

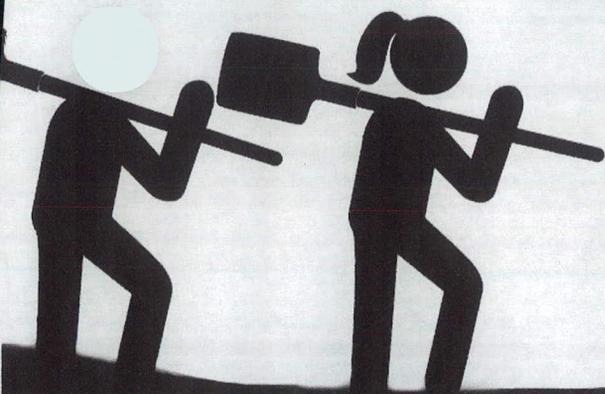
**Universidad Rafael Landívar  
Facultad de Arquitectura y Diseño**



**PROYECTO FINAL DESARROLLADO CON LA ESTRATEGIA CREATIVA "E"**

**Material informativo para la Fundación Un Techo para Guatemala (UTPG), con el fin de promover la participación de los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, como voluntarios para la misma**

Portafolio Académico presentado al Consejo de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar por María Alejandra Pérez Quintana, previo a optar el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de Licenciada.



**Noviembre de 2008**

03  
71578  
0.2  
"6"

# CARTA AUTORIZACIÓN IMPRESIÓN



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradicción Jesuita en Guatemala

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

Reg. No. Arq. 26-2008

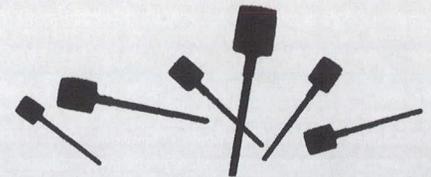
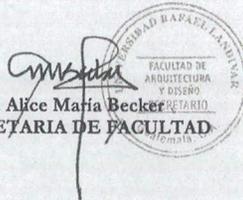
Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a  
trece días del mes de noviembre de dos mil ocho.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: **"Material informativo para la Fundación Un Techo para Guatemala (UTPG), con el fin de promover la participación de los estudiantes de la Universidad Rafael Landívar, como voluntarios para la Fundación."** presentado por la estudiante **María Alejandra Pérez Quintana**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.

Lic. Jorge Rossi  
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO



Arq. Alice María Becker  
SECRETARIA DE FACULTAD



# CARTA DE ASESORES



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradicción 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. 15-2008

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

Por este medio hacemos constar que la estudiante **MARÍA ALEJANDRA PÉREZ  
QUINTANA**, con carné **10354-03**, cumplió con los requerimientos del curso de  
**Elaboración de Portafolio Académico**. Aprobando las tres áreas correspondientes.

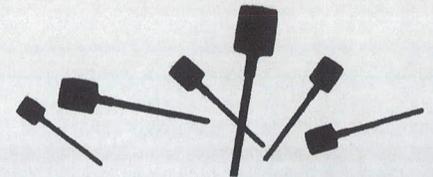
Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio  
Académico, previo a optar el grado académico de Licenciada.

Licda. Rosario Muñoz  
Asesora Proyecto de Investigación

Licda. Franzine Pinelo  
Asesora Proyecto de Estrategia

Licda. Leslie Quiñonez  
Asesora Portafolio Académico

/MLR  
CC. Archivo



# AUTORIDADES

## AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

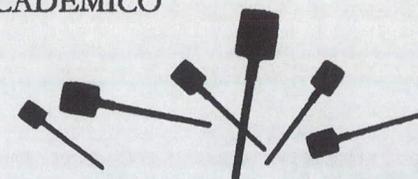
Licda. Guillermina Herrera	RECTORA
Lic. Rolando Alvarado López, S.J.	VICERRECTOR ACADÉMICO
Doctor Carlos Rafael Cabarrús Pellecer, S.J.	VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA
Lic. Ariel Rivera Irias	VICERRECTOR ADMINISTRATIVO
Lic. Larry Amilcar Andrade Abularach	SECRETARIO GENERAL

## AUTORIDADES FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

MA Arq. Cristian Vela Aquino	DECANO
MA Arq. Víctor Leonel Paniagua	VICEDECANO
Arq. Alice María Becker	SECRETARIA
Arq. Oscar Reinaldo Echeverría Cañas	DIRECTOR DEPTO. DE ARQUITECTURA
Lic. Jorge Alfredo Rossi Lorenesi	DIRECTOR DEPTO. DE DISEÑO GRÁFICO
MDI Hernán Ovidio Morales Calderón	DIRECTOR DEPTO. DE DISEÑO INDUSTRIAL
Arq. Rodolfo Castillo Magaña	REPRESENTANTE DE CATEDRÁTICOS
María Andrea de León Reynoso	REPRESENTANTE ESTUDIANTIL

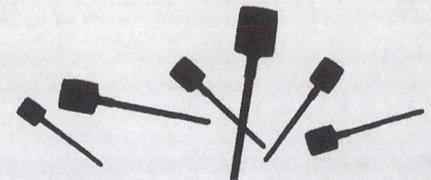
## TERNA QUE PRACTICÓ LA DEFENSA PRIVADA DE TESIS

Licda. Zuly Larios	ÁREA DE PROYECTO DE ESTRATEGIA CREATIVA E
Licda. Dania Mollinedo	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
Licda. Rocío Del Valle	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN DE PORTAFOLIO ACADÉMICO



# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Identificación de la necesidad de diseño</b> .....	<b>2</b>
<b>3. Objetivos de diseño</b> .....	<b>3</b>
<b>4. Marco de referencia</b>	
<b>Área de estudio</b> .....	<b>4</b>
<b>5. Contenido teórico del diseño</b>	
<b>5.1 Información general del cliente</b> .....	<b>8</b>
<b>5.2 Área de diseño</b> .....	<b>9</b>
<b>6. Grupo objetivo</b>	
<b>6.1 Perfil demográfico</b> .....	<b>13</b>
<b>6.2 Perfil psicográfico</b> .....	<b>13</b>
<b>7. Conceptualización</b> .....	<b>16</b>
<b>7.1 Concepto central</b> .....	<b>17</b>
<b>8. Contenidos del material gráfico</b> .....	<b>18</b>
<b>9. Medios y formas de distribución</b> .....	<b>23</b>
<b>10. Bocetaje y propuesta preliminar</b> .....	<b>27</b>
<b>11. Validación técnica del diseño preliminar</b> .....	<b>65</b>
<b>12. Propuesta final y fundamentación</b> .....	<b>73</b>
<b>13. Producción y reproducción</b> .....	<b>85</b>
<b>14. Conclusiones y recomendaciones</b> .....	<b>88</b>
<b>15. Bibliografía</b> .....	<b>90</b>
<b>16. Anexos</b> .....	<b>92</b>



## RESUMEN

Existen en Guatemala numerosos problemas socioeconómicos que asechan a varias comunidades del país, en especial a las que se encuentran en pobreza y extrema pobreza.

Uno de esos problemas proviene de la condición de vivienda que existe actualmente; limitando el desarrollo humano en Guatemala, debido a que se carece de viviendas con las condiciones necesarias para ser habitadas.

En base a la problemática planteada, existen grupos de ayuda como ONG', instituciones de servicio para la comunidad de la iniciativa privada, o grupos de ayuda extranjera, entre otras.

Uno de éstos grupos, dedicado al servicio para las comunidades afectadas del país; es la Fundación Un Techo para Guatemala (UTPG) la cual tiene como propósito el reclutamiento de voluntarios para la construcción de viviendas, así como también, el de la recaudación de fondos para llevar a cabo la obra.

Se colaboró con la elaboración de material informativo dirigido a jóvenes de la Universidad Rafael Landívar, con la finalidad de promover el voluntariado para la fundación UTPG.

# 1. INTRODUCCIÓN

Los problemas de vivienda actualmente afectan a un gran porcentaje de personas y las cifras crecen cada vez más.

Luna<sup>1</sup> menciona que Guatemala ha sido víctima de problemas socioeconómicos y políticos como la corrupción de los gobiernos, la inflación, la exclusión social, la mala distribución de las tierras y problemas de desastres naturales como el huracán Stan entre otros. Estos factores afectan de forma notoria al desarrollo del país, acarreado consigo numerosos problemas, entre ellos la problemática de vivienda existente en Guatemala.

Una de las instituciones que apoyan a la causa de la problemática es la Fundación Un Techo para Guatemala (UTPG), la cual tiene como objetivo principal, colaborar en la construcción de viviendas para muchos guatemaltecos que viven en comunidades en pobreza y extrema pobreza.

Para apoyar a la fundación Un Techo para Guatemala, se aportó con el trabajo de diseño gráfico, elaborando un conjunto de 3 piezas: un brochure informativo, un material informativo a gran escala y una presentación multimedia. Las piezas fueron diseñadas con la finalidad de interesar a los jóvenes landivarianos y promover su participación en la fundación.

1 Luna Marroquín, Luis Fernando – Contenido de Tesis 2006 – Estrategia de Medios para transmitir un mensaje que promueva Responsabilidad Social en los Jóvenes. Universidad Rafael Landívar.

## **2. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE DISEÑO**

Se necesita una manera efectiva para comunicar a los jóvenes landivarianos acerca de la labor realizada por la fundación Un Techo para Guatemala (UTPG), invitándolos a formar parte de la misma.

### 3. OBJETIVOS DE DISEÑO

- Diseñar un material informativo, en el cual se refleje la idea de vivienda y construcción y a su vez llame la atención por medio del uso del color y la fotografía de los voluntarios actuales; que ayude a promover la participación de los jóvenes landivarianos de 18-25 años de edad, en la fundación Un Techo para Guatemala.
- Elaborar un material informativo a gran escala, en el que se muestre la realidad de vivienda existente en las áreas afectadas del país, a través del uso de fotografías, dirigido a los jóvenes landivarianos.
- Diseñar un material multimedia que muestre el trabajo realizado por la fundación “Un Techo para Guatemala” para que este pueda ser identificado por los jóvenes landivarianos.

## 4. MARCO DE REFERENCIA

### *La vivienda en Guatemala*

Salazar (s.f.), recalca que una de las manifestaciones más grandes de la crisis en Guatemala es “La brecha de la pobreza”, ya que el crecimiento económico es insuficiente para mejorar el nivel de vida del guatemalteco, pues el mismo ha sido, en promedio, inferior al crecimiento de la población y ello implica que la pobreza se expanda secuencialmente.

De la pobreza se deriva la problemática de vivienda existente, la cual afecta a una cantidad significativa de personas.

Gutiérrez (2004), menciona que más de un millón y medio de viviendas son necesarias para solucionar el déficit habitacional existente en Guatemala, y las personas más afectadas son aquellas de menores ingresos, ya que no reúnen las condiciones económicas para adquirir una casa en donde puedan vivir dignamente.

La mayoría de estas viviendas se encuentran ubicadas en áreas de riesgo, como asentamientos, caseríos, aldeas, etc. los cuales no cuentan

con las medidas sanitarias adecuadas, muchos de ellos no tienen acceso a agua potable, ni electricidad.

Muchas familias mueren debido a causa de derrumbes y deslaves, o destrucción de sus hogares cuando hay fuertes temblores. Las personas que logran salvarse esperan la ayuda del gobierno, aunque éste no cuenta con políticas orientadas a la solución de éste problema.

Como respuesta a toda esta necesidad, se han fundado varias instituciones con fines de ayuda social y sin fin lucrativo, las que buscan a través del apoyo y colaboración de empresas y de la población, contribuir a mejorar la situación de las personas más necesitadas.

La mayoría de estas instituciones funcionan con sus propios recursos, y se sostienen con actividades como rifas, sorteos, actividades sociales, entre otras.

En la Constitución de la República de Guatemala, menciona en el artículo 105, que “el Estado a través de la entidades específicas, apoyará la planificación y construcción de conjuntos habitacionales, estableciendo adecuados sistemas de financiamiento que permitan atender los diferentes programas para que los trabajadores puedan optar a viviendas adecuadas y que llenen las condiciones de salubridad”. En el gobierno del período de 2004 – 2007, se planteó una política integral de vivienda orientada a reducir el déficit existente y orientada a las personas de menores ingresos.

Muchas de las viviendas improvisadas carecen de servicios como drenajes, agua, luz, etc. exponiendo a quienes las habitan a enfermedades. Por lo general, los materiales que utilizan en la construcción de éstas casas son: cartón, lámina, piedras, pedazos de madera, tela, plástico, etc. Los cuales no los protegen del medio, y por otro lado, corren el riesgo de ser destruidas a causa de fenómenos naturales como la lluvia, desbordamientos de ríos, vientos muy fuertes, huracanes, tormentas, etc.

### *Solidarismo en la juventud guatemalteca*

Según Gallo (1987), El principio de “Unidad Nacional” en su aplicación a la vida de la juventud conduce al principio de Solidarismo. Este es un principio que pertenece al patrimonio común, pero adquiere un valor efectivo para construir la unidad del país.

En una nación tan variada por sus ambientes, clima y culturas; como lo es Guatemala; es necesario el solidarismo.

El solidarismo no excluye a nadie por ninguna razón o edad o diferencias que existan, además, forma una mayoría activa que es la fuerza de la juventud.

El mismo autor indica que con el principio de la “participación activa” los grupos juveniles toman conciencia de su tarea en la construcción del país, a la vez que proyectan su propia vida individual y social.

La participación activa en cierta medida implica la existencia de organizaciones juveniles que respondan al estilo de vida, a los medios de comunicación y a los recursos propios de cada región.

### *Responsabilidad Social en la juventud guatemalteca*

C. Unell y L. Wyckoff (1997), citan las siguientes palabras de Melville: “No podemos vivir sólo para nosotros mismos. Mil fibras nos conectan con nuestros congéneres y a través de esas fibras, como hilos conductores compasivos, nuestras acciones fluyen como causas y regresan a nosotros en forma de efectos”.

Así también mencionan la siguiente frase citada por Rachel: “Cooperar y llegar a un compromiso son dos cosas que se parecen al sol y la luna: ambos dan buena luz”

Según Luna<sup>1</sup> (2006), la Responsabilidad Social es conocida como la noción que tiene un grupo de personas o una empresa ante otros grupos de la sociedad, que va más allá de las obligaciones que están dentro de la ley.

En la actualidad no se puede asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la comunidad guatemalteca (pobreza, vivienda, analfabetismo, violencia, etc.) No sólo las entidades educativas son las encargadas de lograr que los jóvenes intervengan en actividades en beneficio de la sociedad, sino cada individuo debería de hacerlo.

Todas las personas, sin importar sus diferencias, deberían tomar la decisión de brindar ayuda a quienes más lo necesitan, pero muchas veces se recurre a los sectores jóvenes de la sociedad quienes por las condiciones físicas y sociales, tienen más posibilidad de aportar de forma significativa en la sociedad guatemalteca.

1 Luna Marroquín, Luis Fernando – Contenido de Tesis 2006 – Estrategia de Medios para transmitir un mensaje que promueva Responsabilidad Social en los Jóvenes. Universidad Rafael Landívar.

### *Voluntariado y organizaciones de acción voluntaria*

Según la definición del diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, voluntariado “Es el conjunto de las personas que se ofrecen voluntarios para realizar algo”.

Luna (2006), mencionando las palabras de Paredes, indica que voluntario es la persona que por voluntad propia dedica parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, sin recibir remuneración por ello. Indica que la persona voluntaria realiza su acción solidaria por dos tipos de motivaciones:

- Por razones ideológicas, éticas y morales, o de carácter religioso que llevan a sentir como suyos los problemas y necesidades de otros y querer hacer algo para mejorar la sociedad.

- Por razones personales, por la necesidad de sentirse socialmente útil, conocer y vivir nuevas experiencias, formarse y desarrollarse como personas y trabajar con otros que persigan los mismos fines.

En almeria2005.es, se menciona lo siguiente acerca de los voluntarios:

Ser Voluntario Es:

- \* Un compromiso personal
- \* Participación
- \* Realmente ser parte activa
- \* Realizar una labor sin esperar una remuneración económica
- \* Ser consciente del valor social de las acciones realizadas
- \* Trabajar en equipo
- \* Luchar por un objetivo común

Ser Voluntario No Es:

- \* Mano de obra barata.
- \* Sustitución de profesionales.
- \* Un medio para conseguir exclusivamente fines personales.

En términos generales, Voluntario es toda aquella persona física que desarrolla una acción voluntaria.

En La Web del Voluntario (s.f.), se indica que el voluntariado y las organizaciones de acción voluntaria son parte de la iniciativa social, de los Movimientos Sociales, del Tercer Sector, diferenciándose claramente de la acción de los gobiernos o de las empresas privadas. No obstante, existen administraciones públicas que impulsan proyectos de voluntariado vinculados a sus respectivas políticas sociales, culturales, etc. No deben ser los gobiernos sino los ciudadanos quienes protagonicen y articulen la acción voluntaria, para ello existen (o se pueden impulsar cuando no existan) las ONG, de carácter independiente, no gubernamental. Las administraciones públicas deben y pueden negociar o convenir con ellas proyectos de cooperación conjunta.

## 5. CONTENIDO TEÓRICO DEL DISEÑO

### 5.1 Información general del Cliente:

El Huracán Stan produjo inundaciones y deslizamientos masivos que mataron a cientos de personas y dejaron otras miles sin hogar en varias comunidades. Fue a partir de este desastre que nació Un Techo para Guatemala.



“Fundación Un Techo Para Guatemala” Es una ONG no lucrativa que surgió de Un Techo para mi País (Cadena de fundaciones a nivel latinoamericano) aunque ahora está totalmente desligada a ella.

En esta fundación se trabaja directamente con jóvenes que puedan participar como voluntarios trabajando directamente por la necesidad de vivienda que existe en Guatemala ya que muchas viviendas no están aptas para ser habitadas.

Su lema principal es: “Captamos fondos, congregamos voluntarios y vivimos la realidad de los pobres”

Esta frase principalmente expresa lo que van a realizar los jóvenes voluntarios, ya que durante los 4 días que estén construyendo, ellos viven la realidad de las personas necesitadas, teniendo limitada cualquier tipo de comodidad.

Los objetivos de la fundación son los siguientes:

Dar una vivienda digna al más pobre de los pobres.

Involucrar a los jóvenes guatemaltecos en la realidad social del país.

Denunciar la pobreza mediante medios de comunicación.

(Ver en anexo No. 1), un breve análisis de las piezas de diseño existentes en la fundación UTPG, así como también el material de la competencia directa.

## 5.2 Área de diseño

### *Material Informativo*

Los medios informativos ayudan a transmitir la información dirigida al grupo objetivo.

Izaguirre (2003) define a Material Informativo, como todo aquel que informa, comunica, ayudando a adquirir conocimientos sobre un tema en específico. Amplía conocimientos según se va desarrollando el tema para comunicarlos a un grupo determinado.

Muchas veces es necesario ampliar conocimientos mediante explicaciones sencillas, en éste caso el material informativo es una solución adecuada.

El contenido presentado en los materiales informativos, debe de ser interesante, atractivo y así también manejar un lenguaje claro con la finalidad de que se adecue al grupo al que va dirigido.

Alburez (2004), menciona reglas de materiales informativos, entre ellas se resumen las siguientes:

- \* Contenido interesante
- \* Seleccionarse en función de intereses del grupo objetivo
- \* Mostrar lo esencial de un tema
- \* Comunicación de dos vías
- \* Se hace referencia a la realidad

## *Comunicación de una ONG*

Según Martínez (1998), tradicionalmente se vienen señalando seis objetivos de publicidad y comunicación de las ONG:

Dar a conocer a la organización: su existencia, sus elementos diferenciales y sus proyectos.

Crear, mantener y mejorar la imagen de la ONG: credibilidad, transparencia, logros y rendición de cuentas.

Captar donaciones y subvenciones.

*Reclutar voluntarios y nuevos miembros.*

Sensibilizar a la población. Dar a conocer las consecuencias y las causas de la problemática.

Educación al desarrollo: cambiar hábitos y valores en la población.

Estos seis objetivos se pueden sintetizar en dos factores:

1) Publicidad Institucional: Se trata de favorecer las condiciones que posibiliten la obtención de recursos y el desarrollo de un grupo de interés amplio en torno a la organización. En esta se busca proyectar una imagen favorable para ser aceptada.

2) Publicidad Social: Se trata de promocionar la causa social propia de la ONG.

## *Fotografías aplicadas a materiales informativos*

Según el Instituto de Artes Visuales (2003), a través de la fotografía, se puede expresar lo que está sucediendo a nuestro entorno. Permite expresar lo que en ocasiones las palabras no pueden.

La fotografía se ha convertido en un factor importante para comunicar mensajes que serán transmitidos a cierto grupo de personas. Ésta ha influido enormemente en aspectos sociales.

La imagen fotográfica ofrece una serie de ventajas, entre ellas las más importantes son:

- Veracidad
- Realismo

## *Multimedia*

En el sitio Tech-FAQ.com (2007), se indica lo siguiente acerca de la multimedia: Multimedia es simplemente múltiples, formas de los medios de comunicación integrados. Los medios de comunicación pueden ser de texto, gráficos, audio, animación, vídeo, datos, etc.

La multimedia se ha convertido en una nueva forma de comunicación que proporciona beneficios importantes que atraen y mantiene la atención y el interés.

Los impactos sociales de la multimedia dan lugar al crecimiento y desarrollo de la sociedad por sus múltiples aplicaciones que puede tomar, ya sea para educar, promocionar, entretener y otras muchas posibilidades, por su económico y fácil acceso ya que es a través del CD-ROM que éste se distribuye.

## *Publicidad exterior*

Según el Instituto de Artes Visuales (s.f.), este método de comunicación puede dar resultados satisfactorios, ya que solo su tamaño es motivo de llamada de atención, aunque a su vez, existen conceptos que vigilar como la visibilidad. La publicidad exterior trata de llegar a las personas cuando éstas están fuera de casa. Es un medio muy antiguo y heterogéneo, que comprende una gran variedad de soportes.

## *Brochure*

En el sitio brochuredesignteam.com (2008), brochure es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente. El Brochure abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa. Es decir, el Brochure abarca casi todo el material impreso propio de una empresa y cada uno de los diferentes tipos de Brochure debe ser diseñado de manera diferente.

El Brochure desempeña tres funciones:

- \* Función informativa: Informa acerca de algún aspecto de la compañía o institución.
- \* Función publicitaria: Es un medio para promover productos o servicios.
- \* Función identificadora: La unidad de concepto utilizados en todos los brochures, permitirá que las personas identifiquen el material de la empresa o institución.

Un buen diseño de Brochure es informativo, publicitario e identificador, todos éstos aspectos en una misma pieza.

Lo que se debe considerar a la hora de planear un Brochure es lo siguiente:

- Pensar cuál será el objetivo y la función del Brochure.
- Destacar la función que le corresponda entre función informativa, publicitaria e identificadora.
- Constatar que las funciones que no sean la primaria estén también presentes en el Brochure aunque en segundo grado de importancia.

Elegir el formato óptimo para que el Brochure transmita correctamente el mensaje que se desea. Un brochure dirigido a jóvenes debe de ser de fácil manejo, atractivo y funcional, para que el grupo objetivo se sienta atraído por él.

### ***Publicidad Testimonial***

Billorou citado por D'Almeida<sup>(2)</sup> (2004), opina lo siguiente “la publicidad se divide en tres categorías bien definidas: anuncios informativos, anuncios argumentales, y anuncios testimoniales.” Él considera que un aviso es testimonial cuando se expone el testimonio de una persona, empresa o institución a favor del producto o servicio. Además indica también que la capacidad de atraer la atención a los anuncios y de ofrecer una fuente creíble ha convertido a los

testimonios en un elemento muy popular. Los testimonios deben proceder de personas que son vistas por los consumidores como individuos capacitados para emitir juicios de los productos o servicios que apoyan. El testimonio escrito, que puede llegar al potencial consumidor a través de medios gráficos, como periódicos o revistas. “El testimonio, en el sentido que se le desea dar, es un comentario o recomendación favorable, escrito voluntariamente por un cliente o consumidor”

2 D'almeida, Daniel – Contenido de Tesis 2004 – Publicidad Testimonial: hacia una nueva clasificación. Universidad de Belgrano.

## 6. GRUPO OBJETIVO

El instrumento se pasó a 15 jóvenes de la Universidad Rafael Landívar. (Ver instrumento y gráficas en anexo No. 2).

### Perfil Demográfico

Nivel Socioeconómico: C1 según Prodatos (2003).

Son hombres y mujeres universitarios estudiantes de la Universidad Rafael Landívar. Sus edades oscilan entre los 18 y los 25 años de edad (la mayoría de ellos tienen de 18 a 21 años, y el resto de 22 a 25 años de edad) y la mayoría de ellos son solteros.

Son jóvenes que viven en distintas zonas de la capital, y en un mínimo porcentaje viven fuera de la capital (Antigua, San Cristóbal, Carretera a El Salvador).

Un poco más de la mitad de los jóvenes encuestados no trabaja, por lo que su ocupación principal es estudiar en la Universidad y disfrutar de otras actividades extras sin preocupación por el trabajo.

### Perfil Psicográfico

Entre sus hábitos de consumo está el ir a lugares como Paiz, Hiper Paiz (en su mayoría) para realizar sus compras (en familia).

Tienen preferencia hacia los siguientes lugares para pasar sus ratos libres (en orden):

1. Centros Comerciales
2. Restaurantes
3. Cines
4. Cafés
5. Bares

Entre sus pasatiempos principales están: (en orden)

1. Deportes u otra actividad física: La mitad de los encuestados practica alguna actividad física.
2. Internet y juegos en computadora: Todos tienen acceso a Internet y lo utilizan para comunicarse, buscar algún tipo de información, y para entretenimiento.
3. Cine
4. Paseos
5. Música
6. Leer

Son jóvenes que muestran poco interés hacia actividades culturales, como asistir al teatro, museos, exposiciones, etc. Así también, demuestran un hábito de lectura pobre, aunque algunos de ellos prefieren leer u hojear revistas con temas de moda, actualidad y deportes.

La mayoría de estos jóvenes no están involucrados en actividades que apoyen a las persona en extrema pobreza, ya que de la forma en que ellos contestaron cómo demuestran ser ciudadanos solidarios, son: con actividades promovidas por la Universidad (en algunos casos es para cumplir con requisitos de beca), ayuda al medio ambiente, respeto de leyes, obras sociales, etc.

Con la finalidad de complementar la información acerca del análisis general del grupo objetivo, se realizó un nuevo instrumento para recopilar datos que no se obtuvieron con el anterior. A continuación se detallan los resultados generales de los datos obtenidos, y un breve análisis de los mismos.

El instrumento fue pasado a 7 jóvenes de la Universidad Rafael Landívar. (*Ver el instrumento y gráficas en anexo No. 3*)

La mayoría de los jóvenes encuestados contestaron que el encargado de mayor aporte económico en el hogar, es el padre, y en el caso del resto, es la madre la encargada del mayor aporte económico.

En la mayoría de hogares de los jóvenes encuestados viven de 3 a 5 personas, en algunos otros hogares, habitan de 6 a 8 personas, y en el resto habitan de 9 personas en adelante. En la mayoría de hogares se tiene acceso a: teléfono, televisión, señal vía cable, DVD, computadora, Internet, transporte propio y servicio doméstico.

En cuanto al conocimiento del tema de vivienda en Guatemala y de las instituciones o fundaciones con enfoque social en el país; un poco más de la mitad de los jóvenes contestó que sí tienen conocimiento acerca del problema existente en Guatemala a raíz de la tormenta Stan, y en las respuestas a la pregunta de qué conocimiento tienen acerca del tema; mencionan que esta tormenta afectó la naturaleza, que la gente se quedó sin hogar y que hubo bastante destrucción. No se profundiza más en el tema acerca de qué tanta destrucción fue causada, y en qué lugares del país afectó.

El punto de vista de los jóvenes respecto a los problemas de vivienda en Guatemala; es muy lejano a la realidad que ellos viven.

De los jóvenes encuestados, solamente uno contestó haber participado en una fundación, y lo que lo movió a participar fue un amigo de esa misma fundación para ir a construir casas.

En cuanto a las expectativas de diseño, los jóvenes prefieren materiales con poco texto, con imágenes, no sobresaturados. Y que sean atractivos visualmente.

## 7. CONCEPUTALIZACIÓN

### ¿Cómo se llegó al concepto?

#### Elaboración de lluvia de ideas

Se realizó una lluvia de ideas como primer paso, escribiendo palabras relacionadas al tema del proyecto, con el fin de encaminar las ideas para llegar al concepto. (Ver lista completa de palabras en Anexo No. 4). De esa lista se eligieron palabras clave para la idea del concepto, estas fueron:

- Techo
- Sueños
- Dignidad
- Posibilidad
- Construir
- Realidad
- Ladrillos
- Unidad

Partiendo de las palabras mencionadas, se escribieron varias frases que facilitarían llegar al concepto.

- Manos unidas para construir un sueño.
- Abriendo los ojos a la realidad, uniendo las manos para construir.
- Uniendo ladrillos para construir un sueño.

- Nuestro sueño de un techo digno... será una realidad posible de construir

- *“Con tu ayuda, un techo digno es una realidad posible de construir”.*

### 7.1 Concepto central

De los conceptos mencionados anteriormente, se concluyó con el siguiente:

**Frase elegida:** *“Con tu ayuda, un techo digno es una realidad posible de construir”*

**Explicación:** La realidad que viven las personas afectadas por la problemática de vivienda en el país, en especial las pertenecientes a la pobreza y la extrema pobreza es alarmante, sin embargo, tanto para estas familias, como para los voluntarios de UTPG; todavía existe la posibilidad de construir una casa digna de ser habitada, en la que puedan desenvolverse y desarrollarse. Esta realidad será posible de construir, gracias a las manos de los voluntarios, así como también de los organizadores de este importante proyecto social.

La palabra AYUDA, se refiere a la contribución de los voluntarios de UTPG, en la construcción de viviendas para las personas necesitadas.

La palabra TECHO, se refiere en sí tanto al nombre de la fundación, como también a la labor que ésta realiza, que es la de construir viviendas en buenas condiciones para las personas más necesitadas en varias comunidades de Guatemala.

La palabra DIGNO, hace referencia a la construcción de viviendas apropiadas para ser habitadas por las familias afectadas con la problemática; pues su casa será construida con materiales resistentes y bajo las medidas sanitarias debidas, por lo que su condición habitacional mejorará.

La palabra REALIDAD, hace referencia a lo que las personas afectadas y los voluntarios esperan que se realice, pues el deseo que se tiene de construir un techo digno para ser habitado, se convertirá en una realidad.

La palabra POSIBLE, se refiere a que con la disposición y ayuda de los voluntarios, será factible el llevar a cabo la construcción de una vivienda.

La palabra CONSTRUIR, se refiere en sí a todo el proyecto realizado por los voluntarios, que es la construcción de viviendas para las personas que lo necesitan, pues el trabajo en conjunto y el esfuerzo de cada uno de ellos, darán como resultado un techo bajo el cual las familias necesitadas puedan habitar.

En el concepto se proyectan ideas basadas en la labor de ésta fundación: “Servicio y Beneficio” El servicio es el trabajo realizado por los voluntarios y el beneficio es el resultado final que se obtiene, que es una familia favorecida con una vivienda, gracias al trabajo realizado por ellos.

## 8. CONTENIDOS DEL MATERIAL GRÁFICO

Materiales a trabajar:

1. Material informativo para invitar a jóvenes a participar en los proyectos de la fundación Un Techo para Guatemala: Brochure
2. Material informativo a gran escala para mostrar a los jóvenes escenas de la problemática de vivienda que existe en Guatemala: Manta con imágenes e información puntual acerca de esta realidad en el país.
3. Presentación multimedia que muestre el trabajo realizado por la fundación UTPG.

### 8.1 Contenido de texto material informativo (Brochure)

- Texto de introducción: “Las palas nos sobran, pero nos faltan las manos de jóvenes como vos, para continuar construyendo sueños”
- ¿Quiénes somos y qué hacemos?
- Texto de cierre: Nosotros ya hemos comenzado, ¿estás dispuesto vos a comenzar a construir sueños?

## 8.2 Contenido gráfico (Brochure)

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
<i>Formato</i>	Reflejar la idea de vivienda.	Formato desplegable, tamaño ½ carta vertical. Dobleces en la parte superior forman un techo de casa.	Protección
<i>Soporte</i>	Ser la base de toda la información a trasladar.	Papel bond de 120 gramos.	Firmeza
<i>Color</i>	Crear impacto en el grupo objetivo.	Colores intensos. principalmente: negro y amarillo. Uso de los colores: verde, rojo y azul.	Fuerza
<i>Imágenes</i>	Apoyar el contenido de texto.	Fotografía full color de los voluntarios que han participado en UTPG. Con un plano en close up para mostrar expresiones de los rostros.	Optimismo

<i>Tipografía</i>	Crear jerarquía visual para los lectores.	Tipo de letra serif como: Big caslon, Bell MT o Baskerville, de 10-12 Pts. para cuerpo de texto, y para titulares San Serif como: Arial black o Abadi MT condensed extra bold. de 20-24 Pts.	Orden
<i>Ejes y retícula</i>	Crear puntos de atención para interesar al lector.	Ejes verticales y horizontales.	Equilibrio
<i>Elementos de Apoyo</i>	Hacer énfasis al mensaje de “construir” que se transmite.	Ilustraciones alusivas al tema de la construcción: casas, constructores, palas, Señalización de construcción, etc. Trabajados de forma simplificada, con un nivel de abstracción en alto contraste.	Ayuda

### 8.1 Contenido de texto material informativo (Manta)

- Texto estadístico acerca de la demanda habitacional en población de pobreza y extrema pobreza.

### 8.2 Contenido gráfico (Manta)

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Formato	Atraer la atención de los jóvenes.	Manta de 2.825 x 1m aproximadamente Para imprimir en lona vinílica.	Expectativa
Color	Reforzar la intención del mensaje a transmitir.	Uso del color negro y amarillo.	Fuerza
Imágenes	Crear impacto al grupo objetivo.	Fotografías que muestran la realidad de vivienda existente en los sectores de pobreza afectados en el país. Trabajadas en blanco y negro (lo que refleja la vivienda) y a color el fondo restante.	Tragedia

Tipografía	Llamar la atención de los jóvenes, siendo el texto un segundo punto focal.	Tipo de letra serif, tipo: Arial bold, Abadi MT condensed, Myriad Pro bold, en tamaño pequeño (en relación a la manta) pero legible con facilidad.	Sobriedad
Ejes y retícula	Crear puntos de atención al Grupo Objetivo.	Uso de ejes horizontales.	Equilibrio
Elementos de Apoyo	Transmitir la idea de construcción.	Ilustración de palas, casas y franja con líneas diagonales amarillo con negro.	Ayuda

### 8.1 Contenido de texto (presentación multimedia)

- Texto introducción: la necesidad de un techo digno es añorada por muchos guatemaltecos.
- Texto estadístico acerca de la demanda habitacional en población de pobreza y extrema pobreza.
- Aquí comienza el cambio: ¿Quiénes somos y qué hacemos?
- Un techo digno es una realidad posible de construir y con tu ayuda... ésta realidad se multiplicará.
- Datos del contacto

### 8.2 Contenido gráfico (presentación multimedia)

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Formato	Atraer la atención de los jóvenes.	Presentación multimedia, lineal. Tamaño: 800 x 600 píxeles.	Interés
Color	Atraer la atención de los jóvenes.	Predominio de los colores amarillo y negro y uso de los colores rojo, verde y azul como complemento.	Fuerza

Imágenes	Mostrar una realidad vivida	1. Fotografías de la introducción trabajadas en blanco y negro (lo que refleja la vivienda) y a color el fondo restante. 2. Fotografías de voluntarios trabajando a color. Sistema RGB.	Veracidad
Tipografía	Crear jerarquía visual.	Tipo de letra San serif, por ejemplo: Myriad, Abadi MT, Stone Sans. Tamaño de letra 20 Pts. Aproximadamente (puede variar) Para cuerpo de texto, y para titulares de 28 Pts. (puede variar)	Orden
Ejes y retícula	Crear orden visual.	Ejes verticales, horizontales y curvos.	Equilibrio
Elementos de Apoyo	Hacer énfasis al mensaje de "construir" que se transmite.	Ilustraciones alusivas al tema de la construcción.	Apoyo

## Descripción de las fotografías utilizadas

FOTO 1



En éstas fotografías se mostraron viviendas improvisadas, hechas con escombros o con material de desecho.

El factor humano en algunas de ellas, aportó con lo que se deseaba reflejar.

FOTO 2



En éstas fotografías se mostraron a los voluntarios de UTPG, construyendo viviendas.

En algunas de ellas se reflejó el trabajo en equipo.

## 9. MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

### 9.1 Estrategia de Implementación

Para que éste proyecto pueda ser llevado a cabo en el campus de la Universidad Rafael Landívar, debe de ser dirigida la propuesta del mismo, al Licenciado Miguel Flores de la Dirección de Comunicación, de manera que él pueda autorizar el uso de los espacios publicitarios dentro de la universidad. Dentro de estos, se puede optar por elegir los espacios para colocación de mantas, de los cuales en la Universidad existen cuatro.

Para la colocación de las mantas de la fundación Un Techo para Guatemala, se utilizarán dos de los espacios ofrecidos: el que se encuentra ubicado en el edificio “M” y el que se encuentra en la Plaza Landívar.

Tentativamente el proyecto será llevado a cabo en noviembre del año 2008, siendo este mes en el que se realiza la feria de “Emprendedores” de la facultad de ciencias económicas cada año y se manejará por medio de la Licenciada Laura Dardón, quien es encargada de “Emprendedores” en la facultad mencionada. El stand para la feria será comprado debido a que la fundación Un Techo para Guatemala no es parte del programa de emprendedores de la facultad.

La implementación de las piezas será la siguiente:

Las dos mantas de la fundación, serán colocadas una semana antes de la feria de “Emprendedores” con la finalidad de crear expectativa para los estudiantes. Durante ésta feria, algunos de los coordinadores de la fundación (siendo landivarianos), estarán ubicados en uno de los stands, promocionando el proyecto.

Se estarán repartiendo los brochures informativos de la fundación; y a su vez se estará mostrando la presentación multimedia de la fundación en una computadora que estará en el stand. Esto permitirá que los jóvenes se sientan atraídos hacia la presentación y se les pueda brindar una pequeña explicación del proyecto de la fundación UTPG.

A los jóvenes interesados se les regalará una copia de la presentación multimedia.

Por otro lado, el stand estará decorado de la siguiente manera:

Los coordinadores que estarán en el stand, tendrán la playera representativa de la fundación, y el stand de la fundación estará decorado con bloques de concreto y en la pared estará escrita la frase: “Las palas nos sobran, pero nos hacen falta manos de jóvenes como vos para continuar construyendo sueños”, así también habrán varias palas. Esto se realizará para reforzar la idea planteada en los materiales, siendo este elemento el principal.

En el área de fondo de la pared, habrán fotografías pegadas formando un tipo de exposición acerca de todos los proyectos en los que la fundación UTPG ha sido partícipe, de esta forma se podrá mostrar a los jóvenes parte del proyecto realizado por dicha fundación.

## 9.2 Descripción de cada pieza

9.2 Descripción de cada pieza					
<b>Pieza: Brochure</b>	<b>Medio</b>		<b>Forma de distribución</b>		
Propósito	físico	carácter	responsable	duración	lugar
Con esta pieza se busca hacer una invitación a los jóvenes mediante una explicación acerca de la Fundación de forma breve con el fin de promover su participación en el proyecto.	Impreso	Informativo	Los encargados de distribuir serán los coordinadores de la fundación Un Techo Para Guatemala.	1 semana en el mes de noviembre.	En el stand de la fundación UTPG en la feria de Emprendedores de la Universidad Rafael Landívar.
<b>Pieza: Manta</b>	<b>Medio</b>		<b>Forma de distribución</b>		
Propósito	físico	carácter	Responsable	duración	lugar
El propósito de esta pieza es el crear expectativa por parte de los jóvenes, debido a que éstas se colocarán una semana antes de dar a conocer el proyecto de la fundación UTPG.	Impreso	Informativo	Lo instalarán los encargados de mantenimiento de la Universidad Rafael Landívar luego de haber sido autorizado por el Licenciado Miguel Flores.	2 semanas en el mes de noviembre.	Una manta será colocada en el edificio "M" y la otra será colocada en la Plaza Landívar.

Pieza: <b>Presentación Multimedia</b>	<b>Medio</b>		<b>Forma de distribución</b>		
	físico	carácter	responsable	duración	lugar
El propósito de éste material es el de promover la participación de los estudiantes, presentándoles mayor información acerca de la fundación.	Audiovisual / multimedia	Informativo/ promocional	Serán repartidos por los coordinadores de la fundación UTPG a los estudiantes que se acerquen al Stand.	La presentación dura 5 minutos aproximadamente.	En el stand de la fundación UTPG en la feria de Emprendedores de la Universidad Rafael Landívar.

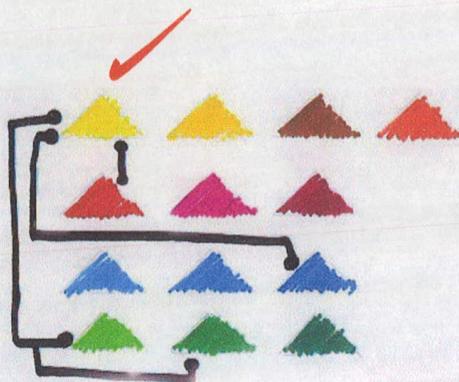
## 10. BOCETAJE Y PROPUESTA PRELIMINAR

# 10. Bocetaje y propuesta preliminar

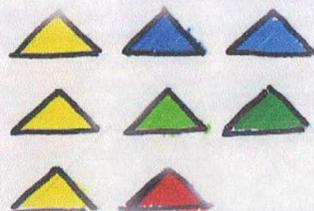
## Etapa 1

### Color

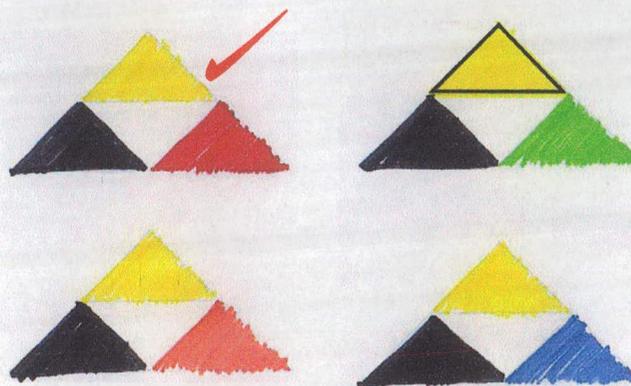
a.



b.



c.



a. En esta etapa se realizaron pruebas de color con marcador; realizando combinaciones del color amarillo (elegido como el principal) junto con otros colores intensos; cálidos y fríos.

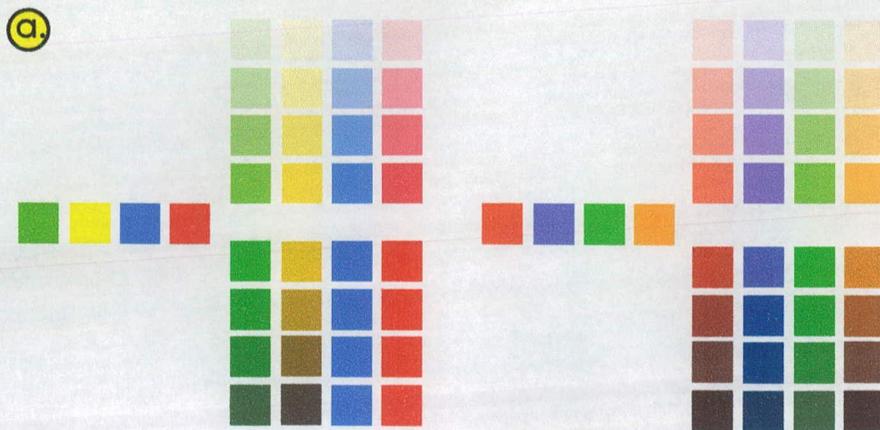
b. Se probó la combinación del color amarillo junto con dos tonalidades de azul, dos de verde y el color rojo. A las muestras de cada color se le agregó un delineado negro para comprobar el contraste que éstos colores tienen sobre éste.

c. Se probaron mezclas del color amarillo y negro (como principales), junto con un tercer color, con la finalidad de probar distintas combinaciones.

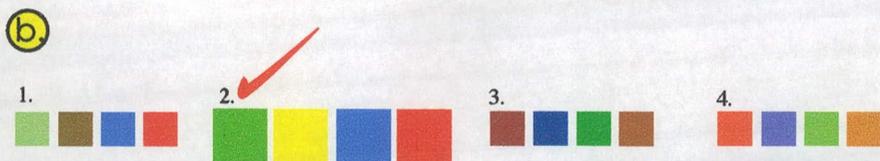
# 10. Bocetaje y propuesta preliminar

## Etapa 1

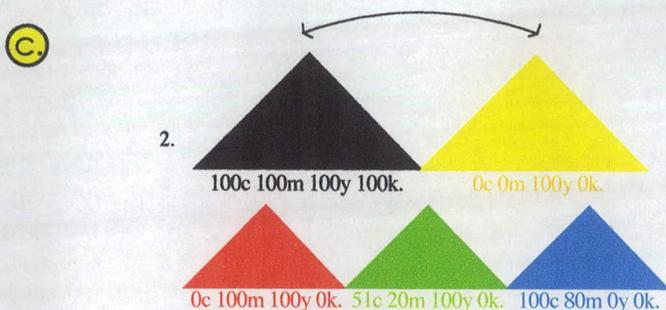
### Color



a. En esta etapa se realizaron pruebas con distintas tonalidades de colores cálidos y fríos. Se eligieron tonalidades puras, de éstas se desglosaron tonalidades con porcentajes de blanco y con porcentajes de color negro.



b. De la prueba anterior, se desglosaron 4 mezclas distintas para realizar pruebas con combinaciones.



c. Los colores base elegidos para las piezas son el color amarillo y el negro, debido a que el uso de ambos en conjunto, denota FUERZA, además de ser los colores de las señales preventivas, en éste caso apoyando la idea de "Hombres Trabajando".

A los mencionados los acompaña una paleta con los colores mostrados en el número "2", elegidos por la intensidad de los mismos, y debido a que los materiales irán dirigidos a un grupo de jóvenes, por lo que es recomendable el uso de colores intensos.

# 10. Bocetaje y propuesta preliminar

## Etapa 2

### Tipografía

a.

Big Caslon

**Unimos nuestras manos** para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país.

Bell MT

**Unimos nuestras manos** para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país.

Didot

**Unimos nuestras manos** para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país.

Goudy Old Style ✓

**Unimos nuestras manos** para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país.

Baskerville ✓

**Unimos nuestras manos** para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país.

Bodoni Svtv Two book

**Unimos nuestras manos** para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país.

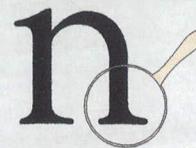
b.

Goudy Old Style

**Unimos** nuestras  
manos

Baskerville ✓

**Unimos** nuestras  
manos



a. En esta etapa se trabajó la selección tipográfica para los cuerpos de texto de las piezas.

Se seleccionaron 6 tipografías de la familia serif las cuales no sólo cumplen la función de ser legibles sino que también proporcionan a las piezas un toque de formalidad por el tema tratado.

b. Las tipografías mostradas se eligieron de las anteriores debido a que sus rasgos son más claros; lo cual facilita la lectura.

De éstas tipografías se eligió la Baskerville, como final para usarla en los cuerpos de texto de las piezas, pues a pesar de ser muy similar a la Goudy Old Style, sus rasgos son un poco más gruesos que la mencionada, y además, el serif es más simple y afilado, lo cual es de cierta forma más legible y atractivo a la vista.

# 10. Bocetaje y propuesta preliminar

## Etapa 2

### Tipografía

a.

Miryad pro bold  
**QUE HACEMOS**  
Qué hacemos

Abadi MT condensed extra hold  
**QUE HACEMOS**  
Qué Hacemos

Stone Sans ITC TT-Bold ✓  
**QUE HACEMOS**  
Qué Hacemos

Impact  
**QUE HACEMOS**  
Qué Hacemos

Arial Black  
**QUE HACEMOS**  
Qué Hacemos

Bauhaus 93  
**QUE HACEMOS**  
Qué Hacemos

b.

#### **QUE HACEMOS** Qué hacemos

Unimos nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en

#### **QUE HACEMOS** Qué hacemos

Unimos nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe

#### **QUE HACEMOS** Qué hacemos ✓

Unimos nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en

#### **QUE HACEMOS** Qué hacemos

Unimos nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe

#### **QUE HACEMOS** Qué hacemos

Unimos nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país.

#### **QUE HACEMOS** Qué hacemos

Unimos nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe

a. Para los titulares se buscaron familias tipográficas bold, seleccionando 5 para realizar pruebas con el cuerpo de texto. La razón por la que se propuso el uso de tipografías con peso visual, fue para crear jerarquía mediante el grosor del texto y que fuera diferenciado el título del resto del texto.

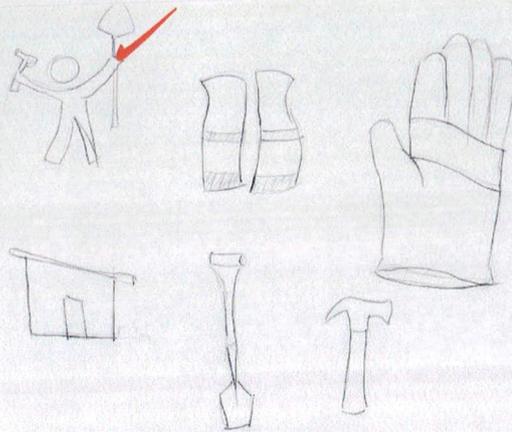
b. Se realizaron pruebas con diferentes tipografías bold para los titulares, de forma que se pudiera ver la jerarquía, así como también visualizar la combinación entre cada una de ellas, con la tipografía del cuerpo de texto.

La tipografía elegida fue la Stone Sans, debido a que a parte de cumplir con el propósito de jerarquizar, sus rasgos reflejan modernidad, y en cierta parte dinamismo, en contraste con la tipografía del cuerpo de texto, la cual refleja formalidad.

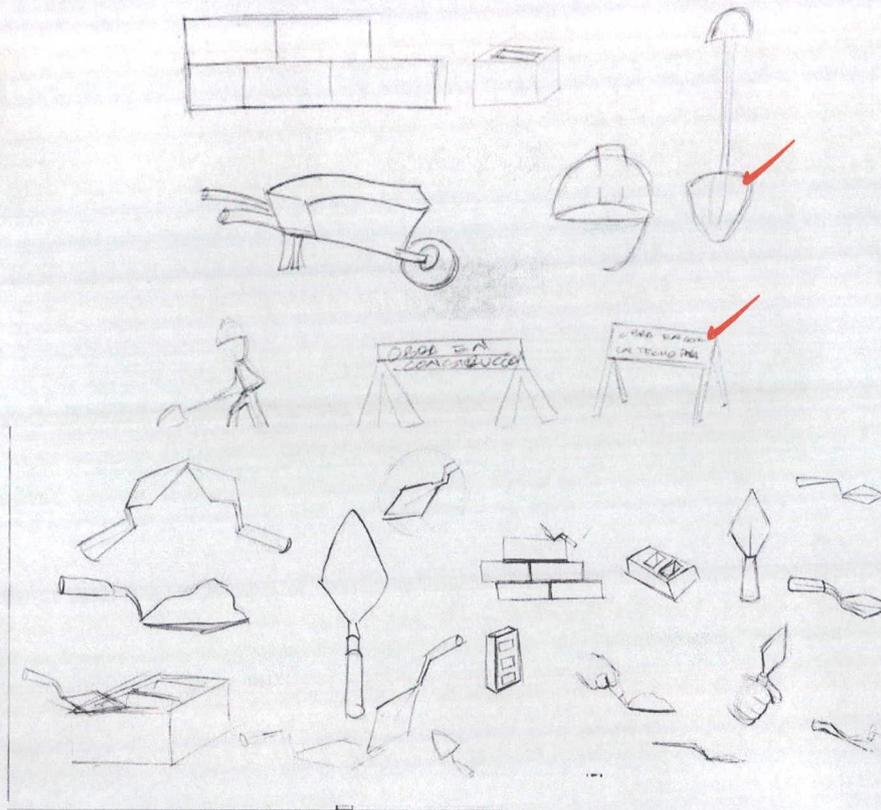
### Etapa 3

#### Elementos gráficos de apoyo

a.



b.



a. En ésta etapa se comenzó con el bocetaje de ilustración de los elementos de apoyo de los materiales, con la finalidad de asociar la idea de la labor realizada por la fundación UTPG.

A la izquierda se muestran distintas pruebas de ilustración de instrumentos relacionados con construcción elaborados en distintas formas y posiciones.

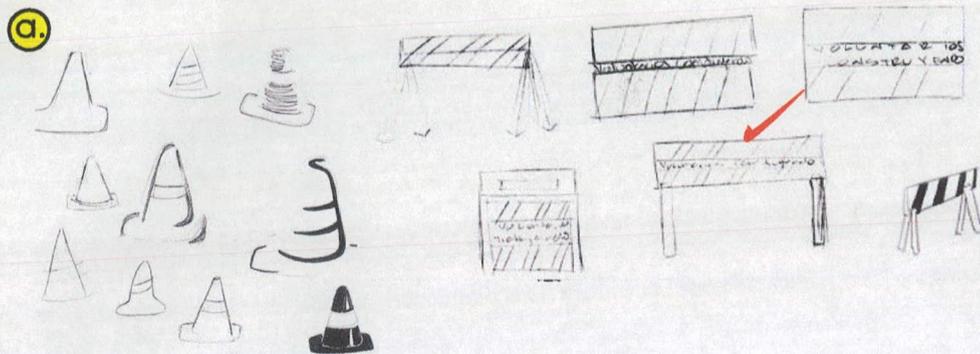
Se bocetaron herramientas y elementos relacionados a la construcción como: carreta, martillo, chaleco de seguridad industrial, espátulas, cascos de seguridad, etc.

b. Por otro lado, también se realizaron bocetos de rótulos de señalización preventiva con la frase "Obra en construcción" para reforzar la idea anteriormente descrita.

Así también, se bocetaron blocks de concreto con el apoyo de una espátula con la finalidad de reflejar una construcción en progreso.

### Etapa 3

#### Elementos gráficos de apoyo



a. En ésta etapa se comenzaron a elegir los elementos base para apoyar visualmente a las piezas.

Dentro de los elementos de apoyo fueron elegidos los siguientes: los conos, la pala, y el rótulo de señalización preventiva "voluntarios trabajando". Éstos se seleccionaron por la relación estrecha que tienen con el tema de construcción.



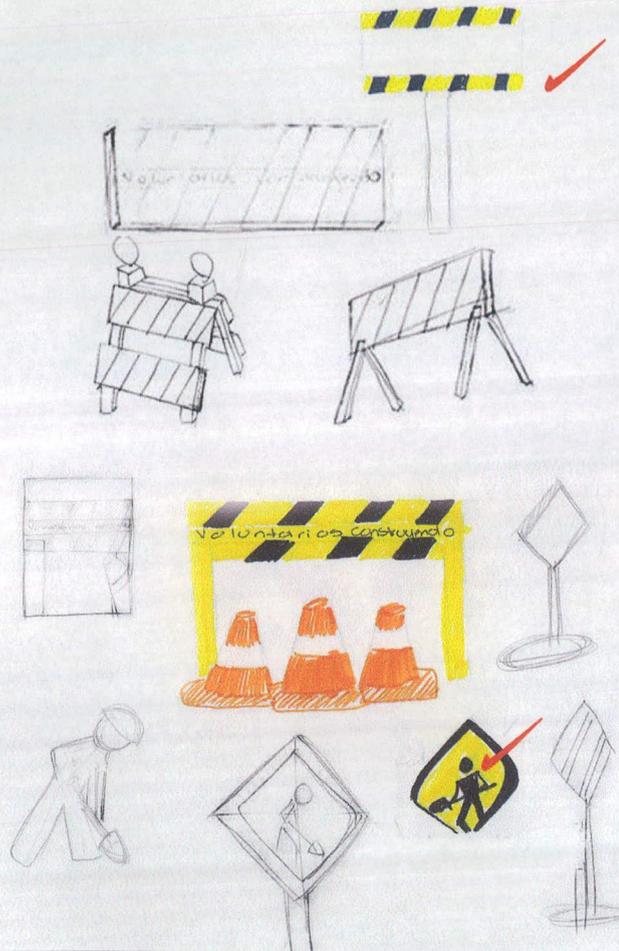
b. Las palas son utilizadas para hacer mezclas de cemento, piedras y arena. Estas mezclas son de los primeros pasos que se realizan para comenzar una construcción. Por la razón descrita, fue elegida como uno de los elementos principales para las piezas que se propusieron.

Se probaron distintos estilos de palas con la finalidad de definir el estilo de ilustración que se utilizaría para las piezas.

### Etapa 3

Elementos gráficos de apoyo

a.



b.



a. En ésta etapa se probó la integración de un rótulo de seguridad industrial con los conos, pero se descartó el uso de los mismos, debido a que éstos son utilizados generalmente en las construcciones y mejoras de carreteras, y no directamente asociada a la construcción de viviendas.

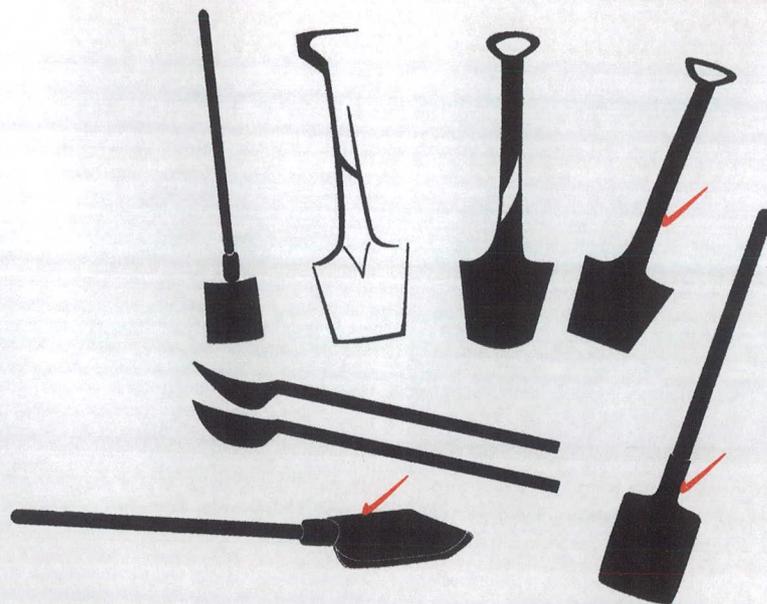
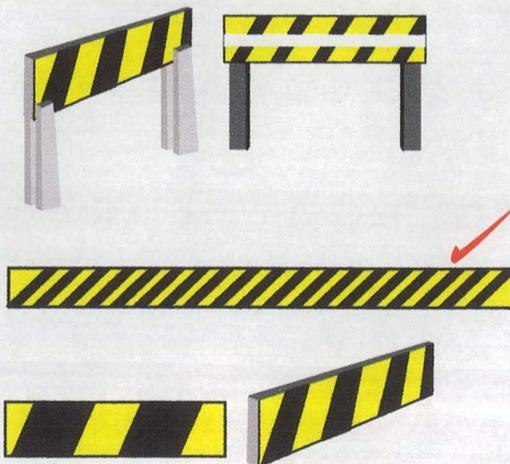
Por otro lado, se comenzó a realizar pruebas utilizando la idea de la señalización de “hombres trabajando” con el grafismo de alguien que está con una pala utilizándola para una construcción. En ésta etapa se comenzó a considerar el uso de un elemento que representara a los voluntarios construyendo, surgiendo ésta idea de los rótulos de señalización.

b. Se comenzaron a realizar las primeras pruebas de ilustración del “hombre trabajando” utilizando uno de los elementos bases que fue la pala. Se probaron simplificaciones de formas a línea y en alto contraste con pocos detalles. A la ilustración se le añadió una pala al hombro; pues esto proyecta la idea que van en camino a una construcción.

### Etapa 3

#### Elementos gráficos de apoyo

a.



a. En esta etapa se comenzaron a realizar las pruebas digitales de los rótulos de seguridad industrial, probando distintas formas, definiendo por último una forma simplificada horizontal, utilizando un rectángulo de color amarillo y las franjas negras en diagonal. Ésta simplificación representa la idea basada en la señalización, por ésta razón fue elegida como elemento gráfico de apoyo para las piezas en general.

Por otro lado se realizaron pruebas digitales para la elaboración de la pala, que es otro de los elementos gráficos de apoyo elegido para las piezas. se realizaron pruebas de simplificaciones, y de la posición de las mismas de forma horizontal. Se definió una forma simple y que tuviera unidad con el tipo de ilustración definida.

### Etapa 3

#### Elementos gráficos de apoyo

a.



b.



a. En ésta etapa se comenzaron a digitalizar las ilustraciones que representarían la imagen de los voluntarios. Se utilizaron formas simplificadas de un voluntario y una voluntaria con su pala al hombro, de una forma que se perciba una orientación positiva y genere sensación de avance y movimiento evocando que se dirigen a construir.

Se realizaron varios cambios en la propuesta por ejemplo la estatura de las ilustraciones que representarían a los voluntarios, así como también el pelo de la ilustración de la voluntaria.

b. En ésta etapa se realizaron cambios tanto en la forma de la ilustración de los "voluntarios" como también en su posición. Esto se realizó porque la leve inclinación aplicada en la ilustración, proyecta la idea de que se está realizando un esfuerzo al cargar las palas, reforzando así el mensaje que se desea transmitir a los jóvenes, en este caso la disposición de trabajar.

La inclinación de la cabeza también varió colocándose acorde a la inclinación de todo el cuerpo.

En cuanto a la ilustración de la pala, se varió su forma, con la finalidad de que esta se percibiera más parecida a una pala real, que la propuesta anterior. La pala se visualizó frontal para guardar la unidad con toda la propuesta.

### Etapa 3

#### Elementos gráficos de apoyo

©



Al realizarse las variaciones en las ilustraciones, varió también la forma en la que éstas estaban colocadas. La nueva propuesta se puede visualizar más ordenada.

En esta etapa se muestran unificados todos los elementos bases a utilizarse en las piezas: los voluntarios, las palas y la franja al fondo, en la parte superior de los voluntarios.

El fondo amarillo no sólo es utilizado como el fondo que acompaña al rótulo, sino también con la finalidad de resaltar más a los voluntarios que van caminando por un camino irregular, lo cual da la sensación que el trabajo que realizan, requiere voluntad y sacrificio.

## Etapa 4 Fotografía

a.



a. Todas las fotografías que se muestran a continuación fueron proporcionadas por la fundación UTPG, de tal forma que pudieran ser utilizadas para las propuestas de los materiales.

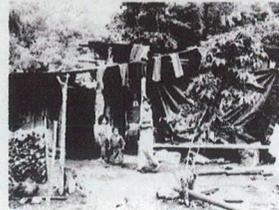
b.



b. Se muestran algunas de las fotografías proporcionadas por la fundación UTPG. En contraste con las imágenes anteriores, en éstas se refleja la realidad que actualmente viven muchas familias afectadas por la problemática de vivienda en varias comunidades de Guatemala.

## Etapa 4 Fotografía

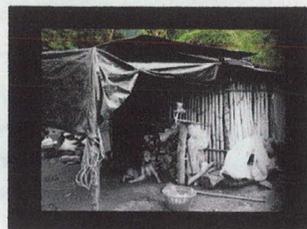
a.



a. En las fotografías, se probó representarlas a color, en blanco y negro, en tonalidades sepia y en alto contraste. En la fotografía a color se muestra la realidad tal cual es observada, pero siendo así, ésta no aportaba a generar impacto. El uso del efecto sepia en las fotografías fue descartado, debido a que se reflejaba más una idea de una época pasada.

El uso de la fotografía en blanco y negro y la de alto contraste, reflejan tristeza y dramatismo de cierto modo, pero aún así, no se logró proyectar una imagen que lograra captar la atención y promover interés hacia lo que se está mostrando.

b.



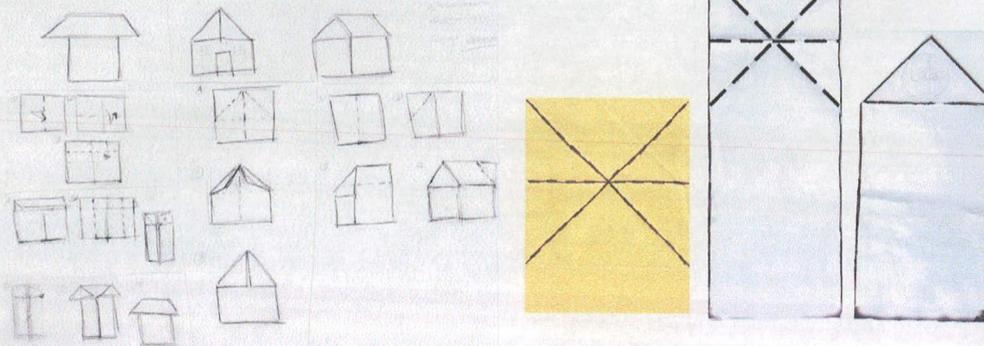
b. En las fotografías se probó el uso de un efecto, en el cual una parte de la imagen se visualizara a color y la otra parte en blanco y negro. Esto se realizó con la finalidad de crear un punto de atención para los espectadores.

Por otro lado, se buscó darle significado a la fotografía trabajada de ésta manera, pues el área presentada en blanco y negro, representa a las viviendas afectadas, construidas con material de desecho, mostrándose “no aptas” para ser habitadas.

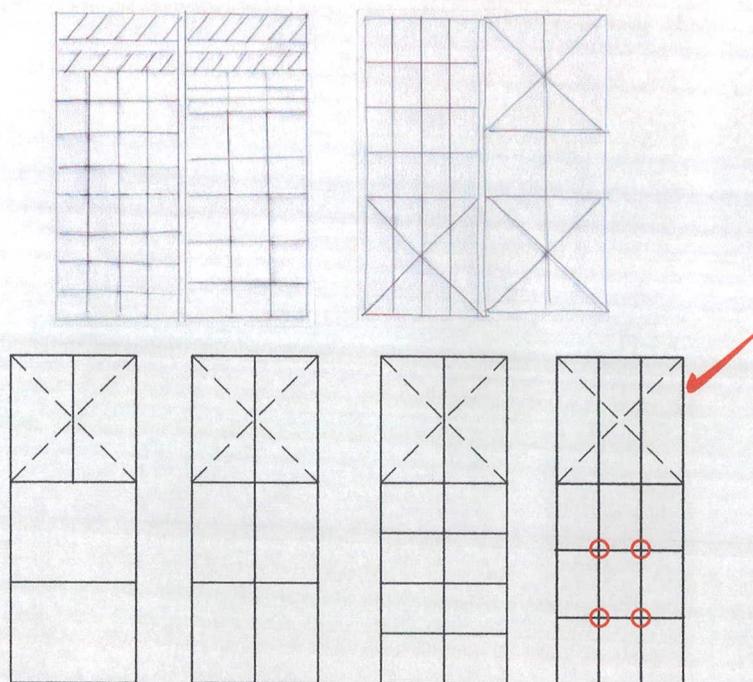
En contraste con lo anterior, el área restante de la fotografía, (el cielo y la naturaleza que rodea a la vivienda) aparece a color, manteniendo la imagen tal como se percibe en la realidad. Esto se realizó con la finalidad de dar énfasis principalmente a la parte en blanco y negro, la cual representa la vivienda.

## Etapa 5 Brochure

a.



b.

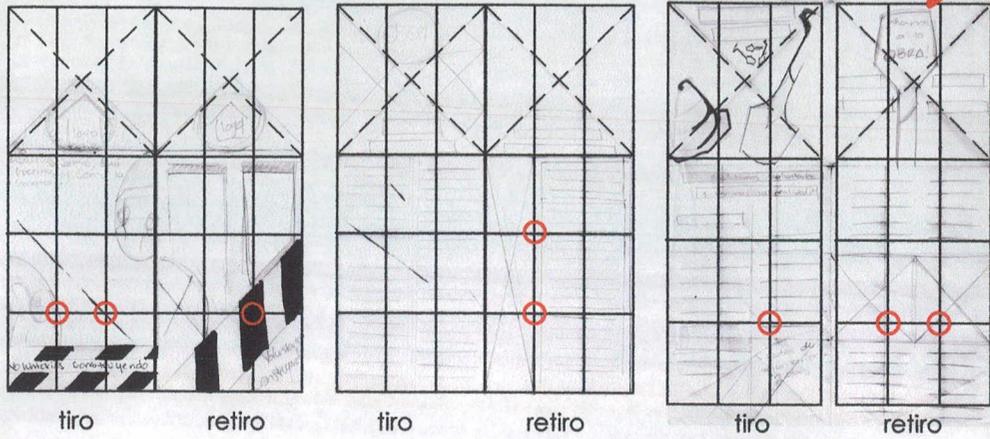


La idea que se buscó reflejar a través del formato del brochure fue VIVIENDA, por lo cual se estableció una forma que al plegarse se asemejara a una casa. Por esta razón, se realizaron pruebas de dobleces que formarían una vivienda, y se eligió un formato vertical el cual forma en la parte superior del mismo la forma de un techo y la parte inferior es en sí la forma de una casa.

En la retícula se buscó resaltar puntos de interés, por lo que se realizaron pruebas y se eligió la retícula que cumple con la ley de los tercios, siendo ésta la más indicada para resaltar puntos de interés en las esquinas formadas por las líneas verticales y horizontales.

# Etapa 5 Brochure

a.



tiro

retiro

tiro

retiro

tiro

retiro

a. Se utilizó como base el sistema reticular de los tercios, en el cual se centra la atención en las intersecciones de las líneas verticales con las horizontales y de ésta manera se diagramaron las distintas pruebas, colocando elementos en algunas de las esquinas para generar puntos de interés.

b.



tiro

retiro

tiro

retiro

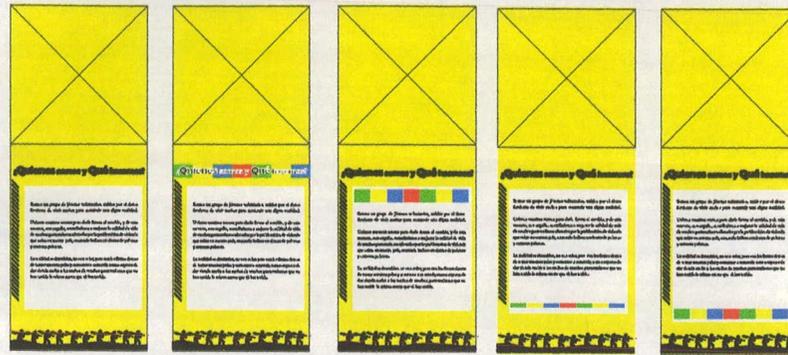
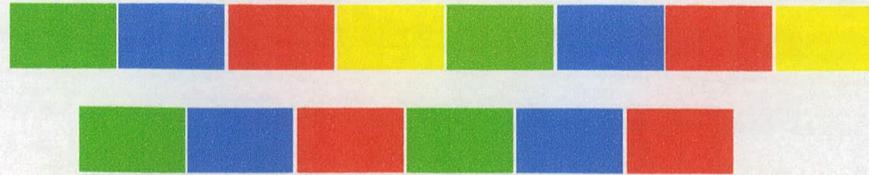
tiro

retiro

b. Así se continuó con la diagramación en las propuestas digitales, basándose en éste sistema reticular, aprovechando los puntos de ineterés, para mostrar elementos como algún texto importante, o un elemento como la punta de la pala que se pasa para el otro lado de la hoja, y se convierte en un punto focal.

# Etapa 5 Brochure

a.



tiro

b.



a. En ésta etapa se probó la integración de una franja de colores, pues se pensó en una representación simplificada de un block tras otro block, como simbolizando una obra que comienza en proceso.

Esta franja de colores se decidió utilizarla como elemento de apoyo en los materiales, pues los colores complementaban el diseño, permitiendo captar la atención de los jóvenes, por la intensidad de los mismos.

Se probaron distintas formas en que la franja de colores fuera utilizada en el brochure, de manera que ésta se presentara como un elemento de apoyo y no como una distracción visual.

Se pensó como mejor opción la colocación de la misma en la parte inferior del recuadro blanco en donde finaliza el texto, de manera que cerrara el mismo.

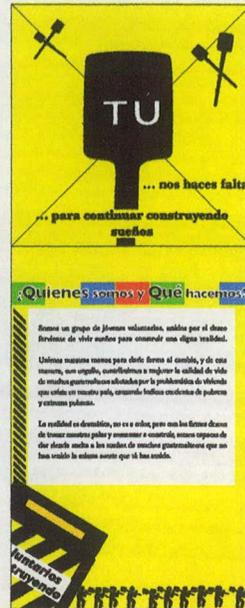
b. En el caso de las palas, se probó colocándolas en posiciones distintas, pero que siempre estuvieran sueltas, de manera que se apoyara el mensaje de “las palas nos sobran” pues al no estar nadie sosteniéndolas, dan la idea que se encuentran sin uso, y el mensaje les hace una invitación a los jóvenes a que se unan, y así las palas ya no sobrarán.

Se eligió como opción, en donde aparecen las palas desordenadas, pues de cierta forma este “desorden” se veía más interesante, descartando la idea de “formalidad”.

# Etapa 5

## Brochure

a.



a. En ésta etapa se realizaron distintas pruebas de diagramación para el brochure, utilizando los elementos base de las piezas.

Se comenzó probando la posición de la pala dentro del brochure, y se buscó resaltar la palabra TU dentro de ella, siendo éste elemento utilizado como punto de interés en la pieza. La pala se colocó en posición vertical para que quedara alineada con la palabra TU, la cual es utilizada como forma de persuasión ya que se dirige a los jóvenes y de cierta forma los invita a participar.

El uso de los elementos de apoyo que representan a los voluntarios dentro del brochure refuerza la idea anteriormente planteada, que éstos se dirigen a construir. Así también se utiliza a dos de ellos en la parte trasera de la hoja, quienes de cierta forma comunican el mensaje de "Nosotros ya hemos comenzado..."

La fotografía en el brochure es utilizada para reforzar el tema y mostrar a los voluntarios participando en la fundación.

b.



b. Se realizaron pruebas de diagramación con todos los elementos. El texto se probó a dos columnas, sin embargo las palabras por línea eran pocas, por lo que se decidió hacerlo a una sola columna.

Se incluyeron en la diagramación bloques con colores intensos, con la finalidad de llamar la atención de los lectores, hacia el título.

Se realizaron pruebas con las fotografías disponibles que reforzaban el tema del brochure.

La posición de la pala varió y se probó colocándola en forma diagonal, pues este giro le da dinamismo a la propuesta y además refleja actividad.



tiro

retiro

# Etapa 5

## Brochure

a.

**Las palas nos sobran...**  
...pero nos hacen falta manos de Jóvenes como

**VOS**

para comenzar construyendo sueños...

**¿Quiénes somos y Qué hacemos?**  
Somos un grupo de Jóvenes voluntarios, unidos por el mismo objetivo de vivir mejores para construir una digna realidad.  
Únense nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, comprometidos a mejorar la calidad de vida de muchas generaciones afectadas por la problemática de violencia que existe en nuestro país, creando lugares crecientemente de paz y entornos seguros.  
La realidad es desafiante, no es a más, pero con los brazos abanza de tomar nuestras palas y comenzar a construir, como expresión de dar desde donde se ha estado de muchas generaciones que no han tenido la misma suerte que nosotros hemos tenido.

**¿Estás dispuesto VOS a Comenzar a construir sueños?**

**NOSOTROS YA HEMOS COMENZADO...**  
Al unirse a nosotros, comenzamos una nueva experiencia. ¡Pide vida, de apoyo... de amistad!

**AQUI COMIENZA EL CAMBIO ¿Por qué Construimos?**  
Al menos en millón 21 mil 395 viviendas se necesitan para dar respuesta a la demanda habitacional en Guatemala. En total, en 72 % mancomunada y pública en palmas y entornos seguros. A este hay que sumar que cada día, 78 mil nuevas familias las hogares en condición precaria demandan casa.  
Dada en la realidad que nuestros entornos requieren a construir por la gran demanda de casas que hay

**Voluntarios Construyendo**

tiro

retiro

b.

**Las palas nos sobran...**  
...pero nos hacen falta manos de Jóvenes como

**VOS**

para comenzar construyendo sueños...

**¿Quiénes somos y Qué hacemos?**  
Somos un grupo de Jóvenes voluntarios, unidos por el mismo objetivo de vivir mejores para construir una digna realidad.  
Únense nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, comprometidos a mejorar la calidad de vida de muchas generaciones afectadas por la problemática de violencia que existe en nuestro país, creando lugares crecientemente de paz y entornos seguros.  
La realidad es desafiante, no es a más, pero con los brazos abanza de tomar nuestras palas y comenzar a construir, como expresión de dar desde donde se ha estado de muchas generaciones que no han tenido la misma suerte que nosotros hemos tenido.

**¿Estás dispuesto VOS a Comenzar a construir sueños?**

**NOSOTROS YA HEMOS COMENZADO...**

**Voluntarios Construyendo**

Coordinadora General: Lilibeth Rumbos Flores  
Teléfono: 8550-1455

a. En ésta etapa se probó el uso de la ilustración de un voluntario en una dimensión grande, abarcando al menos el 30 % del tamaño del brochure. La ilustración del voluntario se parte en dos, en la parte trasera se ve el cuerpo completo, y en la delantera sólo se visualiza la pala. Se buscó representarlo de ésta manera, pues genera mayor impacto visual, lo que contribuye a la transmisión del mensaje que se está transmitiendo.

Se realizó una prueba eliminando la fotografía, sin embargo se vió necesario que ésta apareciera para que se mostrara al grupo de voluntarios actuales de la fundación.

b. En ésta propuesta se continuó con las pruebas de diagramación, y se eliminó texto de la parte trasera, incluyendo un texto de invitación para los jóvenes, esto se realizó utilizando la teoría de “menos es más”, ya que comunica más un texto directo aunque sea más corto.

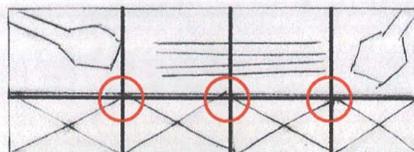
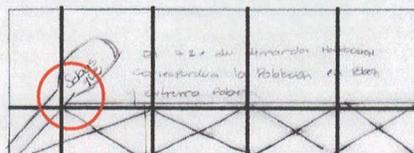
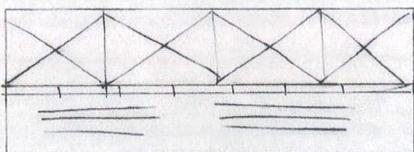
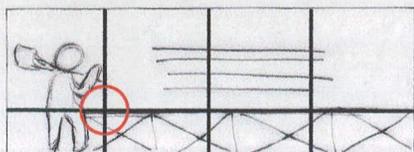
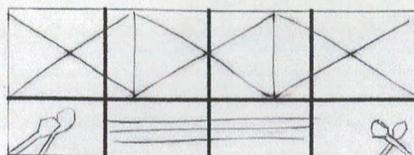
Por otro lado, se eliminaron los bloques del fondo del texto del título, para que este se viera más despejado. Los bloques fueron colocados en la parte inferior del lado frontal del brochure.

En el lado inferior de la parte trasera del brochure fue colocado el nombre y el teléfono del coordinador general de la fundación.

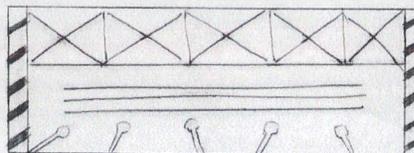
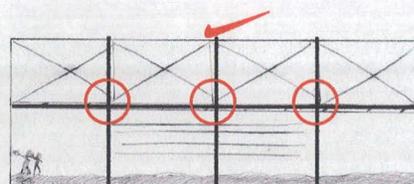
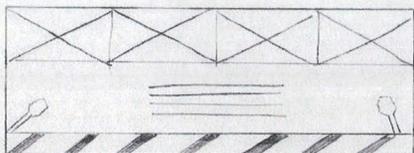
## Etapa 6

### Manta

a.



b.



En ésta etapa se realizó el bocetaje manual de la primera pieza: la manta.

a. Se realizaron distintas pruebas de diagramación, reservando el espacio para las fotografías, de manera que éstas ocuparan un porcentaje grande en el formato.

Se utilizaron los elementos de las palas, con la finalidad de unificar las piezas, al igual que se probó incluir la ilustración de los voluntarios dentro de algunas propuestas.

El texto ocupa un porcentaje mucho menor que el que ocupan las fotografías, pues se pretendía mostrar principalmente las fotografías para que éstas captaran la atención de los jóvenes, para luego dirigir la vista hacia el texto.

b. Se continuaron las propuestas con los elementos mencionados y se le añadió la franja que representa el rótulo de señalización para unificar más las propuestas. El texto se continuó utilizando de la misma manera.

## Etapa 6

### Manta

a.



El 72% de la demanda habitacional corresponde a la población en pobreza y extrema pobreza.  
Más de 400 mil viviendas en Guatemala están ubicadas en un lugar no apto para vivir, y otras 600 mil están en condiciones precarias.



El 72% de la demanda habitacional corresponde a la población en pobreza y extrema pobreza.  
Más de 400 mil viviendas en Guatemala están ubicadas en un lugar no apto para vivir, y otras 600 mil están en condiciones precarias.



Esta realidad es vivida por el 72% de personas que demandan un techo en Guatemala.

a. En ésta etapa se comenzó el bocetaje digital de la manta realizándose pruebas con el uso de la fotografía de manera que resaltara y que pudiera llamar la atención. Se trabajó la fotografía en blanco y negro, reservando solo las áreas que no mostraban la vivienda para mostrarlas a color.

Se probó utilizar una franja de bloques con colores fríos y opacos, pues estos reforzaban la idea triste de cierta manera, por la realidad que se muestra en las fotografías.

El tamaño de letra utilizado en el texto es pequeño en relación a todo el formato, pues como se mencionó, se buscaba que fueran las fotografías las que impactaran y que luego se leyera el texto informativo. El color negro del fondo se utilizó para resaltar todos los elementos de la propuesta.

## Etapa 6

### Manta

(b)



b. En estas propuestas se incluyó el uso de la franja del rótulo de señalización y las ilustraciones de los voluntarios y las palas; esto con la finalidad de unificar todas las piezas. La fotografía y la tipografía se continuó utilizando de la misma manera.

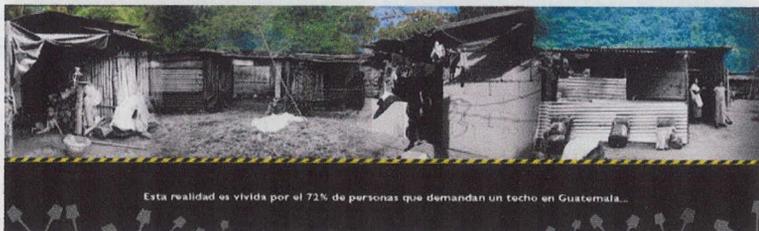
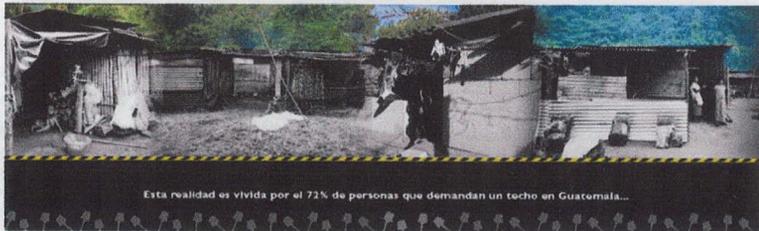
## Etapa 6

### Manta

a.



b.

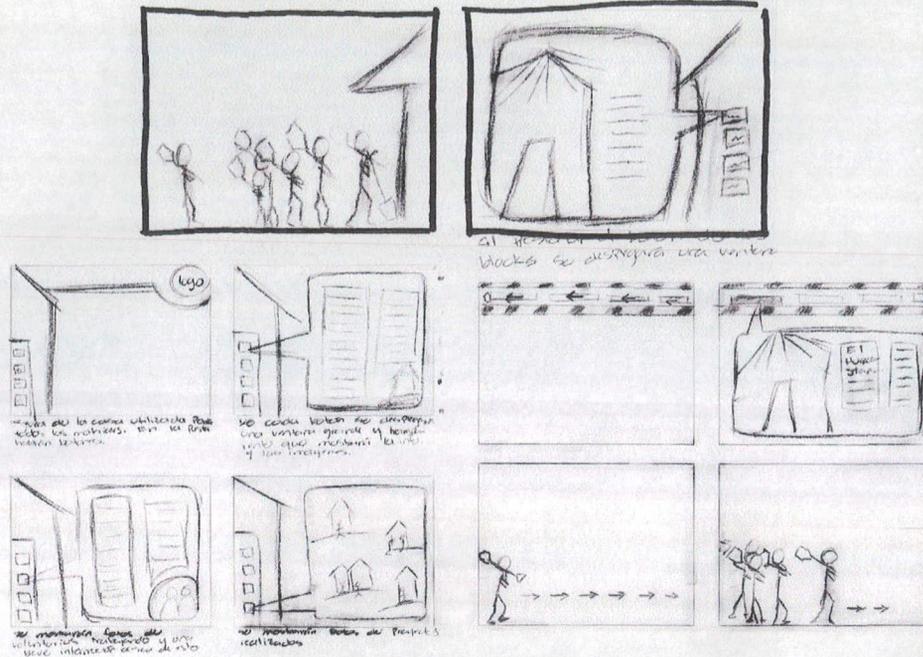


a. En ésta etapa se continuó probando con la posición de las palas y del tamaño y grosor de letra del texto informativo, para que este fuera más notorio, pues su tamaño tan pequeño podía hacer que se perdiera en el diseño.

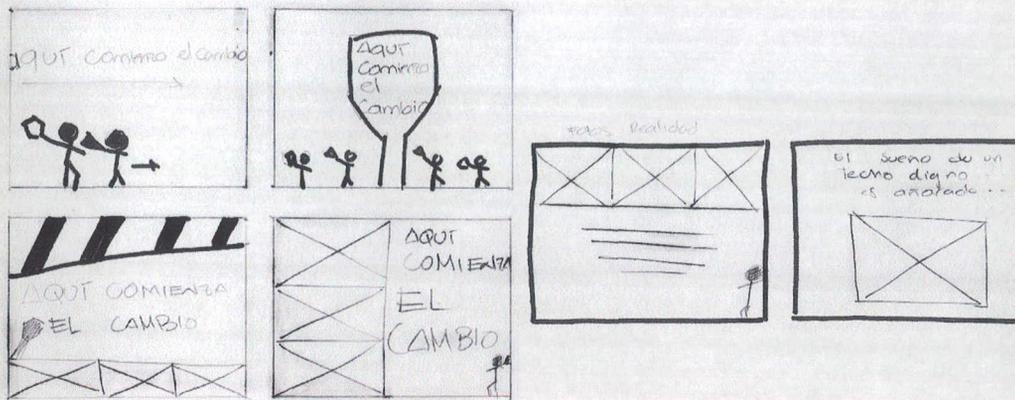
b. Se probó utilizar las palas en color gris, debido a que en la propuesta anterior, robaban demasiado la atención, y podía perderse el punto de interés que eran las fotografías.

## Etapa 7 Presentación multimedia

a.



b.



a. En la primera etapa de bocetaje de material multimedia, se pensó en trabajar una presentación interactiva, la que tendría varias secciones para que los jóvenes navegaran en cada una de ellas.

Sin embargo, el objetivo de esta pieza fue desde un principio “Diseñar un material multimedia que muestre el trabajo realizado por la fundación Un Techo para Guatemala para que éste logre ser identificado por ellos”. Por lo que se decidió descartar la idea de material interactivo, y se decidió realizar una presentación lineal.

b. En esta etapa se comenzó bocetando para la presentación lineal.

Se comenzó probando una escena en la que se mostrara a los voluntarios caminando. En el segundo cuadro aparece una pala grande con el título de “Aquí comenzamos el cambio” y los voluntarios quedan a los lados apoyando al mensaje, haciendo referencia a que de ellos surge el cambio.

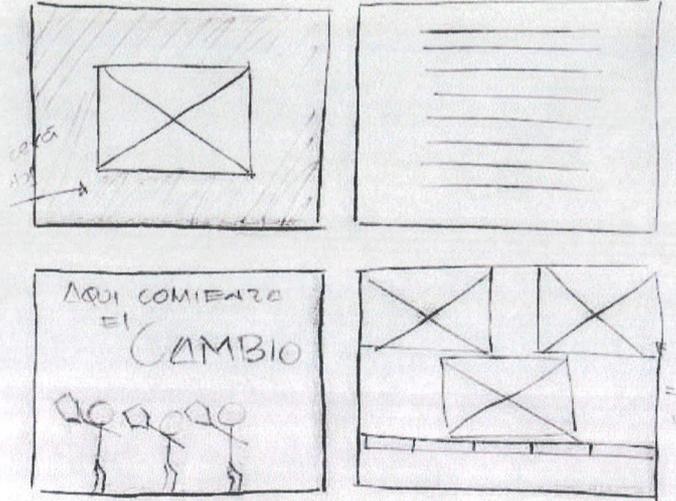
En las escenas siguientes, se bocetaron pruebas de diagramación colocando el texto grande y la franja amarilla con negro en la parte superior. Las fotografías aparecen en la parte inferior.

Se realizaron más pruebas de diagramación, jugando con el texto y los demás elementos, para acomodar de la mejor manera y que guardara un orden.

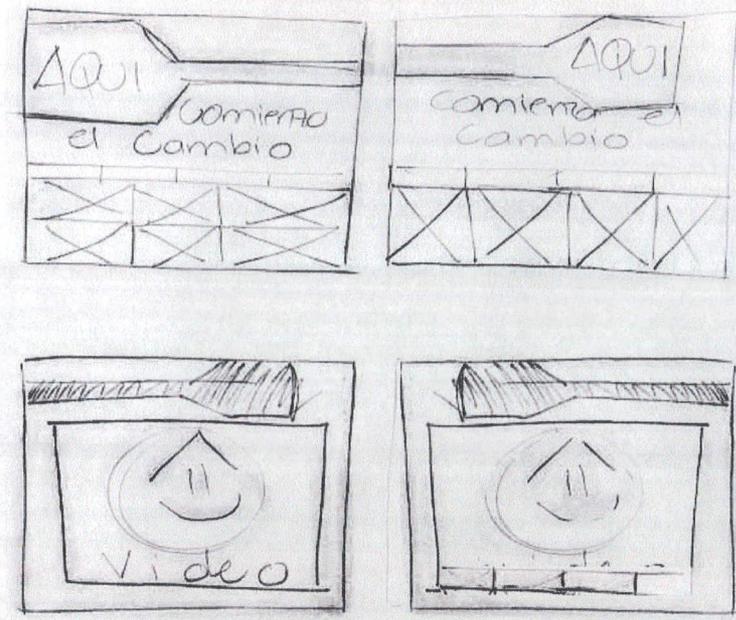
# Etapa 7

## Presentación multimedia

a.



b.



a. Se bocetó la forma en que aparecerían las fotografías y en el siguiente paso, aparecería el texto informativo, acerca de lo que se vería. Luego aparecerían las ilustraciones de los voluntarios caminando con un texto en la parte superior para representar que al unirse como voluntarios comenzaría un nuevo cambio positivo.

En la cuarta escena aparecería una secuencia de fotografías alusivas al trabajo que han realizado en los proyectos los voluntarios que han participado.

b. Se realizaron otras propuestas de diagramación para la parte en que aparecen las fotografías de los voluntarios, así como también se bocetó de la forma en que aparecería el video.

## Etapa 7 Presentación multimedia

a.

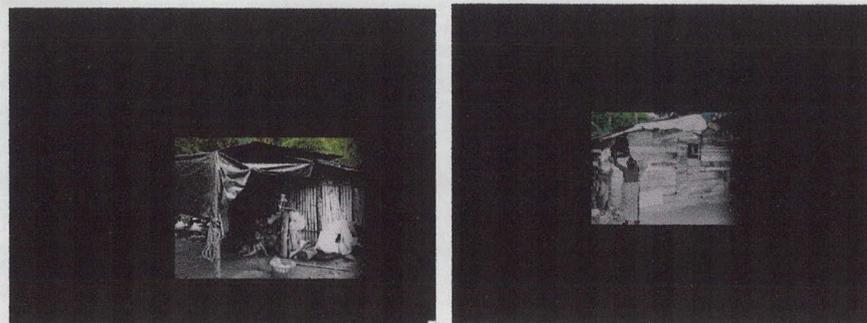


a. Se bocetó la forma en que aparecerían las fotografías y el texto en la primera escena de la presentación multimedia. El texto se bocetó en distintos tamaños, pero se eligió el texto grande como la mejor opción para ésta escena.

Se presentó toda la primera escena en fondo negro, con la finalidad de resaltar las imágenes y los textos, y por otro lado, para resaltar más los aspectos negativos que de por sí reflejan las fotografías.

El efecto manejado fue el de fade in y fade out para los textos, pues esto genera de cierta forma, expectativa cuando van apareciendo. El tiempo en que aparecen y desaparecen es lento, se realizó de esta manera con la intención de promover la reflexión de los jóvenes hacia lo que se está mostrando.

b.



b. Las fotografías de la primera escena aparecen también con el efecto de fade in y fade out, y la forma en que van apareciendo es desde el centro con un tamaño pequeño, y luego se va agrandando poco a poco para luego desaparecer de la misma forma en que aparecieron. Esto se realizó con la misma finalidad, de promover la reflexión de parte de los estudiantes.

## Etapa 7 Presentación multimedia

a.



b.



c. Para la segunda escena se buscó incluir todos los elementos gráficos de apoyo, con la finalidad que estos quedaran integrados, sin embargo, se pensó utilizar únicamente a los elementos que representan a los voluntarios, y que estos se presentaran caminando, para dar la idea de acción, que van avanzando y reflejar la idea que se disponen a construir.

Se realizaron pruebas de diagramación para la segunda escena, en la cual aparece el texto "aquí comienza el cambio", así como también la forma en que aparecerían las fotografías de los voluntarios.

d. En la tercera escena, luego de mostrar a los voluntarios caminando, se incluyó una frase indicando que con la disposición de los voluntarios se comenzará un cambio. Por ésta razón fue incluida una pala en la palabra "aquí", enfatizándola en esa herramienta, la cual en las propuestas es la que representa el trabajo. Por otro lado, se integra la franja amarillo con negro, al igual que los bloques de colores que van apareciendo uno a uno, para reforzar la idea de "avance". Las fotos de los voluntarios que se muestran, van apareciendo una a una, para ir mostrando poco a poco el trabajo que ellos realizan. Luego éstas se vuelven transparentes para mostrar el texto de ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos?

## Etapas 7 Presentación multimedia

e.



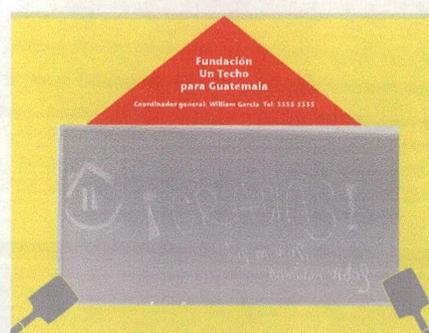
e. En la última escena, aparece el video, el cual es dirigido a los jóvenes.

Fueron incluidas dos palas en la parte inferior del cuadro que muestra el video como elemento unificador con las demás escenas.

Las palas se diagramaron de tal forma que se percibiera como que éstas sostienen el video que se está mostrando.

Se probó incluir un texto de apoyo en esta escena, de tal forma que no fuera solamente mostrado el video, sino una frase que lo respaldara.

f.

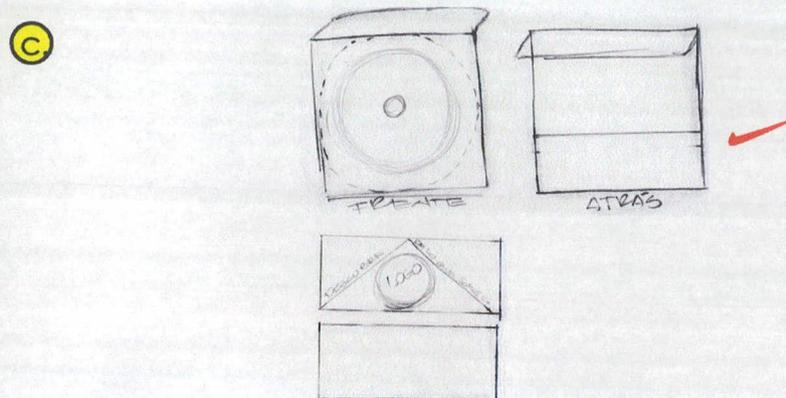
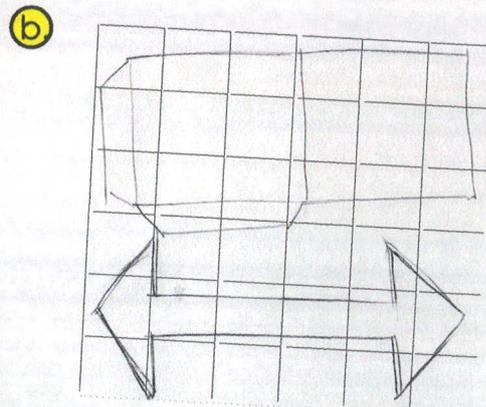
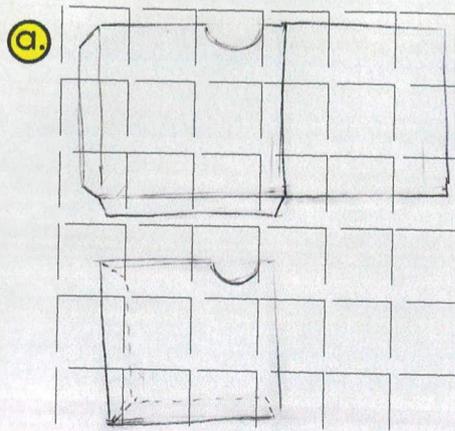


f. Al finalizar el video, se probó incluir un texto de cierre, por lo que se agregó la palabra "Gracias" para agradecer a los jóvenes por haber visto la presentación. Se probó incluir la foto de un pizarrón (brindada por los coordinadores de UTPG), en la que aparece la frase: "¡Gracias! tus manos cambian vidas". Se eligió ésta como la mejor opción, debido a que es un mensaje más personalizado, siendo el mensaje escrito por ellos en uno de los proyectos de construcción de casas, realizados en una comunidad.

El mensaje muestra un gesto de agradecimiento de antemano, a los jóvenes que ven la presentación, lo cual contribuye a promover su participación en el proyecto, pues como dice el mensaje, que se sientan que con la ayuda de sus manos, se podrán cambiar más vidas.

## Etapa 8

### Empaque y portada para CD



En ésta etapa se comenzaron a realizar las pruebas a lápiz del empaque del cd que contendría la presentación multimedia.

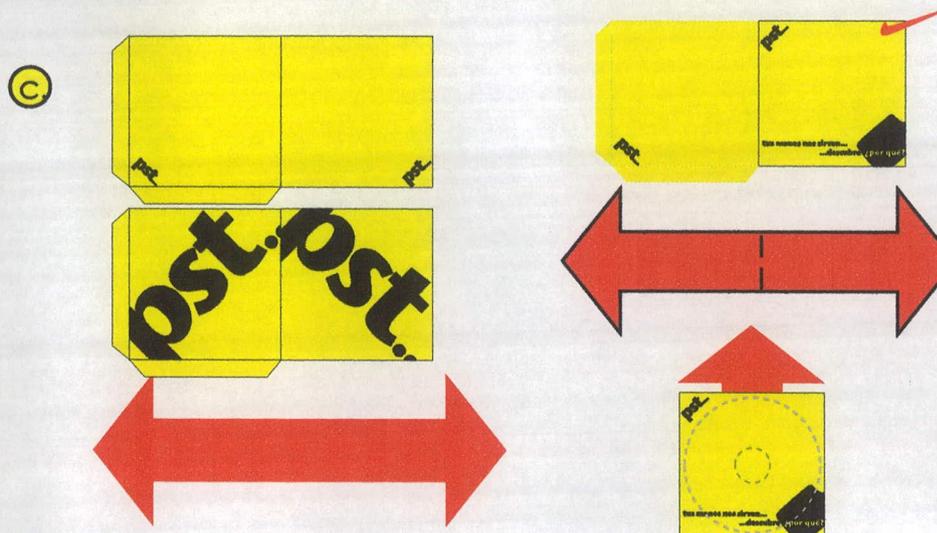
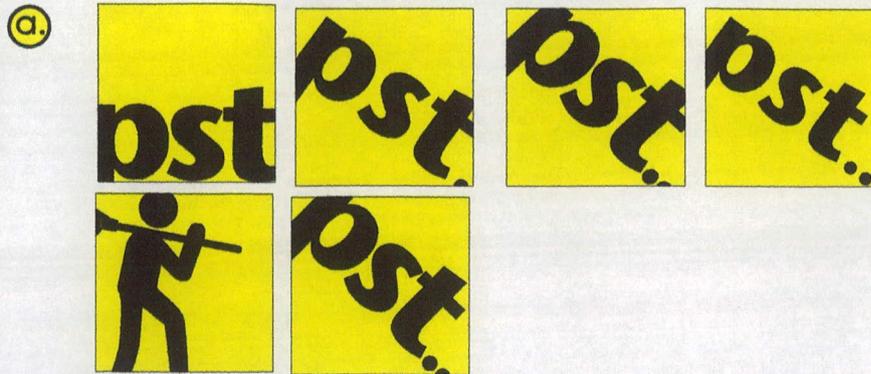
a. Se comenzó probando con un empaque tipo sobre para el cd, el cual contendría el mismo y se le añadió una pequeña abertura para poder sacar el mismo.

b. Se realizó otra prueba para el sobre del cd, en la cual se incluyó un elemento que halara el cd del empaque, y este fue una flecha..

c. Se probó el diseño de una etiqueta para el sobre del cd, utilizando la parte trasera del sobre.

# Etapa 8

## Empaque y portada para CD



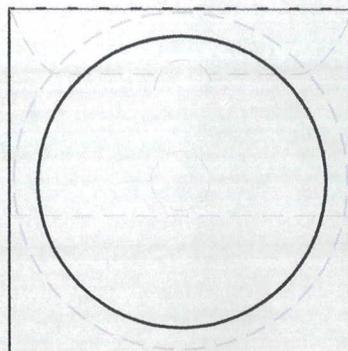
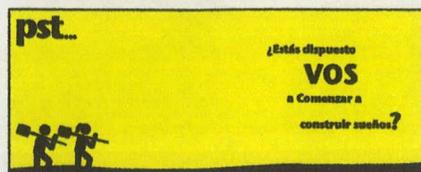
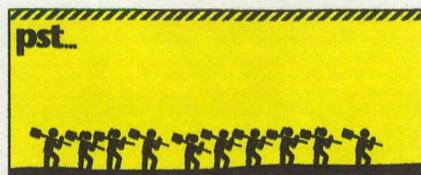
a. Se bocetó pruebas para portada, para ser utilizadas en caja para el cd. En éstas pruebas se utilizó la expresión “pst” con la finalidad de generar curiosidad de parte de los jóvenes.

b. Se continuó con la propuesta para el empaque del cd diseñada estilo sobre, realizando pruebas de diseño con la imagen de los voluntarios, así como también de la expresión “pst” e incluyéndole una frase que

c. Se probó incluir en el diseño un elemento extra para halar el cd, este fue una flecha, la cual a su vez formaría un techo, reforzando la idea de vivienda que se buscaba transmitir.

## Etapa 8

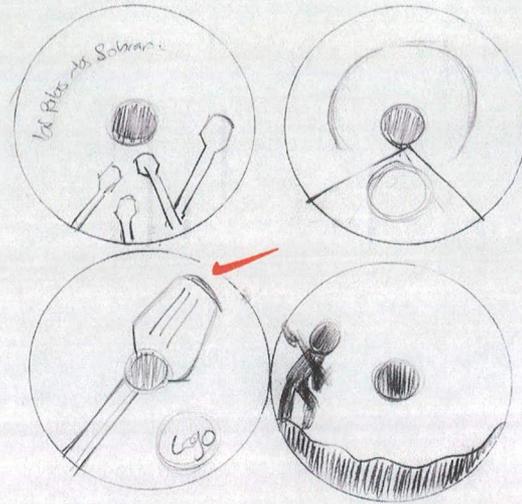
### Empaque y portada para CD



Se realizaron distintas pruebas de diseño para una etiqueta que iría pegada en la parte posterior del sobre para CD's, manteniendo la misma línea manejada en los materiales, probando con la imagen del voluntario, la franja amarillo con negro, las palas y en algunos casos el mensaje que lleva el brochure. Por otro lado se agregó en esta propuesta la expresión "pst" para generar curiosidad hacia lo que contiene el sobre.

## Etapa 8

### Empaque y portada para CD



a. Se realizaron pruebas a lápiz del diseño de la portada para el cd con la presentación multimedia. En esta se probó el uso de los elementos que unifican a todas las piezas de diseño.

b. Se elaboraron pruebas digitales para la carátula del cd, probando distintas diagramaciones con el uso de los elementos utilizados en las demás piezas para unificar el diseño. En todas las pruebas fue incluido el logotipo de la fundación UTPG. De las pruebas mostradas, se eligió para propuesta preliminar, el diseño en el que se incluye la pala con el mensaje: nos faltan manos, y en la parte inferior se incluyó el triángulo que representa el techo de la fundación, con el logotipo. A pesar de ser una opción de diseño sencilla, se eligió porque comunica el mensaje principal dirigido a los jóvenes, que es el que faltan manos para continuar construyendo viviendas.

# PROPUESTA PRELIMINAR

Brochure

**Las palas nos sobran...**



...pero nos hacen falta manos de jóvenes como



para continuar construyendo sueños...

**¿Quiénes somos y Qué hacemos?**

Somos un grupo de jóvenes voluntarios, unidos por el deseo ferviente de vivir sueños para construir una digna realidad.

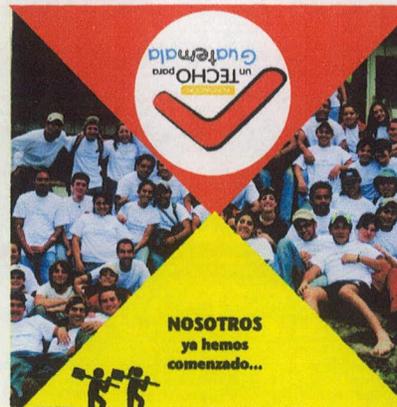
Unimos nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país, causando índices crecientes de pobreza y extrema pobreza.

La realidad es dramática, no es a color, pero con los firmes deseos de tomar nuestras palas y comenzar a construir, somos capaces de dar rienda suelta a los sueños de muchos guatemaltecos que no han tenido la misma suerte que nosotros hemos tenido.



Voluntarios construyendo...

Tiro y retiro del brochure desplegado.



**NOSOTROS ya hemos comenzado...**

**¿Estás dispuesto VOS a Comenzar a construir sueños?**



Escribenos: [utpguate@itelgua.com](mailto:utpguate@itelgua.com)



**¿Quiénes somos y Qué hacemos?**

Somos un grupo de jóvenes voluntarios, unidos por el deseo ferviente de vivir sueños para construir una digna realidad.

Unimos nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país, causando índices crecientes de pobreza y extrema pobreza.

La realidad es dramática, no es a color, pero con los firmes deseos de tomar nuestras palas y comenzar a construir, somos capaces de dar rienda suelta a los sueños de muchos guatemaltecos que no han tenido la misma suerte que nosotros hemos tenido.



Voluntarios construyendo...

Tiro y retiro del brochure plegado.

**NOSOTROS ya hemos comenzado...**

**¿Estás dispuesto VOS a Comenzar a construir sueños?**



Escribenos: [utpguate@itelgua.com](mailto:utpguate@itelgua.com)

# PROPUESTA PRELIMINAR

Manta



Esta realidad es vivida por el 72% de personas que demandan un techo en Guatemala...

# PROPUESTA PRELIMINAR

## Presentación Multimedia

### Escena 1

#### Escena 1.1

Saldrá un texto introductorio con el efecto de fade in, el cual permanecerá por unos segundos para que pueda ser leído.

La necesidad  
de un **techo digno...**  
es añorada  
por muchos guatemaltecos

Sin audio

#### Escena 1.2

En ésta escena salen una a una las fotografías en las que se muestra viviendas en condiciones no aptas para ser habitadas. Ésta escena es acompañada por un audio que proyecta tristeza, el cual dura el tiempo que duran las fotos en salir.



Sonido que da la sensación de dramatismo.

#### Escena 1.3

En ésta escena aparece un texto en el que se muestran datos estadísticos acerca de la demanda habitacional en Guatemala.

El **72%** de demanda habitacional  
corresponde a la población en pobreza y extrema pobreza...

Más de **400** mil viviendas en Guatemala  
están ubicadas en un lugar no apto para vivir,  
y otras **600** mil están en condiciones precarias...

Sonido que da la sensación de dramatismo.  
Poco a poco se comienza a disminuir el  
sonido.

# PROPUESTA PRELIMINAR

## Presentación Multimedia

### Escena 2

En ésta escena aparece uno a uno los voluntarios caminando y todos se reúnen al final.

### Escena 3

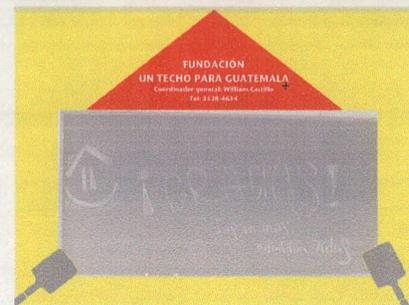
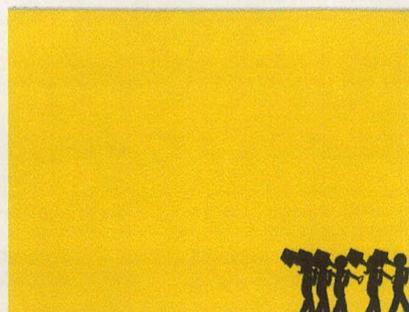
En ésta escena, entra al área una pala en la que aparece la palabra aquí, seguida por la palabra “comienza” y “el cambio” aparece al final haciéndose de grande a pequeño. Luego sale una a una cada fotografía de los voluntarios trabajando en la construcción de las viviendas. Las fotos van apareciendo en zig - zag, con un efecto de fade in. Al terminar de aparecer, permanecen durante unos segundos y luego todas se desvanecen casi completamente. Luego aparece el texto de ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos? y a la vez van apareciendo los bloques de colores que delimitan el área del texto del título y el texto informativo.

### Escena 4.1

Ésta es la escena en la que aparece el video proporcionado por la fundación UTPG. En esta escena aparecen frases en la parte superior e inferior del cuadro del video. El video es sostenido por dos palas que se encuentran en cada una de las esquinas inferiores del cuadro en donde aparece el video.

### Escena 4.2

En ésta escena, luego de terminar el video, deciendo un pizarrón con una frase escrita a mano. Luego deciendo un triángulo rojo que representa el techo y se posa sobre el pizarrón. Este contienen los datos de contacto.



Sin audio

Sin audio

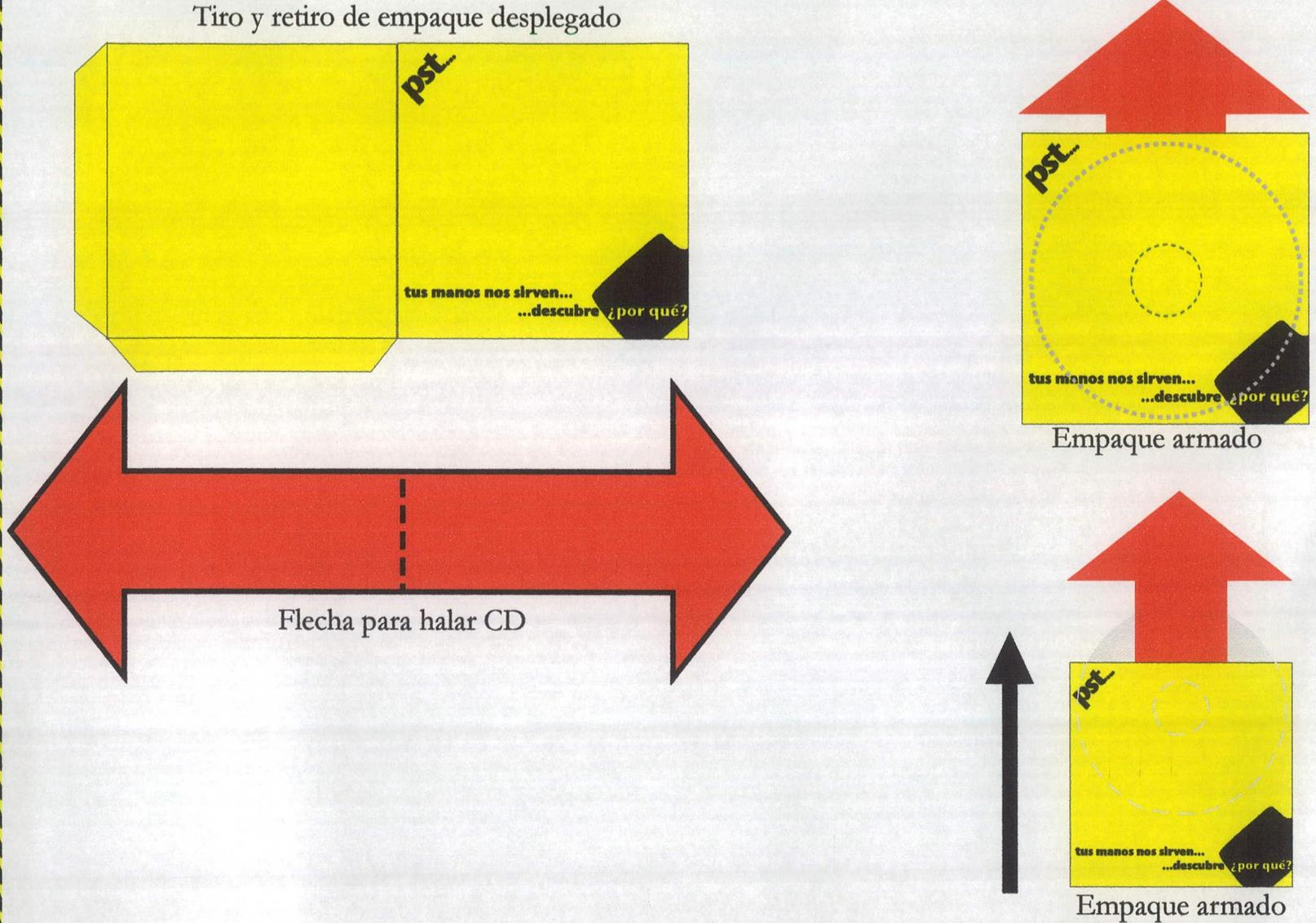
Canción de fondo “Esta es tu tierra” del video proporcionado por la fundación UTPG.

Sin audio

# PROPUESTA PRELIMINAR

Empaque y  
carátula  
para CD

No.1

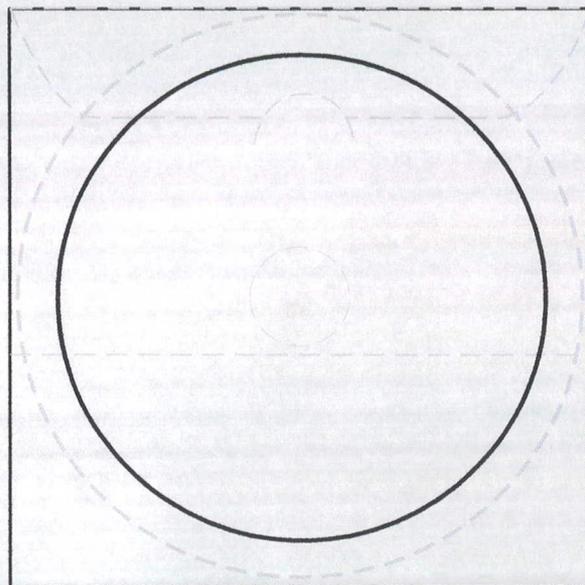


Se propuso el diseño de un empaque especial para el CD.  
De ésta forma se facilitaría generar interés por de su forma no convencional

# PROPUESTA PRELIMINAR

Empaque y  
carátula  
para CD

No.2



Tiro



Retiro

Se propuso una segunda opción, la cual representaría menor gasto que la anterior, pues sería utilizado únicamente un sobre convencional para cds, complementándolo con un sticker pegado en la parte trasera.

## PROPUESTA PRELIMINAR

Empaque y  
carátula  
para CD

No.3



Por otro lado también se propuso el uso de sobres para cd, para el cual se diseñó únicamente una etiqueta para ser pegada en la parte trasera del sobre.

## 11. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

En este punto, se realizó la validación técnica del diseño preliminar de cada una de las piezas trabajadas. Estas fueron presentadas junto con un instrumento de validación dirigido a diseñadores gráficos, grupo objetivo y expertos en el tema. *(Ver instrumentos de validación en anexo No. 5)* Esto fue realizado con la finalidad de tomar en cuenta el punto de vista de los mencionados, para cerciorar que el objetivo de cada pieza fuera cumplido en la propuesta mostrada.

A continuación se muestra el diseño preliminar de las piezas y los cambios que surgieron luego de ser validadas.

# VALIDACIÓN TÉCNICA

## Brochure

### Antes



tiro

retiro

### Después

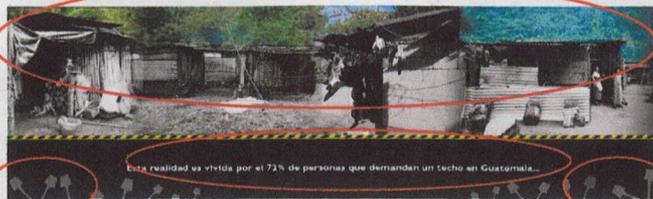


- Se pasó la fotografía al lado frontal del brochure, mostrándose en un rectángulo, ya que al ser ésta relevante, perdía importancia al no ser presentada de forma completa.
- Se agregó la ilustración de tres casas en forma simplificada para reforzar la idea de vivienda.
- En la parte frontal del brochure, se dio más énfasis en la frase “faltan manos” de manera que fuera en sí lo que representa la falta de manos para construir, lo que más llame la atención de esa área. Por otro lado, se hizo más pequeña la palabra VOS alineándola con el texto que aparece bajo la pala.
- Se varió el tamaño del titular, pues estaba un poco pequeño para la importancia que éste tiene.
- Se agrandó el texto de la pregunta de la parte trasera, ya que competía con el texto que aparece en la parte superior de ese lado.
- La franja de colores se hizo más delgada y se colocó debajo del título. Para dejar libre el espacio de la fotografía y dar más énfasis al título.

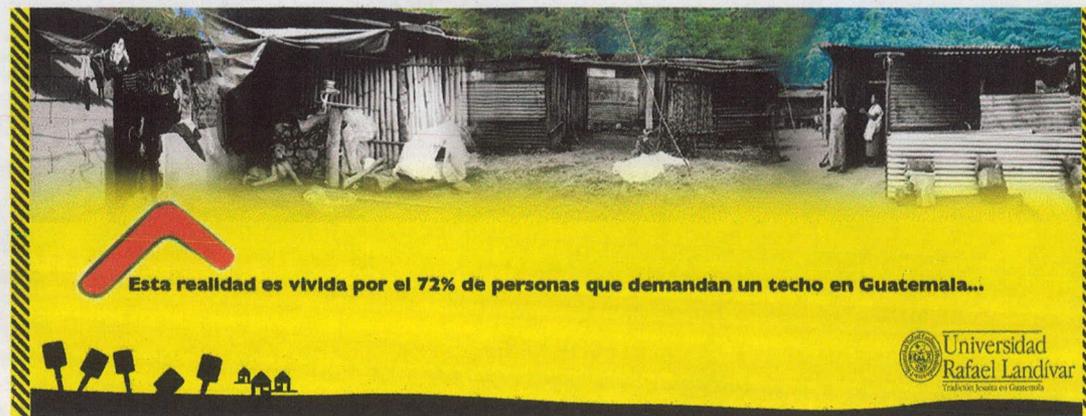
# VALIDACIÓN TÉCNICA

## Manta

### Antes



### Después

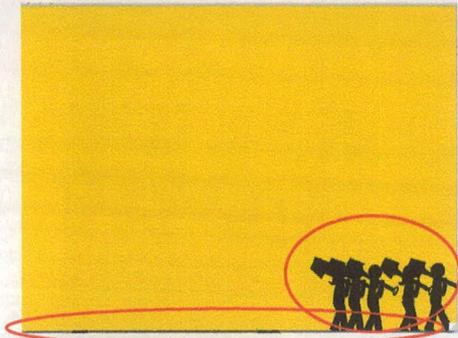
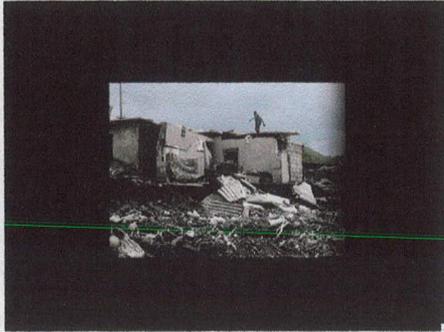


- Se cambió el color de fondo, para unificar las piezas de diseño propuestas, utilizando el amarillo como color base.
- Fue agregada una pequeña ilustración simplificada de tres casas, haciendo referencia al tema de construcción de viviendas, para reforzar el sentido y la intención de las piezas propuestas.
- Fue agregado el elemento que representa el camino recorrido por los voluntarios en las otras piezas diseñadas.
- Se cambió la posición de la franja que aparecía horizontal, colocando dos verticales de cada lado de la manta, con la finalidad de guardar unidad con el brochure.
- Se agregó el techo del logotipo de la fundación UTPG, para que apareciera de forma insinuada en ésta pieza de expectativa.
- Se agregó el escudo de la universidad, debido a que el uso de los espacios publicitarios dentro de la misma lo exigen.
- Se varió la forma de las palas, así como también la ubicaron las mismas ya que se colocaron al lado izquierdo de la manta, siempre utilizándolas como elemento de apoyo, pero disminuyendo la cantidad.
- Se agrandó el texto de la manta para que éste aún no siendo el elemento más relevante en ésta pieza; fuera legible.

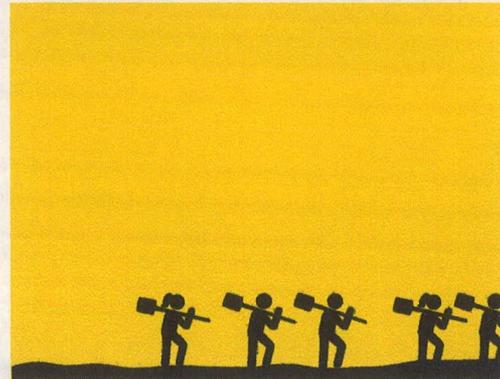
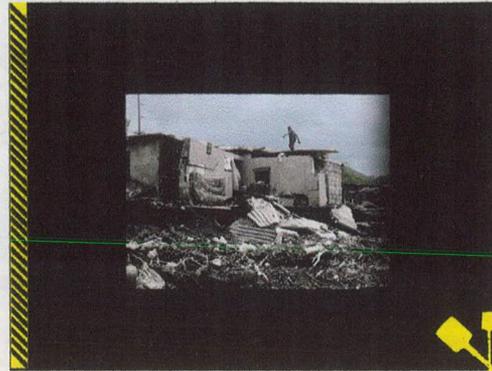
# VALIDACIÓN TÉCNICA

## Presentación multimedia

### Antes



### Después



- El cambio principal que se solicitó fue variar las transiciones de las fotos, pues al salir todas de la misma manera, se veía monótono. Por ésta razón se realizaron 3 variaciones partiendo de las esquinas y de las partes inferior y superior.
- Se colocó la franja vertical y las palas, con la finalidad de unificar las piezas.
- Se agregó un camino para los voluntarios, de tal forma que se perciba que con esfuerzo se dirigen a construir.
- En la segunda escena al salir los voluntarios caminando, todos llegaban a juntarse en un punto, lo cual confundía de cierto modo y se veía mal. Por lo que se dejó más distancia entre cada uno de ellos de tal forma que reflejara que caminan uno tras del otro hacia una misma dirección. Por otro lado, también se agrandó el tamaño de las imágenes.

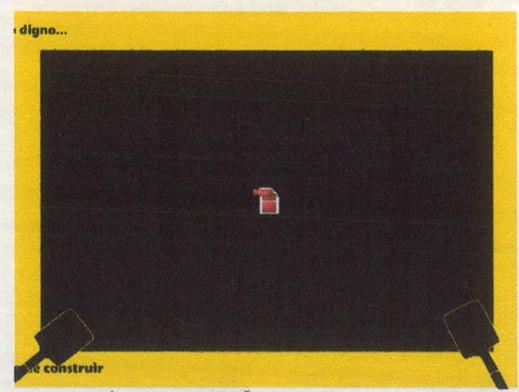
# VALIDACIÓN TÉCNICA

## Presentación multimedia

### Antes



### Después

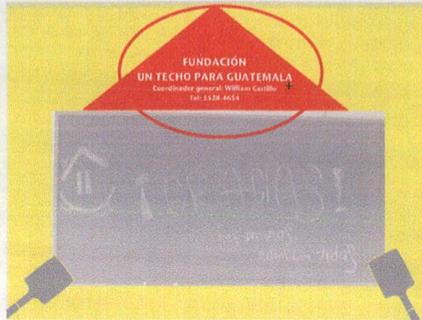


- Siendo la presentación lineal, no se utilizó ningún botón para que se interactuara con la presentación; sin embargo fue sugerido agregar uno en la parte en la que aparece el texto: ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos?, de tal forma que al momento de explicar toda la labor realizada por la fundación; los voluntarios puedan profundizar y mostrar el video hasta que se haya terminado la explicación general.
- Por otro lado, se cambió la forma en que aparecen los textos en la parte del video. Se agregó una transición sencilla, pues en un principio aparecía sin ninguna transición y esto no permitía que se notara el cambio de los mismos durante el video.

# VALIDACIÓN TÉCNICA

## Presentación multimedia

### Antes



### Después

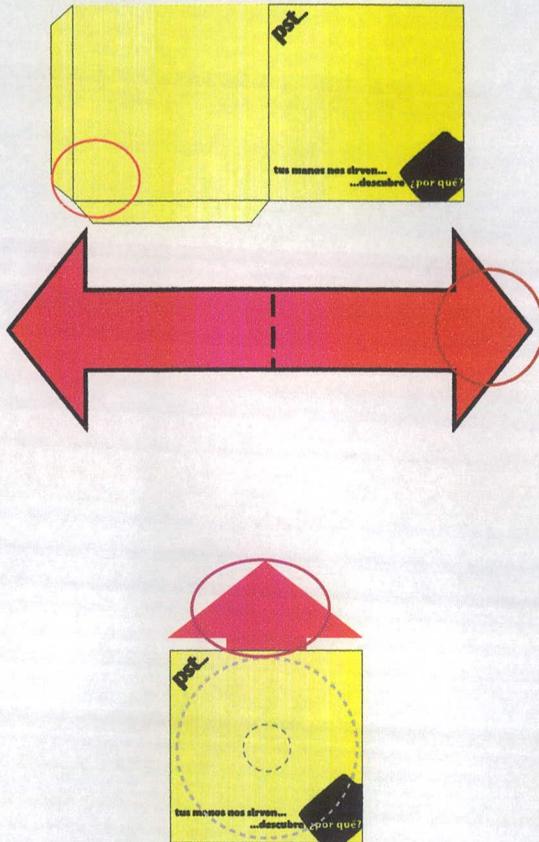


- Como último cambio se agregó el logotipo de la fundación, pues no aparecía más que el nombre en la propuesta preliminar.
- Se eliminaron los datos de contacto del techo, pues estos aparecían debajo del nombre de la fundación y ambos tenían el mismo peso visual. Los datos fueron colocados en la parte inferior del pizarrón que se muestra y se cambiaron a color negro.

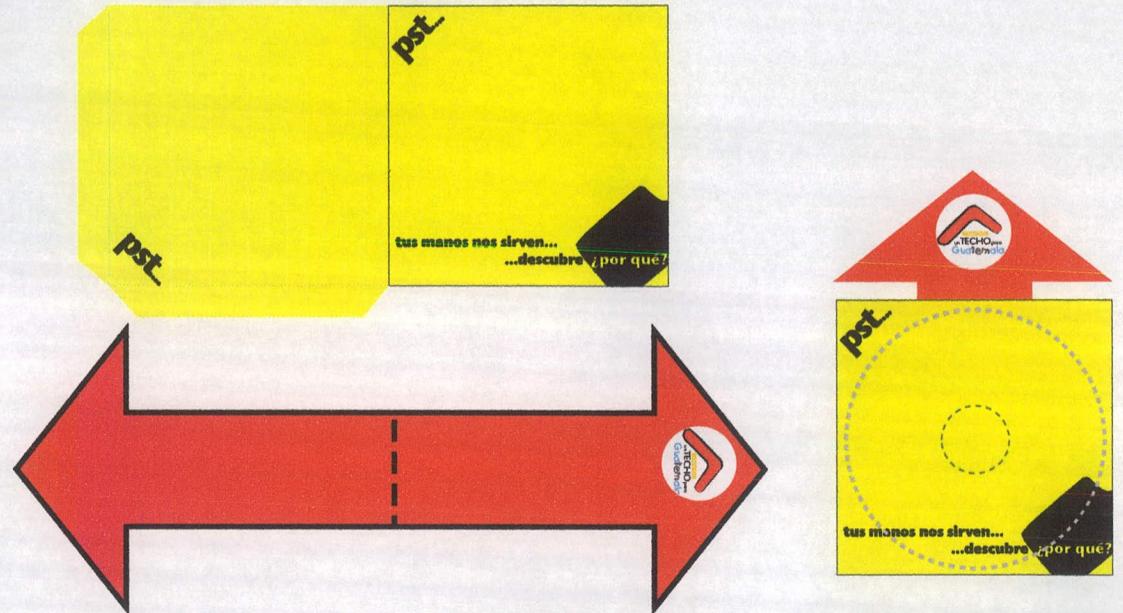
# VALIDACIÓN TÉCNICA

## CD de la Presentación multimedia

Antes



Después



- Se agregó el logotipo de la fundación UTPG en el lado frontal del techo, con la finalidad de guardar unidad con el diseño del brochure. Por otro lado, se vio la necesidad de agregarlo para que pudiera ser identificado por los jóvenes.
- Se agregó una expresión “pst” en el lado posterior del empaque, para que ambos lados tuvieran diseño.

# VALIDACIÓN TÉCNICA

## CD de la Presentación multimedia

### Antes



### Después



- Se varió la forma en que aparecía tanto la pala como el texto en la propuesta preliminar. En la nueva propuesta, se colocó el texto en horizontal, aunque la pala permaneció inclinada, y en ella resalta la frase ¿por qué?. La pala permaneció inclinada, pero se realizó un acercamiento a la misma para que no fuera tan obvia.
- Por otro lado, se agregó en la esquina inferior izquierda, el logotipo de la fundación UTPG, para que fuera identificado por los jóvenes.
- En el caso de la carátula para el cd, se eliminó el triángulo rojo que simboliza el techo, pues incluyéndole este, se creaban dos puntos focales, por lo que la atención del ojo se dividía, por ésta razón se eliminó y el logotipo se hizo más pequeño, permaneciendo como único punto focal, la pala con la frase “nos faltan manos”.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Todo el proyecto realizado para la Fundación Un Techo para Guatemala, fue trabajado bajo el siguiente concepto:

“Con tu ayuda, un techo digno, es una realidad posible de construir”.

Éste concepto fue reflejado mediante el uso de los diferentes elementos gráficos utilizados en cada una de las piezas.

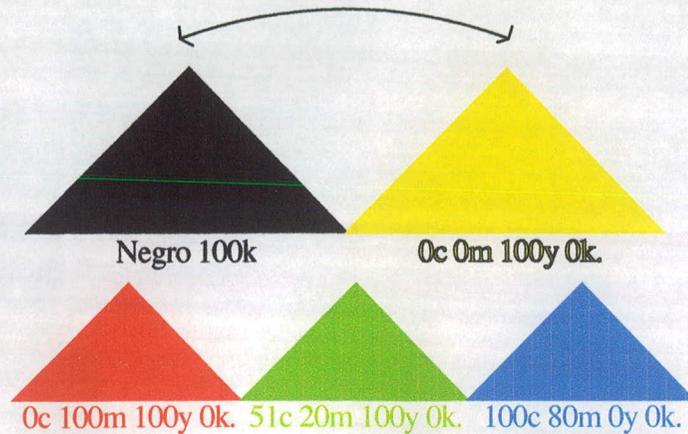
Se resaltaron ideas claves en las piezas, por ejemplo, el elemento principal es la pala, la cual representa trabajo, colaboración, ayuda, esfuerzo, construcción, etc. fue por ésta razón que fue utilizada como elemento unificador para las tres piezas propuestas.

Así también fueron utilizadas las ilustraciones simplificadas que representaron a los voluntarios de ambos sexos, transmitiendo la idea que se dirigen a construir.

Por otro lado, el uso del color es fundamental, y para apoyar con la idea de construcción, se utilizaron principalmente el color amarillo y negro, seguido del rojo que representa “el techo” en todo momento. También se utilizaron fotografías que permiten reforzar el sentido de las piezas, mostrando en algunos momentos la realidad que viven muchas personas guatemaltecas y en otros momentos, mostrando que con el trabajo en equipo es posible construirse otra realidad.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Elementos de diseño



### Qué hacemos

Unimos nuestras manos para darle forma al cambio, y de esta manera, con orgullo, contribuimos a mejorar la calidad de vida de muchos guatemaltecos afectados por la problemática de vivienda que existe en nuestro país.

### Color

Como colores base para todas las propuestas se eligieron el negro y el amarillo, que a parte de simbolizar “fuerza”, cumplen con la función de impactar al grupo objetivo por su intensidad.

Por otro lado estos colores se utilizaron mostrando relación con los rótulos de seguridad industrial y de las señales preventivas de “hombres trabajando” y en el enfoque que se le dió al material simboliza “voluntarios construyendo”.

Se eligieron otros colores para complementar la paleta de colores de las propuestas, estos son: el rojo, verde y azul. La razón por la que se eligieron fue para que el uso del amarillo y el negro no se volviera monótono de cierto modo, y además para reflejar la idea de juventud por la intensidad de los mismos. En el caso del color rojo, fue utilizado principalmente para representar el techo en todas las piezas.

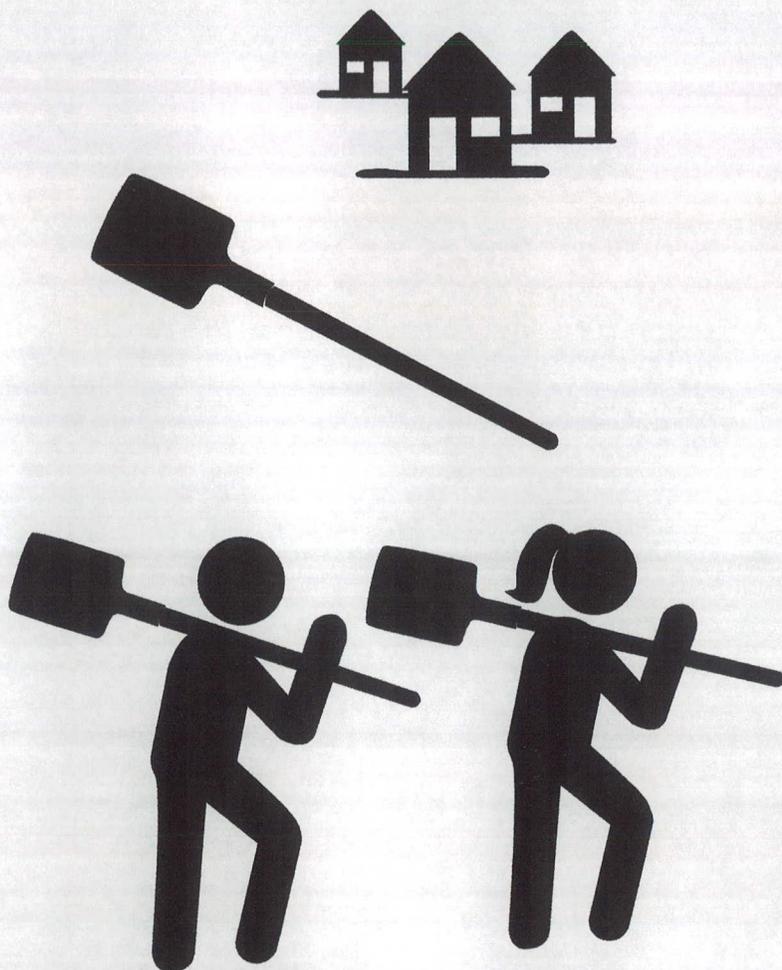
### Tipografía

Para los titulares se eligió una tipografía con rasgos gruesos (Stone Sans) para que generara peso visual, creando así jerarquía en el cuerpo de texto.

Para los cuerpos de texto fue elegida la tipografía Baskerville, la cual por los rasgos afilados y sencillos del serí, facilita la lectura. Además de lo mencionado, ésta tipografía le da un toque de formalidad a las piezas.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Elementos gráficos de apoyo



Las ilustraciones mostradas, fueron utilizadas con la finalidad de apoyar la idea utilizada en los materiales, que es de vivienda y construcción, ya que se buscó con las mismas, llamar la atención de los jóvenes promoviendo su participación en la fundación.

\* La franja amarilla con negro representa un rótulo de seguridad industrial, utilizado para dar una idea basada en la señalización de obras de construcción, en especial la de “hombres trabajando” idea que fue utilizada en las piezas como “voluntarios trabajando”.

\* La pala se utilizó como uno de los elementos base para las piezas, debido a que ésta herramienta es siempre utilizada en todos los trabajos de construcción, principalmente para la mezcla de materiales como: cemento, pedrín y arena; y este paso mencionado es uno de los primeros que se siguen para comenzar una construcción.

\* La ilustración de las casas fue utilizada, para reforzar la idea de vivienda en los tres materiales. Por la forma en que aparecen, se buscó reflejar que éstas casas pertenecen a una comunidad; siendo las comunidades para las que trabajan los voluntarios de la fundación UTPG.

\* Las imágenes de los voluntarios fueron utilizadas para reflejar la idea que son los voluntarios de la fundación UTPG. Por otro lado, se refleja “avance”, mostrando que se dirigen a construir.

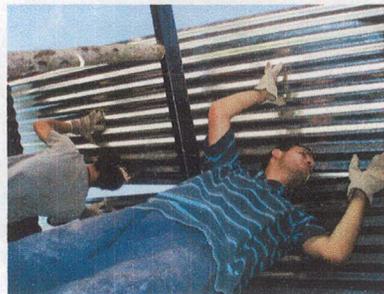
## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Fotografía

fotografía para el brochure



fotografías para la presentación multimedia



### Fotografía

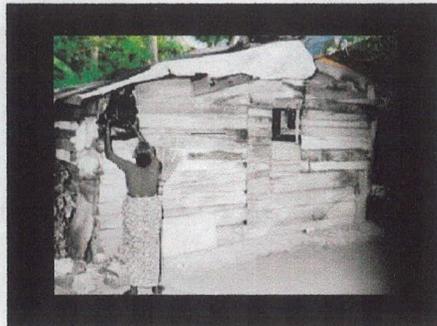
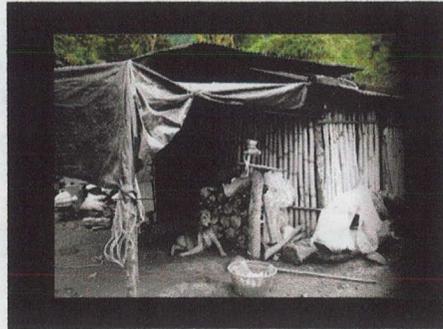
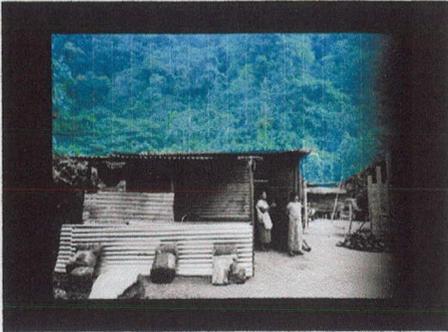
Las fotografías utilizadas en los materiales reflejan una realidad que se está viviendo; tanto en las que muestra a los voluntarios contribuyendo en las construcciones, como también en las fotografías que muestran las condiciones de algunas viviendas afectadas.

En el brochure se utilizó una fotografía en la cual se muestra un acercamiento a las caras de los voluntarios, de tal forma que se vean reflejadas expresiones que denotan alegría y satisfacción, lo cual aporta de forma significativa al mensaje que se transmite en la pieza.

En el caso de la presentación multimedia, fueron utilizadas fotografías en las que se muestra a los voluntarios construyendo las viviendas.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Fotografía



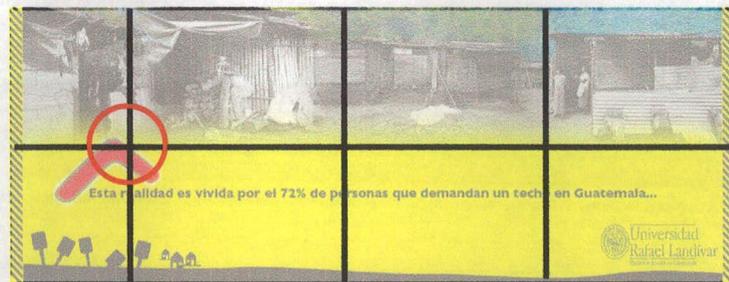
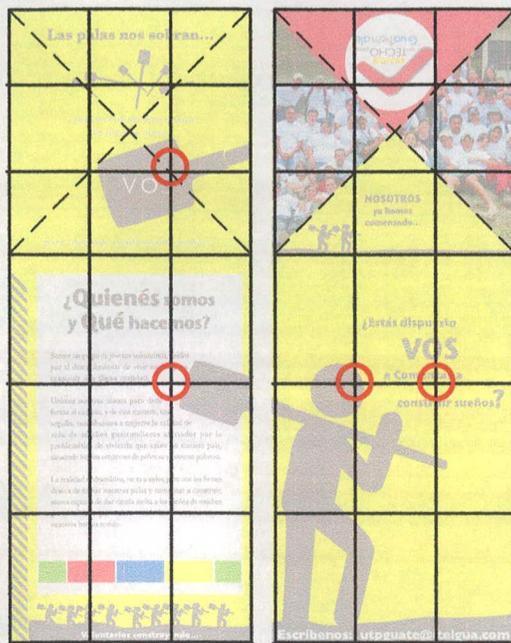
### Fotografía

En las fotografías utilizadas en la manta, se demuestran las condiciones en las que se encuentran las viviendas de algunas comunidades afectadas por la problemática, las cuales no son aptas para ser habitadas.

Se trabajaron las fotografías de tal forma que se lograran transmitir ideas más profundas respecto al tema. Se coloreó una porción de la fotografía mientras el resto permaneció en blanco y negro, pues esto permite atraer la atención del ojo. En este caso, el área en blanco y negro refleja la vivienda en condiciones precarias, enfatizando la condición en la que éstas se encuentran. El resto de la fotografía se mantuvo a color.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Ejes y retícula



### Ejes y retícula

En el brochure fue utilizado el sistema reticular de 3x3, debido a que en las intersecciones se generan puntos de interés, lo cual contribuyó al manejo de la jerarquía visual en el material.

En el caso de la manta, se realizó una retícula más simple, en la que de igual forma se buscó reflejar puntos de interés, que en este caso fue en las fotografías, las cuales en este material tuvieron mayor relevancia que los demás elementos y además, en el techo de la fundación.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Brochure



tiro



Escribenos: utpguate@telgua.com

retiro

**Formato desplegado**



tiro



Escribenos: utpguate@telgua.com

retiro

**Formato plegado**

El brochure fue trabajado en un tamaño media carta vertical, tiro y retiro y se trabajó un doblez en la parte superior del mismo, el cual al quedar plegado, forma el techo de una vivienda, reforzando de ésta manera la principal labor realizada por la fundación, que es la de construir viviendas a las personas necesitadas de las mismas. Además de lo anterior, se buscó apoyar el nombre de la fundación: “Un Techo para Guatemala”.

La forma no convencional del brochure permite llamar la atención de los jóvenes, y los elementos utilizados refuerzan lo mencionado.

El contraste de los colores impacta, principalmente por la intensidad del amarillo y la fuerza que se visualiza del color negro. Por otro lado, con la fotografía las expresiones de los los voluntarios que han participado reflejan positivismo, lo cual promueve e invita de cierta manera a los jóvenes a participar.

El mensaje del brochure se transmite de una forma que permita promover la participación de los jóvenes: En la parte frontal se resalta en una pala grande el mensaje de “faltan manos”, dando a entender que lo que necesita la fundación es que jóvenes como ellos se unan a la misma para seguir con labor que realizan. Por otro lado las ilustraciones de los voluntarios que aparecen, se perciben como que se disponen a construir, y esto lo refuerza el mensaje de “Voluntarios construyendo” de la parte inferior. En la parte posterior del brochure, se resalta la ilustración en grande de uno de los voluntarios, quien aparece como la persona que invita a los demás jóvenes a participar. En la parte inferior derecha del brochure se incluyó la ilustración simplificada de tres casas, reflejando la idea de viviendas y por la posición de las mismas, se muestran como viviendas pertenecientes a una comunidad.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Manta



La manta se trabajó en un tamaño de 2.825m x 1m. Pues ésta es la medida de los espacios para mantas establecidos por la Universidad Rafael Landívar.

La manta fue trabajada con la finalidad de mostrar a los jóvenes landivarianos, la realidad de vivienda existente en algunos sectores afectados de Guatemala, y esto se logra a través del uso de la fotografía, la cual se estableció como el principal elemento utilizado en la manta, abarcando el 50% del espacio total de la misma, y mostrando una serie de fotografías que muestran viviendas en condiciones precarias.

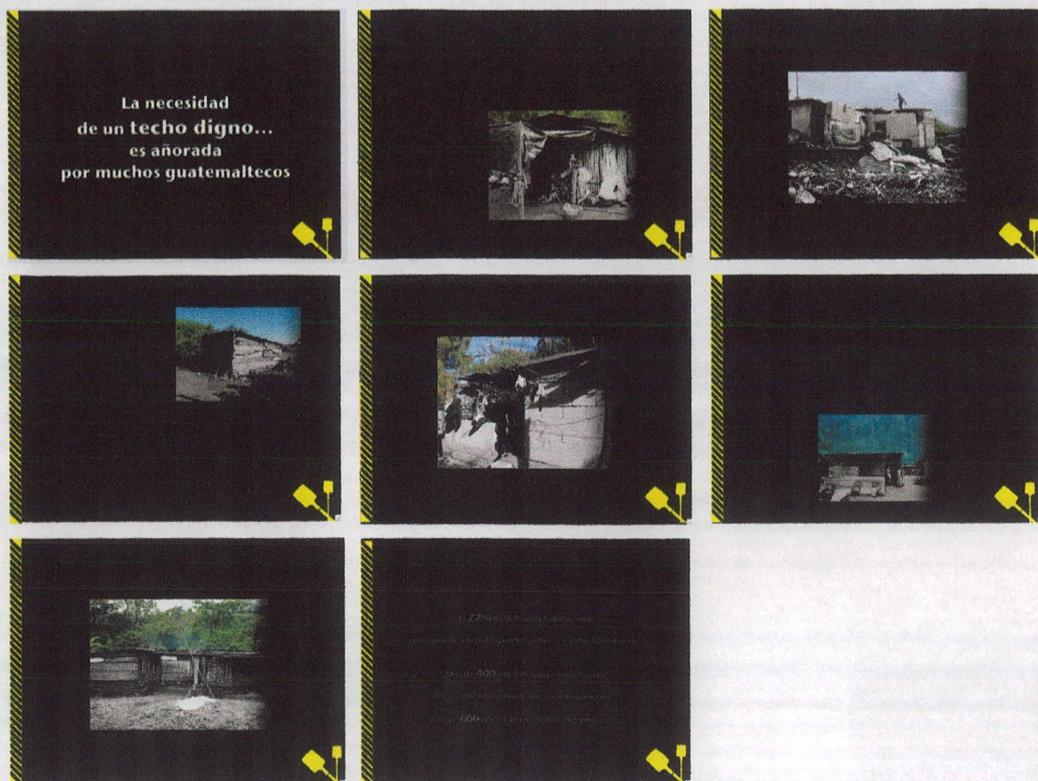
Por otro lado, para unificar las propuestas se incluyó el uso de la franja amarilla con negro en los dos lados de la manta, así como también el uso de algunas ilustraciones de palas, y junto a ellas, la ilustración de tres casas que refuerzan la idea de vivienda en las piezas.

Fue incluido el techo del logotipo de la fundación UTPG de forma insinuada, debido a que es una pieza de expectativa, pero aún así, se necesitaba mostrar de cierta forma algún vínculo directo con la imagen general que proyecta dicha fundación.

Se incluyó el logotipo de la URL, pues al utilizar estos espacios dentro de la universidad, es obligatorio incluirlo en la esquina inferior derecha.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Presentación multimedia



En general, esta pieza se realizó con el propósito de mostrar a los jóvenes la labor realizada por los voluntarios de la fundación Un Techo para Guatemala, y por qué razón se realiza ésta labor.

1. En la primera escena aparece un texto introductorio, seguido de una secuencia de imágenes en las cuales se muestran viviendas improvisadas, contruidas con escombros o con material de desecho, las cuales no son dignas para ser habitadas. A éstas imágenes las acompaña un audio que da la sensación de tristeza. Luego de la secuencia de fotos, aparecen datos estadísticos acerca de la demanda habitacional existente en Guatemala.

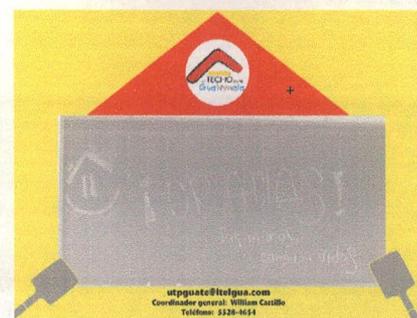
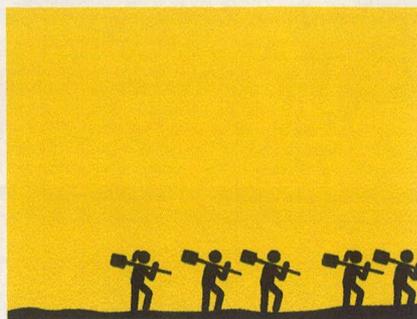
\* La razón por la que se incluyó lo anterior en la primera escena, fue con la finalidad de ubicar a los jóvenes en el contexto de la problemática de vivienda existente y la demanda habitacional en Guatemala.

Se incluyó la franja amarillo con negro, así como también las palas en la esquina; con la finalidad de unificar la presentación, con las otras piezas.

Se utilizó en este caso fondo negro, para apoyar la idea proyectada por medio de las fotografías.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Presentación multimedia



2. En la segunda escena se cambia la perspectiva, mostrando las ilustraciones que representan a los voluntarios, integrándose uno a uno y dirigiéndose hacia una dirección. Por otro lado, se incluyó un camino en el que transcurren los voluntarios.

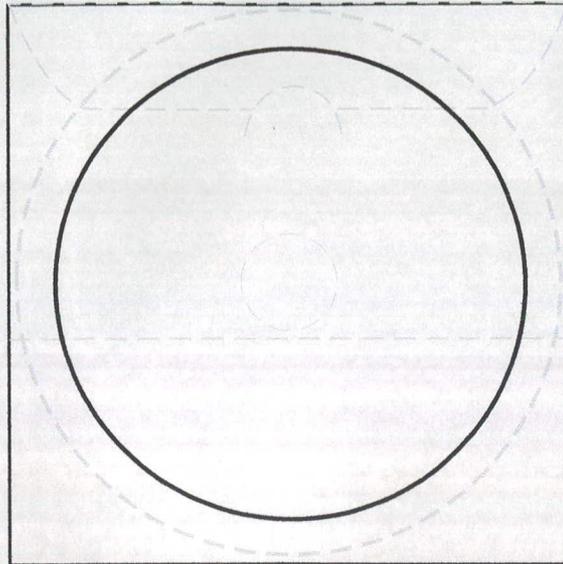
\*Esto fue realizado con la finalidad de demostrar que por la problemática expuesta en la escena anterior, las personas comienzan a actuar para contribuir a la causa planteada. El camino se incluyó para reforzar la idea de esfuerzo y disposición al trabajo.

3. En la tercera escena aparece la frase: "Aquí comienza el cambio" seguida por una serie de fotografías mostrando el trabajo realizado por los voluntarios actuales y luego aparecen los textos: "Quiénes somos" y "Qué hacemos". \*Esta parte se incluyó con la finalidad de reflejar que la labor comienza con el trabajo de los voluntarios de la fundación, por ésta razón se utilizaron las fotografías en ésta escena.

4. En la última escena aparece el video (proporcionado por la fundación) acompañado de unas frases que tienen la finalidad de invitar a los jóvenes a participar. Por último aparecen los datos y se forma el techo rojo encima de un pizarrón con un mensaje dirigido a los voluntarios. Esto se utilizó para cerrar la presentación con un elemento que caracteriza a la fundación: "el techo".

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Empaque cd de presentación multimedia



Tiro



Retiro

Se optó por el uso de ésta opción en la cual el diseño sería aplicado únicamente a la etiqueta para pegar en la parte trasera de los sobres para los cds.

Ésto se realizó con la finalidad de disminuir el costo que representaría un diseño con troquel, para una pequeña cantidad de copias.

El diseño de la etiqueta para el sobre del cd, se unifica con los otros materiales en el uso de la ilustración de la pala, y en el uso del color.

Se buscó llamar la atención de los jóvenes, utilizando la expresión "pst" para promover su curiosidad, invitándolos a ver el contenido del cd.

## 12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

### Portada para CD



Portada para CD

El diseño de la carátula para el CD fue unificado con el diseño de la etiqueta. En ésta fue incluido el logotipo de la fundación en la parte superior del cd, y en la parte inferior se incluyó la pala con la frase “nos faltan manos”. Esto fue utilizado como punto focal para dirigir la atención de los jóvenes hacia el mensaje.

Se elaboró un diseño que se caracteriza por la simpleza en que es presentado, y esto provoca que llame la atención, más que un diseño saturado.

## 13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

### 13.1 Especificaciones técnicas para el desarrollo de las piezas

#### Brochure:

- Cantidad de piezas impresas: 1000 brochures
- Modo de color: full color
- Tamaño: ½ carta vertical (4.25" x 11")
- No. De dobleces: 3
- Caras impresas: tiro y retiro
- Tipo de papel: couché de 80 gramos

#### Manta:

- Cantidad de piezas impresas: 2
- Modo de color: full color
- Tamaño: 2.825m x 1m
- Material de impresión: Manta vinílica
- Cantidad de ojetes: 6 (3 en la parte superior y 3 en la parte inferior)
- Tipo de impresión: digital (plotter)
- Modo de impresión: CMYK

### Presentación multimedia:

- Presentación lineal
- Tamaño: 640 x 480 pixeles
- Cantidad de presentaciones a reproducir: 500
- Duración de la presentación: 6 minutos
- Arte final en cd:
- Formatos: \*.swf, \*.exe, \*.html

### CD's con carátulas impresas

- Cantidad de piezas: 500
- Modo de color: full color
- Tamaño de arte para carátula de cd: 4.3"
- Tipo de papel: Papel de sticker

### 13.2 Informe técnico

El CD de los artes finales de la fundación UTPG, contendrá 4 archivos con su nombre indicado, 3 para cada una de las piezas y 1 para el arte de la carátula del cd.

El arte del brochure está desarrollado en freehand MX. Este fue trabajado con excesos de color y sus medidas están en pulgadas. En otro archivo dentro de la carpeta del brochure se incluye la fotografía utilizada en tiff , a 300 de resolución y en modo CMYK. Al ser convertido en objeto el texto del documento, no se incluyeron las tipografías utilizadas.

El arte de la manta se entregará como un jpg trabajado en CMYK a 150 de resolución.

La presentación multimedia se entregará en un archivo que contendrá los siguientes formantos: \*.swf, \*.exe, \*.html. así como también se incluirá la carpeta del video correspondiente. También será entregado en otro archivo al arte para la carátula del cd. Este será elaborado en freehand MX y exportado como freehand 9.

### 13.3 Presupuestos de diseño y de impresión

#### Presupuesto de diseño:

-Diseño Brochure	Q.1,200.00
-Diseño de Manta	Q.500.00
-Diseño de presentación multimedia	Q.2,500.00
-Diseño de carátula para CD	<u>Q.250.00</u>
<b>TOTAL</b>	<b>Q.4,450.00</b>

#### Presupuesto de impresión:

-Impresión de 1000 brochures tamaño media carta vertical	Q. 2,280.00
-Impresión de 2 mantas	Q. 360.00
-500 CDS duplicados e impresos a full color sobre la superficie del CD en calidad Inkjet, con estuche de CD Delgado y Termo sellado	<u>Q. 4,855.00</u>
<b>TOTAL</b>	<b>Q.7,495.00</b>

*(Ver cotizaciones de materiales en Anexo No. 6)*

#### 13.4 Sistema de impresión o reproducción

- Brochure: Litografía
- Manta: Impresión digital en plotter
- Presentación multimedia: Quemadora de cd's
- Carátula de CD: Impresora especial para impresión en cd's

## 14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

1. Se diseñó un brochure informativo dirigido a los jóvenes landivarianos de 18-25 años de edad, en el cual se refleja la idea de vivienda y construcción y a su vez llama la atención de los jóvenes por el uso del color y la fotografía de los voluntarios actuales; facilitando promover su participación.
2. Se elaboró una manta con carácter informativo, mediante la cual se muestra a los jóvenes landivarianos la realidad de vivienda existente en algunas comunidades afectadas en el país, por medio del uso de fotografías de viviendas en condiciones precarias.
3. Se diseñó una presentación multimedia, en la cual se presenta de forma gráfica, la razón por la que la fundación UTPG actualmente está trabajando, la cual se debe a la problemática de vivienda existente en muchas comunidades del país. Por otro lado, se presenta el trabajo realizado por los voluntarios.

## Recomendaciones

1. Para el diseño de materiales informativos dirigidos a jóvenes, se recomienda elegir una paleta de colores intensos y contrastantes, con la finalidad de promover su interés hacia lo que se les está mostrando.
2. Para el diseño de materiales informativos a gran escala, se recomienda utilizar textos cortos, con la finalidad que estos sean leídos con facilidad por el grupo objetivo. Así también se recomienda el uso de imágenes acordes a la información que se desea proyectar, para situar al grupo objetivo en el contexto que se muestra.
3. En la realización de presentaciones multimedia dirigidas a jóvenes, se recomienda incluir imágenes por medio de las cuales ellos se puedan identificar.

## 15. BIBLIOGRAFÍA

### Libros y tesis

- Alburez E. (2004). Promoción Internacional de Productos y servicios (1ª. Edición) México, ISEF.
- Asamblea Nacional Constituyente (1985). Constitución Política de la República. Guatemala.
- Gallo A. (1987). Estudio preliminar sobre la juventud guatemalteca. (1ª. Edición) Guatemala.
- Izaguirre L. (2003). Vocabulario de Términos Publicitarios (1ª. Edición) España.
- Luna L. (2006). Estrategia de medios para Transmitir un Mensaje que promueva Responsabilidad Social en Jóvenes. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Salazar J. (s.f.). GUATEMALA un país de esperanza, Una estrategia para enfrentar los grandes desafíos del Siglo XXI. Guatemala.
- Unell B. Y Wyckoff J. (1997). 20 Valores que usted puede transmitirle a sus hijos. Grupo editorial Norma. Colombia.

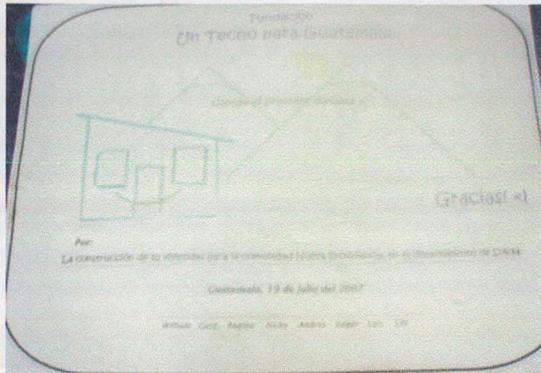
## En la línea

- Almería (2005). ¿Qué es ser voluntario?. Disponible en red: <http://www.almeria2005.es/HTML/ESP/Voluntarios/VSer.htm> (Fecha de consulta: agosto de 2007)
- Brochure Design Team. (2006). ¿Qué es el brochure? Disponible en red: <http://www.brochuredesignteam.com/Que-Es-El-Brochure.aspx> (Fecha de consulta: septiembre de 2007)
- D'Almeida D. (2004). Contenido de Tesis. Publicidad testimonial, hacia una nueva clasificación. Universidad de Belgrano. Disponible en red: [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/109\\_dalmedia.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/109_dalmedia.pdf) (Fecha de consulta: febrero de 2008)
- Gutiérrez B. (2004). La vivienda en Guatemala. Disponible en red: <http://www.derechos.org/nizkor/guatemala/doc/vivgtm.html> (Fecha de consulta: septiembre de 2007)
- Instituto de Artes Visuales (2003). Fotografía. Disponible en red: <http://www.newsartesvisuales.com/editor/edit018.htm> (Fecha de consulta: septiembre de 2007)
- Intituto de Artes Visuales (s.f.). Publicidad Exterior. Disponible en red: <http://www.newsartesvisuales.com/editor/edit025.htm> (Fecha de consulta: septiembre de 2007)
- La web del voluntario. (s.f.). Voluntariado y Responsabilidad Social. Disponible en red: <http://www.voluntariado.net/castellano/scripts/plantilla.asp?Pag=1>
- Martínez J. (1998). Publicidad para causas sociales: argumentos racionales vs. Argumentos emocionales. Disponible en red: <http://www.conferenciaepiscopal.es/mcs/prensa/boletin/195/comunicacion.htm> (Fecha de consulta: septiembre de 2007)
- Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. (2001). Voluntariado. Disponible en red: [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=voluntariado](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=voluntariado) (Fecha de consulta: agosto de 2007)
- Tech-Faq (2007). Multimedia. Disponible en red: <http://www.tech-faq.com/lang/es/multimedia.shtml> (Fecha de consulta: agosto de 2007)



# ANEXO NO. 1

## Referencias existentes de diseño Fundación UTPG



Diseño de diploma utilizado para entregar a los voluntarios participantes en cada proyecto.

El diseño de este material es sencillo, en el que la ilustración que se muestra fue elaborada con líneas básicas. No existe calidad de

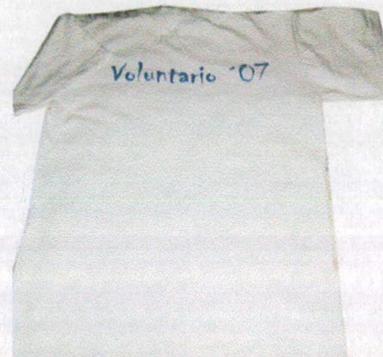
línea ya que se usa el mismo grosor en toda la ilustración. No existe movimiento el cual integre el dinamismo tratándose de un material hecho para jóvenes. El espacio en blanco equilibra con la ilustración y el texto, el uso de el color es pobre y la tipografía infantil. El tamaño del formato es adecuado, aunque no sale de lo convencional.



Al fondo de la fotografía se puede ver una manta colgada con el logotipo actual de la fundación. No hay nada de diseño en la manta, pero se utiliza como elemento distintivo de la fundación en

todas las construcciones que realizan. En este caso, fue utilizado como elemento decorativo en la entrega de las llaves de las casas construidas.

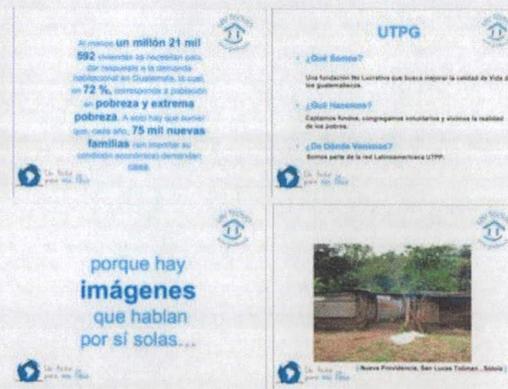
El aspecto positivo de la elaboración de esta manta, es que fue hecha a mano por los voluntarios, lo que le da un toque personalizado a la misma.



Esta playera, es la que se ha estado utilizando por los voluntarios en la construcción de las obras, así como también, para usarlas en actividades organizadas por ellos con la finalidad de apoyar y conseguir apoyo para la fundación.

No existe ningún tipo de diseño relacionado con la fundación, más que las palabras: Voluntario '07 en color azul.

La tipografía se utilizó únicamente como elemento distintivo de los voluntarios, el color azul fue utilizado para representar el color del logotipo de la fundación.



Estas imágenes fueron tomadas de la presentación de Power Point que utilizan para repartir a las personas para su colaboración (voluntarios y recaudar fondos).

La plantilla esta formada solamente del logotipo de la cadena "Un Techo para mi país" y el de la fundación "Un Techo para Guatemala" (cuando aún eran parte de la misma cadena).

La tipografía se utiliza como un elemento para llamar la atención de las personas por su tamaño cuando se usan para resaltar datos, en el caso de la primera y tercera imagen, pero en la segunda imagen, el texto se desliga ya que no se jerarquiza, y además no se mantienen los dos tonos de celeste que se usan en las otras. Por otro lado, la imagen se utiliza grande, para mostrar con más detalle el problema de vivienda.

A parte de la presentación en Power Point que utiliza la fundación, no cuentan con otro material promocional de ningún tipo, lo que los limita para darse a conocer ante los jóvenes de Guatemala, así como también para sus patrocinadores.

### *Análisis de la competencia*

#### **Competencia Directa**

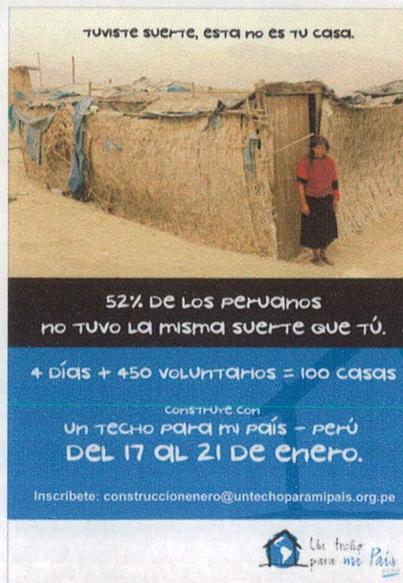
#### ***Un Techo para mi País***

La fundación Un Techo para mi País, se plantea en este caso como competencia directa porque de esta fundación es de donde parte Un Techo para Guatemala, con la misma filosofía, los mismos proyectos y las mismas metas. Esta fundación es internacional y se desligó por completo de Guatemala, por razones personales.

“Somos una gran institución de jóvenes voluntarios que notamos esta realidad y que no queremos, por ningún motivo, quedar ajenos a ella. Tenemos la convicción de que un mundo más justo es posible y lejos de quedarnos en pensamientos y conversaciones, estamos dispuestos a hacer lo que sea necesario para cambiarle la cara a América Latina”

Nuestra institución está únicamente compuesta por las siguientes organizaciones: un techo para mi país, un techo para chile, un techo para mi país peru, un techo para mi país colombia, un techo para mi país brasil, un techo para mi país a.c. (mexico), un techo para uruguay, un techo para argentina, filial de un techo para mi país en costa rica, voluntarios construyendo el salvador.

#### **Análisis de Diseño existente**



Cartel elaborado para Un Techo para mi País Perú. En este se muestra un diseño sobrio con el uso de fotografía con tonalidades sepias y un poco de color, en el que se utilizaron representando tristeza y desolación, y se le da énfasis a la imagen de la señora en la fotografía buscando un punto focal el que se logra por el color de su ropa y en la posición en que ella está ubicada. Los colores utilizados en el resto del diseño son los del logotipo para no perder la unidad, aunque para ser un diseño dirigido a jóvenes, llega a ser muy serio y “cuadrado” ya que no hay movimiento en ningún elemento, excepto en la tipografía. El diseño es rectangular, y se utilizan ejes horizontales.

Este diseño de cartel para Uruguay, se muestra más dinámico por la posición de los cuadros de texto y del logotipo, pero cae en una imagen desordenada en el que la vista se puede perder por todo el texto, sin llegar a comprender el mensaje deseado la primera vez. Una de las reglas de diagramación y uso de retículas expresa que no es recomendable el uso de ejes inclinados mezclados con horizontales, a menos que todo el texto sea inclinado. En este caso, el logo, las palabras en amarillo y el texto debajo de “100 casas” están inclinadas, (no tienen la misma

Este diseño de cartel para Uruguay, se muestra más dinámico por la posición de los cuadros de texto y del logotipo, pero cae en una imagen desordenada en el que la vista se puede perder por todo el texto, sin llegar a comprender el mensaje deseado la primera vez. Una de las reglas de diagramación y uso de retículas expresa que no es recomendable el uso de ejes inclinados mezclados con horizontales, a menos que todo el texto sea inclinado. En este caso, el logo, las palabras en amarillo y el texto debajo de “100 casas” están inclinadas, (no tienen la misma



inclinación) y el resto no. Por otro lado, no existe jerarquía visual, ya que todo llama la atención al mismo tiempo. En cuanto al color se utilizan contrastes entre el amarillo y el azul, lo que hace que resalten más las palabras amarillas que el resto.



El diseño de este cartel es totalmente distinto a los diseños anteriores. En este se muestra un diseño más delicado, por el uso de la foto difuminada.

La imagen tiene el mismo peso visual que el logotipo, por lo que no hay jerarquía visual. La fotografía es utilizado como el único elemento de diseño en el cartel, aunque no de forma adecuada, ya que la posición de las personas al estar una de espaldas y la otra viendo para atrás, no reflejan ningún

sentimiento positivo, ni de solidarismo ya que además no se muestra ningún trabajo que se está construyendo. La fotografía no facilita la motivación de los jóvenes ya que en esta no se enfatiza nada.

### **FOGUAVI**

En su calidad de institución financiera de segundo piso, busca otorgar subsidio directo y facilitar el acceso al crédito a las familias en situación de pobreza y extrema pobreza que carecen de una solución habitacional adecuada, a través de las entidades intermediarias.

### **Análisis de diseño existente**

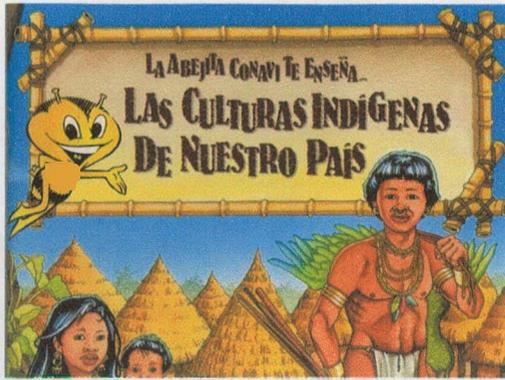


En este cintillo se muestra una imagen más enfocada a la cultura guatemalteca por el uso de colores, paisajes y texturas, y estos elementos permiten relacionarlo inmediatamente con el país. La tipografía se utiliza en este diseño para promocionar a FOGUAVI. No se percibe jerarquía visual, ya que el peso de la fotografía, compite con la textura y colores de la parte de abajo del cintillo.

### **CONAVI**

Comisión fue constituida como un órgano consultivo del ente rector de la vivienda, con la participación de los sectores de la sociedad civil y tiene, entre otras, las siguientes funciones:

- a) Realizar propuestas para la implementación de la Política Nacional de Vivienda y Asentamientos Humanos y sus necesarios ajustes conforme la realidad social y económica.
- b) Proponiendo acciones legislativas y ejecutivas que aseguren sostenibilidad.
- c) Proponer contenidos para estudios tendientes a desarrollar alternativas a las fuentes de financiamiento públicas y privadas, nacionales e internacionales, que incrementen la inversión en vivienda.
- d) Proponer y desarrollar acciones de coordinación entre los distintos actores de vivienda y los asentamientos humanos con los organismos públicos y privados competentes.
- e) Proponer programas de asistencia técnica e integración, para mejorar las acciones de planeamiento de asentamientos humanos.



En este diseño se muestra una imagen más juvenil/infantil por el uso del personaje y por las ilustraciones que se muestran. Los colores son atractivos porque predominan los cálidos y eso atrae la mirada. La tipografía

se muestra un poco desordenada, sin embargo, no se ve mal. Los colores de la abeja son amarillo y negro, al igual que otras referencias que se mostrarán a continuación, en las que estos colores son utilizados relacionándolos con la construcción y señalización.

### **HODE**

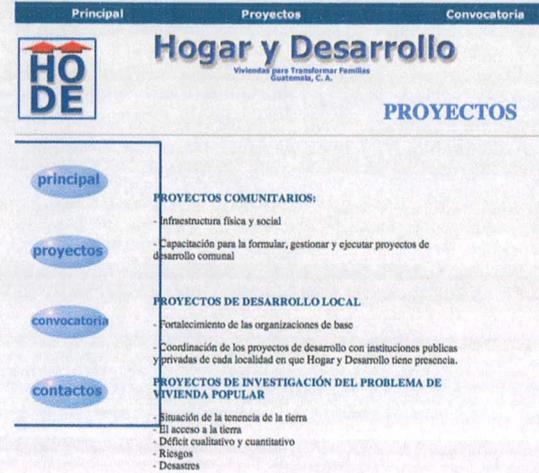
Es una institución guatemalteca no lucrativa cuya misión es contribuir a resolver la problemática de la población en condiciones de pobreza y extrema pobreza para mejorar su calidad de vida a través de vivienda para el desarrollo.

\* “El objetivo es que las personas en extrema pobreza vivan en un lugar digno donde puedan desarrollar valores familiares.

\* Población Meta: Familias carentes de vivienda en condiciones de pobreza y extrema pobreza.

\* Áreas en las que se desenvuelve: Construcción de vivienda-Organización, capacitación y participación.

\* Municipios en los que trabaja: Santa María Ixhuatán



Esta imagen extraída de la página web de HODE, es la única referencia de diseño que se consiguió.

En cuanto a diseño, no está enfocado a ningún grupo objetivo en específico. Es un diseño básico de página web en el que sus elementos gráficos no llaman la

atención. (formas, colores, diagramación, tipografía, etc.) La tipografía es utilizada únicamente para informar acerca de esta institución, no hay uso de imágenes que representen el trabajo realizado por la misma.

Como se observa, el texto se sobrepone ante el recuadro de los botones y se muestra fuera de lugar sin ningún alineamiento hacia ningún lado.

## ANEXO NO. 2

Edad: \_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_ Trabajas: SI NO Zona en la que vives: \_\_\_\_

Instrucciones: A continuación se te presenta una serie de preguntas las cuales deberás responder subrayando la opción con la que mejor te identifiques.

1. ¿Qué lugares frecuentas normalmente para ir de compras?

- a. Paiz / Híper Paiz                      b. Chubco/Price Mart                      c. Despensas                      d. Mercado

2. ¿Qué tipo de lugares frecuentas usualmente en tus tiempos libres?

- a. Cine                      b. Pasos y pedales                      c. Teatro                      d. Bares                      e. Cafés f. discotecas                      g. Restaurantes                      h. Centros comerciales                      i. Otros

3. Realizas algún tipo de actividad física

SI ¿Cuál? \_\_\_\_\_ NO

4. Escribe tu pasatiempo favorito \_\_\_\_\_

5. Por cuál de los siguientes periódicos tienes preferencia:

- a. prensa Libre                      b. Siglo XXI                      c. El Periódico                      d. Nuestro Diario                      e. Al día f. La Hora                      g. Otro \_\_\_\_\_

6. ¿Qué tipo de revista lees?

- a. No leo revistas b. Deporte                      c. Moda d. Actualidad                      e. Culturales f. Negocios                      g. Otra: \_\_\_\_\_

7. ¿Con qué tipo de material te sientes más identificado para presentarte información de tu interés?

- a. Folletos/brochures                      b. Revistas universitarias                      c. Internet (especifica) \_\_\_\_\_                      d. Otro: \_\_\_\_\_

8. ¿Con qué frecuencia utilizas el Internet?

- a. siempre                      b. Casi siempre                      c. Rara vez                      d. Nunca

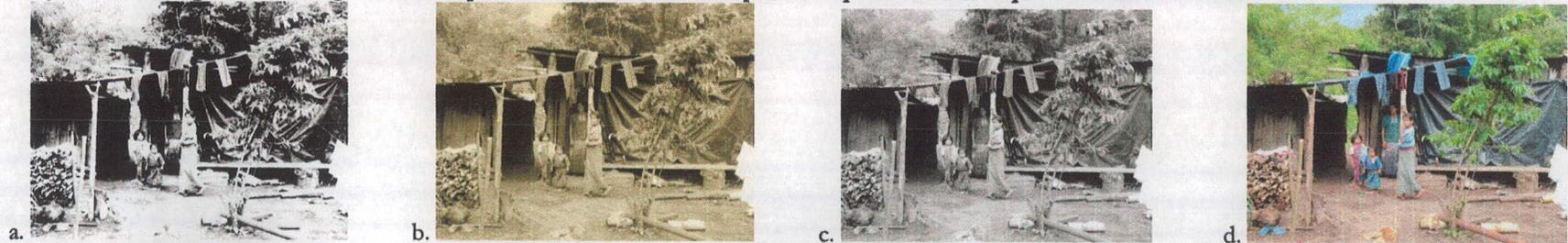
9. Usualmente utilizas el Internet para...

- a. Comunicación                      b. Buscar información                      c. Negocios                      d. Aprendizaje                      e. Entretenimiento

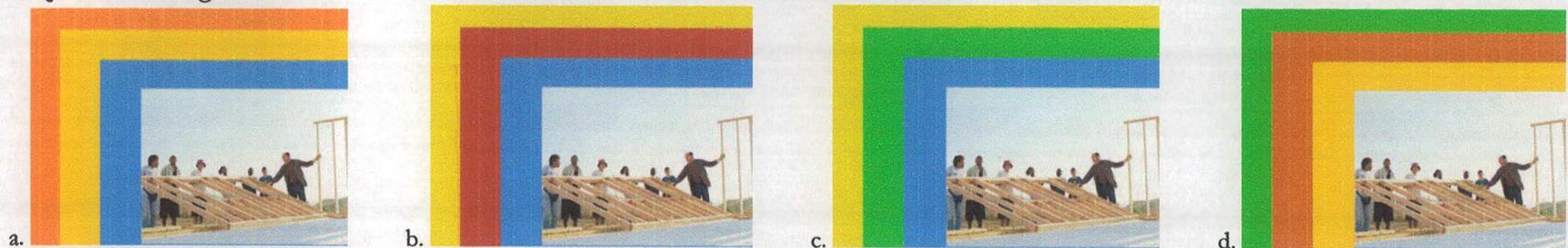
10. A continuación se te presentan 5 formas distintas de presentarte información en un medio escrito, subraya con la que te sientas más cómodo (sin tomar en cuenta la información contenida en ellas)



11. ¿cuál de las siguientes fotografías se te presenta de una forma impactante por la realidad que se está mostrando?



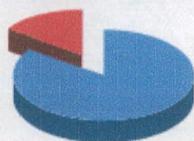
12. ¿Cuál de las siguientes combinaciones de colores llaman más tu atención?



13. Para finalizar... responde con sinceridad: ¿De qué forma demuestras ser un ciudadano solidario? \_\_\_\_\_

PREGUNTA 1

A	11
B	2
C	0
D	0



- A
- B
- C
- D

PREGUNTA 2

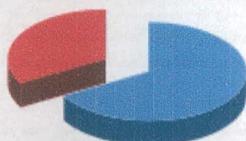
A	5
B	0
C	2
D	1
E	6
F	2
G	8
H	8



- A
- B
- C
- D
- E
- F
- G
- H

PREGUNTA 3

SI	8
NO	4



- SI
- NO

PREGUNTA 4

MUSICA	7
DEPORTES	4
TV	7
COMPUTADORA	2
PINTURA	7
PASEOS	4
OTROS	7



- MUSICA
- DEPORTES
- TV
- COMPUTADORA
- PINTURA
- PASEOS
- OTROS

PREGUNTA 5

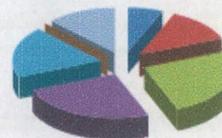
A	11
B	7
C	2
D	0
E	0
F	0
G	0



- A
- B
- C
- D
- E
- F
- G

PREGUNTA 6

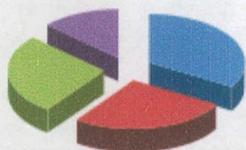
A	7
B	2
C	4
D	4
E	3
F	0
G	2



- A
- B
- C
- D
- E
- F
- G

PREGUNTA 7

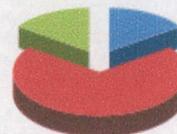
A	5
B	4
C	4
D	2



- A
- B
- C
- D

PREGUNTA 10

A	2
B	9
C	2
D	0
E	0



- A
- B
- C
- D
- E

PREGUNTA 8

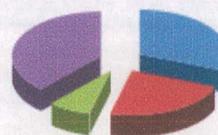
A	12
B	1
C	0
D	0



- A
- B
- C
- D

PREGUNTA 11

A	4
B	3
C	1
D	5



- A
- B
- C
- D

PREGUNTA 9

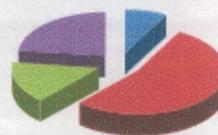
A	8
B	10
C	3
D	2
E	2



- A
- B
- C
- D
- E

PREGUNTA 12

A	1
B	7
C	2
D	3



- A
- B
- C
- D

## ANEXO NO. 3

Edad: \_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_ Trabajas: SI NO Zona  
en que vives: \_\_\_\_

El siguiente cuestionario fue elaborado con la finalidad de conocer más al grupo objetivo en la elaboración del proyecto para la fundación Un Techo para Guatemala (UTPG).

**Instrucciones:** A continuación se te presenta una serie de preguntas las cuales deberás responder subrayando la opción con la que mejor te identifiques.

### CONDICIONES DE VIDA EN EL HOGAR

1. ¿Quién es el encargado del mayor aporte económico en tu hogar?

- a. Papá
- b. Mamá
- c. Otro: \_\_\_\_\_

2. ¿Cuántas personas viven en tu hogar?

- a. 3 a 5 personas
- b. 6 a 8 personas
- c. 9 o más personas

3. En tu hogar tienes acceso a: (Subraya)

Teléfono Televisión Señal vía cable Señal satelital DVD  
Computadora Internet Transporte propio servicio doméstico

4. ¿Posees vehículo(s) en el hogar?

Si No Cuántos: \_\_\_\_\_

### CONOCIMIENTO DEL TEMA

5. ¿Tienes conocimientos acerca del problema de vivienda existente en Guatemala a raíz de la tormenta Stan?

SI NO

6. ¿Qué conocimientos tienes acerca del tema?

7. ¿Has colaborado con alguna institución o fundación con enfoque social en Guatemala?

Si No ¿En qué tipo de institución o fundación?

8. Si la respuesta anterior fue positiva, ¿Qué te movió a participar en la fundación? Y ¿de qué forma colaboraste?

1. ¿Quién es el encargado del mayor aporte económico en tu hogar?

a.	Papa	5
b.	Mama	2
c.	Otros	0



2. ¿Cuántas personas viven en tu hogar?

a.	3 a 5 personas	5
b.	6 a 8 personas	1
c.	9 o mas personas	1



3. En tu hogar tienes acceso a :

Telefono	7
Television	7
Señal Via Cable	6
Señal Satelital	2
DVD	7
Computadora	7
Internet	7
Transporte propio	7
Servicio Domestico	4



4. ¿Posees vehiculos en el hogar?

a.	si	7
b.	no	0



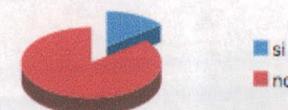
5. ¿Tiene conocimiento del problema de vivienda en Guatemala a raíz de la tormenta Stan?

a.	si	4
b.	no	3



7. ¿Has colaborado con alguna institucion o fundacion con enfoque social en Guatemala?

a.	si	1
b.	no	6



## ANEXO NO. 4

### Elaboración de lluvia de ideas

Se realizó una lista de palabras relacionadas al tema del proyecto, para así encaminar las ideas para llegar al concepto.

Jóvenes	Generosidad	Actividad	Amigos
Movimiento	<i>*Techo</i>	Ayuda	Impacto
Involucrados	Meta	Apoyo	Modernos
Claridad	Seguridad	Compromiso	
Social	Manos	Interés	Solidarios
Vivienda	Amor	Ciudadanos	
Felicidad	<i>*Realidad</i>	Progreso	
Satisfacción	Juntos	Compartir	Carisma
Crecimiento	<i>*Sueños</i>	Ojos abiertos	
Motivación	Listos	Esfuerzo	
Diversión	Alegría	Casas	Hogares
Familias	Necesidad	Bueno	
Colaboración	Equipo	Experiencia	
Pobreza	Extrema	Pobreza	Convivir
Pesadilla	Visión	Firmeza	Subir
<i>*Construir</i>	Convicción	Entrelazados	<i>*Dignidad</i>
Guatemala	Contribuir	Avance	Fuerza
Atención	Empatía	Caminando	Subiendo
Esperanza	Vivir	Ilusión	
Indiferencia	Retroceso	Suelo	
Cimientos	Imaginación	<i>*posibilidad</i>	
Compartir	Orgullo	Justicia	
Escombros	Injusticia	Derechos	Avance

## ANEXO NO. 5

### INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN (Diseñadores Gráficos)

Nombre: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Fundación un techo para Guatemala (UTPG): Es una fundación no lucrativa, que trabaja en pro de la vivienda en el país; su lema principal es: “Captamos fondos, congregamos voluntarios y vivimos la realidad de los pobres”.

¡Buen día!, con la finalidad de validar cada una de las piezas de diseño trabajadas, se le presenta una serie de preguntas las cuales se le agradece contestar en base a su criterio de diseñador gráfico. Las piezas de diseño fueron dirigidas a jóvenes de 18 a 25 años, estudiantes de la Universidad Rafael Landívar.

El concepto trabajado en el proyecto fue: “Un techo digno es una realidad posible de construir”. Las piezas trabajadas son las siguientes:

- Gigantografía para colocar en la Universidad Rafael Landívar, mostrando la realidad de personas que demandan vivienda en Guatemala.
- Brochure: Con explicación breve de quienes son los jóvenes de Un Techo para Guatemala y qué hacen en la fundación.
- Presentación multimedia: para introducir a los jóvenes a la problemática de vivienda existente en el país, así como también para mostrar la labor realizada por la fundación.

#### 1. MANTA

1. El formato utilizado le parece:
  - a. Adecuado para atraer la atención de los jóvenes
  - b. Inadecuado para atraer la atención de los jóvenes
  - c. Es indiferente
2. El color negro utilizado en el material da la sensación de:
  - a. Formalidad

- b. Dramatismo
- c. Sobriedad

Observaciones: \_\_\_\_\_

3. La forma en que se trabajaron las imágenes en el material le parece:
  - a. Apropiada a la idea de dramatismo
  - b. Inapropiadas a la idea de dramatismo
  - c. Es indiferente

Observaciones: \_\_\_\_\_

4. La tipografía utilizada en el material se caracteriza a su parecer por:
  - a. Su peso visual que impacta
  - b. Su pequeñez que llama la atención y lleva a leerla
  - c. La indiferencia con la que se muestra en el material

Observaciones: \_\_\_\_\_

5. La diagramación del material en general le parece:
  - a. Adecuada a lo que se está transmitiendo
  - b. Inadecuada para lo que se está transmitiendo
  - c. Podría cambiar ¿De qué manera? \_\_\_\_\_

6. Los elementos de apoyo que se muestran en el material:
  - a. Apoyan visualmente el mensaje del material
  - b. Sólo adornan
  - c. Es indiferente

#### 2. BROCHURE

1. A su parecer el formato utilizado
  - a. Proyecta la idea de vivienda
  - b. No proyecta la idea de vivienda
  - c. Podría variar ¿De qué forma? \_\_\_\_\_

2. Los colores en el brochure los relaciona con

- a. Material para niños
- b. Material para jóvenes
- c. Material para adultos

3. Los elementos de apoyo utilizados, los relaciona con:

- a. Construcción
- b. Trabajo
- c. juego

4. A su parecer la tipografía en el material cumple con la función de

- a. Solo informar
- b. Enfatizar contenidos
- c. Adornar y causa estorbo

Observaciones: \_\_\_\_\_

5. La diagramación en el material le parece

- a. Ordenada y equilibrada
- b. Desequilibrada
- c. Dinámica

6. El doblado en el brochure

- a. Se presenta funcional
- b. No se presenta funcional
- c. Es muy complicado

## PRESENTACIÓN MULTIMEDIA

1. Los elementos de apoyo en el material los relaciona con

- a. Voluntarios en acción
- b. Albañiles hacia una construcción
- c. Personas comunes y corrientes caminando

Observaciones: \_\_\_\_\_

2. La forma en que se presentan las fotografías es

- a. Agradable a la vista
- b. Desagradable a la vista
- c. Debería de variar

Observaciones: \_\_\_\_\_

3. Los efectos agregados a las fotografías son

- a. Entretenidos
- b. Aburridos
- c. Apropriados a lo que se está mostrando
- d. Inapropiados a lo que se está mostrando

4. La diagramación en general de la presentación da la sensación de

- a. Equilibrio
- b. Desequilibrio
- c. Es indiferente

5. Los elementos en la presentación:

- a. Apoyan el mensaje a transmitirse
- b. Adornan el contenido y no lo apoyan
- c. Apoyan poco el contenido de la presentación

Según su criterio, la presentación cumple con la función de

\_\_\_\_\_

6. ¿Considera funcional el empaque del CD de la presentación?

SI NO ¿Por qué? \_\_\_\_\_

Observaciones y/o sugerencias generales de los materiales propuestos

---

---

---

---

---

---

---

---

*¡¡Muchas gracias por su colaboración!!*

## INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN (Grupo objetivo)

Nombre: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Fundación un techo para Guatemala (UTPG): Es una fundación no lucrativa, que trabaja en pro de la vivienda en el país; su lema principal es: “Captamos fondos, congregamos voluntarios y vivimos la realidad de los pobres”.

¡Buen día!, con la finalidad de validar cada una de las piezas de diseño trabajadas, se le presenta una serie de preguntas las cuales se le agradece contestar en base a su opinión como estudiante de la Universidad Rafael Landívar. Las piezas de diseño fueron dirigidas a jóvenes de 18 a 25 años, estudiantes de la URL.

El concepto trabajado en el proyecto fue: “Un techo digno es una realidad posible de construir”.

Las piezas trabajadas son las siguientes:

- Gigantografía para colocar en la Universidad Rafael Landívar, mostrando la realidad de personas que demandan vivienda en Guatemala.
- Brochure: Con explicación breve de quienes son los jóvenes de Un Techo para Guatemala y qué hacen.
- Presentación multimedia: para introducir a los jóvenes a la problemática de vivienda existente en el país, así como también para mostrar la labor realizada por la fundación.

### BROCHURE (Subraya y contesta)

1. La forma del brochure te parece:
  - a. Interesante
  - b. Aburrida
  - c. Convencional
2. En general, el brochure lo relacionas con:
  - a. Gente construyendo
  - b. En busca de gente para construir
  - c. Una invitación común y corriente
3. Los colores en el brochure te provocan
  - a. Impacto
  - b. Alegría
  - c. Aburrimiento

4. El uso del texto y la forma en que este se te presenta:
  - a. Llama tu atención y te provoca leerlo
  - b. No provoca leerlo
  - c. Te parece normal
5. La forma en que se te presenta el contenido te parece
  - a. Ordenada
  - b. Desordenada
  - c. Estática
  - d. Dinámica
6. En la parte frontal del brochure ¿que es lo primero que llama tu atención? \_\_\_\_\_
7. En la parte trasera del brochure que es lo primero que llama tu atención? \_\_\_\_\_
8. Los elementos gráficos utilizados (figura de persona con pala al hombro, palas, franja amarillo con negro) los relacionas con: \_\_\_\_\_
9. ¿Qué sentimiento te provocan las fotografías al verlas? \_\_\_\_\_

### MANTA (Subraya y contesta)

1. En términos generales, el material se presenta:
    - a. Interesante
    - b. Aburrido
    - c. Dramático
    - d. Triste
  2. La forma y el tamaño de la manta utilizada te da la sensación de:
    - a. Grandeza
    - b. Dramatismo
    - c. No me da ninguna sensación
- ¿Porqué?: \_\_\_\_\_
2. El color negro utilizado en el material te da la sensación de:
    - a. Formalidad
    - b. Dramatismo y tristeza

c. Sobriedad

d. Otro \_\_\_\_\_

¿Qué? \_\_\_\_\_

3. La forma en que se trabajaron las imágenes en el material te parece:

a. Dramática

b. Misteriosa

c. Aterradora

d. Otro \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. A tu parecer, la forma en que se presenta el texto en el material se caracteriza por:

a. Ser impactante

b. Ser pequeña y provoque leerla

c. Ser pequeña y NO provoque leerla

5. El orden en que están colocados todos los elementos en la manta te parece:

a. Adecuada a lo que se está transmitiendo

b. Inadecuada para lo que se está transmitiendo

c. Podría variar

### PRESENTACIÓN MULTIMEDIA (Subraya y contesta)

1. ¿Qué es lo que más llama tu atención en la presentación? \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

2. La forma en que se te presenta el contenido en la presentación

a. Llama tu atención y te provoca seguir viéndola

b. No llama tu atención

c. Te parece aburrida

¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. ¿Qué sentimiento te provocan las fotografías en el inicio de la presentación?

¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. ¿Con qué relacionas a los elementos gráficos de las personas caminando en la presentación? \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

5. ¿Se te facilita leer la información que se te presenta? SI NO

6. ¿La secuencia de la presentación te parece?

a. Lógica

b. No tiene relación

c. Es indiferente

¿Por qué? \_\_\_\_\_

7. En términos generales, ¿provocó algún sentimiento la presentación en ti?

SI NO ¿Cuál? \_\_\_\_\_

8. ¿Qué mensaje te transmitió la presentación?

¿Por qué? \_\_\_\_\_

9. ¿Te llama la atención involucrarte en el proyecto de la Fundación Un Techo para

Guatemala, luego de ver la información que se te transmitió con los materiales? SI

NO ¿Por qué? \_\_\_\_\_

*¡¡Muchas gracias por tu tiempo y colaboración!!*

## INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN (Expertos)

Nombre: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

¡Buen día!, con la finalidad de validar cada una de las piezas de diseño trabajadas, se le presenta una serie de preguntas las cuales se le agradece contestar en base a su opinión como coordinador de la fundación Un Techo para Guatemala.

Las piezas de diseño fueron dirigidas a jóvenes de 18 a 25 años, estudiantes de la Universidad Rafael Landívar.

El concepto trabajado en el proyecto fue: “Un techo digno es una realidad posible de construir”. Las piezas trabajadas son las siguientes:

- Gigantografía para colocar en la Universidad Rafael Landívar, mostrando la realidad de personas que demandan vivienda en Guatemala.
- Brochure: Con explicación breve de quienes son los jóvenes de Un Techo para Guatemala y qué hacen.
- Presentación multimedia: para introducir a los jóvenes a la problemática de vivienda existente en el país, así como también para mostrar la labor realizada por la fundación.

### Marca con una X y contesta

1. A su parecer los materiales en general ¿cumplen con la función de llegar a los jóvenes?

SI NO ¿Por qué? \_\_\_\_\_

2. ¿Muestra la manta una realidad dramática?

SI NO ¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. A su parecer, los materiales en general ¿están relacionados con el concepto “Un techo digno es una realidad posible de construir”?

SI NO ¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. A su parecer el enfoque que se le dio a los materiales en general, ¿facilitan la motivación de los jóvenes a participar en el proyecto?

SI NO ¿Por qué? \_\_\_\_\_

5. ¿El uso de los colores le parece adecuado al tema?

SI NO ¿Por qué? \_\_\_\_\_

## ANEXO NO. 6

**MULTICOLOR**  
IMPRESA Y LITOGRAFIA  
16 AVENIDA 10-53 ZONA 1  
TELS.: 2238-1285 • TELEFAX: 2253-7406  
litografiamulticolor@yahoo.com

Buena tarde le envío la cotización solicitada

500 broshure tamaño carta impresos a full color tiro y retiro en papel bond 80g. o couche 80 g.

Q. 1,200.00

1,000 broshure tamaño carta impresos a full color tiro y retiro en papel bond 80g. o couche 80 g.

Q. 1,300.00

500 broshure tamaño 1/2 carta impresos a full color tiro y retiro en papel bond 80g. o couche 80 g.

Q. 1,150.00

1,000 broshure tamaño 1/2 carta impresos a full color tiro y retiro en papel bond 80g. o couche 80 g.

Q. 1,200.00

Cualquier informacion adicional estoy a sus ordenes

Att. Lester Mendez  
MULTICOLOR  
2253-7406

María Alejandra, gusto de saludarle.

Le envío la cotización de los brochures, de acuerdo a las especificaciones que describe en el diseño. solo sería de determinar los dobleces que lleva.

1000 unidades impresos en papel couche de 80 grs. ...Q. 2,280.00

1000 unidades impresos en papel bond de 80 grs..... Q. 2,200.00

el tiempo de entrega sería de 6 días hábiles.

Esperando poder servirles,

atentamente,

Sergio Westendorff  
Tels. 2251-6169 y 2238-4994  
Cel.: 5614-1689



16 Calle 4-55 Zona 10 Edif. Martella local 4 PB  
Guatemala, Guatemala  
PBA: (502) 2366-5808 Telefax: (502) 2366-5808  
maticesycolores@gmail.com

Atención: MARIA ALEJANDRA PEREZ  
Empresa: AFA INTERNACIONAL S.A.

Fecha: 06/05/2008  
Teléfono: 5035-8993  
Fax: \_\_\_\_\_

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
500	Brochures en couche tiro y retiro	Q3.50	Q1,750.00
1000	Brochures en couche tiro y retiro	Q3.25	Q3,250.00
3	Mantas Vinilicas de 2,82 x 1	Q363.24	Q1,149.71
<b>NOTA: El precio no incluye el de diseño, ya que este debe ser proporcionado por el cliente en caso contrario son 250.00 mas, aparte de el indicado dentro de la misma</b>			
<b>TOTAL</b>			<b>Q5,149.71</b>

Precios incluyen el 12% de IVA.

Tiempo de entrega sujeto a negociaciones.

Estos precios están sujetos a cambios sin previo aviso.

Forma de pago: 70% Anticipo y 30% contra entrega

Ordenes de compra y cheques a nombre de : Administradora Castañeda y Castañeda,S.A.

Cualquier cambio a esta cotización, luego de aceptada; tendrá un costo adicional.

Cotización Valida unicamente 15 días

CLIENTE  
AUTORIZACIÓN

Hector Castañeda  
Depto. de Ventas  
2366-5551

Firma y Sello

**DPI**  
digital print  
pequeño y gran formato

www.grupodigraf.com

**Proforma 5907**

Viernes, 18 de Abril de 2008

**Maria Alejandra Perez**  
**AFA Internacional, S. A.**  
Presente.

Por este medio, hago llegar el presupuesto del material publicitario solicitado por su empresa.

**3 LONAS**

Impresa a fullcolor de 280x1mts. Segun diseno proporcionado con 6 ojete

Valor Unitario      Q180.00      Valor Total      **Q540.00**

Forma de pago 70% de anticipo y 30% contraentrega      Tiempo de entrega a convenir  
Emitir cheque a nombre de DISEÑO Y GRAFICAS DE C. A., S. A.

Observaciones

Sin tener que agregar la calidad y buen servicio que a nuestra empresa caracteriza, me suscribo en espera de sus comentarios.

Alientamente.

Autorización (Cliente)

**Christian Westendorff**

## Propuesta de Servicios



Nombre: AFA Internacional, S.A.  
 Dirección: Ciudad  
 Ciudad: Guatemala  
 Teléfono: 5035-8983

Fecha: 21/04/2008/  
 N° pedido:  
 Representante: Alejandra Perez

Cantidad	Descripción	Precio unitario	TOTAL
3	Lonas vinilicas mate de 2.825 x 1.00 mts	Q221.80	Q665.40

- En efectivo
  - Depositos
  - Cheque
- Formanicipio de 50%  
 Entrega 2 dias hábiles

Subtotal Q665.40

TOTAL Q665.40

Marvin Caravantes 2361-4356

MIS MANTAS S.A.  
 28 calle 14-18 zona 5.  
 Tel: (502) 23798555 Fax: (502) 23315601  
 Web: www.mismantafes.com

Muchas Gracias Por Preferirnos.

Guatemala, Octubre de 2,007



Lic. Alejandra Perez

Buen día señorita Alejandra Perez, a continuación le presento la cotización detallada para el material solicitado.

Presentación Interactiva	Precio
<p>La presentación interactiva ofrecida por Corvuxtudio le incluye las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización en Flash</li> <li>• Animaciones (texto, fotografías, ilustraciones)</li> <li>• Manipulación de 15 fotografías digitales</li> <li>• Videos</li> <li>• Levantado de texto</li> <li>• Reproducción</li> </ul>	
<p>Observaciones:</p> <p>*No incluye la toma del video ni la edición del mismo, únicamente el montaje dentro de flash.                      *En el caso que no se cuente con el diseño de la caratula y CD, por la realización del mismo, tendrá un costo adicional de Q500.                      *La reproducción le incluye 10 CDs con su respetiva caja, si necesita un numero mayor a esta cantidad el costo de cada Cd será de Q25 c/u.</p>	Q2000

Sin ningún otro tema a tratar me despido de usted deseándole éxito en sus actividades.

Gabriel del Águila  
 Diseño Gráfico y Web  
 Cel: 5973-5702

# CORVUXTUDIO

Sav a 9-74 Zona 21  
 www.corvuxtudio.com



Guatemala, 05 de Mayo 2008

Señores  
Afa Internacional  
Ciudad

Atm: Alejandra Perez

Estimada Alejandra:

Gracias de anticipadamente por comunicarse con su nosotros, a continuación le presentamos nuestras alternativas por 500 CDS:

**Alternativa:**

500 CDS duplicados e impresos a full color sobre la superficie del  
CD en calidad termal, con estuche CD delgado y termo sellado  
Valor por cada uno ..... Q.14.00 Q.7000.00

**ALTERNATIVA No. 2**

500 CDS duplicados e impresos a full color sobre la superficie del  
CD en calidad Inkjet, con estuche de CD Delgado y Termo sellado  
Valor por cada uno ..... Q.9.71 Q.4855.00

Forma de Pago: 50% Con la orden y 50% contra entrega

Tiempo de entrega: Termal de 3 a 4 días  
Inkjet de 4 a 5 días

- La duplicación es profesional y esta totalmente garantizada
- El precio ya incluye IVA.
- Si necesitan un muestra de impresión con todo gusto se la proporcionamos

Cuenta con mígo en cualquier necesidad que se le presente y con todo gusto le asesoramos

Atentamente,

Ángela Torres  
Asesora de Negocios  
Cel: 55069251

---

3ra. Avenida 12-13 zona 9 Mantufar Plaza Bonsál Local 18  
Tels: (502) 2332-7565 2339-4533  
E-mail: [atarres@cdlatin.net](mailto:atarres@cdlatin.net) [cdlatinguate@yahoo.com](mailto:cdlatinguate@yahoo.com)  
Guatemala, Guatemala, C. A.