



universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Programa de Diseño Gráfico



“Promoción del Club de Amigos Aldeas Infantiles S.O.S.  
en Ciudad San Cristóbal, Guatemala”

Proyecto de graduación presentado por:  
María del Rosario Ascoli Serrano  
Cynthia Lorena Zúñiga Herrera  
Previo a optar el Título de Técnico Profesional en Diseño Gráfico  
Guatemala, abril de 2004



## DEDICATORIA

El éxito se refiere al proceso de enseñanza-aprendizaje y los obstáculos que superamos en el camino. Esto nos hace crecer como personas, estudiantes y profesionales.

Queremos dedicar este proceso de éxito a **Dios**, nuestra razón de ser, a nuestros **padres**, por brindarnos una vida excelente y a nuestros **asesores** por compartirnos su experiencia y sabiduría.

“No existe éxito sin lucha...  
ni lucha sin recompensa  
y alegría”

Cynthia y Rosario



## **JUNTA DIRECTIVA**

Decano:	Arq. Carlos Enrique Valladares
Secretario:	Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Vocal I:	Arq. Edgar López Pazos
Vocal II:	Arq. Jorge Arturo González
Vocal III:	Arq. Jorge Escobar Ortiz
Vocal IV:	Br. Werner Enrique García Vicente
Vocal V:	Br. Glenda Rocío Araujo García

## **TRIBUNAL EXAMINADOR**

Examinador I:	D.G. Julieta Molina
Examinador II:	D.G. Yadira Aguilar
Examinador III:	Arq. Salvador Gálvez

## **ASESORES**

Asesora Gráfica:	D.G. Margarita Tobar
Asesor Metodológico:	Arq. Julio Roberto Tórtola



## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>CAPÍTULO 1</b>	
1.1    Objetivos	2
1.1.1    General	2
1.1.2    Específico	2
1.2    Planteamiento del Problema	2
1.3    Justificación del Problema	
1.4    Perfil del Cliente	2
<b>CAPÍTULO 2</b>	
2.1    Grupo Objetivo	6
2.2    Método de Diseño	6
2.2.1    Análisis	6
2.2.2    Síntesis	7
2.2.3    Evaluación	7
2.3    Propuesta Gráfica	9
2.4    Justificación de la Propuesta Gráfica	21
2.5    Conceptos de Diseño	23
<b>CAPÍTULO 3</b>	
3.1    Validación de la Propuesta Gráfica	26
3.1.1    Técnica a utilizar	26
3.1.2    Instrumento a utilizar	26
3.1.3    Perfil del Informante	26
3.1.4    Procedimiento para aplicar la encuesta	27
<b>CONCLUSIONES</b>	28
<b>RECOMENDACIONES</b>	28
<b>GLOSARIO</b>	30
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	34
<b>ANEXOS</b>	37





## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de graduación está orientado a la promoción del Club de Amigos S.O.S. en Ciudad San Cristóbal, Guatemala.

El Club de Amigos S.O.S. es el medio frecuente de recaudación económica de las Aldeas Infantiles S.O.S. Está conformado por personas individuales que brindan un aporte mensual a la institución. Dicho aporte va desde Q.35.00 en adelante. Este aporte los convierte en amigos S.O.S., así como difusores y promotores de la filosofía S.O.S.

El proyecto de promoción del Club de Amigos S.O.S. se identificó por la necesidad que tienen las Aldeas Infantiles S.O.S. de divulgar los servicios y actividades del Club con el propósito de captar nuevos amigos. Para dicha promoción se diseñaron diversas piezas gráficas como: Bifoliar, Volante, Afiche, Calendario, Anuncio de Prensa y Página Web. Se utilizó el Método de Diseño Caja de Cristal de tres etapas, así: Análisis, Síntesis y Evaluación. Para su validación se estructuró una encuesta conformada por diez preguntas semi-abiertas, y diversas entrevistas con el cliente.

Al proyecto se le aplicaron los conocimientos adquiridos en la carrera de Diseño Gráfico, de lo cual se obtuvieron nuevas experiencias que serán aplicadas en el futuro.



## **1.1 Objetivos:**

### **1.1.1 General**

-Diseñar propuestas gráficas que divulguen la promoción del Club de Amigos S.O.S.

### **1.1.2 Específico**

- Crear piezas gráficas para motivar la participación voluntaria.

## **1.2 Planteamiento del Problema:**

El problema de investigación se orienta a la falta de divulgación del Club de Amigos S.O.S. en la ciudad de Guatemala.

## **1.3 Justificación del Problema:**

Se pretende aumentar la participación de la población guatemalteca de la ciudad capital con la aportación mensual al Club de Amigos S.O.S. La propuesta gráfica se desarrollará como solución al problema de comunicación a través de la promoción.

De esta manera se divulgará la importancia del Club de Amigos S.O.S. y cómo participar en él, mediante piezas gráficas establecidas.

Las personas beneficiadas serán los 100 niños que pertenecen al Club de Amigos S.O.S. y viven en la Aldea Infantil de ciudad San Cristóbal.

El Club de Amigos S.O.S. cuenta con los recursos necesarios para la elaboración del proyecto.

## **1.4 Perfil del Cliente:**

El Club de Amigos Aldeas Infantiles S.O.S. se encuentra ubicado en la 5a. calle 6-39 zona 8 Mixco, Ciudad San Cristóbal.



Las oficinas se sitúan en la 9a.calle 1-96 zona 3 de Mixco Col. El Rosario. La persona encargada, en la actualidad es la coordinadora de Mercadeo y Comunicación, Licda. Flor de María Chajón Aguilar.

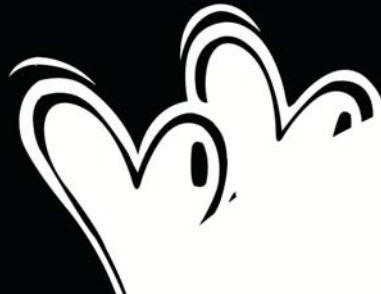
La misión de la institución, es guiar a los niños, niñas, jóvenes y señoritas hacia una vida autónoma, para poder tomarla en sus propias manos de manera responsable. La visión es ofrecer al niño huérfano y abandonado una familia en la cual pueda desarrollarse y ser feliz, en un ambiente digno y solidario.

#### Objetivo General del Cliente

-Ofrecer a niños huérfanos o que han quedado sin la protección de sus padres, sin distinción de origen, religión ó nacionalidad, una familia y un hogar estable en la Aldea Infantil S.O.S., para que desarrollen sus capacidades y potencialidades hasta convertirse en adultos responsables de sí mismos, capaces de vivir en sociedad.

#### Objetivos Específicos del Cliente

- Cada niño y niña recibe asistencia que corresponde a sus necesidades individuales.
- Cada niño y niña se siente amado, protegido y seguro. Establece nuevas relaciones sólidas y de confianza en su misma familia y con los de las otras casas.
- Cada niño y niña es potencializado desarrollando sus capacidades hasta lograr su independización.
- Cada niño y niña vive en un entorno que corresponde a sus necesidades infantiles.
- Cada niño y niña queda en contacto con su familia de origen.
- Cada niño y niña conoce sus orígenes culturales.
- Cada niño y niña recibe una atención médica adecuada: física, mental y espiritual.



-Cada niño y niña recibe una terapia psicopedagógica apropiada.

-Cada niño y niña recibe una formación escolar y profesional según sus capacidades e intereses.

-Cada niño y niña cuenta con su documentación y expediente completo y actualizado.

Valores de la Institución:

-Respeto hacia nuestros semejantes  
Nadie es más ni menos que nadie.

-Tolerancia  
Aceptar nuestra diversidad humana y convivir en paz.

-Sinceridad  
Hablar con la verdad.

-Integridad  
Actuar según lo que pensemos. No aparentar lo que no somos.

-Confianza  
Tener la seguridad y certeza de la bondad en uno mismo y en los demás.

-Alegría  
Vivir la vida con optimismo. Aprender a sonreír y a ser feliz.

Antecedentes Gráficos

-Logotipos

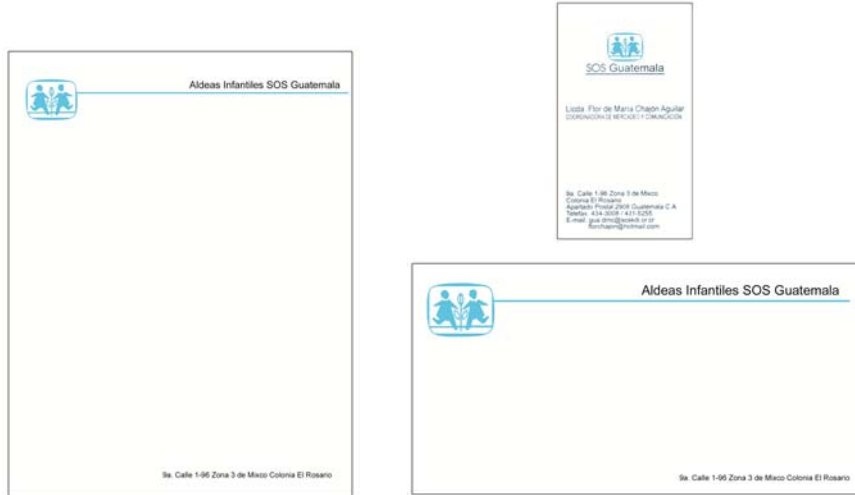


**Aldeas Infantiles  
SOS  
Guatemala**





## Papelería



## Papelería Contable



## Publicaciones



Necesidades Gráficas manifestadas por el cliente:

- Bifoliar
- Volante
- Afiche
- Calendario
- Anuncio de prensa
- Página web



## Capítulo 2: Propuesta Gráfica Justificada

Para la realización de la propuesta gráfica se realizaron diversas citas con el cliente, en las que se obtuvo la información necesaria para tener un panorama amplio del problema de comunicación a resolver. Utilizando esta información se diseñaron los pre-bocetos hasta llegar a sintetizar las ideas en un arte final que fue evaluado por el cliente y una muestra del grupo objetivo.

### 2.1 Grupo Objetivo

Formado por personas de ambos sexos, casados, residentes en la ciudad capital de Guatemala. Entre las edades de 30 a 55 años, que le agraden los niños. Con ingresos mensuales de Q.5,000 a Q.10,000 que posean una cuenta bancaria y estudios diversificados y/o universitarios, con el deseo de ayudar a la sociedad contribuyendo voluntariamente con la institución. Que tengan preferencias en mejorar la calidad de vida

de los niños de las Aldeas, así como su nivel de educación, salud física y emocional, dando una ayuda mensual superior a los Q35.00 dirigida a todos los niños en general.

### 2.2 Método de Diseño

El método utilizado es de Tres Etapas, que exterioriza el proceso de diseño el cual está dividido en: Análisis, Síntesis y Evaluación.

“Las tres etapas pueden definirse en simples palabras como dividir el problema en partes, colocar de nuevo las piezas en otro orden y ponerlo a prueba para descubrir las consecuencias de la nueva organización en práctica” (Tórtola, 1999:39).

#### 2.2.1 Análisis

En esta etapa se describe el planteamiento del problema y se divide en partes. Se obtiene un espacio de investigación muy amplio para la búsqueda de una solución. Se registra la información obtenida (Tórtola, 1999:42).





### **2.2.2 Síntesis**

Es la etapa de alto nivel creativo donde surge la elaboración del modelo de diseño a partir de la información obtenida. Se da el proceso de decisiones siendo también una etapa de crítica considerando el modelo de diseño adecuado sin posibilidades de comprobación (Tórtola, 1999:42).

### **2.2.3 Evaluación**

En esta etapa se reducen las opciones a un único diseño y se pone a prueba con el cliente o grupo objetivo (Tórtola, 1999:42).



<b>Análisis</b>	<b>Síntesis</b>	<b>Evaluación</b>
<p>En esta etapa se realizaron diversas entrevistas con el cliente, en las que se planteó el problema de promoción del Club de Amigos Aldeas Infantiles S.O.S. en Ciudad San Cristóbal. La institución es una Organización no gubernamental con el propósito de ofrecer a niños huérfanos o que han quedado sin la protección de sus padres, sin distinción de raza, religión ó nacionalidad, una familia y un hogar estable en la Aldea Infantil S.O.S. para que desarrollen sus capacidades y potenciales hasta convertirse en adultos responsables de sí mismos y capaces de vivir en sociedad.</p> <p>Debido a la necesidad de motivar a la población guatemalteca de la ciudad capital, se decidió realizar una propuesta gráfica que motive la participación voluntaria con una aportación mensual al Club.</p>	<p>La institución tiene necesidades de comunicación por la falta de apoyo de material gráfico para promover el Club de Amigos Aldeas Infantiles S.O.S. y poder lograr sus objetivos. Por lo mismo proponemos las siguientes piezas gráficas para la solución del problema:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Bifoliar 8.5 x 7 pulg. Full color, tiro y retiro</li> <li>-Volante 8.5 x 5.5 pulg. Full color, tiro.</li> <li>-Afiche 11 x 17 pulg. Full color, tiro.</li> <li>-Calendario 11 x 1.3 pulg. Full color, tiro.</li> <li>-Anuncio de Prensa 1/4 página. 4 x 3 M. Full color.</li> <li>-Página web</li></ul>	<p>Las propuestas gráficas se validaron a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Entrevistas con el cliente</li> <li>-Encuestas a una muestra del grupo objetivo</li></ul>



## 2.3 Propuesta Gráfica

Afiche  
11x 17 Pulg.



# Club de Amigos de Aldeas Infantiles SOS

Las Aldeas Infantiles SOS son la mejor opción para los niños que perdieron la protección de sus padres.

Tú puedes ayudar a dar a nuestros niños y niñas un hogar, alimentación, educación y el amor de una familia.

Ayuda con tus aportes en la:

*La Casita SOS*



*Un amigo,  
una familia,  
una nueva realidad.*



Telefax: 434 3008. 9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario  
e-mail: [sosguate@quik.guate.com](mailto:sosguate@quik.guate.com); [gua.dmc@soskdi.or.cr](mailto:gua.dmc@soskdi.or.cr)

Bifoliar (Tiro)  
8.5 x 7 Pulg.

Club  
de Amigos

Todo niño tiene derecho a una familia, quienes lo han perdido, pueden tener otra oportunidad.

Tus aportes pueden hacer la diferencia.



### ¿Cómo podemos ayudar?

Inscríbete al Club de Amigos SOS y envía tu solicitud de inscripción a la Oficina Nacional de Coordinación de ALDEAS INFANTILES SOS, al Depto. de Mercadeo y Comunicación.

Contacto: Karla González  
Telefax: 434 3008

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco Col. El Rosario  
E-mail: sosguate@quik.guate.com  
gua.dmc@soskdi.or.cr

Nombre:

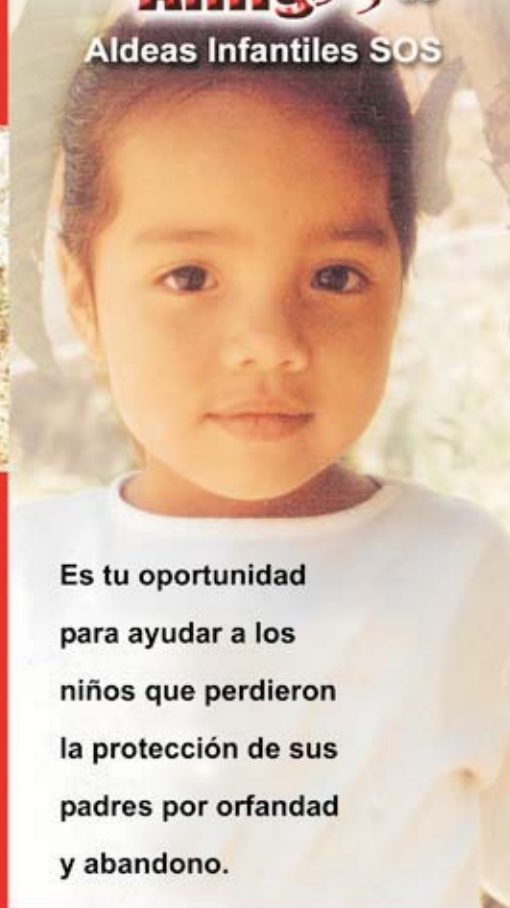
Dirección:

Telefax:

Mi aporte mensual será de:

Q.35  Q.50  Q.100  Q.

Club  
de Amigos de  
Aldeas Infantiles SOS



Es tu oportunidad  
para ayudar a los  
niños que perdieron  
la protección de sus  
padres por orfandad  
y abandono.

Un amigo,  
una familia,  
una nueva realidad.



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

Bifoliar (Retiro)  
8.5 x 7 Pulg.



## Club de Amigos SOS



La captación de amigos SOS se realiza a través de envío de cartas de correo directo, insertos en estados de cuenta, charlas informativas y telemarketing.

### ¿Qué sucede después de inscribirse?

Una vez llena la boleta con sus datos generales y remitida al Departamento de Mercadeo y/o Proyecto SOS se le envía una carta de bienvenida con mayor información sobre la asociación.

El Club de Amigos SOS es el medio frecuente de recaudación conformado por personas individuales que brindan un aporte mensual a la institución, que va desde Q. 35.00 mensuales en adelante. Este aporte los convierte en Amigos SOS. Los amigos tienen un acercamiento con los niños y niñas de la Aldea Infantil. Se convierten en difusores y promotores de la filosofía SOS.



Ayuda con tus aportes en:

La Casita  
SOS



Se le entrega un carné de afiliación con el cual puede ingresar a cualquiera de nuestros proyectos SOS como visitante y compartir con nuestros niños.

Se le efectúa el cobro establecido según la fecha solicitada. Se le envía información trimestral.



# Calendario 11 x 1.3 Pulg.



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Enero

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



Febrero

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29						



Marzo

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



Abril

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	



Mayo

D	L	M	M	J	V	S
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					



Junio

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	



Julio

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



Agosto

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



Septiembre

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	



Octubre

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	
31						



Noviembre

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					



Diciembre

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Volante  
8.5 x 5.5 Pulg.



  
Aldeas Infantiles  
SOS Guatemala

El **Club de Amigos** de  
Aldeas Infantiles SOS

**Es tu oportunidad para brindar a nuestros niños y niñas un hogar, educación, alimentación y el amor de una familia.**

Ayuda con tus aportes en la:  
*La Casita SOS* 

Un amigo,  
una familia,  
una nueva realidad.

**¿Cómo podemos ayudar?**

Inscríbete al Club de Amigos SOS y envía tu solicitud de inscripción a la Oficina Nacional de Coordinación de ALDEAS INFANTILES SOS, al Depto. de Mercadeo y Comunicación,

Contacto: Karla González  
Telefax: 434 3008  
9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario  
e-mail: sosguate@quik.guate.com  
gua.dmc@soskdi.or.cr

Nombre:

Dirección:

Telefax:

Mi aporte mensual será de:

Q.35  Q.50  Q.100  Q.



Anuncio de Prensa  
1/4 de Página



# Club de Amigos de Aldeas Infantiles SOS

Las Aldeas Infantiles SOS son la mejor opción para los niños que perdieron la protección de sus padres.

Tú puedes ayudar a dar a nuestros niños y niñas un hogar, alimentación, educación y el amor de una familia.

Ayuda con tus aportes en la:

*La Casita SOS*



*Un amigo,  
una familia,  
una nueva realidad.*



Telefax: 434 3008. 9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario  
e-mail: [sosguate@quik.guate.com](mailto:sosguate@quik.guate.com); [gua.dmc@soskdi.or.cr](mailto:gua.dmc@soskdi.or.cr)

## Página Web



**SOS-KINDERDORF**  
International

Página inicial | Regístrate | Entrar | language | Contacto | Preguntas frecuentes | Protección de datos | Mapa del sitio

### ¡Ayude ahora!

CONOZCA NUESTRA LABOR | CONTRIBUYA | COMUNÍQUESE CON OTROS | QUÉ HAY DE NUEVO | DESCÚBRANOS

Eche un vistazo a una aldea | Cómo ayudamos | **Dónde ayudamos** | Niños creciendo | Ayuda a la vecindad

#### Dónde ayudamos

Continente:  País:  Aldea:

#### Guatemala - Elija una aldea

[Informaciones sobre el país](#)



Jocotán | [Quetzaltenango](#) | [Retalhuleu](#) | [San Cristóbal](#)

**Capital:** Guatemala  
**Superficie:** 108.889 km<sup>2</sup>  
**Población:** 11,1 millones (a diciembre del 2000)  
**Grupos étnicos:** de origen español (56%), descendientes de los mayas (44%)  
**Idioma(s) oficial(es):** español  
**Religión(es):** católica, evangélica, maya  
**Unidad Monetaria:** 1 quetzal = 100 centavos

#### Envíe un saludo electrónico...

... dé una alegría a sus amigos y, al mismo tiempo, hágalos conscientes de la labor de Aldeas Infantiles SOS. [más...](#)

#### Situación relativamente estable en Liberia

Muchos de los miles de refugiados que llevaban meses acogidos en la Aldea Infantil SOS Monrovia viven ahora en campamentos en los alrededores de la ciudad. Aldeas Infantiles SOS reparte alimentos y atiende a unos 400 pacientes diarios en la clínica de emergencia. Por favor, ¡haga una donación! [más...](#)

#### Inscríbete en el Club de Amigos

La Casita SOS

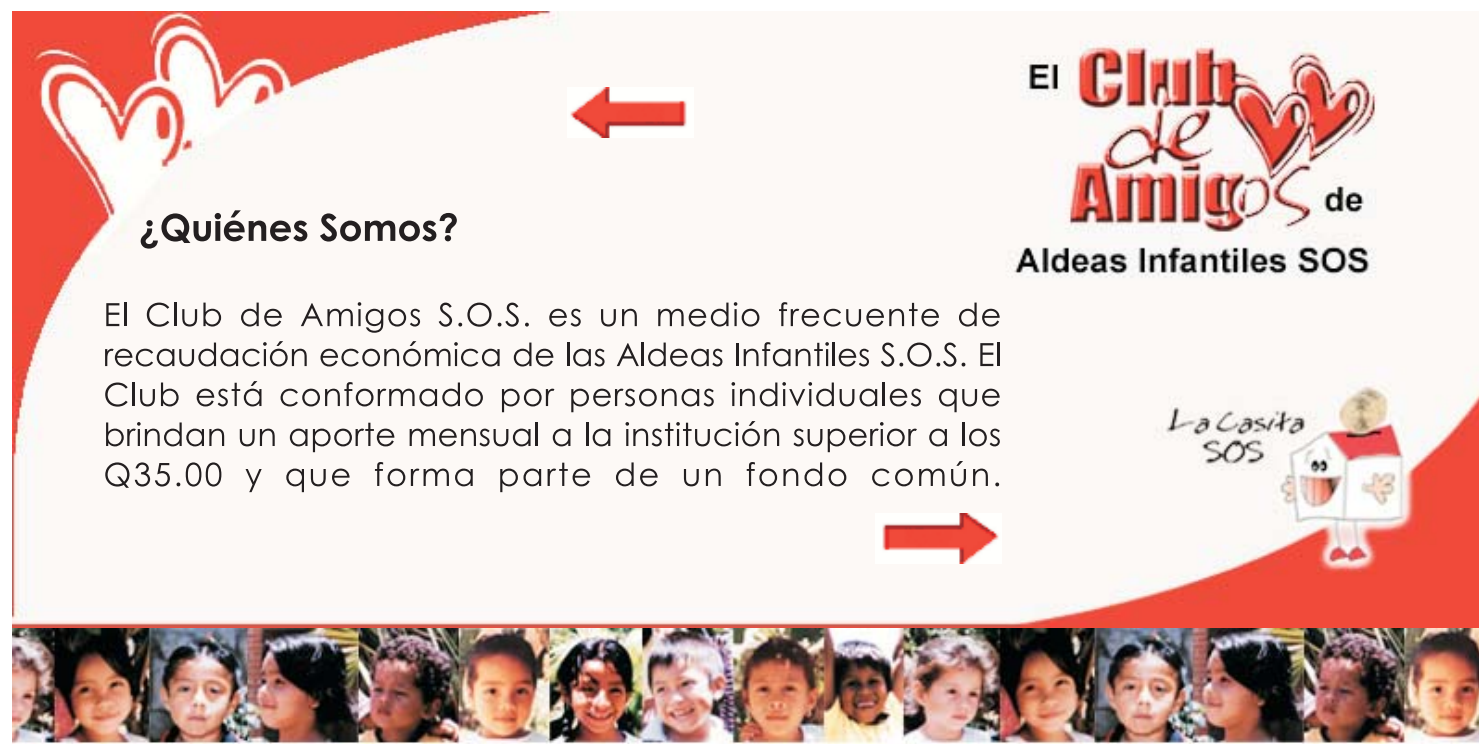


## Página Web





## Página Web




**¿Quiénes Somos?**



El Club de Amigos S.O.S. es un medio frecuente de recaudación económica de las Aldeas Infantiles S.O.S. El Club está conformado por personas individuales que brindan un aporte mensual a la institución superior a los Q35.00 y que forma parte de un fondo común.

El **Club de Amigos** de Aldeas Infantiles SOS



La Casita SOS



## Página Web



El aporte los convierte en amigos S.O.S., así como en difusores y promotores del Club. La captación de nuevos amigos S.O.S. se realiza a través de envío de cartas de correo directo, insertos en estados de cuenta, charlas informativas y telemarketing.



## Página Web

### Pasos de Inscripción

1. Llenar la boleta con sus datos generales.
2. Se le enviará una carta de bienvenida donde se le dará mayor información sobre el Club de Amigos S.O.S.
3. Se le enviará por correo directo un carné de afiliación con el cual podrá ingresar a cualquiera de los proyectos S.O.S. como visitante y compartir con los niños.
4. Se le efectuará el cobro establecido según fechas solicitadas.
5. Se le enviará información trimestral.



El **Club de Amigos** de  
**Aldeas Infantiles SOS**



## Página Web



Nombre:

Dirección:

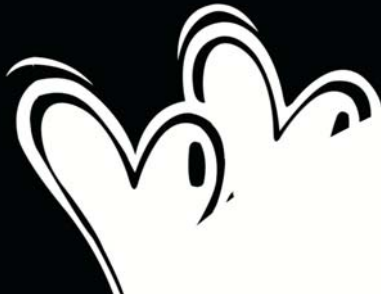
E-mail:

Teléfono:  Celular:  Cantidad: Q 100.00 ▼

El Club de Amigos de Aldeas Infantiles SOS

La Casita SOS





## 2.4 Justificación de la Propuesta Gráfica

El presente proyecto surgió como una respuesta a la necesidad que tienen las Aldeas Infantiles S.O.S. de promocionar el Club de Amigos, con el propósito de captar más personas que den su aporte mensual a la institución.

Partiendo de esta necesidad se diseñaron diversas piezas gráficas, tomando como base la imagen corporativa, que es el conjunto de normas de diseño que la empresa establece para la comunicación de su marca y de sus productos (ugap).

Se diseñaron las siguientes piezas:

### Volante

Es una hoja impresa, de carácter publicitario que se reparte en lugares públicos (Encarta 2003). El formato del volante que se seleccionó es de

8.5 x 5.5 pulg. Se tomó como base esta medida ya que es de fácil manejo. Se diseñó con el propósito de hacer llegar la información de manera masiva. Para que sea atractivo y llame la atención del grupo objetivo diseñado a full color. Está elaborado de un solo lado (tiro) ya que el tiempo de vida de un volante es muy corto. Por ésto no está saturado de información, teniendo doble función puesto que tiene una pestaña del lado derecho que se puede desprender al momento de inscribirse al Club, dejando la otra parte con la información básica.

### Bifoliar

Es un folleto de dos caras que contiene información y material promocional de un producto o servicio (American Heritage Dictionary). Se escogió esta pieza por que permite brindar una explicación más detallada de la institución, mostrando más fotografías que en las otras piezas. El formato que se utilizó es de 8.5 x 7 pulg. Por ser práctico, de fácil manejo y lectura con la información necesaria a manera de no cansar al lector. Para llamar la atención se diseñó a full color tiro y retiro.





Anuncio impreso que atrae la atención del público (ugap). El formato escogido mide 11 x 17 pulg. por el costo de impresión (ver Recomendaciones). Se diseñó a full color para que llame la atención del público y sea más eficaz al ser leído por muchas personas. Están ubicados en lugares estratégicos como centros comerciales, bancos, universidades, gasolineras y farmacias.

#### Anuncio de Prensa

Mensaje publicitario y gráfico (ugap). Se diseñó esta pieza debido a que se distribuye dentro de un medio masivo que abarca toda la ciudad capital. Se escogió el periódico Siglo Veintiuno por que el público que lo adquiere es de clase socioeconómica A y B. Se eligió el tamaño de 1/4 de página y se diseñó a full color para llamar la atención del lector. Se optó este formato para no exceder el presupuesto de la institución.

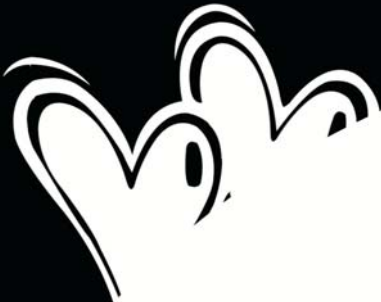
El anuncio se publicará en el área de varios de los clasificados del Siglo Veintiuno. Se realizarán dos publicaciones por mes.

#### Calendario

Gráfico detallado en el que se indican medios, inserciones y fechas en las que se desarrolla una campaña (ugap). El calendario que se diseñó mide 11 x 1.3 pulg. y tiene dos adhesivos en la parte de atrás para pegarlo. Se sugiere pegarlo en el marco del monitor de la computadora, la refrigeradora, puerta, escritorio, closet, ventana o pared. Se escogió este estilo de calendario debido a que es práctico, útil y llamativo, por no ser un diseño común. Cada hoja tiene un tiempo de vida de un mes y en su totalidad el calendario tiene un tiempo de vida de un año.

#### Página Web

Designa un archivo individual HTML (Lenguaje de Marcación de Hipertexto) que, al ser visto con un navegador, puede tener varias pantallas. (Arens, 1999: 519)



Se diseñó la página web del Club de Amigos S.O.S., con el propósito de facilitar la inscripción en el mismo y captar así más amigos. El link de la página se encuentra en la página principal de las Aldeas, y contiene información básica del club, así como el proceso de inscripción que se debe de seguir. No contiene más información porque en la página web del Club de Amigos se encuentra la información de la institución.

## 2.5 Conceptos de Diseño

### Unidad

Las piezas gráficas son similares entre sí y cada elemento integrante juega un papel importante. A través del uso de la composición es posible lograr la unidad de diseño (Gebhardt, 1978:50). Se decidió que las piezas diseñadas tengan unidad en cuanto al color, la tipografía y las fotografías de niños, con el fin de que sean posicionadas en la mente del grupo objetivo.

### Asimetría

“Los diseños asimétricos, son aquellos que al trazar una línea imaginaria en la mitad del ellos, cada parte contiene distinta cantidad de elementos. De esta forma el equilibrio visual se consigue con más dificultad, pero el resultado posee mayor interés que la simetría, por causa de la variedad de espacios y distancias” (ugap). Se utilizó el concepto de asimetría para crear dinamismo en los diseños. De las cinco piezas diseñadas, cuatro son asimétricas. Las piezas asimétricas son: el volante, el bifoliar, el anuncio de prensa y el afiche. El calendario es simétrico pues es difícil crear balance en el diseño al colocar los elementos de otra manera.

### Contraste

Es una forma o figura que resalta, produciendo un efecto que la hace destacar entre los demás elementos integrantes de un diseño. Se puede producir contraste por forma o por color (Gebhardt, 1978:51). Se utilizó contraste por color entre el rojo y el blanco. Esto hace que resalte el texto y las fotografías.



## Texto

Es el mensaje escrito que se desea transmitir al lector. (Paz, Monzón 1999:75). El texto se trabajó en una columna para no saturar el diseño. Se utilizaron los tipos de alineación: a la izquierda, a la derecha y centrado, para colocar el texto de acuerdo al tamaño de la pieza, a la forma que están colocadas las fotografías y para crear dinamismo en los diseños. En el volante, el bifoliar, el afiche y el anuncio de prensa se escogieron dos alineaciones, a la izquierda y centrado. En el calendario se colocó el texto centrado para mantener el balance del diseño. Los números del calendario están alineados a la derecha.

## Tipología

Se refiere al tipo de letra, diseño y estilo (ugap). Para ello se eligió la letra Arial, que pertenece a la familia de Contemporáneos o Palo Seco, debido a que no tiene adornos ni remates. Mantiene un mismo grosor. No tiene variaciones de verticalidad (Paz, Monzón, 1999:37).

Esta es la tipología establecida para las piezas gráficas de las Aldeas Infantiles S.O.S. debido a que es de fácil lectura. Se combinó la letra Arial con la letra Dolphin, utilizada en el eslogan, para evidenciar contraste, produciendo un diseño tipográficamente rico (Perfect, 1994:202) y que se diferencie del resto del texto. Se utilizó tipografía de 10 a 14 puntos en el texto de las piezas gráficas ya que permite una legibilidad óptima. Para los titulares se utilizó de 32 a 70 puntos por ser los tipos más comunes de acuerdo al tamaño determinado del diseño (Swann, 1993:83).

## Color

Es una cualidad de la luz reflejada por las superficies entintadas y no entintadas. Los colores influyen sobre el ser humano creando alegría, tristeza, depresión, calor, frío, actividad o pasividad (Hayten, 1978:30).

Para las piezas se utilizó el color rojo que está compuesto así:





Cyan (C)	16 %
Magenta (M)	100 %
Amarillo (Y)	100 %
Negro (K)	8 %

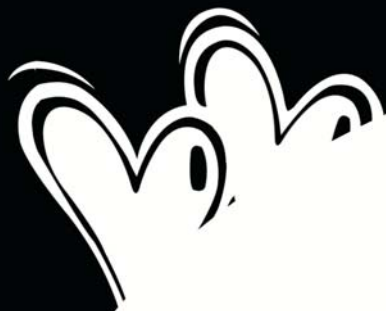
Se eligió este color, para llamar la atención del público y transmitir la sensación de calor humano, pasión, fuerza y el sentimiento de amor hacia los niños de las Aldeas Infantiles SOS. Se utilizó el color rojo por que tiene fuerza emocional y es excelente para captar la atención del público (Swann,1993:34).

Se utilizó tipología blanca sobre fondo rojo y viceversa ya que el rojo sobre blanco o el blanco sobre rojo, tienen una excelente legibilidad (Swann, 1993:35).

### Diagramación

Diagramar es distribuir adecuadamente los elementos de diseño dentro de un espacio o

formato determinado (Paz, Monzón 1999:72). Se utilizó una diagramación similar entre las piezas gráficas. En el afiche y el anuncio de prensa se empleó un degradé de rojo a blanco para el fondo, para que pese más la fotografía en el diseño y no esté saturado. En el volante, el bifoliar y el calendario se empleó el rojo sólido por ser piezas pequeñas. En contraste con el fondo se colocaron las fotografías para crear fórmulas interesantes (Swan, 1993:68). El titular está colocado en la parte superior de las piezas por tener mayor importancia en la jerarquía de la tipología. En todas las piezas gráficas se colocó el texto del lado derecho, a excepción del bifoliar para crear una división atractiva en los diseños contrastantes a las fotografías (Perfect,1994:115). En el anuncio de prensa y el afiche, se colocaron los datos y logotipo de la institución en la parte inferior sobre fondo blanco para que resalten y sean de fácil lectura. En el bifoliar, calendario y volante se colocó el logotipo, con un halo blanco para que resalte sobre el fondo. Se le colocó la imagen de la Casita S.O.S. en la parte superior derecha en el volante y en la parte inferior derecha para las demás piezas. En el calendario no se utilizó para no saturar el diseño.



## Capítulo 3

### 3.1 Validación de la Propuesta Gráfica

#### 3.1.1 Técnica a utilizar

Se utilizó la técnica de la encuesta la cual consiste en una serie de preguntas escritas. Se tomó una muestra del grupo objetivo para recolectar información con objetividad sobre las piezas de diseño. Dicha muestra se conformó por cincuenta personas de ambos sexos.

#### 3.1.2 Instrumento a utilizar

La boleta de encuesta está compuesta en tres partes: encabezado, cuerpo y complementarios. En el encabezado se encuentran las instituciones involucradas, en este caso, la Universidad de San Carlos de Guatemala, la Facultad de Arquitectura y el Programa de Diseño Gráfico; el nombre del

proyecto, los objetivos del proyecto, las instrucciones de llenado y el código de la boleta en la esquina superior derecha. En el cuerpo de la boleta se colocaron diez preguntas semi-abiertas sobre el color, el texto, las fotografías de las piezas gráficas. En el complementario se colocaron las observaciones, fecha y lugar, y nombre del encuestador. Esto es para uso exclusivo del encuestador y se ubica en la parte inferior de la boleta.

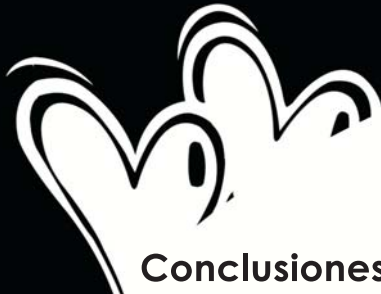
#### 3.1.3 Perfil del Informante

Los mensajes serán dirigidos a personas de ambos sexos, casados, con estudios diversificados y/o universitarios. Residentes en la ciudad capital, de 30 a 55 años de edad con un nivel socioeconómico medio y medio alto, con ingresos mínimos de Q5,000.00 a Q10,000.00 mensuales. Que tengan un profundo interés en ayudar a la niñez guatemalteca, a través de su aporte mensual, sabiendo que éste formará parte de un fondo común, y que tengan la disposición de ayudar sin importar la raza, procedencia cultural y religiosa del niño o niña.



### **3.1.4 Procedimiento para aplicar la encuesta**

Se acordaron realizar entrevistas con los informantes, y se les presentaron las piezas gráficas. En forma individual se les proporcionó una boleta que fue contestada y entregada. Se tabuló la información, comprobando la eficacia de las piezas de diseño, así como los cambios que se realizaron.



## Conclusiones

-Las Aldeas Infantiles S.O.S. no han contado con material gráfico orientado específicamente a promocionar el Club de Amigos S.O.S.

-Con el material de promoción se pretende beneficiar a los cien niños que pertenecen al Club de Amigos S.O.S.

-Con la utilización de la página web, se facilitará el proceso de inscripción al Club de Amigos S.O.S.

-Con la propuesta gráfica se determinará la línea de diseño, que utilice el Club de Amigos S.O.S. en el futuro.

## Recomendaciones

-Se sugiere la impresión de las piezas gráficas en litografía por la calidad de impresión.

-El papel a utilizarse es couché.

-Presupuesto de CIFGA Litografía:

5,000 Bifoliales (8.5 x 5.5 pulg., full color, tiro y retiro) .....Q.0.63 c/u

5,000 Volantes (8.5 x 5.5 pulg., full color, tiro) .....Q 0.30 c/u

5,000 Afiches (11x 17 pulg., full color, tiro) .....Q 0.56 c/u

1,000 Calendarios (11 x 1.3 pulg, full color, tiro) .....Q 3.22 c/u

2 Anuncios de Prensa (1/4 de página, full color) .....Q 3,150.00 c/publicación



-Se sugiere al Club de Amigos S.O.S. seguir las siguientes normas de diseño para futuras piezas gráficas:

1. El logotipo de las Aldeas Infantiles S.O.S., el del Club de Amigos S.O.S. y el de la Casita S.O.S. deben estar colocados sobre fondo blanco. En caso de no ser así, deben llevar un halo blanco alrededor de los mismos.

2. La tipología a utilizar debe ser Arial para el texto y Dolphin para el eslogan.

3. El eslogan debe ir sobre fondo rojo si la letra es blanca y viceversa.

4. Las fotografías deben ser exclusivamente de los niños que pertenecen al Club de Amigos S.O.S.

5. El rojo a utilizar para el fondo está compuesto así: 16 % Cyan, 100 % Magenta, 100 % Amarillo y 8 % de Negro.

- Se sugiere regalar el calendario a los amigos que aporten una cantidad superior a los Q100.00.



## **Glosario**

### **Afiche**

Cartel publicitario.

### **Alineación**

Composición del texto de forma que quedan en una misma vertical los principios de las líneas o los finales de las mismas.

### **Análisis**

Dividir el problema en partes: describiendo el planteamiento del problema y registrando la información.

### **Anuncio**

Es un mensaje publicitario, gráfico, radial o televisivo.

### **Asimetría**

Distribución intuitiva aunque desordenada. El equilibrio visual se consigue con más dificultad, pero el resultado posee mayor interés que la simetría, por causa de la variedad de espacios y distancias.

### **Boceto**

Material gráfico o ilustrativo ejecutado con el propósito de mostrar al cliente el aspecto que tendrá el diseño propuesto o el producto.

### **Caja de Cristal**

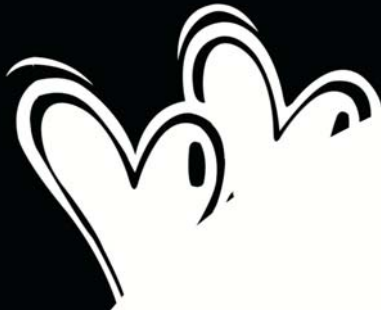
En este método se amplía la búsqueda de la solución con pleno conocimiento del problema de diseño. El diseñador con base a este método seguirá una secuencia planeada hasta que reconoce la mejor de todas las soluciones posibles.

### **Cliente**

Anunciante. Persona que utiliza con frecuencia los servicios de un profesional o empresa. Persona que compra con frecuencia en una tienda o establecimiento.

### **Calendario**

Gráfico detallado en el que se indican medios, inserciones y fechas en las que se desarrolla una campaña.



### **Color**

Es una cualidad de la luz reflejada por las superficies entintadas y no entintadas.

### **Contraste**

Se refiere al contraste que puede o debe tener una imagen. Impacto conseguido por la presencia intencionada de elementos dispares en un conjunto. Se puede crear por oposición entre colores, forma, tonos, proporciones etc. Representa una estrategia visual de aplicación constante.

### **Cuestionario**

Lista de preguntas que realiza un investigador de mercado al sujeto entrevistado.

### **Diagramación**

Distribuir adecuadamente los elementos de diseño dentro de un espacio o formato determinado.

### **Diseño**

Trazo. Dibujo.

### **Encuesta**

Investigación realizada usualmente por una empresa de investigaciones de mercado. Enumeración de una muestra mercadológica. En ocasiones se refiere a opiniones de una muestra, actitudes en favor o rechazo de un producto o servicio determinado.

### **Evaluación**

El diseño se pone a prueba para describir las consecuencias de la nueva organización en la práctica.

### **Folleto**

Elemento usado frecuentemente como complemento de una acción de ventas o simplemente como elemento de punto de venta. Puede ser de tipo bifoliar, trifoliar, etc.


### **Halo**

Cerco luminoso que rodea un elemento o imagen determinada.

### **Logotipo**

Marca comercial presentada en una forma distintiva. Signo identificativo de una marca o producto. Composición gráfica compuesta





por símbolos, letras o ilustraciones separados o combinados de una forma atrayente, distintiva y memorable que sirve como identificativo y / o nombre de una marca, de una sociedad de cualquier tipo o de un evento determinado.

### **Mensaje**

Lo que un anunciante quiere transmitir sobre un producto o servicio expresado de forma publicitaria.

### **Objetivos**

Las metas que se pretenden alcanzar con un plan de medios y/o con una campaña publicitaria. Es una parte fundamental de cualquier presentación estratégica.

### **Página Web**

Designa un archivo individual HTML (Lenguaje de Marcación de Hipertexto) que, al ser visto con un navegador, puede tener varias pantallas.

### **Presupuesto**

El que el anunciante destina como inversión total de una campaña de publicidad. La estimación de costos de producción y medios que la agencia de publicidad presenta al cliente para la realización de una campaña.

### **Promoción**

Actividad publicitaria orientada a potenciar las ventas o a dar a conocer un producto o servicio.

### **Propuesta**

Punto de vista con el cual supuestamente debería iniciarse un texto, objetivo o emocional.

### **Publicación**

Un libro, una revista, un periódico, un folleto, o un catálogo.

### **Público objetivo**

Parte de una audiencia que por sus características socio-demográficas, es seleccionada como objetivo de una campaña de publicidad.





### **Punto**

(pt) Unidad de medición tipográfica, alrededor de 1/72 de pulgada. El tipo se especifica por su tamaño de punto. La unidad para medir el grosor del papel: 0.001 pulgadas.

### **Respuesta**

Juicio u opinión de un entrevistado durante un proceso de investigación de mercado. Reacción ante un impulso. El tiempo de respuesta ante una campaña publicitaria depende básicamente de las características del producto y grado de conocimiento de la marca, del tipo de mensaje o técnica de comunicación (promocional o no) y del medio utilizado (TV, radio, prensa, etc.).

### **Simetría**

Distribución de elementos respecto a un eje o centro. Equidistancia. La sensación de orden y equilibrio visual se consigue con más dificultad, pero el resultado posee mayor interés que la simetría, por causa de la variedad de espacios y distancias.

### **Síntesis**

Colocar las piezas en otro orden: almacenando información y realizando el proceso de decisiones.

### **Texto**

Escrito publicitario que se utiliza para escribir en el propio anuncio gráfico. En publicidad se distingue mucho entre titulares y textos, ya que van próximos, pero no son lo mismo.

### **Tipo de letra**

Diseño y estilo de un tipo de letra. Hay cientos de tipos de letras distintas como para todos los gustos y necesidades.

### **Titular**

Texto principal que encabeza una pieza publicitaria y que normalmente transmite una parte clave del mensaje. Texto que encabeza una información de prensa.

### **Volante**

Hoja impresa, de carácter político o publicitario, que se reparte en lugares públicos.



## BIBLIOGRAFÍA

Arens, William F.  
1996

Publicidad. 7a. Edición.  
McGraw-Hill. México, D.F.

Biblioteca de consulta  
2003

Microsoft Encarta.

Díaz Hernandez, Carla Mercedes  
2003

Cuaderno de Ejercicios para la Corrección de la  
Dislexia. Tesis. FARUSAC.

Gebhardt, Alfredo  
1978

Diseño Básico. Tesis.  
Universidad Rafael Landivar. Guatemala.

Hayten, Peter J.  
1978

El color en Publicidad y Artes Gráficas.  
3a. Edición. L.E.D.A. Barcelona, España.

Martinez, Benjamin y  
Block, Jackeline  
1988

Visual Forces. Prentice - Hall, Inc.  
Washington, D.C. USA

Paz Mendoza, Eva Graciela y  
Monzón Lavagnino, Flor de María  
1995

Diseño y Elaboración de un Manual sobre Técnicas  
Gráficas y Aplicación Creativa de la Letra. Tesis.  
USAC.



Perfect, Christopher  
1994

Rodas Vivar, Edith Nohemi y  
Ayapán Gúzman, Lesbia Roxana  
2003

Swann, Alan  
1993

Swann, Alan  
1993

Tórtola Navarro, Julio Roberto  
1999

Zúñiga Diéguez, Guillermo A.  
2000

1983

Guía Completa de la Tipografía.  
1a. Edición. Blume. Barcelona, España.

Campaña de Sensibilización para Financiar el  
Mantenimiento de la División Médica del Comité  
Pro Ciegos y Sordos de Guatemala. Tesis. FARUSAC

¿Cómo Diseñar Retículas?  
2a. Edición. Editorial Gustavo Gili. España.

El Color en el Diseño Gráfico.  
Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España.

Métodos del Diseño para Diseñadores Gráficos.  
1a. Edición. BJ IMPRESOS. FARUSAC.

Técnicas de Estudio e Investigación Documental.  
5a. Edición. Litografía Llerena, S. A. Guatemala.

Enciclopedia Temática. Trigésima Edición.  
México, D.F.



Referencias:

-[www.advertising.utexas.edu](http://www.advertising.utexas.edu)

-[www.AmericanHeritageDictionary.com](http://www.AmericanHeritageDictionary.com)

-[www.ugap.com](http://www.ugap.com)



# ANEXOS



# Pre-bocetos

## 2.3 Propuesta Gráfica

Bifoliar (Tiro)  
8.5 x 7 Pulg.

**Club de Amigos**

Todo niño tiene derecho a una familia, quienes lo han perdido, pueden tener otra oportunidad. Tus aportes pueden hacer la diferencia.

**Aldeas Infantiles SOS Guatemala**

Las Aldeas Infantiles SOS son la mejor opción para los niños que perdieron la protección de sus padres por orfandad y abandono.

**¿Cómo podemos ayudar?**  
Inscríbete al Club de Amigos SOS y envía tu solicitud de inscripción a la Oficina Nacional de Coordinación de ALDEAS INFANTILES SOS, al Depto. de Mercadeo y Comunicación.

Contacto: Karla González  
Teléfono: 424 3000  
R. Calle 5 98 zona 3 de Nueva, C.A. El Rosario  
E-mail: [asesoria@aiqsos.com](mailto:asesoria@aiqsos.com)  
[aiqsos@aiqsos.com](mailto:aiqsos@aiqsos.com)

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

Mi aporte mensual será de:  
Q. 35  Q. 50  Q. 100  Q. \_\_\_\_\_

Un amigo, una familia, una nueva realidad.

Bifoliar (Retiro)  
8.5 x 7 Pulg.

**Club de Amigos SOS**

El Club de Amigos SOS es el mejor momento de tu vida para hacer una gran diferencia. Tu aporte mensual de \$3.00 puede salvar una vida. Este aporte te convierte en un amigo SOS.

Los amigos tienen un momento especial en su vida: el momento en que se convierten en un amigo y prometen a la Aldeas Infantiles SOS.

La creación de amigos SOS es un momento especial de tu vida. Al hacer un aporte mensual de \$3.00, estás ayudando a salvar una vida. Este aporte te convierte en un amigo SOS.

**Ayuda con los aportes en:**

**Lo Casita SOS**

Una vez que has inscrito a un niño, debes pagar un aporte mensual de \$3.00. Este aporte te convierte en un amigo SOS. Este aporte te convierte en un amigo SOS.

Si deseas más información, contacta a Karla González al teléfono 424 3000 o al correo [asesoria@aiqsos.com](mailto:asesoria@aiqsos.com).

*Me parece que no deben utilizar folios para los pedidos porque no se ven bien.*

*No usar foto de fondo se ve muy simple y no se ve la información. Tal vez mantener una decoración + simple.*

*actual o actualizar con una línea nueva*

Afiche  
11 x 17 Pulg.

**Aldeas Infantiles SOS**

Aldeas Infantiles SOS son la mejor opción para los niños que perdieron la protección de sus padres. Tú puedes ayudar a dar a nuestros niños y niñas un hogar, alimentación, educación y el amor de una familia.

**¿Cómo podemos ayudar?**

Inscríbete al Club de Amigos SOS y envía tu solicitud de inscripción a la Oficina Nacional de Cooperación de ALDEAS INFANTILES SOS, al Depto. de Mercadeo y Comunicación.

Contacto: Karla González

Teléfono: 434 3008  
Bd. Calle 1-96 zona 3 de Masco, Cst. El Rosario  
e-mail: sosguate@guate.com  
que.dms@seaski.or.cr

Nombre: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_  
Mi aporte mensual será de:  
Q.35  Q.50  Q.100  Q.



lo mismo  
eliminar filtro.

## Aldeas Infantiles SOS

Un amigo,  
una familia,  
una nueva realidad.

Aldeas Infantiles SOS son la mejor opción para los niños que perdieron la protección de sus padres.

Tú puedes ayudar a dar a nuestros niños y niñas un hogar, alimentación, educación y el amor de una familia.

Ayuda con tus aportes en la:

La Casita  
SOS



Teléfono: 434 3008  
Bd. Calle 1-96 zona 3 de Masco,  
Ciudad El Rosario  
e-mail: sosguate@guate.com  
que.dms@seaski.or.cr



→ ojo  
por que  
no?!

filtro.

Anuncio de Prensa  
5 x 6.5 Pulg.

# Aldeas Infantiles SOS

Un amigo,  
una familia,  
una nueva realidad.

¿Cómo podemos ayudar?  
Inscríbete al Club de Amigos SOS y ayúdanos  
a brindar un futuro con más oportunidades.

Telefax: 434 3008  
9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario  
e-mail: sosguate@quik.guate.com  
gua.dmc@soskdi.or.cr

Ayuda con tus aportes en:  
La Cesta SOS



Calendario  
13 x 1.5 Pulg.

*filho?*



## Aldeas Infantiles SOS

9a. Calle 1-96 zona 3 de Mixco, Col. El Rosario    Telefax: 4343008  
e-mail: sosguate@quik.guate.com / gua.dmc@soskdi.or.cr



Enero

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

# Encuesta

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO

"Promoción del Club de Amigos Aldeas Infantiles S.O.S.  
en Ciudad San Cristóbal, Guatemala"

La presente encuesta es parte del proyecto de "Promoción del Club de Amigos Aldeas Infantiles S.O.S. en Ciudad San Cristóbal, Guatemala", para apoyar a la institución a promocionar el Club de Amigos Aldeas Infantiles S.O.S. en Ciudad San Cristóbal.

Instrucciones: Marque con una **X** la afirmación que mejor expresa su opinión.

1. El volante llama la atención  
si\_\_ no\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_
2. El texto del volante es de fácil lectura  
si\_\_ no\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_
3. El texto del afiche es de fácil lectura  
si\_\_ no\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_
4. El rojo sugiere  
Amor\_\_ Pasividad\_\_ Frío\_\_ No sé\_\_
5. El rojo designa alegría  
si\_\_ no\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_
6. El bifoliar contiene la información necesaria  
si\_\_ no\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_
7. Las fotografías del calendario están relacionadas con los niños  
si\_\_ no\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_
8. Las fotografías del bifoliar llaman la atención  
si\_\_ no\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_
9. La fotografía del anuncio de prensa llama la atención  
si\_\_ no\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_
10. Los elementos del calendario están ordenados  
si\_\_ no\_\_ ¿por qué? \_\_\_\_\_

**Para uso exclusivo del encuestador**

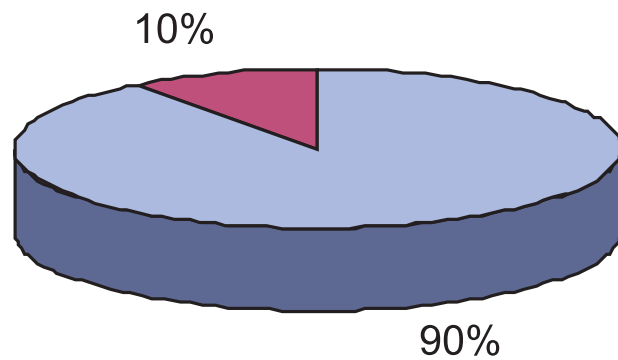
Observaciones: \_\_\_\_\_

Lugar y Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre del Encuestador: \_\_\_\_\_

### Gráfica No. 1

Impacto visual del volante



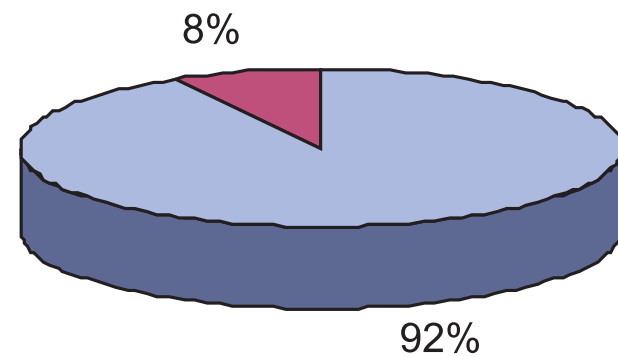
Como se observa en la gráfica el 90 % de los encuestados consideró que el volante si tiene impacto visual, El 10 % respondió que el volante no llama la atención.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

### Gráfica No. 2

Facilidad de lectura del volante



Como se observa en la gráfica el 92 % de los encuestados consideró que el volante si es de fácil lectura. El 8 % respondió que el volante no es de fácil lectura.

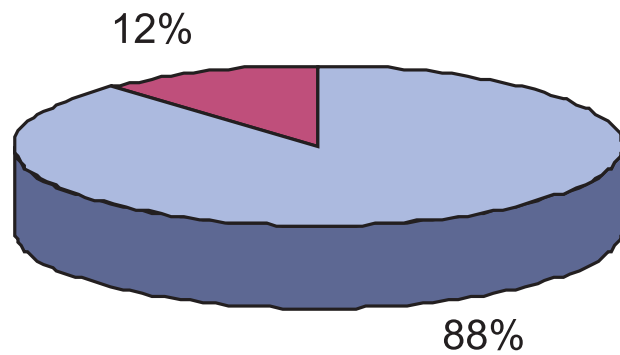


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

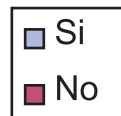


### Gráfica No. 3

Facilidad de lectura del afiche



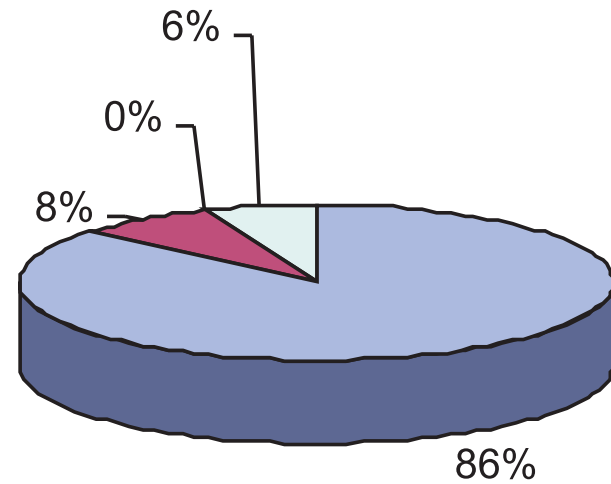
Como se observa en la gráfica el 88 % de los encuestados consideró que el afiche si es de fácil lectura. El 12 % respondió que el afiche no es de fácil lectura.



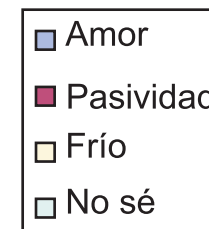
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

### Gráfica No. 4

Sugestión del color rojo



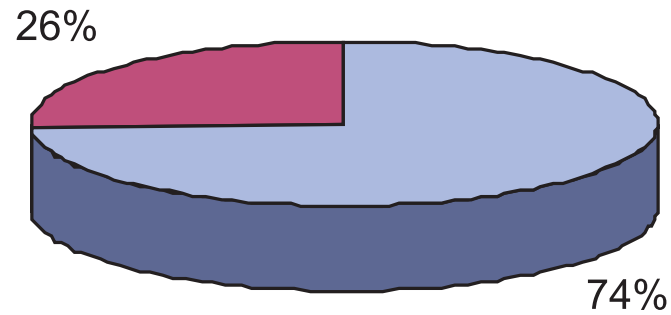
Como se observa en la gráfica el 86 % de los encuestados respondió que el rojo les sugiere amor. El 8 % respondió que el color les sugiere pasividad, y el 6 % respondió no saber qué les sugiere el rojo.



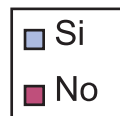
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

### Gráfica No. 5

Denotación del rojo



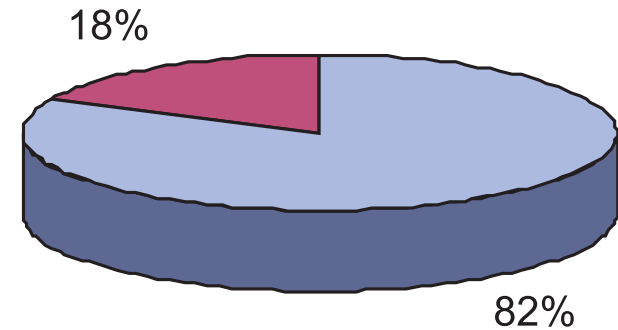
Como se observa en la gráfica el 74 % de los encuestados respondió que el rojo si transmite alegría. El 26 % respondió que el rojo no transmite alegría.



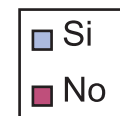
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

### Gráfica No. 6

Información del bifoliar



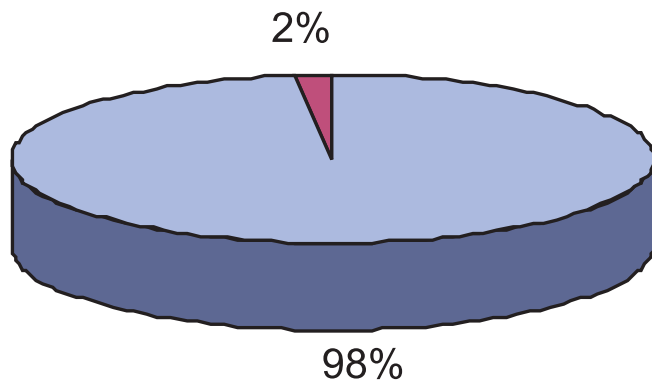
Como se observa en la gráfica el 82 % de los encuestados respondió que el bifoliar si contiene la información necesaria. El 18 % respondió que el bifoliar no tiene suficiente información.



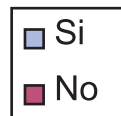
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

### Gráfica No. 7

Fotografías del calendario



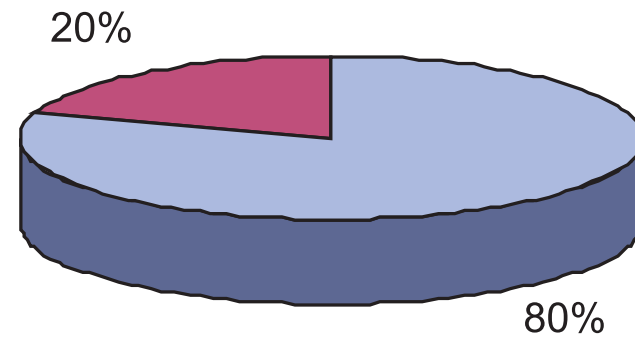
Como se observa en la gráfica el 98 % de los encuestados respondió que las fotografías si están relacionadas con los niños. El 2 % respondió que las fotos no están relacionadas con los niños.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

### Gráfica No. 8

Impacto visual de las fotografías del bifoliar



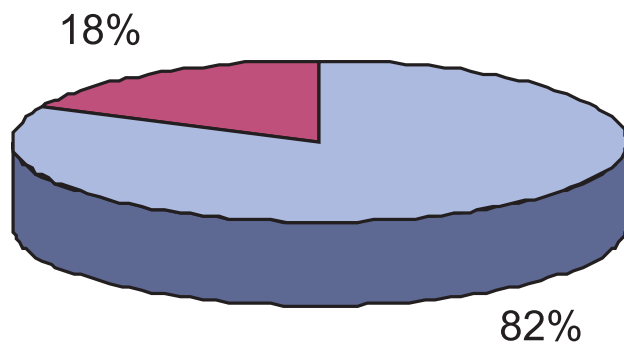
Como se observa en la gráfica el 80 % de los encuestados respondió que las fotografías del bifoliar si llaman la atención. El 20 % respondió que las fotografías del bifoliar no llaman la atención.



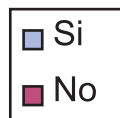
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

### Gráfica No. 9

Impacto visual de la fotografía del anuncio de prensa



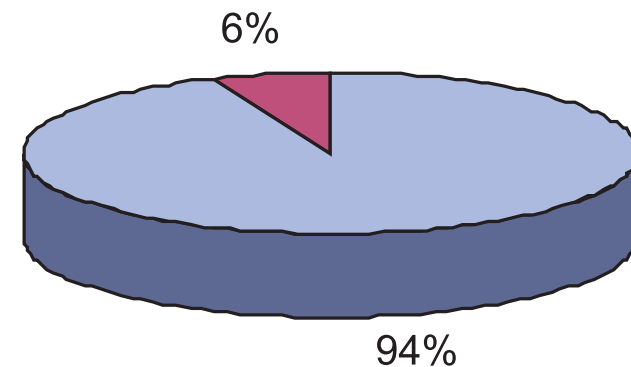
Como se observa en la gráfica el 82 % de los encuestados respondió que la fotografía del anuncio de prensa si llama la atención. El 18 % respondió que la fotografía del anuncio de prensa no llama la atención.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.

### Gráfica No. 10

Elementos del calendario



Como se observa en la gráfica el 94 % de los encuestados respondió que los elementos del calendario están colocados correctamente. El 6 % respondió que los elementos del calendario no están colocados correctamente.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta.