

MATERIAL INFORMATIVO Y DE APOYO PARA MOTIVAR A JÓVENES Y EMPRESARIOS GUATEMALTECOS, A SOLIDARIZARSE CON LAS CAUSAS DE ASOCIACIÓN JUVEA

PORTAFOLIO ACADÉMICO

Presentado al Consejo de la Facultad de Arquitectura y Diseño
de la Universidad Rafael Landívar

por

RITA MARÍA FARFÁN RAMÍREZ

previo a optar el título

Diseño Gráfico

en el Grado Académico de Licenciada

Guatemala, Agosto 2008



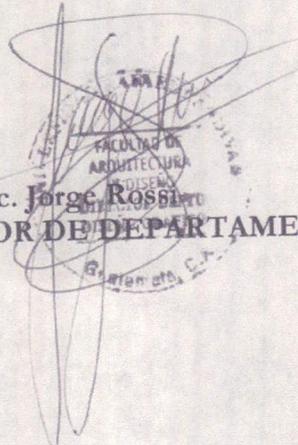
Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

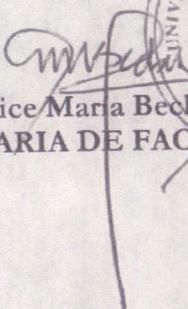
Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 24262626 ext. 2428
Fax: (502) 24262626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. Arq. 14-2008

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
catorce días del mes de agosto de dos mil ocho.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: **“Material informativo y publicitario para motivar a jóvenes y empresarios guatemaltecos a solidarizarse con las causas de Asociación JUVEA”** presentado por la estudiante **Rita María Farfán Ramírez**, 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





Universidad
Rafael Landívar
Tradicón 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

Reg. No. DG. 04-2008

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

Por este medio hacemos constar que la estudiante **RITA MARÍA FARFÁN
RAMÍREZ**, con carné **10867-04**, cumplió con los requerimientos del curso de
Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

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

Licda. Rosario Muñoz
Asesora Proyecto de Investigación

Licda. Franzine Pinelo
Asesora Proyecto de Estrategia

Licda. Leslie Quiñonez
Asesora Portafolio Académico

AUTORIDADES UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

AUTORIDADES FACULTAD ARQUITECTURA Y DISEÑO

TERNA EXAMINADORA

RECTORA

Licda. Guillermina Herrera

VICERRECTOR ACADÉMICO

Lic. Rolando Alvarado López, S.J.

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Lic. Ariel Rivera Irias

SECRETARIO GENERAL

Lic. Larry Amílcar Andrade Abularach

DECANO

MA Arq. Cristian Vela Aquino

VICEDECANO

MA Arq. Víctor Leonel Paniagua

SECRETARIA

Arq. Alice María Becker

DIRECTOR DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA

Arq. Oscar Reinaldo Echeverría Cañas

DIRECTOR DEPARTAMENTO DE DISEÑO GRÁFICO

Lic. Jore Alfredo Rossi Lorenesi

DIRECTOR DEPARTAMENTO DE DISEÑO INDUSTRIAL

MDI Hernán Ovidio Morales Calderón

Licda. Patricia Villatoro

Área de Estrategia

Licda. Erika Grajeda

Área de Investigación

Lic. Alejandro Mendoza

Área de Portafolio Digital

Índice

Introducción.....	2
Identificación de la Necesidad de Diseño.....	3
Objetivos de diseño.....	4
Marco de Referencia.....	5
Contenido teórico de diseño.....	9
Definición del Grupo Objetivo.....	18
Proceso de Conceptualización.....	22
Contenidos del material gráfico.....	23
Medios y formas de distribución.....	27
Bocetaje y Propuesta preliminar.....	29
Validación técnica.....	66
Propuesta final y Fundamentación.....	70
Producción y Reproducción.....	87
Conclusiones y Recomendaciones.....	90
Bibliografía.....	91
Anexos.....	92

Proyecto realizado por Rita María Farfán Ramírez, con carné 10867-04, de la Universidad Rafael Landívar, Facultad de Arquitectura y Diseño, en la carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico.

El trabajo se elaboró con la Asociación JUVEA (Jóvenes en Acción), dedicada a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos de Guatemala, por medio de proyectos que tienen como eje de trabajo la educación, la salud, y la formación de valores.

Dicho proyecto elaborado con la metodología de la Estrategia Creativa E, tiene como objetivo, incentivar y reflejar a través del diseño gráfico, la importancia de las actividades y proyectos de la Asociación, para sensibilizar a los guatemaltecos y despertar en ellos el deseo de ayudar a las causas de JUVEA.

1. Introducción

La solidaridad es una actitud personal, es estar dispuestos constantemente a recurrir a los más necesitados. Es ser responsables del futuro de Guatemala.

Este proyecto se elaboró con la Asociación JUVEA (Jóvenes en Acción), dedicada a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos en Guatemala, por medio de proyectos que tienen como eje de trabajo, la educación, la salud, y la formación de valores.

Esta asociación necesita promover información acerca de sus actividades, para sensibilizar a los guatemaltecos y despertar en ellos el deseo de ayudar económicamente o con voluntariado.

Partiendo de esta necesidad, el presente trabajo, tiene como objetivo, incentivar y reflejar a través del diseño gráfico, la importancia del trabajo que realiza la asociación, para que las personas más afectadas del país, tengan oportunidad a un futuro mejor.

2. Identificación de la Necesidad de Diseño

JUVEA es una asociación dedicada a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos en Guatemala.

No cuentan con un proceso de sensibilización lo suficientemente impactante, que invite a los empresarios y jóvenes guatemaltecos a solidarizarse, brindando apoyo económico, víveres, ropa o patrocinio y tiempo, a las actividades que darán mejores oportunidades a los niños que promueve JUVEA.

3. Objetivos de Diseño

- Diseñar material informativo que haga referencia por medio de imágenes e información, a la misión de la institución y las actividades que realizan.
- Proponer material informativo dirigido a los jóvenes, que facilite el contenido sobre qué es JUVEA y quiénes lo conforman.
- Desarrollar material de apoyo que refuerce al material informativo y que funcione como recordatorio de la Asociación JUVEA.

4. Marco de referencia

SOLIDARIDAD

Gaacia-Pimentel, (1997), "La solidaridad es uno de los principios básicos de la concepción cristiana de la organización social y política, y constituye el fin y el motivo primario del valor de la organización social. Su importancia es radical para el buen desarrollo de una doctrina social sana, y es de singular interés para el estudio del hombre en sociedad y de la sociedad misma.

Es una relación entre seres humanos, derivada de la justicia, fundamentada en la igualdad, enriquecida por la caridad, en la cual uno de ellos toma por propias las cargas del otro y se responsabiliza junto con éste de dichas cargas.

Para que haya solidaridad se requieren dos personas: una necesitada y otra solidaria. La solidaridad no es una serie de actos aislados, encaminados a ayudar al prójimo. La solidaridad es una actitud personal, una disposición constante y perpetua de tomar responsabilidad por las necesidades ajenas."

La página de churchforum.org, expone..."La Solidaridad ha de desarrollarse en el contexto de la persona humana, esto es en la parte material y en la parte espiritual unidad del ser: cuerpo y alma.

Solidaridad Moral: es la ayuda moral que los individuos se prestan unos a otros en los momentos de necesidades del alma, en cuanto a la conducción de su vida.

Solidaridad Material: se desarrolla cuando los individuos se

ayudan materialmente en sus necesidades físicas y corporales".

"La verdadera Solidaridad se ejercita atendiendo ambas partes, se atiende a las necesidades físicas y después a las morales". Madre Teresa de Calcuta.

Según el sitio iglesia.cl "las Características de la Solidaridad son:

- Acogedora
- Creativa
- Organizadora
- Formadora
- Misionera
- Evangelizadora
- Profética
- Ecuménica
- Comprometida"

LA ACCIÓN SOLIDARIA: VOLUNTARIADO.

Aranguren Gonzalo L. " El voluntariado nace del análisis de la realidad; se centra en la acción social con personas que viven en situaciones de exclusión y pobreza; aunque dedicado a tiempo parcial está involucrado vitalmente; se sitúa en el horizonte de la transformación social; siendo, finalmente, eficiente porque procura ir al fondo de los problemas.

El modelo de solidaridad que sustenta este tipo de voluntariado es la de la cooperación mediante proyectos de desarrollo y la del encuentro para la promoción y el crecimiento del "otro".

Marco de referencia

POBREZA

La enciclopedia libre Wikipedia, define que la pobreza es una situación o forma de vida que surge como producto de la imposibilidad de acceso y/o carencia de los recursos para satisfacer las necesidades físicas y psíquicas básicas humanas que inciden en un deterioro del nivel y calidad de vida de las personas, tales como la alimentación, la vivienda, la educación, la asistencia sanitaria o el acceso al agua potable. También se suelen considerar la falta de medios para poder acceder a tales recursos, como el desempleo, la falta de ingresos o un nivel bajo de los mismos. También puede ser el resultado de procesos de segregación social.

El concepto de pobreza es fundamentalmente económico, aunque también tiene impactos políticos y sociológicos. En la mayoría de los contextos se la considera algo negativo, pero en algunos ámbitos espirituales la pobreza voluntaria se considera una virtud por implicar la renuncia a los bienes materiales.

La pobreza debe ser vista como el resultado de un modelo económico y social, ejercido y aplicado en un territorio y tiempo determinado, por los diversos agentes económicos y políticos, que producen en la sociedad sectores excluidos de los beneficios totales o parciales del modelo en ejecución. A estos sectores excluidos de tales beneficios los llamamos generalmente pobres o más genéricamente como parte de la pobreza existente.

La pobreza no es pues una causa que deba ser tratada como tal para combatirla, es el resultado de procesos complejos y extendidos en el tiempo, que son difíciles de apreciar a simple vista y que requieren investigación sostenida

para lograr su comprensión antes de plantear cualquier intento de terminar con la pobreza.

Existen dos niveles o definiciones básicas de pobreza:

La **pobreza absoluta** cuando ciertos estándares mínimos de vida, tales como nutrición, salud y vivienda, no pueden ser alcanzados.

La **pobreza relativa** cuando no se tiene el nivel de ingresos necesarios para satisfacer todas o parte de las necesidades básicas.

Pobreza en Guatemala

El artículo POBREZA, de Prensa Libre (22 de agosto de 2007), expone que: la mitad de los 13 millones de habitantes del país continúa por debajo de la línea de la pobreza, y 1.5 de cada 10 guatemaltecos sobrevive con Q8.77 al día, según resultados de la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (Encovi), 2006, del Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

En lo que se refiere a la pobreza extrema por región, el suroccidente y el noroccidente del país presentan las mayores tasas, con 28.09 por ciento y 20.02 por ciento, respectivamente.

En relación con distribución de la pobreza por área, 72 de cada cien guatemaltecos viven en el área rural, y 28, en áreas urbanas.

Los indígenas siguen siendo el sector más vulnerable, ya que se elevó el número de personas pobres (55.7%) en los últimos dos años.

Marco de referencia

EDUCACIÓN

Valladares A. (2006) "La educación es un proceso de perfeccionamiento de una persona para lograr que ésta se pueda desenvolver en el mundo cultural y social en el que habita; el proceso educativo hace que ocurra una transformación y modificación en el desarrollo de la persona, principalmente en el área de inteligencia y voluntad, y logra conseguir el desarrollo integral de la persona.

La educación de la persona requiere de un planteamiento particular en las distintas etapas de su vida, estas enseñanzas pueden ser impartidas por escuelas públicas o privadas.

La educación es importante para un país, primero, porque constituye uno de los principales insumos para desarrollar el capital humano. Es un medio que eleva la calidad de vida de las personas.

Según ODHAG (Oficina de los Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala), Situación de la niñez en Guatemala, Informe (2003), en Guatemala la situación de la tasa neta de escolaridad ha evolucionado favorablemente en los últimos 10 años; no obstante sigue siendo baja. En el 2000 se calculaba que el 30% de los guatemaltecos mayores de 15 años no sabían leer ni escribir la tasa neta de escolaridad ha evolucionado favorablemente en los últimos 10 años; no obstante sigue siendo baja. En el 2000 se calculaba que el 30% de los guatemaltecos mayores de 15 años no sabían leer ni escribir, ubicándose Guatemala como uno de los países con las tasas más altas de analfabetismo de Centroamérica.

Se considera que el desarrollo de la educación, depende mucho de la ayuda pública, así como de organizaciones nacionales e internacionales, las cuales deberían de apoyar el aprendizaje para poder tener o lograr un país que aumente en desarrollo y en conocimiento."

Escolaridad y Pobreza en Guatemala

El sitio web Geocities.com expone que, "numerosos estudios han demostrado que las posibilidades de éxito escolar están estrechamente ligadas a la condición social y económica de las familias.

El nivel de escolaridad de los niños y jóvenes de ambos sexos es muy bajo, únicamente el 25 % concluyen los seis años de educación primaria y escasamente el 8 % llega a concluir los tres siguientes años de educación básica.

La mayor parte de los niños y niñas se incorporan a las labores de trabajo agrícola desde los 7 u 8 años de edad, y posteriormente los que estudian, deben retirarse de la escuela en las épocas de siembra y de cosecha, para ayudar al grupo familiar. Por otra parte, la educación formal que reciben, es ajena a las necesidades del campo y poco o nada tiene que ver con la realidad y el entorno en que viven.

Paralelamente, las zonas que concentran los menores niveles de desarrollo humano y los mayores de pobreza y exclusión, son rurales y se encuentran en los departamentos de mayor porcentaje de población indígena".

Marco de referencia

Asociación sin fines de lucro

El sitio mandint.org la define como:

"Es la forma jurídica por las Organizaciones No Gubernamentales, ONG. La asociación debe tener un fin no lucrativo, lo cual no significa que deba renunciar a la obtención de eventuales ganancias, sino que éstas no pueden ser distribuidas entre sus miembros y deben ser utilizadas para la consecución de sus objetivos. La asociación puede, por lo tanto, contratar personal, aprobar acuerdos, etc. Igualmente, ésta es responsable de todas las acciones llevadas a cabo en su nombre."

La página virtual.unal.edu.co, también comenta que, "normalmente este tipo de organizaciones es común encontrarlas en la industria de la salud, la educación y otras más."

Patrocinio

El sitio tupatrocinio.com, define, "Es la actividad realizada por un sujeto o una organización que conlleva la responsabilización total o parcial de los costes o exigencias de un evento, con la intención de conseguir para sus responsables presencia, imagen y notoriedad a través de los soportes comunicativos que permitan su difusión."

La enciclopedia Wikipedia expone, "Patrocinar algo es mantener un evento, actividad, persona u organización suministrando dinero u otros recursos a cambio de algo, generalmente, publicidad."

5. contenido teórico de Diseño



5.1 Información General del Cliente

JUVEA - Jóvenes en Acción

Dirección: Avenida Las Américas 18-81 zona 14. Edificio Columbus Center,
3er. Nivel Norte.
Teléfono: 23293051
e-mail: juveaorg/info@juvea.org

Juventud en Acción, es una asociación no lucrativa de jóvenes dedicada a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes en Guatemala.

Trabajan distintos proyectos de ayuda para niños que se encuentran en situación de riesgo y otros grupos que se preocupan por la niñez Guatemalteca. La educación, salud y formación de valores son los principales ejes de trabajo y apoyo para que los niños que ayudan se desarrollen como personas productivas en la sociedad.

Visión

Que la niñez y juventud guatemalteca cuente con las herramientas necesarias para crecer como personas productivas y de bien para la sociedad.

Misión

Generar mecanismos de desarrollo para niños y jóvenes a través de proyectos que fomenten la responsabilidad social en la juventud.

Valores:

Responsabilidad, honradez, perseverancia, amistad, compañerismo.

¿ Quiénes son ?

Todos los proyectos de JUVEA son dirigidos a comités, los cuales son grupos de juveniles con gran sentido de responsabilidad que se unen con entusiasmo, creatividad y espíritu de solidaridad y trabajo en equipo para lograr los objetivos de JUVEA y de su proyecto.

Actualmente JUVEA apoya seis proyectos hijos:

BECAS JUVEA

El programa de Becas tiene como objetivo apoyar a jóvenes de alto coeficiente intelectual y deseos de superación pero con barreras económicas, brindándoles la oportunidad de una educación profesional en las mejores universidades del país (Universidad Rafael Landívar, Universidad del Valle de Guatemala y la Universidad Francisco Marroquín).

Juvea cuenta con el apoyo de la Fundación Juan Bautista Gutiérrez para la selección de los becados.

Centro de Cómputo JUVEA

Biblioteca Municipal Parque Navidad z.5

A través de un convenio con la Municipalidad de Guatemala, se adquirió el compromiso de apoyar a una biblioteca pública en el interior del Parque Navidad. Juvea implementó el centro de cómputo, el cual brinda acceso a Internet, búsqueda bibliográfica y cursos libres a niños y jóvenes de los 180 centros educativos aledaños.

El propósito de JUVEA es que el centro de cómputo se vuelva autosostenible y poder crear nuevos centros de cómputo en bibliotecas municipales.

Contenido teórico de Diseño

COMUNIDAD ESPERANZA

Ubicada en Cobán, Alta Verapaz, está conformada por más de 75 familias que viven en extrema pobreza y trabajan en el basurero. Tiene como objetivo mejorar las condiciones de vida de dicha comunidad a través de educación, nutrición, capacitación, salud física y mental. JUVEA implementó un comedor en donde más de 150 niños se alimentan diariamente con el requisito de estar inscritos en la escuela y en el programa de refuerzo escolar. JUVEA se encarga de los gastos académicos y alimenticios de los niños.

COLEGIOS PRIVADOS

Este es un proyecto dedicado a promocionar JUVEA en colegios privados con el propósito de crear conciencia y responsabilidad social en jóvenes que gozan de una educación privilegiada. Se desarrollan distintos proyectos a través de los cuales apoyan o apadrinan determinada escuela con alguna necesidad específica para cumplirla en un determinado plazo de tiempo.

HOGAR FUNJESUS

Es un hogar en donde viven 35 niños, los cuales fueron colocados en el hogar por resolución de juez por abusos físicos, sexuales o psicológicos de parte de sus padres. JUVEA se encarga del área académica del hogar a través del pago de colegios, uniformes, útiles escolares, material didáctico y tutores para que los niños del hogar puedan recibir una educación con calidad.

HOGAR SAN FRANCISCO XAVIER (HSFX)

En este hogar habitan más de 80 niños huérfanos en riesgo y de escasos recursos brindándoles la oportunidad de tener una vida digna ofreciéndoles vivienda, ropa, alimentación y educación.

¿ QUIÉNES SON LOS JUVERIANOS ?

Los Juverianos son personas que les gusta disfrutar de la vida, socializar, hacer deportes, la música, estar con los amigos, pero la característica básica que los diferencia como Juverianos es el tener un gran deseo de ayudar a los demás.

Los Juverianos consideran que el ayudar a niños desprivilegiados es un área donde pueden tener un gran impacto positivo.

Adicional a los compromisos adquiridos por cada proyecto, todos los juverianos también adquieren el compromiso de incluir el área recreativa en los proyectos, como un tipo de premio para el esfuerzo que todos estos niños y jóvenes entregan en sus estudios. Por ejemplo, visitas al cine, al IRTRA de Retalhuleu así como al IRTRA Petapa, fiesta del día del niño, celebración navideña, etc.

¿Cómo ayudar?

Los Juverianos pueden ayudar de varias maneras. Pueden ayudar a impulsar actividades, a recaudar fondos, a encontrar nuevos proyectos de ayuda, a promover el nombre de JUVEA, para que más jóvenes conozcan de nuestra organización.

Contenido teórico de Diseño

5.2 Área de Diseño

CAMPAÑA SOCIAL o de bien público

Wells, Burnett y Moriarty (1996, p.369) indican que una campaña publicitaria "es un esfuerzo publicitario compuesto de más de una pieza o de más de un medio para persuadir a un determinado público a seguir ciertos comportamientos.

Las campañas de bien público buscan generar cambios en el comportamiento de las personas, en pro de la colectividad. Con estas campañas se intenta persuadir, apelando a la emotividad y a situaciones cotidianas a las que se ve enfrentado el ser humano diariamente, para que se sienta identificado y le sea más fácil adoptar un comportamiento diferente. Por eso es importante determinar: emisor, mensaje, tono, medio, argumentos, cuando y con qué frecuencia e intensidad se va a decir, grupo objetivo y sus características socio culturales, y a quién se quiere incorporar cierta actitud o comportamiento."

Kleppner (1994, p.155), define a las campañas publicitarias de tipo social, como "aquellas que promueven ideas y causas que fomentan los principios y valores morales de una sociedad. La diferencia entre publicidad social y comercial radica en el mensaje y sus fines: la comercial se produce y exhibe con el fin de vender; en cambio la social, tiene el objetivo de comunicar a determinada audiencia, una idea que pretende fomentar valores sociales o principios morales.

La base de las campañas de bien público es partir de los valores y principios que se deben cultivar en una sociedad, para construir y reforzar una cultura orientada al bienestar de quienes hacen parte de ella. Por eso se manejan

de quienes hacen parte de ella. Por eso se manejan contenidos tales como: la educación para la salud, la educación ambiental y ecológica, la educación familiar y sexual, la promoción cultural, trabajo comunitario, derecho a servicios públicos, educación, responsabilidad, valores cívicos, derechos civiles, entre otros.

Medios de comunicación para una campaña social

Los medios publicitarios a utilizar son tan importantes como el mensaje que se va a transmitir. Wells, ET.AL. (1996, p.53), define a la planeación de medios como "un proceso de solución de problemas que traduce los objetivos de la mercadotecnia en una serie de decisiones estratégicas. El principal objetivo es colocar un mensaje de publicidad ante una audiencia meta".

Para obtener mejores resultados de estas campañas debe realizarse una combinación de medios de comunicación masivos y medios alternativos, éstos últimos con el fin de llegar de una forma directa a la audiencia objetivo.

Los medios alternativos sirven de apoyo a las campañas y permiten que se pueda estar en mayor contacto con el grupo objetivo. Se tienen: afiches, manuales y folletos informativos, así como una gran variedad de material promocional como stickers, botones (pines), playeras, lapiceros, gorras, etc., los cuales pueden ser distribuidos a una gran cantidad de personas y con ello lograr que el mensaje llegue de una forma más directa y personal.

Contenido teórico de Diseño

El color en la Cultura:

Dabner, D. (2005) expone, La percepción de los colores está mediatizada por la inteligencia, la memoria, la experiencia personal, la historia y la cultura, lo que no implica que cada persona perciba los colores de manera diferente, sino que esa percepción tiene significados sutilmente distintos según la psicología y la cultura de cada individuo. En cada sociedad, los colores tienen asociaciones simbólicas diferentes a través de su presencia en contextos estacionales, políticos, medioambientales y sexuales.

El color en las emociones y el lenguaje:

Algunos colores parecen tener características locales, algunos colores parecen tener características universales.

Los rojos, naranjas y amarillos estimulan los sentidos y suelen percibirse como cálidos, capaces de provocar sensaciones de estimulación, alegría, buena salud y agresividad; opuestos en el círculo cromático, los azules y verdes se consideran fríos y tienen connotaciones de calma, serenidad, seguridad y depresión.

Los colores están profundamente ligados a la psicología humana porque el lenguaje los utiliza con frecuencia para describir sentimientos.

La función principal del color es ser transmisor de sensaciones. El color añade al anuncio: realismo, atractividad, simbología, contraste y legibilidad.

MATERIAL INFORMATIVO

Según Contreras (2005) un material gráfico informativo es "Un medio concreto desarrollado o creado con el objetivo de comunicar ideas, mensajes o cierta información a una audiencia determinada. Se desarrolla esperando una respuesta o reacción de quien o quienes lo reciben".

Es decir que el material informativo es un recurso que informa, comunica y con el cual se adquieren conocimientos que permiten ampliar o aplicar lo que se conoce.

Para Contreras (2005) un material informativo es "Todo aquel que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales, determinado tipo de información".

Con el tiempo han ido apareciendo diversos métodos y formas de comunicación, desde los grafitis, carteles, revistas hasta llegar a la televisión y radio.

Rodríguez, M. (2003) expone: "En los materiales informativos siempre se debe tomar en cuenta:

- La sencillez: de vocabulario, estructura gramática y temática, para que todo el grupo objetivo pueda comprender con claridad lo que se quiere comunicar.

Contenido teórico de Diseño

- **Afirmación:** es necesario dejarle claro al grupo objetivo de lo que se trata el material, recordándole los datos más importantes, aunque el receptor no tenga la oportunidad de volver sobre él.
- **Consecuencia:** todo debe ser expuesto de lo general a lo particular, de lo mayor a lo menor, para que todos los datos tengan un orden y el mensaje pueda ser bien recibido."

El diseño gráfico y el material informativo:

Rodríguez, M (2003) "Para diseñar Material Informativo hay que manejar bien la información que se quiere comunicar al grupo objetivo. El tratamiento desde la forma se refiere a los recursos expresivos que se cambian con el material."

El diseñador debe integrar los elementos visuales y gráficos con los fines y principios del aprendizaje por medio de una síntesis de la realidad.

Según Sandoval (2004) "Todo material gráfico informativo debe ser realizado a través de una adecuada combinación y composición de formas, tamaños, colores, imágenes, ilustraciones, fotografías, etc. que darán una mejor visualización del tema expuesto, facilitando la comprensión de su contenido."

El Uso de Fotografías dentro del Material Informativo:

Alonso y Matilla (1990). "Las fotografías acompañadas de un pie de texto o un texto general, pueden servir como elementos de apoyo a la información que se está presentando.

Las fotografías como medios informativos tienen ciertas características, por ejemplo:

- Captan por su impacto, la atención del lector.
- Comunican instantáneamente de manera parcial o total la noticia.
- Transmiten impresiones exactas con tal fuerza que algunas quedan tatuadas en las memorias colectivas.
- Desencadenan reacciones emocionales.
- Aportan un valor de entretenimiento.
- Incorporan mayor viveza y dinamismo."

Contenido teórico de Diseño

PUBLICIDAD

Lambin (1995) apunta que la publicidad se define como cualquier forma remunerada de presentaciones no personales y de promociones de ideas, bienes o servicios por parte de un patrocinador identificado.

La publicidad sirve para informar y convencer a los consumidores de un país en vías de desarrollo, de adquirir diferentes productos y servicios.

Fisher (1993) expone, "Podemos decir que la publicidad se refiere al proceso de comunicación enfocado a crear en un público predeterminado, la curiosidad persuadiéndolos a experimentar un producto o servicio, a través de mensajes, los cuales son producidos en forma planeada y sistematizada, para ser emitidos a través de medios e instrumentos de comunicación. "

La publicidad es aquella actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación.

DISEÑO PUBLICITARIO

Según Swann (1995) se denomina "Diseño Publicitario", cuando se refiere a la forma de presentar, promocionar o anunciar, una empresa, producto o servicio. A lo largo del tiempo han ido surgiendo diversos métodos de comunicación, desde los grafitis, los carteles, los primeros diarios y más tarde las revistas.

Este desarrollo de los medios, se ve ligado a su vez al desarrollo del mercado, los productos, las empresas, factores que dependerán en gran medida de los diferentes medios.

Y es en este momento cuando aparecen los anuncios como forma de publicidad, y con ellos los folletos, catálogos, trípticos, empaques, entre otros. Pues bien, en todas estas manifestaciones de comunicación y publicidad existen algunos puntos comunes a tener en cuenta en la mayoría de las circunstancias:

• **Producto:**

El diseñador debe conocer el producto, servicio o institución, para poder transmitir sus características, sus ventajas, novedades, en definitiva, ha de conocerlo para poder convencer al público.

• **El público o consumidor:**

Se debe tener presente que es lo que espera el cliente del producto para poder ofrecérselo, convencerlo, estimularlo, en otras palabras, darla una razón para comprarlo o adquirirlo. La base para crear un buen diseño que será capaz de transmitir las características o atributos del producto de la forma más clara posible.

• **Medios:**

Dependiendo del producto, ya sea un objeto, una empresa, o un servicio, será más eficaz su publicidad en un medio u otro.

Cada medio, ya sea un tipo de revista o un periódico, tiene sus propias características en cuanto a formato, composición, contenido de las páginas, e incluso jerarquía en los elementos.

Contenido teórico de Diseño

PROMOCIÓN

Ávila de Barón (1997). "Promoción es la función del marketing relacionada con la comunicación persuasiva, hacia audiencias objetivo, para facilitar el intercambio entre un servicio y el consumidor y ayudar a satisfacer los objetivos de ambos.

Algunos de los objetivos de la promoción son:

- Crear conciencia.
- Crear entendimiento y comprensión al suministrar información clave.
- Crear cambios de actitud.
- Crear cambios de comportamiento.
- Crear refuerzos".

Tipos de MATERIAL PROMOCIONAL y PUBLICITARIO

Williams R. (2001), menciona que "muchas veces la promoción está ligada a la publicidad, la única diferencia es que la promoción promueve algo o simplemente da a conocer algo, mientras que el trabajo de la publicidad es el persuadir al espectador a que haga algo en torno a lo que se está tratando, sin embargo muchas veces la publicidad utiliza la promoción para cumplir su cometido."

Según Anderson (1999), el material promocional se puede definir como las actividades de planeación del producto,

apoyo a la venta con algún artículo que mantenga a la marca o al producto en la mente de quien se le otorgo, siempre es gratuito. Sin embargo a través de sus actividades promocionales, la compañía se comunica directamente con los clientes potenciales.

Constante (1994). Son folletos, diapositivas, cintas de video, revistas, guías, fotografías, mapas ilustrados y otros similares destinados a ser utilizados en, exposiciones, congresos o cualquier actividad turística, cultural, educativa, deportiva, religiosa o de promoción comercial.

Es el material creado para promocionar algo o darlo a conocer a nivel nacional o internacional.

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Según Kotler y Armstrong (2004) son los medios que constituyen la parte modular de las promociones destinadas al consumidor. Son mercancías que se expenden a un precio bastante bajo o que se regalan de manera de incentivo para los consumidores que adquieren un producto. Se dan al cliente, aunque no compre el producto, ya que al hacer uso del regalo podría interesarse por el mismo.

Para Kleppner (1999), se caracterizan por llevar la marca, teléfono, dirección o mensaje de la empresa o producto. Ayudan a que se recuerde el nombre del producto, a la construcción de imagen, a abrir nuevos mercados y a fortalecer la campaña promocional entre otras.

Contenido teórico de Diseño

Pueden emplearse para la introducción de productos nuevos, en lugares donde haya mucha competencia o para aumentar el tráfico de un punto de venta. Su fin es comunicar un mensaje positivo sobre el producto o servicio que satisface las necesidades del consumidor.

El beneficio radica en que obtiene un mensaje más percedero que el ofrecido en los medios masivos de comunicación, si está bien diseñado y representa una utilidad para el usuario, funciona como un vendedor silencioso.

Existe una gran variedad de artículos promocionales que las empresas utilizan constantemente como: botones o pin promocional, packing, envases y etiquetas, tarjetas promocionales, adhesivos, gorras, agendas, bolígrafos, bolsas, ceniceros, llaveros, mouse pad, relojes, tazas, etc.

Las piezas son utilizadas para campañas promocionales en base a los objetivos de la misma y las necesidades y preferencias del consumidor.

Elementos gráficos de la PUBLICIDAD PROMOCIONAL

• DISEÑO Y FORMATO

El papel del diseño en la publicidad es asegurarse de que el anuncio sea notado por la audiencia. Para esto, existen tres puntos en los que el anunciante debe poner especial cuidado en el diseño: la tipografía, las fotografías y el logotipo.

Tipografía:

La principal consideración que debe tomarse en cuenta es el tipo de letra que se usará para el encabezado: hay que asegurarse que sea lo suficientemente grande y potente

el tipo de letra que se usará para el encabezado: hay que asegurarse que sea lo suficientemente grande y potente como para llamar la atención del lector y reforzar el mensaje.

En cuanto al cuerpo o "copy" del anuncio, el criterio más importante de selección es la facilidad de lectura. Se deben eliminar los estilos en letra carta, incluir muchas itálicas, o tipos demasiado gruesos (negrillas). Un tipo de letra sofisticado puede hacer del anuncio más artístico, pero no invita a la lectura.

Fotografía:

Es posible listar varios tipos de fotografías que son especialmente efectivas en llamar la atención, como por ejemplo: de bebés, de novias, de animales, románticas, de catástrofes, de novedades o innovaciones.

Es importantes que una fotografía que atrae la atención, no necesariamente lleva un contenido valioso para las ventas. Por ello se debe relacionar el producto con las fotografías que poseen un alto valor para llamar la atención.

Es recomendable utilizar fotografías en lugar de dibujos o pinturas al ilustrar un anuncio. Una fotografía convence y ofrece mayor credibilidad que un dibujo, pero si es necesario utilizar la pintura o dibujo es preferible que sea lo más realista posible.

Por último es importante mencionar que no todos los anuncios efectivos poseen fotografías. Una fotografía tiene un costo y el espacio que ocupa dentro del medio de comunicación también tiene un costo. Así que en cada anuncio debe evaluarse si la fotografía agrega suficiente valor a las ventas

como para sufragar su costo.

Logotipo:

El logotipo de la marca o nombre de la empresa es impreso regularmente en un tipo de letra grande y por lo general está ubicado al final del anuncio. El objetivo de la repetición constante del logotipo es apoyar su recuerdo en el lector y hacer que se sienta inclinado favorablemente hacia la marca.

Color:

Según la página rppnet.co, "Al utilizar el color en los mensajes publicitarios el anuncio gana en impacto y por lo tanto en persuasión. Los objetos coloreados son más reales, haciendo que el consumidor obtenga una imagen lo más fiable posible de ellos. Al aumentar el realismo se potencia también la eficacia. La función principal del color es ser transmisor de sensaciones. El color añade al anuncio: realismo, atraktividad, simbología, contraste y legibilidad.

6. Definición del grupo Objetivo

Grupo Objetivo Primario

Está conformado por empresarios guatemaltecos que realizan actividades constitutivas de empresa como producción o mediación de bienes o servicios para el mercado. Son líderes creativos e innovadores que participan activamente en el montaje y operación de su propia empresa o a la cuál prestan sus servicios.

Perfil Demográfico

Según PRODATOS, El grupo de empresarios está conformado por hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 35-55 años que pertenecen a un nivel socioeconómico AB. La gran mayoría son profesionales en distintas áreas y continuamente reciben capacitaciones para el mejoramiento de la empresa.

Residen en diferentes zonas de la ciudad capital y tienen un ingreso mensual comprendido por arriba de Q. 10,000. Cuentan con tres o más vehículos en el hogar y tienen acceso a los servicios básicos como teléfono, celular, internet, etc.

Perfil Psicográfico

Según el sitio web gestiopolis.com (4 de octubre de 2007), un empresario es aquella persona que sabe utilizar todos los recursos que tenga a su alrededor para que su idea crezca y se desarrolle sin contratiempos, generando beneficios tanto para él como a las personas que utilicen o sean beneficiadas por su empresa.

Dentro de las cualidades que definen un buen emprendedor, está la responsabilidad, es decir, el hecho de no dejar a la deriva lo que se ha comenzado y propender porque siempre exista concordancia entre lo que se ha pensado y lo que realmente se ha hecho. Además, el afán de conseguir resultados positivos, influye en la motivación de la persona.

Siempre está buscando oportunidades, anticipándose al futuro y resolviendo problemas que le darán una visión más clara y concisa de lo que quiere y de la forma en cómo se conseguirá.

El empresario debe tener más que una actitud casual por el negocio, porque deberá enfrentar muchos obstáculos y problemas en su desarrollo que deberá vencer. Si no tiene la pasión o un interés que lo impulse, el negocio no tendrá éxito. El compromiso personal o emocional debe quedar reflejado en la tenacidad que tenga para llevar sus ideas a la práctica.

En base a las encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes datos que definen detalladamente los gustos y preferencias de un empresario guatemalteco: (guía de entrevista anexo No. 1)

Todos los entrevistados cuentan con computadora en su casa y disfrutan de servicios como el internet. Se confirmó que diariamente hacen uso del mismo para confirmar negocios, citas, o simplemente para informarse. Tienen acceso al uso constante de tecnología.

Tienen hábito de lectura y tienen preferencia por leer revistas de negocios o culturales como la Revista D de Prensa Libre.

Definición del Grupo Objetivo

Existe un balance entre preferencia por la lectura y por insumos visuales.

En su tiempo libre consideran importante compartir con familia y procuran practicar algún deporte.

La mayoría visita con frecuencia centros comerciales y restaurantes como actividad recreativa en familia, especialmente los fines de semana.

Por motivos de trabajo viajan constantemente al interior y exterior del país, y en ocasiones disfrutan de viajes vacacionales en familia.

En relación con temas ligados a proyectos de solidaridad, la gran mayoría del grupo dedican mucho tiempo para profundizar temas acerca de la realidad nacional.

Actualmente son pocos los empresarios que apoyan a instituciones benéficas. La falta de tiempo y el poco interés de participar en actividades solidarias, da lugar a que los donativos monetarios y el patrocinio sean utilizados como medios que facilitan el brindar apoyo.

Grupo Objetivo secundario

Son personas capaces de cambiar la realidad que Guatemala vive diariamente por medio de actitudes solidarias como las que promueve JUVEA.

Perfil Demográfico

El grupo de jóvenes está formado por hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 18-35 años, que pertenecen a un nivel socioeconómico BC (según Prodatos). Poseen un título a nivel de diversificado, algunos se encuentra estudiando carreras universitarios o ya los han concluido.

Residen en diferentes zonas de la ciudad capital con sus padres y hermanos o solos y algunos ya han formado su propio hogar. Estas personas tienen acceso a servicios básicos como el internet y algunas comodidades extras.

Perfil Psicográfico

El sitio web Red Escolar Nacional expone, que son personas que viven la etapa de la adultez temprana o adulto joven. En esta etapa de la vida el individuo normalmente alcanza la plenitud de su desarrollo biológico y psíquico. Se consolida el desarrollo de la personalidad y el carácter, los cuales se presentan relativamente firmes y seguros, con todas las diferencias individuales que pueden darse en la realidad.

Abarca desde cuando se es legalmente adulto hasta el momento en que el individuo encuentra empleo y asume sus roles familiares: funda una familia, tiene hijos, entre otros.

Definición del Grupo Objetivo

Biológicamente las funciones están en su máximo funcionamiento, están estables, lo que se traduce en seguridad, poder y dominio, hay fortaleza, energía y resistencia física. Un funcionamiento intelectual consolidado.

Psicológicamente, la sensación de dominio se manifiesta en un sentimiento de autonomía, lo que permite utilizar las energías de forma más eficiente. Para la sociedad, estos años son los más importantes de toda la vida. Hay consolidación de la identidad y comienzo de la realización del proyecto de vida. Adaptación a la vida social.

Se trata de una fase de importantes cambios sociales en los ámbitos de la vida profesional y familiar, cambios que se resumirían en la apropiación de aquellos roles requeridos para la ejecución de una serie de tareas como la elección de un compañero/a, comienzo de una ocupación, aprendizaje en la convivencia marital, paternidad y cuidado de los hijos, atención del hogar, adquisición de responsabilidades cívicas, localización de un grupo de pertenencia, entre las principales.

Según Erickson, el adulto joven se mueve entre la intimidad y el aislamiento, es una etapa en que la persona está dispuesta a fundar su identidad con la de otros. Está preparado para la intimidad, se tiene la capacidad de entregarse a afiliaciones y asociaciones concretas y de desarrollar la fuerza necesaria para cumplir con tales compromisos, aún cuando impliquen sacrificios significativos. La afiliación y el amor son las virtudes o fortalezas que se asocian a esta etapa. Hay construcción y establecimiento de un estilo de vida, se organiza la vida de forma práctica, se llevan a cabo propósitos. Por otra parte, también hay mucha exploración y aprendizaje.

El trabajo está fuertemente ligado con todos los aspectos del desarrollo intelectual, físico social y emocional. En general, las diferencias de edad en el desempeño parecen depender mucho de cómo se mide el desempeño y de las demandas de una clase de trabajos específico. Un empleo que requiere reflejos rápidos, por ejemplo, tiene más probabilidad de que sea desempeñado mejor por una persona joven, uno que depende de la madurez de juicio puede ser mejor ejecutado por una persona mayor.

Los trabajadores jóvenes (de menos de 35 años), quienes están en el proceso de labrar su carrera, están menos satisfechos con sus trabajos, en general, de lo que estarán más tarde. Son menos comprometidos con sus empleos, menos comprometidos con sus empleadores y tienen más probabilidad de cambiar empleo de la que tendrán más tarde en la vida. Con respecto a la satisfacción y permanencia en el trabajo, no hay diferencias claras de edad en aspectos específicos de la relación de trabajo, estos se encuentran asociados con la promoción, supervisión, compañeros de trabajo y el salario.

También se da la tarea de la intimidad. La gran mayoría, tanto hombres como mujeres, se casa en este período (25-34 años). Implica, además, la posibilidad de ser padres, el complementarse y completarse, diferentes tareas y necesidades psicológicas, interdependencia, necesidad de amor. Lo que se construye entre ambos es un espacio psicológico común (con proyectos de pareja).

Definición del Grupo Objetivo

Algunos datos importantes obtenidos en las encuestas que se elaboraron con el grupo objetivo:
(guía de entrevista anexo No. 2)

Son jóvenes sanos, que viven en un ambiente familiar, en donde se comparte continuamente con cada miembro de la familia.

La mayoría en su tiempo libre hacen algún deporte, ven televisión o salen con sus amigos.

Visitan con mucha frecuencia centros comerciales como Pradera concepción, Miraflores, entre otros. También disfrutan de ir al cine y ver películas románticas o de comedia.

En cuanto a la elección de material gráfico, la mayoría considera que el internet es el medio más moderno y funcional para poder analizar distintos materiales; también opinan que las revistas muchas veces presentan material atractivo.

Al momento de elegir un material gráfico, la mayoría coincidió en que debe tener texto e imágenes y colores llamativos. Se inclinan más por la fotografía realista full color y en algunos casos la de tipo comercial y publicitaria.

La mayoría de jóvenes no tienen hábito de lectura por lo que consideran importante que para sentirse motivados por algún material, el lenguaje debe ser amigable y motivacional. Algunos creen que el lenguaje en base a resultados también puede funcionar.

En relación a proyectos de solidaridad, la mayoría ha participado por lo menos una vez en proyectos de

voluntariado y comentaron que actividades como las Olimpiadas especiales y el Mac día feliz a través de medios masivos (televisión, prensa, afiches), realmente los sensibilizan y despiertan en ellos el deseo de ayudar.

Consideran que un voluntario debe ser solidario, comprensivo, servicial, constante, paciente.

Sienten gusto por actividades que educan o entretienen a partir de medios audiovisuales, como documentales.

Valoran diferentes expresiones artísticas como el teatro. Sienten mucho interés y sensibilidad por la naturaleza.

7. proceso de conceptualización

Para poder llevar a cabo la conceptualización se realizó un proceso en general tomando en cuenta los objetivos de diseño, y la necesidad que se planteó.

Para llegar a la idea central que determinará la estructura del mensaje gráfico, se utilizaron los ejercicios de **lluvia de ideas** y **opuestos** (para observar detenidamente el proceso consultar en anexo No. 3).

Lluvia de ideas:

Se elaboró un listado en el cual se desglosaron varias palabras relacionadas directamente con el tema de solidaridad y las áreas que lo apoyan como economía, valores, educación, salud, etc. Algunas de las palabras que más destacaron son: corazón, energía, acción, impacto, cambio, solidaridad, herramientas, positivo.

Luego se relacionaron las palabras entre sí y se estructuraron frases que transmiten el mensaje o idea central que se quiere desarrollar en cada pieza gráfica:

- Acción con energía
- Energía positiva
- Solidaridad en acción
- Reconstruyendo con energía el futuro

Opuestos:

Se desarrolló una lista de elementos o palabras que se pueden relacionar o asociar con el tema a tratar en este proyecto. A partir de la lista se redactó el opuesto de cada proyecto. A partir de la lista se redactó el opuesto de cada idea y se definió un pequeño concepto, para luego unificarlos entre sí y obtener frases conceptuales:

- Débil con energía
- Solidaridad egoísta
- Herramientas inservibles

- Dando alas al futuro con energía
- **Herramientas de cambio con energía positiva**
- Voluntarios haciendo realidad el cambio
- Dando vida al cambio con actitud y energía

Concepto Central:

Herramientas de cambio con energía positiva.

Este concepto tiene como propósito transmitir la importancia de la Solidaridad en cada uno de los guatemaltecos para mejorar el futuro del país, por ello se utilizó la palabra **Herramientas**, que significa instrumento y se enfoca en cómo cada uno de los guatemaltecos puede ser ese instrumento necesario para el cambio.

Cambio representa la transformación del futuro y las posibilidades que los jóvenes y empresarios brindarán a niños y jóvenes de escasos recursos.

Energía positiva es una forma de expresar la fuerza y voluntad que cada persona debe tener y sentir para poder responder solidariamente a las necesidades de los menos favorecidos.

Este concepto principal, se aplicará gráficamente por medio de una variedad de elementos, ya sea con imágenes, tipografía, diagramación, color, símbolos, etc., ya que la variedad implica cambios y transmite dinamismo y armonía.

8. contenidos del material gráfico

8.1. Contenido de texto

Texto: En el material se abordarán los siguientes temas:

- Información de JUVEA
- Estructura Organizacional
- Proyectos
- Recaudación de fondos

Lenguaje: Se utilizará un lenguaje casual, motivacional y amigable (por ser el lenguaje usual del grupo objetivo, según las encuestas realizadas; ver anexo), para que el grupo objetivo se identifique con el material.

Imágenes: Se utilizarán imágenes de actividades de voluntariado que ha realizado JUVEA, y del grupo de personas beneficiadas en su contexto. El concepto "herramientas de cambio con energía positiva" se enfatizará en una imagen relacionada con "quiénes" hacen el cambio y "de qué forma".

Referente: Se colocará el logotipo de JUVEA en cada pieza de diseño.

Contenidos del material gráfico

8.2. Tabla de Requisitos

ELEMENTOS de DISEÑO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
Formato	Facilitar el traslado de información, por medio de formas que despierten curiosidad en el grupo objetivo.	<p>Dimensión: los tamaños se definirán acorde al contenido y al grupo objetivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carpeta: 11 x 9" (cerrada) • Sticker: 7 x 3" • Desplegable: 8.5 x11, con troquel que integra dinamismo sin perder la sobriedad. <p>La orientación del formato será vertical y horizontal, según el contenido de información y el propósito de cada material.</p>	Originalidad
Soporte	Proporcionar resistencia a cada pieza para que puedan ser utilizadas el mayor tiempo posible.	<p>Material:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Texcote C-14 • Bond 80 gms • Couché 80 gms • Autoadhesivo brillante <p>El material se seleccionó según la función de cada pieza, de manera que su uso no afecte la calidad y duración.</p>	Durabilidad
Diagramación	Organizar en un espacio, contenidos escritos y visuales con ritmo gráfico para evitar la monotonía.	<p>Ejes y retículas mixtas de 1 columna, para que predomine más de una dirección en el layout.</p> <p>Interlineado de 1.5 pts.</p> <p>Predominarán las imágenes sobre el texto.</p> <p>Jerarquías por tamaño y color.</p>	Dinamismo.

Contenidos del material gráfico

Tipografía	Facilitar la comunicación por medio de una lectura clara y legible.	Tipo de letra sans serif, legible, que permita facilidad en la lectura. Para destacar textos relevantes como los encabezados o titulares se debe utilizar letras versalitas con trazos irregulares y remates gruesos que apoyen el concepto de energía positiva. Algunos ejemplos de letra: Gepetto, Puoli-ihminen, Jum Starr, Shangai-La, etc. Tamaño 10-12 pts en cuerpos de texto. 24-72 pts en titulares	Dinamismo (titulares) Comodidad (cuerpo de texto)
Color	Crear Impacto visual , atrayendo la mirada del grupo objetivo.	Uso del color: Full color, colores planos . Colores: Azul, Fresa, Naranja, Verde, Negro y Blanco. Los colores azul, fresa y naranja son colores institucionales que refuerzan el concepto de jóvenes en acción, y el color verde se integra para apoyar el concepto de energía positiva. Se relacionan con actividades solidarias; el voluntariado y servicio, haciendo referencia al grupo objetivo. Tonalidad: 100% para destacar los elementos que representan cada área del proyecto. También se utilizarán colores saturados para crear contrastes en el material dirigido a jóvenes (sticker y desplegable).	Intensidad.

Contenidos del material gráfico

Fotografías	Ser el punto focal del diseño de cada pieza gráfica.	<p>Todas las imágenes se retocarán digitalmente, trabajando el brillo y contraste.</p> <p>Perfil: niños recibiendo ayuda y apoyo de jóvenes solidarios; trabajando por el bienestar de los más necesitados.</p> <p>Formato: se trabajara con formato vertical y horizontal, dependiendo de la pieza y el espacio en donde se colocará la imagen.</p> <p>Encuadres de la Imagen: Plano General: para actividades solidarias que realizan los voluntarios de JUVEA y para expresiones de las personas beneficiadas.</p>	Alegría Positivismo
--------------------	-------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------

9. Medios y formas de distribución

9.1 Estrategia de Implementación

Para solucionar de la mejor forma la necesidad planteada, se desarrollará una estrategia de implementación, que ayudará a solventar los objetivos propuestos y a guiar de manera efectiva y organizada, el propósito de las piezas gráficas.

En la primera fase de comunicación, se distribuirá el material informativo para jóvenes (desplegable), con el propósito de hacerles llegar información directa acerca de JUVEA, las actividades que realiza y un mensaje que los haga sensibilizarse, para despertar en ellos el deseo de ser voluntarios juverianos. Al mismo tiempo se les entregará el material de apoyo (sticker), como recordatorio de la Asociación. Para ello se seleccionaron puntos estratégicos: colegios y universidades (Universidad Rafael Landívar, Universidad del Valle de Guatemala, Universidad Francisco Marroquín), que actualmente son establecimientos activos con JUVEA y que apoyan diferentes proyectos, conciertos y maratones. La distribución será a través de voluntarios juverianos que ya son parte de la Asociación.

También se entregará el material informativo para empresarios guatemaltecos (carpeta), con el propósito de darles a conocer formalmente qué es JUVEA, la misión, visión y los proyectos que realiza. La distribución será personalizada ya que la directora de JUVEA será la encargada de visitar a las diferentes empresas, en donde les brindará información concreta, haciendo alusión al material, con la intención de despertar en ellos interés por apoyar a la Asociación.

Medios y formas de distribución

9.2 Descripción de cada pieza

Pieza	Medio		Forma de Distribución		
	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
<p>Carpeta Presentarle a los empresarios formalmente la información general y de contacto de JUVEA, integrada en un mismo material.</p>	Impreso	Informativo	Michelle Sarmiento, directora de JUVEA	Se distribuirá durante un año. Luego será necesario hacer cambios en el área de Estructura Organizacional, ya que se elige a la nueva junta directiva de la Asociación.	Este material será distribuido en diferentes Empresas Guatemaltecas.
<p>Desplegable Informar al grupo objetivo sobre JUVEA y las actividades solidarias que realiza.</p>	Impreso	Informativo.	Michelle Sarmiento, directora de JUVEA y personal interno y externo (voluntarios) de la fundación, encargados de promover el voluntariado y las actividades de JUVEA.	Este material será distribuido durante 6 meses. Después de este tiempo, se hará un análisis en cuanto a funcionalidad, para ver si es necesario hacer algún cambio, ya sea de diseño o información, que mejore la comunicación con el grupo objetivo.	El material se estará repartiendo en algunos eventos como maratones, caminatas, conciertos, edificios M, J, L de la Universidad Rafael Landívar y en cafeterías de otras universidades.
<p>Sticker Funcionará como material de recordatorio para los jóvenes.</p>	Impreso	de Apoyo	Michelle Sarmiento, directora de JUVEA y personal interno y externo (voluntarios) de la fundación, encargados de promover el voluntariado y las actividades de JUVEA.	Se repartirá durante 6 meses. Luego se realizará un diseño nuevo, para reflejar el concepto de "cambio".	El material se estará repartiendo en algunos eventos como maratones, caminatas, conciertos, edificios M, J, L de la Universidad Rafael Landívar y en cafeterías de otras universidades.

10. Bocetaje

etapa 1 tipografía

Para empezar el proceso de bocetaje, es importante mencionar que la función y aplicación de cada elemento gráfico, se definirá en base al concepto "Herramientas de cambio con energía positiva". Este concepto se aplicará en los materiales para los dos grupos objetivos, con el propósito de identificar a la Asociación como un grupo de jóvenes que trabajan para el futuro de niños y jóvenes de escasos recursos

Se evaluaron diferentes combinaciones visuales en cuanto a tipografía, con el fin de encontrar una que reúna las características para reflejar el concepto.

Para los titulares se buscó un tipo de letra que tuviera características y rasgos juveniles, con el fin de transmitir sensación de dinamismo. Se buscaron tipografías versalitas, que por medio de sus proporciones, trazos irregulares y remates gruesos, apoyaran el concepto y la expresión gráfica.

Luego se hizo una pre-selección (ver anexo No.4). Se trabajaron las tipografías que cumplían con la función de expresividad, establecida en la tabla de requisitos.

Jovenes en accion

Gepetto 28pts.

JÓVENES EN ACCIÓN

Puoli - ihminen 28pts.

JOVENES EN ACCION

Jump Start 28pts.

JÓVENES EN ACCIÓN

Shangri - La 28pts.

jóvenes en acción

215000E 28pts.

Luego se analizaron cada una de estas opciones tomando en cuenta el tamaño, la medida del espacio que ocupará dentro de la composición y el interlineado, de manera que cumplan con la función de facilitar la comunicación por medio de una lectura clara y legible.

Tomando en cuenta los aspectos anteriores, se considera adecuado y funcional definir como propuesta para títulos la tipografía Jump Start.

Se hicieron pruebas con diferentes tamaños, dependiendo del material. La anatomía de la letra permite que a un tamaño de 16 pts. siga siendo clara y fácil de leer, factor importante que las otras propuestas no cumplían.

JOVENES EN ACCION 16pts.

GRUPO DE JUVERIANOS 28pts.

Luego se analizaron diferentes propuestas de tipografías para la redacción del texto complementario e informativo. (ver anexo No. 4).

Cada una de las opciones cumplía considerablemente con la función de expresar legibilidad, por lo que se hizo un estudio para evaluar cual sería la más adecuada.

1. JUVEA esta conformada por voluntarios llamados "juverianos" que son personas con gran sentido de responsabilidad, que se unen con entusiasmo, creatividad, espíritu de solidaridad y trabajo en equipo para lograr los objetivos de su proyecto.

(Century Gothic 11pts.)

2. JUVEA esta conformada por voluntarios llamados "juverianos" que son personas con gran sentido de responsabilidad, que se unen con entusiasmo, creatividad, espíritu de solidaridad y trabajo en equipo para lograr los objetivos de su proyecto.

(Bellerose 11pts.)

3. JUVEA esta conformada por voluntarios llamados "juverianos" que son personas con gran sentido de responsabilidad, que se unen con entusiasmo, creatividad, espíritu de solidaridad y trabajo en equipo para lograr los objetivos de su proyecto.

(SF New Republic 11pts.)

4. JUVEA esta conformada por voluntarios llamados juverianos que son personas con gran sentido de responsabilidad, que se unen con entusiasmo, creatividad, espíritu de solidaridad y trabajo en equipo para lograr los objetivos de su proyecto.

(Apple Ligothic Medium 11pts.)

Se eligió la primer opción, ya que es un tipo de letra legible, con trazos redondos bien definidos que facilitan la lectura.

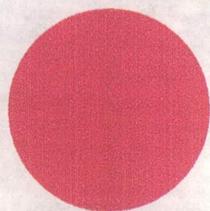
En esta etapa de bocetaje se dio inicio a la evaluación de los colores a utilizar, tomando en cuenta el concepto: "herramientas de cambio con energía positiva", y la función de crear impacto visual en el grupo objetivo y reflejando la sensación de intensidad.

Los colores institucionales que refuerzan el concepto de jóvenes en acción son: azul, fresa y naranja. Cada uno de estos colores debía implementarse en las piezas gráficas.

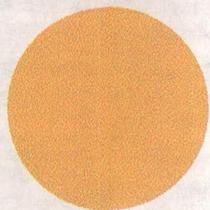
Para obtener una paleta más amplia, se evaluaron varios colores en su máximo nivel de intensidad, buscando armonía y equilibrio con los tres colores institucionales.



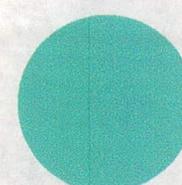
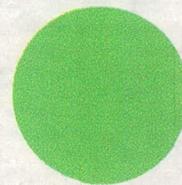
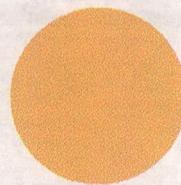
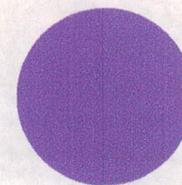
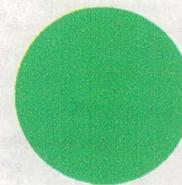
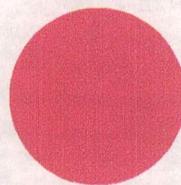
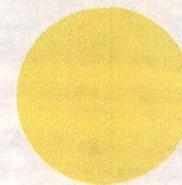
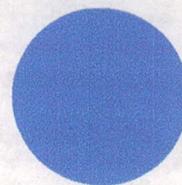
Pantone 287 C



Pantone Rubine Red C



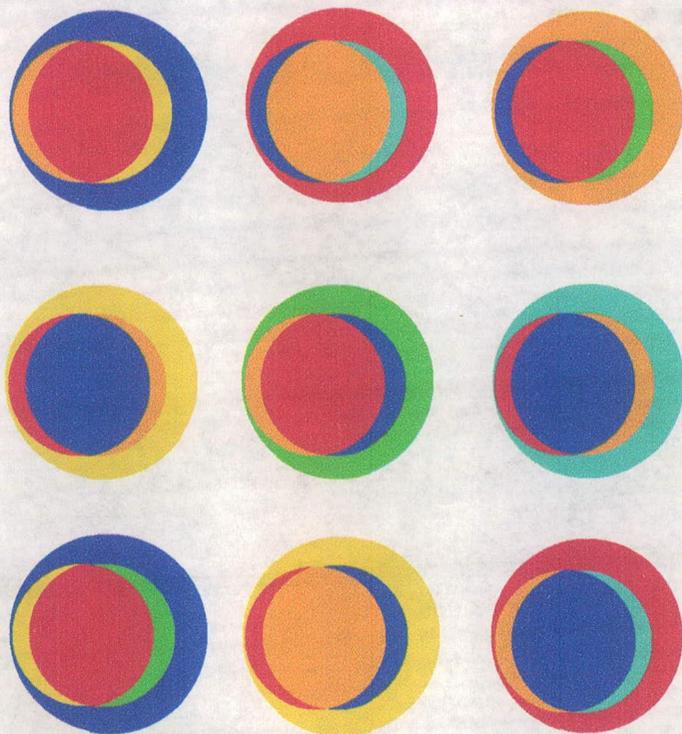
Pantone 137 C



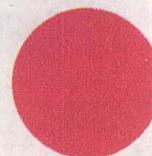
Luego de realizar diferentes pruebas, se determinó la paleta de color preliminar:

De la guía de color obtenida en la etapa anterior, se llegó a la conclusión que el utilizar varios porcentajes de un mismo color no era funcional, ya que podía provocar cansancio visual en el lector, por lo que se decidió utilizar colores sólidos que apoyaran a los colores institucionales.

Con los colores elegidos se evaluaron diferentes combinaciones que logren reflejar el concepto.



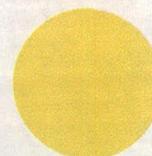
Pantone 287 C



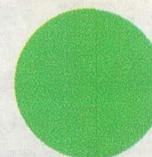
Pantone Rubine Red C



Pantone 137 C



Pantone Yellow C

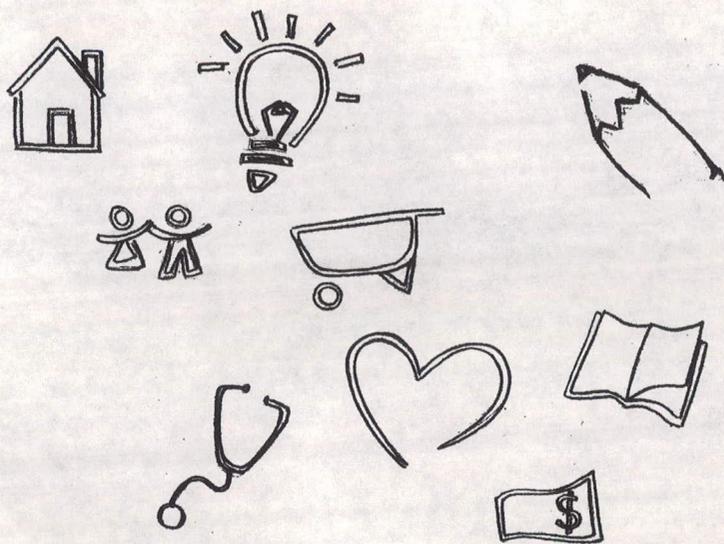


Pantone 375 C

Luego de concretar la tipografía y la guía de color, se empezaron a evaluar formas y estructuras que se utilizarían como elemento de apoyo para organizar las diferentes secciones del proyecto, logrando una composición más atractiva y funcional.

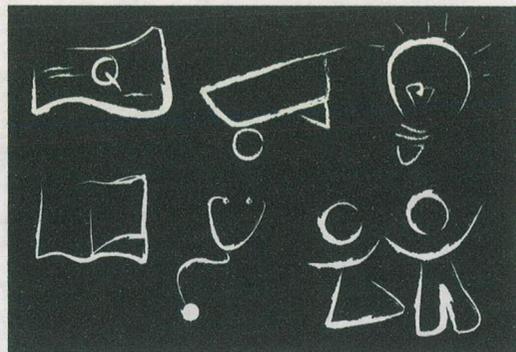
También se desarrollaron propuestas de símbolos para mejorar la comunicación con el lector, con el fin de ubicar y diferenciar cada uno de los temas a tratar.

Se elaboraron diferentes propuestas manejando trazos irregulares y líneas mixtas, logrando unidad con la línea de diseño que maneja la fundación en su respectivo logotipo. (proceso completo anexo No.4)

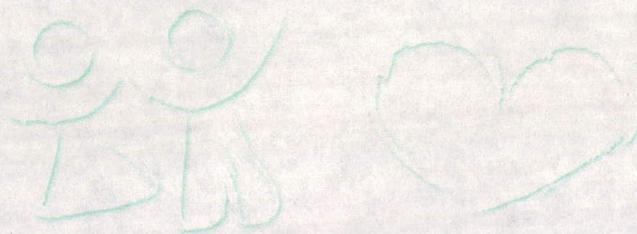


La idea de utilizar la técnica de simplificación en los símbolos logra que el diseño rompa con la monotonía. por lo que se digitalizaron los bocetos realizados a mano, a los cuales se le hicieron algunos cambios necesarios como el símbolo del dólar por el del quetzal para representar a Guatemala. Luego se evaluaron diferentes tipos de línea para darle peso a cada uno, sin saturar la composición.

Las áreas que se trabajaron en el proyecto son: educación, salud, trabajo, solidaridad y valores, por lo que se eligieron propuestas se relacionen con cada una de estas



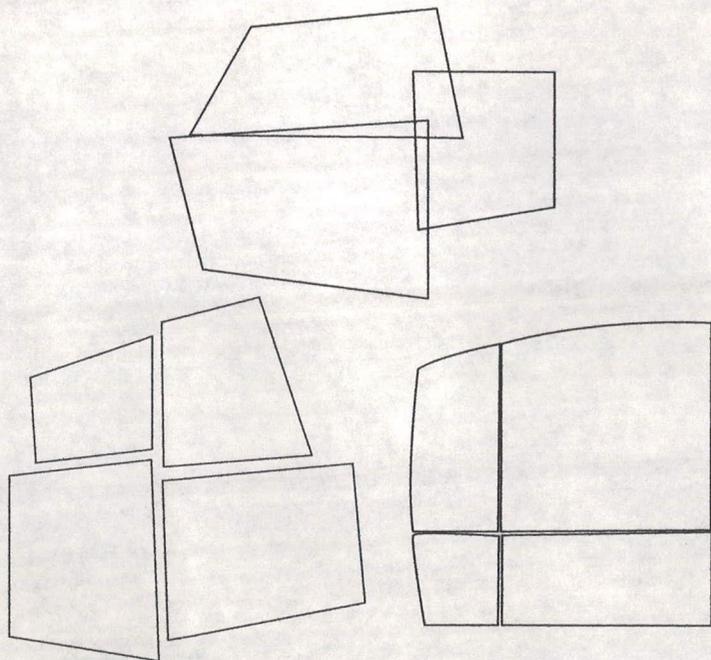
Se consideró adecuado utilizar el color blanco con sombra densa para generar contraste, volumen y mayor peso visual sobre el fondo.



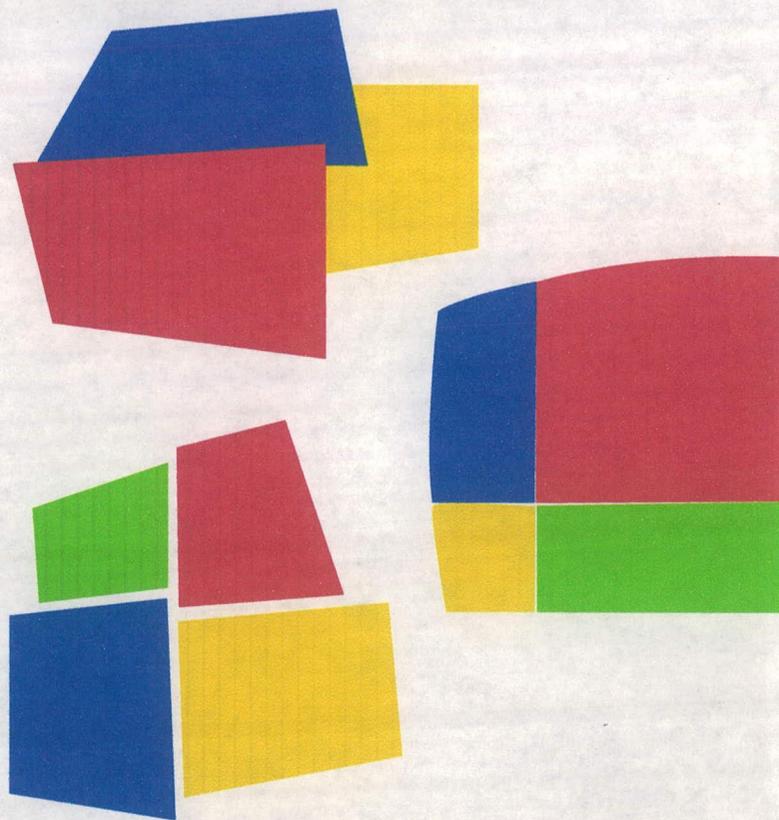
Luego se buscaron diferentes formas que en conjunto lograrán una estructura de apoyo para cada símbolo con el objetivo de organizar las secciones informativas del proyecto, logrando mantener el interés del lector.

Se utilizaron formas cuadradas con variación en las proporciones, para lograr una estructura que refleje dinamismo y a la vez represente la multiculturalidad de Guatemala.

Las propuestas se bocetaron a mano para explorar diferentes combinaciones para la posición de los símbolos. Como se puede observar, se evaluaron diferentes propuestas para encontrar la más adecuada para apoyar el concepto.



Al establecer las formas se empezó a implementar el color para determinar equilibrio y armonía en la estructura gráfica. (proceso completo anexo No. 4)



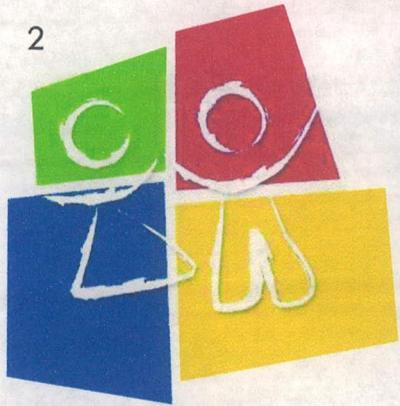
Después de establecer las opciones de color, se hicieron pruebas integrando el símbolo sobre las formas para analizar si realmente cumpliría con el objetivo de identificar cada área dinámicamente.

Como propuesta preliminar se eligió la opción que se observa a continuación. Se decidió variar la jerarquía en cuanto al manejo de color en cada composición para no hacer repetitivo el diseño.

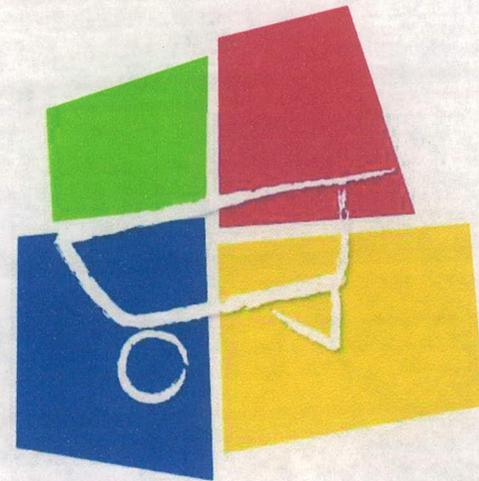
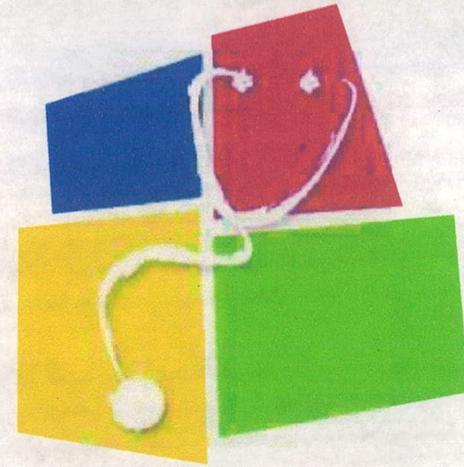
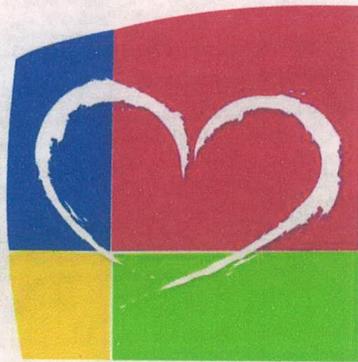
1



2



3



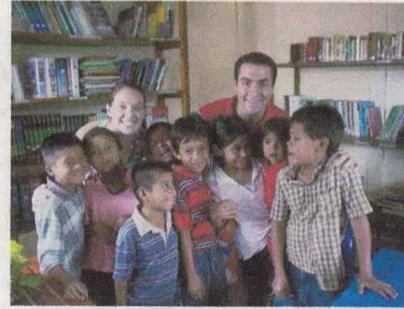
Al analizar cada opción se tomó la decisión de descartar las propuestas 1 y 3 ya que no tenían suficiente espacio entre las formas y el símbolo, lo que dificultaba la jerarquía visual dando lugar a la distracción de la lectura.

En cuanto a fotografía, la Asociación proporcionó varias propuestas para cada uno de los proyectos que están desarrollando.

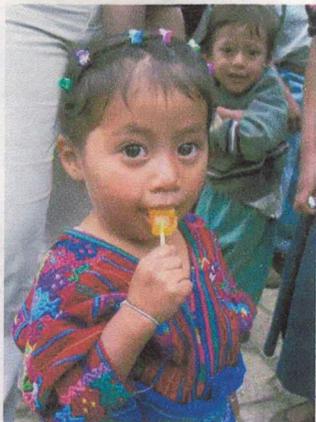
La función de la fotografía es: ser el punto focal del diseño de cada pieza gráfica expresando alegría y positivismo.

De todas las opciones se hizo una selección de las fotografías que en base a los objetivos de diseño, logran ser un enlace entre el grupo objetivo y la realidad del contexto, para despertar en ellos sentimiento de solidaridad.

Al definir las propuestas principales se realizó un breve estudio experimental a un grupo de jóvenes en donde se evaluó la preferencia de las opciones tomando en cuenta el impacto que generaba en ellos.



Para mejorar la calidad, cada fotografía fue alterada. Se realizaron cortes para modificar el encuadre. También se hicieron estudios de luz para crear balances y contrastes bien definidos. A continuación se muestran algunas de las propuestas.



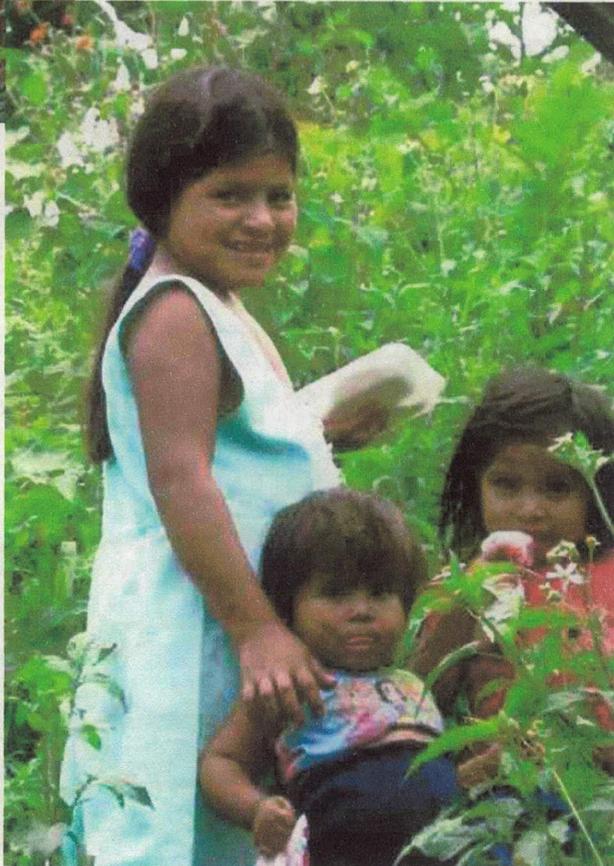
antes



después



antes



después



después



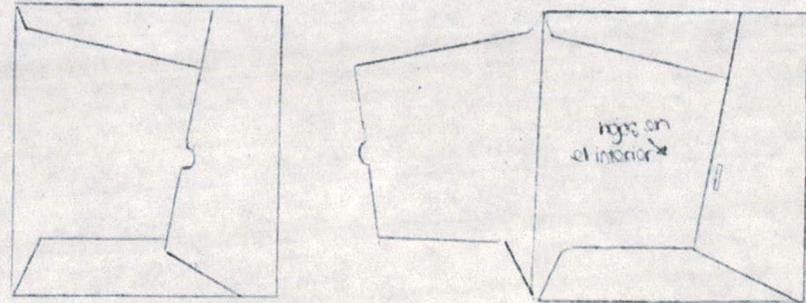
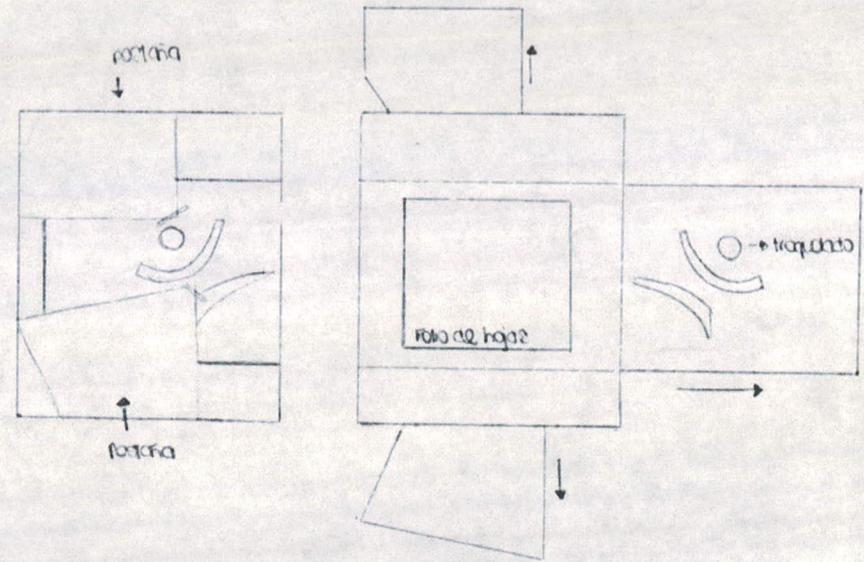
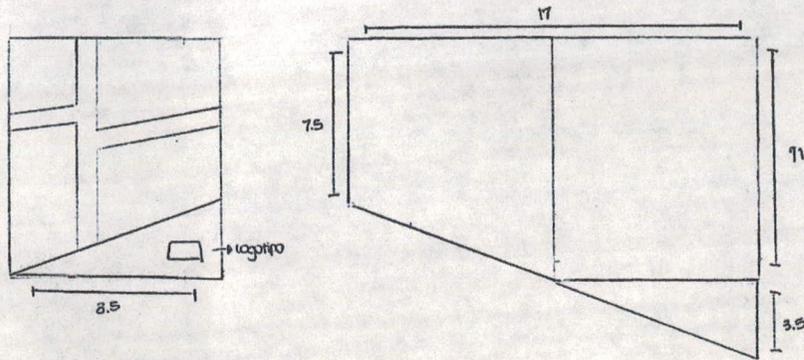
antes

Para empezar a diseñar el material publicitario-informativo, se decidió dar inicio con la carpeta. Se desarrollaron varias propuestas que cumplieran con la función de facilitar el traslado de información, por medio de formas que reflejen originalidad en el grupo objetivo, logrando establecer una línea de diseño preliminar que sirva como base para diseñar las otras piezas gráficas.

El tamaño de la carpeta se estableció según las características del grupo objetivo: empresarios guatemaltecos.

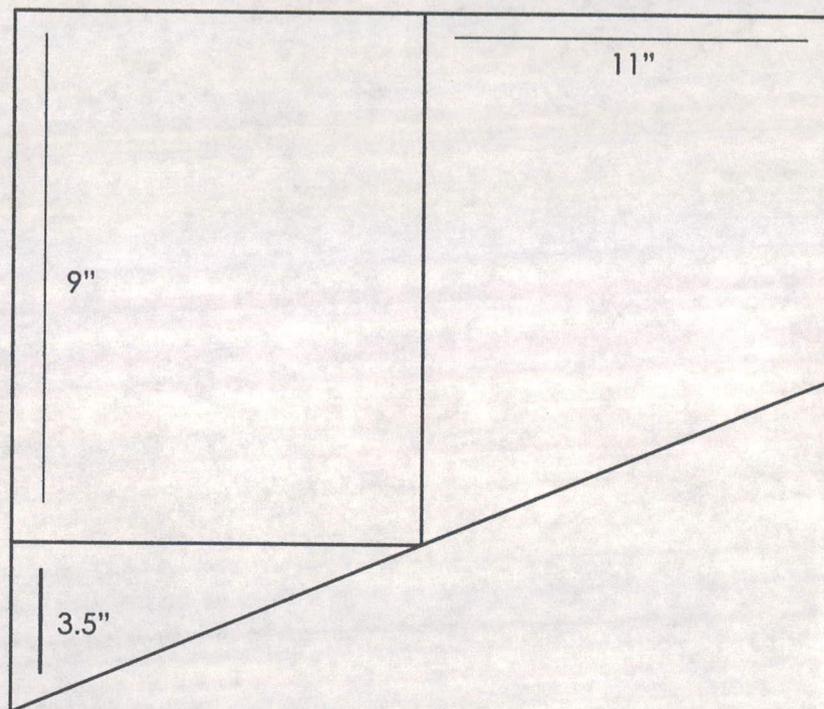
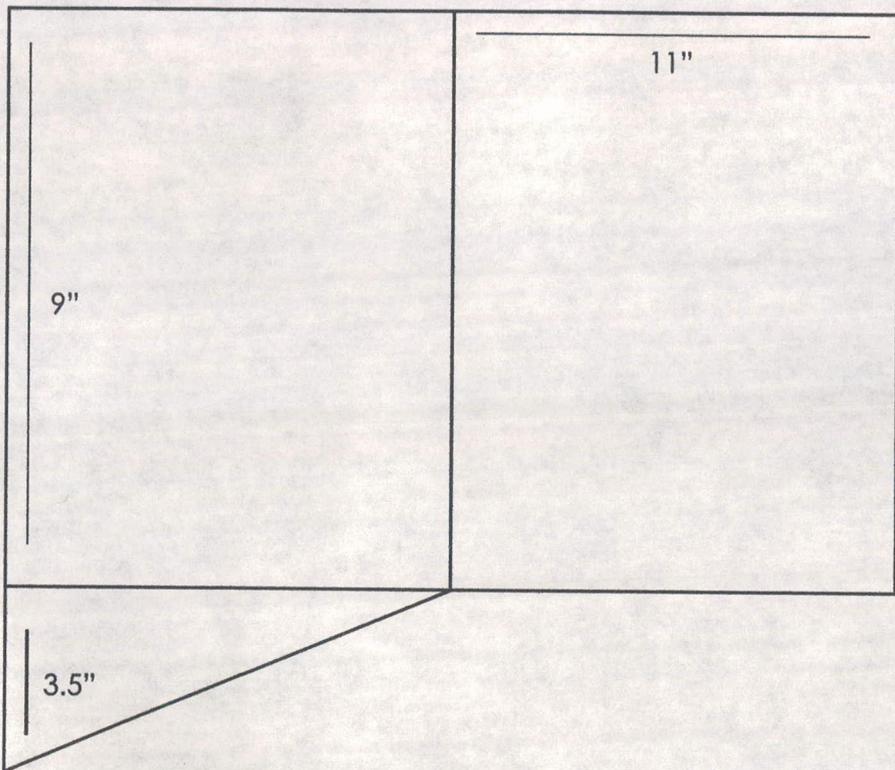
Por ser un medio muy distinguido para presentar información importante acerca de un servicio o producto y que proyecte formalidad, el formato debe ser creativo y diferente para que realmente llame la atención.

Mencionadas las características anteriores de formato, se bocetaron varias propuestas para lograr que el material sea funcional (proceso completo anexo No. 4)



Luego de bocetar varias opciones, se decidió que la medida del formato fuera de 11x9" cerrado y que se trabajara con troquel únicamente la pestaña interior y se para disminuir los costos.

Tomada esta decisión se empezaron a diseñar digitalmente las propuestas más acertada, según la función establecida en la tabla de requisitos.

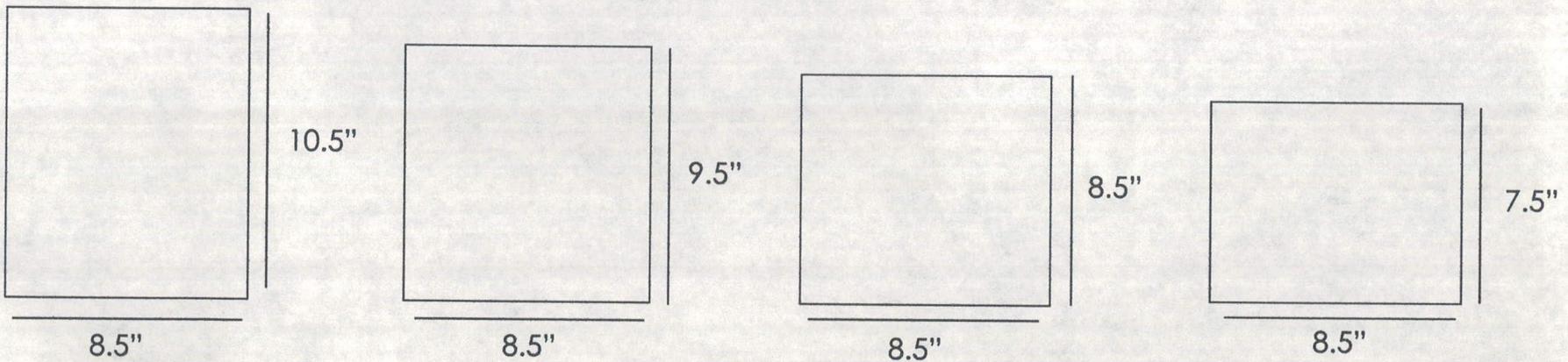
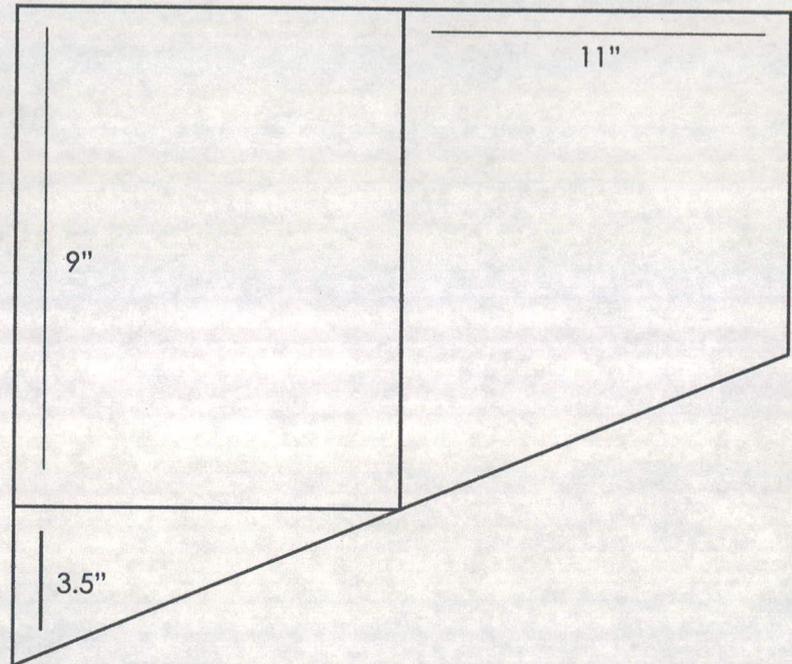


Se evaluaron ambas propuestas y luego se determinó que la segunda opción es la más indicada para cumplir con la función expresiva de reflejar novedad por el manejo de troquel tanto en la pestaña interior como en la portada.

El formato para las hojas interiores se estableció tomando en cuenta la función de transmitir la sensación de novedad. Por lo que se evaluaron varias propuestas para el tamaño de cada sección informativa que se incluiría en la carpeta.

La idea era trabajar un formato que fuera fácil de manejar y que de alguna forma tuviera unidad entre sí con las otras hojas. Fue así como surgió la propuesta de trabajar las hojas interiores aumentando las dimensiones una a una.

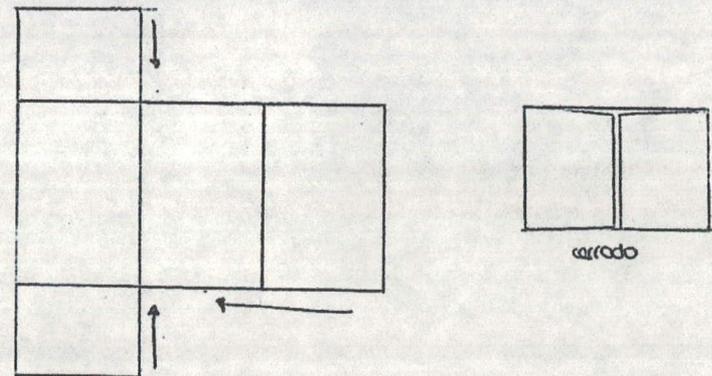
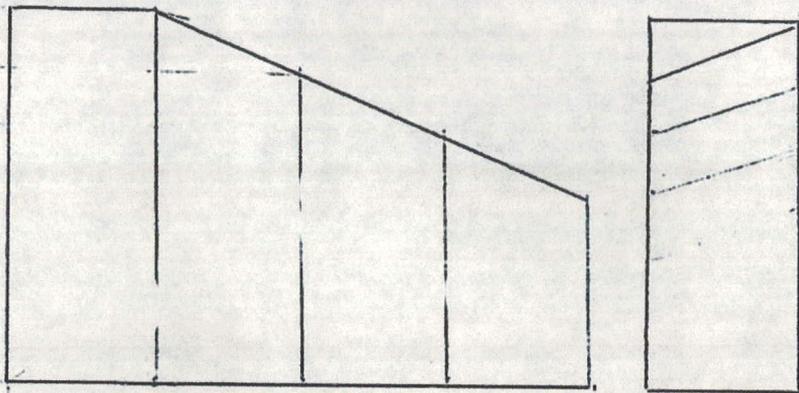
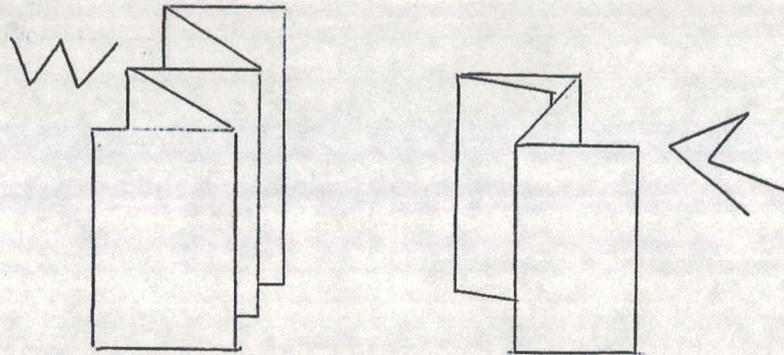
De esta forma se delimitó que el formato más pequeño mediría 7.5 x 8.5", y luego se fue aumentando 1 pulgada únicamente en la altura de cada hoja. El formato más grande tendría 10.5 x 8.5".



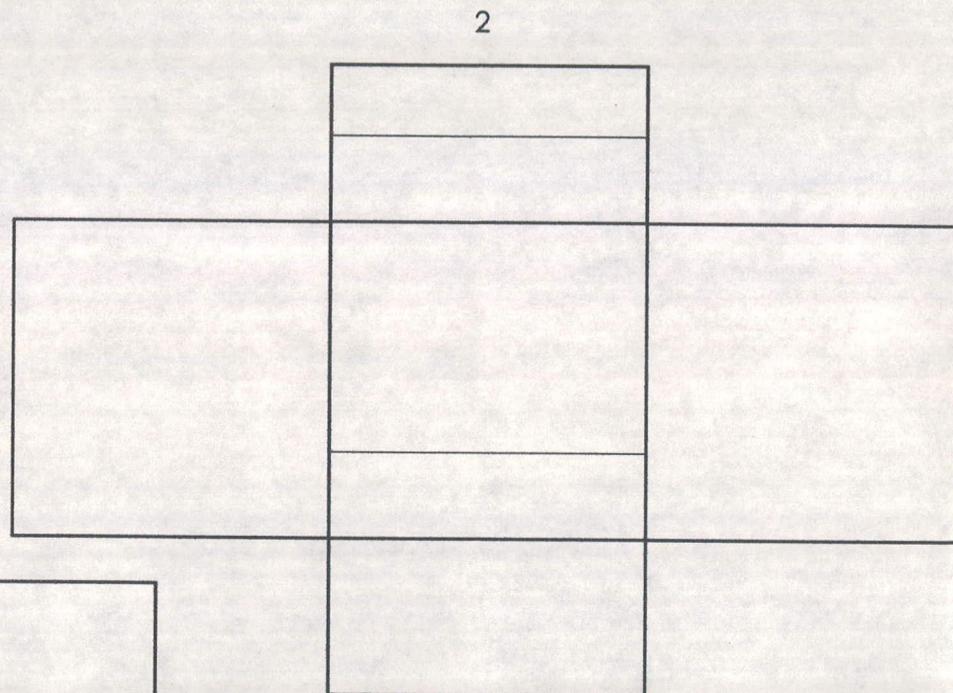
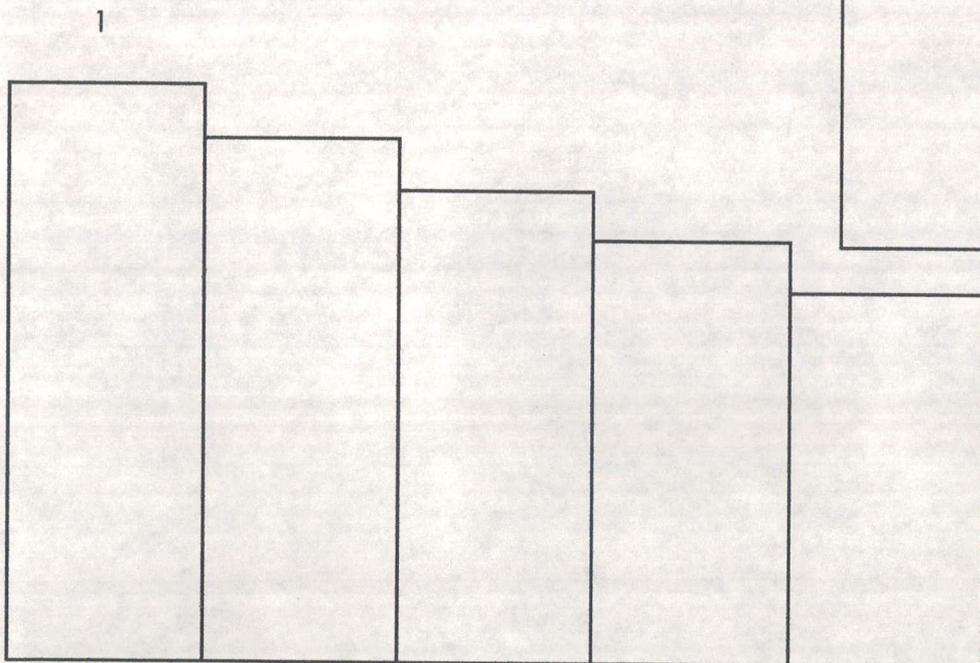
Luego de determinar el formato de la primer pieza, se evaluaron varias propuestas para definir el formato del desplegable, tomando en cuenta que debe evidenciar la función establecida en la tabla de requisitos.

El tamaño de este material informativo es de 11x17" abierto. Esta medida se determinó tomando en cuenta el grupo objetivo al que va dirigido y el tipo de mensaje que se quería transmitir.

Tomada esta decisión se elaboraron bocetos a mano, en donde se analizan distintos dobleces para darle a la pieza, un carácter distintivo. (proceso completo anexo No. 4)

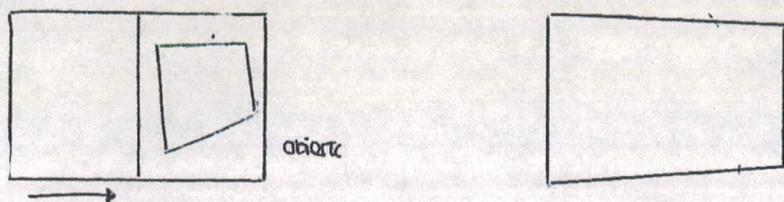


Luego de analizar las diferentes propuestas, se digitalizaron las opciones que logran reflejar la sensación de un material nuevo e innovador, por medio de sus pliegues y dobleces.

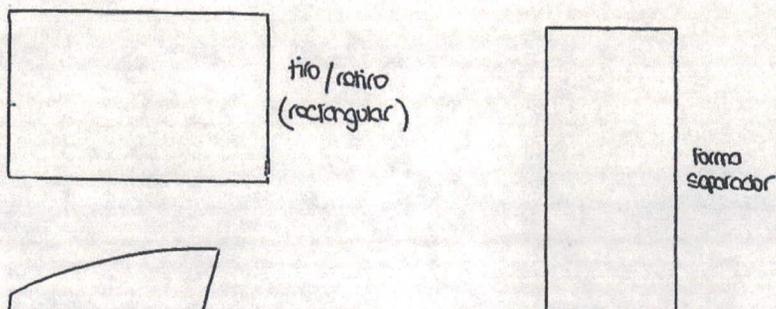


Se evaluó que el diseñar un material con varios dobleces puede obstaculizar el manejo de la información. Tomando en cuenta lo anterior, se determinó que la segunda opción sería la más eficaz.

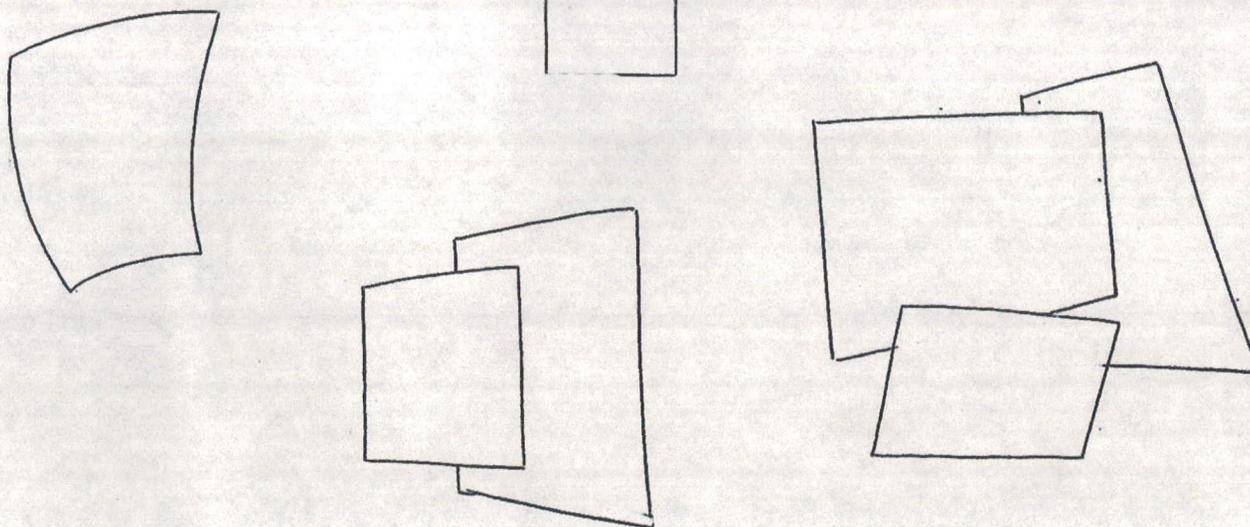
Para establecer el formato del sticker se bocetaron a mano varias propuestas con formas simples al igual que la línea de diseño aplicada en elementos y piezas anteriores.



Se evaluó cada una de las propuestas, tomando en cuenta la función de facilitar el traslado de información, por lo que se estableció que el formato debía manejar un tamaño adecuado para lograr ser un enlace entre la fundación, el mensaje y el grupo objetivo.

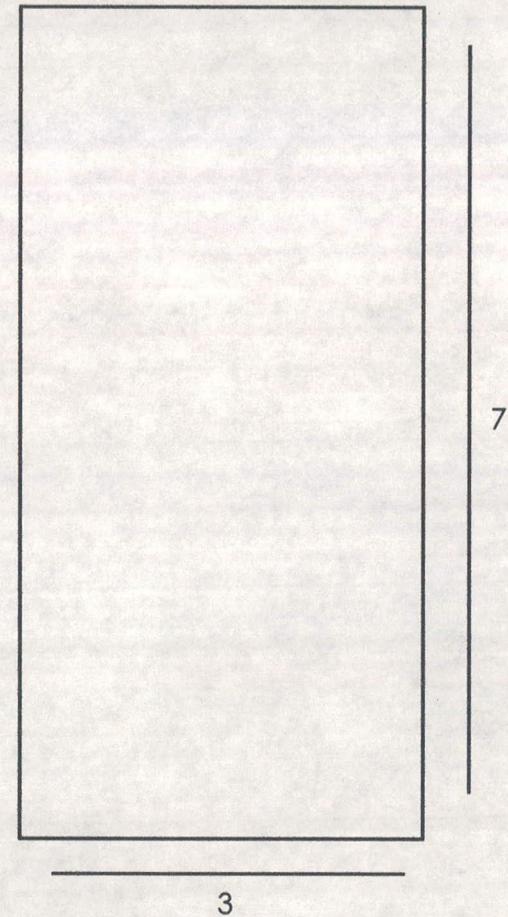
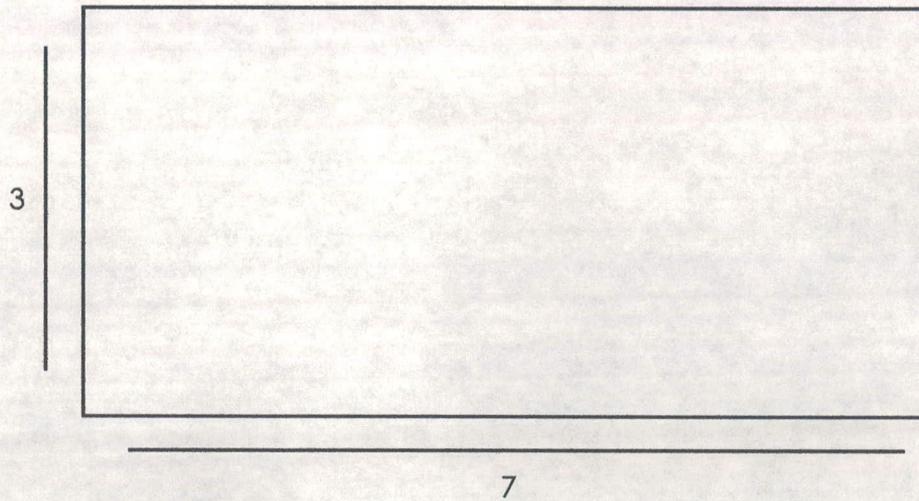


Determinado lo anterior, se consideró favorable que las dimensiones del sticker fueran de 7 x 3", pero aún no estaba definido si la dirección del formato sería vertical u horizontal.



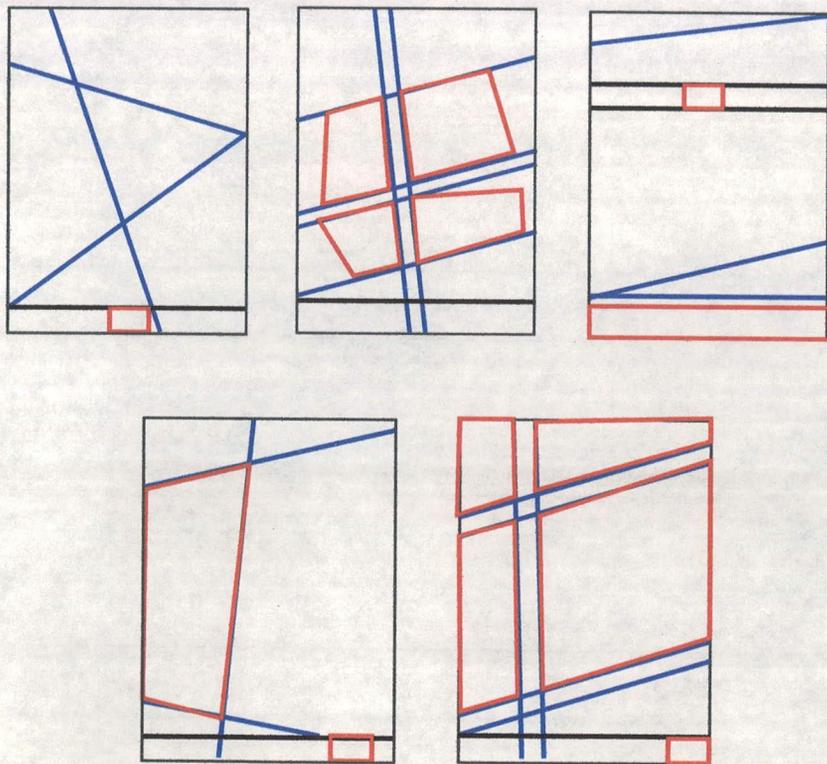
Luego de analizar las proporciones de las propuestas anteriores en relación a las medidas establecidas, se digitalizaron las opciones más factibles en cuanto a funcionalidad.

Se descartaron los troqueles de formas irregulares por el costo de los mismos, ya que el presupuesto para este material no debía ser muy elevado.

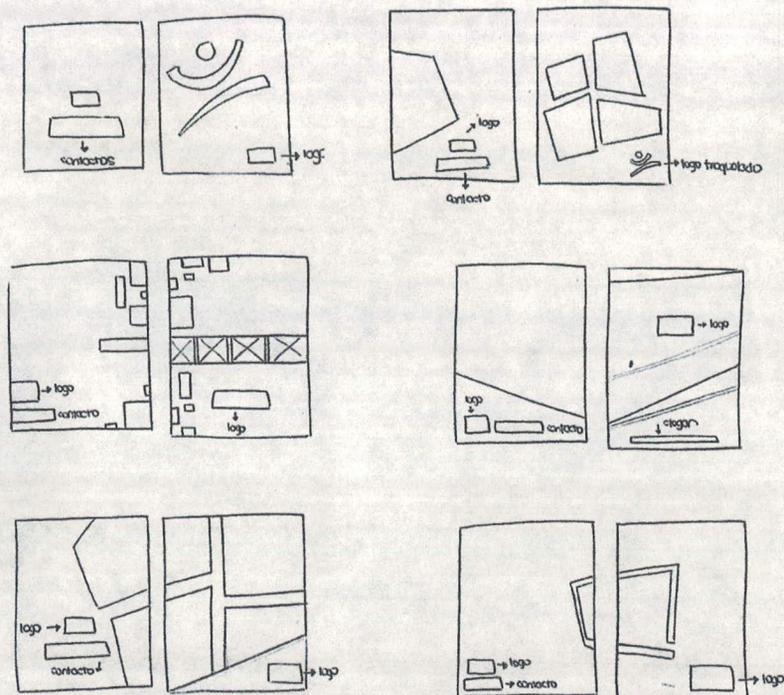


Teniendo las medidas del formato, se propusieron distintos bocetos de ejes y partiendo de éstos se establecieron las retículas de la carpeta, buscando transmitir dinamismo.

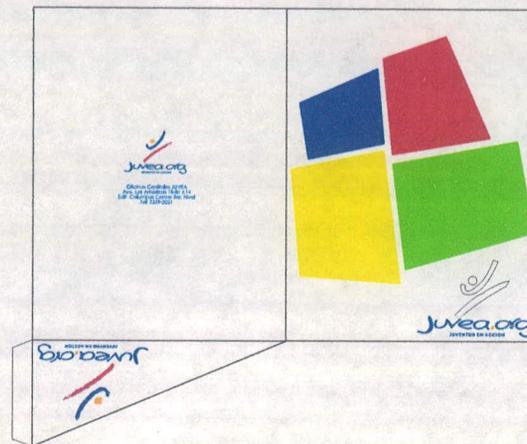
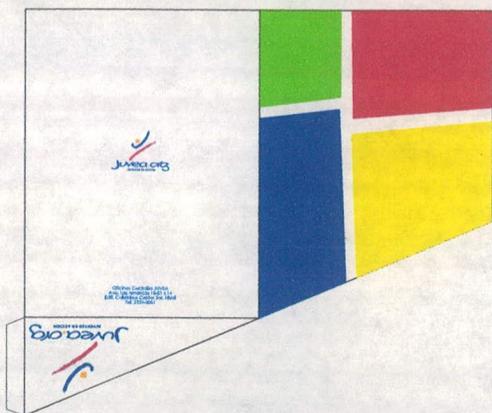
- ejes
- retícula



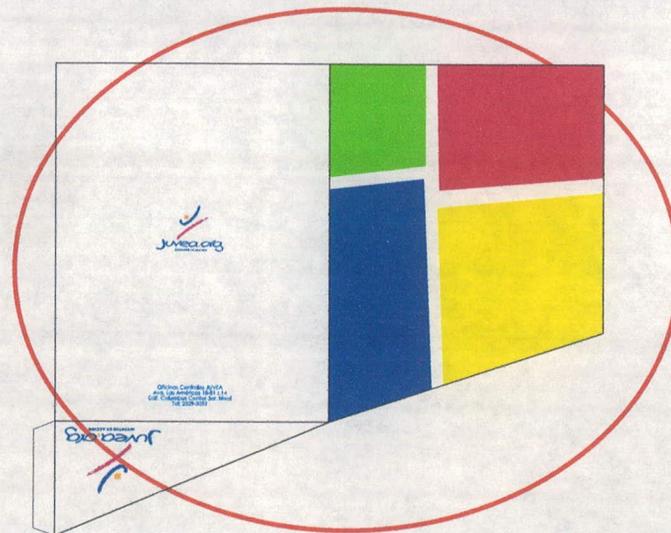
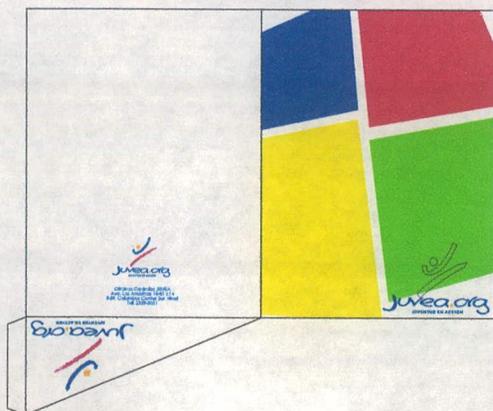
Luego se inició a bocetar el estudio de diagramación tomando en cuenta la función de organizar en el espacio, contenidos escritos y visuales, con ritmo gráfico para evitar la monotonía, respetando las propuestas de ejes y retículas establecidas.



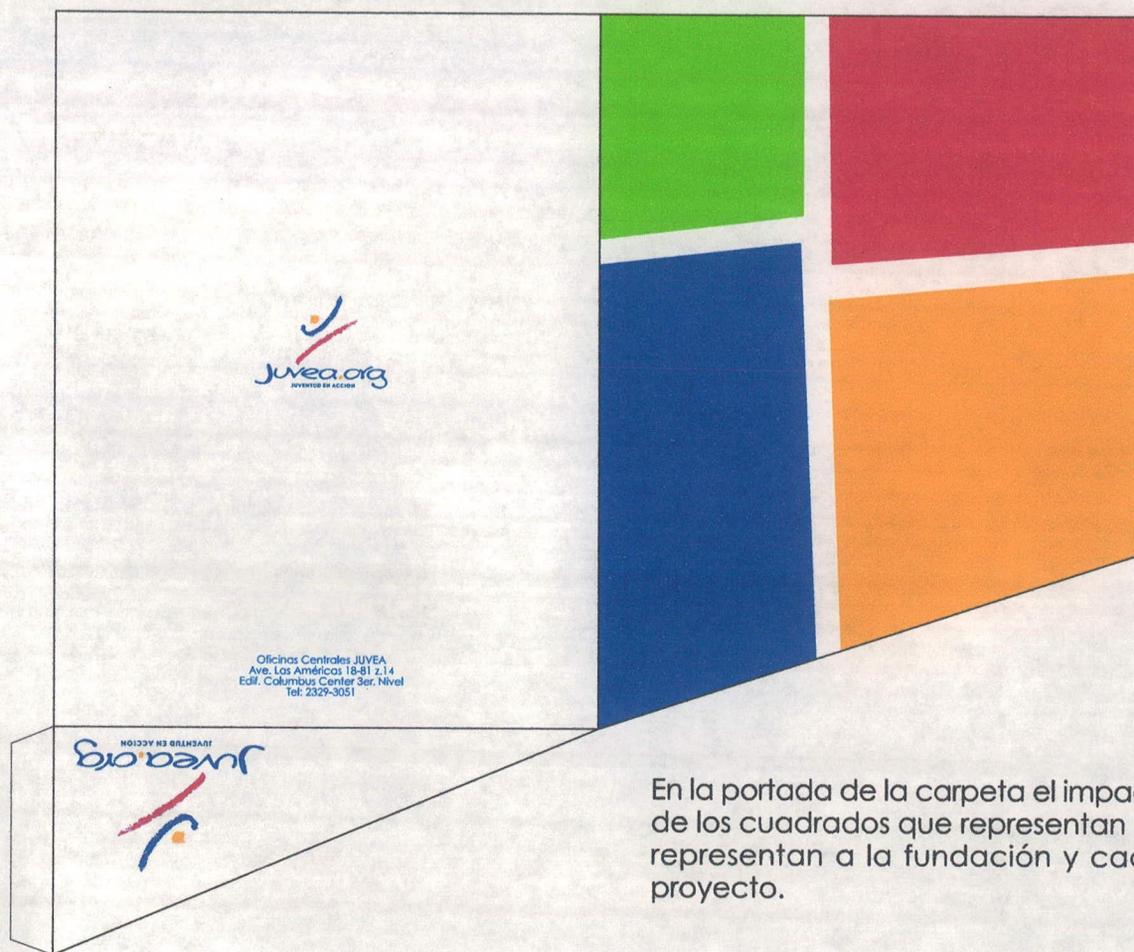
Al determinar las propuestas bocetadas a mano que respondía a la función establecida en la tabla de requisitos, que desarrollaron bocetos digitales con pruebas de color, y aplicación de elementos gráficos.



Luego de analizar cada una de los bocetos digitales, se eligió la propuesta más funcional a la que se le disminuyó el tamaño de troquel en la portada para que no quedara al mismo nivel de la pestaña interior, logrando unidad y estabilidad en la pieza.



Para definir la propuesta preliminar, se hizo un último cambio en la aplicación del color. Luego de analizar la paleta de color ya aplicada en la primer pieza, se decidió sustituir el color amarillo por el naranja en la línea de diseño, para evitar que el material gráfico cayera en un concepto infantil.

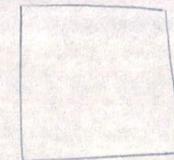
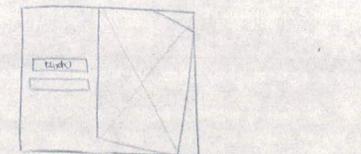
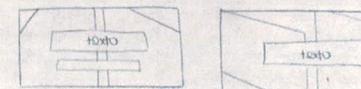
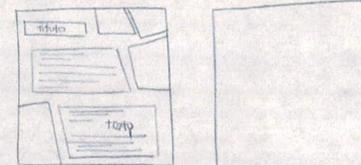
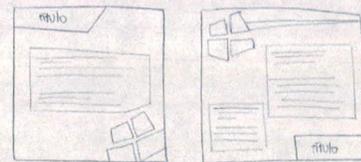
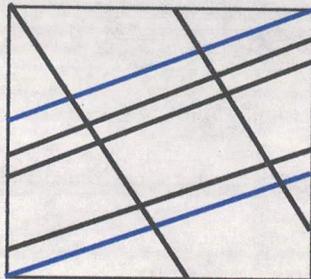
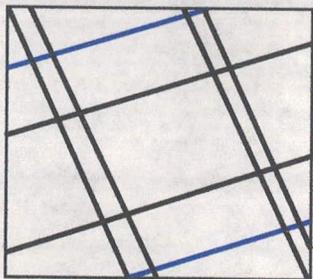
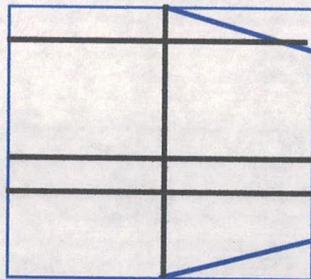
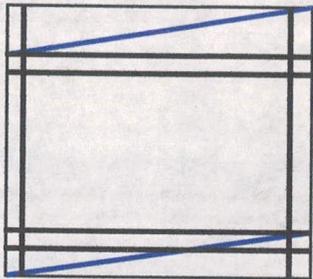


En la portada de la carpeta el impacto visual se logra a través de los cuadrados que representan que por medio del color, representan a la fundación y cada una de las áreas del proyecto.

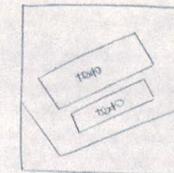
desplegable

Establecido el diseño del formato se bocetaron varias opciones de ejes y retículas para establecer jerarquías visuales combinando la simetría y asimetría, de manera que la pieza transmita energía y dinamismo. Luego se propusieron varios layouts, colocando todos los elementos gráficos.

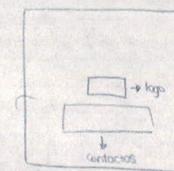
- ejes
- retícula



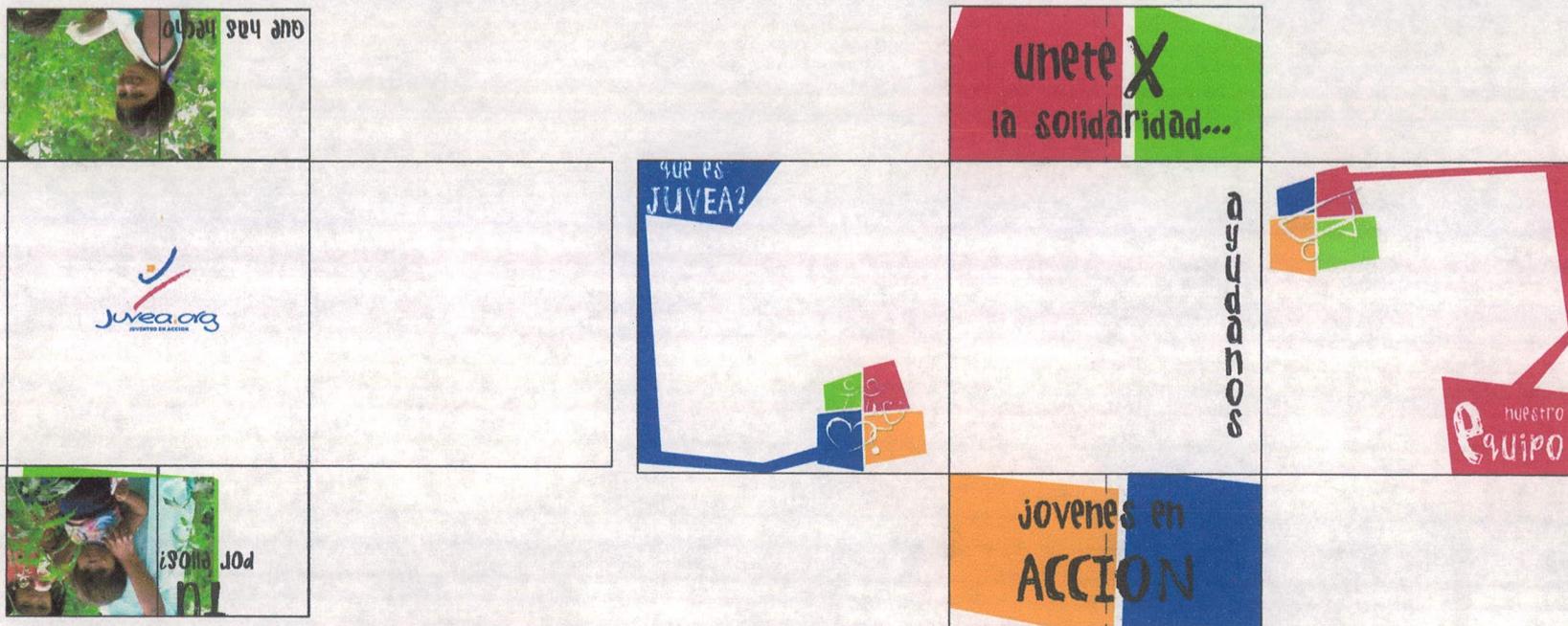
Página secundaria



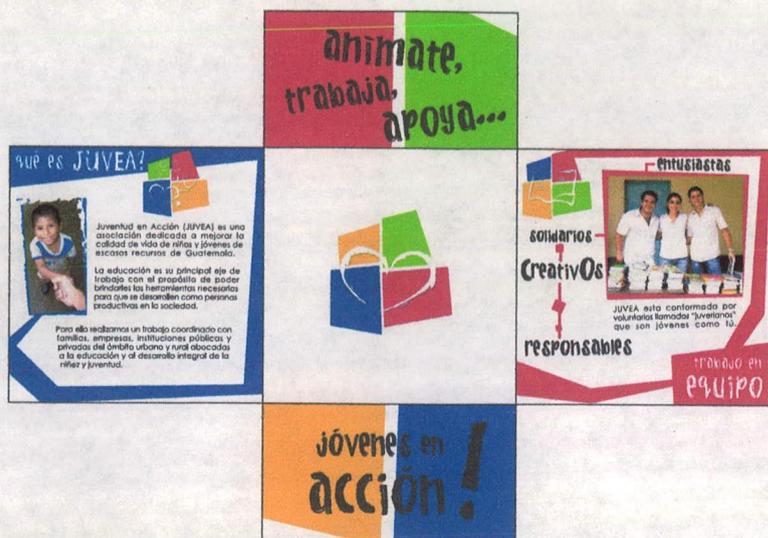
Página principal



Contenido



Se digitalizaron bocetos con propuestas de layout tiro y retiro del desplegable. En el interior del material se aplicaron las primeras pruebas de color, y elementos gráficos. Se colocaron titulares siguiendo los ejes y retículas definidas, dando lugar a jerarquías visuales. Los espacios en blanco serán utilizados para colocar el cuerpo de texto a una columna. En el retiro, únicamente se colocó el logo de la fundación para indicar que en ese espacio irán los datos de contacto.



Luego se dio inicio a la estructuración del contenido. Se hicieron algunos cambios en cuanto a los elementos de apoyo que sirven como márgen de cada doblez, ya que había mucho espacio en blanco, así que se tomó la decisión de aumentar el grosor de las plecas.

También se cambió la forma en que estaban colocados los titulares, para darle más unidad con las otras piezas. Por último se diagramaron algunos cuerpos de texto respentando los ejes establecidos para el material.

En la parte central del troquel, únicamente se colocó un elemento para establecer jerarquías porque todavía no estaba delimitado el texto que iría en ese espacio.

También se colocaron diferentes fotografías haciendo referencia al tema tratado en cada una de las secciones.

En el retiro también se realizaron varios cambios. En ambos lados se aplicaron los cuadrados como elemento de apoyo para crear unidad con el resto de la pieza, al momento de doblar el material.

Se modificó el diseño de los dobleces superior e inferior y se aplicó color verde de fondo para evitar el exceso de espacio en blanco. También se aumentó el tamaño de la foto y se cambió el orden en la diagramción del titular.

En el cuadro de en medio se colocaron los datos de contacto centrados con el logotipo de la fundación, sobre fondo blanco para darle la importancia necesaria.

Luego de predeterminar la propuesta, se diagramó el texto de la parte central, siguiendo con la línea de diseño aplicada en los otros espacios.

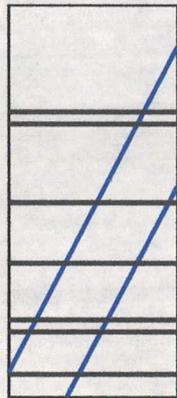
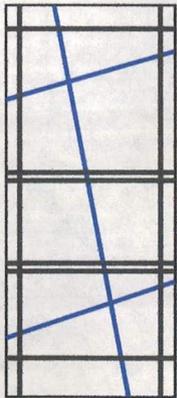
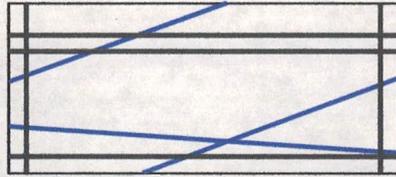
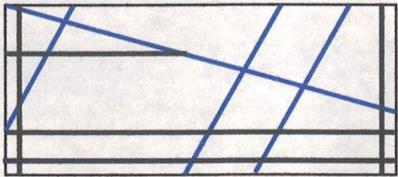
También al igual que en la carpeta, se sustituyó el color amarillo en los elementos de apoyo por el naranja, y en la fotografía del lado derecho se aplica el detalle de un margen con textura para tener unidad con la otra fotografía.

Luego en el retiro se hizo un cambio fundamental en los dobleces superior e inferior ya que no tenía unidad con la línea de diseño aplicada en las otras piezas. El fondo verde le quitaba importancia a la fotografía por lo que se substituyó con un recuadro con textura alrededor de la fotografía, en el mismo color verde, evitando la saturación del espacio.

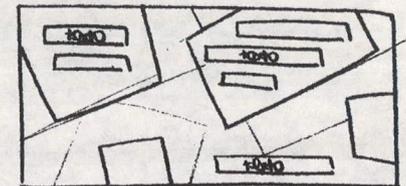
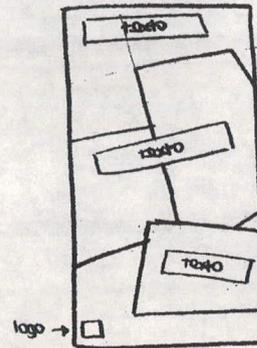
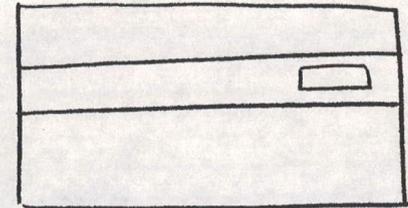
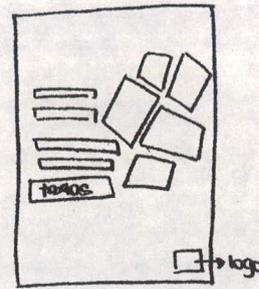


Para establecer una composición ordenada, se elaboraron varias propuestas de ejes que establecieron las retícula mixtas, en las que predomina más de una dirección, logrando una composición dinámica.

- ejes
- retícula

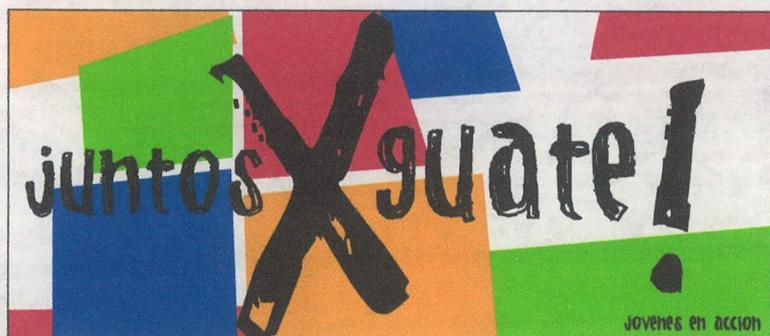


Luego se aplicaron los elementos que en conjunto conformarían la diagramación del sticker. Los bocetos a mano permitieron establecer los layouts más adecuados, que cumplieran con la función de organizar en un mismo espacio, contenido escrito y visual, expresando dinamismo.



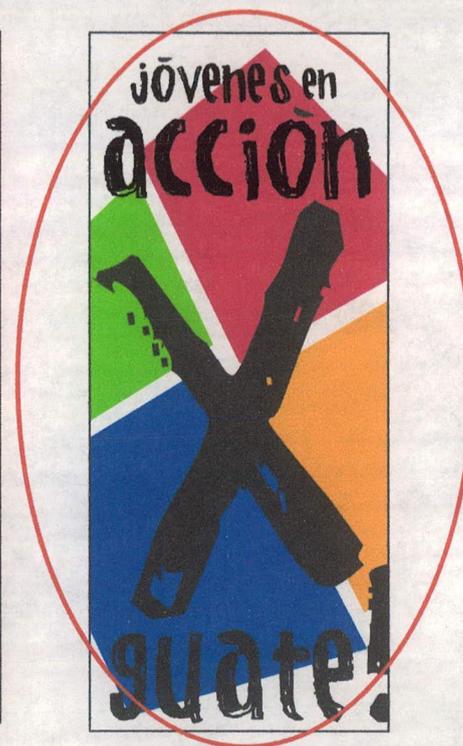
Se digitalizaron las propuestas a mano, en las que se diagramaron textos breves, aplicando jerarquías visuales por medio de la tipografía. También se aplicaron los cuadrados como elementos de apoyo, en diferentes posiciones y direcciones.

Luego de analizar cada propuesta se tomó en cuenta que la orientación del formato vertical facilitaba la lectura y transmitía claramente el mensaje.



Aún no se definía la propuesta preliminar, por lo que se trabajaron un poco más las propuestas anteriores, cambiando la posición de los textos y aumentando las proporciones de los cuadros del fondo.

Se confirmó la funcionalidad del formato vertical por lo que se evaluaron las propuestas adaptadas al mismo.

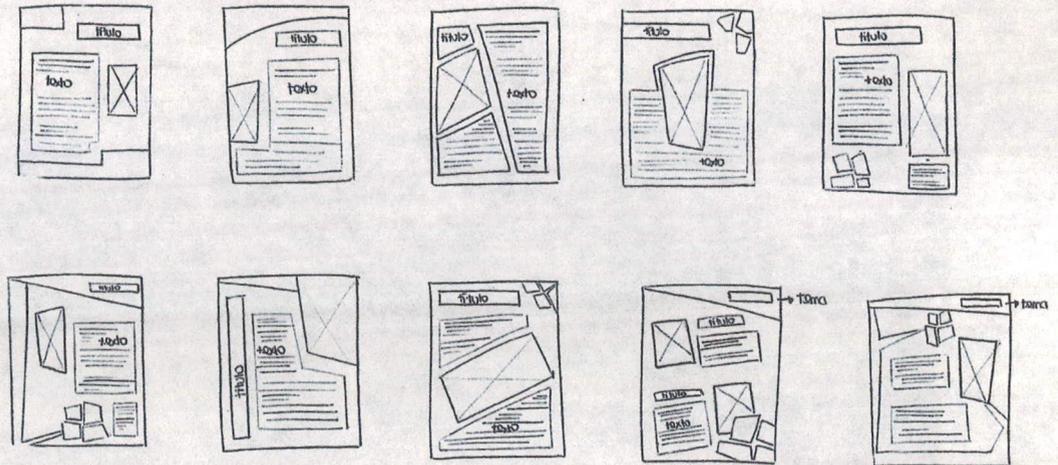
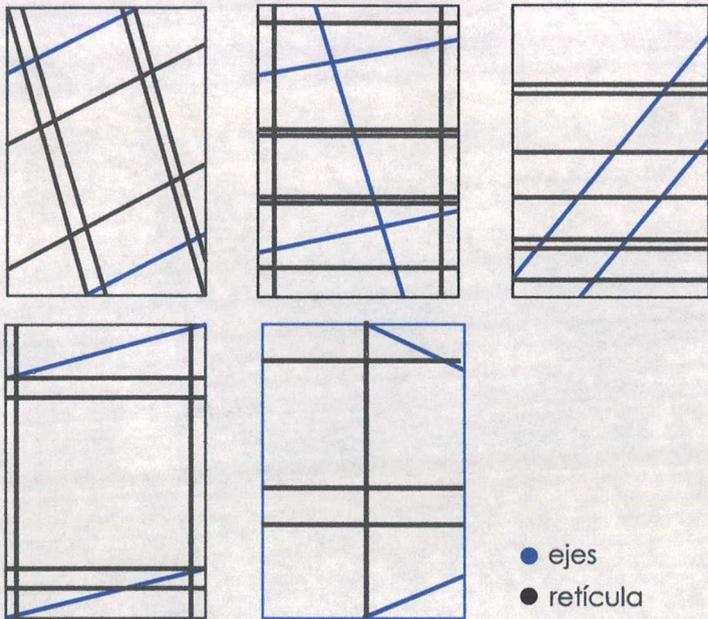


De esta manera se determinó que la opción señalada sería la más conveniente para cumplir con la función del material, por medio de un mensaje breve y de elementos de apoyo, sin saturar la composición.

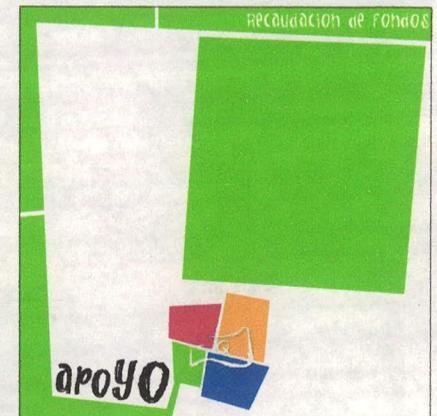
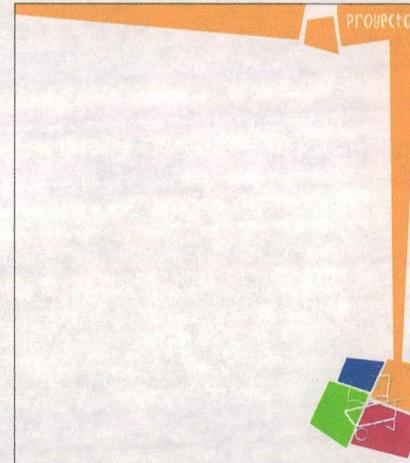
HOJAS interiores carpeta

Se elaboraron varias propuestas de ejes y retículas que siguen con la línea de las otras piezas, jugando con líneas y columnas verticales, horizontales y diagonales.

Luego se bocetaron a mano varias propuestas de layout, unificando los ejes y retículas, con cuerpos de texto, y elementos de apoyo, buscando obtener diferentes opciones que expresaran dinamismo.



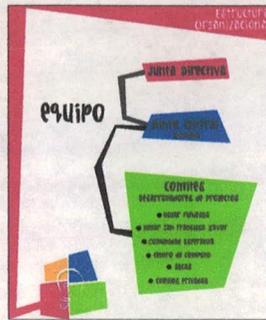
Bocetaje



Se digitalizaron las propuestas y se tomó la decisión de aplicar dos tipos de diagramación con una columna, para alternarlas en cada hoja, evitando así que el material se volviera monótono. Se estructuraron los titulares y los elementos gráficos. Se decidió hacer una gradación de tamaño en los formatos para expresar novedad y lograr un material más interesante e innovador.

Se desarrollaron cuatro áreas diferentes, cada una de ellas representadas por medio del tamaño del formato y el color: JUVEA (azul), ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (fresa), PROYECTOS (naranja) y ACTIVIDADES (verde). Esta idea logra facilitar el uso del material y la percepción del mensaje.

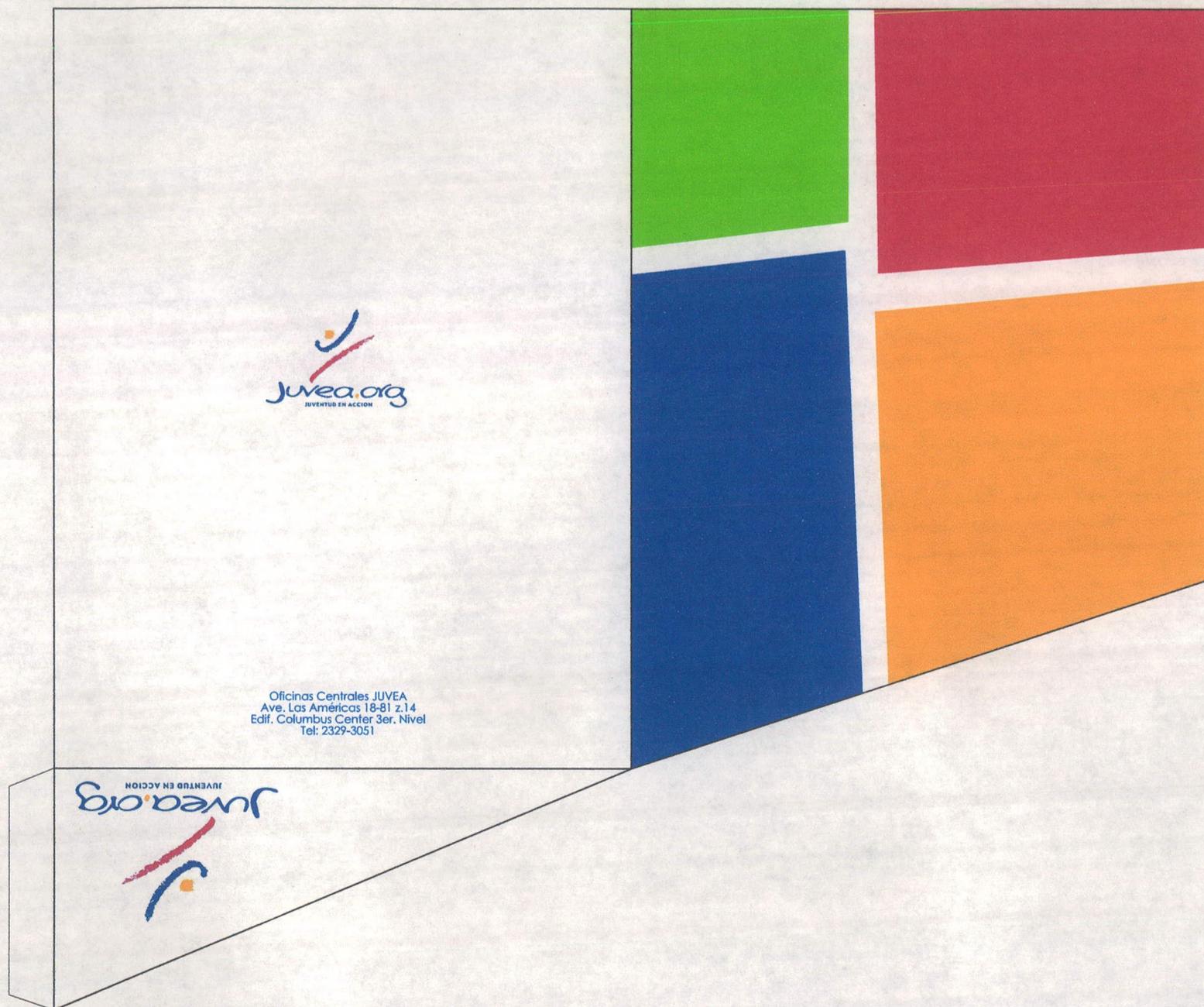
Teniendo establecidas las primeras propuestas digitales, se realizaron propuestas de diagramación, aplicando cajas de texto y fotografías.



Luego de diagramar las propuestas anteriores, se encontró un problema en el orden de los tamaños del formato ya que la idea era que las hojas estuvieran una frente a otra y que los recuadros o pesatañas superiores se pudieran observar todo el tiempo, identificando cada uno de los temas o secciones de la carpeta. Fue así como surgió la necesidad de modificar el orden de los formatos para lograr la funcionalidad del material.

Luego de establecer el orden de los formatos, se hicieron cambios en cuanto a diagramación, específicamente en el área de proyectos ya que en la última hoja no se lograba establecer el orden de algunos elementos de apoyo y se había eliminado el símbolo que representa al proyecto, por lo que se estructuraron de nuevo los textos y los elementos, logrando unidad con las demás hojas interiores.





cambio

QUÉ ES JUVEA?



Juventud en Acción **JUVEA** es una asociación civil, apolítica, sin fines de lucro, constituida legalmente, dedicada a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos de Guatemala.

La **educación**, es su principal eje de trabajo con el propósito de poder brindarles las herramientas necesarias para que se desarrollen como personas productivas en la sociedad.

Para ello realizamos un trabajo coordinado con familias, empresas, instituciones públicas y privadas del ámbito urbano y rural abocadas a la educación y al desarrollo integral de la niñez y juventud vulnerable de Guatemala para que sean respetados y valorados, facilitándoles el acceso a mejores oportunidades educativas y profesionales.

Estructura Organizacional

Junta Directiva

- PRESIDENTE ♦ Sabrina Wever
- VICEPRESIDENTE ♦ Stephanie Kiose
- TESORERO ♦ Juan Carlos Veizquez
- SECRETARIO ♦ Steven Kiose

Junta Central Oficina

- DIRECTORA ♦ ANGELO SANTIAGO
- ASISTENTE ♦ GLENDA RUIZ
- CONTADORES ♦ FUMIA DE CONTRIBUCIONES
- INVESTIGADA ♦ SERVICIOS DE PRESUPUESTO

Equipo JUVEA

JUVEA esta conformada por voluntarios llamados "juverianos" que son personas con gran sentido de responsabilidad, que se unen con entusiasmo, creatividad, espíritu de solidaridad y trabajo en equipo para lograr los objetivos de su proyecto.

Comités Desarrolladores de Proyectos

- ♦ Hogar Funesús
- ♦ Hogar San Francisco Xavier
- ♦ Comunidad Esperanza
- ♦ Centro de Computo
- ♦ BECAS
- ♦ COLEGIOS PRIVADOS

PROYECTOS

Hogar Funjesús

Hogar donde viven 33 niños colocados en dicho establecimiento por resolución de juez competente debido a ser víctimas de abuso sexual, físico, psicológico o abandono por parte de sus padres.

JUVEA se encarga del área académica del hogar a través del pago de colegiaturas, útiles escolares, material didáctico y tutores con el propósito que todos los niños sean acreedores de una educación con calidad.



Comunidad Esperanza

Comunidad Esperanza trabaja como un apoyo a niños y jóvenes que viven en condiciones de extrema pobreza y trabajan en el basurero de Cobán, Alta Verapaz. Este proyecto propone proveerles educación, nutrición, salud física, mental, tutorías y talleres de oficios.

JUVEA implementó un comedor en el cual los niños y jóvenes pueden contar con su alimentación diaria siempre y cuando estén inscritos en la escuela o en el programa de refuerzo escolar.

JUVEA también contribuye con cuotas de matrícula escolar, salario de tutores, libros de texto, útiles escolares y uniformes. Actualmente Comunidad Esperanza trabaja en la construcción de una escuela primaria y secundaria como parte de la futura CIUDAD DE LA ESPERANZA.



Hogar San Francisco Xavier HSFx

Hogar ubicado en San Lucas, Sacatepéquez. Brinda a más de 80 niños huérfanos, en riesgo y de escasos recursos, la oportunidad de tener una vida digna, previéndoles de vivienda, vestido, alimentación, educación, servicios médicos, orientación moral y emocional.

El hogar fue fundado y es dirigido por los Hermanos de la Fraternidad de la Divina Providencia. JUVEA apoya al hogar a través del sueldo de tres maestros, útiles escolares y uniformes, así como el diseño y mantenimiento de la página web (<http://www.hogarsanfranciscoxavier.com>)



Colegios Privados

Es un proyecto dedicado a promocionar JUVEA en colegios privados, con el propósito de crear conciencia y responsabilidad social en jóvenes que gozan de una educación y oportunidades privilegiadas. Se desarrollan distintos proyectos a través de los cuales apoyan o apadrinan determinada escuela pública con alguna necesidad específica para cumplirla en un determinado plazo de tiempo.



Programa de Becas



El programa de becas tiene como objetivo apoyar a jóvenes con un alto coeficiente intelectual y deseos de superación, pero con barreras económicas, brindándoles la oportunidad de una educación profesional en las mejores universidades de Guatemala. El proyecto inició en el año 2004. Actualmente 8 jóvenes se encuentran estudiando en la Universidad Rafael Landívar y en la Universidad del Valle de Guatemala.

JUVEA también apoya el Programa ITA (Impulso al Talento Académico) de la Universidad Francisco Marroquín.

Los becados se desempeñan con excelentes resultados en sus respectivas carreras. La selección se lleva a cabo con la colaboración de la Fundación Juan Bautista Gutiérrez.

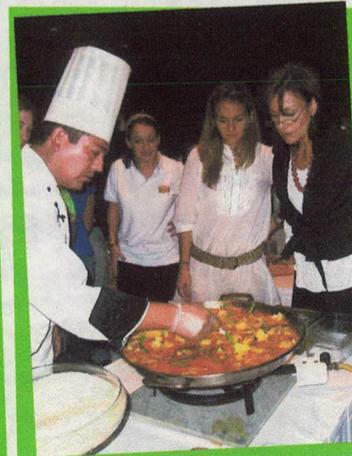
Becados:

- ◆ Isai Pérez Licenciatura en Ingeniería Mecánica (UVG)
- ◆ Andrea Calderón Licenciatura en Bioquímica y Microbiología (UVG)
- ◆ Ana Laura Salguero Licenciatura en Ingeniería Química (UVG)
- ◆ Aura Contreras Contaduría Pública y Auditoría (URL)
- ◆ Viviana Cancax* Contaduría Pública y Auditoría (URL)
- ◆ Cecilia Ventura Licenciatura en Administración de Empresas (URL)
- ◆ Francisco Patal Ingeniería en Informática y Sistemas (URL)
- ◆ Dany Díaz Ingeniería en Informática y Sistemas (URL)

*Por sus excelentes resultados académicos, Viviana Cancax fue galardonada por segundo año consecutivo con el premio Alumna Destacada 2006 por el Instituto de Contadores Públicos y Auditores.



RECAUDACIÓN DE FONDOS



JUVEA realiza actividades de recaudación de fondos organizadas por los juverianos de cada proyecto. Estas actividades son realizadas gracias al apoyo y confianza de muchas empresas que nos patrocinan localidades y premios para los participantes. Entre las actividades más sobresalientes de JUVEA se pueden mencionar:

- ◆ Torneo de Golf
- ◆ Texas Holdem
- ◆ Degustaciones de Vino

◆ Clases de Cocina

◆ Bingos

◆ Fiestas



◆ Fiesta de Halloween



apoyo

**ánimate,
trabaja,
apoya...**

¿qué es JUVEA?



Juventud en Acción (JUVEA) es una asociación dedicada a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos de Guatemala.

La educación es su principal eje de trabajo con el propósito de poder brindarles las herramientas necesarias para que se desarrollen como personas productivas en la sociedad.

Para ello realizamos un trabajo coordinado con familias, empresas, instituciones públicas y privadas del ámbito urbano y rural abocadas a la educación y al desarrollo integral de la niñez y juventud.

ya hiciste algo Xtú país?



A veces no logramos entender lo privilegiada que ha sido nuestra vida..... la educación que recibimos y el futuro que no está mas que en nuestro esfuerzo alcanzar.

Tendemos a olvidar todos aquellos miles de niños y jóvenes que no tuvieron esa suerte, que por su situación económica no tuvieron el privilegio de tener una educación digna.....

Es muy común también que los jóvenes tengamos las ganas de involucrarnos en proyectos con orientación social, pero muchas veces, esta intención se ve obstaculizada por no contar con las herramientas o información necesaria, JUVEA te invita a que a través de nosotros, puedas hacer un cambio en la niñez y juventud menos privilegiada de Guatemala desarrollando proyectos orientados a la educación.

entusiastas

solidarios

Creativos

responsables

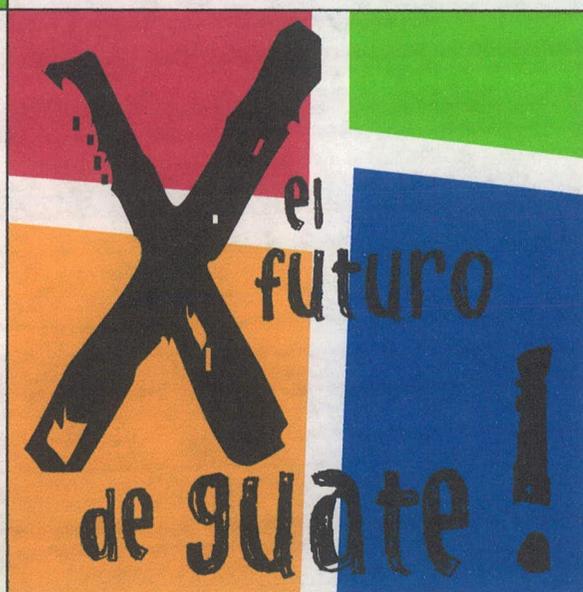
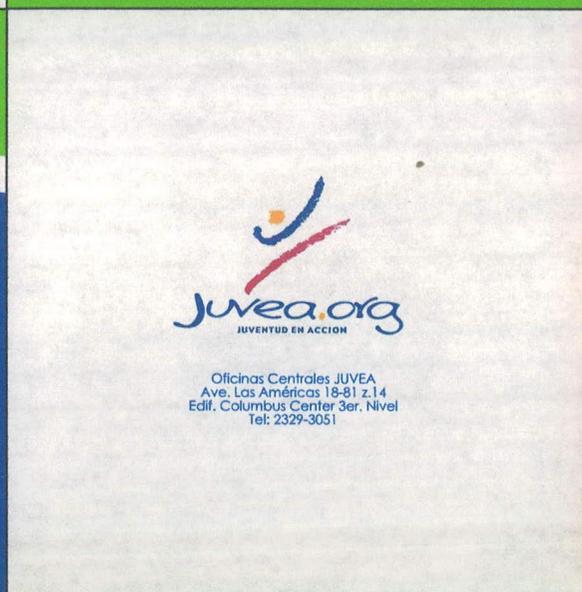
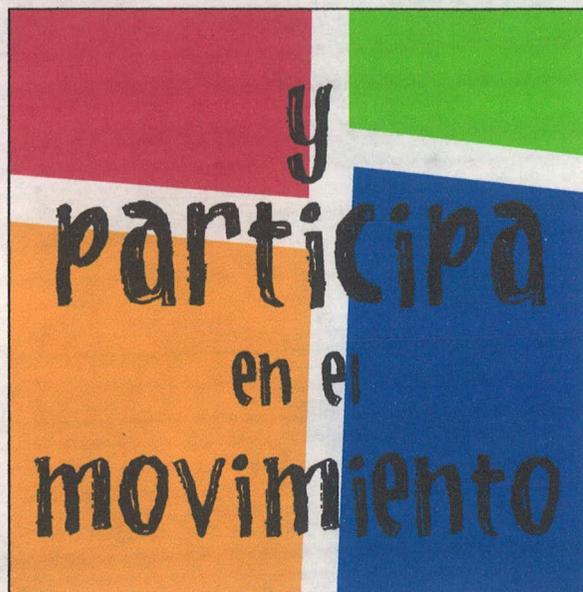
trabajo en equipo

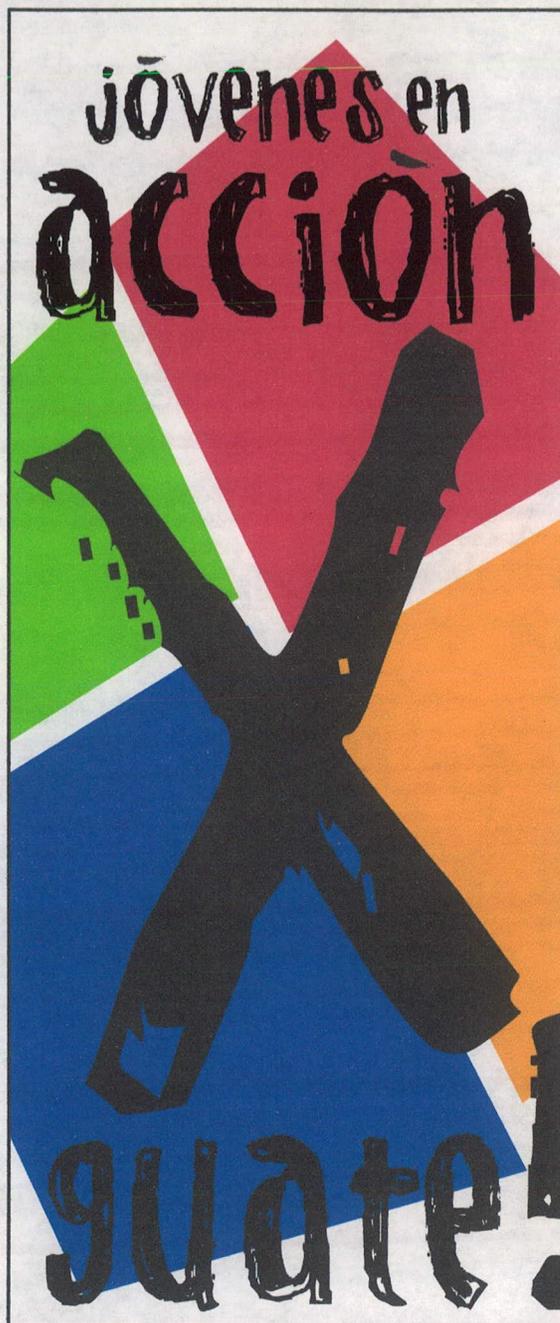
JUVEA esta conformada por voluntarios llamados "juverianos" que son jóvenes como tú.

**jóvenes en
acción!**

propuesta preliminar

retiro desplegable





II. validación de la propuesta

La validación de la propuesta gráfica fue técnica y se realizó a cinco diseñadores gráficos, cinco expertos y a varias personas de ambos grupos objetivos (jóvenes y empresarios). Para ello se elaboraron tres instrumentos diferentes: uno destinado a evaluar aspectos técnicos del área de diseño y enfocado al tratamiento del mensaje, y otro para analizar la funcionalidad de cada una de las piezas.

Resultados de la Validación

En base a los resultados del proceso de validación (**ver anexo No.8**), se obtuvieron los siguientes datos:

En cuanto al concepto "Herramientas de cambio con energía positiva", consideraron que las diferentes piezas logran en conjunto dar a conocer el tema de una manera clara, organizada y accesible, dando lugar a que el grupo objetivo tome conciencia y sienta interés por ayudar.

En relación a los aspectos de diseño, el formato utilizado en cada una de las piezas logra facilitar el traslado de información; por el uso de formas irregulares crea un impacto innovador que le hace diferenciarse de otros materiales, y crear equilibrio dando lugar a jerarquías visuales.

El tipo de material o soporte elegido para imprimir cada pieza es considerado por la mayoría adecuado por su resistencia y durabilidad; algunos evaluaron que aunque es fácil de manipular y de buena calidad, pueden surgir problemas en cuanto a la durabilidad.

En cuanto a la tipografía se confirmó que el tipo de letra utilizado para los títulos, identifica al grupo objetivo por tener rasgos juveniles y dinámicos además de ser legible.

La tipografía utilizada para el cuerpo de texto se considera simple, logra armonía y equilibrio con los demás elementos gráficos. El tamaño utilizado es adecuado ya que facilita una lectura clara.

En relación a la gama de colores utilizada dentro del material, la mayoría coincidieron en que impacta al grupo objetivo, despertando interés por el contenido y que evidencia unidad con el concepto y el tema.

El uso de símbolos en el material gráfico fue calificado positivamente resaltando que además de interactuar con el grupo objetivo y de facilitar la comprensión del tema, representan claramente cada una de las áreas del proyecto.

Acerca del uso de elementos gráficos de apoyo, consideraron que dan lugar a que la composición sea más atractiva y despierte interés en el grupo objetivo por analizar el contenido además de lograr equilibrio y armonía en la composición.

Respecto al tratamiento en las fotografías que se utilizaron para apoyar el contenido, la mayoría considera que llaman la atención del grupo objetivo y motivan a sensibilizarse y ser parte del proyecto de solidaridad.

Validación de la propuesta

En relación a la carpeta corporativa, los diseñadores y expertos coincidieron en que ésta sí cumple con el objetivo de presentar la información más relevante acerca de la Fundación, de una manera organizada que proyecta formalidad y a la vez transmite una personalidad juvenil.

Observaciones y Sugerencias:

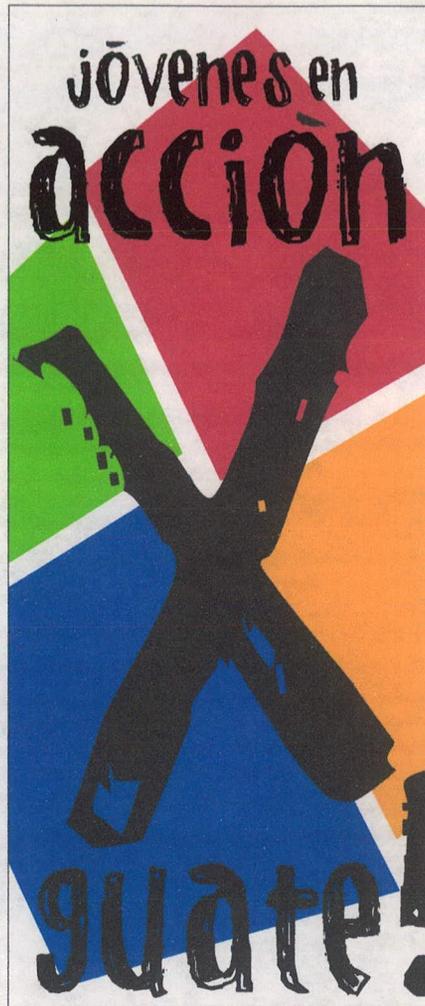
Las sugerencias recibidas por los diseñadores sobre el desplegable fueron en cuanto al uso del color negro en la tipografía, ya que consideran que en algunos casos se pierde la jerarquía visual, especialmente cuando el fondo es azul.

También mencionaron que el color verde manejado en la portada no logra resaltar la fotografía ya que la misma contiene mucho fondo en los mismos tonos.

En el sticker se sugirió colocar una referencia del sitio web de la Asociación o la imagen de la misma para lograr una conexión directa con el grupo objetivo, y funcionar como recordatorio de la misma.

Al concluir con el proceso de validación, se realizó una serie de cambios necesarios que se evidenciaron luego de analizar los datos obtenidos en cada uno de los instrumentos y que se mencionaron anteriormente.

Validación de la propuesta



Cambios en la Propuesta

Para responder a la sugerencia de los diseñadores en cuanto que la tipografía en color negro sobre fondos de color pierde importancia, se consideró funcional colocar un contorno blanco que logra resaltar titulares del desplegable y el sticker, logrando una jerarquía visual bien definida. También se agregó al sticker la referencia de la dirección del sitio de Juvea, para lograr una conexión directa con la misma, por medio del material.

Validación de la propuesta



antes

después

En el desplegable además de aplicar el contorno en los titulares, se sustituyó el color verde por el naranja para lograr más unidad con el interior de la pieza.

2. Propuesta final y fundamentación

La propuesta final consta de tres piezas que tienen el propósito de sensibilizar e invitar al grupo objetivo a participar en actividades de beneficencia que promueve JUVEA, brindando apoyo económico, patrocinio y tiempo.

Para lograr dicho objetivo, se trabajó bajo el concepto "Herramientas de cambio con energía positiva", el cual se puede reflejar a través de los diferentes elementos gráficos aplicados en cada material.

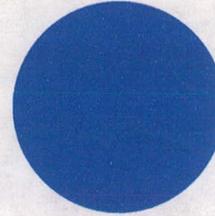
PROPUESTA final y fundamentación

COLOR

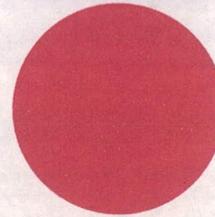
El color es fundamental para retener la atención y actuar sobre la capacidad reflexiva emocional del individuo. Según el sitio web rppnet.com, al utilizar el color en los mensajes publicitarios el anuncio gana en impacto y por lo tanto en persuasión.

Como se planteó en la tabla de requisitos, el color fue utilizado para crear impacto visual y reflejar intensidad, por lo que se aplicaron tonalidades a un nivel de intensidad máxima.

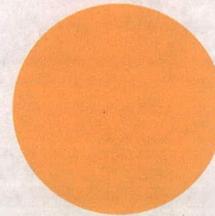
La paleta está conformada por tres colores institucionales (azul, fresa y naranja), y un cuarto (verde), que en conjunto generan contraste que responden a la función de impactar visualmente.



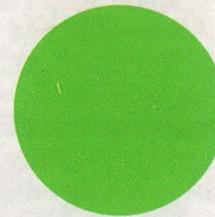
Pantone 287C



Pantone Rubine Red C



Pantone 137 C



Pantone 375 C

PROPUESTA final y fundamentación

tipografía

La tipografía cumple con la función de facilitar la comunicación por medio de una lectura clara y legible.

Para los titulares la tipografía elegida, expresa dinamismo por medio de trazos irregulares que reflejan una personalidad juvenil.

La tipografía final es Jump Start. La anatomía de este tipo de letra es pesada y con movimiento, lo cual permite que tenga un valor jerárquico notable.

Esta tipografía aporta fluidez al material, sin embargo se evitó el uso de la misma en textos muy extensos para evitar saturación y cansancio visual.

En los materiales dirigidos a jóvenes se aplicó con más frecuencia para lograr mantener una mejor comunicación.

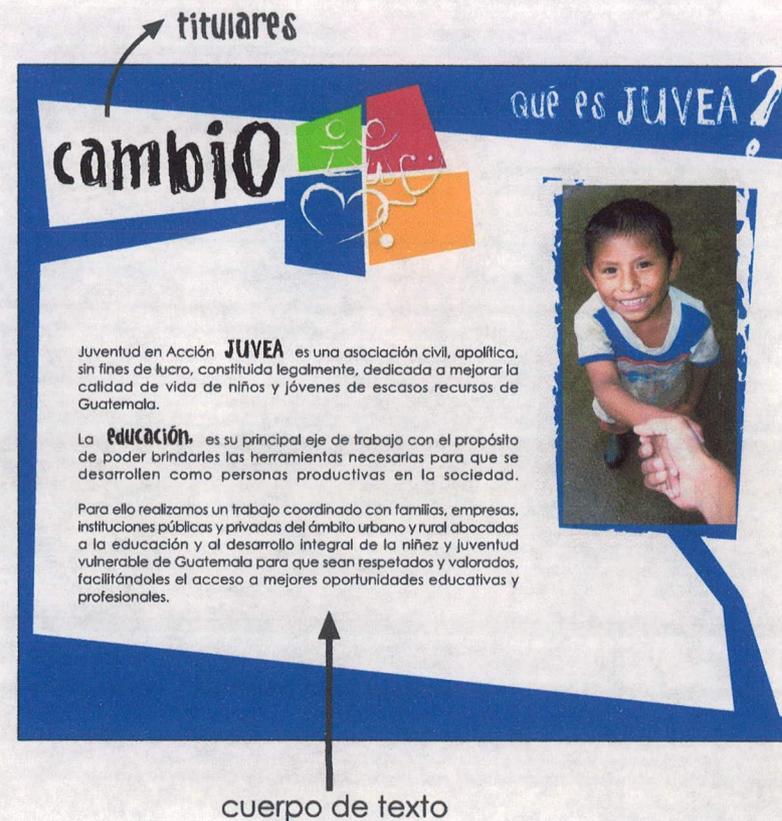
Como se planteó en la tabla de requisitos, los titulares deben ser elementos que inciten a continuar con la lectura expresando dinamismo, por lo que la tipografía elegida confirmó que aunque maneja remates y trazos irregulares, cumple con el objetivo de comunicar claramente.

Para el cuerpo de texto se seleccionó la tipografía Century Gothic, que aún siendo simple, logra armonía y equilibrio con los demás elementos gráficos.

Este tipo de letra facilita la lectura por sus trazos redondos especialmente cuando son cajas de texto cargados de información.

Una de las características principales de esta tipografía es que aporta limpieza y claridad permitiendo una lectura más fluida.

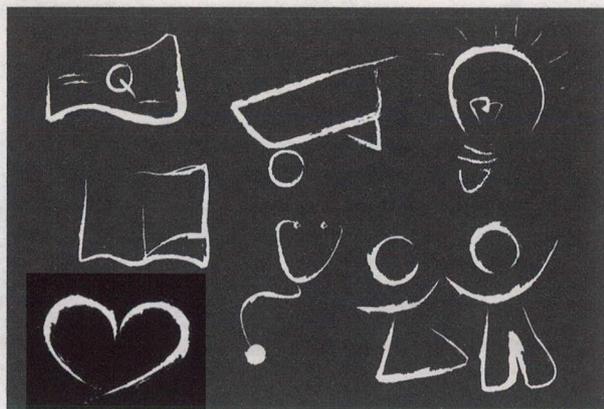
El tamaño utilizado varía entre los 11 y 12 puntos, considerado un rango aceptable para ambos grupos objetivos (jóvenes y empresarios).



Propuesta final y fundamentación

elementos gráficos

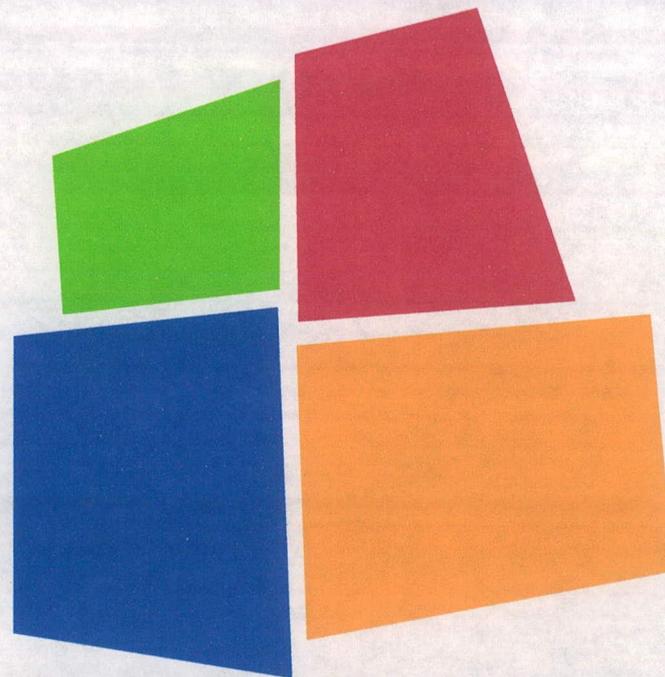
Los símbolos se utilizaron para interactuar directamente con el grupo objetivo. Cada uno de ellos representa las diferentes áreas del proyecto, por medio de ilustraciones representativas, en las que se fusionaron texturas irregulares y trazos dinámicos.



Se ilustró un corazón para representar los valores de la asociación, un foco para representar todas las ideas que se analizan para cumplir con los objetivos de cada proyecto. La carreta que refleja el trabajo y esfuerzo de los voluntarios. El libro representa la educación, los niños mantienen presente al grupo beneficiado, el estetoscopio representa salud y vida y el billete, las donaciones monetarias y patrocinio.

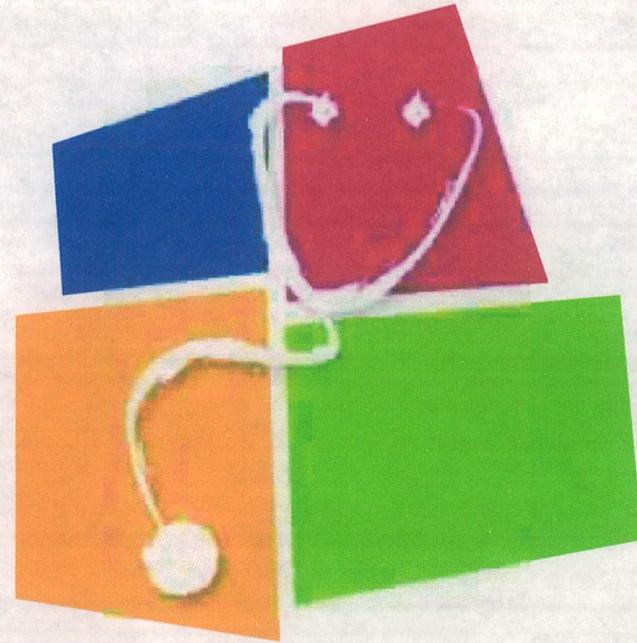
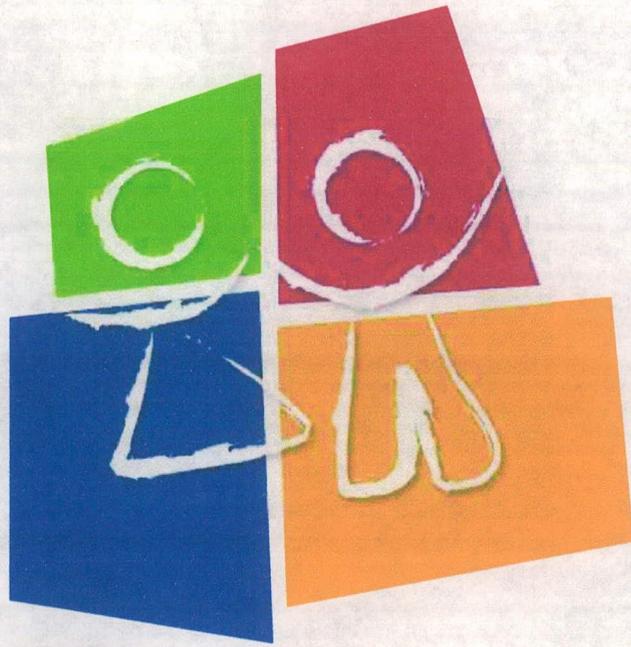
Los elementos gráficos de apoyo se seleccionaron para lograr una composición más atractiva, que despierte interés en el grupo objetivo por analizar el contenido además.

Para no saturar el material con trazos irregulares y caer en un diseño poco formal, se decidió utilizar elementos con formas geométricas para equilibrar la composición.



PROPUESTA final y fundamentación

Además de los rectángulos que se colocan como fondo de los símbolos para lograr mayor peso visual, también se establecieron recuadros compuesto por plecas con color definido que representan cada área o tema del proyecto.



Propuesta final y fundamentación

Esta composición de plecas funciona en apoyo con el formato de las piezas, por lo tanto denotan amplitud visual y logran más dinamismo en la composición.

Hogar San Francisco Xavier HSFx

Hogar ubicado en San Lucas, Sacatepéquez. Brinda a más de 80 niños huérfanos, en riesgo y de escasos recursos, la oportunidad de tener una vida digna, previéndoles de vivienda, vestido, alimentación, educación, servicios médicos, orientación moral y emocional.

El hogar fue fundado y es dirigido por los Hermanos de la Fraternidad de la Divina Providencia. JUVEA apoya al hogar a través del sueldo de tres maestros, útiles escolares y uniformes, así como el diseño y mantenimiento de la página web (<http://www.hogarsanfranciscoxavier.com>)

colegios Privados

Es un proyecto dedicado a promocionar JUVEA en colegios privados, con el propósito de crear conciencia y responsabilidad social en jóvenes que gozan de una educación y oportunidades privilegiadas. Se desarrollan distintos proyectos a través de los cuales apoyan o apadrinan determinada escuela pública con alguna necesidad específica para cumplirla en un determinado plazo de tiempo.

recuadro de piezas

elemento de apoyo

simbolo

Propuesta final y fundamentación

Material Informativo

El material informativo tiene la función de dar a conocer la Asociación JUVEA, y su campo de trabajo (misión, visión, proyectos, actividades, etc). Para este proyecto se elaboraron dos piezas informativas: carpeta corporativa y desplegable.

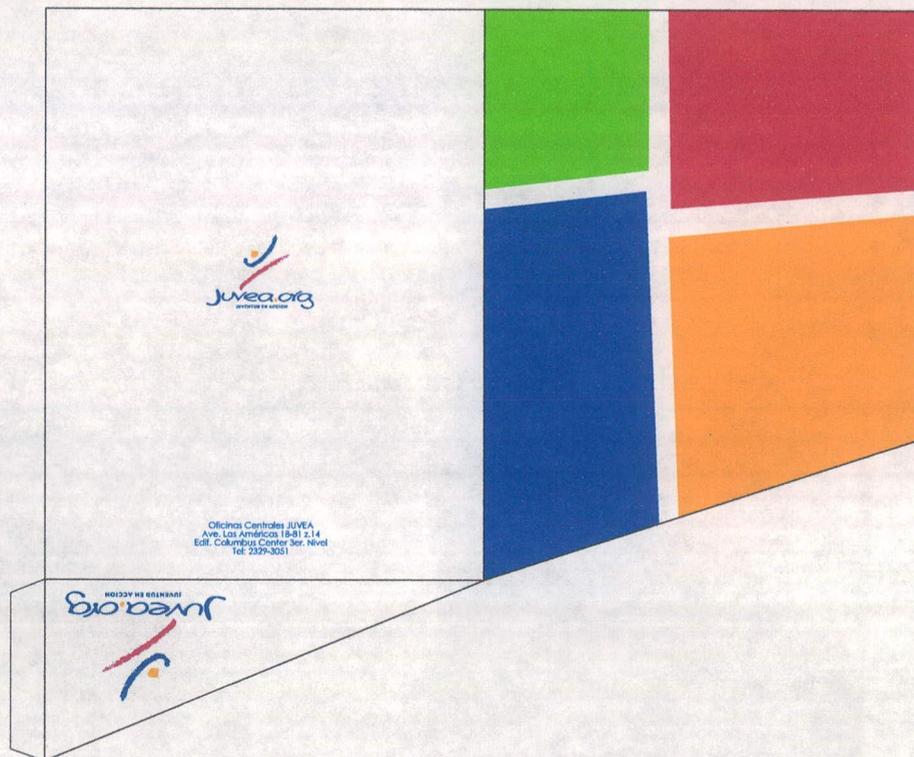
Se trabajaron ejes y retículas mixtas y adaptaciones del layout en los materiales, para mantener unidad entre sí. En el layout se persigue limpieza, orden en la lectura de la información y equilibrio. Esto se ha logrado distribuyendo el peso de los elementos gráficos en la parte superior e inferior de los formatos, compensándolo con los textos, justificados al margen para tener uniformidad y delimitación del espacio.

Carpeta Corporativa

Según Gripoinhouse, la carpeta es un medio muy distinguido de presentar los servicios o productos a los clientes, ya que proyecta mucha formalidad de parte de la empresa, contiene la información de contacto, presencia corporativa y además toda la información detallada de lo que se está vendiendo.

Tomando en cuenta la información anterior, la carpeta cumple con cada una de las funciones especificadas, ya que presenta la información más relevante acerca de la fundación, de una manera organizada, reflejando una personalidad juvenil.

El tamaño del formato es de 11 x 9 pulgadas cerrado y troquelado.



Propuesta final y fundamentación

Los formatos de las hojas varían según el tema a desarrollar. Cada una de ellas está representada por un color específico y símbolos que están ligados con el área.

El formato para cada hoja interior es diferente, y en conjunto logran sobresalir y diferenciarse entre ellas. Cumple con la función de facilitar el traslado de información y expresa novedad, por medio de un diseño rompe con la monotonía, y reafirma que el trabajo de JUVEA está realizado por jóvenes para jóvenes. Respeta la línea ya establecida, aplicando los símbolos y elementos de apoyo.

Los espacios en blanco siempre se hacen presente en el layout para que hayan descansos visuales, apoyados por imágenes y textos breves. Se plantea puntualmente la información más destacada y se crea un espacio para que el empresario interactue y se comunique con mayor facilidad.

La pieza final unificada, refleja la importancia de los proyectos que promueve la asociación, por medio de elementos que transmiten dinamismo y energía, y que despiertan sentimientos y sensaciones positivas.

cambio **QUE ES JUVEA**

Juventud en Acción **JUVEA** es una asociación civil, apolítica, sin fines de lucro, constituida legalmente, dedicada a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos de Guatemala.

La **educación** es su principal eje de trabajo con el propósito de poder brindarles las herramientas necesarias para que se desarrollen como personas productivas en la sociedad.

Para ello realizamos un trabajo coordinado con familias, empresas, instituciones públicas y privadas del ámbito urbano y rural abocados a la educación y al desarrollo integral de la niñez y juventud vulnerable de Guatemala para que sean respetados y valorados, facilitándoles el acceso a mejores oportunidades educativas y profesionales.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Junta Directiva
 PRESIDENTE • JARAFAN MAYER
 VICEPRESIDENTE • ESTEFANIA GONZALEZ
 TESORERO • JUAN CARLOS ESCOBAR
 SECRETARIO • JESSICA GONZALEZ

Junta Central de Control
 DIRECTOR • JUAN CARLOS ESCOBAR
 VICE-DIRECTOR • JESSICA GONZALEZ
 SECRETARIO • JESSICA GONZALEZ

COMITÉ DE DELEGADOS DE LOS PROYECTOS
 • ROSA FLORES
 • ROSA SAN FRANCISCO XAVIER
 • COMANDANTE LEOPOLDO
 • CRISTO AL CALVARIO
 • ROSA
 • CORONA PIRAMIDE

Equipo Juvea

JUVEA está conformado por voluntarios llamados "juvetomas" que son personas con gran sentido de responsabilidad, que se unen con entusiasmo, creatividad, espíritu de solidaridad y trabajo en equipo para lograr los objetivos de su proyecto.

Programa de Becas

El programa de becas tiene como objetivo apoyar a jóvenes con un alto coeficiente intelectual y deseos de superación para con bonorarios académicos, brindándoles la oportunidad de una educación profesional en las mejores universidades de Guatemala. El proyecto inició en el año 2004. Actualmente se encuentran estudiando en la Universidad Rafael Landívar y en la Universidad del Valle de Guatemala.

JUVEA también apoya el Programa BA (Becas al Talento Académico) de la Universidad Francisco Marroquín.

Los becados se desempeñan con excelentes resultados en sus respectivas carreras. La selección se lleva a cabo con la colaboración de la fundación Juan Baullito Gutiérrez.

Becados:

- Iol Pérez Licenciatura en Ingeniería Mecánica (UVG)
- Andrea Corderón Licenciatura en Bioquímica y Microbiología (UVG)
- Ana Laura Salguero Licenciatura en Ingeniería Química (UVG)
- Ana Carolina Contadoría Pública y Auditoría (URL)
- Viviana Cancian Contadoría Pública y Auditoría (URL)
- Cecilia Ventura Licenciatura en Administración de Empresas (URL)
- Francisco Palaz Licenciatura en Informática y Sistemas (URL)
- Dany Díaz Ingeniería en Informática y Sistemas (URL)

*Por sus excelentes resultados académicos, Viviana Cancian fue galardonada con el primer premio de graduación en el año 2008 por el Instituto de Contadores Públicos y Auditores.

RECUPERACIÓN DE FONDOS

JUVEA realiza actividades de recuperación de fondos organizadas por los juveniles de cada proyecto. Estas actividades son realizadas gracias al apoyo y colaboración de muchas empresas que nos patrocinan localidades y premios para los participantes. Entre las actividades más sobresalientes de JUVEA se pueden mencionar:

- TORNEO DE GOLF
- TEXAS HOLD'EM
- DEMOSTRACIONES DE VINO
- FIESTAS DE COCINA
- BINGOS
- FIESTAS
- FIESTA DE HALLOWEEN

apoyo

PROPUESTA final y fundamentación

Desplegable

Se decidió diseñar esta pieza ya que cumple con la función de material informativo pues presenta la organización y su eje de trabajo.

Para diseñar material informativo hay que manejar bien la información que se quiere comunicar al grupo objetivo. Se debe hacer un estudio del tratamiento desde la forma, que se refiere a la expresión del contenido. Mientras más atractivo sea para el grupo objetivo, con más facilidad se identificarán con él.

En base al tratamiento de la forma, el desplegable es un material que por medio del uso de dobles irregulares en el formato, da lugar a que llame más la atención.

El tamaño del formato es de 8.5 x 11, troquelado.

Esta pieza logra enriquecer el tema de solidaridad, los conocimientos y la percepción de los jóvenes. Hace comprensible el texto a pesar de las formas y establece un ritmo que da lugar a sorpresas que logran variedad en la unidad.

Las fotografías se colocaron para apoyar la información que se está presentando captan por su impacto la atención del lector, comunican instantáneamente el mensaje, transmiten impresiones exactas de la realidad, le dan viveza y dinamismo al material y establecen una identidad con el lector.

El desplegable como medio informativo, transmite la importancia de la Asociación JUVEA para el país, como fuente de oportunidades para los más necesitados y a la vez transmite una sensación de energía que despierta en muchos jóvenes el deseo de ayudar a los menos favorecidos por medio del voluntariado.



Propuesta final y fundamentación

Material Promocional

Según Anderson (1999), el material promocional se puede definir como las actividades de planeación del producto, apoyo a la venta con algún artículo que mantenga a la marca o al producto en la mente de quien se le otorgo, siempre es gratuito. Sin embargo a través de sus actividades promocionales, la compañía se comunica directamente con los clientes potenciales.

Sticker

Esta pieza diseñada para jóvenes es simple y cumple con la función de material promocional, mencionada anteriormente.

A pesar de manejar un formato rectangular ordinario, el mensaje que transmite por medio de tipografía, color y elementos de apoyo, logra identificación con el grupo objetivo. La composición es dinámica y transmite la energía de cada uno de ellos por medio de ejes y retículas irregulares.

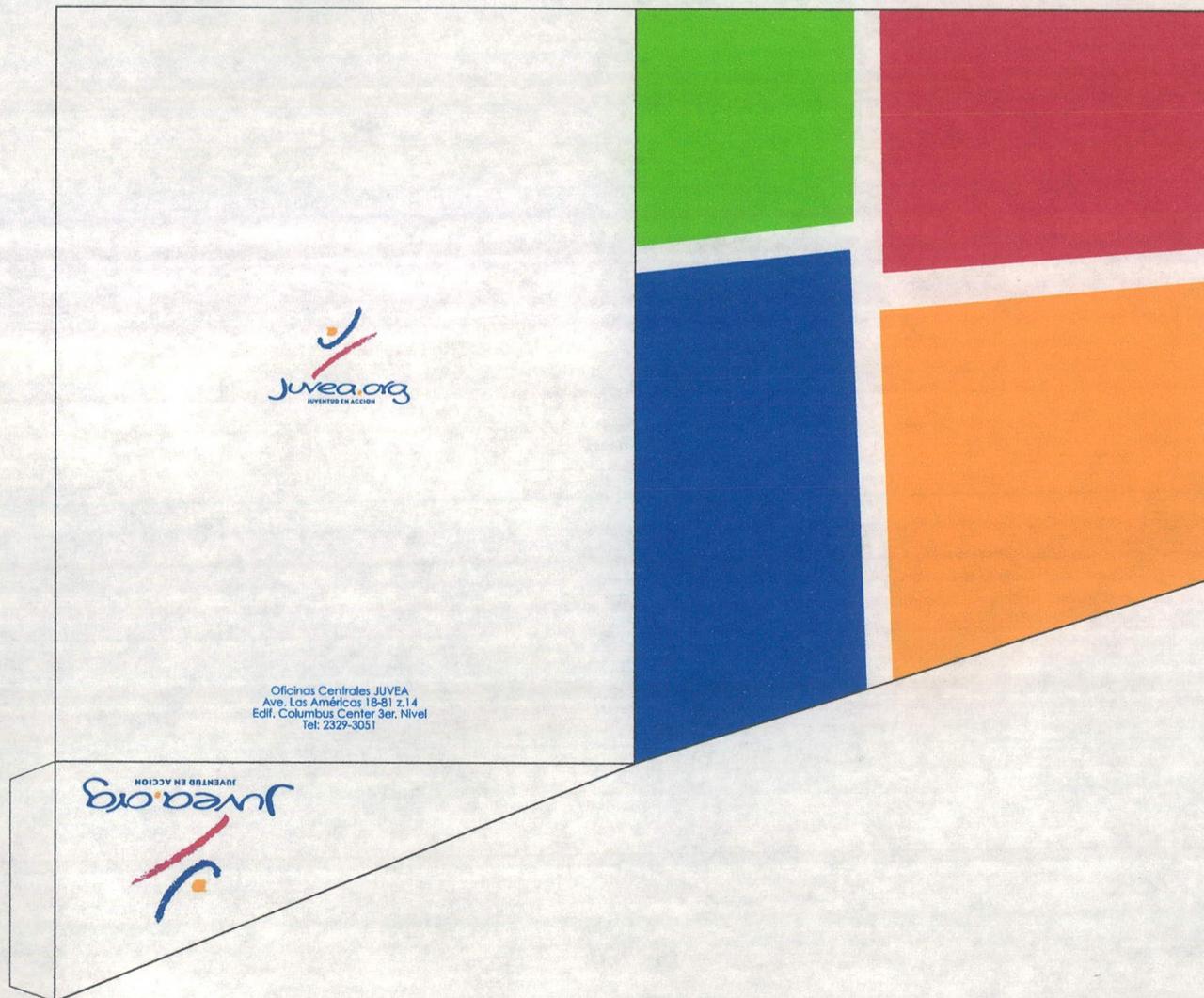
A través de un mensaje claro y directo, el material logra captar la atención de los jóvenes y los invita a ser parte de un movimiento en acción.

El soporte (papel autoadhesivo), se eligió para mantener una constante presencia de la fundación en el grupo objetivo.



PROPUESTA final y fundamentación

carpeta corporativa



Propuesta final y fundamentación

hojas interiores

cambio 

¿QUÉ ES JUVEA?



Juventud en Acción **JUVEA** es una asociación civil, apolítica, sin fines de lucro, constituida legalmente, dedicada a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos de Guatemala.

La **Educación** es su principal eje de trabajo con el propósito de poder brindarles las herramientas necesarias para que se desarrollen como personas productivas en la sociedad.

Para ello realizamos un trabajo coordinado con familias, empresas, instituciones públicas y privadas del ámbito urbano y rural abocadas a la educación y al desarrollo integral de la niñez y juventud vulnerable de Guatemala para que sean respetados y valorados, facilitándoles el acceso a mejores oportunidades educativas y profesionales.

Estructura Organizacional

equipo JUVEA

Junta Directiva

- PRESIDENTE ♦ Sabrina Weyer
- VICEPRESIDENTE ♦ Stephanie Kiose
- TESORERO ♦ Juan Carlos Veizquez
- SECRETARIO ♦ Steven Kiose

Junta Central Oficina

- DIRECTOR ♦ ANIBAL SARDINHA
- ASISTENTE ♦ GLENBY RUIZ
- CONTADORES ♦ FIDEL Y CONTADORAS CONCUBINOS Y ESPECIALISTAS

Comités Desarrolladores de Proyectos

- ♦ Hogar Funesús
- ♦ Hogar San Francisco Xavier
- ♦ Comunidad Esperanza
- ♦ Centro de Computo
- ♦ BECAS
- ♦ Colegios Privados



PROPUESTA final y fundamentación

hojas interiores

Proyectos

Hogar Funjesús

Hogar donde viven 33 niños colocados en dicho establecimiento por resolución de juez competente debido a ser víctimas de abuso sexual, físico, psicológico o abandono por parte de sus padres.

JUVEA se encarga del área académica del hogar a través del pago de colegiaturas, útiles escolares, material didáctico y tutores con el propósito que todos los niños sean acreedores de una educación con calidad.



Comunidad Esperanza

Comunidad Esperanza trabaja como un apoyo a niños y jóvenes que viven en condiciones de extrema pobreza y trabajan en el basurero de Cobán, Alta Verapaz. Este proyecto propone proveerles educación, nutrición, salud física, mental, tutorías y talleres de oficios.

JUVEA implementó un comedor en el cual los niños y jóvenes pueden contar con su alimentación diaria siempre y cuando estén inscritas en la escuela o en el programa de refuerzo escolar.

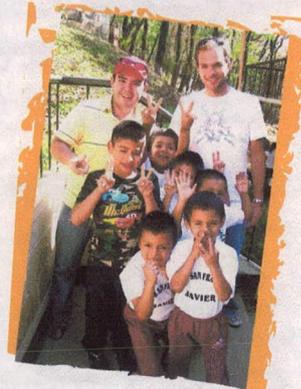
JUVEA también contribuye con cuotas de matrícula escolar, salario de tutores, libros de texto, útiles escolares y uniformes. Actualmente Comunidad Esperanza trabaja en la construcción de una escuela primaria y secundaria como parte de la futura CIUDAD DE LA ESPERANZA.



Hogar San Francisco Xavier HSFx

Hogar ubicado en San Lucas, Sacatepéquez. Brinda a más de 80 niños huérfanos, en riesgo y de escasos recursos, la oportunidad de tener una vida digna, previéndoles de vivienda, vestido, alimentación, educación, servicios médicos, orientación moral y emocional.

El hogar fue fundado y es dirigido por los Hermanos de la Fraternidad de la Divina Providencia. JUVEA apoya al hogar a través del sueldo de tres maestros, útiles escolares y uniformes, así como el diseño y mantenimiento de la página web (<http://www.hogarsanfranciscoxavier.com>)



Colegios Privados

Es un proyecto dedicado a promocionar JUVEA en colegios privados, con el propósito de crear conciencia y responsabilidad social en jóvenes que gozan de una educación y oportunidades privilegiadas. Se desarrollan distintos proyectos a través de los cuales apoyan o apadrinan determinada escuela pública con alguna necesidad específica para cumplirla en un determinado plazo de tiempo.



PROPUESTA final y fundamentación

hojas interiores

Programa de BECAS



El programa de becas tiene como objetivo apoyar a jóvenes con un alto coeficiente intelectual y deseos de superación, pero con barreras económicas, brindándoles la oportunidad de una educación profesional en las mejores universidades de Guatemala. El proyecto inició en el año 2004. Actualmente 8 jóvenes se encuentran estudiando en la Universidad Rafael Landívar y en la Universidad del Valle de Guatemala.

JUVEA también apoya el Programa ITA (Impulso al Talento Académico) de la Universidad Francisco Marroquín.

Los becados se desempeñan con excelentes resultados en sus respectivas carreras. La selección se lleva a cabo con la colaboración de la Fundación Juan Bautista Gutiérrez.

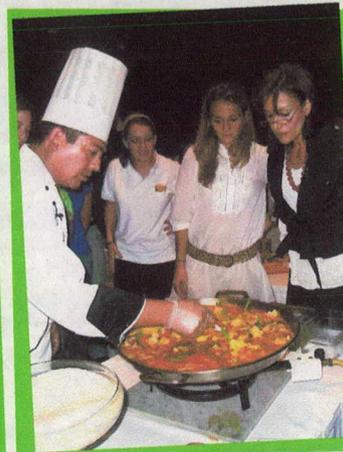
Becados:

- ◆ Isai Pérez Licenciatura en Ingeniería Mecánica (UVG)
- ◆ Andrea Calderón Licenciatura en Bioquímica y Microbiología (UVG)
- ◆ Ana Laura Salguero Licenciatura en Ingeniería Química (UVG)
- ◆ Aura Contreras Contaduría Pública y Auditoría (URL)
- ◆ Viviana Cancax* Contaduría Pública y Auditoría (URL)
- ◆ Cecilia Ventura Licenciatura en Administración de Empresas (URL)
- ◆ Francisco Patal Ingeniería en Informática y Sistemas (URL)
- ◆ Dany Díaz Ingeniería en Informática y Sistemas (URL)

*Por sus excelentes resultados académicos, Viviana Cancax fue galardonada por segundo año consecutivo con el premio Alumna Destacada 2006 por el Instituto de Contadores Públicos y Auditores.



RECAUDACIÓN de FONDOS



◆ CLASES de COCINA

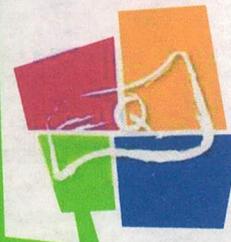
JUVEA realiza actividades de recaudación de fondos organizadas por los juveniles de cada proyecto. Estas actividades son realizadas gracias al apoyo y confianza de muchas empresas que nos patrocinan localidades y premios para los participantes. Entre las actividades más sobresalientes de JUVEA se pueden mencionar:

- ◆ TORNEO de GOLF
- ◆ TEXAS HOLDem
- ◆ DEGUSTACIONES de VINO

- ◆ BINGOS
- ◆ FIESTAS



◆ fiesta de halloween



apoyo

PROPUESTA final y fundamentación

tiro desplegable

ánimate,
trabaja,
apoya...

¿QUÉ ES JUVEA?



Juventud en Acción (JUVEA) es una asociación dedicada a mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos de Guatemala.

La educación es su principal eje de trabajo con el propósito de poder brindarles las herramientas necesarias para que se desarrollen como personas productivas en la sociedad.

Para ello realizamos un trabajo coordinado con familias, empresas, instituciones públicas y privadas del ámbito urbano y rural abocadas a la educación y al desarrollo integral de la niñez y juventud.

ya hiciste algo
Xtú país?



A veces no logramos entender lo privilegiada que ha sido nuestra vida..... la educación que recibimos y el futuro que no está mas que en nuestro esfuerzo alcanzar.

Tendemos a olvidar todos aquellos miles de niños y jóvenes que no tuvieron esa suerte, que por su situación económica no tuvieron el privilegio de tener una educación digna.....

Es muy común también que los jóvenes tengamos las ganas de involucrarnos en proyectos con orientación social, pero muchas veces, esta intención se ve obstaculizada por no contar con las herramientas o información necesaria. JUVEA te invita a que a través de nosotros, puedas hacer un cambio en la niñez y juventud menos privilegiada de Guatemala desarrollando proyectos orientados a la educación.

entusiastas



solidarios
Creativos



JUVEA esta conformada por voluntarios llamados "juverianos" que son jóvenes como tú.

responsables

trabajo en
equipo

jóvenes en
acción!

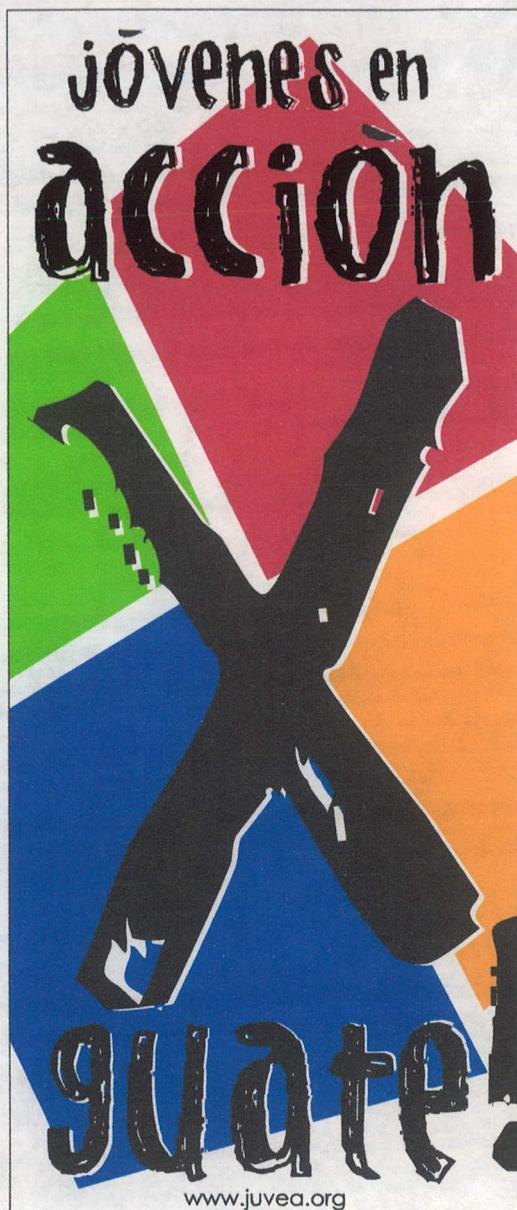
Propuesta final y fundamentación

retiro desplegable



Propuesta final y fundamentación

Sticker



13. producción y reproducción

13.1 Especificaciones técnicas para el desarrollo de las piezas

● carpeta

Medida: 8.5 x 11 plgds. (Carta) vertical

Material: Texcote calibre 12, color blanco

Características generales: Full color, troquelado, impresión tiro y retiro.

● Hojas interiores

Medida: 8.5 x 11 plgds. vertical

Material: Papel bond, calibre 80, color blanco

Características generales: Full color, impresión tiro.

● Desplegable

Medida: 16.22 x 11.19 plgds. horizontal

Material: Couche calibre 80, color blanco

Características generales: Full color, troquelado, impresión tiro y retiro.

● Sticker

Medida: 7 x 3 plgds. vertical

Material: Autoadhesivo brillante, color blanco

Características generales: Full color, impresión tiro, con 1/2 cortes.

13.2 Informe técnico que acompaña los archivos digitales para imprenta

Los artes se entregaron en un CD que incluye una carpeta por cada pieza. La carpeta incluye un archivo editable en software Freehand a 300 dpi, textos convertidos en paths, full color.

De cada material se incluyó un archivo JPG, que muestra como debe quedar la impresión y las imágenes importadas en formato PNG y JPG

● carpeta

Nombre de archivo: carpeta_final.fh10

Formato PNG: logo.png

● Hojas interiores

Nombre de archivo: hojas_interiores.fh10

Formato JPG: gracias.jpg
funjesus.jpg
coban1.jpg
francisco_xavier2.jpg
colegio.jpg
beca.jpg
cocina.jpg
party.jpg

Producción y Reproducción

Formato PNG: carreta.png
corazon.png
medico.png
niños.png
foco.png
libro.png
billete.png

● Desplegable

Nombre de archivo: desplegable_final.fh10

Formato JPG: juverianos.jpg
gracias.jpg
coban2.jpg

Formato PNG: corazon.png
niños.png
medico.png
libro.png
logo.png

● Sticker

Nombre de archivo: sticker_final.fh10

13.3 Presupuesto de diseño y de impresión

A continuación se presenta un presupuesto de todo el proyecto en base a cotizaciones obtenidas en diferentes empresas, incluyéndo también los costos por servicio de diseño.

● Servicio de Diseño y Creatividad:

Diseño y diagramación de carpeta con hojas interiores	Q. 1,200
Diseño y diagramación de desplegable	Q. 1.500
Diseño y diagramación de invitación	Q. 200
<hr/>	
TOTAL DEL SERVICIO	Q. 2,900

● Reproducción de materiales impresos:

Impresión de 200 carpetas, texcote C-12, full color, tamaño 8.5 x 11 plgds., impresión tiro y retiro, troquelado y ocho páginas interiores tamaño carta en papel bond C-80, impresión tiro. (**Cotización Soluciones Litográficas anexo No. 9**)

Costo por carpeta	Q. 8.50
Costo por 8 hojas	Q. 12.56
Costo total carpeta	Q. <u>4,200.00</u>

Producción y Reproducción

Impresión 2000 despleables, couche C-80, full color, tamaño 8.5 x 11 plgds., impresión tiro y retiro, troquelado. (**Cotización Soluciones Litográficas anexo No. 9**)

Costo por unidad	Q. 1.45
Costo total (2000 unidades)	<u>Q. 2,900.00</u>

Impresión de 2000 invitaciones, papel autoadhesivo brillante, full color, tamaño 7 x 3 plgds., impresión tiro con 1/2 cortes. (**Cotización Select Print anexo No. 10**)

Costo por unidad	Q. 0.67
Costo total (2000 unidades)	<u>Q. 1,345.00</u>

13.4 Sistema de impresión

Los tres materiales serán reproducidos en litografía, ya que el tiraje es mayor de 200 unidades. Este sistema es el que ofrece mejores ventajas en cuanto a precio y sobre todo en la calidad final de impresión.

14. conclusiones y recomendaciones

Conclusiones:

- La carpeta como material informativo, logra una presentación formal de la Asociación JUVEA, a través de información precisa e imágenes que hacen alusión a los proyectos y actividades que realiza la institución. Estos elementos buscan sensibilizar a los empresarios y despertar en ellos el deseo de ayudar con patrocinio y donaciones.

- El desplegable es el material informativo dirigido a jóvenes. Éste logra facilitar el contenido sobre qué es JUVEA y quiénes lo conforman, por medio de la integración de elementos visuales y gráficos. Es el recurso a través del cual se informa y comunica al grupo objetivo, esperando una respuesta positiva, que despierte en ellos interés por ser voluntarios.

- El sticker funciona como material de apoyo para el desplegable. Esta pieza, por medio de un mensaje claro y directo, y la referencia del sitio web, funciona como un recortador de la Asociación.

Recomendaciones:

- Es recomendable que al desarrollar material informativo que promuevan el trabajo de JUVEA, la selección de fotografías refleje la realidad del país, y los sentimientos positivos que se pueden lograr a través de los proyectos y actividades que realizan, para lograr sensibilizar e impactar al grupo objetivo.

- Al diseñar un desplegable para jóvenes, es importante tomar en cuenta que la diagramación sea dinámica, por medio de una correcta direccionalidad de contenidos, en cada uno de los dobleces, para evitar que el material sea monótono. También es recomendable que el impacto visual se logre a través del color y las imágenes, que identifiquen a la asociación y el contexto, de manera que la persona sienta interés por leer el contenido.

- Para lograr que un sticker logre su función, es recomendable que el mensaje sea breve y que la tipografía a utilizar sea adecuada para el grupo objetivo. Es necesario tomar en cuenta que el diseño de la diagramación se adapte al tamaño del formato, para evitar la saturación del mismo.

15. Bibliografía

LOAIZA Mazariegos, Alix. (2006). Presentación Multimedia y Material Informativo para dar a conocer a la Unión Solidarista Guatemalteca y sobre las asociaciones solidaristas. Licenciatura en Diseño Gráfico. Guatemala, Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Noviembre 2006.

RODRÍGUEZ Larin, Melisa, (2003). ¡Trabajando juntos!. Propuesta de material gráfico para la familia de la mujer alcohólica. Licenciatura en Diseño Gráfico. Guatemala, Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Agosto 2003. 220p.

Fraser, T, y Banks, A. (2005). El libro definitivo sobre el color. La guía más completa. Evergreen. Barcelona

Royo, J. Diseño digital. Paidós Diseño. 2004. Barcelona, España.

Dabner, D. (2005). Diseño gráfico. Fundamentos y prácticas. (1era. ed.). Barcelona. Edita Blume.

Cruz, Abel. (2006). Pobreza. Mitad de población vive con carencias básicas. Prensa Libre. Guatemala 22 de agosto 2007.

"La solidaridad como característica humana". (en red). Disponible en: www.churchforum.org/linfo/Doctrina/Solidaridad-caracteristica-humana.htm

Juan Ignacio Pontis. Pobreza. "La Pobreza". (en red). Disponible en: www.monografias.com/trabajos10/pobrezas/pobrezas.shtml/#po

Caritas del Perú. Solidaridad. "Que es el Voluntariado". (en red). Disponible en: www.caritas.org.pe/pa.volun.htm

César García. Rincón de Castro. 2003. Cuaderno de Viaje. "Para acompañar experiencias de voluntariado social". (en red). Disponible en: www.es.wikipedia.org/wiki/voluntariado

El color. "El significado del color". (en red). Disponible en: www.webusable.com/coloursMean.htm

16. ANEXOS

Anexo I

Encuesta grupo objetivo primario (empresarios)

Soy estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar y estoy realizando un proyecto gráfico de Solidaridad con la Asociación JUVEA y para poder completarlo exitosamente necesito de su colaboración, al proveer la siguiente información.

Instrucciones: Por favor, para contestar a cada pregunta, debe marcar con una X la respuesta(as) que crea más adecuada.

Nombre: _____

Sexo: F M

Edad: 30 - 35 35 - 40 40 - 45 mayor de 45

Estado civil: Casado (a) Soltero (a) Divorciado (a)

¿Tiene hijos?: Sí No

¿Cuántos hijos tiene? 1-3 3-5 5 en adelante

¿Cuál es su Ocupación?: _____

Lugar en donde labora: _____

Cargo que ocupa: _____

1. ¿En que zona vive? _____

2. ¿Su casa es alquilada o propia?

Alquilada Propia

3. ¿Rango de Ingresos?

5,000 - 10,000 10,000 - 15,000

15,000 - 20,000 20,000 en adelante

4. ¿Planifica mensualmente su presupuesto personal? Sí No

5. ¿Tiene estudios Universitarios? Sí No

6. ¿Tiene computadora en su casa?
Sí No Cuántas? _____

7. ¿Tiene internet en su casa y/u oficina? Sí No

8. ¿Usa diariamente el internet? Sí No

10. ¿Qué revistas le gusta leer?
National Geographic Selecciones
Mundo Motor Revista D Otro: _____
11. ¿Qué programas de TV le gusta ver?
Noticieros Culturales Entretenimiento
Deportes Salud
12. ¿Qué prefiere? Leer Insumos visuales
13. ¿Qué tipo de imagen prefiere?
Fotografía Dibujos Ilustraciones
Abstracciones Otro: _____
14. ¿En qué utiliza su tiempo libre?
Familia Deportes Arte
Cine Música Otro: _____
15. ¿Qué lugares visita con más frecuencia?
Centros Comerciales Museos Galerías de Arte
Lugares turísticos Restaurantes
16. ¿Viaja constantemente? Sí No
17. ¿Cuál es el medio de información que consulta con más frecuencia?
Periódicos Internet
Revistas Radio Otro: _____
18. ¿Cuánto tiempo dedica a profundizar en temas relacionados con la realidad nacional?
Mucho Poco Nada
19. Actualmente, ¿ayuda a alguna Institución de bienestar social?
Sí No Cuál? _____
20. ¿De qué manera se le facilitaría brindar apoyo a Instituciones de bienestar social?
Viveres Patrocinio
Ropa Donativo Monetario Otro: _____

Anexo 2

Encuesta grupo objetivo secundario (jóvenes)

Soy estudiantes de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar y estoy realizando un proyecto gráfico de Solidaridad con la Asociación JUVEA y para poder completarlo exitosamente necesito de su colaboración, al proveer la siguiente información.

Instrucciones: Por favor, para contestar a cada pregunta, debes marcar con una X la respuesta(as) que creas más adecuada.

Nombre: _____

Sexo: F M

Edad: 15 - 20 20 - 25 25 - 30 mayor de 30

Estado civil: Casado (a) Soltero (a) Divorciado (a)

¿Tienes hijos?: Sí No

¿Cuántos hijos tienes? _____

¿Cuál es tu ocupación?: _____

Lugar en donde trabajas o estudias: _____

Cargo que ocupas: _____

1. ¿Cree que en tu hogar se vive un ambiente familiar? Sí No

2. ¿Qué haces en tu tiempo libre?

Ver televisión Navegar en Internet Oír música

Salir con amigos Hacer algún deporte Ir al cine

3. ¿Qué lugares visitas con mayor frecuencia?

Centros Comerciales Centros Recreativos

Lugares turísticos Restaurantes Otro _____

4. ¿Te gusta leer? Sí No

5. ¿Qué películas te gustan más?

Acción Románticas Drama

Comedia Suspense

6. ¿Qué tipo de material gráfico te gusta más?

Revistas y Periódicos Internet Volantes

Afiches Trifoliar o brochure

7. ¿Cómo te gusta que esté distribuido el contenido?

- Con poco texto Colores llamativos Mucho texto
Texto e imágenes Con personajes Sin imágenes

8. ¿Qué tipo de fotografía te impacta más?

- Comercial y publicitaria Realista Blanco y negro
Artística Abstracta A colores

9. Prefieres que te insiten por medio de un lenguaje de:

- Súplica Exigente En base a resultados
Motivacional Amigable

10. ¿Alguna vez has participado en actividades de voluntariado?

- Sí No Cuál? _____

11. ¿En qué tipo de programas te gustaría colaborar?

- Educativo de Salud
Ecológico Solidaridad Otro _____

12. ¿Qué cualidades crees que debe tener un voluntario?

- Comprensivo Paciente Solidario
Constante Sensible Servicial

13. ¿Qué eventos de solidaridad te impactan más?

- Teletón Carrera Arco Iris Caminatas
Mac día feliz Olimpiadas Especiales Otro _____

¡Gracias por tu colaboración!
Tus respuestas serán de mucha utilidad

Anexo 3

Proceso de Conceptualización

Para poder llevar a cabo la conceptualización se realizó una lluvia de ideas general, tomando en cuenta los objetivos de diseño, y la necesidad que se planteó. Luego se tomaron palabras claves en base a los objetivos del proyecto y también se elaboró lluvia de ideas de manera que se lograra obtener una cantidad suficiente de palabras, para luego relacionarlas unas con otras y determinar las frases conceptuales.

Solidaridad	Organización	Desarrollo	sociedad
Interés	Justicia	Igualdad	Caridad
Responsabilidad	Comunidad	Actos	Actitud
Disposición	Necesidad	Moral	Ayuda
Fundación	Amigo	Comprensión	Maltrato
Apoyo	Causas	Deber	Acoger
Excluir	Atención	Manifestar	Alegría
Disponibilidad	Escuchar	Celebrar	Hechos
Creatividad	Respuesta	Ingenio	Dinámicas
Reuniones	Planificar	Acción	Involucrar
Orientar	Formar	Capacitar	Promover
Educar	Misión	Avanzar	Acudir
Trabajar	Encuentro	Conciencia	Evangelizar
Práctica	Pobres	Amor	Denunciar
Compromiso	Protagonista	Campaña	Cooperación
Cultura	Esfuerzo	Contexto	Medios
Comunicación	Urgencia	Tragedias	Humanitario
Difusión	Relación	Beneficio	Profundizar
Transformar	Vida	Provocar	Cambios
Pensar	Valorar	Valores	Comportamiento
Proceso	Voluntario	Tiempo	Autorealización
Problemas	Proyectos	Promoción	Crecimiento
Circunstancia	Economía	Carecer	Ingresos
Atención	Alimento	Vivencia	Educación
Experimentar	Salud	Derecho	Indígenas
Rural	Escolaridad	Entidades	Investigación
Institución	Análisis	Elaboración	Diseño
Estrategias	Reducir	Lograr	Evaluar
Inteligencia	Voluntad	Deseo	Integridad
Conseguir	Persona	Progresar	Preparación
Insumos	Alcanzar	Elevar	Aumentar
Calidad	Sensibilidad	Preocupación	Aprendizaje
País	Expresar	Actividades	Gratuito
Corazón	Compromiso	Población	Asistir
Servicios	Respeto	Principios	Libertad
Permanecer	Participar	Solución	Informar

Corresponder	Honestidad	Servicio	Cuidar
Disposición	Cariño	Fuerza	Ambiente
Decisión	Entrega	Humildad	Desinterés
Gratificación	Unión	Jóvenes	Dedicación
Niños	Herramientas	Piezas	Creer
Perseverancia	Compañerismo	Entusiasmo	Espíritu
Equipo	Superación	Barreras	Refuerzo
Esfuerzo	Privilegio	Impacto	Positivismo
Energía	Impulsar	Encontrar	Donativo
Patrocinio	Sensibilizar	Importancia	Invitar
Dar vida	Éxito	Llave	Clave
Enlace	Futuro	Determinación	Oportunidad
Explosión	Interactuar	Juntos	Incondicional
Aportar	Compartir		

Frases Conceptuales:

- Corazones solidarios
- Acción con energía
- Energía positiva
- Energía creativa
- Impacto positivo
- Herramientas del cambio
- Protagonistas del cambio
- Protagonizando una actitud positiva
- Acciones creativas
- Dando vida al cambio
- Solidaridad en acción
- Actitudes positivas
- Explosión de energía
- Reconstruyendo con energía el futuro
- Juntos creando ilusiones
- Por los niños
- Tú eres el protagonista
- Su alegría depende de ti
- El cambio depende de ti
- Tu ayuda cuenta
- Con energía y amor por un futuro mejor
- Tu ayuda es alegría
- Dando alas al futuro
- El futuro está en tus manos
- Contamos con tú ayuda
- Ayudar es divertido

Opuestos

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| • Débil con energía | Solidaridad egoísta |
| • Destino pasado | Necesidad innecesaria |
| • Solidaridad desasistida | Urgencia aplazable |
| • Solidaridad interesada | Espíritu negativo |
| • Inmadura responsabilidad | Sensibilidad pesimista |
| • Optimismo aburrido | Logro frustrado |
| • Alegría deprimida | Triunfo perdido |
| • Voluntario inactivo | Avance negativo |
| • Actividad pasiva | Renunciar a la lucha |
| • Voluntariado egoísta | |

Frases Conceptuales:

- Por un futuro mejor
- Dando alas al futuro con energía
- Explosión de cambio con energía positiva
- Herramientas de cambio con energía positiva
- Explosión de energía por los niños
- Solidaridad en acción con energía
- Actitud positiva, explosión de energía
- Explosión de energía con actitud positiva
- Acciones creativas por un futuro mejor
- Protagonistas del cambio, impacto positivo
- Dando vida al cambio con actitud y energía
- Actitudes que crean el futuro
- Actuando por un cambio positivo
- Corazones solidarios en acción
- Ayuda con energía por un futuro mejor
- Protagonizando una actitud de cambio
- Herramientas de cambio, nuevas oportunidades
- Unión y servicio con energía positiva
- Cambio positivo enlazando oportunidades
- Trabajo en equipo, impacto positivo
- Voluntarios para hacer realidad el cambio
- Decisiones que impactan positivamente
- Uniendo lazos de solidaridad
- Lazos solidarios
- Compromiso con el cambio
- Actos que impactan corazones
- Un apoyo para los protagonistas del futuro
- Determinando el cambio con energía positiva

Luego de analizar cada una de las frases conceptuales, se eligieron las cinco frases que apoyan el mensaje central del proyecto que abarca el tema de Solidaridad.

También se tomaron en cuenta las características de cada grupo objetivo y el papel que van a desempeñar durante el desarrollo del proyecto.

Frases Preliminares:

- Explosión de cambio con energía positiva
- Herramientas de cambio con energía positiva
- Actitud positiva, explosión de energía
- Protagonizando una actitud de cambio
- Explosión de energía con actitud positiva

Concepto General:

En base a la necesidad y los objetivos del proyecto, se definió como concepto general la frase "**Herramientas de cambio con energía positiva**".

Dicha frase se compone de palabras claves que representan la función y el aporte de cada una de las personas que por medio del proyecto de sensibilización, sientan el deseo de mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos que promueve la asociación JUVEA.

El proyecto va dirigido a dos grupos objetivos. El primario abarca a empresarios y el secundario a jóvenes guatemaltecos. Ambos grupos son esenciales para el desarrollo del proyecto; por medio de ellos se cubrirán las necesidades que niños y jóvenes de escasos recursos afrontan diariamente.

Todas estas personas son las herramientas que JUVEA necesita para lograr el cambio. Los empresarios por medio de aportes monetarios, donaciones y patrocinio, darán vida al cambio brindando mejores oportunidades al grupo beneficiado, y darán el ejemplo a todas aquellas personas que por exceso de trabajo, creen no tener el tiempo suficiente para apoyar a instituciones de bienestar social en Guatemala.

Los jóvenes también son herramientas de cambio. Disfrutan la vida, hacen deporte, comparten con los amigos, pero la característica más importante y esencial para este proyecto es que sientan el deseo de ayudar a los demás por medio del voluntariado.

A diferencia del grupo objetivo primario, la mayoría de jóvenes son estudiantes o trabajan pero no tienen los mismos ingresos económicos que un empresario, es por esto que la frase herramientas de cambio se adapta a cada grupo según sus características.

El concepto es el resultado de la unificación de dos pequeñas frases que se complementan entre sí.

No es significativo ser una herramienta de cambio si no se tiene la energía necesaria para responder al llamado de JUVEA. Ambos grupos objetivos tienen una energía que transmiten a su manera.

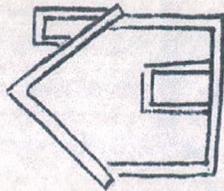
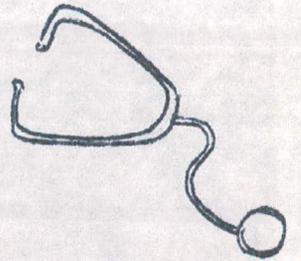
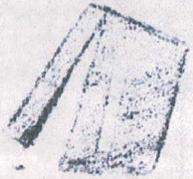
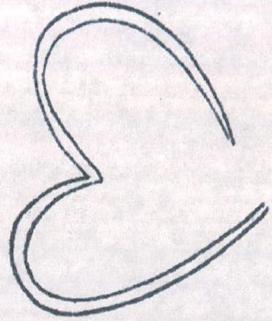
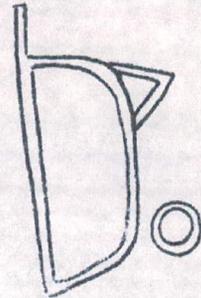
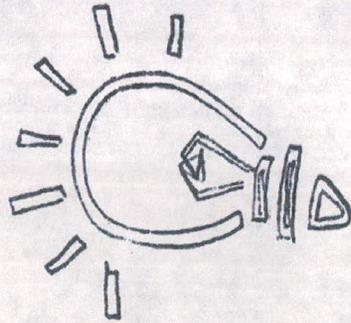
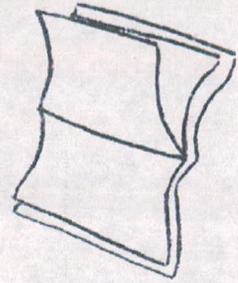
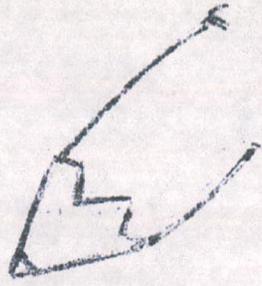
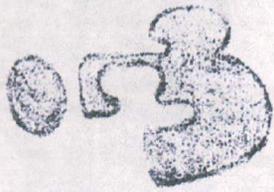
Los empresarios con solo tener el deseo de ayudar económicamente, con víveres y ropa a otras personas que no cuentan con privilegios, están transmitiendo la energía positiva, elemento esencial de la solidaridad.

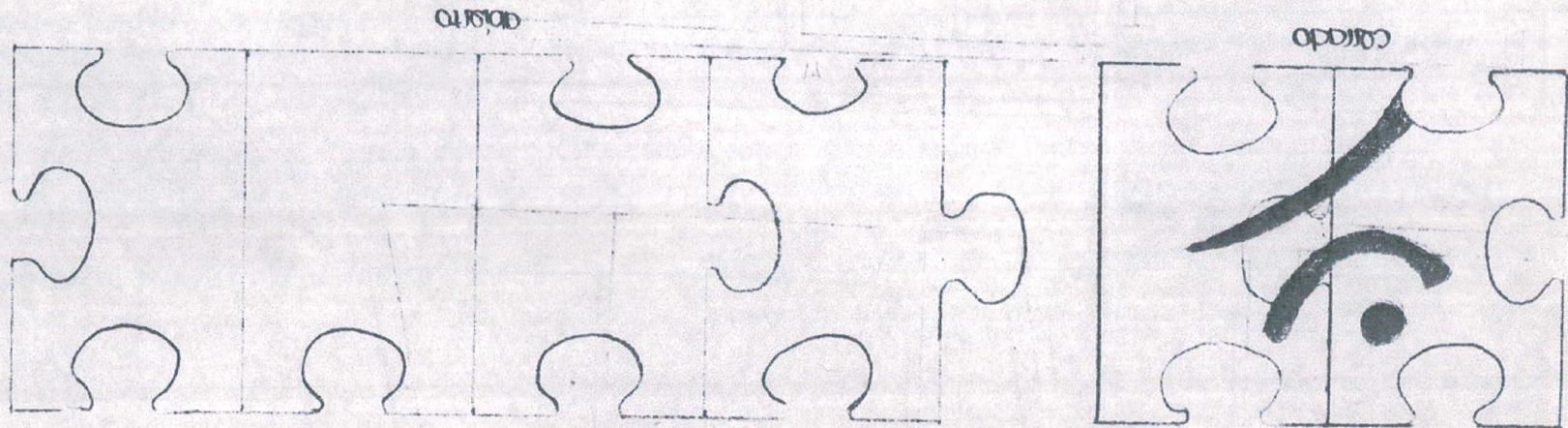
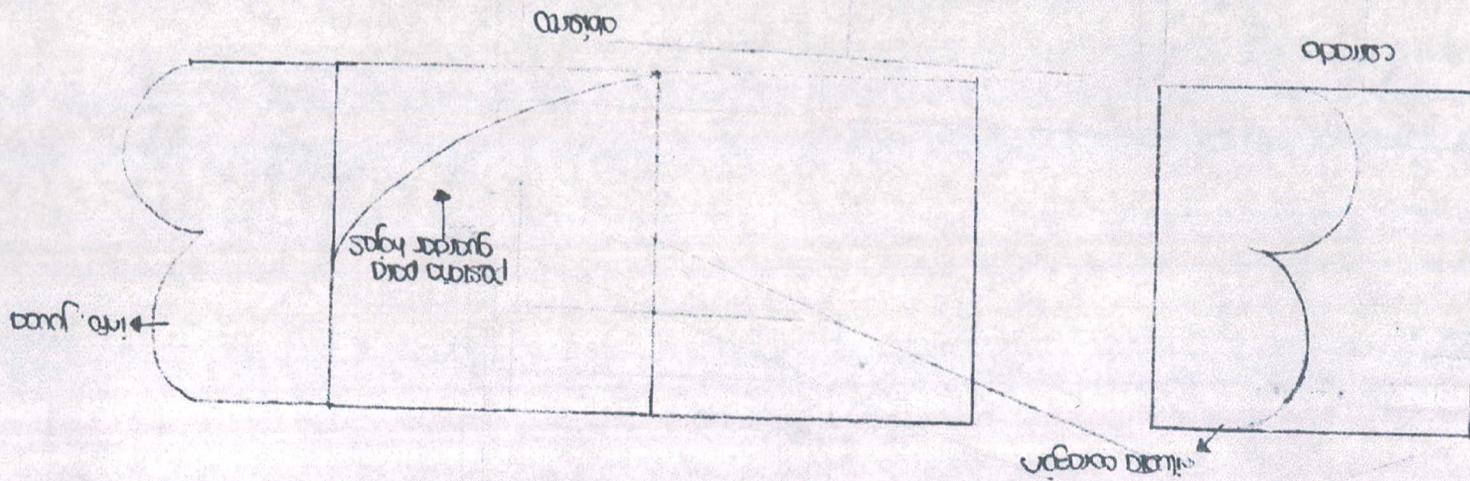
Los jóvenes están en la mejor etapa de sus vidas y muchas veces son ciegos a las necesidades de los demás, es por esto que JUVEA quiere lograr que recapaciten y entiendan que el voluntariado también es algo positivo en sus vidas, y que con la energía positiva que cada uno de ellos tiene, se pueden lograr muchos cambios que en un futuro serán de beneficio para el desarrollo de Guatemala.

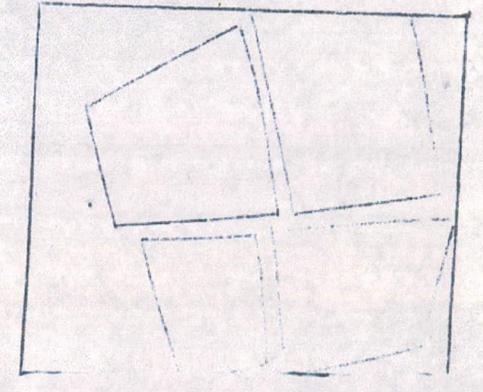
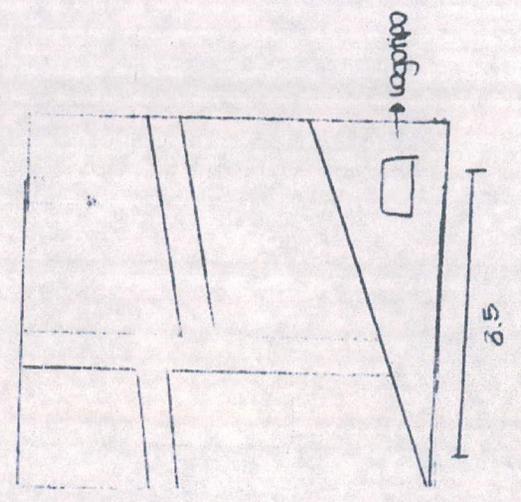
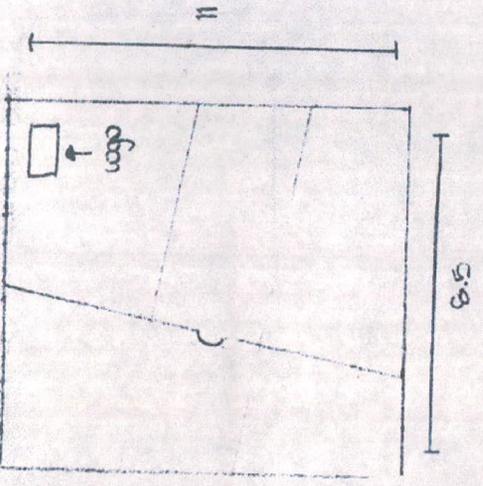
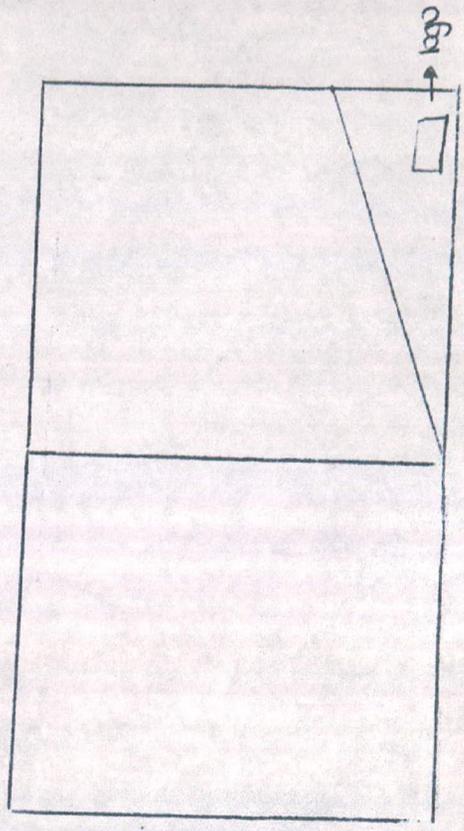
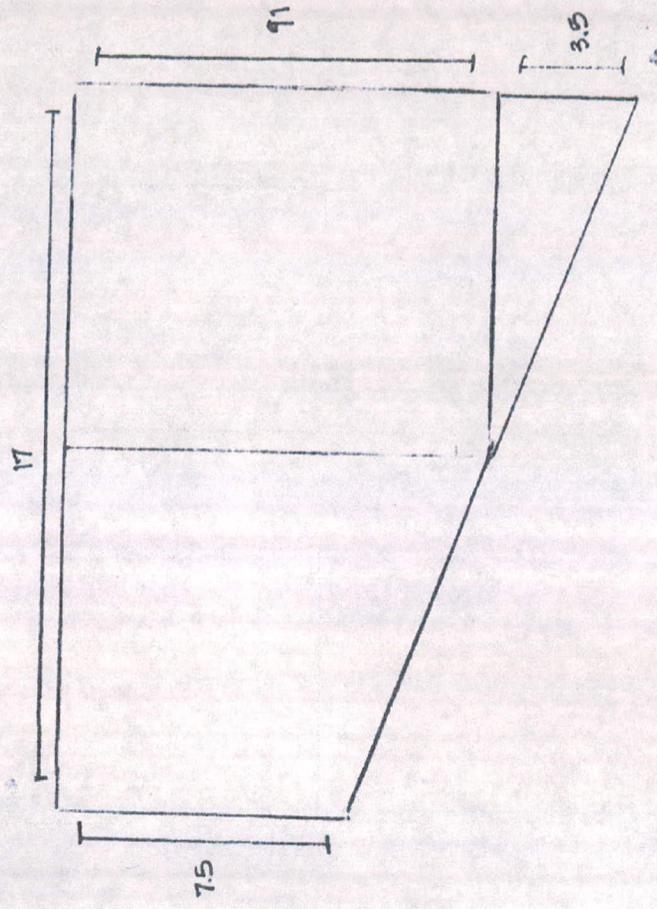
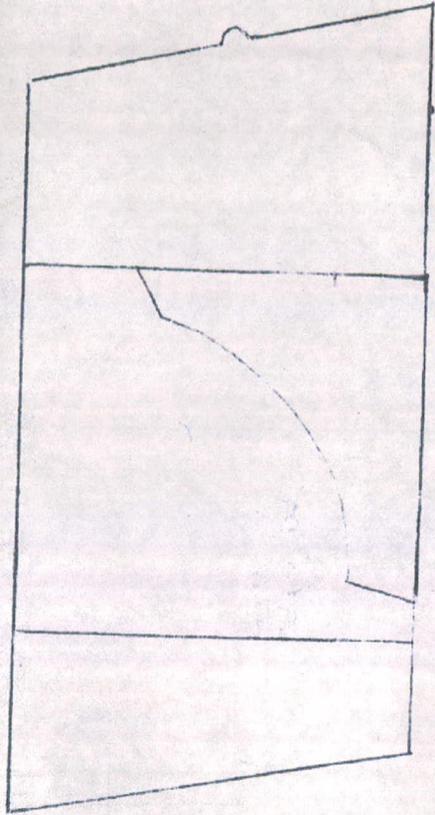
“Herramientas de cambio con energía positiva”, logra transmitir el mensaje y la necesidad que promueve JUVEA, haciendo sentir en ambos grupos objetivos la importancia que tiene el apoyo que le pueden brindar a quienes lo necesitan, siendo los protagonistas principales del proyecto de solidaridad.

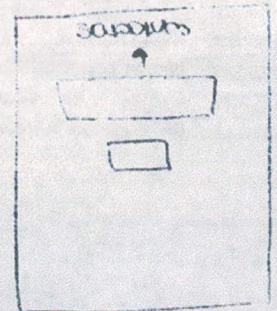
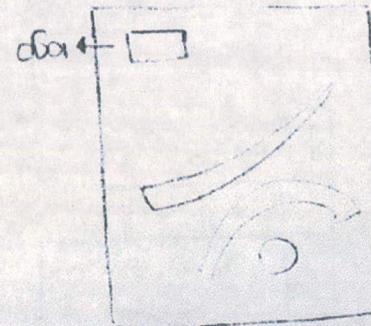
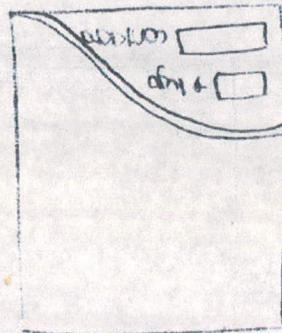
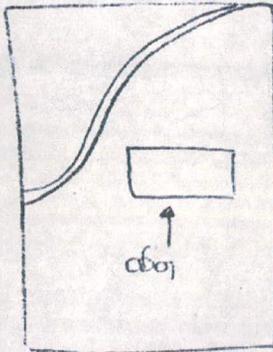
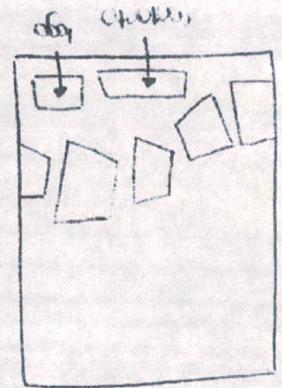
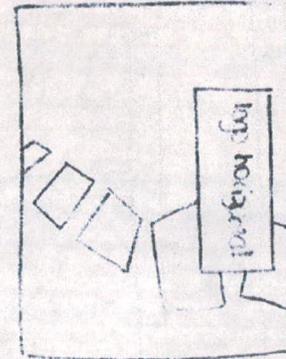
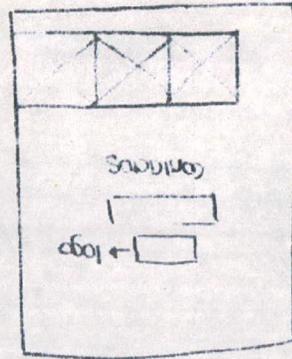
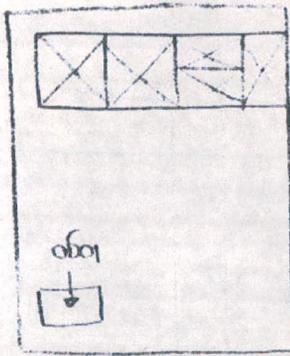
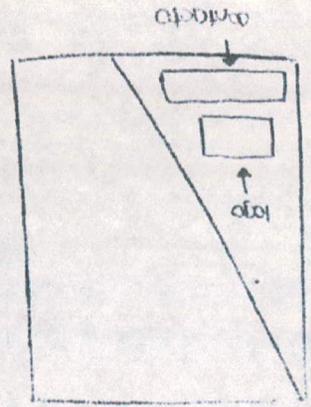
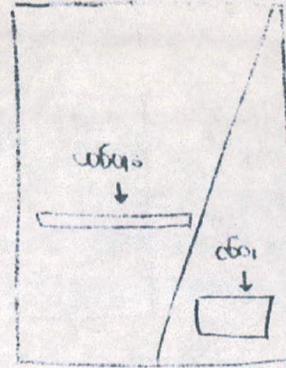
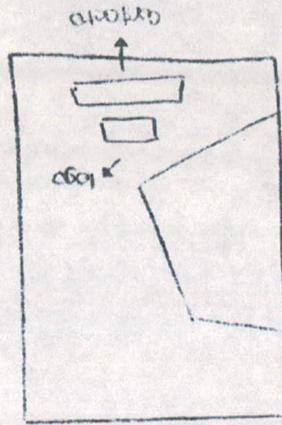
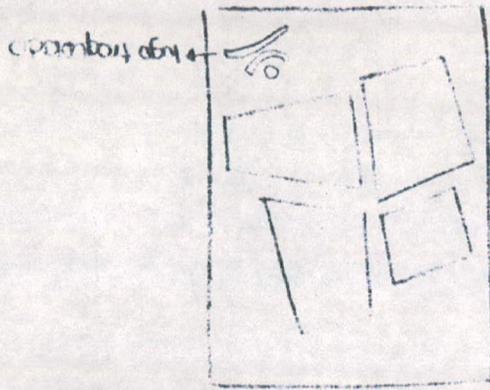
Anexo 4

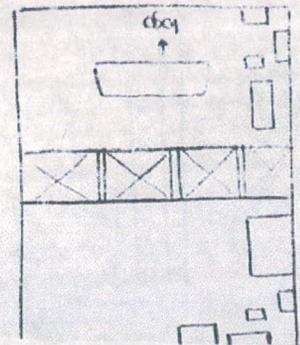
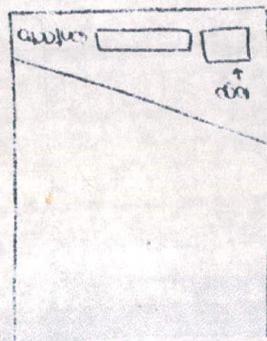
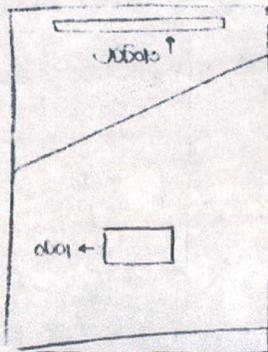
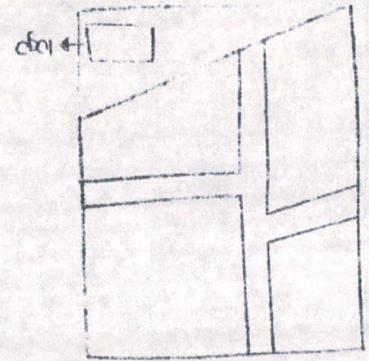
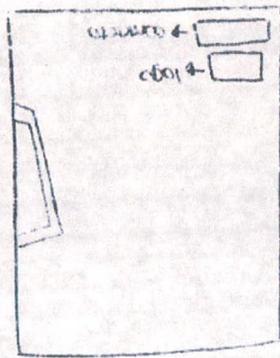
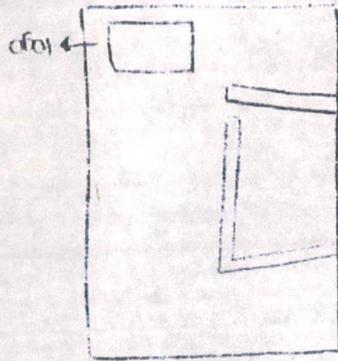
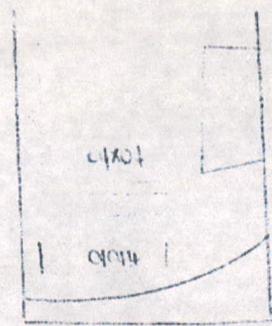
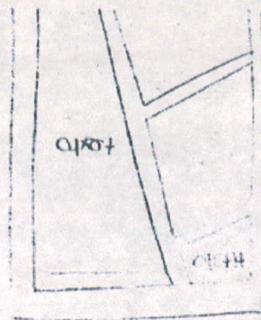
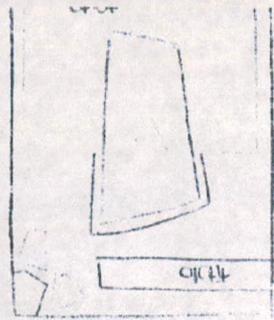
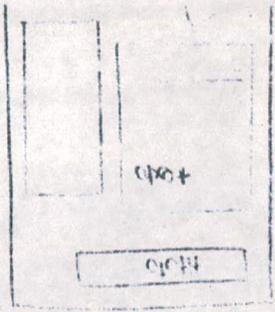
Proceso de Bocetaje

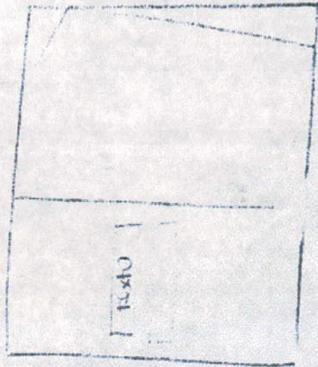
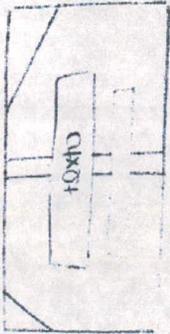
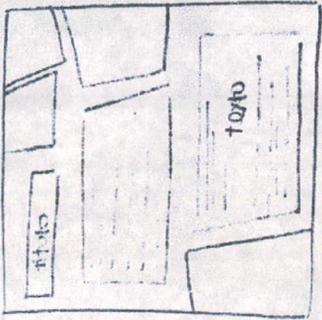
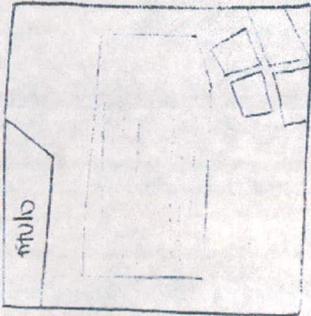
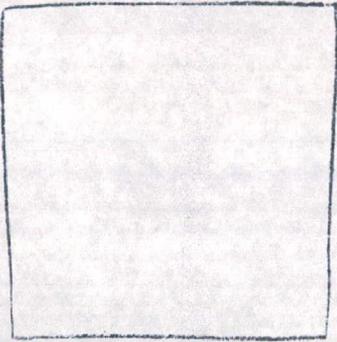
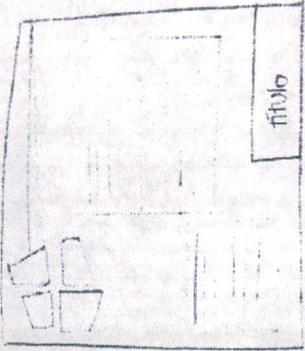
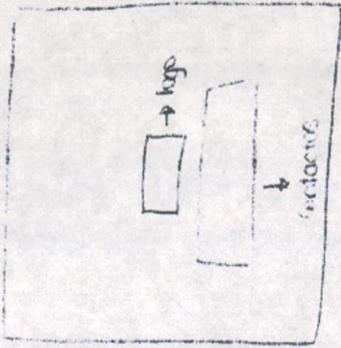
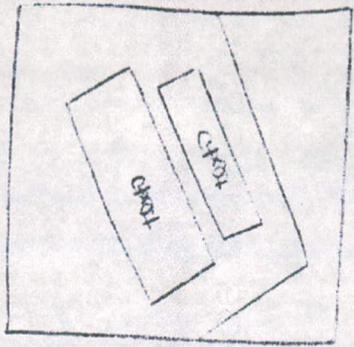
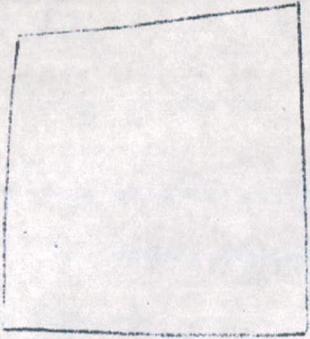












Anexo 5

Instrumento de Validación

VALIDACIÓN técnica

Expertos

Como parte del proceso de evaluación del proyecto desarrollado para Asociación JUVEA establecido en el curso Síntesis III de la carrera de diseño gráfico en la Universidad Rafael Landívar, le agradecería su colaboración, respondiendo a las siguientes preguntas según su experiencia profesional.

Necesidad: No cuentan con un proceso de sensibilización lo suficientemente impactante, que invite a los empresarios guatemaltecos a solidarizarse, brindando apoyo económico, víveres, ropa o patrocinio, a las actividades que darán mejores oportunidades a los niños que promueve JUVEA.

Hace falta sensibilizar a los jóvenes guatemaltecos y despertar en ellos el deseo de ayudar a los más necesitados, siendo parte del voluntariado que ofrece JUVEA a la sociedad.

Grupo Objetivo Primario: Jóvenes de ambos sexos comprendidos entre los 17 – 30 años de edad; nivel socioeconómico C2. La mayoría son estudiantes o profesionales Universitarios con un trabajo estable.

Grupo Objetivo Secundario: Empresarios de ambos sexos comprendidos entre los 35 -55 años de edad. Nivel Socioeconómico ABC1; tienen cargos importantes dentro de medinas y grandes empresas.

Instrucciones: Por favor marque con una X la (s) respuesta (s) que considere más adecuada.

1. Según el concepto "Herramientas de cambio con energía positiva", considera que las diferentes piezas logran en conjunto:
 - a. Dar a conocer el tema de una manera clara, organizada y accesible.
 - b. Confusión y desorden por uso excesivo de elementos gráficos.
 - c. Logra que el grupo objetivo tome conciencia y sienta interés por ayudar.
2. Considera que el formato utilizado en las diferentes piezas logra:
 - a. Diferenciarse de otros materiales
 - b. Facilitar el traslado de información
 - c. Distraer la atención del contenido
 - d. Manejabilidad
3. Las formas y tamaños del formato logran que las piezas transmitan:
 - a. Impacto innovador por el uso de formas irregulares
 - b. Aburrimiento y desinterés por leer el contenido
 - c. Desorden por falta de espacio para diagramar el contenido
 - d. Equilibrio dando lugar a jerarquías visuales

4. Considera que el soporte elegido para imprimir el material es:
 - a. Adecuado por su resistencia y durabilidad
 - b. Fácil de manipular y de buena calidad pero de poca durabilidad
 - c. Difícil de manipular en piezas con dobleces irregulares

5. La tipografía utilizada para los títulos en las diferentes piezas es:
 - a. Es legible para el grupo objetivo
 - b. Poco atractiva y no sobresale como título
 - c. Identifica al grupo objetivo por ser juvenil y dinámica
 - d. No logra resaltar partes importantes del contenido

6. Cree que la tipografía utilizada para el cuerpo de texto es:
 - a. Simple pero logra armonía y equilibrio con los demás elementos gráficos
 - b. Poco convencional para el grupo objetivo; no despierta interés por la lectura
 - c. Maneja un tamaño adecuado que permite una lectura clara para el grupo objetivo
 - d. Crea desorden y confusión en las jerarquías visuales de la composición

7. Considera que la gama de colores utilizados dentro del material logra:
 - a. Confusión y desorden visual
 - b. Relación y unidad con el concepto y el tema
 - c. Impactar al grupo objetivo, despertando interés por el contenido
 - d. Saturar las piezas haciendo que pierdan valor emotivo

8. Cree que los símbolos utilizados en las piezas:
 - a. Representan claramente cada una de las áreas del proyecto
 - b. No logran establecer unidad con el tema
 - c. Se utilizan únicamente con fines decorativos
 - d. Interactúan con el grupo objetivo despertando interés por el material

9. Considera que los elementos gráficos logran que:
 - a. La composición sea más atractiva y despierte interés en el grupo objetivo por analizar el contenido
 - b. Exista distracción visual al transmitir el contenido
 - c. El lector se confunda con el orden de la lectura
 - d. La composición tenga equilibrio y armonía

10. Las fotografías utilizadas dentro del material logran:
 - a. Despertar interés en el lector para conocer más acerca del tema
 - b. Confusión ya que no se relacionan con las áreas del proyecto
 - c. Motivar al grupo objetivo a sensibilizarse y ser parte del proyecto

VALIDACIÓN técnica

Grupo Objetivo Primario (Jóvenes)

Soy estudiante de 4to. Año de la Licenciatura en Diseño Gráfico, estoy realizando una campaña de sensibilización para que jóvenes como tú, sientan el deseo de ayudar por medio del voluntariado.

La siguiente encuesta tiene como fin, que me ayudes a verificar si la propuesta es lo que tú necesitas y esperas de la campaña y así proponer un mejor material.

Gracias por tú colaboración!

Instrucciones: Por favor marca con una X la (s) respuesta (s) que consideres más adecuada.

1. Crees que el tamaño y la forma de las piezas es:

- a. Aburrido; no te llama la atención leer el contenido
- b. Creativo y original
- c. Desordenado porque el contenido no está bien distribuido
- d. Fácil de manejar

2. El material que se uso para imprimir las piezas te parece:

- a. Atractivo pero de poca resistencia
- b. Delgado y fácil de romperse
- c. Adecuado por su resistencia y durabilidad
- d. Difícil de doblar y manejar

3. El tipo de letra que se uso para los títulos:

- a. No te gusta porque es difícil de leer
- b. Es legible y fácil de leer
- c. No le da importancia a los títulos
- d. Te gusta porque es creativa y diferente

4. Para los textos, el tipo de letra que se uso es:

- a. Clara y fácil de leer
- b. Aburrida; no te llama la atención leer el contenido
- c. Pequeña y difícil de entender
- d. Adecuada por el tamaño

5. Los colores que se usaron:

- a. Te gustan y llaman tú atención
- b. Son aburridos y tristes
- c. No combinan entre ellos
- d. Logran que te intereses por el contenido

6. Los símbolos colocados en las piezas ayudan a:

- a. Comprender más fácil el tema
- b. Decorar el material para que se vea mejor
- c. Confundir porque no se relacionan con el tema
- d. Ubicar cada una de las áreas del proyecto

7. Los elementos que apoyan los textos y fotos son:

- a. Atractivos y despiertan interés por el material
- b. Distractores que confunden la lectura
- c. Decorativos
- d. Innecesarios

8. Las fotos que se usaron:

- a. Despiertan en ti interés y deseo de conocer más acerca del tema
- b. No tienen relación con el tema
- c. Te impactan y te hacen tomar conciencia
- d. Te parecen aburridas

9. El desplegable te parece:

- a. Original y creativo; te llama la atención leerlo
- b. Aburrido porque tiene mucho texto
- c. Adecuado para motivar
- d. Difícil de manejar porque tiene muchos dobleces

10. Qué piensas del sticker:

- a. No te gusta, tiene mucho texto
- b. Los colores y el mensaje te agradan
- c. Es muy grande, no lo usarías
- d. Es motivacional

VALIDACIÓN técnica

Grupo Objetivo (Empresarios)

Como parte del proceso de evaluación del proyecto desarrollado para Asociación JUVEA establecido en el curso Síntesis III de la carrera de diseño gráfico en la Universidad Rafael Landívar, le agradecería su colaboración, respondiendo a las siguientes preguntas según su experiencia profesional.

Gracias por su colaboración!

Instrucciones: Por favor marque con una X la (s) respuesta (s) que considere más adecuada.

1. Cree que el tamaño y la forma de las piezas es:
 - a. Aburrido; no le llama la atención leer el contenido
 - b. Creativo y original
 - c. Desordenado porque el contenido no está bien distribuido
 - d. Fácil de manejar
2. El material que se uso para imprimir las piezas le parece:
 - a. Atractivo pero de poca resistencia
 - b. Delgado y fácil de romperse
 - c. Adecuado por su resistencia y durabilidad
 - d. Difícil de doblar y manejar
3. El tipo de letra que se uso para los títulos:
 - a. No le agrada porque es difícil de leer
 - b. Es legible y fácil de leer
 - c. No le da importancia a los títulos
 - d. Le agrada porque es creativa y diferente
4. Para los textos, el tipo de letra que se uso es:
 - a. Clara y fácil de leer
 - b. Aburrida; no le llama la atención leer el contenido
 - c. Pequeña y difícil de entender
 - d. Adecuada por el tamaño
5. Los colores que se usaron:
 - a. Le gustan y llaman su atención
 - b. Son aburridos y tristes

- c. No combinan entre ellos
- d. Logran que le interese el contenido

6. Los símbolos colocados en las piezas ayudan a:

- a. Comprender más fácil el tema
- b. Decorar el material para que se vea mejor
- c. Confundir porque no se relacionan con el tema
- d. Ubicar cada una de las áreas del proyecto

7. Los elementos que apoyan los textos y fotos son:

- a. Atractivos y despiertan interés por el material
- b. Distractores que confunden la lectura
- c. Decorativos
- d. Innecesarios

8. Las fotografías que se usaron:

- a. Despiertan en usted interés y deseo de conocer más acerca del tema.
- b. No tienen relación con el tema
- c. Te impactan y te hacen tomar conciencia
- d. Te parecen aburridas

Anexo 6

Cotizaciones

COTIZACION

FECHA	17 de agosto de 2008
EMPRESA	ASOCIACIÓN JUVEA
ATENCIÓN A	RITA FARFÁN

ASOCIACIÓN JUVEA .OCT'07.001

Por medio de la presente tengo el gusto de someter a su consideración la siguiente cotización

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR
<p>IMPRESIÓN DE CARPETAS</p> <p>A 4 colores tiro en cartoncillo texcote C-12, troqueladas y pegadas</p>	200	16 x 20"	Q1,700.00
<p>IMPRESIÓN DE JUEGO DE 8 HOJAS</p> <p>A 4 colores tiro en papel bond 80 / 200 cada una</p> <p>Cambio solo color negro</p>	1,600	8 1/2 x 11	Q2,500.00
<p>IMPRESIÓN DE DESPLEGABLE</p> <p>Litografiados a 4 colores tiro y 4 colores retiro en papel couché B-100, troquelados y doblados</p>	1,600		Q1,400.00
<p>IMPRESIÓN DE STICKER</p> <p>Litografiados a 4 colores tiro en papel autoadhesivo</p>	2,000	11 x 17 abierto	Q2,900.00
<p>NUESTROS PRECIOS INCLUYEN IVA CLIENTE PROPORCIONA CD</p>	2,000	3 x 7"	Q1,400.00

En espera de poder servirle pronto.

Atentamente;

Cesar Rubio



GSA Select Print

SERVICIOS LITOGRAFICOS

20 Calle 7-27 Zona II Colonia Mariscal, Guatemala
 Tel: (502) 2472-7347 Fax (502) 2476-4326
 dservo@gasselectprint.com • www.gasselectprint.com

COTIZACION

CLIENTE	RITA FARFAN	FECHA	22-10-07
ATENCIÓN		TEL/FAX	

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	TOTAL
1,600	HOJAS MEMBRETADAS: TAMAÑO CARTA IMPRESAS A FULL COLOR TIRO EN BOND-80. (8 HOJAS CADA BLOCK).	Q. 1,090.00
4,000	HOJAS MEMBRETADAS: TAMAÑO CARTA IMPRESAS A FULL COLOR TIRO EN BOND-80. (8 HOJAS CADA BLOCK).	Q. 1,560.00
2,000	STICKER: TAMAÑO 7*3" IMPRESAS A FULL COLOR TIRO EN AUTOADHESIVO BRILLANTE, LLEVAN ½ CORTES.	Q. 1,345.00
2,000	DESPLGABLE: TAMAÑO 16.22* 11.19" IMPRESOS A FULL COLOR TIRO Y FULL COLOR RETIRO EN COUCHE-80, VAN TROQUELADOS Y VAN DOBLADAS.	Q. 3,550.00

NOTA: TODO MATERIAL FACTURADO QUE SEA MENOR DE Q.400.00 SE DEBERA CANCELAR EN CONTRA ENTREGA (AL CONTADO).

PRECIOS INCLUYEN I.V.A
 PODER SERVIRLE ES UN PLACER!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

NO SE TRABAJARA NINGUN ARTE O MATERIAL SIN LA AUTORIZACIÓN FIRMADA DE ESTA COTIZACION.

SI EL MATERIAL NO LLEGARA A IMPRIMIRSE SE EMITIRA FACTURA POR EL ARTE REALIZADO.

NOTA: CUALQUIER OTRO DATO NO CONTEMPLADO EN ESTA COTIZACION ESTÁ SUJETA A OTRO PRECIO.

CLIENTE PROPORCIONA:

ARTE

ESTOS PRECIOS ESTÁN SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO. LA CANCELACIÓN DEL TOTAL DE LA ORDEN SE REALIZA 50% DE ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA.

ENMA HERNÁNDEZ