

AUTORIDADES

Nómina de autoridades

JUNTA DIRECTIVA

Decano	Arq. Rodolfo Portillo Arriola
Vocal J	Arq. Edgar López Pazos
Vocal JJ	---
Vocal JJJ	Arq. Silvia Morales
Vocal JV	Br. Edin González
Vocal V	Br. Carlos Díaz
Secretario	Arq. Julio Roberto Zuchini G.

TRIBUNAL EXAMINADOR

Arq. Salvador René Gálvez Mora
Lic. César Jonathan Padilla García
D.G. Wendy Paola Herrera Navas

ASESORES

Arq. Brenda María Penados Baldizón
D.G. José Francisco Chang Meneses

~~AGRADECIMIENTOS~~ ~~AGRADECIMIENTOS~~

A:

Dios

La Virgen María

Nuestros padres

Nuestros hermanos

KATORI, en especial a la Licda. Magdalena Salguero y a la T.S. María Ajanel.

Nuestros asesores: Arq. Brenda Penados y D.G. Francisco Chang

Licda. Marcia de Rendón

Conchita

Sheny

Sr. Carlos Estrada

...todos esos ángeles que con una palabra de aliento y una sonrisa nos instaron a seguir adelante...

...GRACIAS!

DEDICATORIA

~~dedicatoria~~

A:

Dios

por esas pequeñas y esas grandes casualidades a través de las cuales me permitiste saber que nunca he estado, ni estaré sola.

La Virgen María

porque el sentirme acompañada por Ti en cada momento de mi vida, me da la fuerza necesaria para seguir luchando por ser cada día mejor.

Mis padres

Alfredo René Méndez Álvarez
Nirma Elizabeth Orellana Cabrera de Méndez
porque sin su fe, amistad y confianza no sería lo que soy ahora.
Gracias por enseñarme que lo más importante en la vida es el Amor.

Mis hermanos

José Alfredo y José Miguel
por su amistad, paciencia y comprensión

Mis abuelitos

Alfredo Méndez[†] y Flory de Méndez
Guillermo Orellana[†] y Cony de Orellana

*Mis tíos, primos
y sobrinos*

por su apoyo, su comprensión y su cariño

Fam. Uon Quiyuch

por abrirme las puertas de su hogar y brindarme su confianza y su cariño

*Padrinos de
graduación*

Dr. Alfredo Méndez T.S. Cony de Díaz
Dr. Mario Solares Lic. Roberto Díaz

Evelyn

por todos esos años de amistad que espero sigamos compartiendo.

Marco Antonio

por ser mi ángel de la guarda y mi mejor amigo.

DEDICATORIA

A:

Dios

por haberme permitido llegar a este día tan importante para mi con todos mis seres queridos, y porque siempre a estado a mi lado para iluminar y hacer más fácil el camino.

La Virgen María

por guiarme en el buen camino y darme la certeza de que las metas se pueden alcanzar.

Mis padres

José Marcos Yon Mejía
María Teresa Quiyuch Gallardo de Yon
porque más que ser mis padres y mis mejores amigos son el motivo de mi existir y de lo que soy, porque con su apoyo, paciencia y buen ejemplo sé que soy la persona más privilegiada del mundo.

Mis hermanos

Eddy y Lesly
por su cariño, sus desvelos y por estar conmigo siempre.

Al novio

Juan Pablo
por su amor, su apoyo incondicional y su aguante.

*Mis tíos, primos
y sobrinos*

con todo mi corazón, en especial a mi tía y madrina de graduación "Chiqui"
por compartir todos sus conocimientos y cariño conmigo.

Mis padrinos

por su cariño.

*A los que ya
están con Dios*

Mis abuelitos, mi hermano y mis tíos.
porque sé que en donde se encuentren me envían todas sus bendiciones.

Fam. Méndez Orellana

porque sé que aunque lejos siempre estuvo presente su cariño, apoyo y comprensión, sin olvidarme de Lissi que fue y ha sido siempre una muy buena amiga y un gran apoyo en este proyecto.

Mis Amigos

por su confianza.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	2
1. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA	3
2. MARCOS TEÓRICO CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL	4
2.1 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	4
2.1.1 METODOLOGÍA DEL DISEÑO	4
2.1.1.1 Caja de Cristal	5
2.1.2 CONCEPTOS DEL DISEÑO	7
2.1.2.1 La comunicación	7
2.1.2.2 Signo	9
2.1.2.3 Código	10
2.1.2.4 Los símbolos	11
2.1.2.5 Lenguaje visual	11
2.1.2.6 Articulaciones visuales	13
2.1.2.7 Imagen visual	15
2.1.3 CONCEPTOS DEL TEMA	16
2.1.3.1 Diseño Gráfico	16
2.1.3.2 Diseño visual informativo	16
2.1.3.3 Diseño alternativo	17
2.1.3.4 Identidad empresarial	18
2.1.3.5 Imagen empresarial	19
2.1.3.6 Organizaciones no gubernamentales	23

~~INDICE~~

2.2 MARCO CONTEXTUAL	25
2.2.1 ANTECEDENTES DE LAS ONO'S	25
2.2.2 CONTEXTO HISTÓRICO KADORI	25
2.2.2.1 KADORI	26
2.2.2.2 Subproyectos	27
2.2.3 GRUPO OBJETIVO	31
3. PROPUESTA GRÁFICA JUSTIFICADA	33
3.1 JUSTIFICACIÓN DE ELEMENTOS DE DISEÑO	71
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES	75
BIBLIOGRAFÍA	76
GLOSARIO	
ANEXO	

~~INTRODUCCIÓN~~ INTRODUCCIÓN

El proyecto que se presenta a continuación consiste en la creación de una propuesta gráfica justificada, aplicable convenientemente para solucionar los problemas de comunicación que existen en una organización no gubernamental (ONG). Para tal proyecto se realizó un estudio de la ONG KATORI, una asociación de ayuda a niños, ubicada en la ciudad capital de Guatemala, para conocer cómo estaba desarrollada la comunicación visual dentro de ella.

Después del estudio realizado, se llegó a la conclusión de que esta organización no le ha prestado la atención necesaria a la imagen visual que maneja, lo que ha ocasionado diversos problemas que no le permiten proyectarse de forma adecuada al grupo objetivo al que se dirige.

Por lo anterior, se presentan en este documento varias piezas gráficas, que tienen como objetivo solucionar estos problemas y lograr una mejor proyección de su imagen.

Teniendo como base documentación proporcionada por la ONG, y datos obtenidos de informantes, (personal de la ONG), de encuestas y de observación del grupo objetivo, se creó esta variedad de piezas, con las cuales se pretende crear una comunicación visual efectiva y funcional, dentro y fuera de la organización. Se describe una propuesta de cambio dentro de la imagen, en todo el material gráfico.

Este proyecto es importante para el estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, ya que la aplicación de todos los conocimientos adquiridos le ayuda a la comprensión de su profesión, y a conocer el porqué de la búsqueda de necesidades de comunicación visual, en este caso, en la ONG KATORI, y el beneficio de encontrar solución para estas necesidades.

Por lo anterior, en este proyecto se estudia el problema que se define en el primer capítulo, basándose en los objetivos descritos a continuación.

~~OBJETIVOS~~ OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar material gráfico para solucionar los problemas de comunicación visual y mejorar la imagen actual de la Organización No Gubernamental (ONG) KATORI.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Elaborar despegables informativos de la organización, para dar a conocer de forma general todos sus aspectos.
2. Elaborar un folleto para mejorar la comunicación con los padrinos de la organización e iniciarla de forma más directa con ellos.
3. Unificar la papelería de la organización con la imagen creada para el material informativo diseñado.
4. Elaborar material gráfico institucional que sean funcionales para la administración de la organización.
5. Diseñar material gráfico que identifique qué es la organización, qué hace, hacia quién se dirige y dónde está ubicada geográficamente.
6. Identificar a la organización como guatemalteca, para distinguirla de entre los proyectos con que cuenta Children Internacional e identificar a qué población se dirige.
7. Elaborar material gráfico para la ONG KATORI con el propósito de realizar una labor social.
8. Mejorar la imagen actual de la organización, haciendo un diseño que impacte y que dé a conocer su labor.

~~CAPÍTULO I~~
CAPÍTULO I

1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La ONG KATORI no le ha prestado la atención suficiente a su comunicación visual dentro de la imagen que maneja actualmente. Ésta carece de una proyección adecuada de la labor y la misión que realiza, y no identifica al grupo objetivo hacia el cual se dirige.

La organización no proporciona ningún tipo de material informativo acerca de qué es, qué hace, hacia quién se dirige y dónde se encuentra ubicada, lo cual dificulta que se dé a conocer dentro de nuestro país. Su material gráfico no es llamativo, ni atractivo, y no expresa lo que es la organización y sus características como tal.

Children Internacional tiene proyectos en diversos países del continente americano, y dentro de éstos, dos se encuentran aquí en Guatemala. KATORI es uno de ellos, pero su imagen actual tampoco identifica al país donde se encuentra ubicada, y esto hace que no se distinga de los demás proyectos, y que no exprese a qué población se dedica.

La imagen que se maneja actualmente KATORI, ha sido creada por el personal que labora en la institución, siendo ellas la directora y las trabajadoras sociales, quienes se encargan de elaborar todo el material gráfico de la institución.

Sin embargo, nadie ha presentado una propuesta gráfica justificada, que sea eficaz para proyectar la labor de esta institución.

En este proyecto, se describe el desarrollo de piezas de material gráfico para solucionar los problemas de comunicación visual dentro de la organización, una propuesta para lograr una mejor proyección de ella y para mejorar su imagen actual.

~~CAPÍTULO 2~~ CAPÍTULO 2

2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL

2.1 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

A continuación, se describen los conceptos fundamentales en los cuales se basa esta investigación, para que se tenga una idea más clara sobre el porqué de la propuesta creada para la organización.

En un principio, se da a conocer el proceso de diseño utilizado para la realización de las piezas gráficas de la propuesta y se define el método de investigación utilizado para la validación de las mismas.

Posteriormente, se describe en qué consiste la comunicación, el lenguaje y la imagen visual, y cuáles son los elementos que los conforman. Luego, se definen los conceptos de diseño gráfico, diseño visual informativo y diseño alternativo, y se detallan las características de las piezas de material gráfico utilizadas en la propuesta gráfica y los aspectos que se deben tomar en cuenta para su elaboración.

Seguidamente, se define qué es una ONG, y se describen sus antecedentes y su clasificación.

2.1.1 METODOLOGÍA DEL DISEÑO

Para la realización del presente proyecto, se utilizó el proceso de diseño Caja de Cristal, durante el cual se elaboró un plan creativo para detallar todas las características de las piezas, y, así, justificarlas debidamente. Se utilizó como técnica de investigación: la encuesta, para tener los fundamentos necesarios para la validación del diseño.

2.1.1.1 CAJA DE CRISTAL

"Es un proceso racional y sistemático. Es un método de pensamientos explicables donde la racionalidad antecede a la creatividad. Para su desarrollo se deben establecer los objetivos que se desean obtener. Es un método que se basa en la investigación, por lo que el diseñador opera con el pleno conocimiento del porque realiza un diseño. Antes de buscar una correcta solución se procura completar o por lo menos intentar completar el análisis de toda la información obtenida. Después se realiza una síntesis según esta información y se lleva a cabo la etapa de bocetaje, para la realización del diseño. La evaluación es lingüística (a través de los mensajes que contienen), y logística (a través de su coherencia) en lugar de experimental." (Métodos de Diseño, 1999:4)

Este proceso se realizará con cada una de las piezas con la finalidad de tener un proceso bien planificado.

Se da una descripción del tema en donde se define qué tipo de pieza de diseño se elaborará. Allí mismo se coloca el objetivo en el cual debe estar claro lo que se quiere lograr con la pieza en relación con el grupo objetivo. Y, por último, se detallan todas las dimensiones y características en las que se describe detalladamente cada uno de los elementos de la pieza de diseño, gráficas, ilustraciones, fotografías, posición, material por utilizar, el color de cada una, tipografía, diagramación y dimensiones.

~~CAPITULO 2~~ ~~CUESTIONARIOS~~

Para la ejecución de la etapa evaluativa de este proceso, se utilizó la siguiente técnica de investigación:

• Encuesta:

"Método de investigación de los hechos sociales. Se basa en el análisis de numerosos casos particulares realizado a través de cuestionarios repartidos entre un sector de la población previamente escogido por medio de una muestra, de acuerdo con los objetivos de la encuesta. Generalmente se realiza para conocer la opinión de la población sobre algún aspecto de la sociedad." (Pineda, Beatriz y otros 1994:130)

Esta técnica de investigación consiste en un sistema de preguntas que tiene como finalidad obtener datos para una investigación. Las preguntas deben de ser redactadas en orden de importancia. Para realizar la encuesta se utiliza como instrumento, el cuestionario, el cual debe contener las siguientes características:

- Empleará terminología clara para realizar preguntas.
- No usará códigos convenientes, para ser procesada la información en una computadora.
- No se extenderá, para evitar que respondan en forma inadecuada.

Tipos:

- Cuestionario de preguntas restringidas (cerrado): En este el informante elige su respuesta entre las alternativas fijadas por el investigador. Pueden ser: Dicotómicas (sí, no) y de Múltiple selección (incluye varias respuestas posibles).

- Cuestionario de preguntas no restringidas (abierto): Este requiere de una respuesta libre y con la redacción propia del sujeto, y como tal tiene las desventajas de ser: difícil de interpretar, tabular y resumir los resultados en el informe de la investigación.

CAPITULO 2

2.1.2 CONCEPTOS DEL DISEÑO

2.1.2.1 LA COMUNICACIÓN

Es un fenómeno que permite que la sociedad interactúe dentro de sí, para desarrollarse. Se puede decir que es en la comunicación en donde se desarrollan todas las relaciones sociales de producción de bienes materiales y espirituales.

Para que se produzca el proceso de comunicación es necesario tomar en cuenta los siguientes elementos:

2.1.2.1.1 Emisor

Éste es llamado también comunicador, y, como su nombre lo indica, es el que emite el mensaje. El mensaje depende en gran medida del emisor, ya que depende como lo envíe, el receptor lo podrá descifrar con mayor facilidad.

2.1.2.1.2 Codificación

Es la transformación de la formulación de un mensaje determinado, es unir todos los datos del mensaje por medio de un código.

2.1.2.1.3 Receptor

También conocido por perceptor, es quien recibe el mensaje enviado por el emisor. Puede ser individual o grupal. Se encarga de captar, almacenar, analizar, sintetizar y de dar una respuesta a los mensajes que recibe.

Un mensaje que se envía, corresponderá a una cadena insospechable de receptores y puede dar lugar a la tergiversación o pérdida de referencialidad original del mensaje, lo que se conoce como rumor.

CAPITULO 2

CANAL

2.1.2.1.4 Decodificación

Es separar el mensaje, que envía el emisor, en todas sus partes, para que el receptor lo analice, sintetice e interprete.

2.1.2.1.5 Mensaje

Es lo que el emisor estructura y llega a los sentidos del receptor, lo cual sólo se produce si responde a un determinado código. Todos los mensajes deben tener claridad para entenderse pero, los escritos deben ser estructurados siguiendo una norma de racionalidad para que se establezca un campo común entre emisores y receptores.

2.1.2.1.6 Canal

Se puede definir como el medio por el cual se transmiten los mensajes. También se le conoce como medio. Los canales o medios de comunicación, son diversos y dependen de las circunstancias y necesidades de la humanidad. Los ha habido desde las señales de humo, los silbidos, la radio, televisión y ahora el internet a través de las computadoras.

2.1.2.1.7 Código

Es un conjunto estructurado de signos, con base en leyes propias, utilizado para la elaboración de mensajes. Al mencionar estructurado con base en leyes propias, quiere decir que debe cumplir con ciertas normas que socialmente se le han establecido.

2.1.2.1.8 Contexto

Este es el marco socioeconómico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado periodo histórico.

SIGNOS

2.1.2.1.9 Retorno

Este es el proceso de respuesta a los mensajes recibidos. Se le conoce también como retroalimentación, respuesta o *feed-back*.

2.1.2.2 SIGNO

Los signos son estudiados por la Semiología, y se pueden definir como la representación aproximada de la realidad.

El signo es una realidad perceptible, puesto que es apprehendida por los sentidos, que da información de algo distinto de sí misma. El signo nunca se significa a sí mismo, su esencia es "estar en lugar de".

2.1.2.2.1 Elementos constitutivos del signo

Para la Semiología el signo está formado por elementos interactivos y complementarios:

- **Significante:** es la forma del signo, es decir, la manera de manifestarse.
- **Significado:** es la idea inmediata que refiere un significante.
- **Referente:** es el objeto al cual se refiere el signo.
- **Intérprete:** es la persona que le está dando significado al objeto.

2.1.2.2.2 Clasificación de los signos

- **Naturales:** Son aquellos en los cuales el receptor recibe un mensaje pero sin la voluntad del hombre.
- **Artificiales:** Son en los que sí interviene la voluntad del hombre.

~~CAPITULO 2~~

~~SEMIOTICA~~

- **Verbales:** son las palabras no escritas.
- **No verbales:** gestos, iconos, etc.
- **Motivados:** son los que se parecen o son iguales a lo que quieren representar.
- **Inmotivados:** son los que no guardan analogía figurativa con el objeto al que quieren representar. Se les llama arbitrarios.

2.1.2.3 Signo icónico

Es una imagen, representación, imitación o abstracción de la realidad. Se divide en tres: Imagen o icono, diagramas, metáforas.

2.1.2.3 CÓDIGO

Es una estructura, relación, integración lógica, y orden de signos, que nos permite vivir socialmente y si no se cumple este, hay un reclamo. El código no es inconsciente porque cada elemento tiene una razón para estar allí. Hay código de convivencia, lingüísticos y visuales. El no respetar los códigos genera rechazo, amonestación y castigo.

- No hay código que no manipula.
- No hay código ingenuo.
- Impone reglas y normas.
- No se puede romper.

CAPITULO 2

2.1.2.3 Códigos de comportamiento social

- **Selectivos:** son aquellos mediante los cuales los seres humanos seleccionamos la realidad para actuar en ella.
- **De significado:** operan en función de significados literales y culturales que se practican en cada entorno social.
- **De relación:** son aquellos que hacemos como rutina diaria.
- **Complementarios:** son aquellas respuestas que damos sin tener una comprobación o desaprobación, mediante instrumentos válidos científicamente, o por mecanismos racionales.
- **Críticos:** son los que están en relación directa con el pensamiento lógico.

2.1.2.4 SÍMBOLOS

Nombre que se le da a las imágenes con que materialmente o de palabra se representan conceptos morales o intelectuales, por alguna semejanza. Ejemplo: una paloma, símbolo de paz.

2.1.2.5 LENGUAJE VISUAL

"Para comunicarse, el hombre se sirve de distintos lenguajes, verbales o no verbales. De hecho los seres humanos nos comunicamos mediante las palabras, los gestos, los sonidos, las imágenes e incluso con la posición de nuestro cuerpo.

Un signo visual es pues una asociación entre un significante que percibimos con la vista y un significado ya establecido que puede variar dependiendo de quien sea nuestro receptor". (Jurado, 1998:2)

CAPITULO 2

CONTENIDOS

2.1.2.5.1 Elementos que conforman el lenguaje visual

"El lenguaje verbal es un recurso comunicacional que el hombre ha desarrollado desde su forma más primitiva hasta la lectura y la escritura, de la misma forma deben evolucionar todas las capacidades humanas involucradas con la previsualización, la planificación, el diseño y la creación de objetos visuales." (Jurado, 1998:3)

A continuación analizaremos de forma rápida los elementos básicos que conforman el lenguaje visual:

• Punto:

Es el contacto entre la punta de un lápiz y una superficie. Combinado con otros puntos sobre la misma, puede ya construir un mensaje visual. Los puntos en un espacio se conectan y son importantes para dirigir la mirada. Tienen la capacidad de crear la ilusión de tono y color, que se intensifica cuanto más próximos están los puntos entre sí.

• Línea:

Cuando una serie de puntos están tan próximos que no pueden reconocerse individualmente, aumenta la sensación de direccionalidad y la cadena de puntos se convierte en otro signo del lenguaje visual: la línea, que puede definirse como un punto en movimiento. La línea puede tener diferentes significado según su trazo:

- Horizontal: reposo
- Vertical: crecimiento
- Oblicua: inseguridad
- Curva: movimiento

Además de las líneas gráficas, el diseñador debe ser consciente de la existencia de las llamadas líneas-fuerza, que pueden captarse en una composición cuando formas y colores determinan ciertas direcciones



que se imponen a la percepción del receptor. Estas líneas-fuerza pueden contribuir con su articulación a la transmisión de una impresión de dinamismo o estatismo en el diseño.

- **Color:**

Puede considerarse como uno de los elementos básicos del lenguaje visual. Como se sabe, los colores pueden ser primarios o secundarios, cálidos o fríos, claros u oscuros, tonales o contrastantes. Sean cuales sean, los colores tienen una profunda influencia en la esfera emotiva del hombre y, según su yuxtaposición, suscitan distintas emociones en relación al mismo estado de ánimo, a la edad, a la experiencia de las personas. Así, se ha planteado que la expresión del color se basa en las asociaciones que evoca.

- **Luz:**

Crea sombras, hace resaltar el color, evidencia las dimensiones de las figuras en el espacio, es decir, su volumen. Además, en el lenguaje visual, la luz puede utilizarse para expresar sentimientos y emociones, para crear una atmósfera poética o para distinguir los diferentes aspectos de lo que se quiere representar. Hace resaltar el espacio tridimensional, es decir la profundidad de los ambientes cerrados y de los espacios abiertos.

2.1.2.6 ARTICULACIONES VISUALES

Son las que lograrán impactar positiva o negativamente al receptor de nuestro trabajo visual. Entre estas articulaciones están:

CABILLAS

- **Peso y equilibrio:**

"Se obtiene cuando todos los elementos estructurales se determinan recíprocamente, es decir, que ningún cambio es admisible sin alterar el significado de la composición.

La colocación del peso es el factor que más contribuye al equilibrio de una composición visual ya que se determina por la profundidad espacial o por la posición de los elementos más importantes o perceptivamente más vistosos por su forma o por su color.

- **Ritmo:**

Se consigue a través de las repeticiones regulares de líneas, formas y colores. Puede ser constante, alternado o acelerado; todo depende del tamaño de los elementos y la amplitud de los intervalos entre un elemento y otro.

- **Configuración espacial:**

Todas las articulaciones anteriores se relacionan entre sí por medio de la configuración espacial, la cual hace posible que nuestra percepción capte ciertos elementos y no otros y la relación existente entre los mismos. Estas relaciones se logran por medio de leyes psicológicas tales como proximidad, semejanza y buena forma.

- **Composición visual:**

Podemos definir la composición como el elemento que permite al ojo recorrer las imágenes siguiendo un esquema, para así descubrir sucesivamente sus partes esenciales y su importancia." (Jurado, 1998:5)

CAPITULO 2

AMBIENTES

2.1.2.7 IMAGEN VISUAL

Es la representación de algo real o irreal. Sirve para enviar un mensaje con el fin de obtener una respuesta del receptor. Hay tres clases de imágenes visuales:

- **Documental:** Documenta la realidad tal cual es, lo que vivimos y observamos.
- **Estética:** se guía por cánones exclusivamente estéticos.
- **Simbólica:** es un tipo de imagen estudiado y programado con base a los valores que se quieren representar.

2.1.2.7.1 Niveles de atención

La atención es un proceso lógico, ordenado, mental que le permite al receptor apropiarse de la imagen y hacer efectiva la retroalimentación. Existen tres niveles de atención:

- **Nivel instintivo:** El ojo lee rápidamente la imagen y transmite las primeras impresiones al cerebro condicionando con cierta medida las fases sucesivas de lectura.
- **Nivel descriptiva:** aquí el ojo pasa a analizar los elementos que componen la imagen.
- **Nivel simbólico:** el receptor abstrae un simbolismo de la lectura de los elementos contenidos en la imagen.

2.1.2.7.2 Percepción

"Es el reflejo del conjunto de cualidades y partes de los objetos y fenómenos de la realidad que actúan indirectamente sobre los órganos o analizadores." (Jurado, 1998:6)

2.1.3 CONCEPTOS DEL TEMA

2.1.3.1 DISEÑO GRÁFICO

"Es un proceso creativo y de comunicación, por lo tanto, el diseñador cumple con ambas funciones. Él, sobre la base de las ideas que se tienen de cierta circunstancia o problema, desarrolla creativamente una forma de transmitir el mensaje a otras personas, con lo cual cumple la comunicación de forma gráfica.

El diseño gráfico también es conocido como diseño visual, éste expresa, a través de formas, palabras, textos, imágenes impresas o en movimiento, cualquier mensaje que se desee comunicar. Es una forma de comunicación que se consigue a través de puntos, líneas, color, luces, texturas y sombras; así, logra formas e imágenes sobre un soporte." (Herrera, 1999:9)

2.1.3.2 DISEÑO VISUAL INFORMATIVO

"Es un material que lleva elementos que no solamente informan, sino a la vez contienen imágenes visuales que abarcan todo el conjunto de los recursos gráficos. Las bases de este tipo de diseño son los elementos lingüísticos, como letra y texto y los elementos icónicos, como imágenes. Puede ser público, didáctico y persuasivo." (Herrera, 1999:10)

2.1.3.3 DISEÑO ALTERNATIVO

Es todo aquel que está al servicio de algo o alguien. Es un diseño social, que se da en un contexto en donde lo tradicional no otorga espacios, sino está orientado a algo diferente encontrando su acción en otros campos especialmente en el área educativa. Como ejemplo podemos mencionar: playeras, bolsones, calendarios, etc.

Un diseño alternativo no es posible sin un proceso alternativo, el cual consta de cuatro pasos:

- **Producción:** se enfoca esta etapa del diseño alternativo, a la planificación, y ejecución para la elaboración del diseño.
- **Producto:** lo alternativo en el producto pasa por la información seleccionada, por el modo de presentarla, por la belleza de las palabras e imágenes, por la apertura de la obra y por la búsqueda del involucramiento del interlocutor.
- **Distribución:** cuando es alternativa, esta diseñada de manera de dar cabida a la respuesta, al diálogo, a la interlocución, sea de modo directo o, a través de sistemas fluidos de intercambio de información y experiencias.
- **Usos:** la vocación de una comunicación diferente se orientan una lectura diferente, a una capacidad de enfrentar un mensaje y poder evaluar sus reales intenciones. Incitar al lector a analizar, compartir y poner en práctica el mensaje.

Lo alternativo no se improvisa ni se genera por arte de magia. Es un proceso de reafirmación y de aprendizaje constante en el cual se hacen necesarias una reflexión y una evaluación permanentes.

2.1.3.4 IDENTIDAD EMPRESARIAL

La personalidad de una empresa se obtiene partiendo de otros factores como si su personal es agradable o no, la rapidez y la eficiencia de su actuación, el entorno de las oficinas o establecimientos de la compañía, la calidad del diseño de sus productos o cualquier otro factor de los múltiples que conforman la identidad empresarial.

Toda empresa tiene una identidad empresarial que transmite una imagen específica a todos los que tratan con ella: quiénes son, qué hacen y cómo lo hacen.

En muchas empresas el problema es que sus identidades carecen de manejo y control, lo que conduce a percepciones pobres o desenfocadas.

Los especialistas en identidad empresarial combinan en su trabajo cierto número de disciplinas que incluyen el análisis, la investigación y el diseño. En un programa de identidad empresarial, el diseñador suele ser el catalizador que permite plasmar la naturaleza del cambio.

El diseño desempeña un papel muy importante dentro de este proceso, ya que una de las primeras cosas por las cuales la gente juzga si una organización es buena o no, es por su aspecto.

Los diseños tienen que comprender qué es lo que hace funcionar a una empresa y plasmarlo, tanto para ellos como para su cliente.

2.1.3.5 IMAGEN EMPRESARIAL

La imagen de empresa, comunmente llamada imagen corporativa, tienen una gran influencia en el éxito de una compañía. Abarca desde un logotipo (firma de la empresa que se puede aplicar a todas clases de material impreso o visual), hasta el estilo de la casa, que incluye todo, desde el diseño o decoración interior hasta los uniformes de la empresa.

Debe comunicar, por medio de un simbolo la esencia y personalidad de la empresa u organización, y debe realizarse según los requisitos del cliente y la investigación del diseñador.

La imagen de una empresa es una expresión visual y de actitud. Es conveniente cambiarla de cuando en cuando. En la mayoría de las organizaciones, la imagen empresarial está dirigida principalmente a dos grupos: los clientes y el personal. En algunos casos, también es importante influir en otros grupos como anunciantes en potencia, inversores o socios comerciales.

Para los clientes una imagen bien definida y eficaz, transmite la sensación de identificación, les permite localizar un establecimiento de la compañía en la calle o un producto en los estantes.

La mayoría de las empresas requiere una imagen comercial que esté impresa en todo su material. El objetivo es el de establecer una etiqueta distintiva y apropiada que la separe de sus competidores.

El uso más común de logos es en membretes de cartas y sobres, tarjetas comerciales, talonarios de recibos, desplegados informativos y promocionales.

El nombre de la empresa debe estar de manera predominante en el diseño y una vez que la imagen este perfectamente establecida se puede aplicar de distintas maneras para expresarlo de forma original, creativa y eficaz.

2.1.3.4.1 Membretes

Debe idearse para ocupar el encabezamiento de una hoja de papel, permitiendo que el resto de la hoja contenga una carta o un mensaje, y en el sobre que guardará la misma.

En ocasiones, el pie del membrete incluirá un elemento impreso, por ejemplo, la información empresarial que exige la ley, o incluso otros elementos de diseño.

El membrete debe ser funcional tanto en el sobre, encajando adecuadamente según el tipo de sobre que se utilice, como en la hoja de papel cuando está plana o cuando está doblada, de manera que encaje perfectamente una dirección en la apertura de los sobres con ventana.

2.1.3.4.2 Tarjeta de presentación

Es un documento utilizado como identificación que generalmente, se diseña regido por el estilo, color e imagen establecidas en la creación de los membretes de una empresa. La información incluida en ella será decidida por el cliente, pero el tamaño y la forma, en su mayoría, se ajustan a los tamaños de bolsillos o carteras, casi al tamaño de una tarjeta de crédito estándar. Debe imprimirse en un papel más grueso que el utilizado para los membretes.

2.1.3.4.3 Recibo

Es un documento que se extiende para hacer constar un pago realizado, donde se incluye la fecha, firma del receptor, la indicación de lo que se da como pago y el título de la obligación.

2.1.3.4.4 Receta

Es la nota que escribe el médico donde ordena que se suministre al enfermo, así de alimentos como de medicinas. Expresando su dosis, preparación y uso.

2.1.3.4.5 Sello

Es un artículo que sirve para imprimir o estampar sobre una carta o documento, el logotipo o simbolismo de un organismo o empresa.

2.1.3.4.6 Rótulo

"Cartel que se coloca en lugar público y sirve para anunciar, promocionar o informar acerca de algún lugar, o también transmite un mensaje hacia un gran número de receptores.

Letrero o inscripción el cual pretende dar a conocer el contenido o destino de una cosa o de algún lugar". (Enciclopedia Salvat, 1996:2917)

2.1.3.4.7 Cartel:

"Papel, pieza de tela o lámina de otra materia escrita, que contiene noticias, anuncios, propaganda, etc., y que se exhibe en determinada ocasión. Cartón con letras, sílabas o palabras en grandes caracteres que sirve en la escuela para enseñar". (Enciclopedia Salvat, 1996:693)

2.1.3.4.8 Letrero:

"Palabra o conjunto de palabras escritas para anunciar o publicar una cosa". (Enciclopedia Salvat, 1996:1995)

2.1.3.4.7 Folleto

Es un medio que sirve para publicar algún tema y presentar un mensaje visual. La información contenida en él debe ser clara y comprensible por el grupo objetivo al que se dirige. Puede presentarse en forma de diptico, tríptico, libro o desplegado especial.

2.1.3.4.8 Portada

Es la cara principal o frontispicio de los libros, folletos, documentos, revistas, CD's, etc., en la cual se coloca el título, el nombre del autor y el lugar y año de impresión o edición. Es la primera impresión que da un documento y refiere el contenido del mismo. Debe ser muy atractiva para despertar el interés en el receptor. Debe diseñarse según los lineamientos del grupo objetivo al que se dirige: infantiles, científicas, musicales, de moda, etc.

2.1.3.4.9 Desplegable

Es un documento que consta de uno o más dobleces, impreso en todas sus caras, tiro y retiro. En él se puede incluir información a través de textos o fotografías, y permite una gran libertad de diseño, aunque siempre debe tomarse en consideración que sea comprensible para el grupo objetivo.

~~CASILLAS~~

2.1.3.6 ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES (ONG's)

"Se consideran Organizaciones no gubernamentales: Las instituciones privadas sin fin de lucro, nacionales e internacionales que cuenten con personalidad jurídica debidamente acreditada en el país y presten un servicio que estimule la participación de las comunidades en el desarrollo del área rural.

La falta de precisión, que implica en sí la denominación tan amplia de "Organismos no gubernamentales" dificulta una definición y clasificación.

Este pluralismo lleva a definir un patrón único de organismos no gubernamentales, que consiste en un organismo de carácter privado, apolítico, no lucrativo, que persigue promover una población específica que se desenvuelve dentro de un área geográfica.

Las ONG's son entonces aquellas organizaciones que no son parte del aparato gubernamental, y que no se establecen en virtud de tratados entre estados.

Por lo tanto, las ONG's comprenden instituciones de investigación, organizaciones o gremios profesionales, agencias voluntarias, sindicatos, cámaras, iglesias, etc.

Pudiendo afirmarse entonces que las ONG's tienen como característica principal la flexibilidad que le permite un práctico accionar, no sujeto a trámites burocráticos."(Mazariegos, 1994:5)

2.1.3.6.1 Clases de ONG's

"Según el financiamiento que reciben hay varias clases:

- **Internacionales:**

Las *ONG's* que se originan y desarrollan sobre fondos externos, se mantienen en dependencia de organismos cooperantes internacionales, más grandes que ellas, o bien de subvenciones estatales o iglesias. El depender externamente, determina las posibilidades de existencia ya que influye sobre los lineamientos de trabajo que realizan. La obtención de fondos es un aspecto en el que una *ONG* debe estar alerta constantemente, ya que establece, desarrolla y amplía enlaces con una serie de instituciones y personas de diversa naturaleza.

- **Nacionales:**

Estas están representadas por las *ONG's* más recientes, operan en su gran mayoría dependiendo de determinados programas gubernamentales. Estas llevan finalidad de crear fuentes de trabajo, incrementar y tecnificar la producción, modernizar el comercio y la administración, etc.

- **Mixtas:**

Es el sector de *ONG's* que no tienen relación directa con el gobierno, aunque en oportunidades se llegan a establecer canales de comunicación o coordinación por la coincidencia de fuentes financieras o programáticas, o por el aprovechamiento de recursos." (Mazariegos, 1994:5)

CAPÍTULO 2

2.2 MARCO CONTEXTUAL

A continuación, se describen todas las variables gráficas, físicas y demográficas que se tomaron en cuenta para el desarrollo del presente proyecto y así comprender, de una manera más clara, el entorno del problema expuesto. Se inicia con el historial del surgimiento de las ONG's, para luego explicar qué es, qué hace, cómo se integra, cómo nace y cuáles son los proyectos y programas de KATORI.

2.2.1 ANTECEDENTES DE LAS ONG'S

"Las ONG's son reconocidas por las Naciones Unidas después de su materialización, al aplicarse en América Latina el programa de Alianza para el Progreso. En 1968, recibe el apoyo de la Iglesia Católica. Durante el gobierno de Carlos Manuel Arana Osorio (1970-1974) se autorizan 556 ONG's. En Guatemala las ONG's toman verdadera participación en el fenómeno físico de 1976, el último gran terremoto." (Mazarlegos, 1994:5)

2.2.2 CONTEXTO HISTÓRICO DE KATORI

En noviembre de 1979, el señor Robert Heitzen fundó el primer proyecto de Children International en Guatemala. Fue entonces, cuando inició su ayuda con la parroquia del Padre Gregorio Schiefe, en Xiquinabaj, Chimaltenango. El Programa empezó con 40 niños apadrinados (niños que reciben ayuda). La primera niña beneficiada fue Sabina Bixcul. La ayuda que proporcionaba el programa era de nutrición (únicamente víveres).

En 1984, inició en Tecpán y Chimaltenango con los Tenientes del Ejército de Salvación, y en San Antonio Aguas Calientes, con el Colegio Nimaya.

A partir de 1987, se desligó del Ejército de Salvación y fue llamado **DINER** (Desarrollo Integral de Niños de Escasos Recursos). En los cuatro subproyectos se contaba con programas de asistencia.

Su crecimiento fue rápido y debido a ello, hubo necesidad de dividirlo en dos áreas, una en la ciudad capital y otra en el área rural, por lo que el 5 de Octubre de 1989 inició el proyecto Guatemala Rural con el nombre de **KA'TO'RI AC'CUALA'** que en dialecto cakchiquel significa "Ayudar al niño".

2.2.21 **KATORI**

KATORI es una **ONG** internacional. Su misión es el apadrinamiento y beneficios de niños, familias y comunidades con programas de salud, nutrición, educación, asistencia familiar y formación de valores. Su meta es lograr niños sanos, educados e independientes con una mejor calidad de vida. La oficina de sede central de la organización se encuentra ubicada sobre la calzada Roosevelt 35-50 zona 7, interior 4. Atiende de lunes a viernes en horario de ocho de la mañana a cinco de la tarde.

Children International, a través de la Asociación Ayuda de Niños **KATORI**, actualmente atiende a 14,167 niños apadrinados. Los padrinos que brindan su ayuda a estos niños son solamente población del Estado de Kansas, E.U.A. Gracias a esta ayuda, pueden recibir control médico y tratamientos odontológicos.

Se benefician 8,000 familias apadrinadas distribuidas en cuatro subproyectos en el área de occidente de nuestro país.

Estos subproyectos están ubicados en San Lucas Tolimán (Sololá), Chimaltenango (Chimaltenango), Tecpán (Chimaltenango) y San Antonio Aguas Calientes (Sacatepéquez), y se atienden 64 comunidades en total.

Las actividades en los cuatro subproyectos cubren seis programas los cuales son salud, nutrición, educación, asistencia familiar, asistencia comunitaria, y formación espiritual y valores.

2.2.2.2 SUBPROYECTOS

- Subproyecto "B"

San Lucas Tolimán, Sololá

(2,113.050 mts. SNM. Distancia: 150 kms. desde la sede central, a 3 hrs.)

Este subproyecto cubre 17 comunidades, beneficiando a 3,862 niños apadrinados y 2,200 familias, con el apoyo de 5 promotores sociales, los cuales atienden a 772 niños cada uno. Entre las comunidades que se atienden están Río Bravo, Suchitepéquez.

- Subproyecto "D"

Tecpán, Chimaltenango

(2,000.021 mts. SNM. Distancia: 88 kms. desde la sede central, a 2 hrs.)

Actualmente este subproyecto cubre 18 comunidades beneficiando a 3,666 niños apadrinados y 1,874 familias, con el apoyo de 5 promotores sociales los cuales atienden 733 niños cada uno.

~~CAPITULO 2~~ ~~CONCLUSIONES~~

- Subproyecto "M"

Chimaltenango, Chimaltenango

(1,800.017 mts. SNM. Distancia: 56 Kms. desde la sede central, a 1 Hr.)

El subproyecto de Chimaltenango, actualmente cubre a 18 comunidades, beneficiando a 3,240 niños apadrinados y 1,981 familias, con el apoyo de 5 promotores sociales que atienden a 648 niños cada uno.

- Subproyecto "J"

San Antonio Aguas Calientes, Sacatepéquez

(1,530.017 mts. SNM. Distancia: 50 Kms. desde la sede central, a 1 Hr.)

Este subproyecto actualmente cubre a 11 comunidades atendiendo a 3,399 niños apadrinados y 1,945 familias con el apoyo de 5 promotores sociales que atienden 680 niños cada uno.

Los programas que cubren los cuatro subproyectos con sus actividades, son:

- Salud:

Equipos de clínicas

Medicina

Referencias especiales

Exámenes de laboratorios

Kit higiene

Capacitación a promotores en salud

Compra de vitaminas

Emergencias médicas

Equipo dental

Kit dentales

• **Nutrición:**

Suplemento nutricional
Vitamina a niños desnutridos
Capacitaciones a familias
Refacción escolar

• **Educación:**

Útiles escolares
Uniformes escolares
Apoyo económico
Material didáctico para escuelas
Complemento de uniformes escolares
Apoyo a escuela con maestros
Maestras de educación alternativas
Talleres

• **Asistencia familiar:**

Cementado de dormitorios
Techado de dormitorios
Introducción de agua potable
Construcción de letrinas
Artículos para el hogar
Clases de alfabetización
Capacitaciones de habilidades a madres
Apoyo a emergencias
Regalos especiales:
- Cumpleaños
- Pascua
- Abrazo especial
- Navidad

- **Asistencia comunitaria:**
 - Reparación de escuelas
 - Reforestación
 - Campañas de saneamiento comunitarias
 - Tratamiento de depósitos de agua
 - Implementos de limpieza
 - Participación comunitaria

- **Formación de valores: (para jóvenes)**
 - Concursos de arte
 - Celebración de cumpleaños
 - Celebración de Navidad
 - Celebración del Día del Niño

El Proyecto cuenta con el apoyo de 825 promotoras comunitarias, colaboradoras y asesoras que participan en el desarrollo y ejecución de las actividades.

2.2.3 GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo al que está dirigido este proyecto lo integran todas aquellas personas internas de la institución, que se involucran en la labor de la misma. Además cada pieza tiene un grupo objetivo específico al que está dirigido, el cual será señalado en su descripción.

A continuación se especifican las características de estos grupos:

Personal que labora en **KATORI** (oficina central):

Sexo: masculino y femenino. Edad: de 18 a 60 años.
Nivel socioeconómico: Medio - Bajo
Nivel educativo: estudios a nivel diversificado para el personal de secretaría y atención al público, y estudios a nivel superior para el personal administrativo, trabajadores sociales y médicos.

Personal que labora en **KATORI** (subproyectos):

Sexo: masculino y femenino. Edad: de 18 a 40 años.
Nivel socioeconómico: Medio - Bajo
Nivel educativo: estudios a nivel básico para los promotores, colaboradores y voluntarios que impartan talleres de alfabetización.
Especialización en algún oficio para impartir talleres de hogar o artes industriales, y saber leer y escribir.

CAPITULO 2

OBJETIVOS

El grupo objetivo de *KATORI* esta conformado por:

Niños:

Sexo: masculino y femenino.
Nivel socioeconómico: Bajo
Nivel educativo: ninguno

Edad: de 2 1/2 a 7 años.

Familias de los niños:

Sexo: masculino y femenino.
Nivel socioeconómico: Bajo
Nivel educativo: ninguno

Edad: de 0 a 100 años.

Padrinos:

Sexo: masculino y femenino.
Nivel socioeconómico: Alto - Medio
Nivel educativo: no indispensable

Edad: de 18 a 60 años.

CAPÍTULO 3

3

PROPUESTA GRÁFICA JUSTIFICADA

A continuación, se describe el proceso racional y sistemático que se llevó a cabo con cada una de las piezas gráficas creadas para mejorar la imagen de la **ONG KADRI**.

Se describe cada elemento tomado en cuenta para su elaboración, después se justifica cada uno y luego se detalla los resultados de la encuesta realizada para validar cada diseño.

La imagen que se creó a través de estas piezas para la organización, desea transmitir formalidad, estabilidad, confiabilidad y seguridad, ya que estas son sus características. Por este motivo el diseño es formal, recto y estático, aunque en algunas piezas, algunos elementos pierden esa formalidad para darle un toque de dinamismo al diseño, porque la organización se dedica a los niños y ellos son dinámicos y con mucha vitalidad.

En los prebocetos y bocetos finales que a continuación se muestran, están las características de cada uno, en forma general. Estas serán detalladas posteriormente en la justificación de los elementos de diseño.

Para cada pieza se realizaron varios bocetos, de los cuales se tomaron las mejores opciones, para presentarlas en este documento. Entre éstas, se escogió el boceto final.

~~JUSTIFICACIÓN~~

JUSTIFICACIÓN DE LAS PIEZAS

Elementos gráficos:

Uso de fotografías con diseños de tejidos típicos en todas la piezas para identificar al grupo objetivo de la organización, los cuales se encuentran en el área occidental del país. Además de unificar con este elemento todo el material gráfico.

Letras del logotipo embosadas y rellenas con diseños de tejido típico para integrar la organización con su grupo objetivo.

Las fotografías del trifoliar, bifoliar y folleto son de apoyo al texto y sirven como equilibrio y dinamismo en el diseño. Únicamente en el folleto, algunas se recortaron en su contorno destacando lo más importante de estas y así darle movimiento a la pieza. En la portada se utilizó una fotografía que expresa, en la primera impresión, la labor de la organización, ya que esta serviría de presentación del proyecto *KADRI*, en una reunión de Children International. A ésta, se le difuminó el contorno, para darle suavidad al diseño. En el caso del rótulo se muestra una fotografía que es la parte por el todo y transmite el apoyo de la organización hacia sus beneficiados.

La pantalla a 30% en el eslogan de la papelería es para no recargar el diseño y crear equilibrio con los demás elementos. El folleto lleva pantallas blancas a 50% sobre el fondo típico para enmarcar las páginas y así mantener unidad con las demás piezas, además de lograr legibilidad en el texto colocado sobre esta.

Los recuadros utilizados en el recibo y la receta son para separar los datos que identifican la organización, de la información que se necesita consignar con estos documentos. También para guardar unidad con las demás piezas.

CAPÍTULO 3

AMBIENTOS

Tipografía:

KATORI maneja *Glasersteden* en su logotipo.

Se utilizó *Kirsten ITC* en su eslogan ya que de este modo se identifica al grupo objetivo que son niños, y así se le dio dinamismo al diseño. En los textos complementarios, contiene la letra *BenguiatGot Bk Bt* debido a ser poco tradicional y totalmente legible para ser comprendida por todo el grupo objetivo al que se dirige cada pieza.

Cromatología:

La mayoría de las piezas son *full color* ya que con este elemento se desea transmitir la alegría, viveza y dinamismo de los niños, quienes son lo primordial para la organización. Algunas piezas se encuentran monocromas en azul *réflex*, primero porque éste es el color utilizado por la institución, y luego para hacer más económica la reproducción, ya que utilizarán muchos ejemplares.

Técnica:

En la mayoría de las piezas, digital, ya que guarda la fidelidad del original, tiene la mejor calidad y es fácil de reproducir en serie. En el rótulo, la técnica es trabajada en vinil, debido al tiempo de duración y mayor nitidez. El sello es elaborado en hule, ya que este material es el que se utiliza. En la playera se usa serigrafía, debido a ser más económico que un bordado. Por último, en los automóviles, se pinta con pintura acrílica especial para autos, ya que esta técnica brinda más duración y resulta económica.

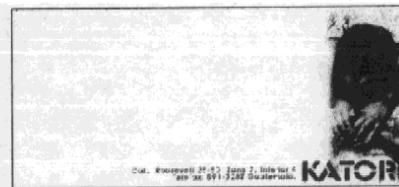
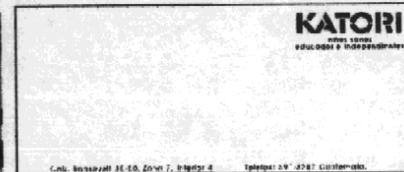
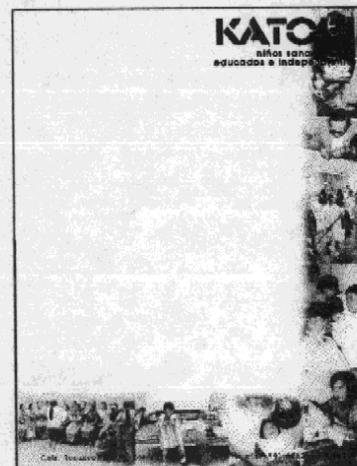
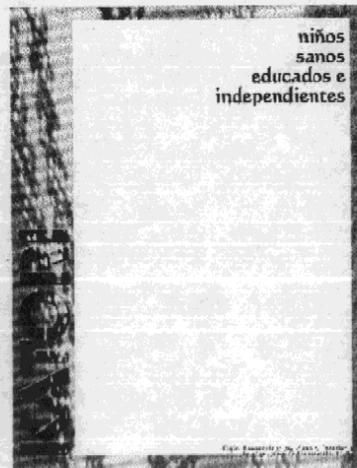
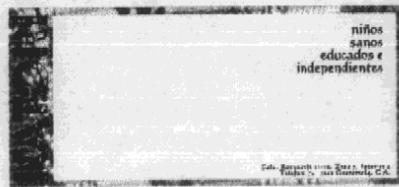
CAPÍTULO 3

prebuceto

HOJA Y SOBRE MEMBRETADO

Grupo objetivo: Personal de **KATORI** en sede central, en subproyectos y padrinos.

Se eligió esta propuesta porque una de las especificaciones fue que la imagen debía identificar en el extranjero, al grupo al que se dirige la organización, pero sobre todo a Guatemala, para diferenciar el proyecto de los demás proyectos de Children Internacional.

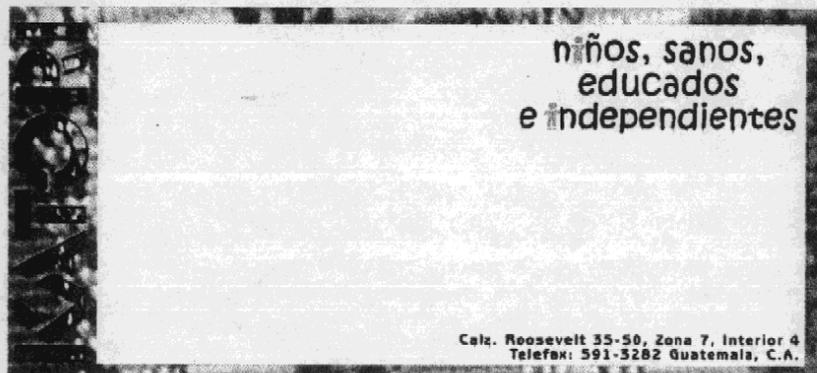


CABITMO 3

boceto final

Hoja de papel Bond, de 80 gramos
8 1/2" x 11", en posición vertical
Escala 50%

Sobre oficio de papel Bond, de 80 gramos
9 1/2" x 4 1/4", en posición horizontal
Escala 50%



Objetivo: Dar a conocer hacia que grupo objetivo se dirige la labor de la organización, a las personas que directa o indirectamente se relacionan con la **ONG**.

Elementos Gráficos: recuadro con diseños de tejido típico, efecto en el logotipo.

Tipografía: Glasersted, Kristen ITC y BenguiatGot BkBt

Técnica: digital

Color: Full Color

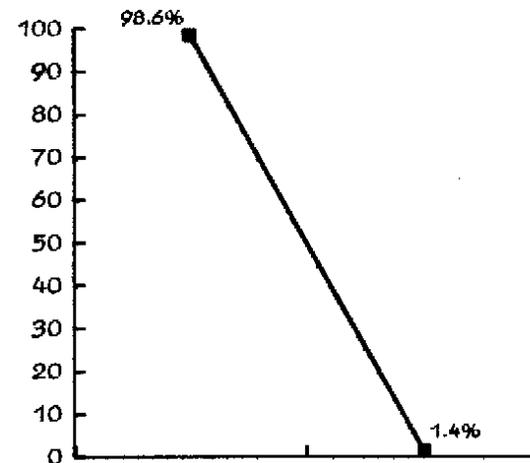
niños, sanos,
educados
e independientes

Calz. Roosevelt 35-50, Zona 7, Interior 4
Telefax: 591-5282 Guatemala, C.A.

Calz. Roosevelt 35-50, Zona 7, Interior 4
Telefax: 591-5282 Guatemala, C.A.

CARBUNOS

Validación



El **98.6%** de la muestra aprobó las piezas de diseño, sin hacerles algún cambio o modificación, considerándolas excelentes.

El **1.4%** restante consideró buenas las piezas, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en el color, para que fuera más legible el logotipo y no se perdiera en el elemento de fondo.

Ninguna persona de la muestra encuestada opinó que hubiera características regulares o malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de las piezas contra la desaprobación que pudieran tener, es por eso que se consideran como **EFICACES**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

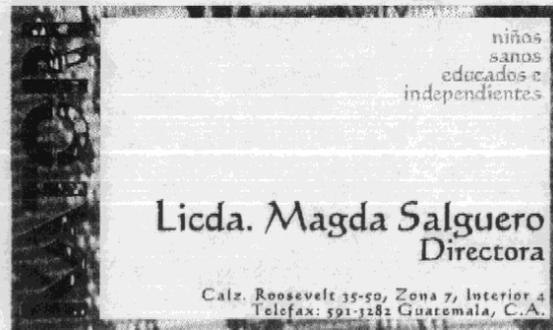
CAPÍTULO 3

preboceto

TARJETA DE PRESENTACIÓN

Grupo objetivo: Personal de **KATORI** en sede central, en subproyectos y padrinos.

Se eligió esta propuesta porque una de las especificaciones fue que la imagen debía identificar en el extranjero, al grupo que se dirige la organización, pero sobre todo a Guatemala, para diferenciar el proyecto de los demás proyectos de Children Internacional. Además que guarde armonía con los membretes.



CABITMO 3 ~~boceto final~~

Papel Lino, de 180 gramos
3 1/2" x 2", en posición horizontal
Escala 100%



Objetivo: Dar a conocer hacia que grupo objetivo se dirige la labor de la organización, a las personas que directa o indirectamente se relacionan con la *ONG*.

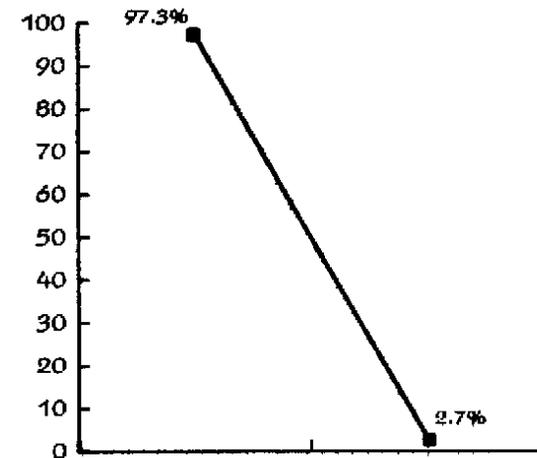
Elementos Gráficos: recuadro con diseños de tejido típico, efecto en el logotipo.

Tipografía: Glasersted, Kristen ITC y BenguiatGot BkBt

Técnica: digital

Color: Full Color

Calificación



El **97.3%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerles algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **2.7%** restante consideró buena la pieza, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en el color, para que fuera más legible el logotipo y no se perdiera en el elemento de fondo, y en la diagramación para que fuera más comprensible.

Ninguna persona de la muestra encuestada opinó que hubiera características regulares o malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

pre boceto

Grupo objetivo: Personal de KATORI en oficina central, en subproyectos y padrinos.

Se eligió esta propuesta porque una de las especificaciones fue que la imagen debía identificar en el extranjero, al grupo que se dirige la organización, pero sobre todo a Guatemala, para diferenciar el proyecto de los demás proyectos de Children Internacional.

El diseño del trifoliar está basado en el sobre membretado, es por eso que solo hay un pre boceto.

TRIFOLIAR INFORMATIVO



REQUISITOS PARA INGRESAR AL PROGRAMA:

- Estar comprendidos entre los 2 1/2 y 7 años de edad.
- Pertenecer a familias de escasos recursos.
- Tener más de un hermano.
- Vivir dentro del área de cobertura del Programa.
- Estar dispuesto a participar activamente en las diferentes actividades del Programa.
- Si el niño se encuentra en edad escolar debe de asistir a la Escuela.
- Asistir a consulta médica y dental una vez al año.
- Asistir al Proyecto una vez al año para la toma de fotografía.
- Escribir dos cartas al año a su Padrino o cuando sea necesario.
- Autorizar que la foto del niño pueda ser utilizada para publicidad del Programa.
- Las familias de niños apadrinados también deben de participar activamente en las actividades del Programa, como capacitaciones, campañas de fluorización, desparasitación o de saneamiento ambiental.

MISSION:
La Asociación Ayuda a Niños KATORI, es un Proyecto de apadrinamiento que otorga beneficios a los niños, familias y comunidades del área rural de la República de Guatemala, con Programas de Salud, Nutrición, Educación, Asistencia Familiar y Formación de Valores.

KATORI
niños sanos, educados e independientes



HISTORIA:
Children International se estableció en Estados Unidos en el año de 1.936, con el nombre de Misión Cristiana Para Tierra Santa, para ayudar a niños huérfanos y con problemas físicos, refugiados, viudas y personas ancianas de escasos recursos, en la ciudad de Betlén, JERUSALEM.
En el año de 1.978 llegó a tener 18 instalaciones en Belén, incluyendo el Centro para Niños con Impedimentos Físicos y Hospital Ortopédico Monte de David, Casa Hogar para Niños huérfanos, una escuela, una iglesia y varios edificios para usos múltiples.
En 1.988 obtiene el nombre de Children International. Instaló el primer proyecto en Guatemala a través del Ejército de Salvación y la Iglesia Católica en San Lucas Tolimán. Actualmente se atienden las poblaciones de Tecpán, San Lucas Tolimán, San Antonio Aguas Calientes, Chimaltanango y en la Ciudad Capital en el área marginal.
En 1.989 se inicia con el nombre de Desarrollo Integral del Niño de Escasos Recursos (DINER), como una asociación de apadrinamiento de niños de escasos recursos que se divide en dos grandes proyectos, uno en el área marginal de la ciudad capital y otro para el área rural Asociación de Ayuda a Niños KATORI.

NUUESTRA META:
Es lograr niños sanos, educados e independientes con una mejor calidad de vida.

CABILINO 3

boceto final

Elementos Gráficos: recuadro de tela típica, efecto en el logotipo, y fotografías.
Tipografía: Glasersted, Kristen ITC y BenguiatGot BkBt
Técnica: digital
Color: Full Color



REQUISITOS PARA INGRESAR AL PROGRAMA

- Estar comprendidos entre los 2 1/2 y 7 años de edad.
- Pertenecer a familias de escasos recursos.
- Tener más de un hermano.
- Vivir dentro del área de cobertura del Programa (centro de los cuatro subproyectos).
- Estar dispuesto a participar activamente en las diferentes actividades del Programa.
- Si el niño se encuentra en edad escolar debe de asistir a la Escuela.
- Asistir a consulta médica y dental una vez al año.
- Asistir al Proyecto una vez al año para la toma de fotografía.
- Escribir dos cartas al año a su Padrino o cuando sea necesario.
- Autorizar que la foto del niño pueda ser utilizada para publicidad del Programa.
- Las familias de niños apadrinados también deben de participar activamente en las actividades del Programa, como capacitaciones, campañas de fluorización, desparasitación o de saneamiento ambiental.

MISION:

La Asociación Ayuda a Niños KATORÍ, es un Proyecto de apadrinamiento que otorga beneficios a los niños, familias y comunidades del área rural de la República de Guatemala, con Programas de Salud, Nutrición, Educación, Asistencia Familiar y Formación de Valores.

TIRO



Papel Couché, de 120 gramos
 4 1/4" x 13", en posición horizontal
 Escala 50%

Objetivo: Brindar información general acerca de lo que es la organización, cuál es su labor y su misión, su historia, y los requisitos para pertenecer a ella.



HISTORIA:

Children International se estableció en Estados Unidos en el año de 1,956, con el nombre de Misión Cristiana Para Tierra Santa, para ayudar a niños huérfanos y con problemas físicos, refugiados, viudas y personas ancianas de escasos recursos, en la ciudad de Belén, Jerusalén.
 En el año de 1,979 llegó a tener 18 instalaciones en Belén, incluyendo el Centro para Niños con Impedimentos Físicos y Hospital Ortopédico Monte de David, Casa Hogar para Niños Huérfanos, una escuela, una Iglesia y varios edificios para usos múltiples.
 En 1,988 obtiene el nombre de Children International. Instaló el primer proyecto en Guatemala a través del Ejército de Salvación y la Iglesia Católica en San Lucas Tolimán. Actualmente se atienden las poblaciones de Tecpán, San Lucas Tolimán, San Antonio Aguas Calientes, Chimaltenango y en la Ciudad Capital en el área marginal.
 En 1,989 se inicia con el nombre de Desarrollo Integral del Niño de Escasos Recursos (DIHER), como una asociación de apadrinamiento de niños de escasos recursos que se divide en dos grandes proyectos, uno en el área marginal de la ciudad capital y otro para el área rural Asociación de Ayuda a Niños KATORÍ.

NUUESTRA META:

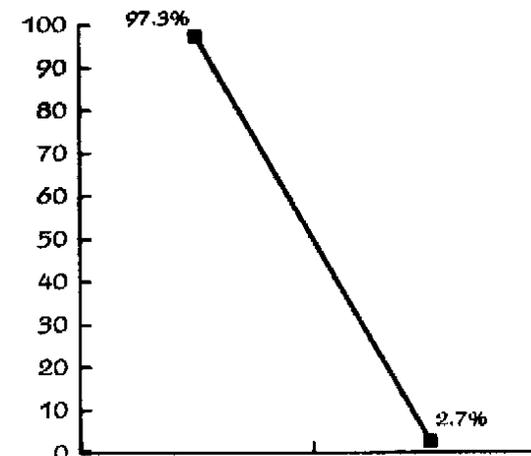
Es lograr niños sanos, educados e independientes con una mejor calidad de vida.



Children International, C.A.

RETIRO

Validación



El **97.3%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerles algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **2.7%** restante consideró buena la pieza, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en el color, para que tuviera más impacto, y en los elementos del diseño, para que realzara más la labor de la organización.

Ninguna persona de la muestra encuestada opinó que hubiera características regulares o malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

preboceto

CAPÍTULO 3
CABILLO 3

Grupo Objetivo: Personal de **KATORI** en oficina de Children Internacional.

Esta propuesta está basada en un preboceto de la hoja membretada, es por eso que solo hay un pre boceto, y el cambio que se realizó fue mejorar la fotografía.

PORTADA



~~CABITIMO 3~~ boceto final

Papel CrossPoint, de 180 gramos
8 1/2" x 11", en posición vertical
Escala 50%

II Reunión Regional
Año 2000

"LA REGIÓN HACIA EL 2001"

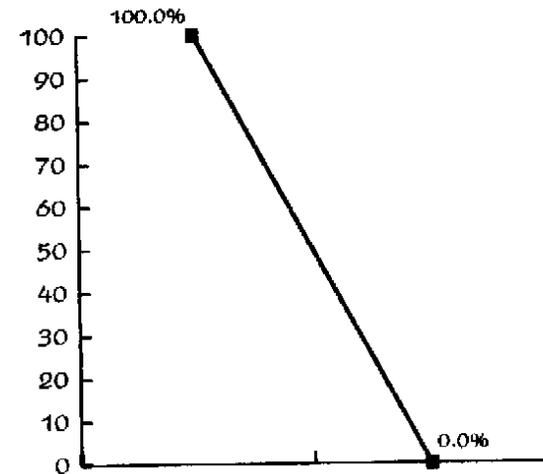
Objetivo: Identificar al proyecto **KATORI**,
en la II Reunión Regional de Children
Internacional.

Del 23 al 30 de septiembre de 2000
Overland Park-Kansas City

Elementos Gráficos: fotografía, efecto de difuminado en ella.
Tipografía: Glasersted, y BenguiatGot BkBt
Técnica: digital
Color: Full Color



Validación



El **100%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerle algún cambio o modificación, considerándola excelente.

Ninguna persona de la muestra encuestada opinó que hubiera características de la pieza que tuvieran que ser cambiadas o mejoradas.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

CABILLO 3

prebuceto

BIFOLIAR

Grupo objetivo: Padrinos y familias de niños beneficiados.

La opción señalada fue escogida debido a su sencillez, ya que el grupo objetivo conformado por los padrinos son personas preparadas, pero los familiares de los niños no lo son, por lo tanto será mejor comprendido por ambos.

LA SALUD ES UN TESORO Y POR ESO DEBES DE CUIDARTE

KATORI PROGRAMAS

En un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

LA SALUD ES UN TESORO Y POR ESO DEBES DE CUIDARTE

KATORI PROGRAMAS

En un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

LA SALUD ES UN TESORO Y POR ESO DEBES DE CUIDARTE

KATORI PROGRAMAS

En un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

LA SALUD ES UN TESORO Y POR ESO DEBES DE CUIDARTE

KATORI PROGRAMAS

En un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

Es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de enfermedades.

~~CABITIMO 3~~ boceto final

Papel Couché, de 120 gramos
8 1/2" x 11", en posición horizontal
Escala 30%

Objetivo: Proporcionar información acerca de los diferentes programas con los que son beneficiados los niños, a través del apadrinamiento.

Elementos Gráficos: fotografías, efecto de difuminado y sombra en ellas.
Tipografía: Glasersted, Kristen ITC y BenguiatGot BkBt
Técnica: digital
Color: Full Color.



niños, sanos,
educados
e independientes

Calz. Roosevelt 35-50,
Zona 7, Interior 4
Telefax: 591-3282
Guatemala, C.A.

PROGRAMAS

TIRO

CABITINO 3

boquete final

Papel Couché, de 120 gramos
8 1/2" x 11", en posición horizontal
Escala 30%

Objetivo: Proporcionar información acerca de los diferentes programas con los que son beneficiados los niños, a través del apadrinamiento.

Elementos Gráficos: fotografías, efecto de difuminado y sombra en ellas.
Tipografía: Glasersted, Kristen ITC y BenguiatGot BkBt
Técnica: digital
Color: Full Color



KATORI esta conformado por seis programas, dentro de los cuales podemos encontrar:

EDUCACIÓN: Los niños obtienen uniformes, pagos de colegiaturas, construcción de librerías comunitarias y programas de enseñanza.

También se imparten talleres que ayudan a los niños a aprender algún oficio como albañería, carpintería, costura, corte de pelo, primeros auxilios, etc.



SAUD: Abarca el cuidado regular médico y dental, medicamentos gratis o a bajo costo en nuestra farmacia o aliadas, campañas de vacunación y cuidado médico.

También se realizan exámenes de laboratorio o consultas al médico o con promotores, voluntarios de la comunidad. También se atienden emergencias.



NUTRICIÓN: Abarca un tratamiento de emergencia en caso de desnutrición, se brindan toda clase de vitaminas bebibles o inyectadas y se imparten clases comunitaria a los padres de educación nutricional.

RETIRO



La SAUD es un espacio completo de bienestar físico.

ASISTENCIA FAMILIAR: Educación vocacional para los padres y adolescentes, clases de literatura y programas para hacer que las familias sean autosuficientes y ayudarlos a desenvolverse mejor.



ASISTENCIA COMUNITARIA: Abarca la reparación y construcción de escuelas, programas de sanación ambiental, proyectos de agua potable, construcción de letrinas y atención de emergencias en caso de desastres naturales.

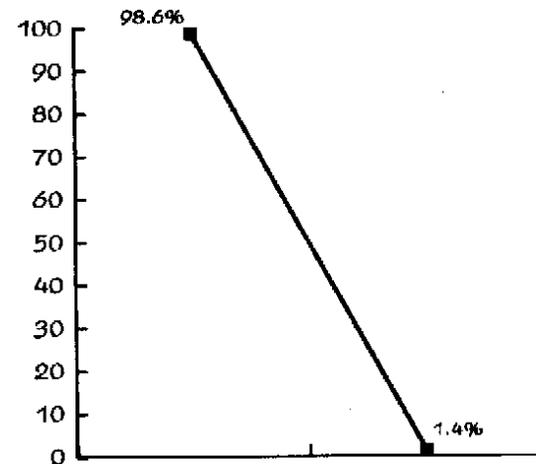


FORMACIÓN DE VALORES: Organización de grupos juveniles, programas de exploradores y actividades constructivas de orgullo, moral y valores espirituales.



niños, sanos, educados e independientes

validación



El **98.6%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerle algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **1.4%** restante consideró buena, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en el color, para que tuviera más impacto y el diseño tuviera más vida.

Ninguna persona de la muestra encuestada opinó que hubiera características regulares o malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

CAPÍTULO 3

preboceto

FOLLETO

Grupo objetivo: Padrinos.

El diseño de esta pieza es un poco más elaborado que las demás, ya que el grupo objetivo que son los padrinos quienes tienen un nivel educativo más alto y lo pueden comprender mejor.

La pieza fue aprobada en la primera opción presentada y sólo se hicieron pequeñas modificaciones en el texto, en su redacción y su ubicación.

Las fotografías fueron recortadas por el contorno del objeto a integrar en el folleto, para darle más dinamismo al diseño, y romper con la simetría del recuadro. La pieza se trabajó en el idioma inglés debido a su grupo objetivo.

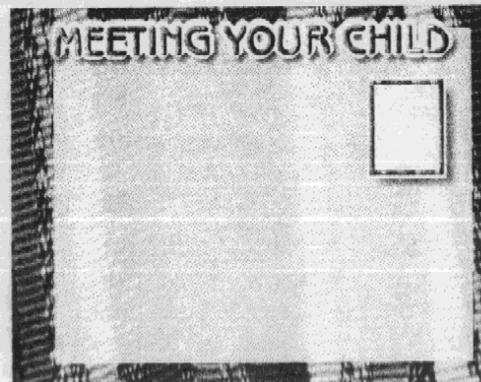


Portada

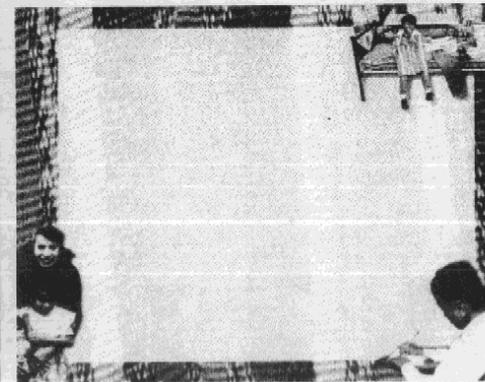


Contraportada

Páginas 1 y 2



Páginas 3 y 4



Páginas 5 y 6

boquete final

Papel Couché, de 120 gramos
8 1/2" x 11", en posición horizontal
Escala 30%



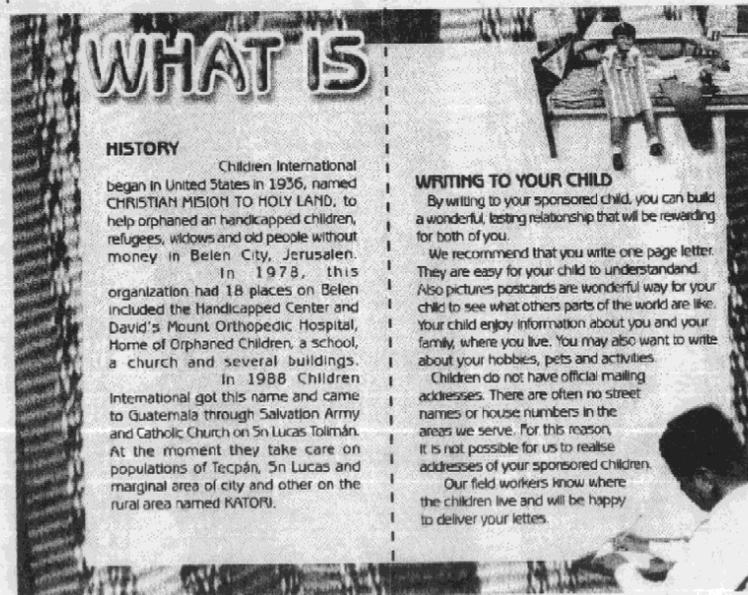
KATORI
niños, sanos,
educados
e independientes

Cals. Roosevelt 55-50, Zona 7, Interior 4
Telefax: 591-5282 Guatemala, C.A.

Don't holding on
to have good
of anyone who had the right,
when doing it
it's in your hands. Prov. 3:27

TIRO 1

Objetivo: Facilitar la documentación que la organización envía a los padrinos, iniciando una comunicación más directa con ellos.



WHAT IS

HISTORY

Children International began in United States in 1956, named CHRISTIAN MISSION TO HOLY LAND, to help orphaned and handicapped children, refugees, widows and old people without money in Belen City, Jerusalem.

In 1978, this organization had 18 places on Belen included the Handicapped Center and David's Mount Orthopedic Hospital, Home of Orphaned Children, a school, a church and several buildings.

In 1988 Children International got this name and came to Guatemala through Salvation Army and Catholic Church on 5n Lucas Tolimán. At the moment they take care on populations of Tecpán, 5n Lucas and marginal area of city and other on the rural area named KATORI.

WRITING TO YOUR CHILD

By writing to your sponsored child, you can build a wonderful, lasting relationship that will be rewarding for both of you.

We recommend that you write one page letter. They are easy for your child to understand. Also pictures postcards are wonderful way for your child to see what others parts of the world are like. Your child enjoy information about you and your family, where you live. You may also want to write about your hobbies, pets and activities.

Children do not have official mailing addresses. There are often no street names or house numbers in the areas we serve. For this reason, it is not possible for us to realise addresses of your sponsored children.

Our field workers know where the children live and will be happy to deliver your letters.

RETIRO 1

boocuto final

SPECIAL GIFTS FOR YOUR CHILD
 Would you like to provide your child with present at times other than Special Days? You may send an extra gift of \$5.00 more, which will be used in its entirety to purchase presents for your child like: Story book, Toys, Educational games, Sports equipment, Clothes and Shoes, Arts & Crafts supplies, Cooking equipment. No more than \$10.00 of gift will be spent on toys. The children and their families live in stark poverty and desperately need day to day essentials. That's why we feel inappropriate to purchase a large number of them at one time.

AN EXCITING OPPORTUNITY
 Your child would be delighted to have you visit! We feel that personal visits enhance the relationship between you and your child. We suggest that, if you do wish to give your child something, you bring a present with you when your visit takes place. A gift -such as a toy or new clothing- is a wonderful icebreaker.

KATORI?

OUR MISSION
 KATORI is a project of sponsors that gives benefits to children, families and communities of rural area of Guatemala, through Health, Nutrition, Education, Familiar Assistance, and Values Formation Programs.

OUR OBJECTIVE
 To make healthy, educated and independent children with better life.



TIRO 2

Elementos Gráficos: fotografías, efecto de difuminado y sombra en ellas, recuadros con diseños de tejido típico y pantallas.
 La pieza consta de una portada, una contraportada y seis páginas.
Tipografía: Glasersted, Kristen ITC y BenguiatGot BkBt
Técnica: digital
Color: Full Color

MEETING YOUR CHILD

Last Name: _____

Name: _____

Birthday: _____

Address: _____

Person in Charge: _____

Link: _____

Social Promoter: _____

Brothers: _____

Sisters: _____

Family Members: _____

School Year: _____

Grades Average: _____

Height: _____

Weight: _____

PHOTO

L.Pants/Dress size: _____

T-shirt/Blouse size: _____

Shoes size: _____

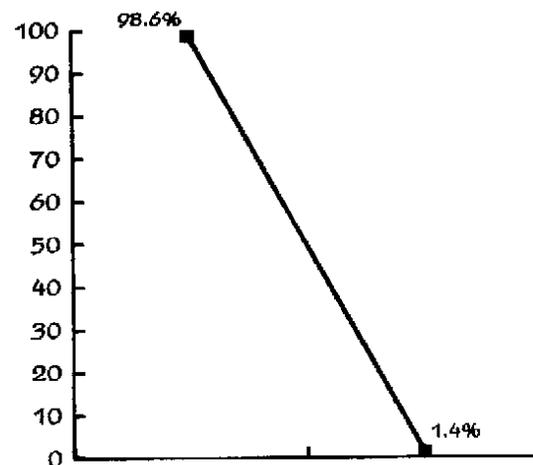
Hobby: _____

Favorite Food: _____

Favorite Game: _____

RETRO 2

validación



El **98.6%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerle algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **1.4%** restante consideró buena la pieza, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en el color.

Ninguna persona de la muestra encuestada opinó que hubiera características regulares o malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

~~preboceto~~

01811103

RECIBO

Grupo objetivo: Personal de oficina central y beneficiados de la organización.

La pieza fue aprobada en esta la primera opción presentada y sólo se hicieron pequeñas modificaciones en el texto, en su redacción y su ubicación.

KATORI niños sanos educados e independientes	No. <input type="text"/>	Por Q. <input type="text"/>
	Recibí de _____	
Recibido _____	La cantidad de _____	
La cantidad de _____	Por _____	
Por _____	_____ de _____ 200	
_____ de _____ 200	Orden No. _____	
Orden No. _____		

KATORI niños sanos educados e independientes	No. <input type="text"/>	Por Q. <input type="text"/>
	Recibí de K A T O R I	
Recibido _____	La cantidad de _____	
La cantidad de _____	Por _____	
Por _____	_____ de _____ 200	
_____ de _____ 200	Orden No. _____	
Orden No. _____		



~~boquete final~~

Objetivo: Generar documentación que facilite el registro de pagos donaciones efectuadas.

Elementos gráficos: recuadros con diseños de tejido típico.
Tipografía: Glasersted, Kristen ITC y BenguiatGot BkBt
Técnica: digital
Color: Azul Reflex

Papel Bond, de 80 gramos
4" x 10", en posición horizontal
Escala 75%

KATORI

niños, sanos,
educados
e independientes

Recibí de _____
La cantidad de _____
Por _____
_____ de _____ 200_____

Orden No. _____

No.

Por Q.

Recibí de K A T O R I

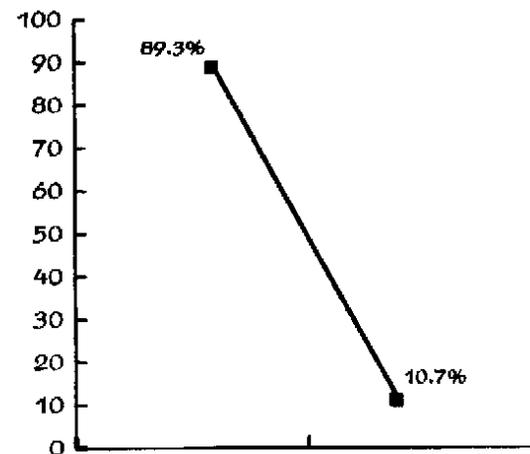
La cantidad de _____

Por _____

_____ de _____ 200_____

Orden No. _____

validación



El **89.3%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerle algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **10.7%** restante consideró buena la pieza, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en el color, en algunos elementos del diseño, en la información, en la unidad con la imagen, en dar a conocer la labor y en su función de mejorar la comunicación.

Ninguna persona de la muestra encuestada opinó que hubiera características regulares o malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

~~prebuceto~~ ~~ASISTENTES~~

RECETA

Grupo objetivo: Personal de oficina central, proveedores y beneficiados de la organización.

La pieza fue aprobada en esta la primera opción presentada y solo se hicieron pequeñas modificaciones en el texto, en su redacción y su ubicación.



KATORI
niños
sanos
educados e
independientes
Calif. Registrado por Zona 7 Health & Safety Agency, Lancaster, CA.

Nombre: _____ Fecha: _____

Rp. _____

Salto _____ Firma _____

KATORI
niños
sanos
educados e
independientes
Calif. Registrado por Zona 7 Health & Safety Agency, Lancaster, CA.

Nombre: _____ Fecha: _____

Rp. _____

Salto _____ Firma _____

~~CARTAS~~
~~buena final~~

Papel Bond, de 80 gramos
5 1/2" x 8 1/2", en posición vertical
Escala 75%

KATORI
niños, sanos,
educados
e independientes

Calle Roosevelt 55 50, Zona 7 Interior 4
Teléfono: 591-5282 Guatemala, C.A.

Nombre: _____
Fecha: _____

Rp.

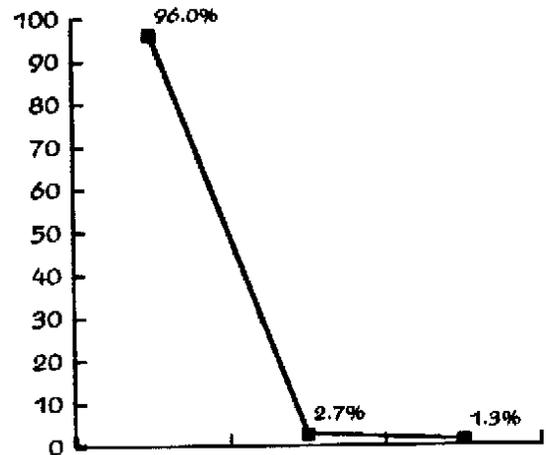
Sello _____ Firma _____

Objetivo: Ser medio de garantía de la organización para sus proveedores de medicinas y alimentos.

Elementos Gráficos: recuadros con diseños típicos.
Tipografía: Glasersted, Kristen *ITC* y Benguiat *Got BkBt*
Técnica: digital
Color: Azul *Réflex*

ARTÍCULO 3

Calificación



El **96%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerle algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **2.7%** consideró buena la pieza, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en algunos elementos del diseño y en su función de dar a conocer la labor de la organización.

Y el **1.3%** opinó que hubo características regulares como algunos elementos en el diseño.

Ninguna persona de la muestra encuestada contestó que hubiera características malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

CAPÍTULO 3 ~~preboceto~~

Grupo objetivo: Los beneficiados de la organización y posibles beneficiados posteriores.

La pieza fue diseñada a un color, inicialmente, luego con full color por ser más impactante y para guardar armonía con las demás piezas. Se eligió en formato vertical por el espacio en donde hay que colocarlo.

RÓTULO



KATORI

Niños
sanos
educados
e independientes.

~~CABITIMO 3~~
~~boceto final~~
~~CABITIMO 3~~

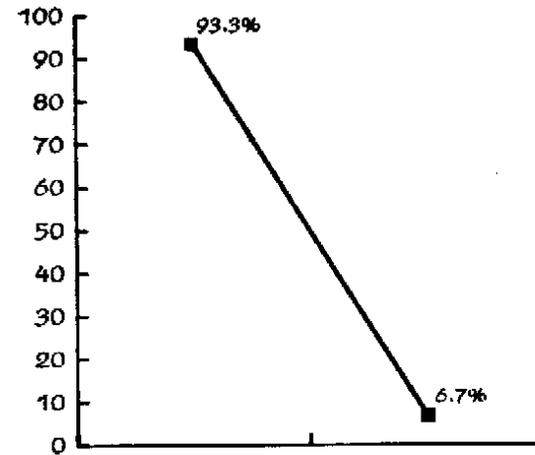
Vinil
1 x 1 1/2 mts., en posición vertical
Escala 4%

Objetivo: Identificar la oficina central de la organización y las oficinas de los subproyectos, para facilitar su ubicación.

Elementos Gráficos: recuadro con diseños de tejido típico y fotografía.
Tipografía: Glasersted, Kristen ITC.
Color: Full Color



justificación



El **93.3%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerle algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **6.7%** restante consideró buena la pieza, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en el color, en los elementos y en la creatividad del diseño, en la fotografía, y en la información.

Ninguna persona de la muestra encuestada contestó que hubiera características malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

~~CARTAS~~
~~proyecto~~

SELLO

Grupo objetivo: Personal de oficina central,
de subproyectos y beneficiados.

Se eligió este boceto y se solicitó crear sellos de
recibido, anulado, aprobado y cancelado.
Se utilizó la abstracción de niños del eslogan
para que tuviera unidad con las demás piezas
y que proyectara más, que la organización trabaja
con niños.



niños sanos
KATORI
educados e independientes.

KATORI
Calle Roosevelt 35-50,
Zona 7, Interior 4
Teléfono: 593-3282 Guatemala, C.A.

niños sanos
educados e independientes.
KATORI

KATORI
niños sanos
educados e independientes.

~~boquete final~~

~~CASTAÑO 3~~

Hule
1" x 2 1/2", en posición horizontal
Escala 120%

KATORI
 ANULADO

KATORI
 APROBADO

KATORI
 RECIBIDO

KATORI
 CANCELADO

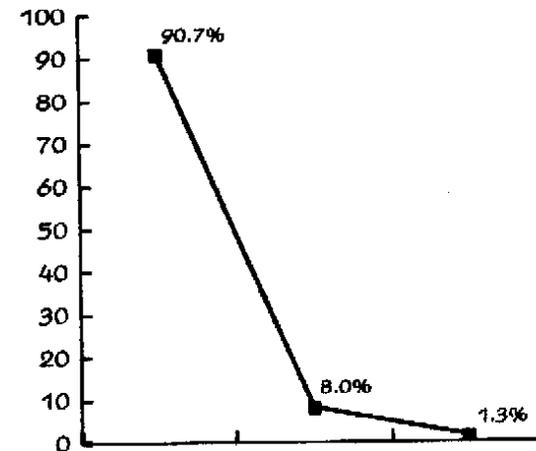
Objetivo: Servir como garantía de la opinión de la organización: anulado, aprobado, recibido, cancelado, y como medio de información.

Elementos Gráficos: abstracción de imágenes de niños.
Tipografía: Glasersted, Kristen ITC.
Técnica: digital
Color de tinta: Azul

KATORI

Calle Roosevelt 55-50,
Zona 7, Interior 4
Teléfono: 501-5282 Guatemala, C.A.

Calificación



El **90.7%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerle algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **8%** consideró buena la pieza, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en color, en algunos elementos del diseño, en la diagramación, en su forma de mejorar la comunicación y en su función de dar a conocer la labor de la organización.

Y el **1.3%** opinó que tenía que tener más unidad con el resto de las piezas de la imagen.

Ninguna persona de la muestra encuestada contestó que hubiera características malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

CAPÍTULO 3

preboceto

Grupo objetivo: Personal de subproyectos.

Se aprobó que la pieza señalada fue aprobada, que tuviera más unidad con las demás piezas, y que proyectara más que la organización trabaja con niños, por eso se aprovechó el diseño utilizado en el sello, modificando la información. La serigrafía es de color amarillo, porque representa la viveza de los niños, además es colocado sobre la playera azul, porque se logra legibilidad.

PLAYERA



boceto final

Objetivo: Identificar al personal de KATORI, utilizándolo como uniforme.

Elementos Gráficos: abstracción de imágenes de niños.
Tipografía: Glasersted, Kristen ITC.
Técnica: digital
Color de serigrafía: Amarillo



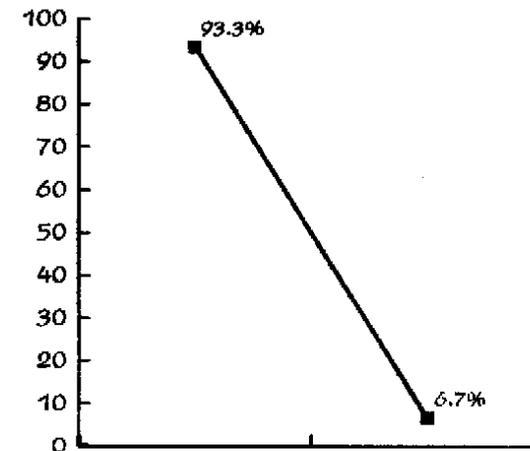
KATORI



niños sanos,
educados
e independientes

Serigrafía
3" x 6", en posición horizontal
Escala 50%

validación



El **93.3%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerle algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **6.7%** restante consideró buena la pieza, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en el color, en los elementos del diseño, en la diagramación y en la unidad.

Ninguna persona de la muestra encuestada contestó que hubiera características malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

CAPÍTULO 3

preboceto

ROTULACIÓN DE AUTOMOVILES

Grupo objetivo: Padrinos y beneficiados.

La pieza señalada fue aprobada. Se utilizó el diseño utilizado en el sello para que tuviera más unidad con las demás piezas, y para que proyectara más que la organización trabaja con niños.



boceto final

Acrílico
12" x 20", en posición horizontal
Escala 3%

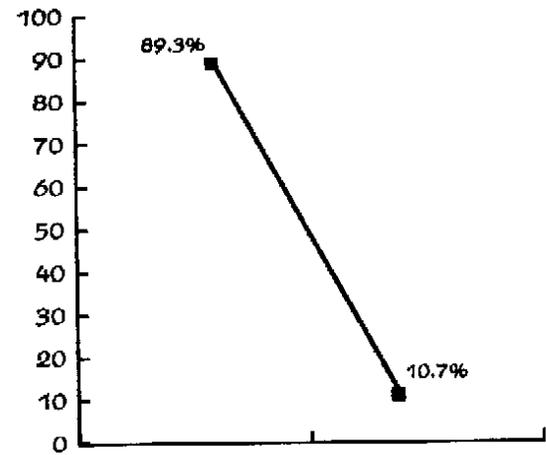


Objetivo: Identificar los vehículos de la organización, los cuales sirven para transportar a los padrinos durante las visitas a sus ahijados a la ciudad capital (microbús), o para transportar medicina, víveres o artículos de primera necesidad a los subproyectos y, algunas veces, para transportar al personal de *KATORI* (pick-up).

Elementos Gráficos: abstracción de imágenes de niños.
Tipografía: Glasersted, Kristen ITC.
Técnica: pintura con acrílico
Color: Azul/Blanco



Validación



El **89.3%** de la muestra aprobó la pieza de diseño, sin hacerle algún cambio o modificación, considerándola excelente.

El **10.7%** restante consideró buena la pieza, y señaló que había que realizarle una pequeña modificación en el color, en algunos elementos del diseño, en el tamaño, en la unidad con la imagen, en dar a conocer la labor y en creatividad.

Ninguna persona de la muestra encuestada opinó que hubiera características regulares o malas dentro del diseño.

La gráfica muestra una marcada diferencia de la aceptación de la pieza contra la desaprobación que pudiera tener, es por eso que se considera a la pieza presentada como **EFICAZ**.

Toda esta descripción detallada de la opinión de la muestra encuestada se puede encontrar en los cuadros expuestos en el anexo 1, donde se señala cuáles fueron los aspectos que necesitaron cambios.

Conclusiones

Durante la elaboración de este proyecto se desarrolló material gráfico con el cual se solucionaron los problemas de comunicación visual y se mejoró la imagen actual de la Organización no gubernamental KATORI.

1. Se elaboraron despegables (un bifoliar y un trifoliar) informativos de la organización los cuales, en un 97.95%, sí dan a conocer de forma general todos sus aspectos.
2. Se elaboró un folleto para la organización que, en un 98.60%, sí mejora la comunicación con los padrinos y la inicia de forma más directa.
3. En un 97.95%, sí se unificó la papelería de la organización con la imagen creada para el material informativo diseñado.
4. El material gráfico institucional elaborado sí fue, en un 94%, funcional para la administración de la organización.
5. El material gráfico diseñado para identificar a la organización, en un 91.97%, sí expresa qué hace, hacia quién se dirige y dónde está ubicada geográficamente.
6. El material diseñado en este proyecto sí identifica a la organización como guatemalteca, sí la distingue de entre los proyectos con que cuenta Children Internacional, y sí identifica a la población a la que se dirige.
7. Sí se realizó una labor social con este proyecto porque los diseños aquí presentados se elaboraron sin ningún costo y serán utilizados en un futuro inmediato.
8. La imagen diseñada sí cumple con su objetivo de dar a conocer la labor de la organización, y es más atractiva que la actual.

Recomendaciones

- Utilizar más material gráfico para mejorar la comunicación con su grupo objetivo, como folletos informativos y material para impartir los talleres dentro de las comunidades.
- Tomar en cuenta que con la mejora realizada en su imagen, la organización podría abarcar más lugares, y crecer ya que más personas lo conocerían, e incluso podrían contactar padrinos que residan en la Ciudad Capital de Guatemala, lo cual sería de mucho beneficio para la *ONG*.
- La imagen dentro de una organización gubernamental o no gubernamental, debe tener unidad y proyectar con su diseño a que se dedica, ya que esto crea mayor fuerza, logrando el posicionamiento y una mejor comunicación con su grupo objetivo.
- Designar un porcentaje del presupuesto destinado a la organización, especialmente para mejorar o mantener su imagen.

BIBLIOGRAFIA

~~BIBLIOGRAFIA~~

BIBLIOGRAFIA

Libros:

- Swann, Alan. Bases del Diseño Gráfico. Editorial Gustavo Gili S.A. Barcelona, 1990. Págs. 107-130.
- Swann, Alan. Diseño Gráfico. Editorial Naturart S.A. Barcelona, 1992. Págs. 112-185.
- Varios Autores. Identidad Corporativa. Se. España, 1994. Pág. 7
- Pineda, Beatriz y otros: Metodología de la Investigación. Se. Washington D.C., E.U.A., 1994. Págs. 126-129.

Documentos Inéditos:

- Díaz, Claudia. Tesis: El Trifoliar y el Bifoliar como medios de promoción de la edad ideal de enseñanza de lectoescritura. Se. Guatemala, 1997. Pág. 43.
- García, Teresa y Lesbia Chinchilla. Tesis: Material de Apoyo Gráfico para el Museo de Historia Natural y Jardín Botánico. Se. Guatemala, 1999. Pág. 23
- Herrera, Wendy. Tesis: Identidad e Imagen Corporativa del Grupo Artesanal Madera Decorativa de Ciudad Vieja, Sacatepéquez. Se. Guatemala, 1999. Págs. 9, 10, 16, 17, 18.
- Jurado, Gustavo. Folleto: El Diseñador Gráfico Frente al Lenguaje Visual y sus Elementos Constitutivos. Se. Guatemala, 1998. Pág. 2

BIBLIOGRAFIA

~~bibliografía~~

BIBLIOGRAFIA

- Díaz, Claudia. Tesis: El Trifoliar y el Bifoliar como medios de promoción de la edad ideal de enseñanza de lectoescritura. Se. Guatemala, 1997. Pág. 43.
- García, Teresa y Lesbia Chinchilla. Tesis: Material de Apoyo Gráfico para el Museo de Historia Natural y Jardín Botánico. Se. Guatemala, 1999. Pág. 23
- Herrera, Wendy. Tesis: Identidad e Imagen Corporativa del Grupo Artesanal Madera Decorativa de Ciudad Vieja, Sacatepéquez. Se. Guatemala, 1999. Págs. 9, 10, 16, 17, 18.
- Jurado, Gustavo. Folleto: El Diseñador Gráfico Frente al Lenguaje Visual y sus Elementos Constitutivos. Se. Guatemala, 1998. Pág. 2
- Mazariegos de León. Tesis: Las ONG's en Guatemala su Funcionamiento y Falta de Fiscalización Legal. Se. Guatemala, 1994. Pág. 5
- Pacheco, Victor. Tesis: Difusión de la Artesanía Mascarera en la Antigua Guatemala. Se. Guatemala, 1999. Págs. 8-21.
- Sa. Folleto: Imagen Corporativa. Se. Guatemala, 1999. Snp.
- Sa. Folleto: Métodos de Diseño. Se. Guatemala, 1999. Snp.
- Imágenes de Empresas. www.lukasnet.com/imag.htm

~~GLOSARIO~~

GLOSARIO

- **Análisis:** Separación y distinción de las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios constitutivos.
- **Analogía:** Similitud.
- **Analogía Figurativa:** Similitud gráfica.
- **Apadrinar:** Acompañar como padrino a una persona en un acto solemne. Patrocinar, proteger.
- **Articulación:** Unión de dos piezas.
- **Auspiciar:** Favorecer.
- **Boceto:** Ensayo que hace un artista antes de empezar una obra, esbozo, bosquejo.
- **Cánones:** Reglas metódicas, normas o preceptos que se deben observar.
- **Catálisis:** Aceleración de una reacción producida por la presencia de una sustancia que permanece inalterada.
- **Color:** Impresión producida en los ojos por la luz difundida por los cuerpos.
- **Complementario:** Que sirve para completar algo.
- **Composición:** Manera como forman un todo diferentes partes.
- **Comunicador:** Persona que transmite lo que conoce o tiene.
- **Conceptual:** Referente a una idea.
- **Configuración:** Dar forma o crear el aspecto de algo.
- **Conjunto:** Unión de varios elementos.
- **Contextual:** Conjunto de circunstancias en las que se sitúa un hecho.
- **Contraste:** Ser muy diferente, no parecerse a nada.
- **Crear:** Producir algo de la nada. Inventar.
- **Creatividad:** Don de producir o inventar algo. Aptitud para descubrir nuevas formas o realidades, espíritu creativo.
- **Curva:** Línea curva, línea cuya dirección cambia progresivamente sin formar ningún ángulo.

~~Glosario~~

- **Diagramación:** Ordenamiento lógico de las variaciones de un fenómeno.
- **Dialecto:** Variante de un idioma.
- **Dimensión:** Cada una de las tres direcciones en que se mide la extensión de un cuerpo.
- **Diseñador:** Persona que realiza un diseño.
- **Diseño:** Dibujo. Descripción o bosquejo de alguna cosa.
- **Entorno:** Medio ambiente.
- **Esfera:** Globo, sólido limitado por una superficie curva cuyos puntos equidistan todos de otro interior llamado centro.
- **Espacio:** Extensión indefinida que contiene todo lo existente.
- **Esquema:** Representación de una figura sin entrar en detalles indicando solamente sus relaciones y funcionamiento.
- **Experimental:** Basado en la experiencia.
- **Expresión:** Manifestación de un pensamiento, sentimiento o deseo.
- **Feed-back:** Retorno, regreso.
- **Figura:** Forma exterior de un cuerpo por la cual se distingue de otro, silueta.
- **Forma:** Figura exterior o disposición de los cuerpos u objetos.
- **Fuente:** Tipo de letra.
- **Full color:** Significa a todo color.
- **Gráfico:** Representación por medio de dibujos o signos.
- **Grupo Objetivo:** Conjunto de personas que tienen características similares a las cuales se desea transmitir un mensaje.
- **Horizontal:** Paralelo al horizonte.
- **Icono:** Imagen o representación de algo.
- **Idea:** Representación mental de una cosa real o imaginaria.
- **Ilustrar:** Aclarar o explicar una materia. Adornar con grabados, estampas o fotografías.
- **Imagen:** Representación de las personas y objetos en la mente.
- **Impresión:** Huella que deja una cosa que aprieta con otra.

~~Glosario~~

GLOSARIO

- **Impresari:** Persona que imprime.
 - **Integración lógica:** Componer un todo con sus partes integrantes de forma ordenada.
 - **Interpretar:** Explicar el sentido de algo que no está expresado claramente.
 - **Intervalos:** Distancia que hay de un lugar a otro.
 - **Intrínseco:** Intimo. Que está en el interior.
 - **Investigación:** Realizar indagaciones con un propósito definido.
 - **Kit:** Significa, equipo, caja de herramientas o juego.
 - **Lenguaje:** Conjunto de sonidos articulados con que el hombre manifiesta lo que piensa o siente.
 - **Lingüística:** Ciencia del lenguaje humano o estudio científico de las lenguas.
 - **Logística:** Ciencia que estudia las ideas y el razonamiento.
 - **Marketing:** Estudio y aplicación de las medidas adecuadas para incrementar las ventas de un producto, una vez conocidas las necesidades del consumidor.
 - **Método:** Conjunto de pasos ordenados con el fin de llegar a la verdad y enseñarlo.
 - **Metodología:** Método.
 - **Objetivo:** Finalidad, meta.
 - **ONG:** Organización no gubernamental.
 - **Organización:** Apelación de ciertas instituciones.
 - **Padrino:** El que favorece o protege a otro en sus pretensiones, adelantamientos o designios.
 - **Percepción:** Aprender la realidad exterior por los sentidos.
 - **Pluralismo:** Multiplicidad. Sistema político basado en la coexistencia de varias tendencias.
 - **Previsualización:** Imaginar con rasgos visibles algo que no se ve,
-
-

~~glosario~~

GLOSARIO

- **Proceso de Diseño:** Proceso racional y sistemático por medio del cual se realiza un bosquejo.
 - **Programáticas:** Lo relacionado con una declaración previa.
 - **Promotor:** Persona que se compromete a construir una o varias operaciones.
 - **Propuesta gráfica justificada:** Piezas gráficas creadas a través de un proceso de diseño, fundamentada racional y creativamente, de acuerdo a objetivos planteados.
 - **Racional:** Dotado de razón.
 - **Reproducción:** Sacar una copia de una obra, texto o ilustración.
 - **Retiro:** Parte posterior de un documento impreso.
 - **Rumor:** Noticia vaga que corre entre la gente. Ruido confuso.
 - **Segmentar:** Realizar una división.
 - **Semiología:** Ciencia que estudia los signos y su significado.
 - **Síntesis:** Explicación que reúne los distintos elementos de un conjunto.
 - **Sistemático:** Ciencia de la clasificación.
 - **Subvenciones:** Cantidad dada por el estado o por una colectividad a una sociedad, empresa o individuo.
 - **Técnica:** Conjunto de procedimientos propios de un arte, ciencia u oficio.
 - **Teórico:** Relativo a lo opuesto a la práctica.
 - **Tergiversación:** Falsa interpretación.
 - **Tiro:** Parte anterior de un documento impreso.
 - **Tono:** Grado de intensidad de los colores.
 - **Tridimensional:** Que presenta tres dimensiones: largo, ancho, altura o profundidad.
 - **Vertical:** Recta o plano perpendicular al horizonte.
 - **Volumen:** Extensión del espacio de tres dimensiones ocupados por un cuerpo.
 - **Yuxtaposición:** Situación de una cosa colocada junto a otra.
-
-

~~SECRET~~

RESULTADOS DE PRUEBA PILOTO

A continuación se exponen los resultados obtenidos de la prueba piloto de las piezas diseñadas para este proyecto al grupo objetivo.

Esta prueba piloto se realizó con el propósito de determinar la eficacia de éstas, y consistió en tomar una muestra del grupo objetivo y hacerles una encuesta sobre las características de cada una de ellas.

En reuniones programadas con el personal que labora en la organización, se presentaron los bocetos finales a una parte de este grupo y se les encuestó sobre ellos.

Luego, con los datos obtenidos de las encuestas, se pudo comprobar la eficacia de las piezas, como se muestra en los cuadros siguientes.
