

MATERIAL INFORMATIVO Y
PUBLICITARIO PARA
LA ASOCIACIÓN PROYECTO
DAME TU AYUDA

Portafolio Académico presentado al consejo de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar por Anna Regina Azmitia Espinoza previo a optar el Título en Diseño Gráfico en el Grado Académico de Licenciada.

Agosto 2007





Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

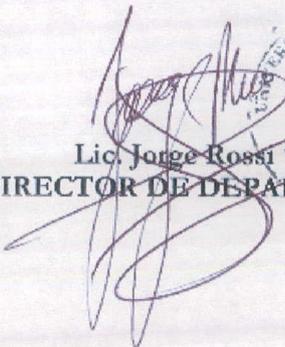
Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 24262626 ext. 2428
Fax: (502) 24262626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

DEL
03
11/08/09
C.2

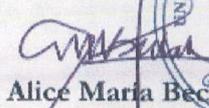
Reg. No. Arq. 26-2007

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
veintiocho días del mes de agosto de dos mil siete.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto de Investigación, denominado: **"Análisis Gráfico de las invitaciones a los Eventos del Grupo SEGA, S.A., del año 2006"**, presentado por la estudiante **Anna Regina Azmitia Espinoza**, 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 Maria Becker
SECRETARIA DE FACULTAD



/SPG



Guatemala 25 Mayo 2007

Señores
Departamento de Diseño Gráfico
Presente

Estimados miembros del Departamento de Diseño Gráfico
Por este medio, hacemos de su conocimiento que el (la) estudiante:
Azmitia Espinoza, Anna Regina con carné 2001103
ha cursado la materia de Elaboración de Portafolio Académico, presentando el siguiente resultado.

ÁREA DE INVESTIGACIÓN
Título de la investigación

Una tesis gráfica de las invitaciones a los eventos del Grupo Seguros del año 2006

Primera Convocatoria Fecha 9/5/07 Segunda Convocatoria Fecha _____
Aprobado Reprobado No entregó Aprobado Reprobado

	Introducción	Planteamiento y objetivos	Metodología	Contenido y antecedentes	Resultados	Interpretación y síntesis	Conclusiones y Recomen.	Referencias
Incompleto								
Análisis estadístico								
No relación entre puntos								
No hay contextualización								
No responde a objetivos								
Mejorar redacción y ortografía								
Mal uso de citas								
Revisar datos y normas APA								

Observaciones _____

ÁREA DE PROYECTO CON ESTRATEGIA CREATIVA E

Título del proyecto de diseño:
Resguardando al llamado del corazón

Primera Convocatoria Fecha 09.05.07 Segunda Convocatoria Fecha _____
Aprobado Reprobado No entregó Aprobado Reprobado

Con las siguientes observaciones

	Introducción, bibliografía y Anexos	Necesidad y objetivos	Marco de referencia y contenido teórico de diseño	Grupo Objetivo	Concepto, contenido del material gráfico y medios	Bocetaje	Propuesta final y fundamentación.	Conclusiones y recomendaciones
Mejorar la redacción y ortografía								
No tiene relación entre puntos								
Incompleto								
Falta Discusión								
Falta aplicar instrumentos								
No está de acuerdo a la APA								

Observaciones mínimas correcciones de redacción y ortografía. Revisar nombre del documento

ÁREA DE CONSTRUCCIÓN DE PORTAFOLIO

Primera Convocatoria Fecha 09.05.07 Segunda Convocatoria Fecha _____
Aprobado Reprobado No entregó Aprobado Reprobado

Número de Trabajos	Completo	<input checked="" type="checkbox"/> Incompleto
Fichas Técnicas	Completo	<input checked="" type="checkbox"/> Incompleto
Texto e Imágenes	Mejorar legibilidad	<input checked="" type="checkbox"/> Mejorar resolución
PDF	Funciona	<input checked="" type="checkbox"/> No funciona
Links/botones	Funciona	<input checked="" type="checkbox"/> No funciona
Presentación CD/Impreso	Completo	<input checked="" type="checkbox"/> Incompleto

Observaciones falta instrumento de validación y mejorar el detalle del story board en bocetaje

Atentamente,
Asesoras del proceso

Azmitia Espinoza
Área de Investigación

[Firma]
Área de proyecto con Estrategia Creativa E

[Firma]
Área de construcción de Portafolio



Decano

Arq. Cristian Vela Aquino

Vice decano

Arq. Victor Paniagua Tomé

Secretaria

Arq. Alice María Becker Ávila

Director Departamento de Arquitectura

Arq. Oscar Echeverría

Director Departamento de Diseño Industrial

Lic. Ovidio Morales

Director Departamento de Diseño Gráfico

Lic. Jorge Rossi

Directora Maestría en Planificación y Gestión Urbana

Arq. Silvia García Vettorazzi

AUTORIDADES



I ntroucción	1
I dentificación de la Necesidad	2
O bjctivos de Diseño	3
M arco de Referencia	4
C ontenido Teórico de Diseño	6
D efinición del Grupo Objetivo	13
P roceso de Conceptualización	15
C ontenidos del Material Gráfico	20
M edios y Formas de Distribución	22
B ocetaje y Propuesta Preliminar	24
V alidación Técnica del Diseño Preliminar	50
P ropuesta Final y Fundamentación	60
P roducción y Reproducción	68
C onclusiones y Recomendaciones	93
B ibliografía	94
A nexos	96



El presente trabajo se desarrolló con la finalidad de facilitar a la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda un diseño publicitario para persuadir a las personas que desean ayudar a esta institución que provee educación y bienestar a niños de escasos recursos de Guatemala. Por lo anterior se diseñó material informativo y publicitario que promociona los objetivos de la misma y el proceso de cómo pueden colaborar. El concepto con el que se abordó el presente proyecto se denominó Respondiendo al Llamado del Corazón.



INTRODUCCIÓN



1. INTRODUCCIÓN

En Guatemala existe un alto nivel de pobreza, el cual afecta a la juventud en muchas ramas de su vida, en la educación, alimentación, salud, etc. Este alto nivel de pobreza es el que hoy en día ha producido un gran porcentaje de personas analfabetas en el país. Uno de los principios básicos del ser humano es ayudarse el uno al otro, el ser solidario. Los actos de solidaridad en Guatemala, se han dado a conocer en los momentos de crisis, es aquí donde los ciudadanos se han unido para brindarse ayuda mutua. Por la necesidad que se ha presentado en el país, se han generado Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), que tienen como fin el bienestar y los intereses de estos niños de escasos recursos.

Ante estos niveles de pobreza y necesidad de parte de la niñez guatemalteca, la ONG, Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, se presenta para proporcionarles una formación académica digna, la cual tiene como propósito generarles un mejor futuro a los niños y a su familias.

A través del curso de Síntesis III se solicitó que se trabajara un proyecto adhonorem que abarcara el área de solidaridad. Para abordar el tema de solidaridad, se avocó con las Hermanas del María Auxiliadora, ya que previamente se tenía el conocimiento de su intervención con temas afines al solicitado.

Se tomó en consideración las necesidades de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, y se diseñó un material que servirá para invitar a las personas a acercarse y colaborar con el futuro de los niños y niñas de escasos recursos.

El tema de solidaridad hacia la niñez de Guatemala se abordó de una manera distinta que rompe con el estereotipo de diseño

de estos temas. Por medio del contraste de colores saturados se lograron elementos visuales que apelan a los sentimientos y emociones de las personas, y que al mismo tiempo logran reflejar lo positivo que se obtiene al ayudar a los más necesitados.



IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD



2. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

Las personas con posibilidades económicas de la ciudad de la República de Guatemala desconocen los servicios que provee la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, por lo tanto no existe un aporte económico de estas personas para ayudar a los niños que esta Asociación apoya.



OBJETIVOS DE DISEÑO



3. OBJETIVOS DE DISEÑO

Desarrollar un material informativo que facilite dar a conocer la forma de ayudar a los niños que la “Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda” apoya, dirigido a las personas con las posibilidades económicas de la ciudad capital de Guatemala.

Diseñar un material publicitario que facilite la persuasión de las personas con posibilidades económicas de la ciudad capital de Guatemala, para que consideren ayudar económicamente a niños de escasos recursos de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda.



MARCO DE REFERENCIA



4. MARCO DE REFERENCIA

La Solidaridad En Guatemala

En el artículo de Méndez (2005) menciona el comunicado de los obispos, "Unidos en la Solidaridad" de la Conferencia Episcopal de Guatemala, donde se impulsa a los guatemaltecos y se les reconoce su solidaridad para con los damnificados y los sobrevivientes de la tormenta tropical Stan que azotó a Guatemala a principios de octubre del 2005.

Sintetizando a los obispos de Guatemala, Quezada y Palma (2005), en el Comunicado de la Conferencia Episcopal de Guatemala, se exhorto la solidaridad de los guatemaltecos, y los gestos de heroísmo que brotaron de tal catástrofe nacional.

Se logró ver la solidaridad en las diferentes parroquias del país donde se recaudaron víveres para los damnificados, y con estos actos lograron que no se perdiera la esperanza para muchas familias. También se hizo un llamado a todos para que se ampliara de mejor manera la ayuda ya recibida, y que por este medio se lograra salvar más vidas. Se hace énfasis en la importancia de la unión para poder salir adelante como una nación. Se hizo referencia a la "importancia de los medios y la labor de las autoridades", que a través de esta catástrofe sensibilizo a los guatemaltecos e hizo que se lograra un mayor aporte de parte del público para ayudar a los afectados. Para concluir, los obispos incitan a los guatemaltecos para que estos no pierdan la convicción, "animamos la esperanza y el trabajo de todos confiando en Dios y pidiendo su bendición en este tiempo de prueba pero también de esperanza y unidad."

Folgar (2006) opina que la tormenta Stan fue un fenómeno que permitió ver la pobreza del país de Guatemala. Sin embargo

"fue ocasión para evidenciar la solidaridad del pueblo guatemalteco que se volcó a los centros de acopio a dejar sus donativos en alimentos, medicina y ropa, pero sobre todo que donó su tiempo, su esfuerzo, su capacidad, su profesionalismo y lo puso al servicio de los guatemaltecos que más lo necesitaban."

A pesar de la ayuda de parte de voluntarios y personas solidarias, un año después del desastre, según Sales (2006, Pág. 1), los afectados de la tormenta Stan "se encuentran en abandono y sin respuesta a sus demandas por parte del gobierno del Presidente Berger". Este comentario se hizo con respecto a las promesas que hizo el Presidente con respecto a la reestructuración de las diferentes áreas del país afectadas por la tormenta Stan.

ONG's de Guatemala

Según Carrera (2002), las organizaciones de Guatemala están clasificadas en dos grupos: uno mayoritario (87%) constituido por las organizaciones que convencionalmente se llaman ONG; y otro grupo pequeño (13%)



constituido por organizaciones con un modelo muy similar al de una ONG pero con un radio de acción más reducido en términos de recursos y, al mismo tiempo, más localizado territorialmente. Para este grupo, se utiliza el nombre también convencional de Asociaciones Locales.

También cita que las ONG's se entienden como:

- “Organizaciones establecidas fuera del marco institucional del Estado; aunque su que hacer es de interés público. Su finalidad no es el lucro.
- Los destinatarios principales de sus acciones son sujetos externos y distintos a los miembros de la organización.
- Son entidades con fisonomía e institucionalidad propia.
- Tienen capacidad de replicar sus acciones en distintos ámbitos geográficos, con una temporalidad mayor y sus recursos tienden a ser estables.”

De acuerdo con el mismo autor, la mayoría de los proyectos de las ONG se agrupan en programas con este orden de importancia: educación con una alta predominancia, siguiendo salud, democratización y derechos humanos con una similar importancia; y enseguida los temas productivos y de servicios. Esto se evidencia en la tabla de Programas de Trabajos Más Frecuentes en las Organizaciones.

Tabla según Carrera (2002), de Programas de Trabajos Más Frecuentes en las Organizaciones (como porcentaje de n)

	ONG	LOCALES	TOTAL
n	363	53	416
Educación	76.9	66.0	75.5
Salud	46.0	79.2	50.2
Derechos Humanos	42.7	60.4	45.0
Organizaciones-Poder local	38.0	67.9	41.8
Democratización	43.8	26.4	41.6
Pueblos Indígenas	38.3	35.8	38.0
Organización Agropecuaria	36.1	32.1	35.6
Organización Artesanal	34.2	28.3	33.4
Infraestructura	29.5	54.7	32.7
Recursos Naturales	25.3	41.5	27.4
Mujeres-Género	25.9	34.0	28.9



CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO



5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

5.1 Información General del Cliente

Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda

Según la información proporcionada por el Instituto María Auxiliadora, la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda es una Asociación con la finalidad de proveer de educación gratuita a los niños de escasos recursos de la República de Guatemala, impulsando su desarrollo social, cultural y educativo a través de centros especializados para el efecto.

Se sostiene de donaciones voluntarias de personas particulares, organizaciones, nacionales y extranjeras.

Está formada por personas altruistas especialmente Exalumnas del Instituto María Auxiliadora (I.M.A.). Su domicilio es en la ciudad de Guatemala y así mismo la sede.

Es así, como el 12 de Enero de 1993 queda registrada legalmente la Asociación no lucrativa, no gubernamental, religiosa con la finalidad de proveer de educación gratuita a los niños de escasos recursos de la República de Guatemala, impulsando su desarrollo social, cultural, y educativo a través de centros especializados para el efecto.

Objetivos de Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda

1. Realizar su Proyección social a través de servicios educativos a los niños de escasos recursos socioeconómicos de la República de Guatemala.
2. Adquirir donaciones voluntarias de organizaciones

3. nacionales e internacionales para cumplir con sus fines de asistencia educativa. Colaborar con la educación de los niños (as) y jóvenes guatemaltecos (as), especialmente a la mujer.

Antecedentes de Diseño

Logotipo

Éste es el logotipo que maneja la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda.



Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda

Trifoliar -Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda

Éste ha sido el único material que ha realizado la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda para dar a conocerse. Ha sido también la ficha para inscripción de los padrinos.



Competencia

Otras instituciones similares a la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda han desarrollado material similar para promover su institución. Dentro de estas están las siguientes:

Logotipo- Fundación Enrique De Ossó

Éste es un ejemplo de un logotipo para la organización no gubernamental, Fundación Enrique De Ossó.



Afiche- Ayudemos a Un Niño

Éste es un afiche el cual incita a las personas a apadrinar para la organización Ayudemos a Un Niño.



Afiche- Proyecto Mujer Acaf

Este material es un afiche, el cual también tiene como propósito apadrinar a niños de escasos recursos de la organización Proyecto Mujer Acaf.



5.2 Área de Diseño

Publicidad

Arens, a quien menciona Montenegro, (2006, Pág. 9), opina que la publicidad es “una comunicación estructurada y compuesta, no personalizada, de la información que generalmente pagan patrocinadores identificados, que es de índole persuasiva, se refiere a productos (bienes, servicios e ideas) y se difunde a través de diversos medios.”

Valerio citado por Montenegro (2006, Pág. 11), opina que algunas características importantes de la publicidad son:

- “Empuja al consumidor hacia el producto y/o servicio.
- Emplea medios que son propios y controlados por organizaciones.
- Plantea campañas de largo alcance para abarcar un gran número de personas.
- Tiene una acción relativamente lenta y hasta cierto punto remoto.
- Otorga al producto un atractivo general y permanente.”

Medios

Arens, citado por Montenegro (2006, Pág. 9), dice que la publicidad necesita un medio para poder comunicar la información necesaria. Esto se hace de cualquier forma siempre y cuando se logre llegar al grupo objetivo. Estos medios son:

- “Medios impresos: cualquier medio impreso de comunicación comercial; periódicos, revistas, programas para eventos, etc.
- Medios electrónicos: radio, televisión e Internet.

· Medios digitales interactivos: permiten a la audiencia participar activa e inmediatamente: Internet.

· Medios externos: estos corresponden a la publicidad exterior (vallas) y la publicidad en tránsito (publicidad en autobuses, taxis, autos particulares). Carteles en paradas de autobuses, mantas, banderines, anuncios en el cielo y carteles en quioscos.

· Correo directo: cuando las compañías mandan su publicidad directamente a los clientes potenciales. Carta de ventas, cupones, folletos, muestras, etc.”

Estrategias Para Una Campaña Publicitaria

Kot citado por García (2006, Pág. 16), opina que la estrategia de una campaña publicitaria es la manera en la que se resuelve la publicidad para obtener un objetivo. Debe ser:

· “Racional: se hace hincapié en la razón. Esta publicidad muestra tributos del producto, es un mensaje lógico que



contiene información, y se da más que nada en la publicidad gráfica. No se utiliza el slogan, y su carácter principal es la información.

- **Motivacional:** apela a los sentimientos y emociones del público. El 80% de la publicidad en general es de este tipo. Lo que logra que una persona adquiera un producto es más la motivación que la razón. La mejor manera de lograr una buena imagen es llegando al sentimiento del público.
- **Subliminal:** está por debajo de la percepción sensorial consciente. El inconsciente lleva a tomar decisiones sin poder decidir. Logra que al ver el aviso, el consciente no perciba lo que el inconsciente puede percibir. No siempre logra sus propósitos. Su inconveniente es que no hay manera confiable de medir su efectividad y está prohibida porque afecta a la libertad de elección del individuo.
- **Comparativa:** en algunos países está prohibido nombrar a la competencia o a otras marcas en una publicidad sin el consentimiento.
- **Cooperativa:** es cuando se unen dos o más empresas para realizar un mismo comercial que favorezca a ambas.
- **Directa:** es lo que respecta a la publicidad y sus medios más conocidos.
- **Indirecta:** es la publicidad no tradicional.
- **Medios diversos:** video cassetes, discos para computadora, mensajes pregrabados y cualquier material que crea un impacto con el uso de la última tecnología (novedoso).”

Tipo de Material Publicitario

En la tesis de Leonardo (2006, Pág. 23), se comenta que para un diseño publicitario se deben de tomar en cuenta cuatro puntos importantes: “el producto a diseñar, el grupo de personas,

usuarios o grupo de individuos a quien va dirigido, los medios por los cuales se va a realizar la publicidad y por último la competencia.”

En la tesis de García (2006, Pág. 19), se comenta que entre los medios publicitarios se encuentra:

- Vallas
- Paneles (mupis)
- Señalizaciones, rótulos
- Anuarios
- Guías
- Folletos
- Catálogos
- Octavillas (buzoneo)
- Publicidad por correo
- Publicidad en el punto de venta: carteles, exhibidores
- Publicidad en los envases
- Pantallas en autobuses
- Lonas gigantes o banners
- Objetos diversos con mensajes publicitarios: mecheros, bolígrafos, camisetas o playeras

Material Informativo

Samayoa, a quien menciona Larin (2003, Pág. 61), opina que el material gráfico informativo es “el que quiere expresar todo aquello que ha sido creado para transmitir por medio de



imágenes visuales, determinado tipo de información. No hay una lista específica de tipos de materiales gráficos, en realidad existe una gran variedad como por ejemplo los periódicos, las revistas, anuncios gráficos, volantes, despleables, tarjetas, afiches, folletos, etc.”

En la tesis de Gil (2004, Pág. 80) se expresa que un material gráfico informativo es “aquel material que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales alguna información. Éste deberá ser creado combinando aspectos gráficos como una adecuada composición, colores, imágenes, ilustraciones, gráficos, etc.” Para elaborar material informativo se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- “Los contenidos: el contenido debe de tener una jerarquización adecuada para la lectura. Los contenidos deben de ser interesantes y enfocados a las necesidades del grupo objetivo, resaltando lo más importante del tema. Deberá de estar organizando de lo general a lo particular para agilizar su comprensión.
- El formato: se debe de seleccionar el formato de acuerdo al lugar donde se va a usar este, la forma de distribución del mismo, el grupo objetivo, el contenido, el presupuesto, etc.
- La tipografía: Su función es auxiliar a la comunicación gráfica. Para elegir la tipografía es necesario considerar el diseño de la letra, el tamaño, el peso, el interlineado, la longitud de las líneas, los márgenes, el tipo de impresión, y el interés del lector en el contenido.
- Los textos: Éstos deben de ser cortos y deben de tener una diagramación fluida. No es recomendable usar muchos tipos de letra en un mismo contenido para no romper la armonía visual.
- Las ilustraciones: Se entiende por ilustración, cualquier

fotografía, dibujo o pintura que forme parte del diseño. Una de sus principales funciones es captar la atención del receptor, mantenerla o bien apoyar gráficamente a algún texto.

El color: Su principal objetivo es atraer y lograr la atención del grupo objetivo. Debe de apoyar al concepto de la pieza y debe ser legible y comprensible, y por tener diferentes implicaciones, deberá ser seleccionado con mucho cuidado.

Jerarquías visuales: Se refiere a los niveles de importancia que tiene algún elemento dentro de un diseño y el lugar que se quiere que este mensaje ocupe en la mente del grupo objetivo.

Diagramación: Distribuir de forma agradable, ordenada, jerarquizada, etc. Los elementos visuales dentro de un formato, un espacio determinado.”



Características del Material Informativo

En la tesis de Gil (2004, Pág. 81) se comenta que al realizar el material de información, se debe emplear un medio o producto comunicativo que debe cumplir con lo siguiente:

- “Cualquiera que sea el producto comunicativo que se realiza requiere anticiparse al público y sus necesidades de información.
- Realizar un diseño que anticipe la organización del contenido y la lógica de presentarlo. El diseño es de tres tipos: sensorial (presentación), de contenido (información), estructural (organización).
- El contenido (información) debe responder a las necesidades del usuario.
- En cada producto la estructura es diferente y responde a las funciones que cumple.
- Para terminar el diseño debe probarse mediante un dummie. Un dummie es un modelo experimental del producto que se somete a evaluación y comprobación para ver si cumple los objetivos o funciones diseñadas (en un documento escrito el dummie equivale al primer borrador).”

El material informativo debe enriquecer el tema, los conocimientos y la percepción del grupo objetivo; hacer comprensible el texto, establecer un ritmo, y lograr variedad en la unidad.

Principios para el Diseño de Un Material Informativo

Ruiz, a quien menciona Alonzo (2005, Pág. 26), opina que dentro de los principios que se deben tomar en cuenta en el diseño de material informativo están los siguientes:

- “Balance: es la distribución equitativa del peso visual, es un equilibrio visual.
- Ritmo: es la repetición de elementos variados que generan interés dentro del material.
- Énfasis: es crear un punto focal con el fin de recalcar algo sumamente importante, siendo este lo primero que se observa.
- Unidad: los diversos elementos deben considerarse como uno mismo para hacer que el material sea un conjunto que mantiene unidad.
- Simplicidad: es la técnica visual que impone el carecer directo y simple de la forma elemental.”

Tipo de Material Informativo

Alonzo (2005, Pág. 20), menciona que según Donis, un material informativo es “todo aquello que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales, determinado tipo de información.”

Según García (2007), el material informativo puede variar según lo que requiera el grupo objetivo. Entre los



materiales más comunes se encuentran:

- Folletos
- Revistas
- Periódicos
- Anuncios gráficos
- Volantes
- Desplegables
- Afiches



DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO



6. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Personas Con Posibilidades Económicas

Para la construcción del perfil del grupo objetivo, se tomó como base las estadísticas de Predatos (2003)* y el instrumento pasado a una muestra representativa de personas para recabar información demográfica y psicográfica del mismo. (Ver anexos 1, 2 Y 3)

6.1 Perfil Demográfico

El grupo objetivo se conforma de hombres y mujeres, entre 30 y 60 años, que están en un nivel socioeconómico AB, que constituyen el 4.2% de la población guatemalteca, y ganan un promedio de Q49,600 mensuales, esto evidencia que si tienen las posibilidades económicas como para apadrinar a un niño de escasos recursos.

La mayoría tienen estudios universitarios, y a pesar de esto, no tienen un negocio propio, aunque sí poseen un trabajo estable. También se llegó a la conclusión que dado el acceso a Internet que la mayoría tiene, este grupo está al día con la tecnología, y saben manejarla. Tienen hijos, a los cuales los tienen en colegios y universidades privadas del país y del exterior, y el transporte que todos utilizan en el hogar son carros.

6.2 Perfil Psicográfico

A estas personas les gusta lucir bien, con ropa de marca, y por eso frecuentan los centros comerciales más caros.

La opinión de López (1996, Pág. 1) es que las personas que tienen un nivel socioeconómico alto gozan de mejor salud que los demás. Dice que las condiciones en las que crecen estos niños "privilegiados" condiciona el futuro de los mismos, porque recibe una buena educación, y por lo tanto su estado mental es diferente.

En el artículo de Denegri (2000, Pág. 3) comenta sobre el psicoanálisis de Doyle y cómo este establece la personalidad de las personas de un nivel socioeconómico alto:

"1. **Dinámicos:** poseen gran energía, son realistas, independientes pero avasalladores y están orientados al logro. Sufren ansiedad ante la posible pérdida de competencia y el dinero es para ellos una protección ante la percepción social de incompetencia. Consumen bienes que muestran "éxito" o se involucran en gastos asociados a la independencia y el riesgo. En su extremo pueden desarrollar desordenes de personalidad antisocial.

2. **Amables:** sensibles, agradables y apoyadores pero al mismo tiempo dependientes, pasivos e inseguros. Necesitan de las relaciones y sufren ansiedad ante la posibilidad de su

* Síntesis I. Proporcionado por Julio Chang. Prodatos (2003). Niveles socioeconómicos. Ciudad de Guatemala



pérdida. Por ello utilizan el dinero para ganar relaciones y ser queridos. Ahorran dinero para poder apoyar sus relaciones sociales y se centran en exceso en el dar y compartir y en la incapacidad de "decir no". En casos extremos presentan patologías relacionadas con la baja autoestima, depresión y desordenes de la alimentación.

3. **Analíticos:** cuidadosos, persistentes, exactos pero indecisos, rígidos y ritualistas. Utilizan el orden como una defensa ante la ansiedad por la pérdida de control. Su uso del dinero se orienta a protegerse de la pérdida de control por lo que se centran en el ahorro y la austeridad. Buscan constantemente los precios más bajos y pueden incurrir en compras de objetos para guardar si están en oferta. En su extremo, se rigidizan evitando el contacto social porque podría significar pérdida de dinero.

4. **Expresivos:** intuitivos, ambiciosos, entusiastas pero impulsivos, indisciplinados y egocéntricos. Utilizan las apariencias para evitar el aislamiento y están muy centrados en dar una imagen de status. Utilizan el dinero para comprar autoestima y sentimientos de privilegio.

En cuanto expectativas del diseño el grupo al que va dirigido el material asocia con solidaridad los colores azul, amarillo, verde y rojo, y se deduce con esto que se inclinan tanto por los colores fríos como por los cálidos, así logrando una mayor armonización y unión entre los elementos gráficos. Asocian también con la solidaridad el tipo de letra que es san serif, sencilla, y sin mayores detalles."



PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN



7. PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN

A continuación se generaran tres procesos generadores de ideas para así lograr llegar a un concepto que sea la base del diseño de este proyecto.

Se realiza una lista de palabras que se asocian con ayudar a los demás.

Lluvia de ideas-Ayudar a otros

- Igualdad
- Bienestar
- Responder
- Voluntad
- Llamado
- Compromiso
- Respeto
- Apoyo
- Auxilio
- Respaldo
- Colaborar
- Contribuir
- Limosna
- Corazón
- Seguridad
- Unión
- Fraternidad
- Sentimientos
- Autoestima
- Defender
- Aliviar
- Proteger
- Mantener

- Favorecer
- Donar
- Mejorar
- Progresar
- Desarrollarse
- Crecer
- Prosperar
- Superar
- Emociones
- Afectividad
- Transformación
- Adelanto
- Patrocinar
- Digno
- Considerado
- Perseverancia
- Responsabilidad
- Suplemento
- Participación
- Compartir
- Empatía
- Impulso
- Afinidad
- Motivación
- Contacto
- Comunicación
- Cuidar

De la lista de palabras generadas, se escogieron palabras, las cuales se conjugarán para así crear frases con los mismos.



Responder; Llamado; Corazón

- Llamando, responde el corazón
- Corazón que llama, se le debe responder
- Responder llamando al corazón
- Corazón que responde llamando
- Llamar al corazón que responde
- Un corazón que responde al llamado
- Llamando y respondiendo al corazón
- El corazón que llama y es respondido
- **Respondiendo al llamado del corazón**
- Llamar al corazón y responder

Unión; Crecer

- Creciendo en la unión
- **Unidos en el crecimiento**
- Uniendo el crecimiento
- Crecer unidos
- Unidos, creciendo
- Crecer en unión
- Unir crecimientos
- Unión al crecer
- Crecer cuando hay unión
- Unión que crece

Se seleccionó una frase por cada conjugación de palabras, y se llegó a la conclusión que *Respondiendo al llamado del Corazón* refleja mejor “ayuda a los demás” porque lo que se busca en el solidarismo es que las personas se ayuden, y que como comunidad o país logren un crecimiento uniforme. Éste es el fin del Proyecto Dame Tu Ayuda al querer asistir a niños de escasos recursos para que estos estudian, para que en un futuro existan oportunidades para los mismos.

Siguiendo con los generadores de ideas, se crea una lista de palabras opuestas que se asocian con ayudar a los demás.

- Igualdad-desigualdad
- Bienestar-malestar
- Cambio-conservar
- Voluntad-apatía
- Servicio-abandono
- Respeto-insolencia
- Apoyo-abandono
- Auxilio-negarse
- Respaldo-desamparar
- Colaborar-abstenerse
- Contribuir-negarse
- Socorro-desamparar
- Seguridad-inseguridad
- Unión-separación
- Fraternalidad-enemistad
- Defender-atacar
- Aliviar-desanimar
- Proteger-desproteger
- Mantener-abandonar
- Favorecer-desfavorecer
- Donar-quitar
- Mejorar-desmejorar
- Progresar-retroceder
- Desarrollarse-estancarse
- Crecer-disminuir
- Superar-empeorar
- Emociones-indiferencia
- Afectividad-antipatía
- Transformación-inalterabilidad



- Adelanto-retrazo
- Patrocinar-descuidar
- Digno-ruin
- Considerado-desconsiderado
- Perseverancia-renunciar
- Responsabilidad-irresponsable
- Compartir-acaparar
- Identificarse-indiferencia
- Sensible-insensible
- Motivación-desmotivación
- Contacto-desvinculación
- Comunicación-incomunicación
- Cuidar-descuidar

De la lista de palabras generadas, se escogieron cuatro palabras, las cuales se unirán en parejas para así crear frases con las palabras opuestas.

Abandono; Empeorar

- Abandonar es empeorar
- Empeorando el abandono
- Abandonando el empeoramiento
- Lo peor es abandonar
- No hay nada peor q el abandono
- Con abandono, empeoramos
- Es peor abandonar
- **Abandonar empeora**
- Sin abandono, no se empeora
- Abandono, empeoro

Descuidar; indiferencia

- Indiferencia al descuido
- Descuidar es ser indiferente
- Indiferencia es descuido
- Descuidar a los indiferentes
- Ser indiferente al descuido
- Con indiferencia descuidamos
- Indiferentemente descuidando
- **Es indiferencia descuidar**
- Descuidando la indiferencia
- Indiferencia, descuido

Se eligió una frase por cada combinación de palabras, y se llegó a la conclusión que *Abandonar Empeora* refleja mejor “ayuda a los demás” porque el abandonar al prójimo en sus momentos de necesidad, no ayuda a la situación, sino que la empeora. Olvidarse de los más necesitados es muy común, y eso es lo que la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda quiere cambiar, que la sociedad se acuerde de las personas que necesitan más dada su pobreza.



Para finalizar los ejercicios que generan ideas, se hizo una lista de de palabras que se asocian con ayudar a los demás.

Metáforas

- Bondad
- Compasión
- Empatía
- **Voluntad**
- Fraternidad
- Unión
- Igualdad
- Servicio

De la lista, se escogió la palabra “voluntad”, la cual se asoció con otra palabra que lo refleja, “soldado”, y se crearon metáforas.

Voluntad-soldado

- Al ayudar, el corazón es un soldado
- Como soldado que no deja romper la cadena
- **Al ponerse en los zapatos de los demás, las manos son un soldado**
- Nuestra ayuda tiene el espíritu de un soldado
- Caminando juntos, los pies son un soldado
- Dando seguridad por medio de un abrazo, los brazos son un soldado.

Se escogió una frase, y se llegó a la conclusión que *Al ponerse en los zapatos de los demás, las manos son un soldado* refleja mejor “ayuda a los demás” porque la solidaridad es un sentimiento que debe de nacer de uno. Muchas veces el instinto de las personas es ayudar a los demás, sin embargo, no encuentran la manera de hacerlo, y eso es precisamente lo que la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda pretende hacer, lograr que las personas

tomen acción sobre los sentimientos que llevan en su corazón de solidaridad y transformarlo en acciones hacia el prójimo.

Concepto Central

El concepto se logro como resultado de un proceso generador de ideas. De cada uno de los ejercicios ejecutados se eligió la frase que más reflejaba la idea del enfoque, que es la ayuda a los demás, y de esas tres se escogió una frase como el concepto central de este proyecto.

¿Cuál es la frase?

Respondiendo al Llamado del Corazón

Por qué

El solidarismo es sinónimo de apoyo y ayuda, y esto conlleva el unir esfuerzos para lograr una misma meta. Muchas veces las personas tienen la voluntad de hacer muchas obras de bien, pero por falta de información de cómo ayudar a los demás, muchas veces el deseo se queda en el impulso, es por esto que se tomó en cuenta la palabra respondiendo, porque es una gran parte de ser solidario el saber actuar y responder a las necesidades



de los demás. La palabra llamado, es precisamente para lograr incitar a las personas para que respondan, y actúen hacia las necesidades de los niños de escasos recursos. Los sentimientos de generosidad son creados por el buen corazón de las personas, y es por esto que se utilizo la palabra corazón. Respondiendo al Llamado del Corazón, se trata de esto: seguir el instinto natural de querer ayudar a los demás y explotar los sentimientos buenos que uno lleva dentro. "Respondiendo al Llamado del Corazón", los niños guatemaltecos de escasos recursos tendrán la oportunidad de estudiar, y este es el fin de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda.

Una de las bases resistentes del ser humano depende de los sentimientos que conlleva en su corazón. Para lograr ser hombres y mujeres productivas se debe tener una base sólida, y esto se logra solo cimentando adecuadamente conocimientos y principios, algo que sin la orientación correcta, no se logra, el cual es el caso de muchas personas que viven en condiciones pobres.

El propósito de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda es que los guatemaltecos empiecen a escuchar a su corazón, y que estos a la vez, se solidaricen con los que tienen menos, es por eso que se escogió el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*.



CONTENIDOS DEL MATERIAL GRÁFICO



8. CONTENIDOS DEL MATERIAL GRÁFICO

A continuación se describe los elementos de información que se colocarán dentro del material a tratar.

Contenido de Texto

Material Informativo

- Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda
- ¿Quiénes Somos?
- Objetivos
- Proyección
- Ficha de inscripción
- Para mayor información

Material Publicitario

- Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda
- Para Mayor Información



Tabla de Requisitos			
Elemento de Diseño	Función	Tecnología	Expresión
Formato-material informativo	Captar el interés del grupo objetivo	Dos piezas cuya estructura encajan con las dimensiones de: Mínimo-4.25x5.5 pulgadas Máximo-11x17 pulgadas	Sensación de notoriedad
Formato-material publicitario	Atraer por la versatilidad del material	Mínimo-5.5x8.5 pulgadas Máximo-72x72 pulgadas	Sensación de dinamismo
Soporte	Ayudar a tener una vida útil y duradera	Materiales que se adecuen al ambiente donde se pondrá el material informativo y publicitario como por ejemplo el material informativo tendría que ir sobre una mesa para mejor acceso y visibilidad de la información, y el material publicitario en un salón con buena iluminación para poder apreciarlo.	Sensación de resistencia
Tipografía	Identificar el material con el grupo objetivo	Legibilidad por medio de la familia san serif como Arial y Avant Garde DB	Sensación de empatía
Color	Diferenciar los distintos elementos de la composición	Contraste entre colores cálidos y fríos	Sensación de cambio
Diagramación	Destacar los elementos gráficos	Reticulas compuestas por ejes verticales y horizontales	Sentimiento de ánimo
Elementos gráficos de apoyo	Captar la atención de las personas	Figuras rectangulares	Sensación de dinamismo y equilibrio
Elementos gráficos	Apoyar conceptualmente al contenido	Representaciones gráficas que reflejan el enfoque del concepto	Sensación de dinamismo y equilibrio

Contenido Gráfico

En la tabla se describen los elementos e imágenes de diseño y la forma en que estos comunicaran el mensaje que se quiere transmitir.



MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN



9. MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

Estrategia de Implementación

La implementación del material informativo y el material publicitario serán en el mismo lugar, ya que llevan unidad entre sí. El material publicitario servirá como apoyo para el material informativo, ya que el material informativo profundiza sobre el trabajo que hace la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda.

Material Informativo

La propuesta para el material informativo es un unifoliar, y una invitación de contribución. Este material será distribuido en los eventos de ex-alumnas en el Instituto María Auxiliadora, al igual que será distribuido en los diferentes eventos donde hablarán las Hermanas sobre la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda. Las dos piezas propuestas serán entregadas juntas.

Material Publicitario

El material publicitario consiste en playeras y un portabanner. Estas playeras serán utilizadas por los trabajadores de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda con propósito de identificarlos como parte de la Asociación. Los trabajadores deberán de utilizarla en presentaciones de la Asociación para así lograr dar a conocer el proyecto. También se darán a los donadores como un obsequio. Los portabanner serán utilizados en los eventos donde las Hermanas hablen sobre la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda.



Material Informativo

Pieza	Medio		Forma de Distribución		
	<i>Físico</i>	<i>Carácter</i>	<i>Responsable</i>	<i>Duración</i>	<i>Lugar</i>
Unifoliar-informar sobre la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, y el labor que hacen	Impreso	Informativo	Sor Edith Babún	3 años	Ciudad de Guatemala donde se realicen las conferencias
Invitación de contribución-informar a los posibles donadores sobre cómo contribuir	Impreso	Informativo	Sor Edith Babún	3 años	Ciudad de Guatemala donde se realicen las conferencias

Descripción de Cada Pieza

Las piezas a realizar se describen de manera general explicando la pieza, el medio y la forma de distribución de cada uno.

Material Publicitario

Pieza	Medio		Forma de Distribución		
	<i>Físico</i>	<i>Carácter</i>	<i>Responsable</i>	<i>Duración</i>	<i>Lugar</i>
Playeras-promover e identificar la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda	Impreso	Publicitario	Sor Edith Babún	1 años	Ciudad de Guatemala donde se realicen las conferencias
Banner-promover la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda	Impreso	Publicitario	Sor Edith Babún	3 años	Ciudad de Guatemala donde se realicen las conferencias



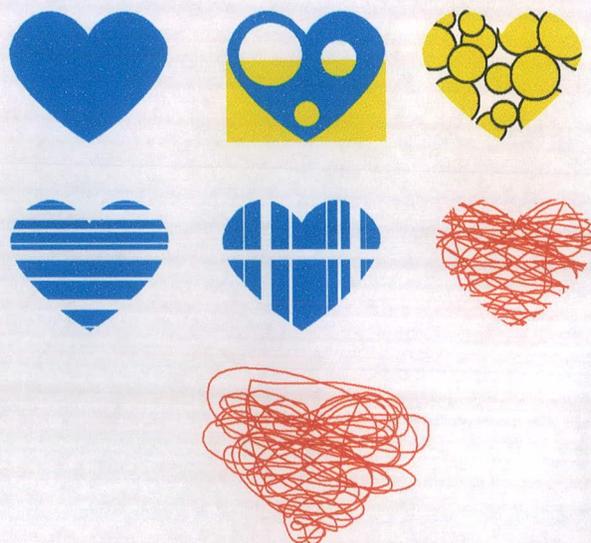
BOCETAJE Y
PROPUESTA PRELIMINAR



10. BOCETAJE Y PROPUESTA PRELIMINAR

Elemento Gráfico

Desde la tabla de requisitos se vio la necesidad de utilizar elementos gráficos y elementos gráficos de apoyo. Se hizo una lista que refleja el concepto, *Respondiendo al Llamado del Corazón*, que son: timbre, puerta, corazón, cardiograma, líneas, teléfono, Internet, e-mail, celular, micrófono, y sonidos. De esta lista se escogieron dos elementos gráficos: el corazón y el cardiograma; y como elementos gráficos de apoyo: las líneas y los bloques de color para crear un equilibrio visual en el diseño. El desarrollo de cada uno de los elementos es el siguiente:

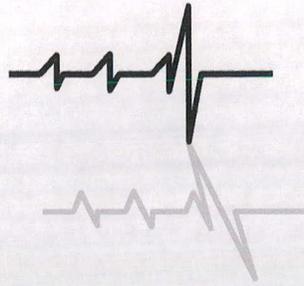
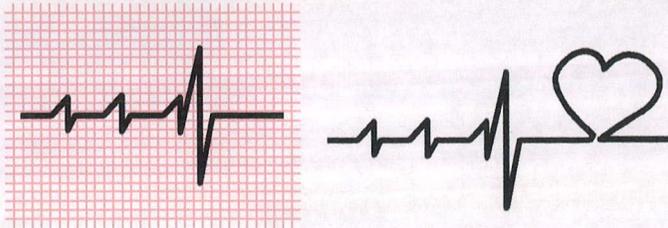
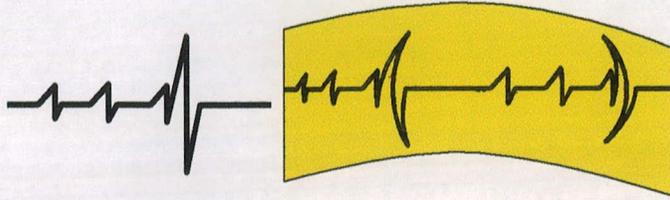


El primer elemento de apoyo que se creó fue el corazón. Se hizo una variedad de propuestas de corazones que fueran unidos al concepto. El concepto siendo, *Respondiendo al Llamado del*

Corazón, fue la base para poder crear las diferentes propuestas. Se partió de la primera propuesta, que era un corazón lleno. Este se descartó porque tenía poco dinamismo. La segunda propuesta consistía en un corazón con agujeros en él, pero también se descartó dado a que reflejaba el contrario del concepto. La tercera propuesta se eliminó porque no se encontró armonía entre el concepto y los círculos que están dentro del corazón. A partir de la cuarta propuesta, se trabajó a base de líneas, verticales y horizontales, que simbolizan las líneas de comunicación que la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda quiere establecer entre el posible padrino y el niño o niña de escasos recursos. Las primeras dos propuestas de líneas se descartaron ya que las líneas eran demasiado estáticas, y no creaban un atractivo visual. La tercera propuesta creaba mucho desorden, a pesar que sí se distingue el corazón. La última opción fue la que se seleccionó, dado a que cumple con transmitir una sensación de líneas sin fin, que sería la comunicación que nunca se acaba entre los padrinos y los niños necesitados, y al mismo tiempo, se ve limpio y organizado, para que así se de a entender mejor el corazón.



Elemento Gráfico

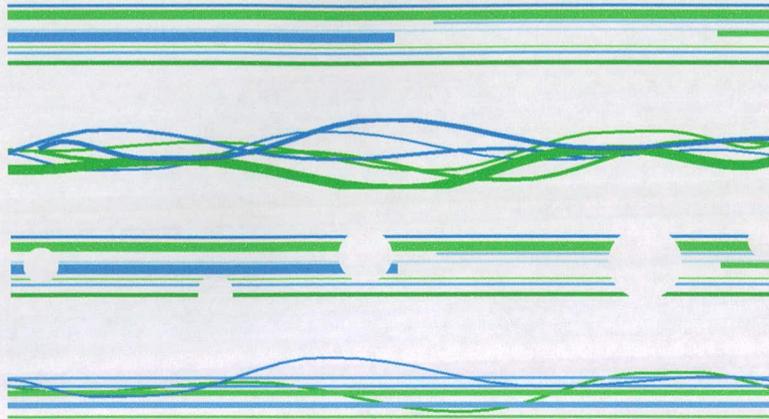


realismo a la imagen del cardiograma, sin embargo, se descartó porque se distorsiona mucho la imagen del cardiograma. La tercera propuesta es sobre una retícula, ya que el cardiograma se imprime sobre un papel de retícula, pero también se descartó porque tanta línea sobrecarga la imagen. La cuarta propuesta es de la unión de un corazón con el cardiograma, pero fue descartado, ya que integrar el corazón, repite el elemento del corazón ya propuesto. La última propuesta es un reflejo del cardiograma, que ayuda a establecer la unión entre dos corazones, la de un posible padrino y un ahijado, sin embargo, también se descartó, dado a que la imagen no es armónica. El elemento que se propone para el material es la primera propuesta, es la imagen más sencilla, y limpia, los latidos del corazón, así logrando reforzar el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*.

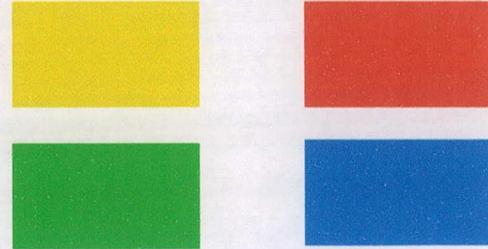
El elemento del cardiograma es para reforzar el concepto, al igual que la imagen del corazón. Se hizo una variedad de propuestas para poder integrar el la imagen del cardiograma. Todas las posibilidades partieron de la primera imagen, que es parte de un cardiograma, solo la línea. La segunda propuesta es de un cardiograma sobre un "papel", como que estuviera saliendo de la maquina que los elabora, esto fue para darle más



Elementos Gráficos de Apoyo



Se vio la necesidad de agregar elementos gráficos de apoyo, ya que el material necesitaba algún elemento que creara mayor dinamismo. Trabajando bajo el mismo concepto de líneas, se creó cuatro diferentes propuestas. La primera compuesta de líneas rectas, se escogió como una posible propuesta, ya que a pesar de que son parecen estáticas, crean dinamismo por medio de los diferentes grosores de líneas. Al segundo se le agregó el elemento de círculos para crear dinamismo por medio de la variedad de tamaños de la figura, sin embargo, los círculos no generaba armonía entre los demás elementos de apoyo ya propuestos, es por esto que se descartó. El tercer elemento está compuesto por líneas simulando el ADN de las personas, sin embargo, creaban una sensación de desorden, por eso se descartó. El tercer elemento, se eligió también como una propuesta, es una combinación de la primera propuesta y la tercera, ya que se quiso mantener el elemento del ADN para así representar la esencia del ser humano, y las líneas rectas que ayudan a transmitir la idea de líneas de comunicación, así logrando mayor unión con las otras dos piezas de apoyo que se crearon.



Otro elemento gráfico de apoyo son los bloques de color. Estos bloques serán utilizados tanto para hacer resaltar la tipografía, como para crear un equilibrio visual en el material.



Tipografía

Tomando en cuenta la variedad de tipografías que existen dentro de la familia san serif, se probó con varios tipos para formar títulos y texto, y así determinar el tipo de letra que más funcione para este proyecto.

PROYECCIÓN

AL NORTE DE GUATEMALA, EN EL DEPARTAMENTO DE ALTA VERAPAZ, EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO CARCHÁ, ACTUALMENTE SE PROPORCIONAN BECAS A 26 NIÑOS, NIÑAS Y JÓVENES, BRINDÁNDOLES FORMACIÓN ACADÉMICA, CULTURAL Y ESPIRITUAL, CON EL APOYO Y COORDINACIÓN DE LAS HERMANAS HIJAS DE MARÍA AUXILIADORA DE LA MISIÓN SALESIANA DE SAN PEDRO CARCHÁ.

PROYECCIÓN

Al norte de Guatemala, en el departamento de Alta Verapaz, en el municipio de San Pedro Carchá, actualmente se proporcionan becas a 26 niños, niñas y jóvenes, brindándoles formación académica, cultural y espiritual, con el apoyo y coordinación de las Hermanas Hijas de María Auxiliadora de la Misión Salesiana de San Pedro Carchá.

PROYECCIÓN

Al norte de Guatemala, en el departamento de Alta Verapaz, en el municipio de San Pedro Carchá, actualmente se proporcionan becas a 26 niños, niñas y jóvenes, brindándoles formación académica, cultural y espiritual, con el apoyo y coordinación de las Hermanas Hijas de María Auxiliadora de la Misión Salesiana de San Pedro Carchá.

PROYECCIÓN

Al norte de Guatemala, en el departamento de Alta Verapaz, en el municipio de San Pedro Carchá, actualmente se proporcionan becas a 26 niños, niñas y jóvenes, brindándoles formación académica, cultural y espiritual, con el apoyo y coordinación de las Hermanas Hijas de María Auxiliadora de la Misión Salesiana de San Pedro Carchá.

PROYECCIÓN

Al norte de Guatemala, en el departamento de Alta Verapaz, en el municipio de San Pedro Carchá, actualmente se proporcionan becas a 26 niños, niñas y jóvenes, brindándoles formación académica, cultural y espiritual, con el apoyo y coordinación de las Hermanas Hijas de María Auxiliadora de la Misión Salesiana de San Pedro Carchá.

PROYECCIÓN

Al norte de Guatemala, en el departamento de Alta Verapaz, en el municipio de San Pedro Carchá, actualmente se proporcionan becas a 26 niños, niñas y jóvenes, brindándoles formación académica, cultural y espiritual, con el apoyo y coordinación de las Hermanas Hijas de María Auxiliadora de la Misión Salesiana de San Pedro Carchá.



Tipografía

De la variedad de tipografías, se escogió un tipo, y se hizo variedades de propuestas tanto de títulos como de textos. Esta tipografía se escogió dado a que según la tabla de requisitos, debía de ser de la familia San Serif. En base a lo que indica Gil (2004), se tomó la decisión de utilizar sólo un tipo de letra, ya que no es recomendable utilizar muchos tipos, ya que el lector se puede perder. El tipo que se escogió es fácil de leer y por medio de sus curvas se logra apoyar el concepto, *Respondiendo al Llamado del Corazón*, ya que semeja las curvas de un corazón, y este a la vez con solidaridad, que es la base de este proyecto.

De estos se escogió el tercer título, y el primer texto. Se descartó la otra tipografía dado a que era muy informal para el tipo de información a transmitir en el material.

Título

Proyección
Proyección
PROYECCIÓN
PROYECCIÓN

Texto

Al norte de Guatemala, en el departamento de Alta Verapaz, en el municipio de San Pedro Carchá, actualmente se proporcionan becas a 26 niños, niñas y jóvenes, brindándoles formación académica, cultural y espiritual, con el apoyo y coordinación de las Hermanas Hijas de María Auxiliadora de la Misión Salesiana de San Pedro Carchá.

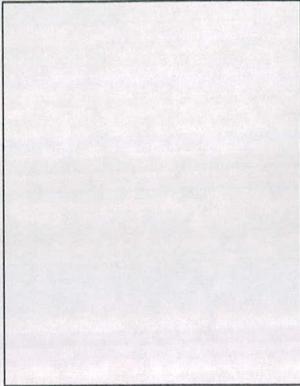
Al norte de Guatemala, en el departamento de Alta Verapaz, en el municipio de San Pedro Carchá, actualmente se proporcionan becas a 26 niños, niñas y jóvenes, brindándoles formación académica, cultural y espiritual, con el apoyo y coordinación de las Hermanas Hijas de María Auxiliadora de la Misión Salesiana de San Pedro Carchá.

Al norte de Guatemala, en el departamento de Alta Verapaz, en el municipio de San Pedro Carchá, actualmente se proporcionan becas a 26 niños, niñas y jóvenes, brindándoles formación académica, cultural y espiritual, con el apoyo y coordinación de las Hermanas Hijas de María Auxiliadora de la Misión Salesiana de San Pedro Carchá.

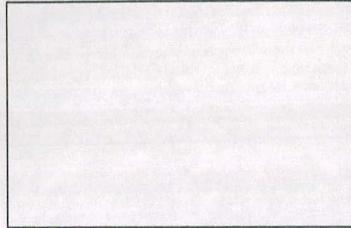
Al norte de Guatemala, en el departamento de Alta Verapaz, en el municipio de San Pedro Carchá, actualmente se proporcionan becas a 26 niños, niñas y jóvenes, brindándoles formación académica, cultural y espiritual, con el apoyo y coordinación de las Hermanas Hijas de María Auxiliadora de la Misión Salesiana de San Pedro Carchá.



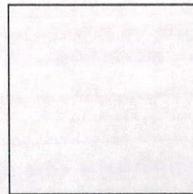
Tamaños Para Invitación



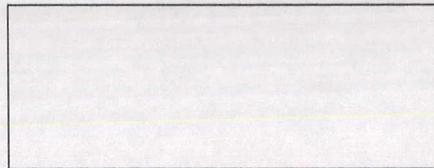
8.5 x 11 pulgadas



5.5 x 8.5 pulgadas



5.5x 5.5 pulgadas

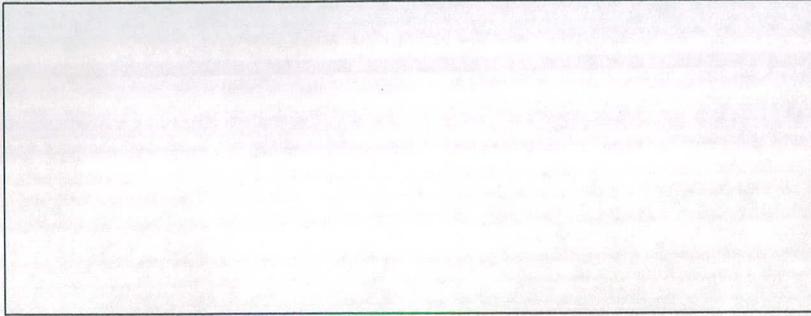


4.25 x 11 pulgadas

Un aspecto importante que se menciona en la tesis de Gil (2004), sobre el material informativo, es que el formato se debe de escoger en base a donde se va a usar, la forma en que va a ser distribuido, la cantidad de contenido, etc. Tomando esto en cuenta el tamaño para la invitación fue creada basándose en la cantidad de información que se tenía que transmitir. Se tomó en consideración el tamaño desde el estándar carta, y de allí se fueron reduciendo, tomando en cuenta la información que el cliente tenía estipulado plasmar.



Tamaño de Invitación

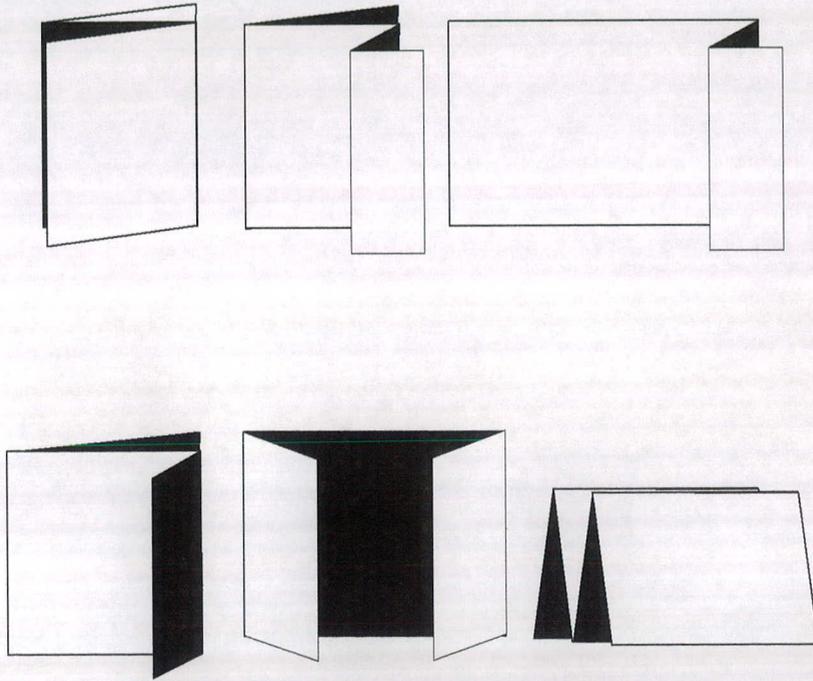


4.25 x 11 pulgadas

Se decidió que el tamaño de la invitación que mejor funcionaba era de 4.25 x 11 pulgadas, dado a que este tamaño ofrece suficiente espacio para desplegar la información que el cliente necesita comunicar. Este tamaño también permite mayor dinamismo partiendo desde el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*, ya que no es algo muy grande que crea dificultad en el manejo de parte del grupo objetivo. Las otras invitaciones no cumplían con esto, dado a que o era mucho o muy poco el espacio que tenía.



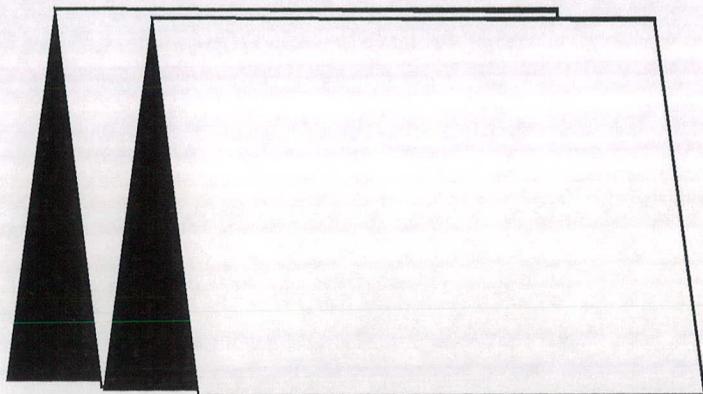
Dobleces Invitación



En base al tamaño escogido, se realizaron varios dobleces para determinar cuál era el que mejor funcionaría con la cantidad de información que se tenía que desplegar.



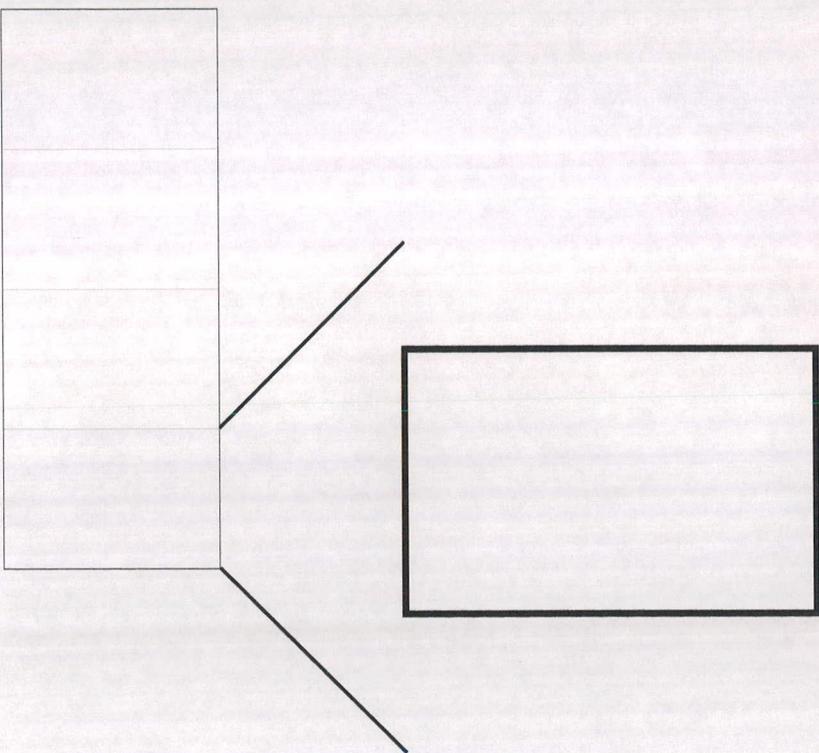
Invitación



Este doblez se seleccionó porque era el más funcional. Éste se escogió porque era más apto para desplegar la información de manera funcional, y lograr captar la atención del grupo objetivo. Los otros no se escogieron dado a que los dobles no eran aptos para la información que se tenía que plasmar, y porque no lograban unificar el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón* con el material.



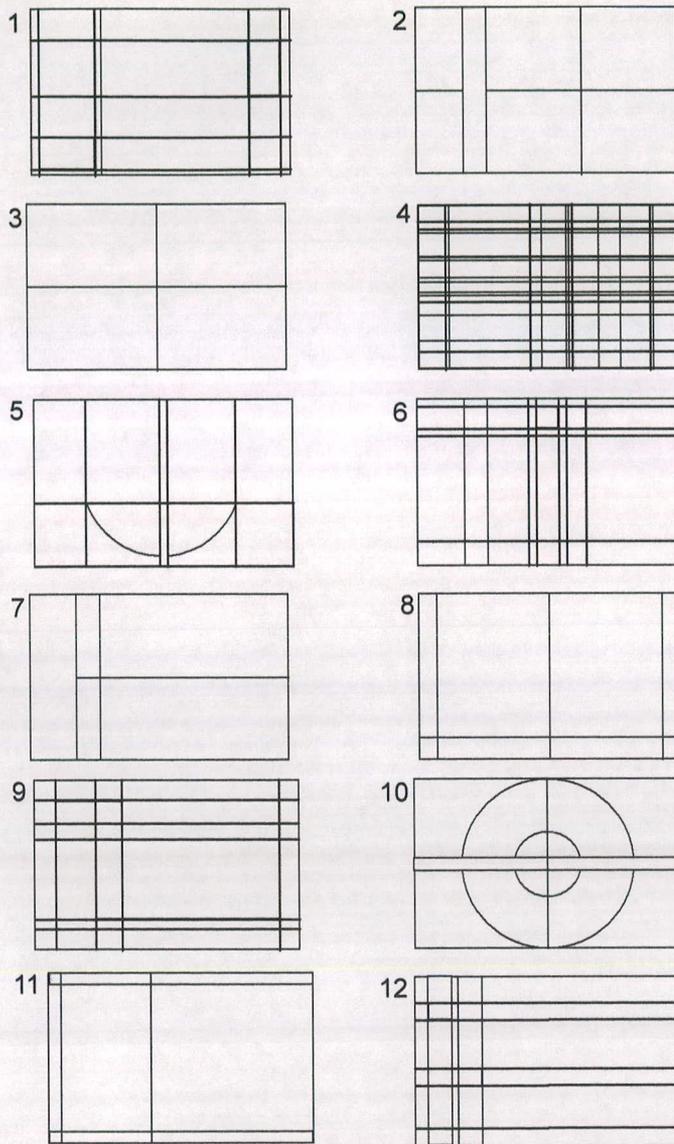
Recuadro Para Trabajar Retícula



Se tomó el recuadro como referente para trabajar la retícula. Se empezó con el bocetaje sólo del tiro, dado a que esto es lo primero que verá el grupo objetivo, y con esto se debe de poder lograr llamar la atención del mismo; y como elemento principal en el tiro de la invitación está la portada, y es por esto que se hizo la retícula de esta manera.



Reticula



Se bocetó diferentes opciones de retícula para la invitación, tomando como referente el recuadro ya establecido. Se escogió la opción 4 de las retículas, ya que por medio de ésta, se facilitaría reflejar un sentimiento de ánimo. Se creó variaciones para poder escoger el más funcional. Las demás opciones se descartaron ya que no había mayor dinamismo en las propuestas.



Layout

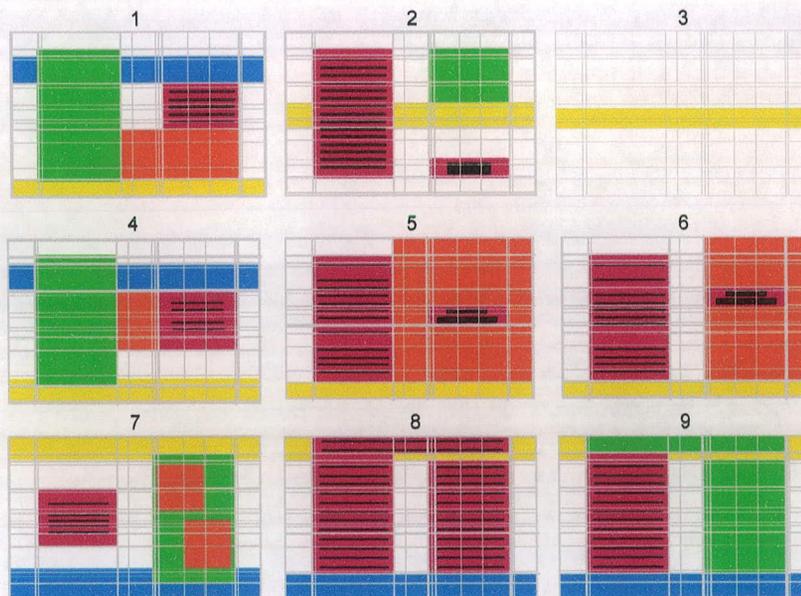
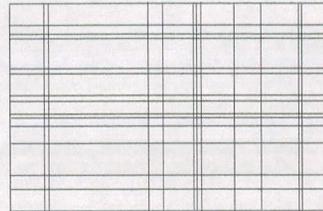
 elementos gráficos que cambian de posición de arriba hacia abajo que connota el cambio de ánimo

 bloques de color como elementos gráficos de apoyo

 imágenes o elementos gráficos

 bloques de texto

 líneas de retícula

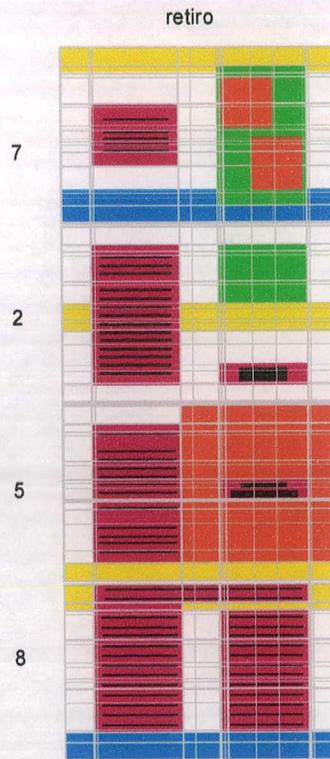
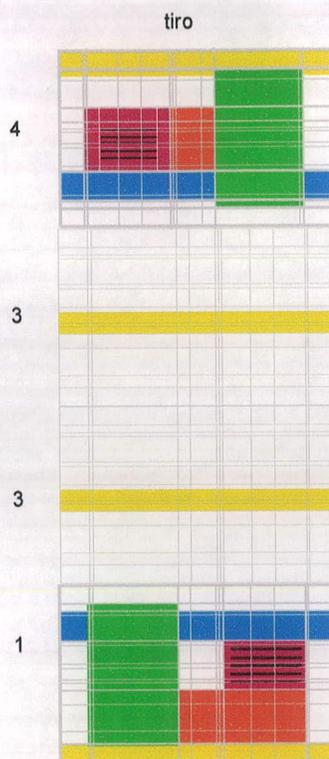
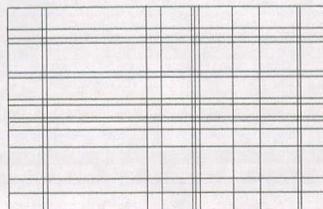


Se trabajó varias propuestas de layout con la retícula escogida, y según los principios para el diseño de un material informativo de Alonzo (2005), dentro de la propuesta del layout, se encuentra un ritmo ya que hay un elemento repetitivo para generar mayor interés del grupo objetivo. De estas retículas se escogieron siete diferentes propuestas, ya que por la diversidad en las jerarquías visuales se lograría mayor dinamismo, para así no perder el interés del grupo objetivo. Las retículas que se escogieron fueron el 1, 2, 3, 4, 5, 7, y 8.



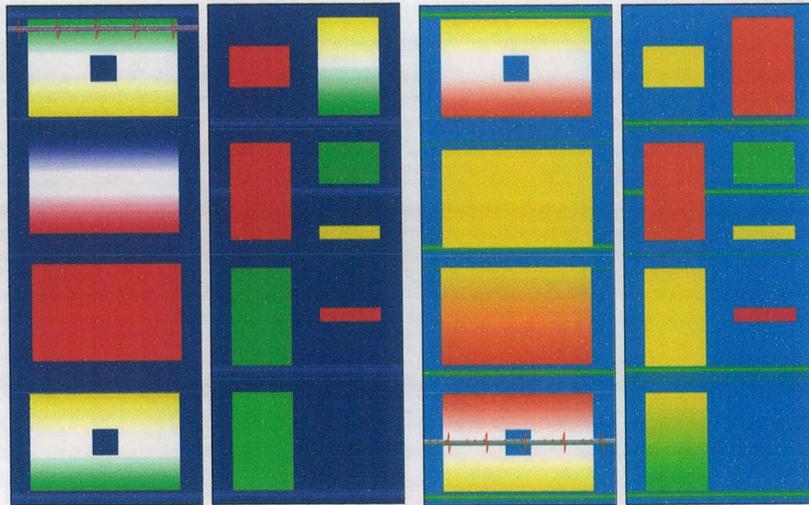
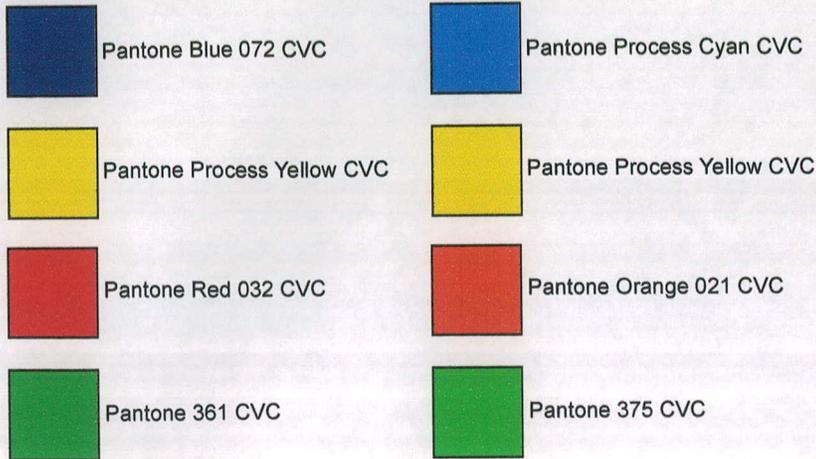
Cómo Va Estructurada La Invitación

-  elementos gráficos que cambian de posición de arriba hacia abajo que connota el cambio de ánimo
-  bloques de color como elementos gráficos de apoyo
-  imágenes o elementos gráficos
-  bloques de texto
-  líneas de retícula



Según los layouts escogidos, se estructuró el orden en que se iba a poner cada cara para poder diseñar la invitación. Para escoger el orden se tomó en cuenta el concepto, *Respondiendo al Llamado del Corazón*, y se tomó en cuenta la tabla de requisitos para establecer un ritmo por medio de las líneas que suben y bajan reflejando así el estado de ánimo de las personas. También se manejó un equilibrio visual por medio de los bloques de color para no sobrecargar el diseño.



Diagramación y Color

Como propuesta inicial se propusieron dos paletas de colores. Lo que procedió fue trabajar la diagramación con los colores de las dos paletas, y así determinar la paleta que más se adapta al material del proyecto.

Como primera tentativa se probó la combinación de las dos paletas de color. Se implementó cada paleta en una misma diagramación para así estipular la paleta más funcional para este proyecto. La paleta que se escogió fue la segunda propuesta, del color Cyan, Amarillo, Anaranjado y Verde, ya que esta paleta ayuda a reflejar de mejor manera un sentimiento de emoción por medio del contraste entre los colores cálidos y fríos. Son colores connotativos que reflejan el dinamismo de la juventud a la que se va a ayudar por medio de apadrinamientos, y también son colores que ayudan a captar la atención por su contraste. La primera paleta se descartó, ya que eran colores muy oscuros, que no ayudaban a captar la atención. Estos colores también eran contrastantes, sin embargo, el material con la combinación de esos colores se miraba sobrecargado.

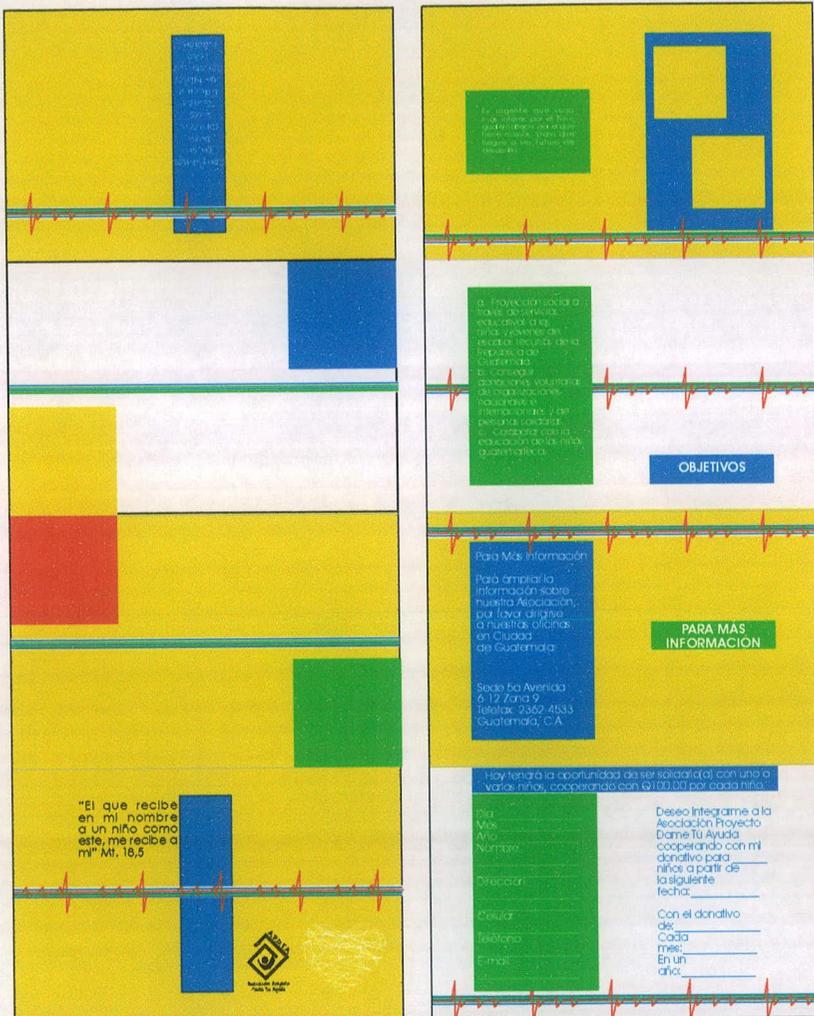


Fotografías



En este paso, se llegó a la decisión que se debía de integrar fotografías para captar la atención del grupo objetivo y también apoyar el contenido del material. Ya que se integraron colores connotativos, se decidió implementar varios filtros sobre una fotografía, para lograr de esta manera que se reflejara de mejor manera el dinamismo de la juventud. De estas fotografías, se escogió el último filtro, ya que se integra a lo que es el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*, y por medio de las líneas del filtro, se refuerza la idea de las líneas de comunicación. Las otras fotografías se descartaron ya que no había unidad con el resto del material.





Para el bocetaje se considera de distintas maneras los elementos gráficos y los elementos gráficos de apoyo, ya que se aplicaron conforme al layout. Tomando esto en cuenta, en algunas de las propuestas de diagramación sólo se utilizan ciertos elementos para el diseño.

Ya elegido el color, la tipografía, los elementos gráficos, y los elementos gráficos de apoyo, se presenta una primera propuesta de diagramación. Aquí se integraron bloques de color de diferentes tamaños, las líneas rectas de dinamismo, fotografías, y la línea del cardiograma. Se integraron fotografías de niños (con un filtro de líneas de color para mantener el mismo estilo de las líneas) para que el grupo objetivo relacionara de una manera más sencilla el propósito de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, que es ayudar a dar una educación a la juventud de escasos recursos. A pesar que se trató de combinar los colores, y los elementos de los bloques de color para crear mayor atractivo del material, se creo lo opuesto, dado a que se miraba muy desordenado, y fue por eso que se descartó esta propuesta.



Propuesta de Diagramación

El objetivo principal de esta propuesta es promover la salud y el bienestar de los niños y niñas de la ciudad de Guatemala, a través de la implementación de programas de prevención y promoción de la salud, así como de la capacitación y el empoderamiento de la comunidad.

Para Más Información
Para ampliar la información sobre nuestra Asociación, por favor dirigirse a nuestra oficina en Ciudad de Guatemala.

Sede 5a Avenida 6-12 Zona 9
Teléfono: 2462-4533
Guatemala, C.A.

Hoy tengo la oportunidad de ser solidario(a) con una o varias niñas, cooperando con Q100.00 por cada niño.

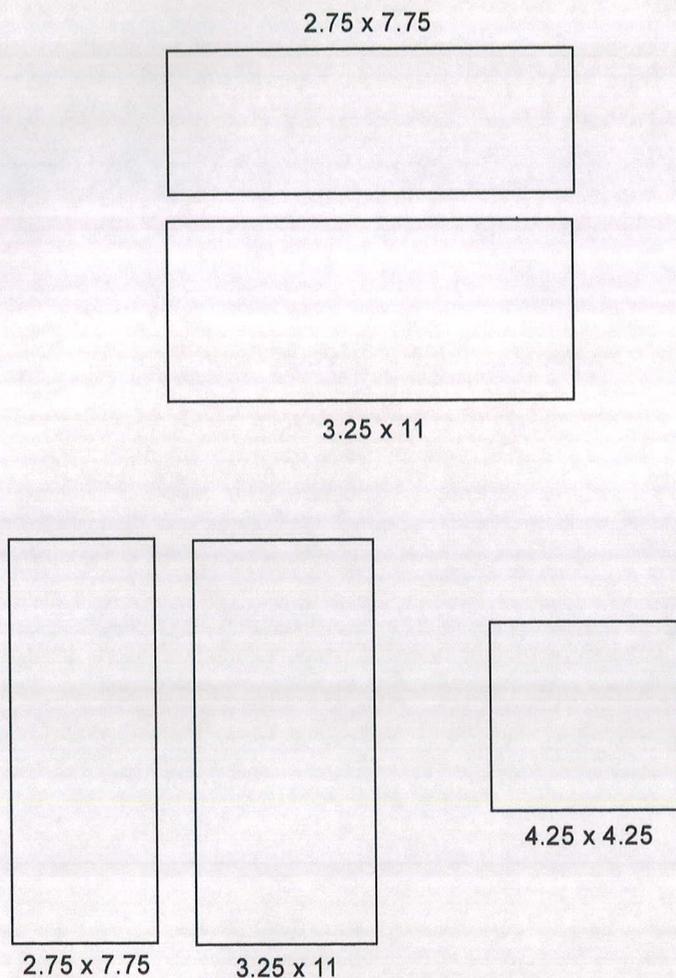
Nombre Completo: _____
Apellido: _____
Número: _____
Dirección: _____
Ciudad: _____
Teléfono: _____
E-mail: _____

Como Ayuda voluntaria con mi donativo para niñas y niños de la siguiente fecha: _____
Con el donativo de: _____
En un: _____

En la segunda propuesta, se quiso hacer énfasis en las líneas de comunicación utilizando varias líneas rectas que se propusieron como elemento gráfico de apoyo. Aquí también se implementaron los bloques de color y la línea del cardiograma. Se intentó crear mayor dinamismo por alternar colores cálidos y fríos, sin embargo el resultado que se obtuvo fue que se viera sumamente infantil e informal, y fue por esto que esta propuesta se descartó.



Tamaños Para Unifoliar



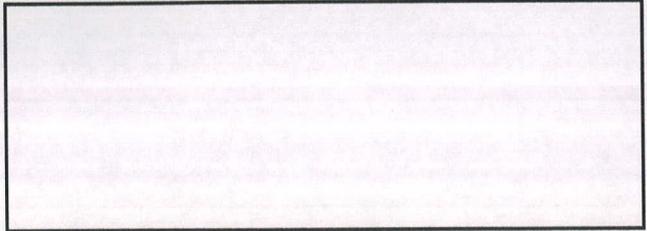
Se determinó que la invitación y el unifoliar se entregarían juntos, ya que la información que conlleva cada uno se complementan, por lo tanto para establecer el tamaño del unifoliar, se tomó en cuenta el tamaño de la invitación. Se hizo varias propuestas de tamaños para el unifoliar, y en base a estos, se escogió uno.



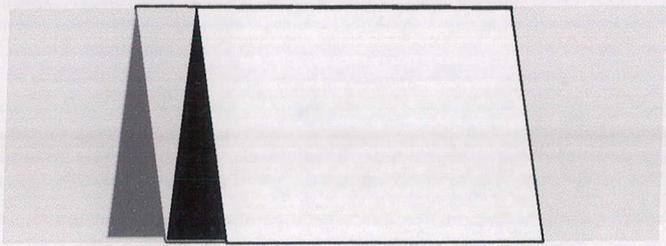
Unifoliar

Tamaño de Unifoliar

2.75 x 7.75



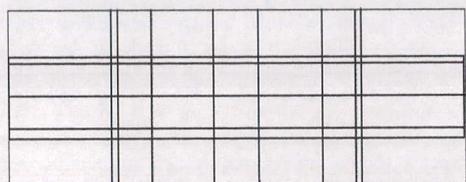
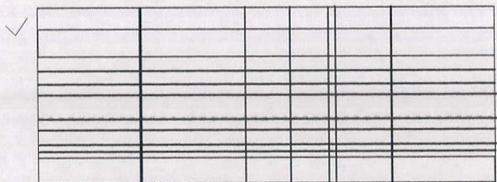
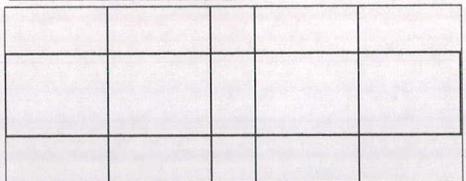
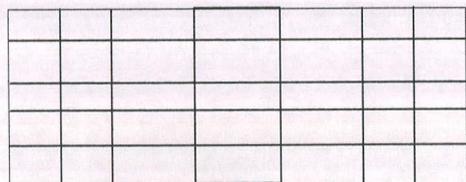
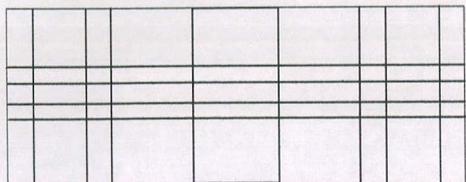
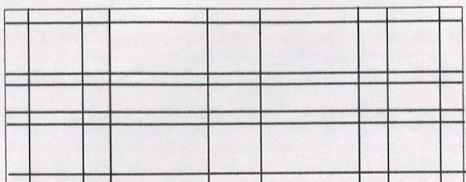
Unifoliar con Invitación



En base a la información que se tendría que plasmar en el unifoliar, se determinó que el tamaño más funcional es de 2.75 x 7.75 pulgadas. Este tamaño también se propuso, ya que cumple con complementar el dobléz de la invitación, así logrando mayor armonía entre los dos materiales. Los otros tamaños no se escogieron porque no lograban mayor unión con el dobléz de la invitación.



Retícula

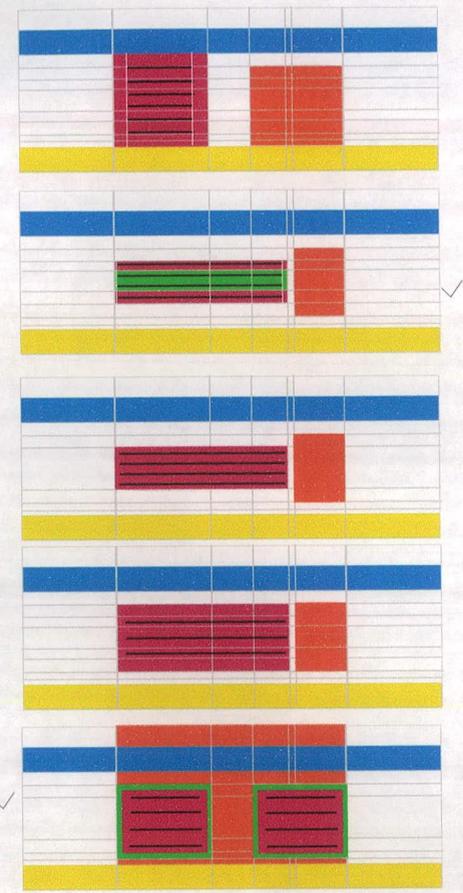
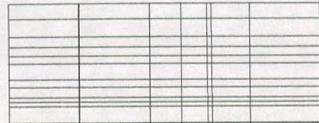


El unifoliar se decidió trabajar horizontal dado a que esto permite mantener mejor unidad con la invitación, tomando en cuenta que estos dos materiales se estarán entregando juntos. Se bocetó diferentes opciones de retícula para el unifoliar, respetando la forma horizontal en la cual se iba a realizar. Se escogió la retícula para el unifoliar en base a la posibilidad de diagramar de manera más dinámica y así mantener unidad con los demás materiales del proyecto.



Layout

- elementos gráficos que cambian de posición de arriba hacia abajo que connota el cambio de ánimo
- bloques de color como elementos gráficos de apoyo
- imágenes o elementos gráficos
- bloques de texto
- líneas de retícula



Se creó varios layouts de la propuesta de retícula, y se escogieron dos de estos para que fueran la base de la propuesta de diseño. Se escogieron dos porque de esa manera se manejaría una diagramación más dinámica y se presentaría una estructura diferente, pero funcional, para transmitir la información necesaria. Los demás se descartaron dado a que el manejo de diagramación era muy sencillo y no cumplía con mantener unidad con la invitación.

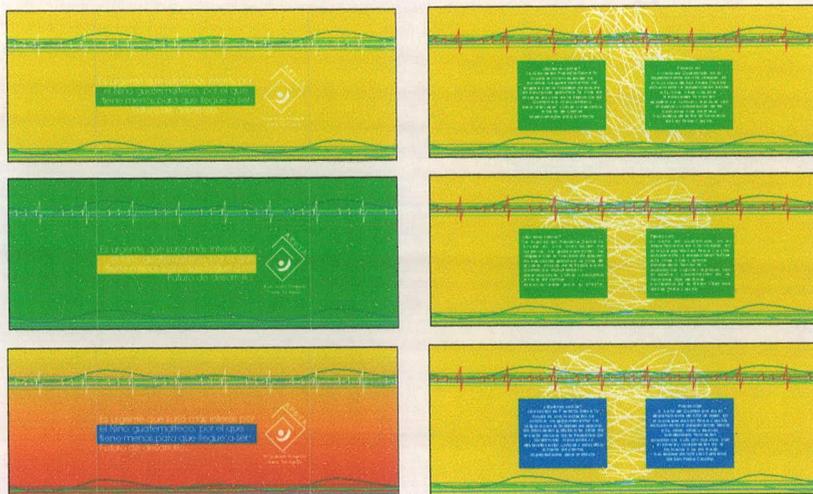


Propuesta de Diagramación

layout para tiro



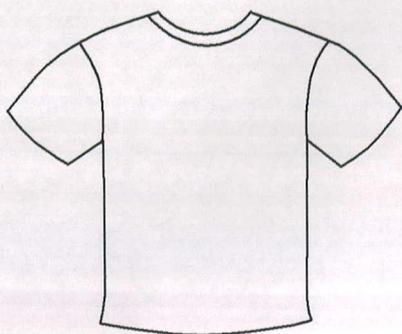
layout para retiro



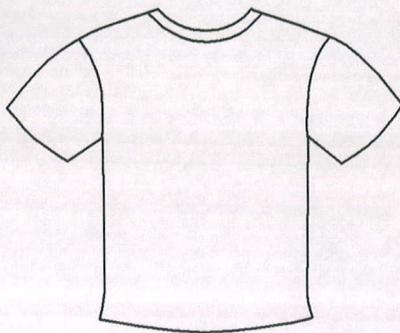
Se trabajó la propuesta de layout, utilizando una retícula para el tiro, y otra para el retiro. Tanto en el tiro como en el retiro se utilizaron dos elementos que no se cambiaron de lugar, estos fueron el cardiograma y las líneas, ya que estas líneas concuerdan con las líneas que están en la invitación, entonces a la hora de poner los materiales juntos hay unidad. La primera y segunda propuesta se eliminó ya que no logran mostrar un contraste dinámico entre los colores calidos y fríos, y por lo tanto el diseño no logra atraer. La tercera opción se escogió como la propuesta de diseño preliminar ya que si mantiene una misma línea que la invitación, al mismo tiempo hace contrastar los colores de una manera más obvia y así captar mejor la atención del lector.



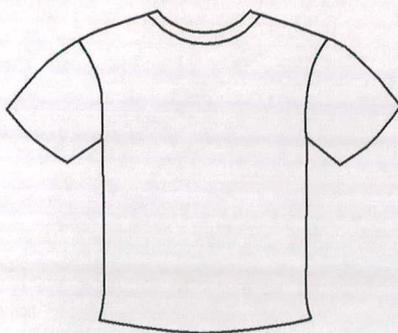
Tamaños Para Playeras



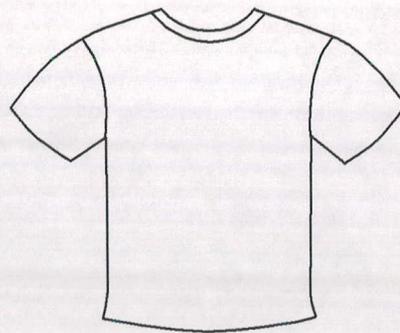
S



M



L

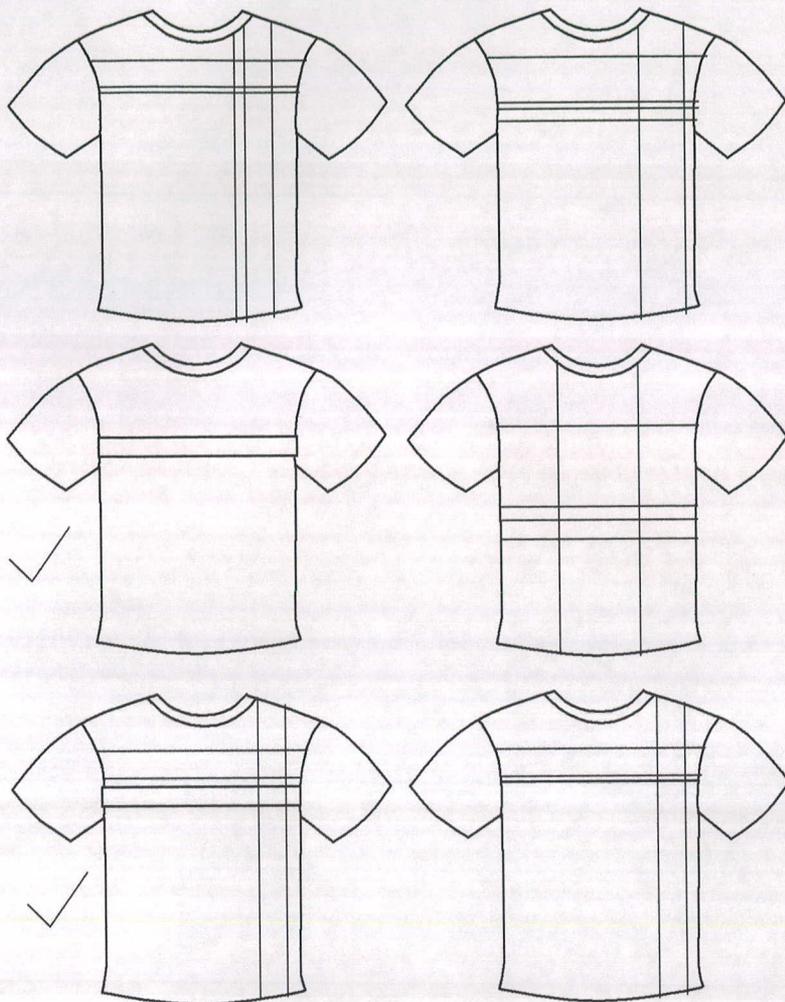


XL

Para las playeras se tomó la decisión de incluir las tallas comúnmente utilizadas por las personas, que son: Small, Médium, Large, Extra Large. Se tomó en cuenta dado que se debe de estipular que las personas que van a usar estas playeras son de diversos tamaños.



Retícula

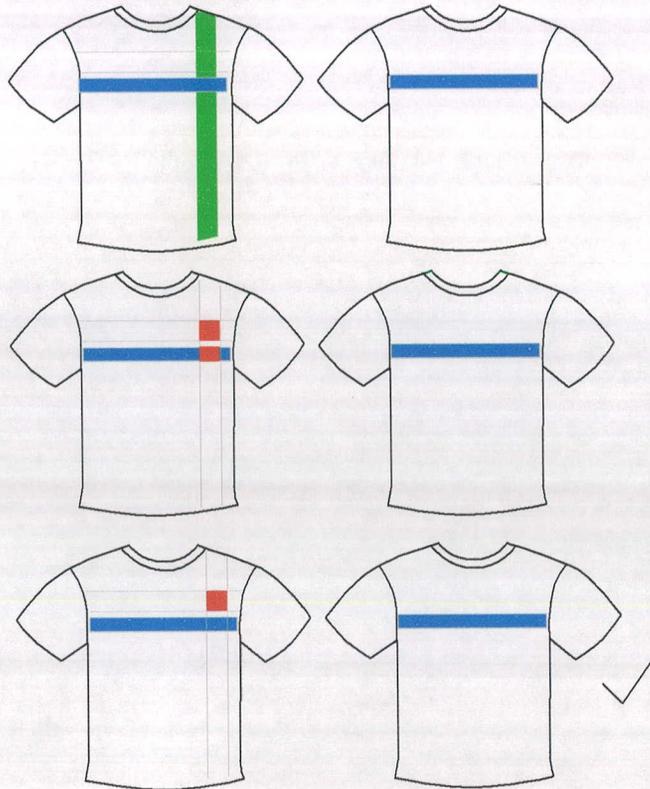
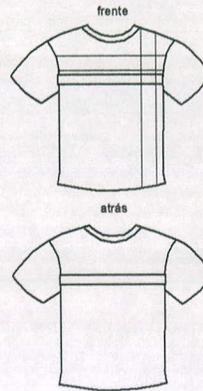


La base de la retícula proviene del forma que tiene la playera. Se diagramaron varias propuestas de retícula, y se escogieron dos, una para el tiro y la otra para el retiro. Las otras cuatro propuestas se descartaron ya que para las playeras no se desea saturar de información, sólo trabajar desde una perspectiva motivacional.



Layout

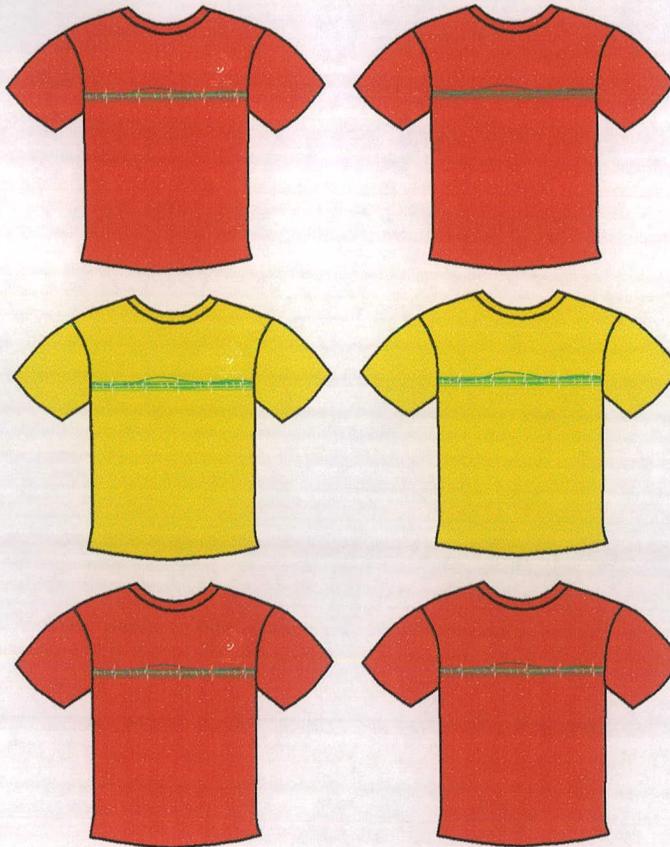
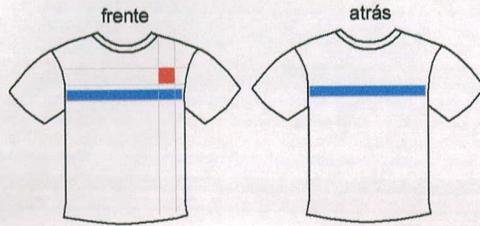
-  elemento que se mueva de arriba para abajo
-  bloques de color como elementos gráficos de apoyo
-  imágenes o elementos gráficos



En base a la retícula se diagramó diferentes propuestas de layout. Dentro del diseño de las propuestas se mantuvo siempre una línea que es la del elemento gráfico de apoyo que ha estado en los demás materiales. Éste se utilizó como elemento motivacional para que se logre apelar a los sentimientos y emociones del grupo objetivo. La primera y segunda propuesta se eliminaron ya que al integrar varios elementos dentro de la playera se miraría sobrecargado, así anulando el propósito del material, que es captar la atención e identificar a la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, reflejando siempre el material informativo. Se escogió la última propuesta, dado a que mantiene una simplicidad que hace destacar el fin motivacional del material.



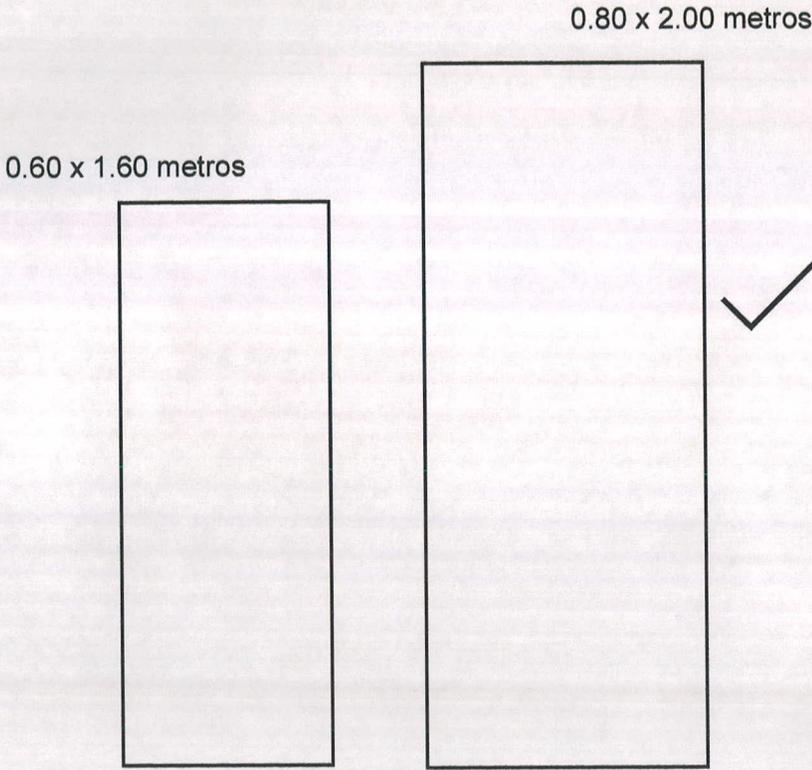
Propuesta de Diagramación



En base a la propuesta de layout, se diseñó varias propuestas de la playera, considerando tanto la parte de adelante como la parte de atrás. Se hicieron pruebas con el color de la playera para ver qué color favorecía más al diseño y hacía resaltar los elementos que éste conlleva. De las tres propuestas se escogió la última, dado a que cumple con hacer resaltar tanto el cardiograma como el logotipo de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, que es el propósito de la playera, identificar y apelar a los sentimientos del grupo objetivo. La primera propuesta se descartó porque en la parte de atrás las líneas no llevaban continuidad con las de adelante, hacía falta el cardiograma, que fue lo que se integró en la última propuesta. La segunda propuesta se descartó, dado a que el color del fondo de la playera estaba muy apagado, y no hacía resaltar de manera adecuada el logotipo y el cardiograma, ya que estos están blancos.



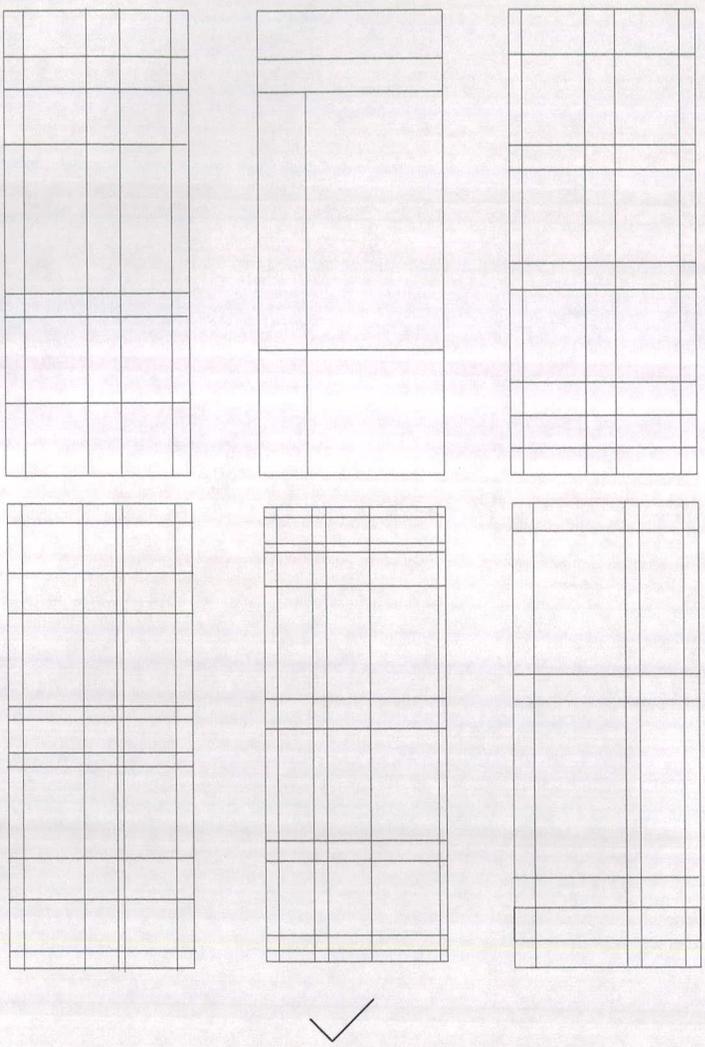
Tamaño de Banner



Los tamaños más comunes para los portabanner son 0.60 x 1.60 metros y 0.80 x 2.00 metros, y en base a estos dos tamaños se tomó la decisión que el más adecuado para este proyecto es el de 0.80 x 2.00, ya que sólo se realizará un portabanner, y éste debe de ser visible desde lejos.



Reticula

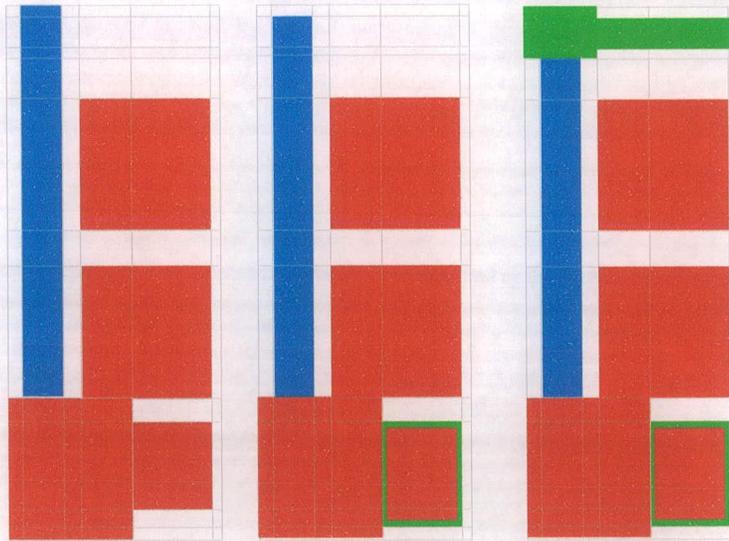


Se diseñó diferentes opciones de retícula para el banner, y de las opciones se escogió uno. Esta opción se escogió dado a que es más factible crear diferentes propuestas de layout por la cantidad de espacios que ofrece. Las otras opciones se descartaron ya que no brindan mayor posibilidad para crear una diagramación atractiva, esto dado a que hay pocos espacios con los cuales se podría trabajar.



Layout

-  elementos gráficos que cambian de posición de arriba hacia abajo que connota el cambio de ánimo
-  bloques de color como elementos gráficos de apoyo
-  imágenes o elementos gráficos
-  líneas de retícula

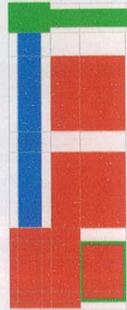


De la retícula elegida, se diseñaron varios layouts. Se escogió una, ya que de las tres, era la única que ofrecía un diseño dinámico por la variedad de elementos que se le podían integrar. Los otros se descartaron por esto, por su simplicidad, dado a que esto repercutiría en captar la atención del grupo objetivo.



Propuesta de Diagramación

layout



Basándose en el layout se diseñaron tres posibles banners. El primer banner se descartó ya que el fondo no ofrecía ningún contraste de colores cálidos con fríos, y por lo tanto no lograba unidad con los demás materiales. La segunda opción se descartó dado a que las líneas de diversos colores abajo del cardiograma hacían ver sobrecargado el banner, y por lo tanto, no estaba equilibrado el diseño. La tercera opción se escogió, ya que ofrecía una misma línea de diseño que los demás materiales, al mismo tiempo que creó un equilibrio visual en el diseño por medio del corazón a un ángulo y por los bloques de color utilizados en la parte superior. En este material se utilizaron las fotografías de los niños ya que se quiso recalcar la relevancia de los niños para el fin que ofrece la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda.

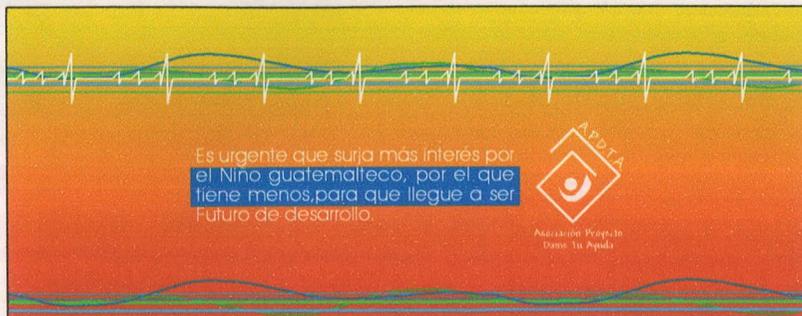


Propuesta Preliminar Invitación



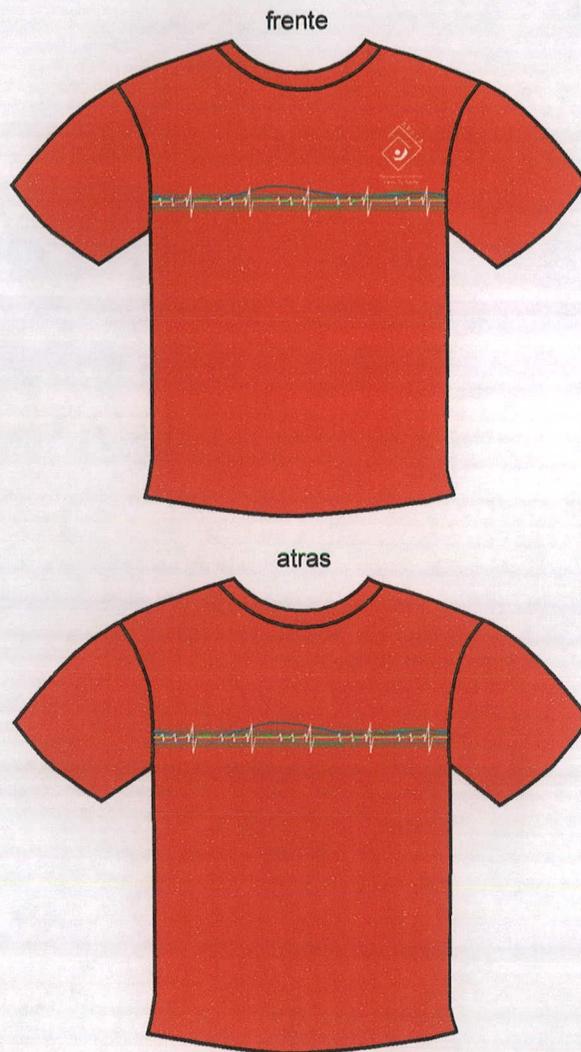
En la propuesta preliminar se presenta un diseño en donde se proponen elementos que toman en cuenta el propósito de las líneas, que es reflejar el sentimiento de ánimo de las personas, que suben y bajan (ya que en cada cara del material las líneas cambian de posición). Este diseño cumple con una diagramación ordenada, jerarquizada en donde se puede apreciar el contenido del material. Según las características del material informativo que presenta Gil (2004), un material informativo debe de lograr un texto comprensible, establecer un ritmo y lograr variedad en la unidad, y esto es lo que se logra con este diseño. Se le ofrece al grupo objetivo una propuesta equilibrada y dinámica del material de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda.

Propuesta Preliminar Unifoliar



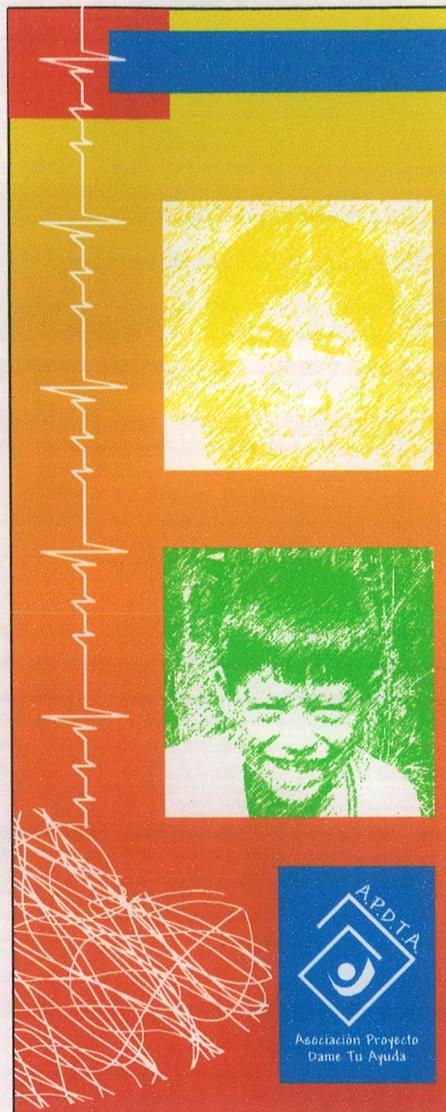
El unifoliar se decidió manejar de la misma manera que la invitación, con lo que respecta al color. El color se trabajó de esta manera, en el tiro una combinación de colores y en el retiro un color, ya que también logra identificar los cambios de ánimo en las personas, siempre tirando hacia colores cálidos, que es la calidez humana lo que logra que las personas sean solidarias la una con la otra. Tanto en el tiro como en el retiro se logra realzar la información por los bloques de color, y así hacer énfasis en lo que es la tesis de Gil (2004), sobre las jerarquías visuales, de realzar lo importante, que es la información relevante a lo que es la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda. Cada uno de los colores y los elementos de apoyo también reflejan lo que es el concepto, *Respondiendo al Llamado del Corazón*.

Propuesta Preliminar Playera



Dentro de todos los materiales de este proyecto se trabajó un mismo estilo de diseño. Esto se refleja por los elementos gráficos, los elementos gráficos de apoyo, los colores y la tipografía. En la playera se trabajó el fondo a un solo color, ya que a la hora de la reproducir el material, un factor que influye es el costo, y por lo tanto una playera de color liso resulta menos costosa. El color se escogió dado a que hacía resaltar de mejor manera los elementos gráficos y los elementos gráficos de apoyo, al igual que hacer resaltar el logotipo. El color de fondo de la playera logra que se haga referencia a la tesis de García (2006) sobre el material motivacional, ya que apela a los sentimientos, y en este caso, de calidez del grupo objetivo. En la parte del tiro y del retiro se logra apreciar el elemento gráfico del cardiograma y el elemento gráfico de apoyo de las líneas de colores, los cuales también hacen énfasis en la información que presenta la tesis de García (2006) sobre el material subliminal, de llegar al subconsciente del grupo objetivo, el cual se hace por la repetición de las líneas del cardiograma y de colores, que al mismo tiempo ayuda a reflejar el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*.

Propuesta Preliminar Banner

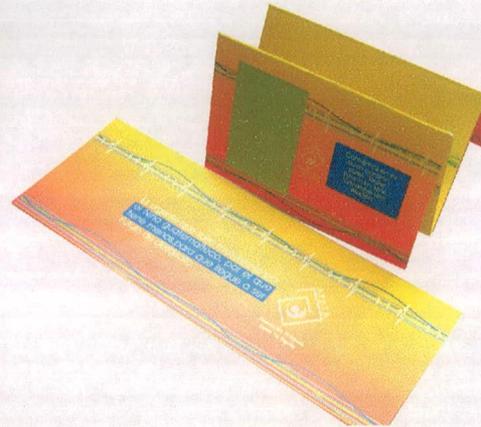


La propuesta preliminar del banner toma como referencia principalmente la tesis de García (2006), que indica que un factor importante en cualquier material publicitario es el aspecto motivacional. En relación a este banner, los sentimientos que apelan al grupo objetivo pueden ser reflejados en las fotografías, como en los elementos gráficos que son el cardiograma y el corazón. Al apelar a los sentimientos del grupo objetivo, se quiere lograr generar mayor aporte a la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, que en sí, respalda al concepto del proyecto que es *Respondiendo al Llamado del Corazón*.

VALIDACIÓN Y TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR



Propuesta Preliminar



11. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

Interpretación De Resultados

Se tomó como base el instrumento pasado de validación, a una muestra representativa de personas constituidas por el grupo objetivo, expertos y diseñadores gráficos para realizar la propuesta final. En base a el instrumento y los resultados (ver anexo 5,7 y 9) se hizo una interpretación de los elementos de diseño.

Formato y soporte

Considerando el resultado obtenido, se evaluó que es oportuno no hacer una transformación a ninguno de los formatos y soportes de las piezas. En el formato y el soporte del material informativo y publicitario, la mayoría de personas que validaron, logró captar el interés y expresar dinamismo. Sin embargo, según algunos expertos, el tamaño del banner que se propuso no se atribuía a la araña metálica en la cual va a ser expuesto el banner, por lo tanto, se cambió el tamaño del banner a 0.60 x 1.60 metros. Es oportuno destacar que la mayoría





de personas opinó que tanto el material informativo como el material publicitario logran destacar por sus tamaños.

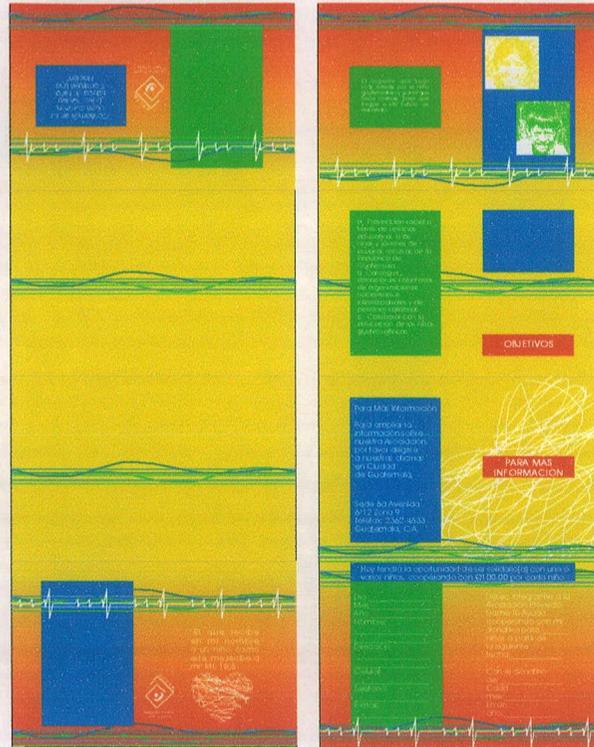
Tipografía

Dado los resultados de validación se determinó que la tipografía sí se logra identificar con el grupo objetivo, sin embargo, según algunos expertos y diseñadores gráficos, no se distingue la jerarquía entre los títulos y el texto. Es importante resaltar que según un Diseñador Gráfico, la cantidad de caracteres dentro de la información de la invitación no eran idóneos para la cantidad de información plasmada, por lo tanto se evaluarán estos aspectos en la tipografía.

Color

En función al color, sí hubo discrepancias entre las opiniones del grupo objetivo, los diseñadores y los expertos, ya que los resultados de estos fueron diferentes. En base a este desacuerdo de opiniones se considera que las personas que validaron no comprendieron bien la pregunta. Sin embargo, dentro de los comentarios posteriores a las preguntas, sí se logró estipular que el color en algunos elementos gráficos





no se logró codificar adecuadamente, por lo tanto se hará una evaluación de los posibles cambios.

Diagramación

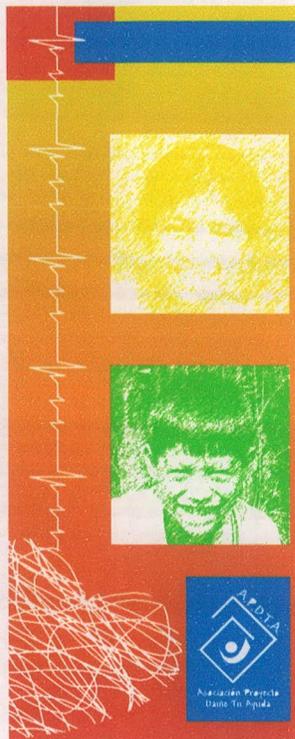
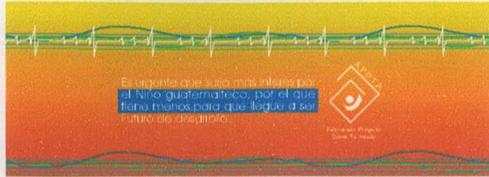
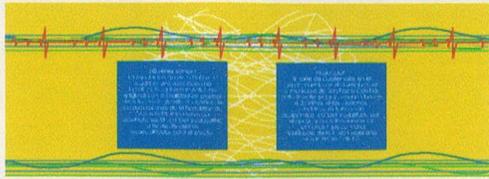
La diagramación fue una característica de este proyecto que la mayoría de personas que validó, sí logró codificar, según los resultados de validación, se evaluarán algunos cambios.

Material Informativo

Invitación

En la invitación se evidenció por los resultados de validación que en la parte del tiro, el logotipo no lograba resaltar por su tamaño, que los recuadros de color daban una sensación de vacío, el elemento gráfico del corazón no conseguía mayor contraste con su fondo, por lo tanto no se apreciaba bien la forma. También se pudo interpretar que las fotografías estaban muy pequeñas, lo cual hacía que no apoyara el contenido del material, ni captaba la atención. En base a estos aspectos, se analizarán algunos cambios.





Unifoliar

En base a los resultados de los comentarios sobre la funcionalidad del unifoliar, se hicieron algunas consideraciones de cambios dentro del mismo.

Material Publicitario

Banner

Según los resultados de las validaciones, en la diagramación se observó que el logotipo no estaba dentro de un primer plano de la vista del observador, y que los elementos del cardiograma y el corazón no reflejaban un orden lógico de emoción y acción. En base a estos resultados se procederá a considerar cambios en el banner.

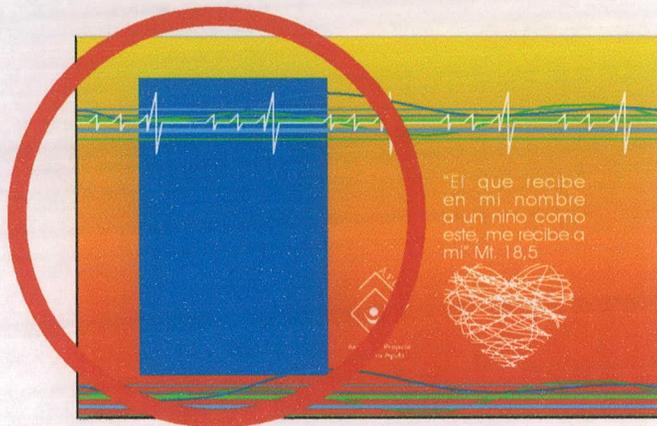
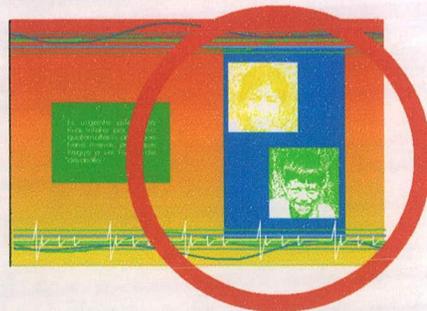
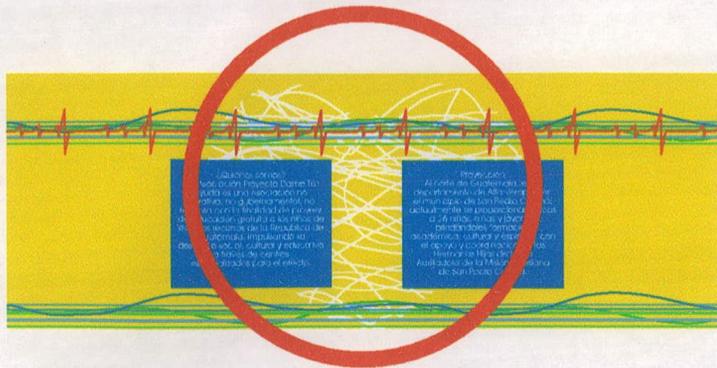
Playera

Los resultados de validación indican que sí se logró codificar adecuadamente la información dentro de la playera, por lo tanto, no va a ser necesario ningún cambio.

Elementos Gráficos

Corazón

La mayoría de las personas logró codificar los elementos gráficos con relación al contenido conceptual, con



excepción del corazón que por su forma abstracta no se lograba entender adecuadamente, el cual se procedera a evaluar para hacerle cambios.

Fotografías

Se evidenció por medio de los resultados de validación que las fotografías sí se lograron codificar correctamente, sin embargo, expertos y diseñadores gráficos recomendaron hacer un cambio dado a que no se lograba apreciar por el tamaño que se sugirió en la propuesta preliminar.

Bloques de color

A pesar de que los elementos gráficos de apoyo lograron expresar dinamismo, con la mayoría de las personas a las cuales se les pasó la validación, algunos de los recuadros de colores confundían a las personas porque estaban vacíos, por lo tanto se evaluó la necesidad de hacerle cambios a los recuadros.



Antes



Cambios

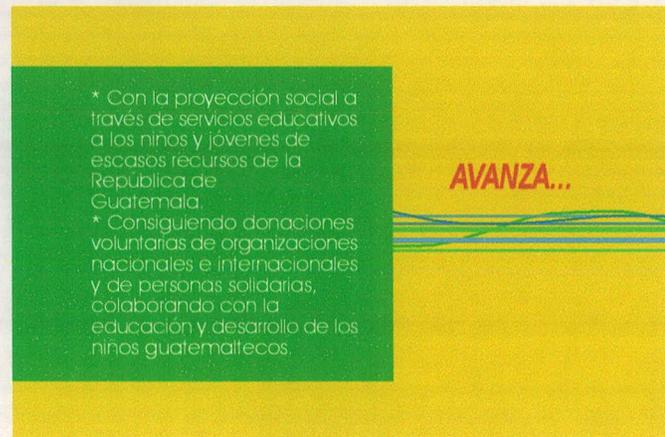
Tipografía

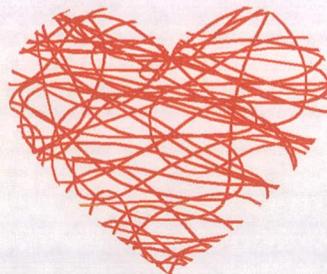
Dado a que no se distingue la jerarquía entre los títulos y el texto, se creó una variación del mismo tipo de letra, con *itálicas*, para el interior de la invitación. La letra en *itálicas* también logran reflejar el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón* dado a que tienen una inclinación hacia la derecha dando una sensación de empatía y por lo tanto reflejando lo positivo. Se aplicó los textos a resaltar en **bold**, y algunas palabras que el cliente quiso destacar en letras más grandes. De igual manera, según la interpretación, se tomó en cuenta la cantidad de caracteres dentro de una línea para que la lectura fuera cómoda para el grupo objetivo, al hacer esto, se ensancharon las columnas.

Color

Los colores cálidos y fríos logran captar la atención, sin embargo no cumplen con la tabla de requisitos en hacer diferenciar todos los elementos gráficos, ya que el corazón es un elemento que utilizando las líneas en blanco no resaltan sobre el fondo amarillo. Es por esto que se decide

Después



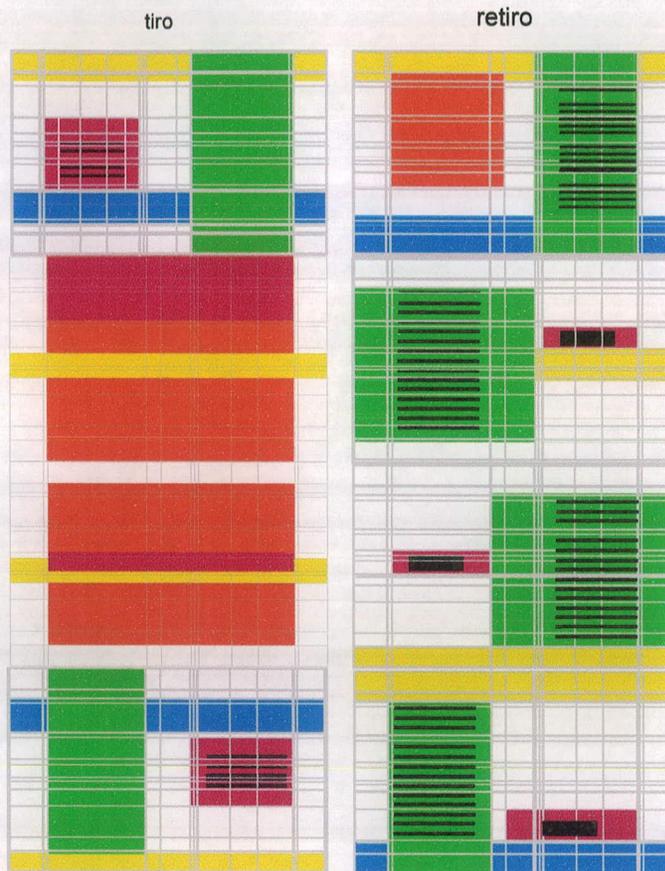
Antes**Después**

cambiar el color de las líneas del corazón cuando se utiliza sobre el fondo amarillo, así logrando un mejor contraste para que se codifique de mejor manera el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*. Con respecto a los demás colores, a pesar de que hubo discrepancias en los resultados de validación, se evaluó las respuestas y se consideró que de acuerdo al concepto y tabla de requisitos, sí cumple su función, por lo tanto no hay más cambios.



- elementos gráficos que cambian de posición de arriba hacia abajo que connota el cambio de ánimo
- bloques de color como elementos gráficos de apoyo
- imágenes o elementos gráficos
- bloques de texto
- líneas de retícula

Nuevo Layout de Invitación



Diagramación

En base a las validaciones fue evidente un cambio en la diagramación de la invitación, unifoliar y banner, lo cual llevó a proponer unas pruebas las cuales se basaron en la retícula ya propuesta con un layout diferente o una retícula nueva y su respectivo layout.

El material escrito que va dentro de la invitación y el unifoliar fue redactado por el cliente, por lo tanto se crearon cambios en la cantidad de información plasmada en el diseño.

Diagramación-Invitación

La invitación debía de cambiar dado los resultados obtenidos de la validación. Por lo mismo se retomó la retícula propuesta y se creó variedad del layout para poder integrar otros elementos. De este layout se propusieron tres posibles diagramaciones.

Diagramación 1

Dentro de la composición el logotipo debía resaltar, ya que es el elemento que identifica a la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, y de la forma en que estaba aplicado en el diseño preliminar



Diagramación 1



no cumplía con este objetivo, por lo tanto, se decidió agrandar el logotipo y colocarlo encima de un recuadro cian para así hacerlo resaltar más. Los elementos de apoyo compuestos por los recuadros de colores, se agrandaron y se estiraron de manera que toparan con algún borde del formato, ya que de esta manera reflejan mejor la solidez que representa la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda. Se agregaron dos elementos en el tiro, una fotografía y un corazón, ya que el espacio de la segunda y tercera "cara" del material carecía de algún elemento. Estos elementos

se escogieron como los elementos que debían ir dentro del tiro ya que ayudan a dar una introducción de lo que es el material, y apoyan la información escrita que va dentro de la invitación. En la parte del retiro usando el mismo fin que en el tiro, los bloques de color se alargaron para así cumplir mejor su función de apoyar el texto; también se agrando la fotografía de la niña para que éste se lograra apreciar y que apoyara de una mejor manera el texto. Esta fotografía se colocó sobre un recuadro cian para hacerlo resaltar mejor, y así hacer mayor énfasis en la tabla de requisitos que indicaba diferenciar los colores cálidos y fríos. Se le pusieron recuadros a los títulos para hacer destacar mejor las jerarquías visuales.

La tipografía se probó centrada para encontrar la manera más adecuada para aplicar esta con el fin de que el grupo objetivo lograra una lectura fluida. Esta propuesta se descartó, ya que visualmente no había armonía dentro de la composición por la colocación de los elementos, por lo tanto, no retenía la atención.



Diagramación 2

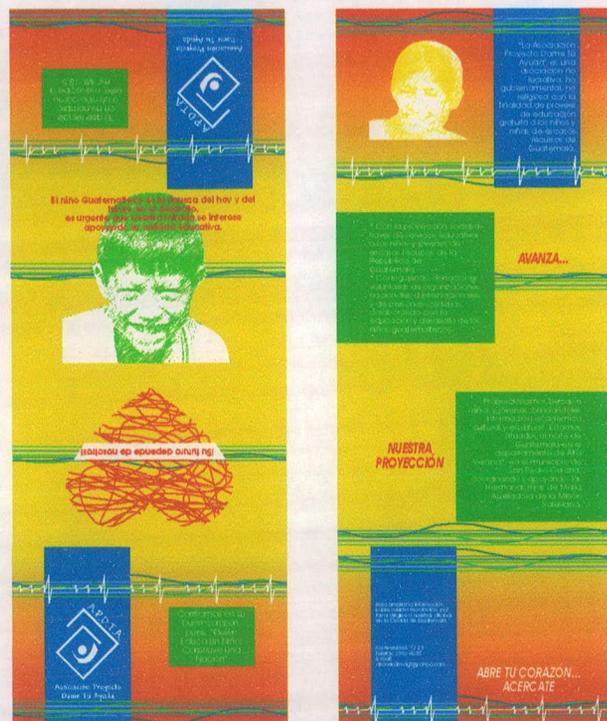


Diagramación 2

Utilizando los mismos elementos que en la diagramación 1, se propuso la diagramación 2. En la diagramación 2 se dejaron los bloques de color igual, ya que estos sí lograban producir un equilibrio visual en el material. Lo que se modificó para ver diferentes propuestas fue la tipografía, ya que aquí en esta prueba, se puso la letra justificada. En el tiro se integró la frase dentro del corazón en letras blancas, sin embargo se evaluó que la letra se perdía entre las líneas. Las fotografías, tanto del tiro como del retiro, se cortaron para que resaltaran más las caras de los niños, así haciendo más énfasis en el fin de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda. En el tiro como en el retiro, la tipografía mostraba ser muy rígida, así logrando lo contrario de lo que se propone en la tabla de requisitos. Por estas razones se descartó la segunda propuesta.



Diagramación 3

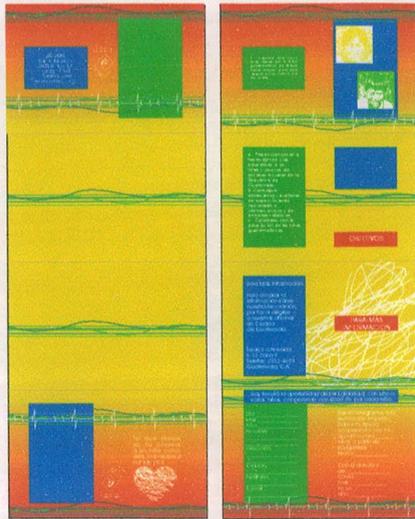


Diagramación 3

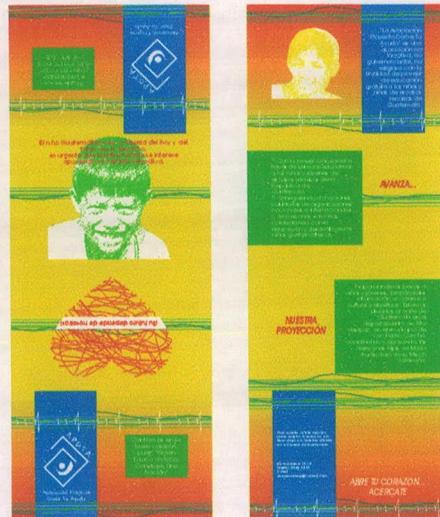
En la última prueba, se utilizó el mismo tipo de fotografías que en la segunda diagramación, pero en el tiro se puso todo el texto centrado, ya que aportaba mayor dinamismo a la composición. La frase sobre el corazón se colocó sobre una franja blanca para que así resaltara de mejor manera de las líneas internas del corazón. En la parte del retiro se alineó el texto al lado del que estaba el bloque de color, es decir a la derecha o a la izquierda, así creando mayor variedad de movimiento dentro de la composición para que el observador no perdiera el interés. Esta tercera diagramación fue la que se escogió como propuesta final, ya que por medio de la posición de los elementos que componen la composición, cumplía de mejor manera con la tabla de requisitos y en reflejar el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*.



Antes



Después



Se logró observar que los bloques de color confundían a las personas, por lo tanto, se decidió cambiarlos agrandándolos y posicionando diferentes elementos y texto dentro de ellos. Para crear una mejor fluidez de lectura se cambió la cantidad de caracteres dentro de las líneas de texto. En las “caras” principales de la invitación se agrandó el logotipo, cumpliendo así con el objetivo de dar a conocer este proyecto, ya que éste es un elemento que identifica a la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda. Se agregan los elementos del corazón y la fotografía en el tiro del material, para lograr una mejor introducción a la información que se encuentra en el interior de la invitación.



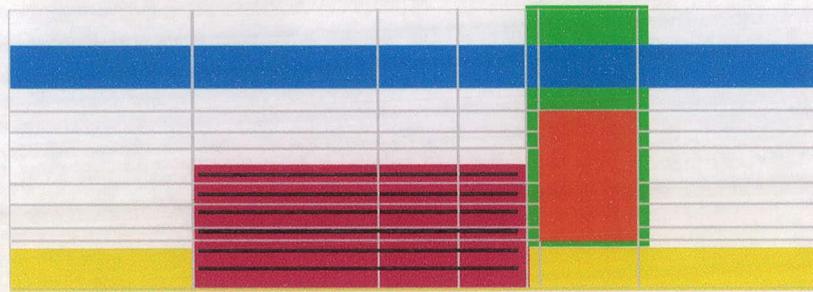
Nueva Retícula con Layout

- elementos gráficos que cambian de posición de arriba hacia abajo que connota el cambio de ánimo
- bloques de color como elementos gráficos de apoyo
- imágenes o elementos gráficos
- bloques de texto
- líneas de retícula

retiro



tiro



Diagramación-Unifoliar

Desde el principio del proyecto se había estipulado que el unifoliar iba a concretar parte de la invitación, con información adicional de lo que es la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, pero después de evaluar la pieza preliminar, se decidió que la función del unifoliar se cambiaría a que fuera el área que llevara la información donde los padrinos proporcionarían su información personal. Por lo tanto, estas dos piezas ya no se darán juntas, sino que separadas, para que al final de las conferencias donde se repartirán, entreguen fácilmente los posibles padrinos, el unifoliar con su información personal.

El unifoliar debía de cambiar dado los resultados obtenidos de la validación. Por lo mismo se modificó la retícula propuesta y se creó variedad del layout para poder integrar otros elementos. De este layout se propusieron tres posibles diagramaciones.

Diagramación 1

Ya que la función del unifoliar cambió, también se modificó la información que iba en él. En la parte del tiro, como en la invitación, se agrandó el logotipo y se posicionó sobre el



Diagramación 1

¡LOS NIÑOS Y NIÑAS NOS NECESITAN! Tu aporte da Q100 al mes. ¡Es vital!

Datos Personales:
Nombre: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____ E-mail: _____

Niños/as a apadrinar:	Mi cuota por mes será de:	Esta aportación la realizaré:
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> Q100	<input type="checkbox"/> Mensual
<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> Q200	<input type="checkbox"/> Trimestral
<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> Q300	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> Q400	<input type="checkbox"/> Anual
<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Q500	

Es urgente que surja más interés por el Niño guatemalteco, por el que tiene menos, para que llegue a ser "futuro de desarrollo"



Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda

recuadro cian. La frase que estaba en la propuesta preliminar se cambió por el cliente, por lo mismo, se modificó en esta etapa. A la alineación de esta frase se le hicieron pruebas, y en esta tentativa se propuso justificado. En el retiro fue el mayor cambio, ya que el fondo se cambió de un degradado a un color sólido, logrando enfocar al grupo objetivo en lo que va en el centro del unifoliar, que son los datos personales para que llenen los padrinos su información. La información se plasmó sobre un recuadro de color, para que así sobresaliera de todo el diseño como el punto focal. En la primera prueba, se colocó el fondo de la tipografía en cian, pero este se descartó, ya que no era oportuno dado a que en el momento de escribir sobre el fondo cian, la legibilidad no sería la adecuada.



Diagramación 2

ILOS NIÑOS Y NIÑAS NOS NECESITAN! (El aporte de Q100 al mes - Es vital)

Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual

Datos Personales:
 Nombre: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ E-mail: _____

Niños/as a apadrinar: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	Mi cuota por mes será de: <input type="checkbox"/> Q100 <input type="checkbox"/> Q200 <input type="checkbox"/> Q300 <input type="checkbox"/> Q400 <input type="checkbox"/> Q500	Esta aportación la realizaré: <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Trimestral <input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual
---	--	--

Es urgente que surja más interés por el Niño guatemalteco, por el que tiene menos, para que llegue a ser "futuro de desarrollo"

APDTA
Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda

Diagramación 3

ILOS NIÑOS Y NIÑAS NOS NECESITAN! (El aporte de Q100 al mes - Es vital)

Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual

Datos Personales:
 Nombre: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ E-mail: _____

Niños/as a apadrinar: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5	Mi cuota por mes será de: <input type="checkbox"/> Q100 <input type="checkbox"/> Q200 <input type="checkbox"/> Q300 <input type="checkbox"/> Q400 <input type="checkbox"/> Q500	Esta aportación la realizaré: <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Trimestral <input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual
---	--	--

Es urgente que surja más interés por el Niño guatemalteco, por el que tiene menos, para que llegue a ser "futuro de desarrollo"

APDTA
Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda

Diagramación 2

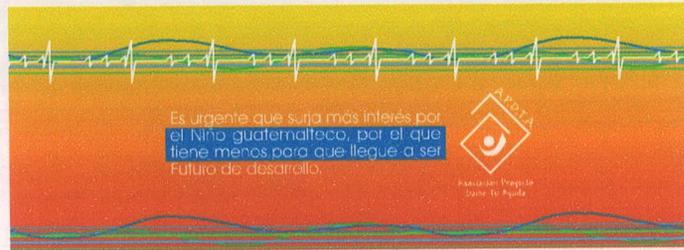
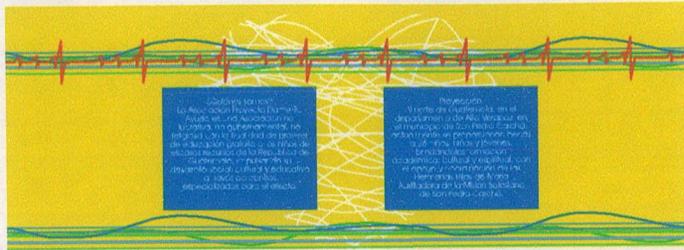
En la segunda diagramación se retomó el mismo diseño del primero con diferencia de algunos cambios. En el tiro se centró el texto, y se consideró que sí lograba de esta manera mayor dinamismo logrando así identificarse mejor con el grupo objetivo. En el retiro se mantuvo el fondo de un color, sin embargo sí se cambió el bloque de color donde escribirían los padrinos, sin embargo, esta propuesta no se consideró ya que por experiencias anteriores, escribir en blanco sobre un fondo amarillo dificultaría la lectura, por lo tanto no logrando el objetivo de transmitir la información de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda adecuadamente.

Diagramación 3

Se retomó el tiro de la segunda propuesta, ya que éste sí logró cumplir con transmitir adecuadamente lo descrito por la tabla de requisitos y el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*. Se evaluó que el padrino al llenar la información requerida por la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda utilizaría su propio lapicero, pluma o lápiz, por lo tanto, dada la naturaleza de esto, se determinó que



Antes



Después

LOS NIÑOS Y NIÑAS NOS NECESITAN! (La cantidad de Q100 (el menor) es variable)

Datos Personales:
Nombre: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____ E-mail: _____

Niños/as a apadrinar: Mi cuota por mes será de: Esta aportación la realizaré:

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> Q100	<input type="checkbox"/> Mensual
<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> Q200	<input type="checkbox"/> Trimestral
<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> Q300	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> Q400	<input type="checkbox"/> Anual
<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Q500	



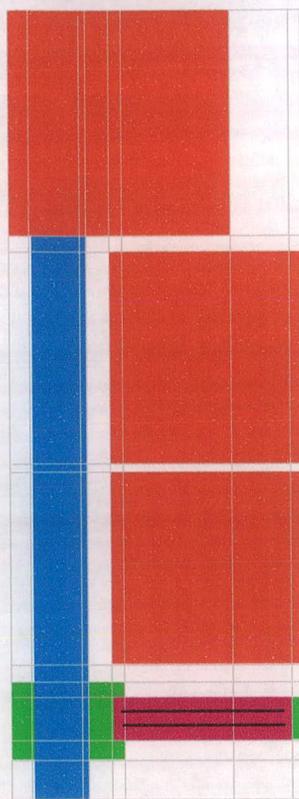
el fondo que era más apto para cualquiera de estos sería el blanco, ya que de esta manera no afecta el color de tinta que se utilizó. Al mismo tiempo, el blanco armoniza con el cardiograma en la parte superior el cual ayuda a apoyar el concepto de una manera más subconsciente, por lo tanto, la propuesta que mejor facilita la transmisión de la información es la tercera.

Al igual que en la invitación, se agrandó el bloque de color para proyectar una sensación de solidez, sobreponiéndole el logotipo para que éste destacara. En la parte del retiro, se decide colocar el fondo del área de los datos personales en blanco, para que el posible padrino llene su información con el color de tinta que disponga. Tanto en el tiro como en el retiro se utilizan las líneas de colores y el cardiograma para lograr unidad con los demás materiales y reflejar el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*.

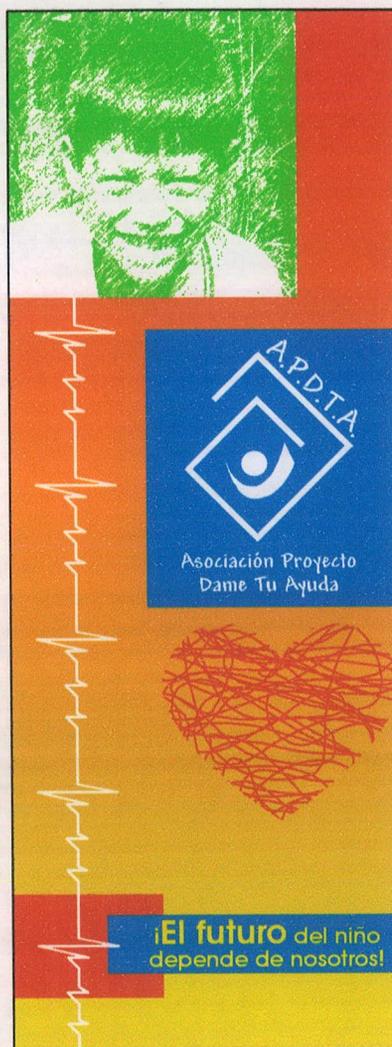


Nueva Retícula con Layout

-  elementos gráficos que cambian de posición de arriba hacia abajo que connota el cambio de ánimo
-  bloques de color como elementos gráficos de apoyo
-  imágenes o elementos gráficos
-  líneas de retícula
-  bloques de texto



Diagramación 1



Diagramación- Banner

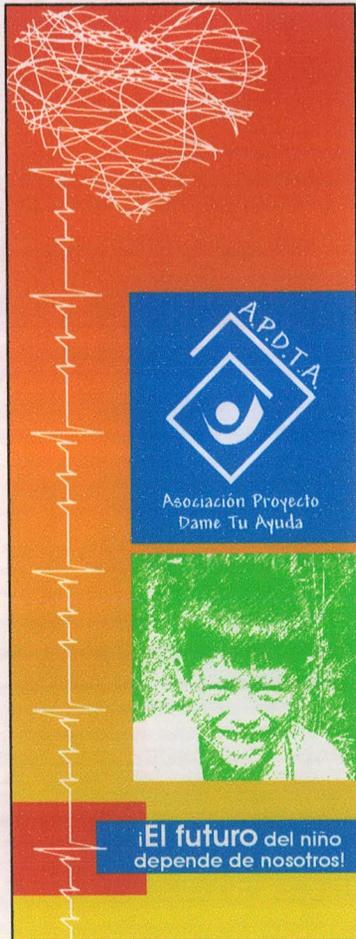
El banner debía de cambiar dado los resultados obtenidos de la validación. Por lo mismo se modificó la retícula propuesta y se creó variedad del layout para poder integrar otros elementos. Un cambio significativo fue el de dejar solo una fotografía, ya que una de las fotografías no se apreciaba bien por su color. De este layout se propusieron tres posibles diagramaciones. A petición del cliente, se agregó información escrita al banner.

Diagramación 1

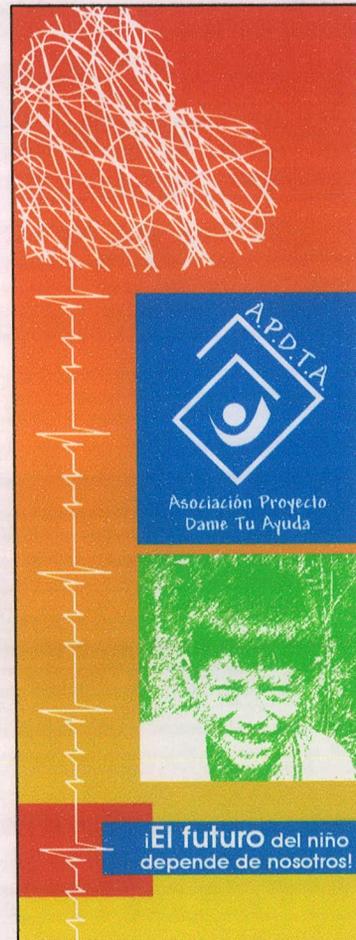
En la primera propuesta, se integra la frase agregada por el cliente, esta se coloca en la parte inferior, ya que dentro de la jerarquía visual, su rol, es apoyar las imágenes presentadas en la composición. Se le aplicó el color amarillo a las letras, como una tentativa de color. Al igual que en los demás materiales, el logotipo se agranda, ya que éste debe identificar a la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, así logrando cumplir con la tabla de requisitos. Se utilizó una fotografía en la parte superior, para hacer referencia a los niños y niñas que ayudara la asociación. Se utilizó el elemento gráfico del corazón y el cardiograma, ya que éste ayuda a



Diagramación 2



Diagramación 3



apoyar el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*. Esta propuesta se descartó ya que no se logró un equilibrio visual dentro de la composición.

Diagramación 2

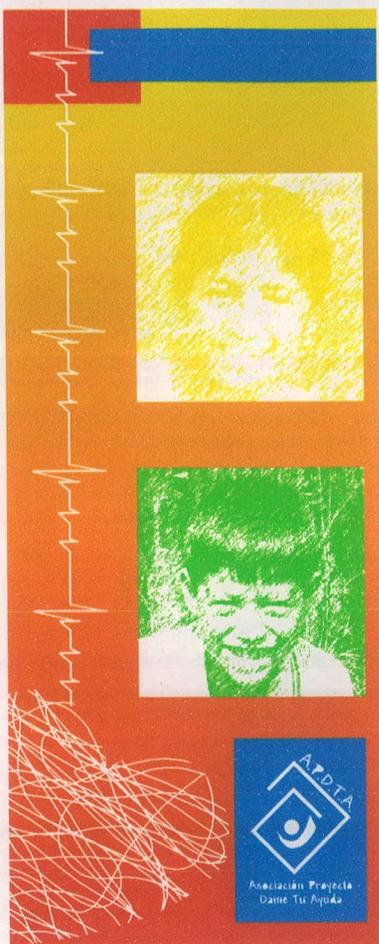
En esta propuesta se cambia de posición el elemento gráfico del corazón con la fotografía, para crear un mayor equilibrio visual. También se crea otra variación en el color de la tipografía. Utilizando la tipografía en blanco se logra un mayor equilibrio dentro de la composición, dado a que hay otros elementos con el mismo color. A pesar de que sí se logra mayor armonía dentro de esta diagramación, el elemento del corazón se ve muy estático, no logrando el dinamismo que indica la tabla de requisitos, es por esto que se descarta esta propuesta.

Diagramación 3

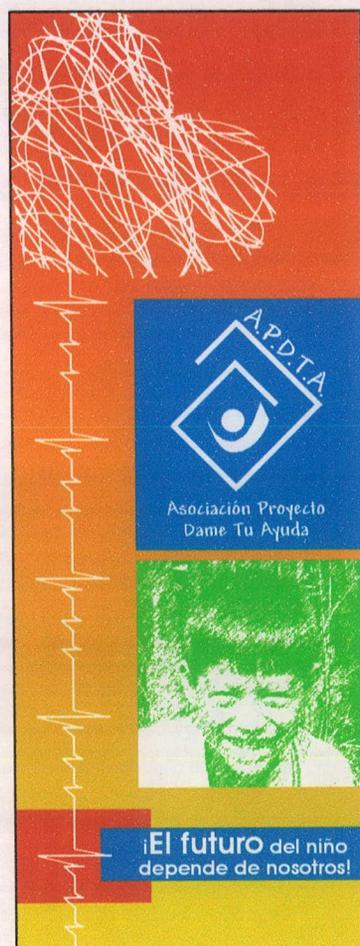
Se retoma el diseño de la diagramación 2, con una variedad en el corazón, ya que éste se gira de tal manera que todavía se distingue el corazón, pero crea mayor dinamismo dentro de la composición, logrando así que se elija esta opción como la más funcional para el banner.



Antes

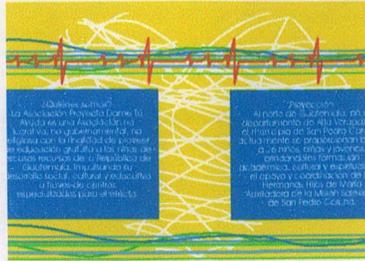


Después



En el banner fueron pocos los cambios. Se eliminó una fotografía para hacer espacio para el recuadro con el logotipo en grande. La decisión de agrandar el logotipo y ponerlo a la altura de la vista de las personas se tomó dado a que parte del propósito de este proyecto es dar a conocer la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, y el logotipo sirve de base para identificarlo. Se cambió el lugar del corazón, ya que éste refleja la emoción de las personas al desear apadrinar, apoyando así al concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*. Otro elemento que se agregó por petición del cliente fue el texto, y este se puso en la parte inferior, para que cumpliera con su función de apoyar las imágenes dentro del banner.

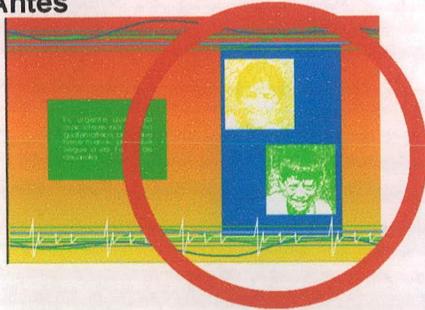
Antes



Después



Antes



Después



Elementos Gráficos

Corazón

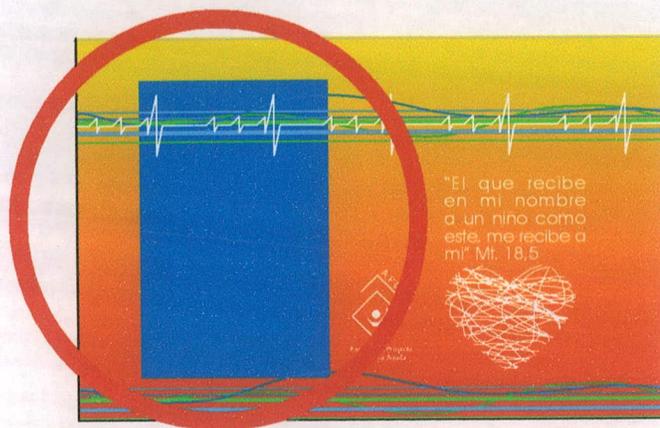
Ya que el corazón causó conflicto con respecto a su color y la forma en que éste se relacionaba con su fondo, se tomó la decisión de cambiarle el color de las líneas al corazón al estar sobre un fondo amarillo, para que este se concretara de mejor manera. Para que se diera a entender de una forma más completa el corazón, se le integraron más líneas así definiendo mejor el contorno.

Fotografías

Las fotografías se agrandaron dentro de la invitación, ya que así se lograrían apreciar mejor. En la invitación se hizo la variación de recortarles el contorno, ya que así el uso de los elementos no cae en la monotonía.



Antes



Después



Bloques de color

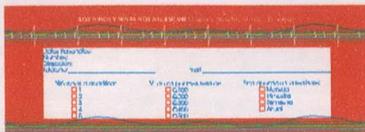
Por la confusión que produjo los bloques de color vacíos se decidió agrandar estos recuadros e integrar diferentes elementos como texto e imágenes dentro de ellos. Es oportuno destacar que dentro de la invitación, por medio del bloque de color que se utilizó atrás de la fotografía, se logra hacer énfasis en el contraste entre colores fríos y cálidos, consiguiendo así cumplir con la tabla de requisitos.



PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN



12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN



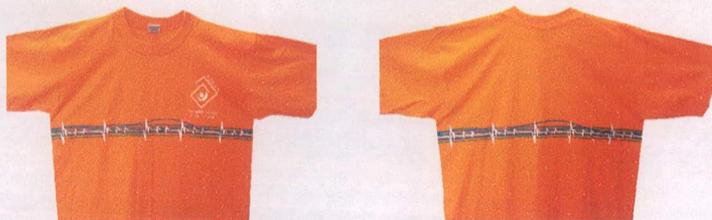
FORMATO

Material Informativo

Los tamaños del material informativo se escogieron para la fácil manipulación de parte del grupo objetivo. Como propuesta final se proponen dos piezas, la invitación y el unifoliar. La invitación está compuesta por tres dobleces los cuales permiten que éste se pueda parar sobre una superficie plana, ya que las invitaciones serán puestas sobre mesas en conferencias facilitadas por el cliente. Así mismo se escogió este doblez para apoyar el concepto, de *Respondiendo al Llamado del Corazón*, ya que cada uno de los dobleces es representativo de las personas involucradas en el acto de apadrinamiento, es decir, del niño o niña, el representante de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda y el padrino. Las dimensiones de la invitación son de 4.25x11 pulgadas, siendo cada "cara" de la invitación de 4.25x2.75 pulgadas. Este tamaño se decidió en función de la fácil manipulación que tendría el grupo objetivo, al igual que comprendía del espacio suficiente para plasmar la información requerida por el cliente.

El unifoliar será entregado en la entrada de las conferencias, por separado de la invitación. Se decidió entregar los unifoliales en la entrada, ya que su diseño permite al grupo objetivo una fácil manipulación, y por medio de éste se logra captar el interés de las personas y enfocarlas en la importancia que tiene su colaboración dentro de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda. La información personal que los posibles padrinos tienen que llenar es mínima, así logrando que estos se sientan comprometidos, pero no hostigados. Las dimensiones de la invitación son de 2.75x7.75 pulgadas, siendo éste un tamaño apto para la información personal pertinente.





Material Publicitario

Como material publicitario se propuso un banner y playeras en sus diferentes tamaños. El tamaño del banner de .60x 1.60 metros, se escogió dado a que será presentado ante un grupo pequeño de no más de 40 personas, por lo tanto, no había necesidad de algo más grande. El tamaño de las playeras se escogió ya que son tamaños estándar.

SOPORTE

Material Informativo

El soporte de la invitación y el unifoliar son el mismo, opalina de 180 gramos. Con el fin de presentar la invitación sobre mesas, el tipo de papel se escogió ya que es lo suficientemente rígido que cuando se dobla se queda parado. Para el unifoliar se escogió el mismo tipo de papel, ya que así se mantiene mayor unidad dentro de los elementos, al igual que la calidad de la impresión sobre este papel es funcional ya que hace resaltar más los colores.



Material Publicitario

Para el banner se trabajó sobre vinil dado a que es un material resistente y relativamente bajo en costo para la reproducción. Las playeras se trabajaron en algodón, dado a que se busca la comodidad tanto de las personas que trabajan para la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda como para los padrinos.



TIPOGRAFÍA

La tipografía se escogió dentro de la familia san serif, dado a que facilita la lectura del material, y por sus rasgos curvos logran reflejar la juventud de los niños que se ayudarán. El tipo de letra que se utilizó en las diferentes piezas es AvantGarde BK BT. Se tomó la decisión de usar un solo tipo de letra, ya que así se refleja mejor el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*. Este concepto se trabajó sobre una misma línea de diseño, compuesto por las líneas de la comunicación. La tipografía se utilizó creando variedad dentro de la misma, para que así se facilitara la jerarquía visual dentro de cada elemento.



COLOR

Los colores de cálidos y fríos se utilizaron con el objetivo de apelar a los sentimientos y emociones del grupo objetivo, así reflejando el concepto de *Respondiendo al Llamado del Corazón*. Se utilizaron dos colores cálidos, el anaranjado y el amarillo, y dos colores fríos, el verde y el cyan. Los colores cálidos se utilizaron como fondo para los materiales, ya que son los colores que ayudan a reflejar el calor humano que se debe de tener para ser solidario con el prójimo. Los colores fríos se utilizaron con el fin de hacer resaltar los diversos elementos dentro del diseño, y al mismo tiempo, captar el interés del grupo objetivo por la saturación de estos colores. Estos colores tienen como propósito captar el interés del grupo objetivo.





ELEMENTOS GRÁFICOS DE APOYO

Los elementos gráficos de apoyo consisten en las líneas de color verde con cyan, y los bloques de colores. Las líneas se crearon con el propósito de crear mayor dinamismo dentro del diseño, y al mismo tiempo, hacer resaltar el cardiograma. Los bloques de color se crearon con el fin de hacer resaltar tanto el texto como los elementos gráficos.

ELEMENTOS GRÁFICOS

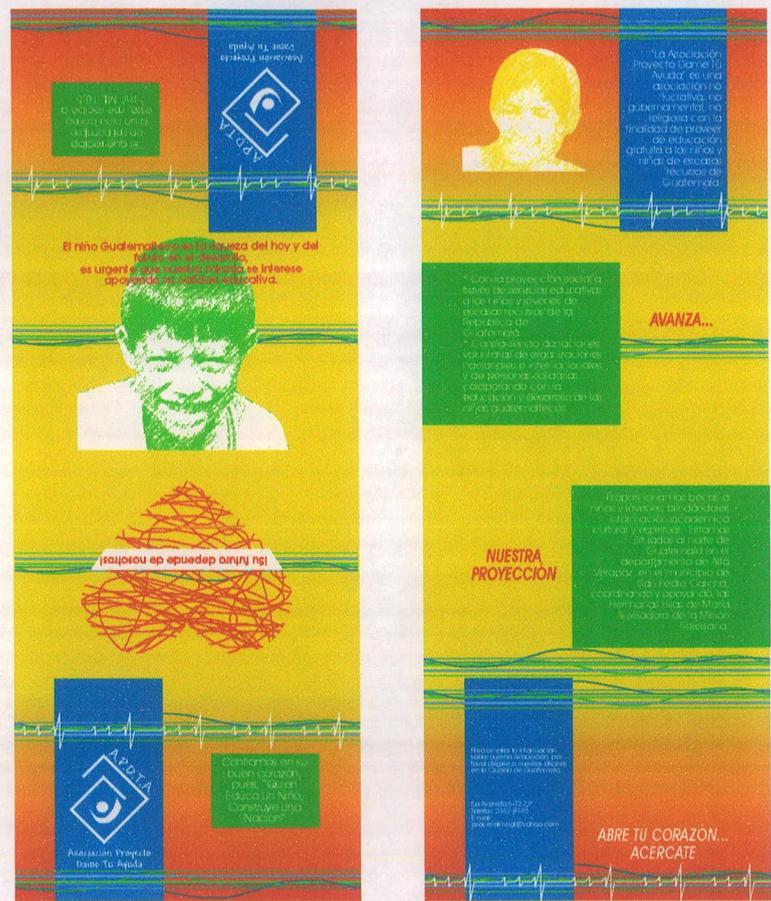
Los elementos gráficos consisten en el corazón, el cardiograma y las fotografías. El corazón y el cardiograma se crearon como elementos que apele a los sentimientos y emociones del grupo objetivo, y así lograr persuadirlos a apadrinar a los niños que ayuda la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda, también son reflejo del concepto *Respondiendo al Llamado del Corazón*. A las fotografías se les puso un efecto de líneas, para así evidenciar la comunicación entre los niños, la Asociación Proyecto Dame

Tu Ayuda y los padrinos. Existen dos versiones de las fotografías, las que están en el material informativo que son las fotografías de los niños, que están cortados de tal manera que se distingue la silueta de los niños. Esto se hizo para hacer mayor énfasis en las caras de los niños y facilitar inducir al grupo objetivo a que apadrine. En el banner se propuso el recuadro de foto de un niño, ya que de esta manera hacía un equilibrio visual con el recuadro que tiene el logotipo. Las fotografías se aplicaron en el banner y en la invitación conforme se vio la necesidad de diagramación.



DIAGRAMACIÓN- INVITACIÓN

Para la diagramación de la propuesta final de la invitación se vio la necesidad de cambiar la retícula como resultado de las validaciones. Para la diagramación de la invitación se quiso captar el interés del grupo objetivo por la colocación de los elementos. En la propuesta final, los elementos gráficos de apoyo reflejan los cambios de ánimo por las variaciones en las posiciones de estos componentes en el diseño. Al corazón en el tiro se le agregó una cinta la cual contiene una frase, ya que así se logra resaltar de mejor manera el texto. Los bloques de color se colocaron al ras del formato, así logrando evidenciar la solidez de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda. Se colocaron las fotografías de los niños en otra proporción, ya que esto le hace referencia al grupo objetivo para quien va dirigida la ayuda, al igual que apoya al texto. El degradé de color tanto en el tiro como en el retiro se creó con el propósito de que el grupo objetivo asociara el material con algo que logrará bienestar para alguien más, en este caso lo niños que son apoyados por la Asociación Proyecto



(LOS NIÑOS Y NINAS NOS NECESITAN! Tu aporte de Q100 al mes. ¡Es valioso!

Datos Personales:
 Nombre: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ E-mail: _____

Niños/as a apadrinar:	Mi cuota por mes sera de:	Esta aportación la realizaré:
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> Q100	<input type="checkbox"/> Mensual
<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> Q200	<input type="checkbox"/> Trimestral
<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> Q300	<input type="checkbox"/> Semestral
<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> Q400	<input type="checkbox"/> Anual
<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> Q500	

Es urgente que surja más interés por el Niño guatemalteco, por el que tiene menos, para que llegue a ser "futuro de desarrollo"



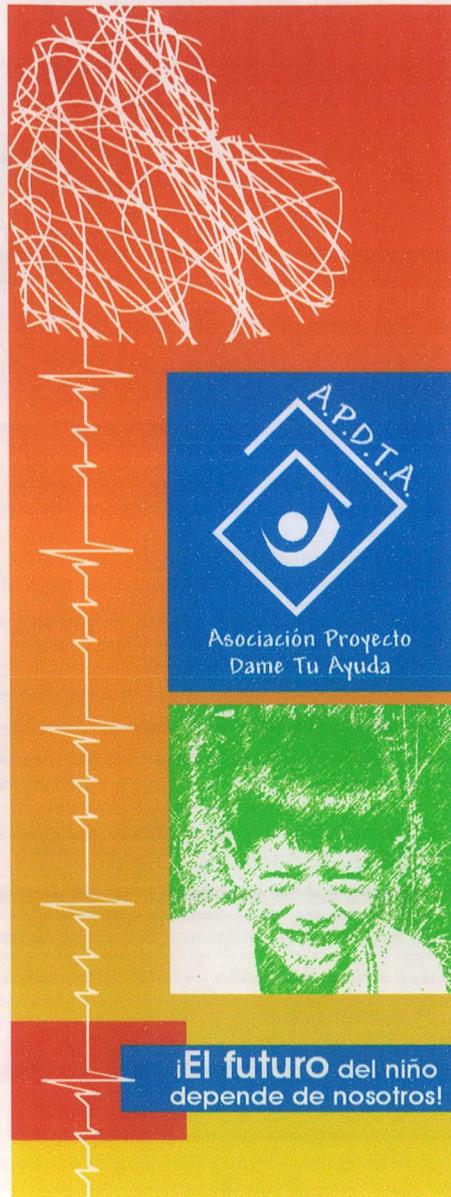
Dame Tu Ayuda. Se posicionaron todos los elementos en la invitación de tal manera que le permitiera al grupo objetivo una lectura agradable.

La tipografía se colocó de diferente manera dentro de la invitación para que reflejara dinamismo, logrando así una unidad con el resto del material que contiene cambios y contrastes de elementos.

DIAGRAMACIÓN - UNIFOLIAR

En el tiro de la diagramación del unifoliar también se manejó el mismo concepto de degradé de color que en la invitación. Se hizo énfasis en el logotipo por medio de los bloques de color, ya que ese es uno de los objetivos de este proyecto, el dar a conocer la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda. Los elementos gráficos de apoyo se utilizaron como elementos que crearan dinamismo e hicieran contraste con el bloque de color, para así establecer un equilibrio visual. En el tiro también se colocó la tipografía de tal manera que atrajera la atención del grupo objetivo, ya que está centrado. En la parte del retiro, se hizo el fondo sólido, para así destacar el área en donde el padrino debe





colocar sus datos personales. El área donde el padrino debe de poner sus datos personales se hizo de color blanco, para lograr mejor debilidad de lo que escriban los futuros padrinos. También en el retiro se manejan las líneas en la parte superior e inferior para mantener unidad con el resto del material.

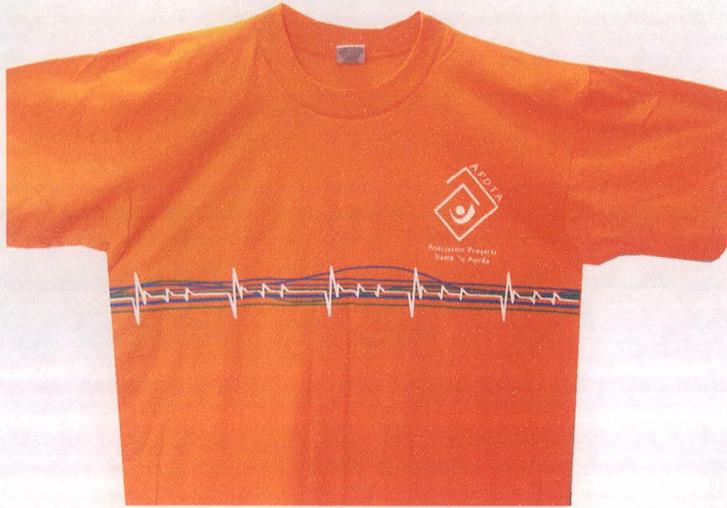
DIAGRAMACIÓN- BANNER

En la propuesta final del banner se hizo mayor énfasis en lo que es la motivación y después la acción. Aquí se puso como elemento de motivación el corazón y después como acción, el cardiograma, los cuales reflejan el concepto *Respondiendo al Llamado del Corazón*. En este material se integró de diferente manera el cardiograma para crear una variación en el diseño. Como elemento principal en el campo visual se puso el logotipo, ya que se quiere posicionar en las mentes del grupo objetivo. Como elemento de apoyo se agregó la fotografía del niño. Esta fotografía se colocó como cuadrado ya que crea armonía con relación al recuadro que contiene el logotipo. Se hizo resaltar la frase "El Futuro", ya que de esta manera se hace énfasis en que los



DIAGRAMACIÓN- PLAYERA

En la diagramación de la playera el fin es establecer la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda en la mente de las personas, tanto por los colores como por los elementos. En la playera se incluye el logotipo como primer elemento, ya que se desea cumplir con identificar a las personas que están involucradas con este proyecto. La playera es anaranjada, la cual por su saturación capta el interés del grupo objetivo. Las líneas cian y verdes hacen resaltar la línea del cardiograma, el cual refleja el concepto, *Respondiendo al Llamado del Corazón*, ya que éste muestra la acción que se desea del grupo objetivo, que es solidarizarse con los niños y niñas de escasos recursos de la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda. Estas líneas también siguen en la parte de atrás de la playera, ya que la idea que se quiere reflejar es que la comunicación no tiene fin entre los padrinos, los niños y la Asociación Proyecto Dame Tu Ayuda.



PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN



13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

13.1 Especificaciones Técnicas para el Desarrollo de las Piezas

Invitación

Tamaño: 4.25x11 pulgadas

Color: full color

Impresión: tiro y retiro

Soporte: Opalina de 180 gramos

Cantidad: 500

Doble: cuatrefoliar

Unifoliar

Tamaño: 2.75x7.75 pulgadas

Color: full color

Impresión: tiro y retiro

Soporte: Opalina de 180 gramos

Cantidad: 500

Banner

Tamaño: .60x1.60 metros

Color: full color

Impresión: tiro

Soporte: vinil

Cantidad: 1

Playeras

Tamaño: Small, Medium, Large, X-Large

Color: 3 colores

Impresión: tiro y retiro

Soporte: algodón

Cantidad: 1000



13.2 Informe Técnico Que Acompaña Los Archivos Digitales Para Imprenta

Guatemala 12 de abril del 2007

Imprenta
Ciudad

Adjunto encontrara 1 (un) CD con una carpeta que se llama "artes finales de imprenta" que contiene la siguiente información:

1 carpeta que se llama "invitacion", la cual contiene una invitacion en tres diferentes formatos: .fh10 (freehand10), .jpg y .tiff.

1 carpeta que se llama "unifoliar", la cual contiene un unifoliar en tres diferentes formatos: .fh10 (freehand10) .jpg y .tiff.

Todos los archivos en esta carpeta ya están listos sólo para imprimir.

Atentamente,
Anna Regina Azmitia



Guatemala 12 de abril del 2007

Serigrafía
Ciudad

Adjunto encontrara 1 (un) CD con una carpeta que se llama "artes finales de serigrafía" que contiene la siguiente información:

1 carpeta que se llama "playera", la cual contiene una playera con el arte como muestra en formato .jpg. Adentro de esa carpeta hay otra carpeta que dice "arte final" que contiene sólo el arte que va dentro de la playera en dos diferentes formatos, .jpg y .tiff.

Todos los archivos en esta carpeta ya están listos sólo para imprimir.

Atentamente,
Anna Regina Azmitia



Guatemala 12 de abril del 2007

Imprenta
Ciudad

Adjunto encontrara 1 (un) CD con una carpeta que se llama
"artes finales de banner" que contiene la siguiente información:

1 carpeta que se llama "banner", la cual contiene un banner
en dos diferentes formatos, .jpg y .tiff.

Todos los archivos en esta carpeta ya están listos sólo para
imprimir.

Atentamente,
Anna Regina Azmitia



Esta tabla se realizó en base el las cotizaciones proporcionadas por varias empresas. (Ver anexos 10 a 18)

Presupuesto de Impresión			
Elemento	Lugar	Cantidad	Costo
Invitación	Serviprensa S.A.	50	Q1,190
		100	Q1,210
		500	Q1,410
	Melini & Melini	100	Q1,250
		500	Q2,500
	Latingraf	50	Q1,760
		100	Q1,790
		500	Q2,000
	Unifoliar	Serviprensa S.A.	50
100			Q1,050
500			Q1,295
Melini & Melini		100	Q1,100
		500	Q2,500
Latingraf		50	Q1,650
		100	Q1,660
		500	Q1,750
Banner		Punto Digital	1
	Print Factory	1	Q115.76
	L y M Publicidad	1	Q65
	Alfa Digital	1	Q180
	Melini & Melini	1	Q85
Playeras	Serigrafia Asencio	100	Q2,200
		500	Q9,000
		1000	Q16,500
	Actualidad Serigráfica	100	Q2,300
		500	Q9,500
		1000	Q18,000
	Melini & Melini	100	Q2,300
		500	Q10,650
		1000	Q18,000

13.3 Presupuesto de Impresión Presupuesto de Diseño

Diseño de:	
Invitación	Q 8 0 0
Unifoliar	Q 4 0 0
Banner	Q 2 0 0
Playera	Q 2 0 0

Sistema de Impresión o Reproducción

Invitación
La invitación se reproducirá en litografía dado a que la cantidad a imprimir es sustantiva, la cual permite un tiraje grande.

Unifoliar
El unifoliar se reproducirá en litografía dado a que la cantidad a imprimir es sustantiva, la cual permite un tiraje grande.

Banner
El banner se reproducirá de forma digital ya que la calidad de impresión permite que el elemento cumpla con su función que es de verse bien de lejos.

Playera
Las playeras se reproducirán en una serigrafía dado a que la calida de impresión permite durabilidad al diseño.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Para facilitar el traslado de información se desarrolló como material informativo una invitación y un unifoliar los cuales por su tipografía y jerarquización de elementos, logran emitir la información de forma ordenada y lógica.

En orden a posibilitar la persuasión de los posibles padrinos, se diseñó como material publicitario un banner y una playera los cuales trabajados por medio de colores cálidos y fríos, además de elementos gráficos, logran apelar a los sentimientos y emociones del grupo objetivo.

Recomendaciones

Si se diseña un material informativo se recomienda considerar la familia tipográfica y la utilización del mismo, ya que el grupo objetivo debe sentirse afín con éste.

Si se diseña un material publicitario se recomienda considerar la paleta de colores y los elementos gráficos, ya que éste puede facilitar o no la motivación al grupo objetivo.



BIBLIOGRAFÍA



15. BIBLIOGRAFÍA

Las siguientes son las fuentes bibliográficas que fueron consultadas para realizar este trabajo.

- Alonzo, S. (2005). Latidos de una Rosa. Portafolio Académico. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Carrera, M. (2002). Características del Sector ONG en Guatemala. Guatemala: Foro de coordinaciones de ONG's de Guatemala.
- Denegri, M. (2000). Introducción a la Psicología Económica. Disponible en: <http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-119-3-introduccion-a-la-psicologia-economica.html>
- Folgar, A. (2006). "2006 nos Permitió ver la Tragedia Humana y la Solidaridad del Pueblo Guatemalteco Ante la Adversidad. Disponible en: <http://www.guatemala.cruzroja.org/noticias/2006/Dic/mensaje.html>
- García, C. (2007). Material Informativo para dar a Conocer el Congreso y Concierto "La Unidad del Pueblo de Israel" Organizado por la Fundación REMAR. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- García, M. (2006). Análisis del Material Gráfico de la Campaña: Yo Soy Galileo en su etapa de lanzamiento. Portafolio Académico. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Gil, P. (2004). La Distorsión del Espejo. Tesis. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Larin, M. (2003). ¡Trabajando Juntos!: Propuesta de Material Gráfico Informativo Para La Familia de la Mujer Alcohólica. Tesis. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Leonardo, A. (2006). Evaluación de la Imagen Gráfica del Centro Cultural de España, Cultura Hispánica del 2004 al 2005. Portafolio Académico. Universidad Rafael Landívar. Guatemala
- López, M. (1996). Hombre Rico, Hombre Pobre. El Mundo. Disponible en: <http://www.elmundo.es/papel/hemeroteca/1996/03/21/salud/96510.html>
- Méndez, C. (2005). Obispos de Guatemala Claman Por Solidaridad. Prensa Libre. Guatemala. Disponible en: <http://www.famvin.org/es/modules.php?name=News&file=article&sid=1412>



- Montenegro, A. (2006). Proyecto Final de Diseño Elaborado Para Campaña Publicitaria de Amberes en Iglesia San Pablo. Portafolio Académico. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Quezada, R. y Palma, V. (2005). Comunicado de la Conferencia Episcopal de Guatemala. Guatemala. Disponible en: <http://www.iglesiacatolica.org.gt/octubre2005.htm>
- Sales, V. (2006). Congreso de la República de Guatemala, Boletín Informativo. Disponible en: Mundo. Disponible en: http://www.congreso.org.gt/gt/ver_noticia.asp?id=2262



ANEXOS



Instrumento Para: Grupo Objetivo Universidad Rafael Landívar

Carrera: Lic. En Diseño Gráfico

Instrucciones: A continuación se le presentan unas preguntas.

Subraye con una línea o escriba la respuesta que se adecue más a su persona.

1. ¿Le gusta leer? a. sí b. no	2. ¿Qué nivel de educación tiene? a. Diversificado b. Licenciatura c. Maestría
3. Usted: a. tiene un negocio propio b. es socio de un negocio c. trabaja para alguien	4. ¿Tiene hijos? a. sí (pase a la pregunta 5) b. no (pase a la pregunta 7)
5. ¿Cuántos hijos tiene? a. 1 b. 2 c. 3 d. más	6. ¿Sus hijos entre qué edades están? a. 0 a 10 años b. 11 a 20 años c. 21 o más
7. Los fines de semana le gusta: a. ir al cine b. ir a pasos y pedales c. ir a la Antigua d. ir al centro comercial	8. ¿A qué centro comercial le gusta ir? a. Miraflores b. Pradera c. Pradera Concepción
9. Tiene acceso al Internet: a. en su casa b. en su trabajo c. en la casa y trabajo d. no tiene acceso	10. ¿Cómo se traslada en la ciudad? a. manejando en carro b. con chofer en carro c. taxi
11. Prefiere un material gráfico: a. todo a color b. un color c. blanco y negro	12. ¿Prefiere que el material gráfico tenga más texto que imágenes? a. sí b. no
13. ¿Qué tipo de letra asocia con la solidaridad? a. apoyo - APOYO b. apoyo - APOYO c. apoyo - APOYO d. apoyo - APOYO e. apoyo - APOYO	14. ¿Qué colores asocia con: Solidaridad _____ Apoyo _____



Resultados de Encuesta de Grupo Objetivo

Letra	a	b	c	d	e
Pregunta					
1	84%	16%	--	--	--
2	26%	52%	22%	--	--
3	28%	12%	60%	--	--
4	66%	34%	--	--	--
5	21%	42%	37%	0%	--
6	39%	12%	49%	--	--
7	36%	12%	34%	18%	--
8	40%	20%	40%	--	--
9	20%	26%	52%	2%	--
10	96%	4%	0%	--	--
11	96%	4%	0%	--	--
12	42%	58%	--	--	--
13	26%	28%	30%	14%	2%
14 solidaridad	Rojo-16%	Azul-28%	Verde-16%	Gris-4%	Amarillo-22%
	Blanco-6%	Naranja-2%	Café-2%	Rosado-4%	
14 apoyo	Rojo-20%	Amarillo-18%	Azul-32%	Blanco-10%	Verde-18%
	Café-2%	--	--	--	--



RESUMEN DEFINICION NSE - Ciudad de Guatemala

	A0	C1	C2	C3	D	E
1. Tamaño del grupo	2,214	1,571	2,103	22,555	10,204	18,695
2. Mises personas	147,700	141,300	281,800	174,400	272,100	495,600
Hogares (Unidades familiares)	211,500	161,600	180,800	174,400	187,300	343,200
4. Ingreso Medio familiar (Quetzales/mes)	20,100	23,500	17,500	6,700	2,600	100
5. % sobre el Ingreso Total generado	32%	18%	15%	18%	4%	3%

prodotos | Muestra: Encuesta Censal de PROCATOS - Ciudad de Guatemala Junio de 2005

RESUMEN DEFINICION NSE - Ciudad de Guatemala

	C0	C2	C3	D	E	
6. Sexo del jefe de hogar (% = hombre)	97%	92%	94%	96%	96%	96%
7. Entrenamiento del jefe del hogar (años)	11 años de escolaridad	10 años de escolaridad	10 años de escolaridad	Secundaria (3 años)	Primaria (6 años)	Primaria (6 años)
8. Educación del jefe de casa (mujer)	11 años de escolaridad	10 años de escolaridad	10 años de escolaridad	Secundaria (3 años)	Primaria (6 años)	Primaria (6 años)
Ocupaciones más comunes del jefe de hogar	Empleado de comercio	Empleado de comercio	Empleado de comercio	Manufacturas operaciones	Alta dirección	Alta dirección
EN SU HOGAR...						
10. Promedio habitaciones	3.0	3.0	2.0	2.4	1.4	
11. Trans. auto. Donación	1%	2%	3%	1%	0%	
12. Tiene lavadora de ropa	10%	15%	8%	3%	2%	
13. Tiene secadora de ropa	0%	0%	1%	3%	0%	
14. Tiene horno de microondas	10%	15%	8%	3%	2%	

prodotos | Muestra: Encuesta Censal de PROCATOS - Ciudad de Guatemala Junio de 2005

RESUMEN DEFINICION NSE - Ciudad de Guatemala

	C0	C2	C3	D	E
15. Tiene teléfono en hogar	100%	98%	97%	99%	20%
16. Promedio de líneas (las que toman)	2.2	1.6	1.3	1.1	1.0
17. Tiene fax en hogar	6%	3%	2%	9%	0%
Tiene fax celular persona*	21%	15%	16%	21%	22%
18. Tiene computador en hogar	100%	99%	75%	17%	0%
20. Tiene internet en hogar	6%	2%	2%	1%	0%
EN SU HOGAR					
21. Tiene TV color	100%	100%	100%	95%	87%
22. X televisores color fén	3.9	2.7	2.1	1.4	1.2
23. Tiene cable TV color fén	10%	11%	16%	7%	2%

prodotos | Muestra: Encuesta Censal de PROCATOS - Ciudad de Guatemala Junio de 2005

RESUMEN DEFINICION NSE - Ciudad de Guatemala

	A0-1	C2	C3	D	E
24. Tiene vehículo en el hogar	100%	100%	95%	37%	1%
25. Promedio de vehículos en hogar	2.0	1.0	1.0	1.1	1.0
26. Tiene vehículo para uso personal (autos, TB + otros)	87%	73%	72%	10%	3%
27. Modelos de sus vehículos (autos)	1991, 1994	1991, 1991	1991, 1991	1991, 1991	—

prodotos | Muestra: Encuesta Censal de PROCATOS - Ciudad de Guatemala Junio de 2005



Instrumento de Validación Grupo Objetivo

A continuación se le presentaran varias preguntas correspondientes al diseño para la Asociación Proyecto Dame Tú Ayuda. El diseño fue elaborado bajo el concepto de *Respondiendo al llamado del Corazón*, el cual se le pide su colaboración para verificar que este concepto sea evidente a lo largo del material. Por favor seleccione y subraye una respuesta de cada una de las preguntas que se le presentan a continuación. G.O.

Material Informativo-Invitación y Unifoliar				
Pregunta	A	B	C	Observaciones
Considera que el tamaño del formato de la invitación y el unifoliar expresan:	Confusión	Notoriedad	Simplicidad	
Según su criterio el soporte de la invitación y el unifoliar expresa:	Resistencia	Debilidad	Suavidad	
Opina que el tipo de letra, con relación al grupo objetivo expresa:	Amistad	Empatía	Repulsión	
Considera que los colores utilizados en la invitación y el unifoliar con relación a los elementos de composición expresan:	Estabilidad	Cambio	Variedad	
Según su criterio dentro de la diagramación de la invitación y el unifoliar, elementos gráficos expresan:	Ánimo	Monotonía	Desilusión	
Opina que los bloques de color de la invitación y el unifoliar expresan:	Seriedad	Dinamismo	Pasividad	
Considera que los elementos gráficos de la invitación y el unifoliar con relación al contenido conceptual expresan:	Pasividad	Seriedad	Dinamismo	
Material Publicitario-Banner y Playera				
Según su criterio el tamaño del formato del banner y la playera expresa:	Dinamismo	Seriedad	Pasividad	
Opina que el soporte del banner y la playera expresan:	Resistencia	Debilidad	Suavidad	
Considera que los colores utilizados en el banner y la playera con relación a los elementos de composición expresan:	Estabilidad	Cambio	Variedad	
Según su criterio dentro de la diagramación del banner y la playera, los elementos expresan:	Monotonía	Ánimo	Desilusión	
Opina que los bloques de color, del banner expresan:	Seriedad	Dinamismo	Pasividad	
Considera que los elementos gráficos del banner y la playera con relación al contenido conceptual expresan:	Pasividad	Dinamismo	Seriedad	



Resultados de Validación Grupo Objetivo

Letra	a	b	c
Pregunta			
1	33%	67%	0%
2	83%	0%	17%
3	33%	67%	0%
4	17%	50%	33%
5	83%	17%	0%
6	0%	100%	0%
7	17%	17%	67%
8	83%	0%	17%
9	80%	0%	20%
10	17%	17%	67%
11	0%	83%	17%
12	17%	83%	0%
13	0%	40%	60%



Instrumento de Validación Diseñadores Gráficos

A continuación se le presentarán varias preguntas correspondientes al diseño para la Asociación Proyecto Dame Tú Ayuda. El diseño fue elaborado bajo el concepto de *Respondiendo al llamado del Corazón*, el cual se le pide su colaboración para verificar que este concepto sea evidente a lo largo del material. Por favor seleccione y subraye una respuesta de cada una de las preguntas que se le presentan a continuación.

Preguntas	Material Informativo-Invitación y Unifoliar			Observaciones
	A	B	C	
Considera que el tamaño del formato, con el uso de doblez, de la invitación cumple con:	Captar el interés	Generar inquietud	Pasa desapercibido	
Opina que el tamaño del formato con los dobles de la invitación expresan:	Notoriedad	Confusión	Simplicidad	
Según su criterio, el tamaño del formato del unifoliar que encaja con la invitación cumple con:	Generar inquietud	Captar interés	Pasa desapercibido	
Considera que el tamaño del formato del unifoliar que encaja con la invitación expresan:	Simplicidad	Notoriedad	Confusión	
Opina que el soporte de la invitación y el unifoliar que es de opalina de 120 gramos cumple con hacerlo:	Rígido	Duradero	Débil	
Según su criterio el soporte de la invitación y el unifoliar que es de opalina de 120 gramos cumple expresan:	Debilidad	Resistencia	Suavidad	
Considera que la tipografía Avant Garde utilizada en la invitación y en el unifoliar con relación al grupo objetivo, cumplen con:	Identificarlo	Mal interpretarlo	Desconocerlo	
Opina que la tipografía Avant Garde utilizada en la invitación y en el unifoliar con relación al grupo objetivo, expresan:	Repulsión	Empatía	Amistad	
Según su criterio los colores cálidos y fríos utilizados en la invitación y en el unifoliar con relación a los elementos de composición cumplen con:	Diferenciarlos	Complementarios	Integrarlos	
Considera que los colores cálidos y fríos utilizados en la invitación y en el unifoliar con relación a los elementos de composición expresan:	Variedad	Estabilidad	Cambio	
Opina que dentro de la diagramación compuesta por ejes verticales y horizontales de la invitación y el unifoliar, los elementos gráficos logran:	Destacar	Recargar	Desordenar	
Según su criterio dentro de la diagramación compuesta por ejes verticales y horizontales de la invitación y el unifoliar, los elementos gráficos expresan:	Monotonía	Animo	Desilusión	
Opina que los elementos gráficos de apoyo, conformado por figuras rectangulares, de la invitación y el unifoliar logran:	Captar el interés	Generar inquietud	Pasan desapercibidos	
Considera que los elementos gráficos de apoyo, conformado por figuras rectangulares, de la invitación y el unifoliar expresan:	Dinamismo	Seriedad	Pasividad	
Según su criterio los elementos gráficos, conformados por representaciones gráficas que reflejan el concepto de la invitación y el unifoliar con relación al contenido conceptual, logran:	Apoyar	Perjudicar	Contradecir	
Según su criterio los elementos gráficos, conformados por representaciones gráficas que reflejan el concepto de la invitación y el unifoliar con relación al contenido conceptual, expresan:	Pasividad	Dinamismo	Seriedad	
Material Publicitario-Banner y Playera				
Considera que el tamaño del formato versátil del banner y la playera cumple con:	Generar inquietud	Captar el interés	Pasa desapercibido	
Opina que el tamaño del formato versátil del banner y la playera expresan:	Pasividad	Dinamismo	Seriedad	
Según su criterio el soporte del banner y playera, de vinil y algodón, cumplen con hacerlo:	Resistente	Duradero	Perecedero	
Considera que el soporte del banner y playera, de vinil y algodón, expresan:	Debilidad	Resistencia	Suavidad	
Opina que los colores cálidos y fríos utilizados en el banner y la playera con relación a los elementos de composición cumplen con:	Integrarlos	Complementarios	Diferenciarlos	
Según su criterio los colores cálidos y fríos utilizados en el banner y la playera con relación a los elementos de composición expresan:	Variedad	Cambio	Estabilidad	
Considera que dentro de la diagramación compuesta por ejes verticales y horizontales del banner y la playera, los elementos gráficos logran:	Recargar	Desordenar	Destacar	
Opina que dentro de la diagramación compuesta por ejes verticales y horizontales del banner y la playera, los elementos expresan:	Animo	Monotonía	Desilusión	
Según su criterio los elementos gráficos de apoyo, conformado por figuras rectangulares, del banner logran:	Generar inquietud	Pasan desapercibidos	Captar el interés	
Considera que los elementos gráficos de apoyo, conformado por figuras rectangulares, del banner expresan:	Pasividad	Dinamismo	Seriedad	
Opina que los elementos gráficos, conformados por representaciones gráficas que reflejan el concepto del banner y la playera con relación al contenido conceptual, logran:	Apoyar	Contradecir	Perjudicar	
Según su criterio los elementos gráficos, conformados por representaciones gráficas que reflejan el concepto del banner y la playera con relación al contenido conceptual, expresan:	Dinamismo	Pasividad	Seriedad	



Resultados De Validación Diseñadores Gráficos

Letra Pregunta	a	b	c
1	100%	0%	0%
2	100%	0%	0%
3	33%	67%	0%
4	0%	100%	0%
5	0%	100%	0%
6	0%	100%	0%
7	100%	0%	0%
8	0%	33%	67%
9	33%	33%	33%
10	100%	0%	0%
11	0%	0%	33%
12	33%	67%	0%
13	100%	0%	0%
14	67%	33%	0%
15	100%	0%	0%
16	33%	67%	0%
17	0%	100%	0%
18	0%	33%	67%
19	67%	33%	0%
20	0%	33%	67%
21	33%	67%	0%
22	100%	0%	0%
23	0%	0%	100%
24	100%	0%	0%
25	0%	0%	100%
26	0%	67%	33%
27	100%	0%	0%
28	67%	0%	33%



Instrumento de Validación Expertos

A continuación se le presentaran varias preguntas correspondientes al diseño para la Asociación Proyecto Dame Tú Ayuda. El diseño fue elaborado bajo el concepto de *Respondiendo al llamado del Corazón*, el cual se le pide su colaboración para verificar que este concepto sea evidente a lo largo del material. Por favor seleccione y subraye una respuesta de cada una de las preguntas que se le presentan a continuación. *Expertos*

Pregunta	Material Informativo-Invitación y Unifoliar			Observaciones
	A	B	C	
Considera que el tamaño del formato, con el uso de doblez, de la invitación cumple con:	Captar el interés	Generar inquietud	Pasa desapercibido	
Según su criterio, el tamaño del formato del unifoliar que encaja con la invitación cumple con:	Generar inquietud	Captar interés	Pasa desapercibido	
Opina que el soporte de la invitación y el unifoliar que es de opalina de 120 gramos cumple con hacerlo:	Rígido	Duradero	Débil	
Considera que la tipografía Avant Garde utilizada en la invitación y en el unifoliar con relación al grupo objetivo, cumplen con:	Identificarlo	Mal interpretarlo	Desconocerlo	
Según su criterio los colores calidos y fríos utilizados en la invitación y en el unifoliar con relación a los elementos de composición cumplen con:	Diferenciarlos	Complementarios	Integrarlos	
Opina que dentro de la diagramación compuesta por ejes verticales y horizontales de la invitación y el unifoliar, los elementos gráficos logran:	Destacar	Recargar	Desordenar	
Opina que los elementos gráficos de apoyo, conformado por figuras rectangulares, de la invitación y el unifoliar logran:	Captar el interés	Generar inquietud	Pasan desapercibidos	
Según su criterio los elementos gráficos, conformados por representaciones gráficas que reflejan el concepto de la invitación y el unifoliar con relación al contenido conceptual, logran:	Apoyar	Perjudicar	Contradecir	
Considera que los colores utilizados en la invitación y el unifoliar con relación a los elementos de composición expresa:	Estabilidad	Cambio	Variedad	
Según su criterio dentro de la diagramación de la invitación y el unifoliar, elementos gráficos expresan:	Ánimo	Monotonía	Desilusión	
Opina que los bloques de color de la invitación y el unifoliar expresan:	Seriedad	Dinamismo	Pasividad	
Material Publicitario-Banner y Playera				
Considera que el tamaño del formato versátil del banner y la playera cumple con:	Generar inquietud	Captar el interés	Pasa desapercibido	
Según su criterio el soporte del banner y playera, de vinyl y algodón, cumplen con hacerlo:	Resistente	Duradero	Percedero	
Opina que los colores calidos y fríos utilizados en el banner y la playera con relación a los elementos de composición cumplen con:	Integrarlos	Complementarios	Diferenciarlos	
Considera que dentro de la diagramación compuesta por ejes verticales y horizontales del banner y la playera, los elementos gráficos logran:	Recargar	Desordenar	Destacar	
Según su criterio los elementos gráficos de apoyo, conformado por figuras rectangulares, del banner logran:	Generar inquietud	Pasan desapercibidos	Captar el interés	
Opina que los elementos gráficos, conformados por representaciones graficas que reflejan el concepto del banner y la playera con relación al contenido conceptual, logran:	Apoyar	Contradecir	Perjudicar	
Considera que los colores utilizados en el banner y la playera con relación a los elementos de composición expresan:	Estabilidad	Cambio	Variedad	
Considera que los elementos gráficos del banner y la playera con relación al contenido conceptual expresan:	Pasividad	Dinamismo	Seriedad	



Resultados de Validación Expertos

Letra Pregunta	a	b	c
1	25%	75%	0%
2	50%	50%	0%
3	25%	75%	0%
4	75%	25%	0%
5	25%	25%	50%
6	100%	0%	0%
7	75%	25%	0%
8	100%	0%	0%
9	25%	50%	25%
10	100%	0%	0%
11	0%	100%	0%
12	25%	75%	0%
13	25%	75%	0%
14	75%	0%	25%
15	0%	0%	100%
16	25%	0%	75%
17	100%	0%	0%
18	25%	50%	25%
19	0%	100%	0%



Alfa Digital
6ª. Av. 14-27 Zona 9
Tel: 2332-2923 Fax 2361-8659

PARA: COLEGIO MARIA AUXILIADORA

DE. ALFA DIGITAL

ASUNTO IMPRESIONES

FECHA. 12 DE ABRIL 2007

Señorita: Ana Regina Azmitia.

Cotizo a ustedes lo siguiente:

500 Invitaciones, tamaño especial 2.75X7.75 pulgadas,
impresas a un color papel opalina 100 gramos, full color tiro y retiro Q 750.00

1,000 Invitaciones con las mismas características que las anteriores Q 1,000.00

500 Uní foliares tamaño especial 4.25 x 11 pulgadas,
impresas en papel opalina 100 gramos, full color tiro y retiro Q 900.00

1,000 Uní foliares con las mismas características anteriores Q 1,100.00

1 Manta vinílica de 1.60 x 60 metros Q 180.00

ATENTAMENTE

Alfa Digital



melini & melini[®] impresión

Guatemala, 12 de abril de 2007

AP- 01- 0270-2007

Señores
COLEGIO MARIA AUXILIADORA
Ciudad

Ref.: Ana R. Azmitia

Estimados señores:
Sirvanse encontrar adjunto cotización conforme a sus requerimientos,

UNIDAD	DETALLE	VALOR
1	MANTA VINILICA (tamaño 0.60 * 1.60 m); Impresión digital a full color solo tiro.	Q85.00
100	PLAYERAS (tallas S, M y L); hilo anaranjado 20; impresión serigráfica a tres colores al frente y espalda.	Q2,300.00
500	PLAYERAS (tallas S, M y L); hilo anaranjado 20; impresión serigráfica a tres colores al frente y espalda. Por cada talla XL Q2.00 adicionales	Q10,850.00
1000	INVITACIONES (tamaño 4.25 * 11 plg.); papel opalina blanco 180 gramos; impresión litográfica full color tiro y retro.	Q18,000.00
100	UNIFOLIARES (tamaño 2.75 * 7.75 plg.); papel opalina blanco 180 gramos; impresión litográfica full color tiro y retro.	Q1,250.00
500	UNIFOLIARES (tamaño 2.75 * 7.75 plg.); papel opalina blanco 180 gramos; impresión litográfica full color tiro y retro	Q2,500.00
100		Q1,100.00
500		Q1,500.00
<p>Forma de pago 65% de anticipo al aprobarse y 35% contra entrega Entrega: A convenir previa aprobación por escrito de cotización y arte Precios incluyen IVA y traslado a sus oficinas dentro de la ciudad. Esta cotización tiene una validez de 10 días Artes se entregan en Freehand 11, en CMYK, a 300 dpi, a tamaño real, sin excesos; fotos adjuntas; letra en path; colores sólidos y negros con overprint. Los precios unitarios varían según la cantidad. Cualquier cambio adicional se cobrará Q 50.00 CHEQUES EMITIRSE A NOMBRE DE: GRUPO MELINI & MELINI, S.A.</p>		<p>TOTAL</p> <p>Q-----</p>

En espera de su autorización, me suscribo

MELINI & MELINI IMPRESION

Carol Irene de Melini
Asesora

VoBo. Carlo Alessandro Melini Porres
Director

PBX: 2369-3154 FAX: 2369-3195 / Email: impresion@melinymelini.com

¡Además! Gomas, playeras, pañuelos, llaveros, botones, magnéticos, finalistas, imprenta, litografía, montas vinilicas, empastados, gasetas y mucho más...
¡Consultenos! somos expertos en impresionar...

ANEXO 11



100

Guatemala, 12 de Abril del 2007

Señorita
Ana Regina Azmitia
COLEGIO MARIA AUXILIADORA
Presente.

Estimada Señorita Azmitia:

A continuación sometemos a su consideración nuestra propuesta por:

"Invitaciones", tamaño 4.25" X 11", impresas en Opalina 180 grs., impresas a Full Color en tiro, en la siguientes cantidades:

	<u>Cantidad</u>	<u>Valor</u>
	50	Q. 1,190.00
	100	Q. 1,210.00
	500	Q. 1,410.00

"Unifolhars", tamaño 2.75 X 7.75", impresas en Opalina 180 grs., impresas a Full Color en tiro y retiro, en la siguientes cantidades:

	<u>Cantidad</u>	<u>Valor</u>
	50	Q. 975.00
	100	Q. 1,050.00
	500	Q. 1,295.00

Cliente entrega Arte Final

Este precio incluye:

- Materiales de primera calidad y de color uniforme.
- Bocetos presentados a través de impresora en ink-jet.
- Pruebas impresas en láser de alta resolución.
- Negativos digitales lo cual garantiza impresión nítida y uniforme.
- Revisión cuidadosa y profesional de maqueta previo a la impresión, lo cual reduce errores al mínimo.

Tiempo de Entrega: A convenir con el cliente.

Forma de pago: 50% anticipo y 50% contra-entrega a satisfacción del cliente.

Observaciones: La presente cotización ya incluye IVA y su precio se sostiene durante diez días.
Atentamente,

Valeria de Perdomo
Relaciones Públicas
Cel.: 5958 7529

Si la presente es autorizada, favor sírvase llenar la siguiente información:

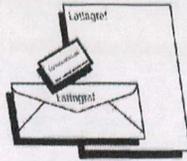
Cotización autorizada por: _____ Fecha: _____

Facturar a nombre de: _____

Nit: _____

Dirección: _____





INDUSTRIAS
LATINGRAF

La Mejor Papelería Fina en Guatemala
GRABADOS EN ACERO Y LITOGRAFÍA

LAS MEJORES TARJETAS DE PRESENTACION, HOJAS Y SOBRES MEMBRETADOS

ESCUDOS Y LOGOS ESTAMPADOS EN SECO SIN TINTA, SELLOS DE AGUA
LAMINADOS EN FOIL ORO Y PLATA

PAPELERIA DIPLOMATICA, GUBERNAMENTAL Y EMPRESARIAL
CARPETAS TIPO PRESIDENTE Y BOLSAS PORTADOCUMENTOS EJECUTIVAS Y DIPLOMATICAS

TARJETERIA SOCIAL, BODAS, 15 ANOS
TARJETONES PARA INAUGURACIONES Y ANIVERSARIOS EMPRESARIALES

TITULOS DE ACCIONES, PAGARES, DIPLOMAS, PARTICIPACIONES DE GRADUACION
ANUARIOS, LIBROS, REVISTAS, DIRECTORIOS, AFICHES, CATALOGOS

LITERATURA MEDICA, CAJAS, DIPTICOS, TRIFOLIARES, BIFOLIARES, VOLANTES

7

1a. AVENIDA 3-06 ZONA 9 GUATEMALA - PBX: 2331 - 07 95 Y 2339 - 00 59 - FAX DIRECTO: 2339 - 46 41 **Contacte a: leonel.rendon.antigua@gmail.com**

SEÑORITA
ANA REGINA AZMITIA

COLEGIO MARIA AUXILIADORA

ARCHIVO

FECHA: **16-abr-07**

TELS.: **2435 3989**

FAX:

CELULAR:

E-mail:

N

ESTIMADO CLIENTE:

NOS COMPLACE COTIZARLE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS
CON LOS PRECIOS RELACIONADOS AL TIEMPO DE
ENTREGA QUE USTED ELIJA:

(OPCION DE CREDITO DISPONIBLE UNICAMENTE PARA
CLIENTES CON CREDITO PREVIAMENTE APROBADO)

EL TIEMPO DE ENTREGA

ES CALCULADO EN DÍAS HÁBILES A
PARTIR DE LA FECHA EN QUE RECIBIMOS
LOS ARTES FINALES DEBIDAMENTE
FIRMADOS POR USTED

PAGANDO AL CONTADO Y,

CON TIEMPO DE ENTREGA DE:

15 A 20 DIAS HABILES

CUADRIFOLIARES EN OPALINA DE 180 GRAMOS COLOR BLANCO, CON IMPRESIÓN A FULL COLOR EN LITOGRAFIA FINA.

50

100

500

1.760,00

1.790,00

2.000,00

UNIFOLIARES EN OPALINA DE 180 GRAMOS COLOR BLANCO, CON IMPRESIÓN A FULL COLOR EN LITOGRAFIA FINA.

50

100

500

1.650,00

1.660,00

1.750,00

GARANTIZAMOS
SU TOTAL SATISFACCION POR
LA CALIDAD DE IMPRESOS.

OFERTA VALIDA POR **5** DIAS HABILES

LE SALUDA CORDIALMENTE,
ALMA LETRAN

ANEXO 1 7



100



COTIZACION

Cliente COLEGIO MARIA AUXILIADORA - MA. REGINA AZMITIA FECHA: 12.04.07
Empresa PRINT FACTORY - ANGELA REYES TEL-FAX: 24353989

Cantidad	Descripción	Material	Valor Unitario	Total
1	IMPRESIÓN DE 0.60 * 1.60 MTS FULL COLOR+	LONA VINILICA	Q 115,20	Q 115,20
	TIMBRE DE PRENSA			Q 0,56
CIENTO QUINCE CON 76/100.-				Q115,76

OBSERVACIONES:

Angela Reyes
Persona que cotizó

Recibí conforme

SI ESTA COTIZACION ES ENVIADA POR FAX, FAVOR FAXEAR DE VUELTA FIRMADO DE CONFORMIDAD

PRINT FACTORY - TODO EN IMPRESIÓN

6 avenida 7-57 zona 9 Local "B" - Tel 2332-3296



Punto digital

Guatemala 12 de Abril de 2007

Atención:

Ana Regina Azmitia

Por este medio le presentamos la cotización que usted a solicitado a nuestra empresa.

CANT.	DESCRIPCION	MEDIDAS	PRECIO TOTAL
1	Impresión de vinil a full color en alta resolución.	.60 x 1.60	Q. 115.00

OBSERVACIONES:

- La vigencia de la cotización es de 15 días.
- El pago debe de ser un 60% de anticipo y 40% contra entrega.
- El tiempo de entrega se determina luego de aprobado el diseño.
- El precio puede ser variable dependiendo la cantidad.

Agradeciendo de ante mano su atención e interés por los servicios que nuestra empresa le puede brindar, y esperando tener como resultado un exitoso negocio mediante esta cotización.

Se despide de usted,

Julio Aguilar
Ejecutivo de Ventas

Cel . 53089976

15 calle 28-08 Ciudad de Plata II Zona 7

24746910/11

ANEXO 1





e-mail: informacion@lvmpublicidad.com

Guatemala, 18 de abril de 2007.

Empresa: Ana Regina Azmitia
Atención: _____
Teléfono: 2435-3989 / 5882-3459

A continuación le envío la información solicitada:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIDAS EN MTS.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Mini Display "X" de escritorio con impresión en lona vinílica a full color y ojete	0.26x0.46	Q78,00	Q78,00
1	Impresión en lona frontlight a full color con ojete	0.23x0.43	Q15,00	Q15,00
TOTAL				Q93,00

Fecha de entrega: 2 días hábiles después de recibir los artes.

Precios incluyen: IVA y Timbre de Prensa

Precios NO Incluyen: Comisión de Agencia

Forma de pago: CONTADO

Marioly de Aguilar
Gerente
Cel.: 5523-7162 / 5524-4637

Autorizado por: _____ Firma y sello: _____

ANEXO 1 G



Aprovecho este medio para saludarla y enviarle la cotización siguiente:

Playeras color naranja confeccionadas hilo 20, tallas de adulto, impresas en serigrafía a tres colores en ambos lados:

100 Playeras a Q 23.00 cada una.
500 Playeras a Q 19.00 cada una.
1000 Playeras a Q 18.00 cada una.

Tiempo de entrega: 15 DIAS.
forma de pago: A CONVENIR.

Atte: Roni Escobar/ACTUALIDAD SERIGRAFICA/ Tel. 22304129 2279 8702





**Serigráfica
Asencio**



Tels: 2269-1000 / 01/ 2360-9118-20

4 calle 4-31, Zona 9, Fax: 2362-1562, E-mail: asencio.serigrafica@hotmail.com, asencio.julio@yahoo.com

COTIZACION No. 47/03/2007
Guatemala, 12 de Abril del 2007.

Empresa: Colegio Maria Auxiliadora
Señora: Ana Regina Azmitia
E-mail: arazmitia@yahoo.com

Atento Saludo:

A continuación le estamos enviando la cotización que ha solicitado, aprovechando la ocasión para saludarle y desearle éxitos en sus labores cotidianas.

CANT	DESCRIPCION	TOTAL
100	Playeras anaranjada 100% algodón acabado americano impresión a 3 colores ambos lados Q.22.00c/u	Q. 2,200.00
500	Playeras anaranjada 100% algodón acabado americano Impresión a 3 colores ambos lados Q. 18.00 c/u	Q.9,000.00
1000	Playeras anaranjada 100% algodón acabado americano Impresión a 3 colores ambos lados Q. 16.50 c/u	Q.16,500.00
	TOTAL	

Fecha de entrega: A convenir
Condiciones de pago: **75% anticipo, 25% contra entrega.**

Atentamente,

Marielos Asencio
Tel. 23609118

ANEXO 1 B

