto no se integraba a la línea de diseño y no tenía una razón del porqué estaba situado, esta observación se tomó en cuenta ya que se notó que se integraban más los dos insertos con la línea de diseño si se parecían sus elementos de apoyo.

Además de esto también se decidió en agregar un nuevo diseño a las casitas de donación (ver anexo 4). Esto se había discutido antes ya que el diseño de estas no concuerda con el de la nueva línea en los materiales, esta observación ya se había tomado en cuenta desde un principio pero no se había autorizado dicha pieza por el costo de la misma, pero al observar las nuevas piezas y el contraste que tienen con estas casitas, en especial el trifoliar que es el que va introducido en la misma se opto por realizar una propuesta de rediseño de dicha casita, para realizarlo mas adelante si se consiguen los fondos. Y por ultimo se recomendó realizar un booklet para introducir en la caja donde ira el CD de la presentación digital.

A continuación se encuentran los cambios realizados:

Pieza

Cambios realizados

Antes

Después

Fundamentación

1er inserto

Aldeas Infantiles SOS Guatemala

Con tan solo

500

CINCUENTA QUETZALES

..puedes hacer mucho

Hermana Guinevere




Andrea Garoz. 5 años. Está en Aldeas SOS desde los 6 meses, ella necesita de ti!

Aldeas Infantiles SOS Guatemala

Con tan solo

500

CINCUENTA QUETZALES

..puedes hacer mucho

Hermana Guinevere




Andrea Garoz. 5 años. Está en Aldeas SOS desde los 6 meses, ella necesita de ti!

Se decidió mejorar la resolución del texto que dice Aldeas Infantiles SOS Guatemala, por medio de hacerle un borde naranja oscuro, esto además lo hace sobresalir. El 50 que está localizado en el centro se realizó con una tipografía parecida para que se definiera más. Por ultimo en el borde inferior se colocó una parte del logotipo y se saturó para lograr la apariencia de un mosaico.

El quetzal se reemplazo por el quetzal del logotipo del banco Agromercantil ya que es el banco que envía los materiales, sin embargo sigue pendiente la aprobación de este uso del logotipo, si en dado caso no se aprueba se utilizara el quetzal anteriormente propuesto.

3er inserto



Aldeas Infantiles SOS
Guatemala

Que precio le
pondrias a una
sonrisa?



Aldeas Infantiles SOS
Guatemala

¿Qué precio le
pondrias a una
sonrisa?



En este inserto se cambió la posición de la etiqueta, se trataba de buscar un balance, ya que el experto no le parecía la idea de poner así a la niña porque podría confundirse con mercancía, pero sin embargo el grupo objetivo si se identificó con esto así que tomando en cuenta la opinión del experto ya que es el encargado de autorizar las piezas, se encontró un balance al mover la etiqueta y colgarla sobre el texto. El código de barras fue removido para evitar mal interpretaciones. Además de esto se elimino el borde que tenía, ya que no se integraba con la línea de diseño de los insertos ni de ningún material.

Por otro lado se le coloco el fondo cyan para crear mas identidad en cuanto al color, y mas peso visual, ya que se le quito el fondo a la imagen para así marcar la manera que serian trabajadas las imágenes, y por lo mismo esta se coloco a blanco y negro, ya que por costos así se trabajaran las fotos.

4to inserto

Nosotros los protegemos,
pero no podemos hacerlo
solos...

¿Nos ayudas?



Aldeas Infantiles SOS
Guatemala



Aldeas Infantiles SOS
Guatemala

Nosotros los protegemos,
pero no podemos hacerlo
solos...

¿Nos ayudas?



A esta pieza se le cambio el fondo por cyan para crear unidad con las otras piezas. Además de esto se decidió colocar el logotipo dentro de una franja cyan para así crear unidad en cuanto a este elemento, utilizando siempre el logo sobre esta franja en todos los materiales para crear identidad y posicionamiento.

Insertos parte trasera

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo: **Marta Mercedes de Azeite**

Dirección: **No. Tarjeta / Cta. Moneda o ahorro**

E-mail: **Fecha de vencimiento de tarjeta**

Celular: **No. De Cédula**

Teléfono: **Forma de autorización**

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo: **Marta Mercedes de Azeite**

Dirección: **No. Tarjeta / Cta. Moneda o ahorro**

E-mail: **Fecha de vencimiento de tarjeta**

Celular: **No. De Cédula**

Teléfono: **Forma de autorización**

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo: **Marta Mercedes de Azeite**

Dirección: **No. Tarjeta / Cta. Moneda o ahorro**

E-mail: **Fecha de vencimiento de tarjeta**

Celular: **No. De Cédula**

Teléfono: **Forma de autorización**

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo: **Doraclean Mercedes**

Dirección: **0230 O 190 Q 99**

E-mail: **No. Tarjeta / Cta. Moneda o ahorro**

Celular: **Fecha de vencimiento de tarjeta**

Teléfono: **No. De Cédula**

Forma de autorización: **Forma de autorización**

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo: **Doraclean Mercedes**

Dirección: **0230 O 190 Q 99**

E-mail: **No. Tarjeta / Cta. Moneda o ahorro**

Celular: **Fecha de vencimiento de tarjeta**

Teléfono: **No. De Cédula**

Forma de autorización: **Forma de autorización**

Se decidió ponerle a la parte trasera de los insertos los logotipos de las tarjetas de crédito participantes en naranja y cyan para que sea a una tinta y reducir costos. La única ficha de inscripción que será diferente es el primero ya que este no ha marcado la nueva línea de diseño. Los otros 3 insertos serán iguales para unificarlos y además porque a partir del segundo inserto es que se define el color cyan.

Trifoliar

¿O Así? Hermano Greiner **¿O Así?**

La diferencia depende de ti. Conviértete en Amigo SOS!

Apreciado amigo y amiga

En el mundo moderno, donde se necesita los 20 minutos de silencio que le dedicamos a cada día para pensar y actuar, es en esos momentos que los gobiernos invierten en armas crecientemente sofisticadas para controlar la presencia y el bienestar de millones de niños y niñas que por la pobreza, las enfermedades o conflictos armados han perdido sus padres y su hogar.

En América del Sur, especialmente en Colombia, se estima que hay más de 10 millones de niños y niñas que viven en condiciones de pobreza extrema.

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo: **Marta Mercedes de Azeite**

Dirección: **No. Tarjeta / Cta. Moneda o ahorro**

E-mail: **Fecha de vencimiento de tarjeta**

Celular: **No. De Cédula**

Teléfono: **Forma de autorización**

¿O Así? Hermano Greiner **¿O Así?**

La diferencia depende de ti. Conviértete en Amigo SOS!

Apreciado amigo y amiga

En el mundo moderno, donde se necesita los 20 minutos de silencio que le dedicamos a cada día para pensar y actuar, es en esos momentos que los gobiernos invierten en armas crecientemente sofisticadas para controlar la presencia y el bienestar de millones de niños y niñas que por la pobreza, las enfermedades o conflictos armados han perdido sus padres y su hogar.

En América del Sur, especialmente en Colombia, se estima que hay más de 10 millones de niños y niñas que viven en condiciones de pobreza extrema.

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Nombre completo: **Doraclean Mercedes**

Dirección: **0230 O 190 Q 99**

E-mail: **No. Tarjeta / Cta. Moneda o ahorro**

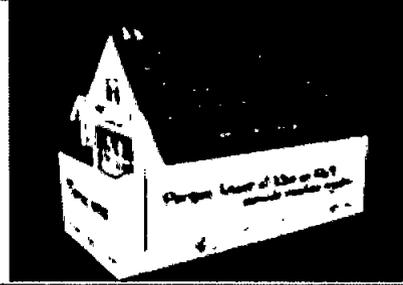
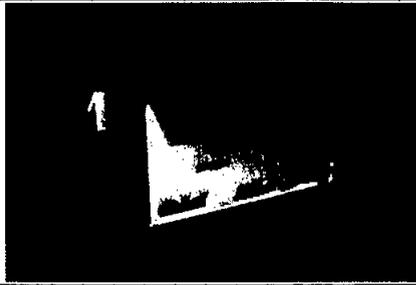
Celular: **Fecha de vencimiento de tarjeta**

Teléfono: **No. De Cédula**

Forma de autorización: **Forma de autorización**

Al trifoliar se le cambió la tipografía de la parte trasera por una que fuera más legible. Además de esto en el interior se colocó todo a una tinta para que se ahorrara un poco más a la hora de imprimir. Las fotografías se trabajaron a blanco y negro ya que así será la nueva línea de diseño. Además también se le colocó el fondo cyan por la misma razón, de esta manera ya se ve la unidad con las demás piezas, y se logra más identidad visual.

Casa de donación



La casa surgió ya que se vio la necesidad de que se integrara a la línea de diseño, así de esta manera no chocaran los materiales al colocarlos aquí.

Display



 SOS Guatemala

Un gesto es un gesto

La diferencia está en que uno de ellos
 Si necesita de un hogar, cuidado, amor, ternura, salud.





 SOS Guatemala

NO TE QUIERO MUDAR



 SOS Guatemala

Un gesto es un gesto

La diferencia está en que uno de ellos
 Si necesita de un hogar, cuidado, amor, ternura, salud.

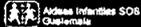


Al display de la misma manera se le coloco el fondo cian para adaptarlo a la nueva línea de diseño. Además como se menciona anteriormente, se defino que la franja cian seria un elemento identificativo de la línea de diseño y se trabajaría con el logotipo en blanco arriba, por esta razón se coloco el logo sobre la franja cian. Luego se elimino la frase que tenia en la parte inferior porque se noto que no era necesario y lo que se pretendía era la simpleza, además los materiales anteriores fueron trabajados únicamente con el logo, la franja cian, una frase y una fotografía. Y así se logra más identidad y unidad. La fotografía se agrando para hacerla mas llamativa e impresionante.

Presentación digital

Que encontraremos en este CD

Una presentación digital que muestra lo mejor e importante de nuestras aldeas, conocemos a nuestros niños y conocemos la estructura de las comunidades. Así con la ayuda podemos avanzar!



Contactos

Tel: (502) 2414-1920
Dirección: Av. Calle 1-69 para 2 de febrero, C.A. El Rosero, Guatemala
Web: www.aldeasinfantiles.org.gt
Email: info@aldeasinfantiles.org.gt

¿Quiénes somos?

Aldeas SOS Guatemala es una Fundación que se encarga de cuidar a niños huérfanos y abandonados. Los proyectos consisten en brindarles salud, hogar, un hogar, y una familia para educar una vida autónoma. Cada adopción es un proceso de trabajo de carácter voluntario, pero totalmente está guiado por los trabajadores sociales y diferentes grupos de ayuda para el niño en Guatemala. Su misión es lograr salud y bienestar a los niños y niñas que no están con sus familias o en su entorno, de esta manera se crea un hogar que les da la oportunidad de crecer en la sociedad.

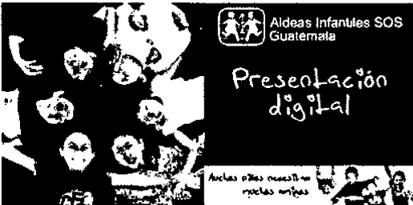


Gracias, porque sabemos que contamos contigo!



Presentación digital

Aunque ellos necesitan muchas amigas

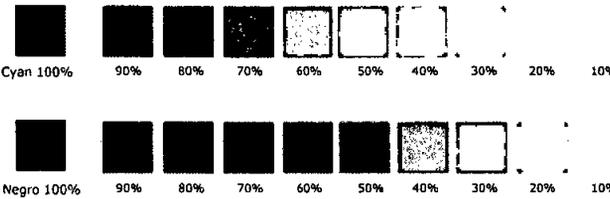


A la presentación se le realizó un diseño de booklet para introducir a la caja del CD. La función de este es darle mejor presentación y además brindar información breve de que es Aldea SOS e información de contacto. De esta manera si el receptor quiere saber de que se trata antes de introducir el CD lo puede hacer. Y tiene acceso a la información de contacto sin necesidad de ver el CD.

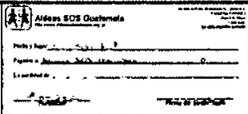
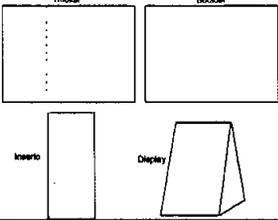
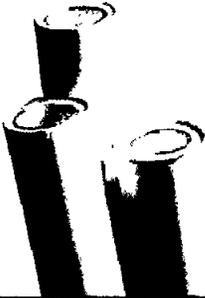
Se utilizó un diseño simple y full color, ya que esta pieza no se hará en cantidades tan grandes como las demás, porque solo se harán para enviar a empresas potenciales, y ya que las donaciones de estos son las que más interesan no importa que el gasto sea un poco mayor. Por medio de la fotografía full color se captará más la atención y se reflejará la energía de estos niños. Para el resto del público y posibles donadores será enviada como una cadena de correo electrónico.

Tipografía			<p>La tipografía que se utilizó para los títulos tuvo muy buena aceptación. Sin embargo había un poco de confusión en las letras "t", "y" y "H", por lo que se decidió modificarlas para que fueran legibles y que de esta manera se pudiera utilizar esta tipografía.</p>
------------	---	--	--

12. Propuesta final y fundamentación:

Elemento/Pieza	Muestra gráfica	Fundamentación
<p>Color</p>	 <p>Cyan 100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%</p> <p>Negro 100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%</p>	<p>El color es fundamental en un diseño ya que impresiona al que lo percibe. Además de esto tiene capacidad de expresión, porque cada color, al manifestarse, expresa un significado y provoca una reacción y una emoción.</p> <p>Y por ultimo todo color posee un significado propio, y adquiere el valor de un símbolo, capaz por tanto de comunicar una idea.</p> <p>Tomando en cuenta esta afirmación se opto que el propósito del color seria crear una identidad visual y además reducir los costos, ya que de este elemento depende mucho el precio de impresión. El color en cualquier diseño o proyecto es importante, pero ciertas consideraciones económicas pueden imponer una restricción a pocos colores e incluso a diversos tonos de un mismo color. Por lo mismo los colores que se van a utilizar son el cyan y negro en sus distintos porcentajes. Con estos se pretende dar identidad hacia la fundación ya que el logotipo de Aldeas SOS es cyan. El color ayuda mucho a crear una línea de diseño propia.</p> <p>Con el color Cyan se pretende crear una posición visual, que como se menciona en el área de diseño se logra a través de tomar símbolo o elemento (en este caso el color) para asociarlo sistemáticamente al producto o a la marca. Como consecuencia se producirá un reconocimiento automático del símbolo por parte del grupo objetivo.</p>

<p>Tipografía</p>	<p>Que precio le pondrias a una sonrisa? Que precio le pondrias a una sonrisa?</p>	<p>En el momento de elegir la tipografía adecuada para un diseño hay que establecer cuidadosamente la imagen que se desea transmitir a través de ella. Es por esto que desde un comienzo se estableció que para textos se utilizaría una tipografía legible, ordenada y simple para no causar una lectura pesada. Y que se iba a colocar una tipografía diferente y dinámica en los títulos para jerarquizar e impactar, se opto por utilizar en estos una tipografía que pareciera escrita a mano para darle mas impacto y que pareciera que lo escribieron los niños, bajo la idea que lo escribieron ellos mismos para pedir ayuda.</p> <p>Se decidió poner para textos la tipografía Arial ya que esta tipografía era la que utilizaban en los materiales anteriores y era el único elemento que aparecía igual en todos los materiales, además es una tipografía simple, ordenada y legible, así que cumplía con los requisitos establecidos.</p> <p>Para los títulos se escogió la tipografía In His Hands, ya que era una muy infantil y llamativa, además identificaba a la fundación con los niños ya que da la impresión que fue escrita por uno de ellos.</p>
<p>Ejes de Diagramación</p>	 <p>The collage shows several design elements: a logo with a child's face, text in Spanish like '¿Qué precio le pondrias a una sonrisa?', '¿Mas ayudas?', '¿Mas sonrisas?', and '¿Mas sonrisas? ¿Mas sonrisas?'. There are also images of children and a logo for 'In His Hands'.</p>	<p>Se logró la jerarquización de los elementos por orden de importancia. Por ejemplo para resaltar más los títulos se les colocó una tipografía diferente, y con un mayor tamaño. Para textos se logro legibilidad e incorporación balanceada y no-obstructiva que era lo que se pretendía para facilitar la lectura e interés en los materiales.</p> <p>Se trabajo con tres jerarquías en las piezas: logo, imagen, y frase, ya que estos eran los elementos que invitaban a leer.</p>

		
<p>Formato</p>		<p>El formato pretende disminuir costos, y reflejar simpleza. Para esto se realizaron troqueles simples con formas regulares y tamaños standard.</p>
<p>Soporte</p>		<p>Con el soporte se quería reflejar calidad a un bajo costo, y además limpieza. Para esto se escogieron materiales que no tuvieran un costo tan elevado (como el papel bond) y se combinaron con materiales mas finos (como la opalina), con esta combinación se logro mantener los costos, por ejemplo en el booklet se utiliza papel bond para todas las hojas interiores y se complementa con opalina en la portada y contra portada.</p>
<p>Imagen</p>		<p>Cada imagen dependiendo del uso cumple una función. Si se encuentra solo la imagen sin fondo (PNG) y un texto, esta pretende crear un punto focal y jerarquizar al niño. Al complementarse las imágenes con elementos fuera de lo común (como los muñecos) o con alguna frase, el propósito es impactar. Imágenes como la de las instalaciones cumplen con el objetivo de dar a conocer la empresa. Y además las de apoyo que van de acuerdo al texto que se esta leyendo. Las imágenes son a blanco y negro, en excepción a las de la presentación digital ya que por ser digital no influye en cuanto a costos y además es el medio dirigido a los mayores donadores por lo que se quiere un material lleno de vida. El booklet sin embargo si es un medio impreso full color, ya que así no se hace un choque visual con la</p>

		<p>presentación dentro del disco. Aunque las fotografías estén tratadas de distinto modo se continua la línea de diseño por medio de elementos gráficos, tipografía y estilo.</p>
<p>Inserto 1</p>	 <p>The image shows a 50 Guatemalan Quetzales banknote. At the top, it reads 'Aldeas Infantiles SOS Guatemala'. Below that, it says 'Con tan solo' followed by a large '50' and 'CINCUENTA QUETZALES'. There is a signature 'Hermana Yoceline' and the phrase '..puedes hacer mucho'. On the right side, there is a photograph of a young boy. At the bottom, it says 'Andrés Garro, 5 años. Está en Aldeas SOS desde los 6 meses, este nacimiento de él'.</p>	<p>La primera pieza son los cuatro insertos. Se opto por hacer esta pieza por su efectividad y por su exposición masiva ante el grupo objetivo. Ya que va adentro de los cobros de tarjeta de crédito es mucho más directa que cualquier otra pieza por el hecho que llega directamente a las manos del grupo objetivo. Según lo investigado anteriormente esta pieza es muy funcional por varias razones: por su facilidad de distribución, ya que este medio puede repartirse de una forma masiva, sin un limite de área en específico. Además la elaboración de estos es barata y puede ir dirigido a un público en general.</p> <p>El primer inserto tiene la función de crear cierta expectativa al grupo objetivo. La idea de trabajar con un billete se dio ya que este inserto viene en el cobro de la tarjeta de crédito, inconcientemente el grupo objetivo al recibirlo piensa en dinero, por lo que le llamará mas la atención verlo. Se realizo en un billete de cincuenta por ser el más llamativo por el color. Se logró un diseño muy similar a un billete real en la parte de enfrente. La intención era que no cambiara tanto el billete, para que no perdiera su credibilidad. Para lograr esto se reemplazaron elementos reales por elementos de Aldeas SOS, como lo es la fotografía, logo, nombre de la fundación y del fundador, frase, y una abstracción del logotipo del banco emisor para que le diera un atractivo extra. De este modo era un tipo de billete propio de la fundación.</p>

Inserto 2

	Aldeas SOS Guatemala http://www.aldeasinfantilesos.org.gt/	<small>Sin calle 6-34 lote 18 manzana "C" sector A-3, Ciudad Nueva Ciudad Vieja I Zona 8 de 3017m Ciudad Vieja Tel: (502) 2449632; 2449633</small>
Fecha y lugar: <u>GUATEMALA, 2007</u>		
Pague a: <u>ALDEAS SOS GUATEMALA</u> Q: _____		
La cantidad de: _____		
<u>Herman Gomez</u> FUNDADOR		_____ Firma de autorizado

El propósito de este inserto es continuar la expectativa, y mostrar el logo de una manera mas clara. Por medio de la imagen o concepto dar a entender que lo que necesitan es dinero. El logotipo se muestra mas que en el inserto anterior ya que aquí ya esta en los colores de la fundacion y de un mayor tamaño. Su ubicación lo hace facil de visualizar ya que las personas estan acostumbradas a leer de izquierda a derecha.

Para representar que lo que se necesita es dinero se utilizo la imagen de un cheque, ya que con verlo inconcientemente se piensa en dinero. Se logro la expectativa por la continuación de elementos reales adecuados a la empresa, como lo fue el billete y en este caso el cheque. En este inserto se introdujo el color cyan que es el color representativo de Aldeas Infantiles SOS, y con este mismo se pretende crear una identidad visual.

En este inserto ya se comenzó a trabajar a dos tintas y así logran una identidad en cuanto al color, y relacionen el cyan con Aldeas SOS. Siendo este el propósito final.

La tipografía que se escogió es Danifont, ya que se mira como que realmente estuviera escrita a mano, como un cheque real. De esta manera se captaría más la atención del receptor.



Aldeas Infantiles SOS
Guatemala

¿Qué precio le
pondrías a una
sonrisa?



Inserto 3

El tercer inserto tenía como función proponer una imagen y una frase impactante que capture la atención del grupo objetivo y relacione a Aldeas SOS con los niños, además mostrar el manejo que se le dará a las fotografías. Esto se logra ya que la frase en combinación con la imagen realmente impacta por su manejo. La frase fue trabajada con la tipografía In his hands, que a partir de este momento sería la única a utilizar en los títulos o frases. La fotografía se trabajó en blanco y negro para marcar el manejo que se dará a las mismas de ahora en adelante, de la misma manera se trabajó sin fondo para no restarle importancia o peso visual a la niña y que ella fuera el punto focal.

Se colocó una etiqueta de precio para dar a entender que con esa cantidad se puede "comprar" una sonrisa, en el sentido que ese dinero ayudara a mejorar la vida de los niños y por lo tanto serán más felices. Y por último se introdujo un elemento identificativo que es la franja cian con el logotipo en blanco sobre la misma, y se utilizó a partir de este momento.



Aldeas Infantiles SOS
Guatemala

Nosotros los protegemos,
pero no podemos hacerlo
solos...

¿Nos ayudas?



El último inserto tiene la función de continuar el impacto visual y crear una identidad gráfica por medio de la repetición del color, tipografía, manejo de imagen, elementos gráficos etc.

Este inserto marca la línea final de diseño. En cuanto al diseño se utilizó de igual manera una frase que complementa la imagen, y que esa imagen fuera fuerte. En este caso un bebé metido en una caja con bolas de duroport y con un sello que dice "frágil" que es puesto por una mano de un adulto. La mano representa a Aldeas SOS, que es una fundación madura y que ve a los niños como algo frágil en el sentido que necesitan de alguien que los guíe y los ayude a mejorar y tener una mejor calidad de vida.

Inserto 4

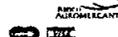
Fichas de inscripción

En Aldeas Infantiles SOS Guatemala trabajamos a favor de los niños y niñas huérfanos, abandonados o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos. Creamos Familias ACR en donde los niños y niñas crecen con amor, respeto y seguridad. Si deseas colaborar con Aldeas Infantiles SOS llena la siguiente ficha y envíala a Sta Calle 6-30 zona 6 de Miraflores, o llama al 24430382 y nosotros iremos a recogerla. Gracias!

(Tus aportaciones pueden hacer la diferencia!)

Nombre completo: _____ Donación Mensual: Q.250 ___ Q.150 ___ Q.100 ___ Q.50 ___
 Dirección: _____ No. Tarjeta / Cta. Monetaria o ahorros: _____
 E-mail: _____ Fecha de vencimiento de tarjeta: _____
 Celular: _____ No. De Cédula: _____
 Teléfono: _____ Firma de autorización: _____

*por cada donativo que realices te enviaremos tu Recibo por Donación 100% deducible del ISR

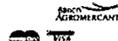


En Aldeas Infantiles SOS Guatemala trabajamos a favor de los niños y niñas huérfanos, abandonados o cuyas familias no pueden hacerse cargo de ellos. Creamos Familias SOS en donde los niños y niñas crecen con amor, respeto y seguridad. Si deseas colaborar con Aldeas Infantiles SOS llena la siguiente ficha y envíala a Sta calle 6-30 zona 6 de Miraflores, o llama al 24430382 y nosotros iremos a recogerla. Gracias!

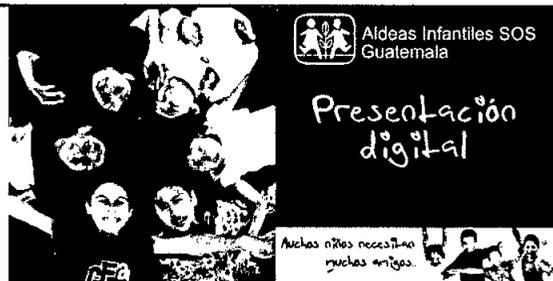
(Tus aportaciones pueden hacer la diferencia!)

Nombre completo: _____ Donación Mensual: Q.250 ___ Q.150 ___ Q.100 ___ Q.50 ___
 Dirección: _____ No. Tarjeta / Cta. Monetaria o ahorros: _____
 E-mail: _____ Fecha de vencimiento de tarjeta: _____
 Celular: _____ No. De Cédula: _____
 Teléfono: _____ Firma de autorización: _____

*por cada donativo que realices te enviaremos tu Recibo por Donación 100% deducible del ISR



Presentación digital

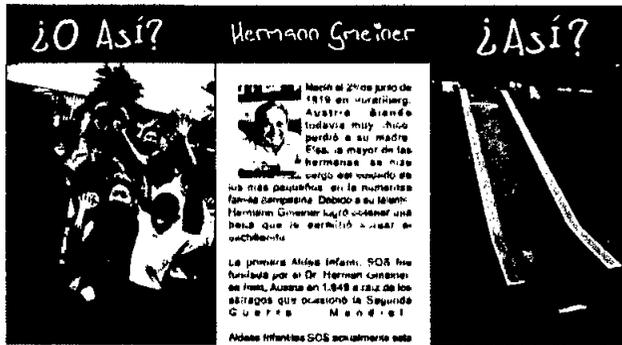
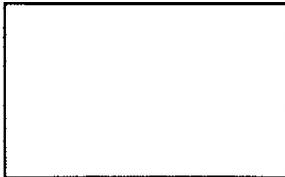


En la parte trasera se colocó la ficha de inscripción. Esta será trabajada a una sola tinta para mejorar los costos. La primera será en color naranja ya que va de acorde a la parte delantera del inserto, que es el único trabajado full color. Para los siguientes tres insertos se utilizará la misma ficha en color cyan. También será trabajada solo a una tinta en sus diferentes porcentajes.

Esta se trabajó horizontalmente para que a la hora de llenarlo sea más fácil y más espacioso. Este solo tiene información breve de que es Aldeas Infantiles SOS, a que se dedica y a donde pueden enviarla o llamar para que la vayan a recoger. De esta manera el inserto no es solo publicidad si no también es funcional ya que se vuelve un tipo de formulario para donar mensualmente y sin mayor esfuerzo, ya que no toma más de cinco minutos llenarlo.

La presentación pretende sensibilizar a potenciales donadores e incentivarlos a donar. Esto se logra por medio de imágenes de los niños en situaciones cotidianas, mostrando así la esencia de un niño. Todas las imágenes fueron trabajadas a color para darle vida al diseño y representar que los niños son alegría, vida e inocencia. Además no será reproducida en cantidades demasiado grandes ya que será enviada físicamente solo a empresas grandes, de lo contrario será enviada por correo electrónico. Sin embargo no rompe con la línea por el color cyan, elementos gráficos, y tipografía.

Se optó por realizar esta pieza ya que es muy funcional porque la forma de entrega puede ser flexible. El diseño ayuda a la interactividad con la información y el público. Además gracias a la



La diferencia depende de ti...

Convertete en Amigo SOS!



Trifoliar

Apreciado amigo y amiga

En el mundo moderno donde se nota los 25 millones de dólares que un momento paga por un viaje a España o en el que se anuncian crisis que los gobiernos no están en condiciones de controlar la necesidad presencia el sufrimiento de millones de niños y niñas que por la pobreza, las enfermedades o conflictos vividos han perdido sus padres y su hogar.

En Aldeas SOS Guatemala creamos que al futuro del país está en que hagamos hoy para fortalecer la familia y para cuidar que como los niños y niñas del país crezcan al interior de una familia. Nosotros trabajamos para que todos los niños y niñas pertenezcan a una familia.

En sus manos tiene el corazón de un niño abandonado o en peligro de abandono puede traerle a la base o puede darle una segunda OPORTUNIDAD. Si ha decidido darle una oportunidad así mismo volverá a tener una mamá, una casa y sobre todo la oportunidad de vivir y crecer en un ambiente familiar a largo plazo y podrá tener también la atención de un cuidado ciero

Si decide traerlo a la escuela habrá logrado la oportunidad de esta niño o niña de poder crecer y ser útil a nuestra sociedad.

Sabemos que hay muchas personas que aman a los niños y que son muy sensibles a sus necesidades, es por eso que le pedimos que ayude a Aldeas Infantiles SOS Guatemala en su tarea de cuidar a estos pequeños una mejor calidad de vida.

Ten claro, con un pequeño pero muy significativo aporte económico, usted hará que estos niños tengan una segunda oportunidad de crecer en un hogar rodeados de cariño y la protección de una familia.

¡Sus aportaciones pueden hacer la diferencia!

Formulario de inscripción con campos para: Nombre completo, Fecha de nacimiento, Dirección, Teléfono, Ciudad, País, y una sección para el donante con campos para: Nombre completo, Dirección, Teléfono, Ciudad, País, y una sección para el niño con campos para: Nombre completo, Fecha de nacimiento, Sexo, Religión, Estado civil, y una sección para el contacto con campos para: Nombre completo, Dirección, Teléfono, Ciudad, País.

tecnología puede ser enviado por correo electrónico y de esta manera el receptor lo puede reenviar a sus contactos y así sucesivamente, siendo así un medio masivo, y a la vez a un costo bajo.

El objetivo de esta pieza es proporcionar información breve que indique de que se trata Aldeas SOS para que la gente sepa a donde va dirigido el dinero que depositen en las casitas de donación en donde se encuentran estos trifoliales.

El Trifoliar sigue la misma línea y por lo mismo se utilizo fotografías a blanco y negro para seguir creando unidad. De la misma manera se colocó la franja cyan, la única diferencia es que en esta no se utilizó con el logo sobre esta sino que se le colocó una frase. Se hizo esto ya que se tenía que resaltar esa frase para que la gente la viera más fácilmente y sacara el trifoliar de la casita y leyera cual era la respuesta a la pregunta de esa frase. Ya que al estar introducido en la casita no se ve todo el trifoliar sino que solo la frase y la foto. Y por lo mismo tenía que impactar ya que es un material que será colocado en lugares donde hay muchas cosas alrededor, más que nada cerca de las cajas registradoras al momento de pagar, ya que lo que hace la mayoría de la gente es introducir el vuelto en monedas que se les da. Por lo tanto la información debe ser breve e impactante.

Además se aprovecho este medio para aquellos que realmente les interese ir más allá de solo introducir monedas en la casita, ya que se encuentra de nuevo la ficha de inscripción para ser un amigo SOS.

Booklet

San Jerónimo

Localización:

El pueblo de San Jerónimo se encuentra en la zona rural de Guatemala, a una distancia de 15 kilómetros de la ciudad de Guatemala.

El pueblo de San Jerónimo se encuentra en la zona rural de Guatemala, a una distancia de 15 kilómetros de la ciudad de Guatemala. El pueblo de San Jerónimo se encuentra en la zona rural de Guatemala, a una distancia de 15 kilómetros de la ciudad de Guatemala.



Retalhuleu

Localización:

El pueblo de Retalhuleu se encuentra en la zona rural de Guatemala, a una distancia de 15 kilómetros de la ciudad de Guatemala.

El pueblo de Retalhuleu se encuentra en la zona rural de Guatemala, a una distancia de 15 kilómetros de la ciudad de Guatemala. El pueblo de Retalhuleu se encuentra en la zona rural de Guatemala, a una distancia de 15 kilómetros de la ciudad de Guatemala.

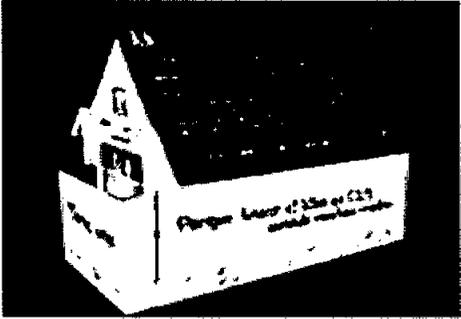


El propósito de esta pieza es proporcionar más información a cualquier visitante interesado que llegara a cualquiera de las aldeas.

Según lo investigado anteriormente, se comentaba que al realizar un booklet para una empresa con un cierto prestigio, se tienen que cuidar minuciosamente hasta el último detalle, en cuanto a la calidad del papel, las imágenes, etc. Y por otro lado si se trata de productos más corrientes y ofertados, se optará por un diseño menos elegante y más sencillo. Es por esto que en este caso se tenía que realizar un diseño para una fundación prestigiosa, ya que se quería crear una buena imagen, pero a costo de una fundación corriente. Por lo que esta calidad y prestigio se representaría únicamente con el diseño y diagramación. Ya que los materiales, colores y formatos son limitados por cuestión de costos.

El diseño de esta pieza es bastante simple, utiliza al igual que en las demás piezas dos tintas únicamente, en sus diferentes porcentajes. Se le colocaron muchas imágenes para que fuera un material bastante visual, esto ya que no a todos les gusta leer mucho texto, por lo que se facilitaba mas la lectura si hay imágenes de apoyo. Esto se decidió ya que gran parte del grupo objetivo son empresarios y amas de casa que tienen el tiempo limitado y este material es uno que tiende a extenderse por tratar de ampliar toda la información necesaria. Así que se llego a este diseño que aunque tiene bastante texto no lo aparenta.

Al igual que el las otras piezas, para jerarquizar los títulos se utilizo la tipografía In his hands. Y con todas las fotografías a blanco y negro. Los textos

		<p>se diagramaron de una forma ordenada ya que es un tema serio, sin embargo se jugó con los títulos cambiándoles el tamaño y poniéndoles sombras para darle dinamismo y diferencia jerarquías. Los títulos se hicieron con la tipografía infantil para que se integre a los demás materiales y para que diera la impresión que un niño lo escribió. Se utilizaron fondos para darle más color y vida pero manteniendo la seriedad.</p> <p>Esta pieza es importante porque no existe ningún otro material que explique que hace la fundación ampliamente.</p>
<p>Casa de donación</p>		<p>Esta pieza se llevo a cabo gracias a una de las recomendaciones de validación para manejar la misma línea de diseño en todas las piezas incluyendo las ya existentes, y en especial las que tuvieran contacto directo con las nuevas piezas, ya que al introducir el trifoliar en esta con el diseño anterior chocaban los dos diseños, así que fue conveniente tomar en cuenta la recomendación que se dio a Aldeas SOS de rediseñar la misma. Se realizo un diseño simple y con el color cyan en su mayor parte, el diseño es el de una casa con niños adentro para apoyar a la idea que es una casita.</p>

13. Producción y Reproducción:

13.1 Especificaciones técnicas:

Trifoliar: 5000 ejemplares, tamaño carta, tiro y retiro, papel couche 80, full color, horizontal.

Inserto: 300,000 ejemplares, tamaño 8 x3 pulgadas, tiro y retiro, papel couche 80, full color tiro, un color retiro. Vertical.

Display: 100 ejemplares, tamaño 16 x 4 pulgadas, tiro, papel Husky cover calibre 12, full color. Vertical.

Booklet: 200 ejemplares, media carta, 5 páginas tiro y retiro, papel couche 80 para hojas interiores y papel Husky cover calibre 12 para portada y contraportada, full color, horizontal.

Presentación digital: 250 copias, impresas en CD, sin barniz, full color, caja sencilla con booklet de 2 paginas.

13.2 Informe técnico que acompaña los archivos digitales para la imprenta:

En el CD titulado "Aldeas SOS" hay una carpeta titulada "Aldeas SOS". Al abrir la carpeta se encontraran cinco carpetas, en cada una de estas se encuentra la pieza y las imágenes si se llegaron a pedir al abrir el archivo:

1. Trifoliar:

- **trifoliar.fh11**(archivo de la pieza)
- resbaladerobw.jpeg

- resbaladero.jpeg
- herman.jpeg

2. Insertos:

- **quetzal.psd** (archivo de la pieza)
- **cheque.psd** (archivo de la pieza)
- **lineaniña.psd** (archivo de la pieza)
- **líneabebe.psd** (archivo de la pieza)

3. Display:

- **display.fh11** (archivo de la pieza)
- bebe.jpeg

4. Booklet:

- **booklet.fh11** (archivo de la pieza)
- todos.jpeg
- brenda.jpeg
- miriam.jpeg
- muñeca.jpeg
- directiva.jpeg
- hermanos.jpeg
- tres.jpeg
- frentecasa.jpeg
- peru.jpeg
- aldeasc.jpeg
- aldeaj.jpeg
- aldeasj.jpeg
- aldeareta.jpeg

13.3 Presupuestos de diseño y de impresión:

Diseño:

Datos del Cliente:	Aldeas SOS Guatemala, Alejandra Ovalle
Nombre el Proyecto:	Diseño materiales informativos para Aldeas SOS Guatemala
Descripción del Proyecto:	Diseño, Bocetaje, asesoría y cambios.
Incluye:	Trifoliar, Display, Booklet, Insertos, Presentación.
No incluye:	No incluye impresión, ni fotografías.
Precios unitarios:	Trifoliar: Q450.00 c/u Display: Q400.00 Booklet: Q950.00 Presentación: Q900.00 Insertos: Q250.00 c/u Redibujo del logo: Q350.00 Fotografías: Q200.00 c/6
TOTAL	Q5400.00

Impresión:

Impresión de 5000 trifoliales, tamaño carta horizontal, tiro y retiro en papel couche base 80 gramos full color, **Q3, 393.50**

Impresión de 300,000 insertos, tamaño 8 x 3 pulgadas vertical, en papel couche base 80 gramos, full color tiro y un color en el retiro **Q24,345.00**

Impresión de 300,000 insertos, tamaño 6.5 x 3 pulgadas vertical, en papel couche base 80 gramos, full color tiro y un color en el retiro **Q.20, 800.00**

Impresión de 100 displays, tamaño 16 * 4 pulgadas vertical, tiro, en cartulina husky cover calibre 12, full color, **Q3, 289.00**

Presentación digital: 250 copias, impresas en CD, sin barniz, full color, caja sencilla con booklet de 2 paginas, **Q3, 370. 50**

13.4 sistema de impresión o reproducción:

Litografía offset:

Se escogió este sistema de impresión por su gran cantidad de ventajas, entre las cuales están:

- Una imagen de alta calidad consistente, más clara y definida que con otras imprentas.
- Las láminas son de rápida y fácil producción.

- La duración de las láminas es mayor que en imprentas de litografía directa, porque aquí no hay contacto directo entre la plantilla y la superficie de contacto.
- Nitidez y definición de los bordes
- Brillo de la imagen
- Secado instantáneo de la imagen
- Inalterabilidad ante la luz
- Tiene una mayor velocidad de impresión.

14. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones:

- Para promocionar a la fundación se elaboraron 4 insertos, un trifoliar y un display, de esta forma se dará a conocer Aldeas SOS a personas y empresas que puedan ser posibles donantes
- Para facilitar la información acerca de la fundación y cómo ayudarlos se creó un booklet y una presentación dirigido a empresas privadas, padres de familia, empresarios y otros acerca de que es Aldeas Infantiles SOS.

Recomendaciones:

- Cuando se planea poner una pieza en una empresa ajena, se tiene que visitar el lugar y ver la pieza en el lugar donde se colocaría para determinar si es funcional o no.
- Aunque los diseñadores intervienen en la forma y no tanto en el contenido, es importante tener un juicio propio e involucrarse también en el contenido para que así los materiales sean funcionales. Si la función del material es informar, hay que tomar en cuenta que si cumpla con esto el contenido proporcionado por el cliente, de lo contrario el diseño será en vano.

15. Referencias bibliográficas

Libros:

- Braham, B. (1999). "Manual del Diseñador Gráfico".
- Marín, Carlos. (2005). "Manual de periodismo" Estudio Ciencias de la Comunicación. Editorial Grijalbo. México, DF.
- Thomas, Allen Chris, y Semenik (1999) "Publicidad", Internacional Thomson Editores.
- Swann, A., (2002). Bases del diseño gráfico, España: Editorial Parramon
- Zapata, A. (2002). "Principios básicos del diseño para Web", Madrid, España.

Tesis:

- Gracias, R. (2006) Material informativo para dar a conocer los derechos que posee el Menor Trabajador. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Melgar, G. (2002) Proyecto para favorecer la sensibilización en jóvenes sobre el tema "Discapacidad" Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Páginas de Internet:

- Adan Design, "Términos de diseño", Fecha de consulta: noviembre 4, 2008 En red. Disponible en http://www.adandesign.com/AdanE/diccio_m.html

- Adan Design, "Multimedia" Fecha de consulta: noviembre 8, 2008 En red. Disponible en http://www.adandesign.com/AdanE/diccio_m.html

- ALEGSA, "Fotografía digital", Fecha de consulta: noviembre 3, 2008 En red. Disponible en <http://www.alegsa.com.ar/Dic/fotografia%20digital.ph>

- Brochure design, "Que es el brochure", fecha de consulta, mayo 20, 2008, En red. Disponible en <http://www.brochure designteam.com/Que-Es-El-Brochure.aspx>

- Centro para corporaciones no lucrativas "No lucrativo", fecha de consulta: mayo 16, 2008, En red. Disponible en <http://usinfo.state.gov/journals/itsv/0506/ijss/newjersey.htm>

- El sitio cultural, "Trifoliar", fecha de consulta marzo 15, 2008, En red. Disponible en http://www.elsitiocultural.org/website_archivos/Primer%20Seminario%20Creatividad/trifoliar.htm

- Feriva, "Impresión litográfica", Fecha de consulta: febrero 15, 2008. En red. Disponible en <http://www.feriva.com/links/planta.html>

- Foroidea "Terminos fotográficos" Fecha de consulta: Abril 30, 2008, En red. Disponible en: <http://www.foroidea.com/curso-foto.htm>

- Fotonostra, "Clases de publicidad", fecha de consulta: mayo 20, 2008, En red. Disponible en <http://fotonostra.com/grafico/clasespublicitario.htm>

- Fotonostra, "Diseño de folletos y flyers publicitarios", fecha de consulta: mayo 20, 2008, En red. Disponible en <http://fotonostra.com/grafico/disenofolletos.htm>
- Fotonostra "Terminos fotográficos" Fecha de consulta: Abril 30, 2008, En red. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/fotografia/angulacion.htm>
- Fotonostra "Terminos fotográficos" Fecha de consulta: Abril 30, 2008, En red. Disponible en: <http://www.fotonostra.com/fotografia/encuadre.htm>
- Gusgsm, "Booklet", Fecha de consulta: Enero 15, 2008. En red. Disponible en <http://www.gusgsm.com/book/export/html/309>
- Human Rights Watch, "Niños en la actualidad", Fecha de consulta: Abril 25, 2008, En red. Disponible en http://www.hrw.org/spanish/informes/1997/ninos_guatemala2.html
- Human Rights Watch, "Situación actual de la niñez", Fecha de consulta: Abril 15, 2008. En red. Disponible en http://www.hrw.org/spanish/informes/1997/ninos_guatemala
- Mailxmail, "Que es una campaña publicitaria" Fecha de consulta Abril 10, 2008, En red. Disponible en <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/campanapublicitaria/capitulo1.htm>
- Mareia Tebé "Comunicación Escrita en la Empresa" Fecha de consulta, 30 noviembre, 2008, En red. Disponible en http://www.microsoft.com/spain/empresas/rpp/carta_comercial.msp
- Morales, V. "Juventud, tarea pendiente de la sociedad guatemalteca" IDEM, Fecha de consulta febrero 14, 2008. En red. Disponible en <http://www.idem.org/rd/2004/agosto/130804-560.htm>
- Moran R., "Comunicar no es informar", Fecha de consulta: noviembre 01, 2008 En red. Disponible en <http://www.ricardoroman.cl/?p=445>
- Marketing, "Publicidad", Fecha de consulta marzo 15, 2008, En red. Disponible en <http://www.marketing-xxi.com/conocimientos-que-se-han-de-tener-en-cuenta-en-publicidad-122.htm>
- Marketing Power (American Marketing Asociation) "Dictionary of Marketing Terms" Fecha de consulta: noviembre 28, 2008 En red. Disponible en <http://www.marketingpower.com>
- Micprint, "Offset", Fecha de consulta abril 5, 2008, En red. Disponible en <http://www.micprint.com/impresion/offset.html>
- Mgdifusion, "Impresiones", Fecha de consulta marzo 15, 2008, En red. Disponible en <http://www.mgdifusion.com/offset.html>
- Pagina oficial de Aldeas Infantiles SOS: En red. Disponible en <http://www.aldeasinfantilessos.org.gt>
- Reparto volantes, "Volantes Publicitarios" Fecha de consulta: noviembre 8, 2008 En red. Disponible en http://www.reparto-volantes.com/volantes_publicitarios.htm
- Rincón del vago, "Diseño publicitario, tipografía", Fecha de consulta 1 diciembre, 2008, En red.

Disponible en <http://html.rincondelvago.com/disenopublicitario.html>

- Segmento, "Psicología del consumidor", fecha de consulta abril 5, En red. Disponible en <Http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF>

- Slideshare, "¿Qué es una presentación digital?" Fecha de consulta: noviembre 8, 2008 En red. Disponible en http://www.slideshare.net/gm5/1-qu-es-una-presentacionigital?from=email&type=share_slideshow&subtype=slideshow

- Unicef, "Situación actual de la niñez", Fecha de consulta: octubre 15, 2008 En red. Disponible en <http://www.unicef.org.gt/05proteccion/violenciaymaltrato.htm>

- UVG, "Antropología", fecha de consulta marzo 30, 2008 En red. Disponible en www.uvg.edu.gt/antropologia/intro.html

- Wikipedia, "Cian" (color). Fecha de consulta: noviembre 13, 2008 En red. Disponible en http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Cian_&oldid=21628722

- Wikipedia, "Diseño de paginas web" Wikipedia, Fecha de consulta: noviembre 13, 2008 En red. Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Diseño_de_páginas_web

- Wikipedia, "Display publicitario". Fecha de consulta: noviembre 9, 2008 En red. Disponible en En red. Disponible en http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Display_publicitario&oldid=2009312

- Wikipedia, "Donación", fecha de consulta mayo 16, En red. Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Donacion>

- Wikipedia, "Donación", Fecha de consulta: febrero 25, 2008. En red. Disponible en <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Donaci%C3%B3n&oldid=13403217>

- Wikipedia, "Modelo de color CMYK". Fecha de consulta: noviembre 13, 2008 En red. Disponible en http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Modelo_de_color_CMYK&oldid=21424676

- Wikipedia, "Publicidad", fecha de consulta marzo 13, 2008, En red. Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

- Younger E. Wittet S., Hooks C. "Guía para el diseño y elaboración de materiales informativos" Fecha de consulta, 1 diciembre, En red. Disponible en <http://www.childrensvaccine.org/files/CVP-Materials-Development-Guide-SP.pdf>.

- Zetta, "Impresión digital", Fecha de consulta marzo 15, 2008, En red. Disponible en http://www.zetta.com/servicios/impresión_digital_offset.html

Anexo 1.

(Ver anexo 1.1 para tabulaciones)

INSTRUMENTO PARA DEFINIR GRUPO OBJETIVO

Gracias por brindarme un momento de su tiempo. Este instrumento servirá para poder realizar un estudio y en base a este, poder realizar y desarrollar distintos materiales para la Fundación Aldeas SOS.

Marque con una "x" su respuesta y escriba donde sea necesario.

1. Estudia o trabaja:

Estudia
Trabaja, donde? _____

2. Puesto que ocupa:

Jefe Secretaria Empleado
Ama de casa Otro: _____

3. Sus ingresos mensuales son:

Menos de Q.2, 000 de Q. 2,000 a 5,000
más de Q. 5,000

4. Centro Comerciales que visita

Pradera Concepción
C.C. Las Majadas
Pradera zona 10
Miraflores

5. En que zona reside?

10 15 9 13
Mixco Carr. Al Salv. Otro _____

6. ¿Lee el periódico?

No lee el periódico
Siglo Veintiuno El Periódico Nuestro diario
Prensa libre Otro: _____

7. Que utiliza mas a la hora de cancelar alguna compra?

Cheque
Tarjeta de crédito
Efectivo

8. En escala de 1 a 5 marque las siguientes actividades que desarrolle en su tiempo libre (1 siendo menos importante y 5 más):

Ir al gimnasio Salir de compras
Deportes
Reunirse en familia Salir con amigos

10. En cuanto a fotografías en un material informativo, que le es más atractivo (ver hoja de ejemplos)

Sepia Color Blanco y Negro

11. De los materiales que usted ha leído ¿que formato le es más cómodo de usar?

Carta

Doble carta

Oficio

Otro: _____

12. Cuando se le presenta un material informativo que prefiere:

Más texto

Más imágenes

Igual cantidad de texto e imágenes

13. Que tipo de letra le atrae más para un material de lectura?

Arial Times Century Trebuchet BellMT Designers

Anexo 1.1

Tabulacion:

1. Estudia o trabaja:

Estudia 3
Trabaja 22

2. Puesto que ocupa:

Jefe 10
Empleado 3
Ama de casa 12

3. Sus ingresos mensuales son:

Q. 2,000 a 5,000 6
Más de Q. 5,000 19

4. Centro Comerciales que visita

Pradera Concepción 10
Pradera zona 10 7
Miraflores 8

5. En que zona reside?

10 6
15 8
Carr. Al Salv. 11

6. ¿Lee el periódico?

No lee el periódico 3
El Periódico 3
Prensa libre 19

7. Que utiliza mas a la hora de cancelar alguna compra?

Cheque 6
Tarjeta de crédito 22
Efectivo 20

8. En escala de 1 a 5 marque las siguientes actividades que desarrolle en su tiempo libre (1 siendo menos importante y 5 más):

Ir al gimnasio 10
Salir de compras 13
Deportes 8
Reunirse en familia 20
Salir con amigos 18

10. En cuanto a fotografías en un material informativo, que le es más atractivo (ver hoja de ejemplos)

Sepia 6
Color 18

Blanco y Negro 1

11. De los materiales que usted ha leído ¿que formato le es más cómodo de usar?

Carta 21

Doble carta 4

12. Cuando se le presenta un material informativo que prefiere:

Más texto 2

Más imágenes 5

Igual cantidad de texto e imágenes 18

13. Que tipo de letra le atrae más para un material de lectura?

Arial 11

Century 2

BellMT 7

Designers 5

Anexo 2.

Lluvia de ideas
(Continuación proceso de Conceptualización)

Lo más cercano	Lo más lejano
Llamativo	Pared
Salud	Cruel
Alegría	Negro
Armonía	Tristeza
Participación	Oscuridad
Incentivo	Diccionario
Actividades	Cuchillo
Destrezas	Finca
Guatemala	Granja
Personas	Semillas
Habilidades	Cuadro
Crecimiento	Celular
Solución	Llamada
Niños	Plato
Expresión	Perro
Respeto	Gato
Desarrollo	Mascota
Conservación	Despintar

Motivación	Frió
Proceso	Sucio
Integración	Maldad
Industrias	impureza
Innovador	Crimen
Discusión	Delincuencia
Organización	Secuestro
Comunidades	Desanimo
Beneficio	Engaño
Entusiasmo	Melancolía
Intervención	Obstáculo
Recursos	Dolor
Necesidad	Fraude
Optimismo	Lastima
Aldeas	Golpes
Futuro	Cárcel
Virtud	Siembras
Objetivos	Error
Vida	Lagrimas
Impulso	Drogas
Planificación	Culpa
Crecimiento	Caída
Esperanza	Resbalarse
Empresas	artimaña

Compromiso	Difícil
Expresión	Impedir
Entrega	Estorbo
Carisma	Descolorido
Valores	Deforme
Sentimientos	Incapaz
Contenidos	Malicia
Paciencia	Envidia
Transformación	Robar
Pasos	Perturbar
Producción	Desanimo
Energía	Desaliento
Conciencia	Lastimar
Guatemaltecos	Lesionar
Cumplimiento	Herida
Servicios	Cultivo
Libertad	Rapto
Involucramiento	Chantaje
Comunicación	Noche
Mercadeo	Negrura
Garantía	Sombras
Resultados	Desalmado
Organizaciones	Inhumano
Ciencia	Tinieblas

Donaciones	Confusión
Argumentación	Caos
Capacitación	Laberinto
Jardín	Desorden
Creativos	Desorganización
Informativos	Tenebroso
Diseños	Miedo
Originalidad	Duda
Variedad	Aprensión
Comunicativos	Encierro
Forma	Claustrofobia
Propósito	Fobia
Objetivo	Araña
Digital	Desmayo
Tridimensionales	Depresión
Bidimensionales	Ansiedad
Soporte	Ansia
Ayuda	Preocupación
Incentivo	Olvido
Recurso	Muerte
Reflexivo	Enojo
Utilidad	Furia
Estímulo	Nervios
Atención	Pánico

Impreso	Pavor
Participativo	Espanto
Opciones	Susto
Medio	Problema
Canal	Roto
Refuerzo	Inconveniente
Necesario	Fracturado
Innovador	Soledad
Importancia	Inflexible
Trabajo	Imposible
Entrega	Ignorar
Bondadoso	Monotonía
Obra	Invariabilidad
Cambios	Repetición
Comités	Mediocre
Excelencia	Gris
Innovación	Corriente
Deber	Vulgar
Agua	Insignificante
Sol	Ordinario
Empleo	Cualquiera
Ayuda	Nadie
Juegos	Intrascendente
Servicio	Simple

Capacidad	Vano
Planes	Obvio
Infantil	Tonto
Alegre	Estúpido
Inquieto	Bajo
Risa	Superficial
Inteligente	Irrealizable
Honesto	Ficticio
Jugar	Ilusorio
Donación	Irreal
Solución	Lluvia
Niños	Tormenta

Anexo 2.1

Frases

(Continuación proceso de Conceptualización)

- Llenar la vida de colores.
- La vida color de rosa.
- No más días grises.
- Ser positivo es cuando se busca luz en la oscuridad
- Un niño motivado brilla
- Satisfaciendo el hambre de vivir
- Todos los niños son estrellas si se les da la oportunidad
- Sembrando luz
- Semilla de alegría
- Pintando una vida
- Dibujando una sonrisa
- Estar motivado es como ganar una carrera
- Tener paciencia es como un premio
- Viviendo en aldeas SOS es como subirse a una montaña rusa
- Tener un objetivo es como llegar a la cima del mundo
- Donar es como cruzar un puente, dejas cosas atrás pero recoges cosas nuevas.
- La generosidad se riega como un rumor.
- Donar es como regar un jardín
- No interesarse es como una barrera
- Trabajar en equipo es como un hormiguero

- Donar es a necesidad como pólvora a dinamita
- Ser positivo es cuando busca luz en la oscuridad
- Todos los niños son estrellas si se les da la oportunidad
- Viviendo en aldeas SOS es como subirse a una montaña rusa
- Donar es como cruzar un puente, dejas cosas atrás pero recoges cosas nuevas.
- Donar es como regar un jardín
- Sembrando luz
- Sembrando esperanza
- Semilla de alegría
- Pintando una vida
- Dibujando una sonrisa
- Ser positivo es cuando busca luz en la oscuridad
- Buscando luz en la oscuridad
- Iluminando la oscuridad
- Todos los niños son estrellas si se les da la oportunidad
- Formando estrellas
- Recogiendo estrellas
- Iluminando estrellas en la oscuridad
- Estrellas que brillan en la oscuridad
- Cual es el precio de una sonrisa
- Viviendo en aldeas SOS es como subirse a una montaña rusa
- Viviendo con en una montaña rusa
- Viviendo con emoción

→Donar es como cruzar un puente,
dejas cosas atrás pero recoges cosas
nuevas.
→Donando te ayudas tú también
→Donando vidas
→Salvando vidas
→Cruzando el puente hacia la
generosidad
→Donando y recogiendo vidas
→Donar es como regar un jardín
→Regando vidas
→Sembrando felicidad
→Sembrando vidas
→Sembrando luz
→Desenterrando la luz
→Semilla de alegría
→Dona una semilla de alegría
→Pintando una vida
→Pintando a un niño
→Dibujando una sonrisa
→Prendiendo nuestros corazones
→Pintando obscuridad, dando brillo a
una vida.
→Derribando obstáculos
→Pintando con luz
→Eliminando oscuridad, dando brillo
a un niño
→Eliminando oscuridad, iluminando
a un niño
→Recorriendo el laberinto hacia el
éxito
→No dejemos al olvido a quienes te
necesitan
→Curando corazones rotos

Anexo 3.

"Casita de donación"



Anexo 4

Validaciones técnicas
(Ver anexo 5.1 para tabulaciones)

Validación Técnica para Grupo objetivo:

Aldeas Infantiles SOS es una fundación que ayuda a los niños abandonados. Ellos se mantienen a base de donaciones. Sin embargo no se cuenta con un medio que los haga darse a conocer para que así todos los posibles donantes como por ejemplo empresas privadas, padres de familia, empresarios y otros estén informados acerca de lo que ellos hacen y den su donación.

Por favor anote cualquier sugerencia o comentario para mejorar el material propuesto al final.

GRACIAS

A continuación se le presentarán una serie de preguntas, en las cuales usted deberá marcar con una "X" la que más se le adecue a la propuesta.

1. La forma de utilizar el tipo de letra trasmite:

a. orden_____ b. variedad_____ c. aburrimiento_____

2. La variación de tamaños en la letra le parece que da:

a. variedad____ b. monotonía____ c. balance ____
d. inestabilidad ____

3. Los títulos le transmiten:

a. Formalidad ____ b. Ritmo ____ c. Desorden ____
d. Dinamismo ____

4. La diagramación recta de los textos le transmite:

a. monotonía_____ b. orden ____ c. formalidad ____
d. creatividad____

5. Utilizar únicamente los colores de la empresa le parece que:

a. da identidad____ b. da aburrimiento____
c. es original ____

6. La utilización del color celeste (cyan) en la mayoría le transmite:

a. monotonía_____ b. seriedad____ c. identidad____
d. creatividad_____

Validación Técnica del Diseñador Gráfico

La necesidad que se presenta, es que Aldeas Infantiles SOS es una fundación que ayuda a los niños abandonados. Ellos se mantienen a base de donaciones. Sin embargo no se cuenta con un medio que los haga darse a conocer para que así todos los posibles donantes como por ejemplo empresas privadas, padres de familia, empresarios y otros estén informados acerca de lo que ellos hacen y den su donación.

Concepto: "Eliminando oscuridad, iluminando a un niño"

Por favor anote cualquier sugerencia o comentario para mejorar el material propuesto al final.

GRACIAS

A continuación se le presentarán una serie de preguntas, en las cuales usted deberá marcar con una "X" la que más se le adecue a la propuesta, (solamente 1).

1. La tipografía sans serif utilizada cumple con la función de:

a. orden _____ b. simpleza _____ c. formalidad _____

2. Los tamaños de las tipografías son:

a. formales _____ b. creativos _____ c. simples _____

3. La tipografía y diagramación utilizada en los títulos trasmite:

a. Elegancia _____ b. Formalidad _____ c. Dinamismo _____
d. Jerarquía _____

4. El interlineado de las cajas de texto (2 pts) le trasmite:

a. Legibilidad _____ b. Orden _____ c. desequilibrio _____

5. Utilizar únicamente los colores de la empresa en las piezas le parece que:

a. da identidad _____ b. da aburrimiento _____ c. es original _____
d. da monotonía _____

6. El formato de formas regulares utilizado en las piezas propuestas es:

a. Funcional _____ b. no adecuado al grupo objetivo _____
c. aburrido _____

7. El formato le refleja:

a. innovación _____ b. informalidad _____ c. particularidad _____

8. Considera que el papel (couches grosores delgado, bond y opalina) es:

a. duradero _____ b. elegante _____ c. común _____

9. Cree que el soporte es:

a. duradero _____ b. frágil _____ c. ordinario _____

Validación Técnica del Experto

La necesidad que se presenta, es que Aldeas Infantiles SOS es una fundación que ayuda a los niños abandonados. Ellos se mantienen a base de donaciones. Sin embargo no se cuenta con un medio que los haga darse a conocer para que así todos los posibles donantes como por ejemplo empresas privadas, padres de familia, empresarios y otros estén informados acerca de lo que ellos hacen y den su donación.

Los objetivos de las piezas son los siguientes:

- Proponer un material publicitario para que de a conocer Aldeas SOS a personas y empresas que puedan ser posibles donantes
- Diseñar un material informativo que facilite la información a empresas privadas, padres de familia, empresarios y otros acerca de cómo ayudar a Aldeas SOS

A continuación se le presentarán una serie de preguntas, en las cuales usted deberá marcar con una "X" la que más se le adecue a la propuesta.

Piezas: booklet, insertos, display, presentación, bifoliar

Por favor anote cualquier sugerencia o comentario para mejorar el material propuesto al final.

GRACIAS

A continuación se le presentarán una serie de preguntas, en las cuales usted deberá marcar

con una "X" la que más se le adecue a la propuesta.

1. La tipografía utilizada en los títulos le transmiten:

- a. Formalidad___ b. Dinamismo___ c. Jerarquiza___
d. Creatividad___

2. los tamaños de tipografías le parecen:

- a. funcionales___ b. no funcionales___ c. simples ___
d. formales___

3. Los interlineados le parecen:

- a. muy grandes en proporción al formato___
b. muy pequeños en proporción al formato___
c. van de acuerdo al formato___

4. Los colores utilizados en las piezas tienen la función de:

- a. atraer___ b. dar identidad a la empresa___
c. proporcionar jerarquías___

5. La utilización del color Cyan en su mayoría le transmite:

- a. monotonía___ b. seriedad___ c. identidad ___
d. creatividad

6. El formato utilizado en las piezas le parece:

- a. formal___ b. creativo___ c. simple. ___
d. informal___

7. ¿Qué le transmite el soporte utilizado en las piezas?

- a. Informalidad___ b. Formalidad___ c. Elegancia___
d. Calidad_____

8. Cree que el soporte es:

- a. duradero___ b. frágil ___ c. ordinario _____
d. limpio _____

9. ¿Qué le transmite la diagramación en los materiales

- a. desorden ___ b. dinamismo ___ c. balance ___
d. creatividad _____

10. El lenguaje que se utiliza dentro de los materiales propuestos es:

- a. Amigable _____ b. Serio _____ c. Ordinario _____

Anexo 4.1

Tabulaciones

Resultados grupo objetivo:

2. Le parece que la forma de utilizar el tipo de letra trasmite:

Orden: 3
Variedad: 3

2. La variación de tamaños en la letra le parece que da:

Variedad: 5
Balance: 1

3. Los títulos le transmiten:

Formalidad: 1
Ritmo: 3
Dinamismo: 2

4. La diagramación recta de los textos le trasmite:

Orden: 5
Formalidad: 1

5. Utilizar únicamente los colores de la empresa le parece que:

Da identidad: 5
Es original: 1

6. la utilización del color cyan en la mayoría le transmite:

Seriedad: 3
Identidad: 3

7. Considera que el papel que se usó es:

De calidad: 5
Común: 1

Resultados grupo Diseñadores gráficos:

1. La tipografía Sans Serif utilizada cumple con la función de:

Orden: 1
Simpleza: 2

2. Los tamaños de las tipografías son:

Formales: 1
Simples: 2

3. La tipografía y diagramación utilizada en los títulos trasmite:

Formalidad: 1
Dinamismo: 2

4. El interlineado de las cajas de texto (2 pts.) le trasmite:

Legibilidad: 1
Orden: 2

5. Utilizar únicamente los colores de la empresa en las piezas le parece que:

Da identidad: 3

6. El formato de formas regulares utilizado en las piezas propuestas es:

Funcional: 3

7. El formato le refleja:

Innovación: 2
Particularidad: 1

8. Considera que el papel (couches grosos delgados, bond y opalina) es:

Duradero: 3

9. Cree que el soporte es:

Duradero: 3

Resultados Expertos:

1. La tipografía utilizada en los títulos le transmiten:

Dinamismo: 1
Jerarquiza: 2

2. los tamaños de tipografías le parecen:

Funcionales: 3

3. Los interlineados le parecen:

Van de acuerdo al formato: 3

4. Los colores utilizados en las piezas tienen la función de:

Dar identidad a la empresa: 3

5. La utilización del color Cyan en su mayoría le transmite:

Identidad: 3

6. El formato utilizado en las piezas le parece:

Creativo: 3

7. ¿Qué le transmite el soporte utilizado en las piezas?

Formalidad: 2
Calidad: 1

8. Cree que el soporte es:

Duradero: 1
Limpio: 2

9. ¿Qué le transmite la diagramación en los materiales?

Balance: 2
Creatividad: 1

10. El lenguaje que se utiliza dentro de los materiales propuestos es:

Amigable: 3

Anexo 5

Cotizaciones



Lic. Yohanna Garavito

Impresión de 5000 trifoliales, tamaño carta horizontal, tiro y retiro en papel coushe base 80 gramos full color,

3,393.50

Impresión de 300,000 insertos, tamaño 8 x 3 pulgadas vertical, en papel coushe base 80 gramos, full color tiro y un color en el retiro

24,345.00

Impresión de 300,000 insertos, tamaño 6.5 x 3 pulgadas vertical, en papel coushe base 80 gramos, full color tiro y un color en el retiro

Q.20,800.00

Impresión de 100 displays, tamaño 16 * 4 pulgadas vertical, tiro, en cartulina husky cover calibre 12, full color

Q3,289.00

Impresión de 200 booklet, tamaño 8.5 x 5.5 pulgadas horizontal (1/2 carta), de 5 hojas interiores tiro y retiro en papel coushe base 80 gramos, portada en cartulina husky cover calibre 12 full color tiro y retiro

Q6,099.50

Henry Castillo
Gerente de Tienda
5482-5743

Señorita:
YOHANNA GARAVITO.

Estimada Señorita Garavito:

Por este medio tengo mucho gusto en presentarle la siguiente
COTIZACIÓN:

- Impresión de **TRIFOLIARES**, tamaño carta horizontal, tiro y retiro en papel couché base 80 gramos full color,
5000 ejemplares Q.2, 800.00
- Impresión de **INSERTO**, tamaño **8 x 3 pulgadas** vertical, en papel couché base 80 gramos, full color tiro y un color en el retiro
300,000 unidades Q.20, 500.00
- Impresión de **INSERTO**, tamaño **6.5 x 3 pulgadas** vertical, en papel couché base 80 gramos, full color tiro y un color en el retiro
300,000 unidades Q.16, 800.00
- Impresión de **DISPLAY**, tamaño 16 * 4 pulgadas vertical, tiro, en cartulina husky cover calibre 12, full color
100 ejemplares Q.1, 900.00
- Impresión de **BOOCLET**, tamaño 8.5 x 5.5 pulgadas horizontal (1/2 carta), de 5 hojas interiores tiro y retiro en papel couché base 80 gramos, portada en cartulina husky cover calibre 12 full color tiro y retiro
200 ejemplares Q.3, 200.00

Tiempo de entrega: 10 días calendario
Condiciones de pago: contra entrega del material.

NOTA: usted proporciona archivos digitales y una prueba impresa del material respectivo.

Sin otro particular y esperando poder servirle,

Atentamente,

TEXTOS Y FORMAS IMPRESAS

Edgar Guzmán

Señores:
Ref. Yohanna Garavito
YG DESIGN GUATEMALA
Ciudad

Estimados señores:

TRIFOLIARES (tamaño carta); papel couche 80;
impresión litográfica a full color tiro y retiro; cisados y
doblados.

Q3, 250.00

VOLANTES (tamaño 8 * 3 plg.); papel couche 80;
impresión litográfica a full color tiro y un color retiro.

Q33, 290.00

DISPLAYS (tamaño 16 * 4 plg.); papel husky cover
12; impresión litográfica a full color solo tiro.

Q1, 250.00

BOOKLETS (tamaño media carta -cerrado-);
PORTADA: papel husky cover 12; impresión litográfica
a full color solo tiro y retiro;

CONTENIDO (3 hojas - 6 pp); papel couche 80;
impresión litográfica a full color tiro y retiro, cisadas,
compaginadas y engrapadas en forma de caballete.

Q4, 125.00

Forma de pago: 75% de anticipo al aprobarse y 25%
contra entrega

Entrega **A convenir previa aprobación de
cotización por escrito y arte**

Precios incluyen IVA y entrega del pedido dentro del
perímetro de la ciudad.

Esta cotización tiene una validez de 4 días

Artes se solicitan en Freehand 11, a 300 dpi, colores
en CMYK, tamaño real, textos en path, sólidos y
negros con overprint.

Los precios unitarios varían según la cantidad.

CHEQUES EMITIRSE A NOMBRE DE: **CAROL IRENE
FLORES**

En espera de su autorización, me suscribo

INDUSTRIAS CREATIVAS CIFAM / MELINI & MELINI
IMPRESION

Ingrid de Santizo
Asesora

Carlo Alessandro Melini
Director



Sra. Yohanna Garavito

Por este medio me permito enviarle la siguiente cotización:

Presentación digital: 250 copias, impresas en CD, sin barniz, full color, caja sencilla con booklet de 2 paginas,

Q3, 370. 50

En espera de su respuesta y esperando poder servirle,

Atentamente,

Roberto López

Jefe Administrativo

Celular: 59957633

robertocarlos@innovarteonline.com

portalesinnovadores@innovarteonline.com

www.innovarteonline.com

Anexo 6

Situación actual de la niñez en Guatemala (estudio realizado por UNICEF) (www.unicef.org.gt)

El maltrato infantil es también un fenómeno muy grave en el país, sobre todo porque hay un gran subregistro, una cultura y costumbres autoritarias que justifica el maltrato a la niñez como un castigo y una forma de inculcar la disciplina. En general, se reciben pocas denuncias, especialmente con respecto al abuso sexual y el incesto, cuya mención sigue siendo tabú. En el año 2005, en el Ministerio Público se recibieron 11.900 denuncias por violencia intrafamiliar, abuso sexual contra niños y niñas, y trata.

En el campo del derecho a la protección contra toda forma de abuso y explotación y a una vida libre de violencia, desde el año 1996 el país cuenta con la Ley para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Intrafamiliar. Esta tiene su mayor inspiración en la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer. Como consecuencia, el número de denuncias de violencia intrafamiliar y contra la mujer, abuso y maltrato han crecido gradualmente en los últimos 15 años al tiempo que mecanismos institucionales han sido establecidos. La instalación de la Fiscalía de la Mujer y de una Sección Específica para la Niñez Víctima dentro de la estructura del Ministerio Público pone en evidencia el interés de crear mecanismos para la adecuada protección de la niñez y de las mujeres cuyos derechos son violados. Otro aspecto positivo en la protección de la niñez y la mujer es la creación en el año 2002 de la Coordinadora Nacional para la Prevención y

Erradicación de la Violencia Intrafamiliar y contra la Mujer, como instancia del Estado responsable de las políticas públicas en esta materia

Los adolescentes son particularmente vulnerables a las dinámicas de violencia que afligen al país. Según la Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala ODHAG, el 80% de las víctimas fallecidas por arma de fuego tiene entre 15 y 17 años. Casa Alianza reportó en el año 2003 un promedio mensual de 18 muertes de personas menores de edad en la capital. En este contexto se inserta el fenómeno de jóvenes integrantes de pandillas y maras. Existen diferentes estadísticas sobre el número de pandillas en el país y los jóvenes que las integran. La Alianza para la Prevención del Delito, APREDE, estima el número entre 150.000 y 200.000 miembros de pandillas.

Existe una inadecuada comprensión del fenómeno de las pandillas y la violencia por parte de las autoridades, así como de la sociedad civil. Por las raíces profundas del fenómeno, es necesario un abordaje integral que considere el contexto global de relación entre pobreza y desigualdad, un enfoque de derechos humanos y una perspectiva de protección integral y no de mera represión. Entre las causas principales de la violencia en el país, destaca una historia violenta y el conflicto armado; una cultura de la violencia; ausencia del Estado; violencia organizada; pobreza y desigualdad; migraciones y destrucción de las instituciones sociales.

UNICEF junto a otras agencias del Sistema de Naciones Unidas colaboran con el Ministerio de

Gobernación para apoyar los temas relacionados con niñez víctima y adolescentes en conflicto. De manera específica, se apoya la creación de la Unidad de Atención a la Niñez dentro de la Policía Nacional Civil. Sus funciones específicas son la atención a la víctima, la prevención del delito y la investigación criminal en casos de violencia contra niños.

Los adolescentes en conflicto con la ley penal han merecido atención particular. En el 2001 se rediseñó el Programa de Libertad Asistida como medida alternativa a la privación de libertad, adscrito a la Secretaría de Bienestar Social. Este Programa ha llegado a ser considerado como una experiencia exitosa en América Latina y El Caribe debido, entre otros aspectos, a que los y las adolescentes atendidos no registran reincidencia.

UNICEF tiene suscrito un convenio con el Organismo Judicial para capacitar a Jueces de la niñez y adolescencia para que utilicen el procedimiento que establece la Ley de Protección Integral de la Niñez y la Adolescencia sobre el uso de sanciones alternativas.

Conforme a lo establecido por la Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia, la Secretaría de Bienestar Social estableció en el año 2003 el Programa de Servicios a la Comunidad, una nueva medida alternativa a la privación de libertad.

Explotación sexual y trata

En cuanto a la explotación sexual y la trata, aún es muy difícil estimar cifras. Ha habido estudios aislados y otros que se enfocan sólo en la niñez explotada sexualmente, pero sin identificar una problemática

más amplia. Las últimas estadísticas oficiales son las de la Relatora Especial de Naciones Unidas sobre la Venta de Niños, Ofelia Calcetas. Durante su visita a Guatemala en el año 2000 denunció que en 1996 y 1997 había 2000 niñas, niños y adolescentes que trabajaban en 600 prostíbulos, sólo en la capital. De ellos, 1200 eran salvadoreños, 500 hondureños y 300 guatemaltecos.

Trabajo infantil

Guatemala es el país centroamericano en el que más niñas, niños y adolescentes trabajan. Las últimas estadísticas que revela que alrededor de 507.000 niñas y niños guatemaltecos de siete a catorce años trabajan. Si se incluye al trabajo adolescente, que es el que va de los 14 a los 18 años, esta cifra sube a un millón aproximadamente. Un buen porcentaje de estos niños va a la escuela, pero el problema es la permanencia. Muchos abandonan sus estudios y se van a trabajar. En el caso de los adolescentes, la permanencia en la escuela secundaria es de un 3%.

Del grupo de niños de 7 a 14 años, un 12% trabaja y estudia; un 8% sólo trabaja; un 62% estudia y un 18% no realiza ninguna actividad. Estos últimos entran en el grupo de la niñez en riesgo, ya que la mayoría de las veces se desconoce qué están haciendo.

Si se analiza el trabajo infantil en Guatemala, parece ser un fenómeno masculino. Por ejemplo, en el grupo de 7 a 14 años, el 66% son varones, pero, en realidad, las niñas laboran en trabajos ocultos y, sobre todo, en quehaceres del hogar y en casas particulares, por lo que muchas veces no aparece como trabajo infantil. Por otra parte, es un trabajo sobre todo rural, de

ayuda a las familias, que muchas veces no está remunerado. Otra característica de este fenómeno es que el índice de trabajo infantil es más alto entre la población de niños y niñas indígenas, con un 56%, en comparación al 44% no indígena.

Para responder al problema del trabajo infantil, UNICEF apoya a la Comisión Nacional de Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil y Protección del Adolescente Trabajador para implementar el "Plan nacional para la eliminación y prevención del trabajo infantil y protección al adolescente trabajador", este plan se promueve a nivel Departamental y Municipal.

Además, UNICEF apoya la realización de estudios para identificar las peores formas del trabajo infantil e impulsa la elaboración de diagnósticos municipales y planes de acción para responder a este problema a nivel local.