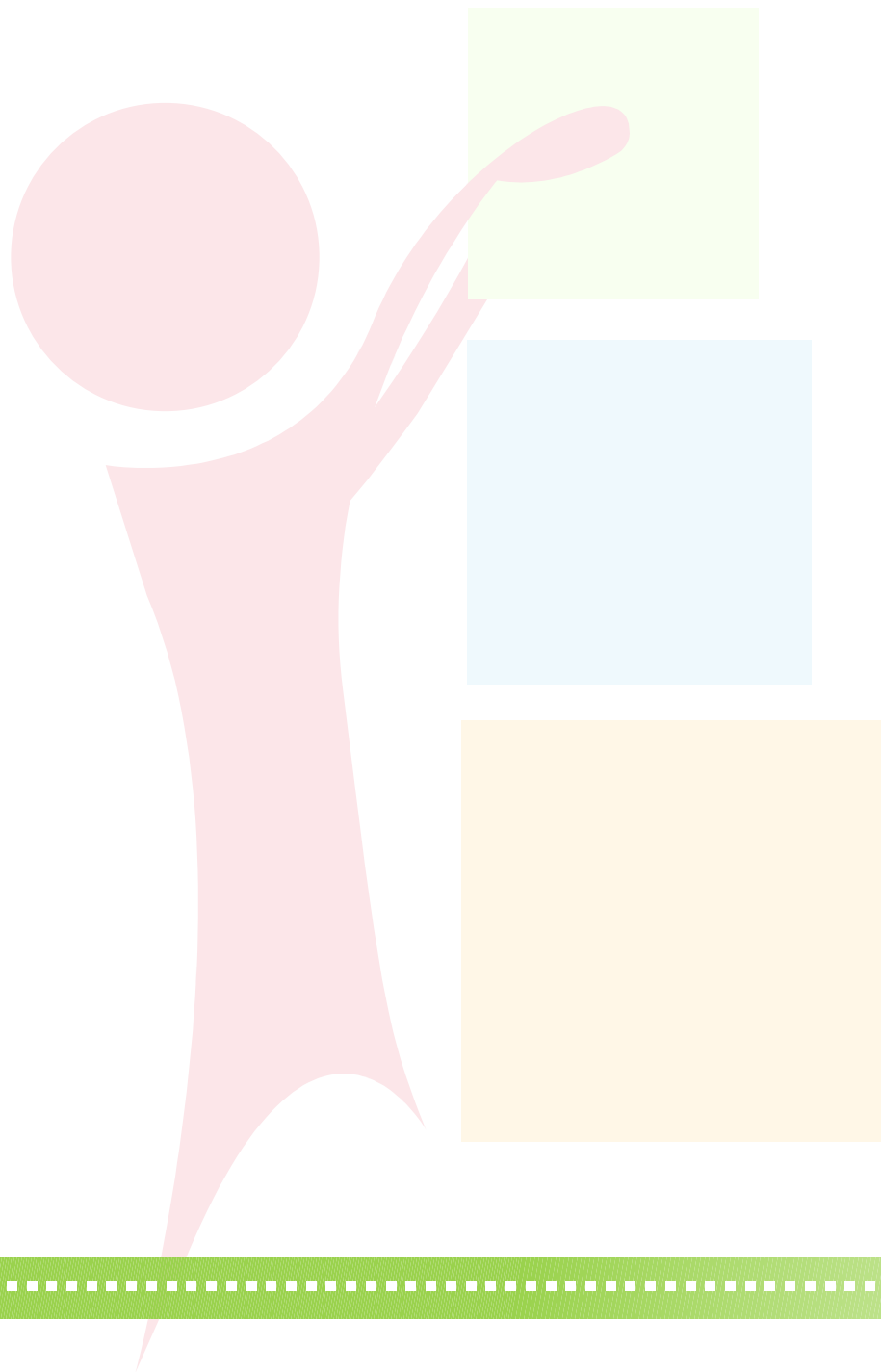


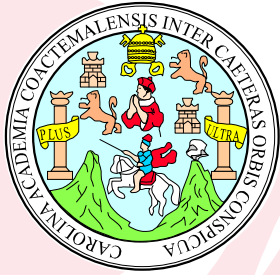
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Programa de Diseño Gráfico  
Licenciatura en Diseño Gráfico con Especialización en Publicidad

EDDY ALEJANDRA ROJAS SALAZAR

Creación de identidad y material gráfico impreso del proyecto "Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores del Relleno Sanitario Zona 3"

Guatemala, septiembre 2007





Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Programa de Diseño Gráfico  
Licenciatura en Diseño Gráfico con Especialización en Publicidad

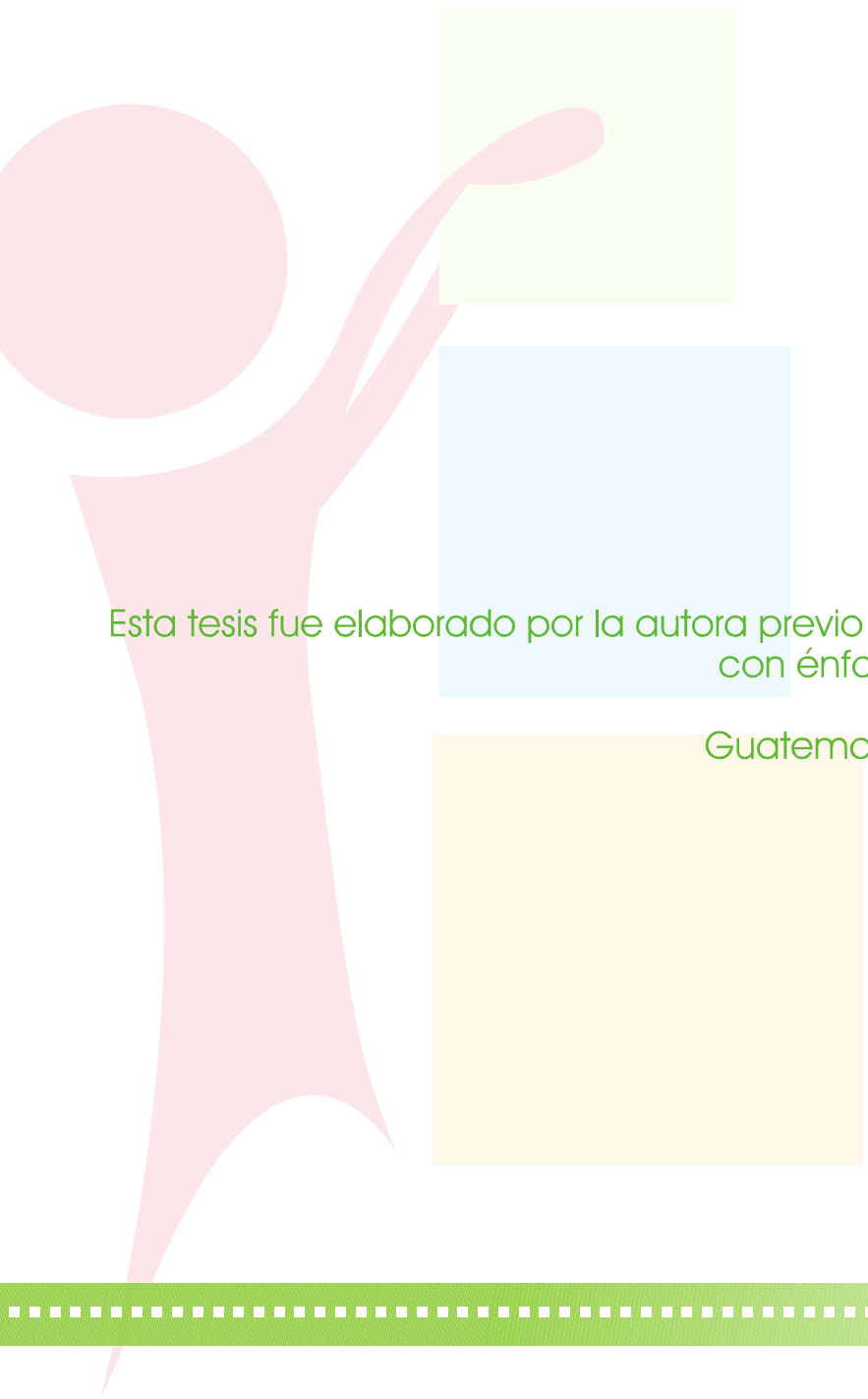
EDDY ALEJANDRA ROJAS SALAZAR

Creación de identidad y material gráfico impreso del proyecto "Atención Integral a los Jóvenes  
Trabajadores del Relleno Sanitario Zona 3"  
realizado en la ciudad de Guatemala en el período de junio a domingo 2006

Guatemala, septiembre 2007

Esta tesis fue elaborado por la autora previo a obter el título de Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis Publicitario.

Guatemala Agosto 2007



# Agradecimientos

A DIOS Y A LA SMA. VIRGEN MARIA:

Gracias Señor por tu bondad, por ser la luz que me guía, porque me has dado la vida y eres un padre bondadoso con quien cuento día a día, infinitas gracias por todas tus bendiciones y porque has estado siempre conmigo. Gracias Virgen María por ser ese modelo y ejemplo de vida.

A MIS PADRES Y HERMANA:

Por haberme guiado con amor y porque a los largo de estos años me han dado su cariño y apoyo incondicional, gracias por estar siempre conmigo. Ericka, gracias porque siempre fue una gran persona llena de cariño para brindarme en todo momento.

A MI ABUELITA, TIOS Y PRIMOS:

Mamá Quety por ser muy especial en mi vida, porque siempre tomo su tiempo para estar conmigo y porque me brinda su cariño. A mi familia porque se que puedo contar con ellas en todo momento y me han dado su cariño.

A MI NOVIO:

Por darme su amor y ejemplo de vida.

A TODOS MIS AMIGOS:

Especialmente a Karina y Maribel, por su amistad, y porque en muchos momentos me apoyarán, gracias por los animos y los desvelos que nos han hecho llegar hasta aqui. A todos porque siempre han dejado huella en mi vida y he aprendido de todos lo mejor.

# Dedicatoria

A MIS ASESORES:

Licenciada Isabel Meléndez  
Licenciada Emperatriz Pérez  
Licenciado Stuardo Samayoa

Por su tiempo, paciencia y dedicación a que está investigación se realizará. También gracias porque a lo largo de mi carrera me brindaron sus enseñanzas.

# Indice

	Página
Presentación	
Introducción	
Capítulo I	
1.1 Antecedentes	3
1.2 Problema	4
1.3 Justificación	5
1.4 Objetivos generales y específicos	6
Capítulo II	
2.1 Perfil del cliente	7
2.2 Misión	8
2.3 Visión	8
2.4 Objetivos de la Institución	9
2.5 Servicios que brinda y actividades de la Institución	10
2.6 Otros servicios	11
2.7 Grupo objetivo de la Institución	12
2.8 Grupo objetivo	13
Capítulo III	
3.1 Conceptos fundamentales	15

# Indice

	Página
Capítulo IV	
4.1 Concepto creativo	27
4.2 Proceso de bocetaje	30
Capítulo V	
5.1 Técnicas de investigación	34
5.2 Encuestas a profesionales y grupo objetivo	35
5.3 Graficas de encuestas profesionales	43
5.4 Graficas de encuestas grupo objetivo	45
5.5 Propuesta Gráfica final	47
5.6 Fundamentación de identidad gráfica	48
5.7 Manual de norma gráficas	55
Conclusiones	79
Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta	80
Presupuesto	82
Bibliografía	83
Glosario	87
Anexos	89



## Autoridades de la Facultad de Arquitectura

DECANO:	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo.
SECRETARIO:	Arq. Alejandro Muñoz Calderón.
VOCAL I :	Arq. Jorge Arturo González Peñate.
VOCAL II :	Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez.
VOCAL III :	Arq. Carlos Enrique Martini Herrera.
VOCAL IV :	Br. Javier Alberto Girón Díaz.
VOCAL V :	Br. Omar Alexander Serrano De La Vega.
EXAMINADOR I:	Licda. Isabel Meléndez
EXAMINADOR II:	Licda. Emperatriz Pérez
EXAMINADOR III:	Lic. Stuardo Samayoa

## Presentación

El alto índice de pobreza en nuestro país influye a que muchos niños y jóvenes inicien sus estudios primarios, pero muy pocos llegan a terminarlos y aunque quieren estudiar, les es difícil por su misma condición económica y se ven forzados a llevar el sustento familiar a su hogar.

El presente informe titulado "Creación de Identidad y Material Gráfico Impreso del Proyecto "Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores del Relleno Sanitario Zona 3", el cuál sirve de apoyo a CAFNIMA brindando al proyecto su propia identidad gráfica para que los jóvenes que viven alrededor de la institución puedan ser informados sobre la labor del proyecto contando con la propuesta de la identidad, el manual de normas gráficas para el mejor manejo y utilización de la identidad y el material gráfico impreso para brindar información a la población.

Ya que el proyecto aún no es reconocido y surge la necesidad de crear la identidad gráfica como el material gráfico impreso siendo creado y dirigido a jóvenes.

Se comprueba a través de la investigación que es eficaz la propuesta gráfica y de gran importancia la ayuda a CAFNIMA, que beneficia a la población con la que trabajan.

# Capítulo I

## 1. Introducción

En la actualidad muchos jóvenes son trabajadores a corta edad, esto se debe a la falta de recursos económicos en el núcleo familiar, alrededor del relleno sanitario o basurero gira una realidad en la que muchas personas ven como un medio de existencia y una fuente de trabajo la recolección de basura. Entre ellos tenemos a nuestros niños, niñas, adolescentes y jóvenes guajeros quienes luchan por vivir en esta sociedad donde muchas veces son discriminados y rechazados.

El centro de Atención a la familia y al niño maltratado -CAFNIMA- desde su fundación en 1995 ha trabajado con ellos, quienes son personas que viven en extrema pobreza, que su única fuente de ingreso es la recolección de desechos. A partir del incendio en el basurero en febrero del año 2005 y después de la medida tomada por la municipalidad capitalina de no permitir el ingreso a menores de 18 años de edad surgió la necesidad de crear un proyecto que apoyará a este grupo de jóvenes que quedaron sin un ingreso, creando así el proyecto "Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores del Relleno Sanitario Zona 3".

CAFNIMA no cuenta con un área de comunicación ni apoyo gráfico el cual los ayude a informar a la población con la que trabajan, ellos sólo conocen la institución como Casita Amarilla y aún no cuentan con información sobre el proyecto ya que no tienen una identidad ni información impresa de él.

Existe la necesidad de crear una identidad y de un medio de información, ya que es importante solucionar esta necesidad y como diseñador poderlo brindar, logrando dar un aporte al desarrollo de una comunidad. Es evidente la falta de información porque muchos jóvenes aún no conocen el proyecto y no se han acercado a la institución.

# Capítulo I

## 1.1 Antecedentes:

La organización no gubernamental Centro de Atención a la Familia y al Niño Maltratado -CAFNIMA- conocido por la comunidad como Casita Amarilla, desde 1995 trabaja principalmente con la niñez, la adolescencia y la juventud que viven en las colonias aledañas al relleno sanitario de la zona 3, quienes son personas de extrema pobreza y marginados por la sociedad sin oportunidades de educación, salud y vivienda teniendo como fuente principal de trabajo el reciclado de basura en el basurero municipal.

A lo largo del tiempo CAFNIMA crea programas de apoyo que cubran las insuficiencias de la población como educación, nutrición, psicología y microcréditos.

A partir del incendio producido en febrero de 2005 en el relleno sanitario y la medida tomada por la Municipalidad Capitalina de no admitir el ingreso a jóvenes menores de 18 años o personas sin documentos legales de identificación, surge la necesidad de implementar un nuevo programa para jóvenes trabajadores que pueda apoyarlos en el aspecto sociolaboral, documentación legal, talleres formativos, educación formal y educación técnica a través de talleres dinámicos enfocados en el aspecto laboral, social, personal, teniendo como fin incorporarlos a trabajar en una entidad o generar su propio proyecto empresarial.

# Capítulo I

## 1.2 Problema:

CAFNIMA carece de un área específica de comunicación o de el aporte de un diseñador gráfico, que se encargue de crear medios de información para la población con quien ellos trabajan, el proyecto necesita de identidad propia, únicamente es reconocido con la imagen de la institución.

La población que vive al rededor de CAFNIMA no conocen o no estan informados sobre el proyecto "Atención integral a los jóvenes trabajadores del relleno sanitario zona 3".

El proyecto no es identificado, por la falta de imagen propia ya que es un proyecto nuevo en la institución, aun no cuenta con papelería ni material gráfico impreso que brinde información sobre el proyecto .

# Capítulo I

## 1.3 Justificación:

Siendo evidente la creación de la identidad gráfica del proyecto "Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores del Relleno Sanitario Zona 3" y cubrir con la necesidad de comunicación de CAFNIMA, de informar y dar a conocer el proyecto que se está iniciando en la institución, y que está dirigido a jóvenes que trabajan en el basurero o viven al rededor de la institución.

Este necesita darse a conocer y ser de identificación pública, es importante dar una solución gráfica brindando como diseñador gráfico un aporte a una labor social en pro del desarrollo del joven, que es el futuro de Guatemala. Gran parte de la población alrededor de CAFNIMA, pueden conocer e informarse sobre el proyecto y sus servicios.

Por la falta de identidad e información muchos jóvenes aún no se acercan a CAFNIMA, siendo este un problema porque la información no es difundida y no se da a conocer el programa. Es clara la importancia de crear una identidad y de informar a la población, es evidente la falta de información, por ello es importante la creación de la imagen y utilizar medios impresos que brinden información a los jóvenes del área. La identidad del programa "Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores del Relleno Sanitario Zona 3" puede encontrarse con el problema de la falta de interpretación de lo que plasme el diseñador ya que se le dificulte al grupo objetivo la idea central o por el uso de algún color que aunque psicológicamente exprese el mensaje sus gustos son distintos.

CAFNIMA cuenta con ayuda internacional, el proyecto cuenta con un porcentaje para cubrir gastos tales como comida y educación, aportes a los talleres y cubre las necesidades de información tanto interna como externa.

# Capítulo I

## 1.4 Objetivos generales:

La creación de la identidad del proyecto "Atención integral a los jóvenes trabajadores del relleno sanitario zona 3" es cubrir con la necesidad de identificación del proyecto y dar a conocer su labor, brindando soluciones en forma gráfica para su fácil comprensión.

### 1.4.1 Objetivos Específicos:

- Crear la identidad de el proyecto "Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores del Relleno Sanitario Zona 3" y que sea identificado.
- Implementar el manual de normas gráficas para la buena utilización de la imagen y no se desligue de CAFNIMA.
- Elaborar material gráfico de apoyo con información sobre el proyecto (folleto, unifoliar, afiche, volante).

## Capítulo II

### 2.1 Perfil del cliente:

Institución:	CENTRO DE ATENCION A LA FAMILIA Y AL NIÑO MALTRATADO (CAFNIMA o Casita Amarilla)
Dirección:	7a. Ave. 30-47 Zona 3 (SEDE)
Telefonos:	2440 2185 ó 2471 0950
Tipo de institución:	ONG
Autoridades:	Lic. Ericka Salazar Directora CAFNIMA

### Perfil del cliente:

Es una asociación sin fines de lucro, que trabaja por el desarrollo, fortalecimiento, defensa, salud integral y educación a niños, niñas, jóvenes y familias que viven en los siete asentamiento más pobres de la ciudad capital de Guatemala, asentadas alrededor del relleno sanitario.

CENTRO DE ATENCION A LA FAMILIA Y AL NIÑO MALTRATADO (CAFNIMA o Casita Amarilla) se fundó el 25 de abril de 1995 siendo una de las pocas organizaciones del relleno sanitario que provee educación formal alternativa, presentando servicios directos a las familias con orientación, acompañamiento, apoyo y terapias sistemáticas para la recuperación psicosocial de la salud humana. Actualmente Cafnima cuenta con instalaciones amplias sirviendo como centro Educativo y comunitario.



## Capítulo II

### 2.2 Misión:

Somos un equipo solidario con valores éticos y cristianos con respeto a los Derechos Humanos, que promueve programas integrales para el desarrollo y beneficio de las comunidades de Guatemala en situación de extrema pobreza, sin igualdad de oportunidades, fortaleciendo el poder local, el desarrollo social y la autogestión comunitaria, siendo la Niñez y Juventud nuestro primordial y permanente centro de atención en todas las actividades que desarrollamos.

### 2.3 Visión:

Contar con un equipo humano multidisciplinario plenamente identificado con la misión, para la productividad y el desarrollo de las potencialidades humanas de la niñez y juventud, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida. Contar con una red de servicios integrales, integrados y accesibles a la población excluida, con programas tales como educación, desarrollo comunitario, hogares para niñas explotadas sexualmente, prevención en maras, drogadicción, etc., respetando a la persona, su dignidad, sus ideas y valores culturales humanos y espirituales, viviendo la igualdad de derechos y deberes, incidiendo en su entorno social y familiar.

### 2.4 Objetivos de la institución:

- Propiciar la participación y organización de las comunidades del relleno sanitario.
- Orientar y canalizar las intenciones de los niños y jóvenes a favor de su propio desarrollo, creando un espacio ocupacional extraescolar y recreativo.
- Estimular y desarrollar las capacidades personales y de las familias que viven en el área del relleno sanitario de la zona 3.
- Contribuir al desarrollo comunitario.
- Incorporar a los niños, niñas y adolescentes al sistema escolar.
- Proporcionar alimentación a la niñez y adolescentes que asisten a CAFNIMA para mejorar su rendimiento académico.
- Incrementar el ingreso económico de las mujeres, a través de microcréditos para pequeño negocios.
- Apoyo psicoterapéutico.

### 2.5 Servicios que brinda y actividades principales:

- Ofrece educación del nivel Preprimaria, Primaria y Medio (básicos) los cuales se realizan a través de los siguientes programas:
- Programa de educación acelerada.
- Programas de Educación Básica que cuenta con el apoyo y aprobación del Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica IGER.
- Escuela primaria matutina, que incluye de primero a sexto grado con un programa de primaria acelerada.
- Proceso de Educación formal o alternativa.
- Programa de capacitación para jóvenes futuros empresarios del área del relleno sanitario zona 3.

## 2.6 Otros servicios que ofrece:

- **Educación integral formal alternativa:**  
Nivel Primario y Medio Ciclo Básico.
- **Nutrición:**  
Brindan refacción y almuerzo a los niños que asisten a clases, siendo pesados y medidos creandoles un menú de alimentación.
- **Psicología:**  
Terapia grupal e individual brindando talleres con niños y padres de familia.
- **Microcréditos:**  
Proporciona prestamos a los padres de los niños brindandoles un interés bajo con facilidad de pago durante 4 a 5 meses con pagos cada 15 días y capacitaciones a padres de familia.
- **Salud:**  
Control médico, vitaminas control de peso y medidas en caso extremo son remitidos al centro de salud.
- **Educación de calle:**  
Trabajan específicamente con las personas en la calle, trabajando con la comunidad y niños del área con talleres, análisis, lógica, lectura y manualidades.
- **Voluntariado:**  
Personas extranjeras y nacionales que brindan sus conocimientos de forma gratuita, asignandoles actividades para trabajar con los niños y la comunidad.

### 2.7 Grupo objetivo con quien trabaja CAFNIMA:

- Niños (as) y adolescentes trabajadores de los siete asentamientos alrededor del relleno sanitario o bien el botadero municipal.
- Familiares de los (as) niños (as) y adolescentes de CAFNIMA
- Mujeres
- Población trabajadora del botadero municipal de basura.
- Personas interesadas en ayudar a la organización.

## Capítulo II

### 2.8 Grupo objetivo: (a quien va dirigida la identidad)

#### 2.8.1 Quienes son?

Jóvenes que laboran en el relleno sanitario zona 3, estudian en CAFNIMA y acuden a la institución por otro servicio.

- **Edad:** 16-22 años
- **Sexo:** Femenino y Masculino
- **Procedencia:** Nacionalidad guatemalteca con residencia  
70% en zona 3  
15% zona 18  
15% zona 6 de mixco.

#### 2.8.2 Nivel Socio-económico: C y -C (nivel bajo)

- **Ocupación:** Trabajadores (Recicladores fuera del relleno, trabajos domésticos) y estudiantes.

## Capítulo II

- Hábitos de consumo:

Golosinas, CDs pirata de música, cigarros, gaseosas.

- Forma de entretenimiento:

- Radio ( Tropicalida, Fiesta, Que buena)
- Televisión Nacional ( Telenovelas, Programas o series
- Visitar centros comerciales ( no para consumo)
- Estar en la calle con amigos

- Formas de expresion verbal:

Idioma español por medio de modismos (Caló) la cual es la forma actual de comunicación, abreviando palabras por expresiones inventadas para expresarse, la cual los hace verse y sentirse originales.

- Habilidades:

- Aprendizaje rápido en el aspecto manual (talleres)
- Habilidad para expresarse verbal y físicamente
- Trabajar

- Destrezas:

- Cocina
- Pintura
- Dibujo
- Baile
- Música
- Floristería
- Carpintería

- Nivel de escolaridad:

En su mayoría llegaron a cursar el nivel primario (6to. primaria) y una población menor solamente llegó a el nivel secundaria ( 3ro. Básico).

## Capítulo III

### 3. Marco Teórico

#### 3.1 Adolescencia:

"Período de la vida humana intermedio entre la infancia y la juventud, a dos pasos de la adultez, y a través del remordimiento de la ancianidad.

La adolescencia es el principio de un gran cambio en el que empezamos a tomar decisiones propias, y en el que a medida que va pasando el tiempo, sabemos que esas decisiones antes tomadas, tienen una consecuencia buena o mala. Es el principio de nuestra propia vida.

La adolescencia es aquella etapa de la vida en que todo nos parece gris, y que todo el mundo los ataca, como que el mundo se viene sobre ellos. Es el minuto en que se comienza a conocerse y enfrentar a los cambios, que llevan a ser hombres y mujeres fuertes. Es la etapa en que se conocen las fuerzas internas y debe de aprovechar al máximo este minuto. Esto nos lleva a engrandecerlos como seres humanos." ([www.monografias.com/trabajos16/diccionario-comunicacion/diccionario-comunicacion.shtml](http://www.monografias.com/trabajos16/diccionario-comunicacion/diccionario-comunicacion.shtml))

#### 3.2 Afiche o Cartel:

"Medio impreso utilizado para anunciar información de una forma llamativa, debido a su tamaño y posibilidades. Puede tener fines comerciales, educativos, artísticos o meramente informativos." (Davis, 1989:96)

#### 3.3 Asentamiento:

"Instalación de una comunidad humana en un lugar determinado." (<http://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad>)



## Capítulo III

### 3.4 Beneficios de La Identidad Corporativa:

1. Aumento de la reconocibilidad de la empresa u organización.
2. Mayor confianza de los empleados o voluntarios de la empresa u organización.
3. Ahorro de costos por estandarización.
4. Aumento del conocimiento público de una empresa u organización.  
(<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/imgcorp.htm>)

### 3.5 CAFNIMA:

"Centro de Atención a la Familia y al Niño Maltratado (Casita Amarilla)." Según entrevista con Anabella de Carías (2005)

### 3.6 Capacitación:

"Acción y efecto de capacitar o habilitar." (Pequeño Larousse, 1972:191)

### 3.7 Color:

"Es una propiedad de las ondas luminosas que llegan a nuestros ojos, la fuente de todo color es la luz, esta es una energía radiante visible constituida por varias longitudes de onda. A medida que las ondas se acortan y sus frecuencias aumentan, se deja sentir como calor y después alcanzan la visibilidad en un rango variable que conocemos como color." (Turnbull, 1997:255)

## Capítulo III

cumple las siguientes funciones:

- Llamar la atención a través del contraste.
- Retener la atención.
- Producir efectos sociológicos en el grupo objetivo que recibe el mensaje.
- Desarrollar asociaciones psicológicas con experiencias previas, símbolos lingüísticos.

### 3.8 Color institucional:

"El color Institucional es parte fundamental de la identidad institucional. Con él se proyecta una imagen siempre coherente que permite una identificación inmediata . El uso del color institucional es indispensable en las piezas de correspondencia: hojas carta, sobre, y tarjetas de presentación personales y protocolarias." (<http://www.udea.edu.co/manual/m-colorcorp.htm>)

### 3.9 Diagramación:

"El sistema reticular o diagramación es un instrumento de trabajo para el diseñador que se ocupa de espacios bi y tridimensionales de modo que le permita la concepción, organización y configuración de las soluciones visuales a sus problemas de forma más segura y rápida." (Muller- Brokmann, 1982:20)

### 3.10 Educación:

La Educación es un proceso por el cual una persona desarrolla sus capacidades para enfrentarse efectivamente a un medio social determinado e integrarse a él." (Diccionario Enciclopédico Océano: 1992)

## Capítulo III

### 3.11 Educación acelerada:

"Es el tipo de educación que ofrece la oportunidad de iniciar o complementar la educación primaria."  
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Educación>)

### 3.12 Elementos de la identidad visual:

- Logotipo: diseño tipográfico que constituye la denominación corporativa (=marca)
- Símbolo: imagen que simboliza la identidad corporativa (=anagrama)
- Logosímbolo: combinación normativa del logotipo y el símbolo.
- Colores corporativos: son los empleados por el programa de IVC, y pueden ser principales o bien complementarios (usados en el logosímbolo, o bien en versiones secundarias del mismo).
- Tipografía corporativa: es la familia tipográfica que el programa de IVC adopta como normativo. Posee caracteres principales y secundarios. (<http://rrppnet.com.ar/imagencorporativa2.htm>)

### 3.13 Elementos de imagen corporativa:

Los elementos primordiales de una imagen corporativa son:

- Símbolos icónicos: La imagen
- Símbolos lingüísticos: El Texto
- Símbolos cromáticos: El color  
(Gutiérrez y Pellecer, 1999:8)

## Capítulo III

### 3.14 Folleto:

"Es un librito o manual que describe un servicio o unas mercancías y ayuda a venderlas. Adicionalmente, debe transmitir la calidad y las características del servicio o las mercancías descritas"(Murphy y Rowe, 1991:121)

### 3.15 Funciones de la identidad visual corporativa:

Su función principal es proyectar la imagen intencional que contribuya a alcanzar el posicionamiento estratégico de la organización esta se puede desglosar en varias funciones:

1. Identificación, de la organización y de su identidad corporativa, facilita su reconocimiento.
2. Diferenciación, la organización debe singularizarse frente al resto, frente a la competencia.
3. Memoria, la identidad visual debe ser capaz de permanecer mucho tiempo en la memoria de los individuos.

(<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/imgcorp.htm>)

### 3.16 Icono:

"Es el símbolo visual gráfico"(ejemplo: la manzana de Apple) .(<http://es.wikipedia.org/wiki/Marca>)

### 3.17 Identidad Corporativa:

"La identidad corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente al público; de esta identidad dependerá la imagen que nos formaremos de esta organización.

## Capítulo III

Arranca con una problemática empírica, muy concreta, comenzamos el trabajo sobre identificadores corporativos y en ese sentido, los programas de identidad corporativa llevan en sus ancestros a una etiqueta, un logotipo. Es un vehículo que da una proyección de una empresa u organización, una comunicación visual sin ambigüedades. La identidad corporativa no son solo los logotipos y símbolos, esta es una exageración del papel del diseño, estos son solo referentes visuales. Una identidad corporativa bien realizada no es un simple logotipo. Es necesario mantener una coherencia visual en todas las comunicaciones que una empresa realiza; folletos, papelería, páginas web, etc. Es un vehículo que da una proyección coherente y cohesionada, de una empresa, una comunicación visual sin ambigüedades." (<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/imgcorp.htm>)

### 3.18 Imagen:

"Es la representación, apariencia y símbolo de objetos sensibles o no, que permanecen en nuestra mente independientemente de la presencia o referencia de las cosas, seres, ideas o sentimientos, situaciones, etc. que representan." (CEAC, 1994:39)

### 3.19 Imagen Corporativa:

"La imagen corporativa es un conjunto de elementos gráficovisuales que proporcionan a una empresa su propia identidad. La representan y diferencian de las demás dentro del medio.

A la imagen corporativa se le define también como un sistema de comunicadores visuales, coordinados gráficamente para su fácil reconocimiento." (Tyler, 1982:89)

## Capítulo III

### 3.20 Isologo:

"Es distinto de Logotipo ya que éste último se corresponde con el primero; es decir:

- Iso = Ícono/Imagen
- Logo = Tipografía/Texto (también conocido como Logotipo)

Juntos forman un Isologo." (<http://es.wikipedia.org/wiki/Marca>)

### 3.21 Logosímbolo:

"Combinación normativa del logotipo y el símbolo. Se le llama identificador. Es la combinación normativa del logotipo, el símbolo y la gama cromática, combinación sistematizada en el manual de normas. Siempre debe hacerse de la misma forma. En ocasiones el diseño del logotipo y el del símbolo se complementan mutuamente." (<http://rrppnet.com.ar/imagencorporativa2.htm>)

### 3.22 Logotipo:

"El logotipo es el primero de los signos visuales de identidad. Existen diversos tipos de identificación de compañías y marcas. La identificación del logotipo es: nombre de una institución, producto o servicio caracterizado especialmente por un gráfico, es cual ayuda a dejar una diferencia de imagen en el consumidor o cliente.

El diseño de un logotipo es muy importante en el mercadeo exitoso de un producto o servicio. Un buen logotipo en la publicidad crea un ambiente de reconocimiento, el logotipo provocador es aquel que logrará transmitir la personalidad del producto o servicio." (Russell, Thomas, Lane, Ronald y Kleppner, 1994:659)

## Capítulo III

### 3.23 Logotipos sólo con el nombre:

"En los primeros tiempos de los productos de marca era común que el propietario de un negocio pusiera su firma en los productos; aplicaba, literalmente, su marca a sus mercancías. A medida que crecieron los negocios, las firmas auténticas quedaron sustituidas inevitablemente por firmas impresas.

Los logotipos sólo con el nombre sólo son apropiados cuando el nombre es relativamente breve y fácil de utilizar, y cuando es adaptable y relativamente abstracto."(Murphy y Rowe, 1991:16)

### 3.24 Logotipos con nombre y símbolo:

"Estos logotipos tratan el nombre con un Estilo tipográfico característico, pero lo sitúan dentro de un simple símbolo visual: un círculo, un óvalo y un cuadrado. Igual que en los logotipos sólo con el nombre, el nombre debe ser relativamente breve y adaptable. Cada vez que se utiliza el logotipo, el nombre corporativo desempeña necesariamente un papel clave en la comunicación, el nombre debe encajar bien ahí, porque constituye parte integrante del logotipo."(Murphy y Rowe, 1991:16)

### 3.25 Logotipos abstractos:

"Muchos de los logotipos que hoy se utilizan son puramente abstractos o, al menos, las alusiones o los significados son en ellos tan remotos que, a efectos prácticos, resultan abstractos.

En los logotipos abstractos, el diseñador tiene campo libre, puede diseñar una forma estructural que cree una ilusión óptica variada. Los logotipos abstractos a menudo son considerados ahora como representativos de la quinta esencia del diseño contemporáneo de marcas y logotipos."(Murphy y Rowe, 1991:24)

## Capítulo III

### 3.26 Marca:

"Es un código publicitario que identifica y diferencia de otras a una institución producto o servicio. La marca funciona como indicador de valor, confiabilidad, calidad, etc. Además sirve como respaldo legal al nombre de la institución."(Gutiérrez y Pellecer, 1999:9)

### 3.27 Manual Corporativo:

"El desarrollo del manual, es fundamental para la correcta aplicación de una Identidad Corporativa, es la recopilación de la Imágen y la Identidad Corporativa, el cual se encarga de facilitar a nivel global todo lo concerniente a la empresa u organización.

El Manual Corporativo constituye una herramienta para el manejo de las directrices de presentación de los mensajes institucionales, como medio que garantice el respeto y la promoción de la identidad de la institución, en cada uno de los programas de información."  
(<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/imgcorp.htm>)

### 3.28 Manual normas gráficas:

"El manual de normas gráficas es un elemento fundamental en toda realización de imágen corporativa, cuya función consiste en evitar alteraciones en la reproducción del material gráfico que identifica a tal empresa, como los colores, el tamaño del logotipo, la tipología, los soportes de impresión, las dimensiones de diagramación y la técnica, para asegurar la inalterabilidad en la reproducción de material. En este se detalla todo lo diseñado y se indica las normativas de aplicación de la imagen." (Fernández, 1195:42)



## Capítulo III

### 3.29 Material impreso:

"El material impreso es la estructuración de imágenes, símbolos, letras y colores, conservando una línea de diseño que les brinde unidad y armonía para su efectividad. Este material conserva la imagen de la empresa, ayuda a su promoción, desarrollo, crecimiento y consolidación en el mercado."(Herrera, 1990:45)

### 3.30 Niños(as):

"Personas que se hallan en la infancia."(Pequeño Larousse, 1972:613)

### 3.31 Niñez:

"Primer período de la vida humana que llega hasta la adolescencia."(Pequeño Larousse, 1972:613)

### 3.32 Organización no gubernamental ONG:

"Una organización no gubernamental es una entidad de carácter privado, con fines y objetivos definidos por sus integrantes, creada independientemente de los gobiernos locales, regionales y nacionales, así como también de los organismos internacionales. Jurídicamente adopta diferentes estatus, tales como asociación, fundación, corporación y cooperativa, entre otras formas.

Al conjunto del sector que integran las ONG se le denomina de diferentes formas, tales como sector voluntario, sector no lucrativo, sector solidario, economía social y tercer sector social, entre otras."(<http://es.wikipedia.org/wiki/ONG>)

## Capítulo III

### 3.33 Papelería:

"Es un vínculo con que se establece la comunicación comercial, en la que se transmite la identidad de su empresa."(Muller-Brockmann, 1982:15)

### 3.34 Partes del Manual de Identidad Corporativa:

- 1.Presentación e Introducción
- 2.Signos de identidad
- 3.Emblema
- 4.Símbolo
- 5.Logotipo
- 6.Normas Básicas
- 7.Disposición formal de los colores
- 8.Control del diapo, Negro y escalas de grises
- 9.Control de proporción
- 10.Normas tipográficas
- 11.Papelería administrativa
- 12.Artes finales
- 13.Carta de colores

### 3.35 Pobreza:

"La pobreza describe un amplio rango de circunstancias asociadas con la necesidad, dificultad al acceso y carencia de recursos. La pobreza es un término comparativo utilizado para describir una situación en la que se encuentra una gran parte de la humanidad y que se percibe como la carencia, escasez o falta de los bienes más elementales como por ejemplo alimentos, vivienda, educación o asistencia sanitaria."  
(<http://es.wikipedia.org/wiki/ONG>)

## Capítulo III

### 3.36 Relleno sanitario:

"Es un lugar destinado a la disposición final de desechos o basura, en el cuál múltiples medidas son tomadas para reducir los problemas generados por los tiraderos, tales como el estudio meticoloso de impacto ambiental, económico y social desde la planeación y elección del lugar hasta la vigilancia y estudio del lugar en toda la vida del vertedero."([http://es.wikipedia.org/wiki/Relleno\\_sanitario](http://es.wikipedia.org/wiki/Relleno_sanitario))

### 3.37 Símbolo

"En publicidad se denomina símbolo a la imagen gráfica que se utiliza en lugar del nombre de la empresa y que tiene como finalidad representar, contener y clasificar el objeto de su competencia." (Anónimo, s.f: 34)

### 3.38 Tipografía:

"La tipografía trata la representación de los caracteres gráficos o sea las letras, a cada carácter se le llama tipo al conjunto tipos. A estos tipos que guardan características similares de les llama tipografía."(Molina, 2004:33)

## Capítulo IV

### 4. Concepto Creativo y bocetaje

En este capítulo se presentan las palabras y frases de base, que sirven para formar el "Concepto de Diseño" las cuales se forman con lluvia de ideas con los jóvenes de estudio.

#### 4.1 Palabras:

- Alegría
- Creatividad
- Activistas
- Manos a la obra
- Cariñosos
- Cambiantes
- Inteligentes
- Estudiantes
- Amistosos
- Pílas
- Futuristas
- Perseverantes
- Vida
- Motivación
- guatemaltecos
- Futuros empresarios
- Responsables
- Inquietos
- Sencillos
- Hiperactivos
- Chistosos
- Sensibles
- Trabajadores

#### 4.2 Frases:

- Jóvenes con futuro
- El futuro de Guatemala
- Capaces de trabajar por Guatemala
- Activos para Guatemala
- Capacidad juvenil
- Trabajo joven
- Vida y cariño para mi guate
- Cambio de vida
- Jóvenes del futuro
- Somos el futuro de guate
- Con pílas para trabajar para Guate
- Con pílas para Guate
- Jóvenes manos a la obra
- Manos inteligentes
- El futuro depende de mi
- Empresa joven del futuro
- Patojos pílas, futuro de Guatemala
- Activistas del futuro
- Manos del futuro
- Jóvenes que dan vida
- Motivados para el futuro
- Transformando el futuro
- Manos creadoras del futuro
- Jóvenes hacia adelante

# Capítulo IV

## 4.3 Frases seleccionadas:

- Patojos pilas, futuro de Guatemala
- Manos del futuro
- Somos el futuro de guate
- Con pilas para trabajar para Guate
- Jóvenes hacia adelante

## 4.4 Concepto creativo:

El concepto creativo es el resultado de la serie de frases y palabras que definen e identifican a nuestro grupo objetivo, pero lo importante es que de un concepto y fundamento a nuestra identidad grafica.

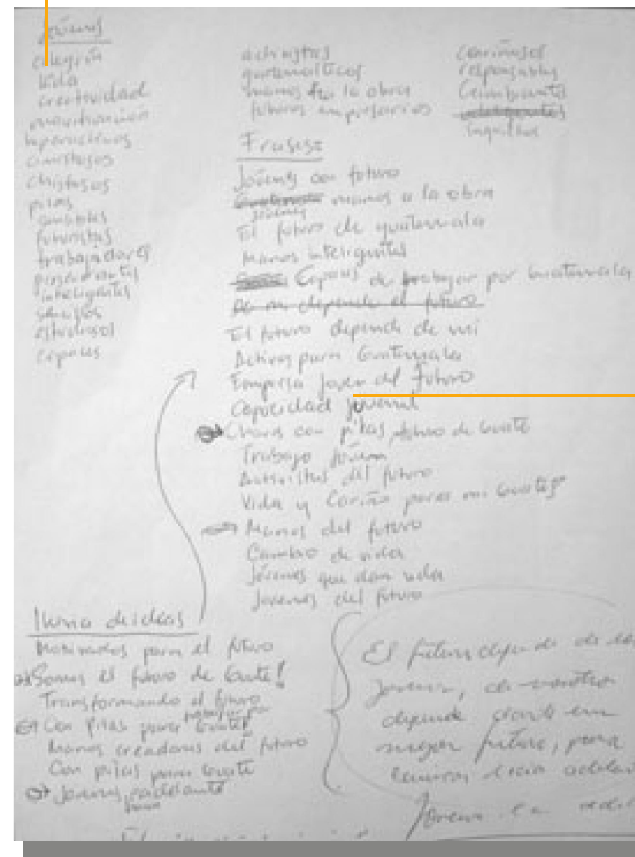
El proyecto "Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores del Relleno Sanitario Zona 3" esta enfocado al trabajo con jóvenes en los cuales creen y ven un futuro prometedor, apoyandolos y capacitandolos para el futuro.

## 4.5 Concepto Central:

En los jóvenes esta el futuro de Guatemala por lo que depende mejorar su calidad de vida y brindarles oportunidades para que sigan hacia adelante construyendo una mejor nación.

Jóvenes hacia adelante

Lista de palabras que describieran a los jóvenes, características, forma de ser, cualidades, defectos, sus oportunidades, etc.

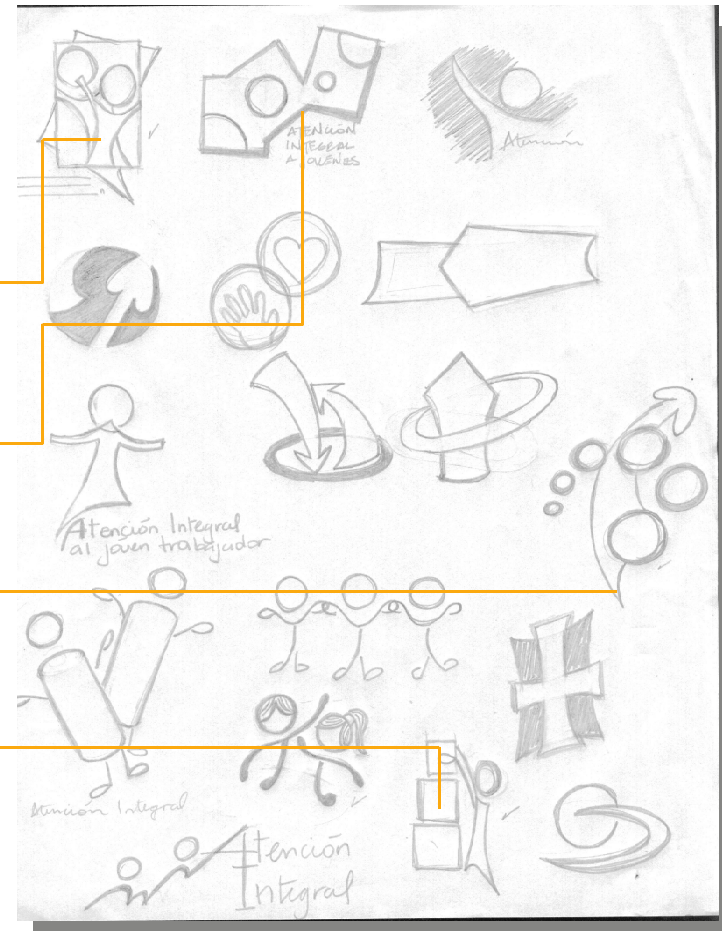


Frases formadas de la lista de palabras para encontrar un concepto creativo.

## Capítulo IV

### 4.5 Lluvia de ideas:

- Abstracción de dos jóvenes alegres sobre un rectángulo que sirve de soporte a la imagen.
- Rectángulos representando a los jóvenes caminando hacia adelante con unos círculos es su camino.
- Un camino que inicia pequeño y termina amplio sobre una flecha que indica hacia adelante que hay algo más.
- Abstracción de un joven creando y construyendo una escalera haciéndola hacia arriba.

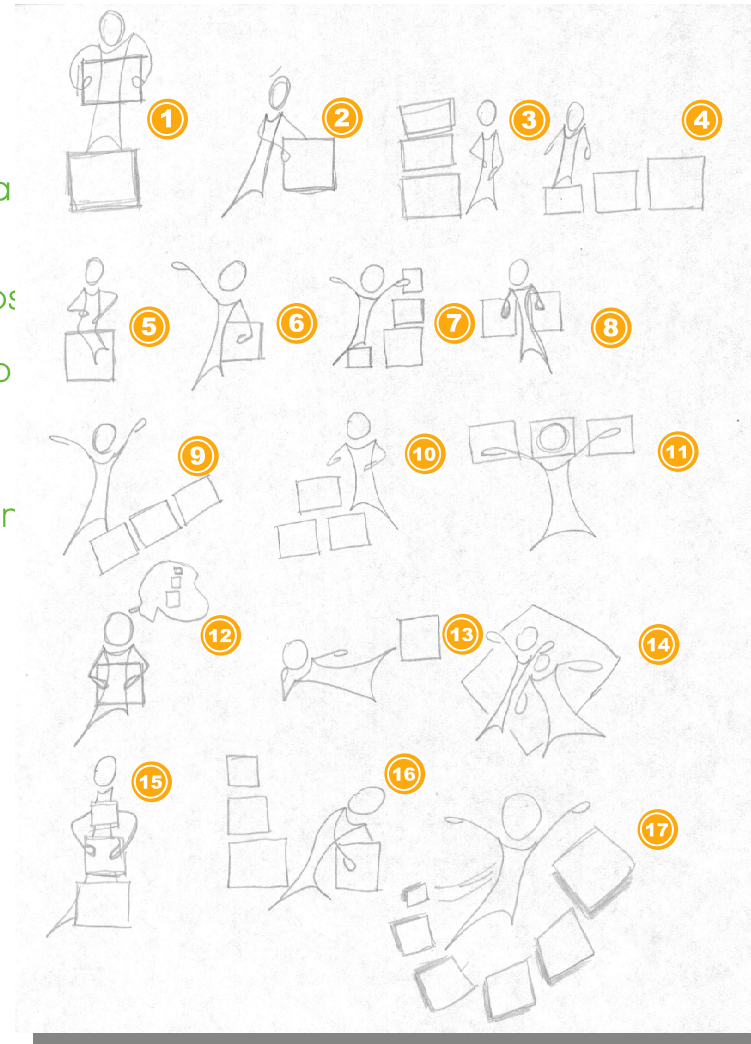


#### 4.6 Proceso de bocetaje a mano:

En el siguiente cuadro se observan las siguientes figuras:

1. Un joven sobre un cuadro con otro abrazado representando la base del futuro y con lo que cuenta
2. Joven colocando un cuadro en un lugar vacío iniciando algo.
3. Varios cuadros y un joven a su lado las bases que los jóvenes tienes para su futuro.
4. Un joven caminando hacia adelante sobre un camino
5. Un joven sentado sobre su futuro
6. Inspirandose para crear un mejor futuro.
7. Una escalera y una torre a donde llega el joven.
8. Cuadros representando las bases para el futuro y un joven apoyado en ellos.
9. Una trayectoria o un camino el cual es trazado por un joven.
10. La base fuerte de un joven
11. Un joven abrazando varias cosas con las cuales seguirá caminando.
12. Un joven pensando en las herramientas que tendrá para el futuro.
13. Joven apoyado comodamente en un cuadro.
14. Dos jóvenes alegres
15. Un joven aferrado a la vida
16. Alguien formando otra torre.
17. Un joven atravesando su camino.

## Capítulo IV



# Capítulo IV

## 4.7 Proceso de bocetaje digital



Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores del Relleno Sanitario Zona 3



## 4.8 Correcciones de identidad



## Capítulo IV



## Capítulo IV

### 4.9 Justificación de identidad

Cuadros de distinto tamaño y distinto color formando uno sobre que significa que esta creando o construyendo algo los cuales forman una escalera la cual simboliza que va hacia arriba y adelante a el futuro el cual es creado por los jóvenes.

# Atención Integral a los jóvenes trabajadores del relleno sanitario zona 3

Abstracción de un joven creando y formando un camino, creando su propio futuro.

Tipografía Pilgrim

Es un tipo de letra delgada que a su vez muestra fuerza y solidez la cual cuenta con rasgos diversos en la terminación de cada letra (serif) su característica es como la de un joven con mucho dinamismo.

El color utilizado en el texto es color verde y rojo para darle mayor connotación visual y hacerlo atractivo a la vista.

## 5.1 Técnicas e Instrumentos de Investigación

- Técnicas o herramientas para validación:
- Tipo de pregunta:
- Pregunta según su formulación:
- Muestra Gráfica:
- Focus Group:

# Capítulo V

Encuesta y muestra gráfica.

Pregunta cerrada

Pregunta Dicotómicas

Presentación de identidad de forma impresa como apoyo a la encuesta.

Grupo No.1  
Jóvenes 17 - 25 años  
Estudiantes del proyecto o asisten a Cafnima por algun servicio  
Sexo femenino y masculino  
Viven en el perimetro capitalino  
Jóvenes trabajadores

Grupo No. 2  
Jóvenes estudiantes nivel básico, diversificado y nivel universitario  
Edad: 17-25 años  
Sexo: femenino y masculino  
Residentes del área capitalina

## 5.2 Encuesta para profesionales

La presente encuesta se realizó para validar el presente trabajo.

### 5.2.1 Perfil del encuestado (profesional):

El perfil del encuestado es:

- Licenciado en Diseño Gráfico y Publicista
- Trabajando en el área profesional
- Edad: 25-35 años
- Sexo: Masculino y femenino
- Residentes: Ciudad capital de Guatemala

### 5.2.2 Referente a:

Creación de identidad y material gráfico impreso del proyecto "Atención integral a los jóvenes trabajadores del relleno sanitario zona 3"

### 5.2.3 Objetivo del proyecto:

Cubrir con la necesidad de identificación del proyecto y dar a conocer su labor, brindando soluciones en forma grafica para su fácil comprensión.

## Capítulo V

Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis Publicitario  
Creación de Identidad y Material Gráfico Impreso del Proyecto  
"Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores  
del Relleno Sanitario Zona 3"

Proyecto de investigación comunicación, realizado en la  
Ciudad de Guatemala, en el período de junio a noviembre 2006.

### Encuesta de validación para Profesionales:

Instrucciones: Conteste cada pregunta colocando una X sobre su respuesta dentro del recuadro.

1. ¿Se identifica el concepto creativo?

Si

No

2. ¿Las imágenes reflejan el concepto creativo?

Si

No

3. ¿Cree que las imágenes son abstractas?

Si

No

4. ¿Se identifica que la imagen está construyendo algo con los cubos?

Si

No

5. ¿Los colores son adecuados para jóvenes?

Si

No

## Capítulo V

6. ¿Están bien utilizados los colores de la identidad?

Si

No

7. ¿La tipografía es adecuada?

Si

No

8. ¿Es agradable la proporción de la tipografía?

Si

No

9. ¿Los colores de la tipografía atraen visualmente?

Si

No

10. ¿Es agradable la utilización de dos colores en la tipografía?

Si

No

11. ¿La utilización de diferentes tamaños de tipografía es agradable?

Si

No

12. ¿Considera que la imagen y la tipografía están bien distribuidas?

Si

No

13. ¿Visualmente es atractiva la identidad del proyecto?

Si

No

14. ¿Cree que la identidad esta dirigida a jóvenes?

Si  No

15. ¿Considera que los jóvenes entenderán el concepto o idea de la identidad?

Si  No

16. ¿Cree que es de utilidad la papelería del proyecto?

Si  No

17. ¿Es necesaria la creación del manual de normas graficas?

Si  No

18. ¿Cree que ayudara el manual de normas graficas para la mejor utilización de la identidad del proyecto?

Si  No

19. ¿Considera que la identidad necesita material grafico impreso de apoyo para conocer mas sobre la labor del proyecto?

Si  No

20. ¿Se describe de forma visual el trabajo o labor del proyecto?

Si  No

#### 5.2.4 Encuesta para grupo objetivo

La presente encuesta se realizó para validar el presente trabajo.

##### 5.2.4.1 Grupo No.1:

- Jóvenes 17 - 25 años
- Estudiantes del proyecto o asistena
- Cafnima por algun servicio
- Sexo: femenino y masculino
- Residencia: Perimetro capitalino
- Jóvenes trabajadores

##### Grupo No. 2:

- Jóvenes estudiantes nivel básico, diversificado y nivel universitario
- Edad: 17-25 años
- Sexo: femenino y masculino
- Residencia: Perimetro capitalino

##### 5.2.4.2 Referente a:

Creación de identidad y material gráfico impreso del proyecto "Atención integral a los jóvenes trabajadores del relleno sanitario zona 3"

##### 5.2.4.3 Objetivo del proyecto:

Cubrir con la necesidad de identificación del proyecto y dar a conocer su labor, brindando soluciones en forma grafica para su fácil comprensión.



## Capítulo V

Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis Publicitario  
Creación de Identidad y Material Gráfico Impreso del Proyecto  
"Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores  
del Relleno Sanitario Zona 3"  
Proyecto de investigación comunicación, realizado en la  
Ciudad de Guatemala, en el período de junio a noviembre 2006.

### Encuesta de validación para grupo objetivo:

Instrucciones: Conteste cada pregunta colocando una X sobre su respuesta dentro del recuadro.

1. ¿Le gusta el tipo de letra?

Si  No

2. ¿Le agrada que tenga letras grandes y pequeñas en el nombre del proyecto?

Si  No

3. ¿Es agradable que la letra tenga dos colores?

Si  No

4. ¿Es agradable para su vista que la letra este centrada?

Si  No

5. ¿Le atrae el color verde y rojo de la letra?

Si  No

5. ¿Le atrae el color verde y rojo de la letra?

Si

No

6. ¿El color de las imágenes son agradables?

Si

No

7. ¿En conjunto están bien utilizados los colores?

Si

No

8. ¿Los colores que se utilizan en la identidad son colores que expresan juventud?

Si

No

9. ¿Le llama la atención los colores de la identidad?

Si

No

10. ¿Cree que los colores que se utilizan en la identidad son para jóvenes?

Si

No

11. ¿Los cubos forman algo?

Si

No

12. ¿Visualmente se ve que es una persona el muñeco de la identidad?

Si

No

13. ¿En conjunto el muñeco esta construyendo algo con los cubos?

Si  No

14. ¿Le agrada como se ven las imágenes?

Si  No

15. ¿Las imágenes son simples y agradables?

Si  No

16. ¿Le agrada como esta formada la identidad (imagen y letra)?

Si  No

17. ¿Se entiende que el proyecto trabaja con jóvenes?

Si  No

18. ¿Cree que los jóvenes son el futuro de Guatemala?

Si  No

19. ¿Es importante que se conozca la labor del proyecto?

Si  No

20. ¿Cree que se necesita información sobre el proyecto para conocerlo más?

Si  No

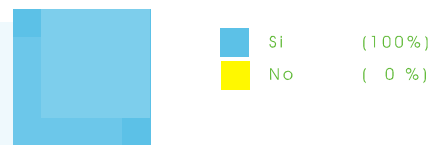
# Capítulo V

## 5.3 Graficas de encuesta a profesionales

1. ¿Se identifica el concepto creativo?



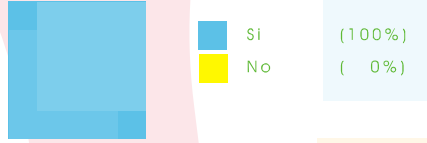
2. ¿Las imágenes reflejan el concepto creativo?



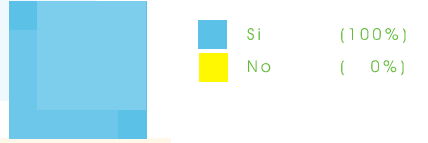
3. ¿Cree que las imágenes son



4. ¿Se identifica que la imagen está construyendo algo con los cubos?



5. ¿Los colores son adecuados para jóvenes?



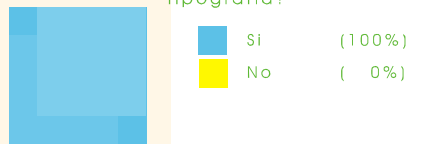
6. ¿Están bien utilizados los colores de la identidad?



7. ¿La tipografía es adecuada?



8. ¿Es agradable la proporción de la tipografía?



9. ¿Los colores de la tipografía atraen visualmente?



10. ¿Es agradable la utilización de dos colores en la tipografía?



11. ¿La utilización de diferentes tamaños de tipografía es agradable?



12. ¿Considera que la imagen y la tipografía están bien distribuidas?



# Capítulo V

13. ¿Visualmente es atractiva la identidad del proyecto?



Si (100%)  
No (0%)

14. ¿Cree que la identidad esta dirigida a jóvenes?



Si (100%)  
No (0%)

15. ¿Considera que los jóvenes entenderán el concepto o idea de la identidad?



Si (100%)  
No (0%)

16. ¿Cree que es de utilidad la papelería del proyecto?



Si (100%)  
No (0%)

17. ¿Es necesaria la creación del manual de normas graficas?



Si (100%)  
No (0%)

18. ¿Cree que ayudará el manual de normas graficas para la mejor utilización de la identidad del proyecto?



Si (99%)  
No (1%)

19. ¿Considera que la identidad necesita material grafico impreso de apoyo para conocer mas sobre la labor del proyecto?



Si (100%)  
No (0%)

20. ¿Se describe de forma visual el trabajo o labor del proyecto?

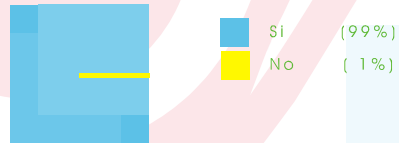


Si (100%)  
No (0%)

# Capítulo V

## 5.4 Graficas de encuesta grupo objetivo

1. ¿Le gusta el tipo de letra?



2. ¿Le agrada que tenga letras grandes y pequeñas en el nombre del proyecto?



3. ¿Es agradable que la letra tenga dos colores?



4. ¿Es agradable para su vista que la letra este centrada?



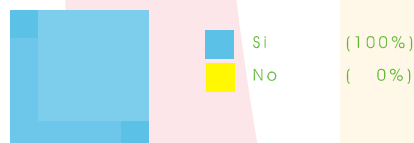
5. ¿Le atrae el color verde y rojo de la letra?



6. ¿El color de las imágenes son agradables?



7. ¿En conjunto están bien utilizados los colores?



8. ¿Los colores que se utilizan en la identidad son colores que expresan juventud?



9. ¿Le llama la atención los colores de la identidad?



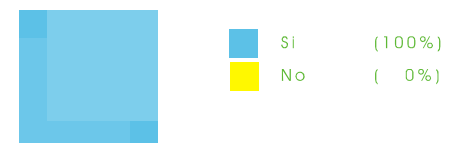
10. ¿Cree que los colores que se utilizan en la identidad son para jóvenes?



11. ¿Los cubos forman algo?

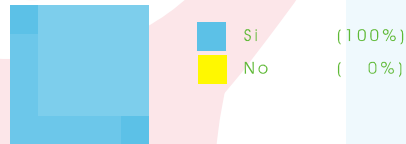


12. ¿Visualmente se ve que es una persona el muñeco de la identidad?



# Capítulo V

13. ¿En conjunto el muñeco está construyendo algo con los cubos?



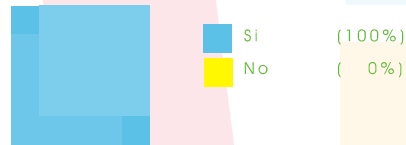
14. ¿Le agrada como se ven las imágenes?



15. ¿Las imágenes son simples y agradables?



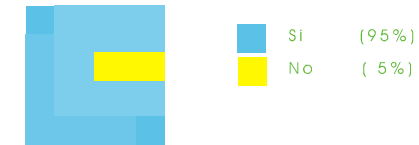
16. ¿Le agrada como esta formada la identidad (imagen y letra)?



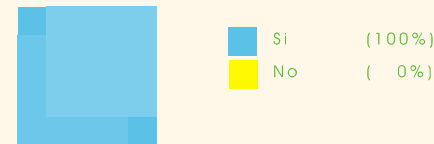
17. ¿Se entiende que el proyecto trabaja con jóvenes?



18. ¿Cree que los jóvenes son el futuro de Guatemala?



19. ¿Es importante que se conozca la labor del proyecto?



20. ¿Cree que se necesita información sobre el proyecto para conocerlo más?



5.5 Propuesta Gráfica final

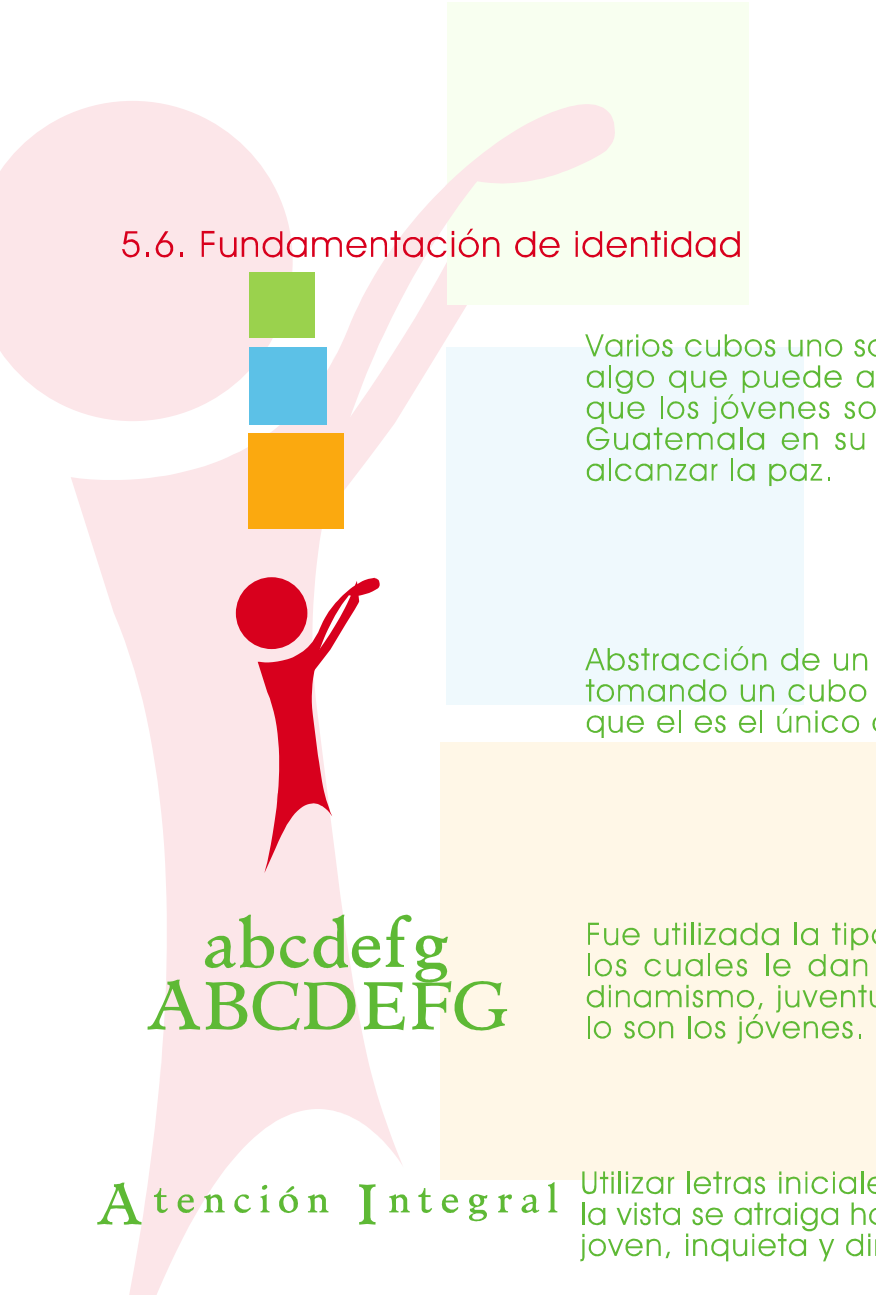


# Atención Integral

a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3



5.6. Fundamentación de identidad



Varios cubos uno sobre otro de diferentes tamaños y que forman una escalera algo que puede ayudar a subir y a llegar a lo que deseamos alcanzar, ya que los jóvenes son el futuro de nuestro país, de ellos depende como será Guatemala en su aspecto económico, social, espiritual y un medio para alcanzar la paz.

Abstracción de un joven quien está construyendo, formando y creando algo tomando un cubo el cual lo está ubicando sobre otro cubo, el cual significa que el es el único que forma y construye su propio futuro.

abcdefghijklmnop  
ABCDEFGHIJK

Fue utilizada la tipografía Pilgrim porque es un tipo de letra sencillo con serif los cuales le dan un toque diferente a cada letra, dando sensación de dinamismo, juventud pero a su vez es seria, formal y muy fuerte al igual que lo son los jóvenes.

**A**tención Integral Utilizar letras iniciales más grandes para llamar la atención visualmente y que la vista se atraiga hacia el inicio del nombre del proyecto, dándole una imagen joven, inquieta y dinámica.

## Capítulo V

**Atención Integral**  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3

Se utilizó diferentes tamaños para la tipografía tanto como el la primera línea como en la segunda y tercera, dándole énfasis al texto inicial pero en conjunto expresan un equilibrio y fuerza pero sobre todo dinámico.



Verde: Significa esperanza y los jóvenes son el futuro.  
Cyan: Porque es un color de paz, tranquilidad.  
Naranja: Porque expresa mucho dinamismo y por ser un color calido que significa mucha actividad e inquietud.



Rojo: Expresa fuerza por ello fue utilizado en la abstracción del joven porque ellos son quienes pueden crear su futuro y el de Guatemala.

**Atención Integral**  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3

Se utilizó dos colores en el texto para hacerlo más llamativo a la vista utilizando al centro el rojo para crear un equilibrio.



**Atención Integral**  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3

La distribución del texto e imagen alineando a la izquierda las imágenes porque se le dió más importancia al nombre del proyecto, ya que del lado derecho es visualmente donde el ojo es atraído, aunque no dejando ni omitiendo la importancia de la imagen ya que es una síntesis de la labor del proyecto y es un refuerzo gráfico a la identidad .

# Capítulo V

## 5.6.1 Fundamentación de material gráfico



Se utilizó una hoja de cuaderno que está escrita pero esta arrugada, rota y sucia este es un símbolo el cual representa la educación que muchos niños, niñas y adolescentes han tenido que abandonar por su situación económica pero que CAFNIMA con su proyecto de atención integral ha querido recuperar esa formación educativa. Algo que se les quito se les devuelve y aun hay esperanzas. Se utilizó la hoja rota en color verde por lo que representa en si el color, el cual es la simbolización de la esperanza.

Folleto:



Porque es un manual que describe información e informa sobre los servicios de la institución, además tiene larga vida. Este va en color verde por la representatividad de la esperanza y lleva detalles en color rojo por la fuerza y énfasis en ciertas cosas.

Afiche:

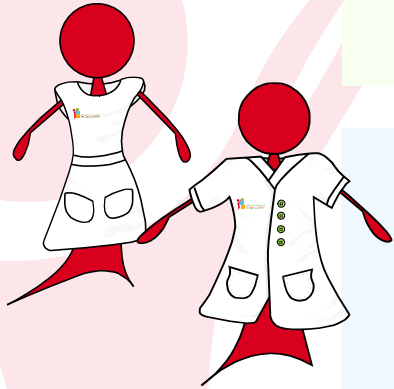


Medio impreso de información que llama la atención en el cual puede darse mayor información y está a la vista de muchas personas.

Uniforliar y volante:

Porque contiene información sobre el proyecto y la institución, es un medio económico que informa y perdura.

## Capítulo V



Gabacha y bata:

Es parte de la identidad la cual identifica al joven dentro y fuera de la institución y forma parte de la presentación de acuerdo al taller que reciben. Únicamente se utilizará la identidad del proyecto en la parte superior derecha a full color.



Mural:

Es un medio alternativo que puede dar buen resultado ya que es llamativo y está ubicado al lado de la institución y puede motivar a ingresar a la institución para obtener mayor información ya que este solo motiva al conocimiento.



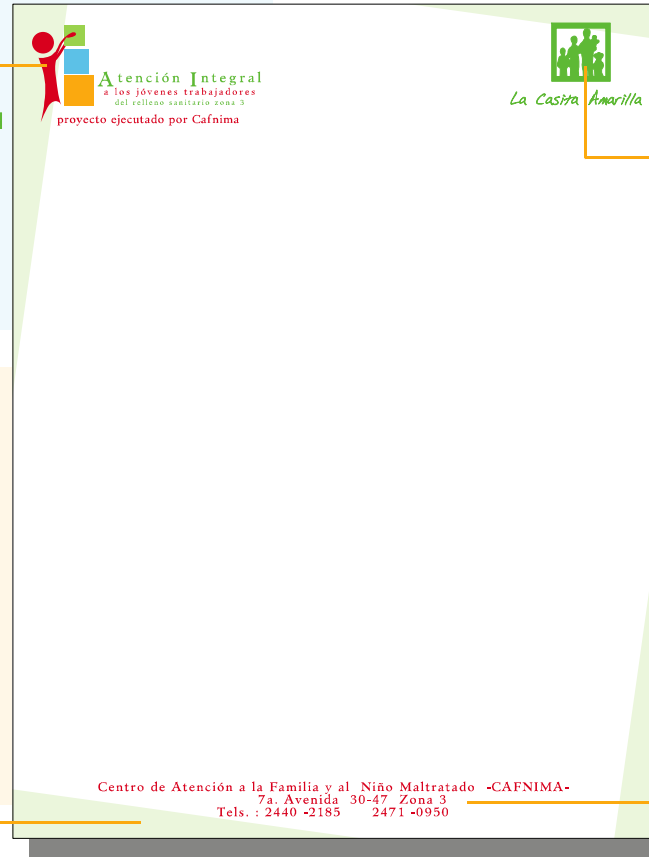
Cartelera:

Brinda un espacio para colocar información a las personas que ingresen a la institución llamando su atención.

# Capítulo V

## 5.6.2 Fundamentación de papelería

Identidad del proyecto para jóvenes



Logo de la institución que ejecuta el proyecto.

Cuadrado blanco más grande el cual simboliza que siempre existe algo más y puede ser mejor creando y trabajando.

Información de la ubicación y teléfonos de la institución.

## Capítulo V

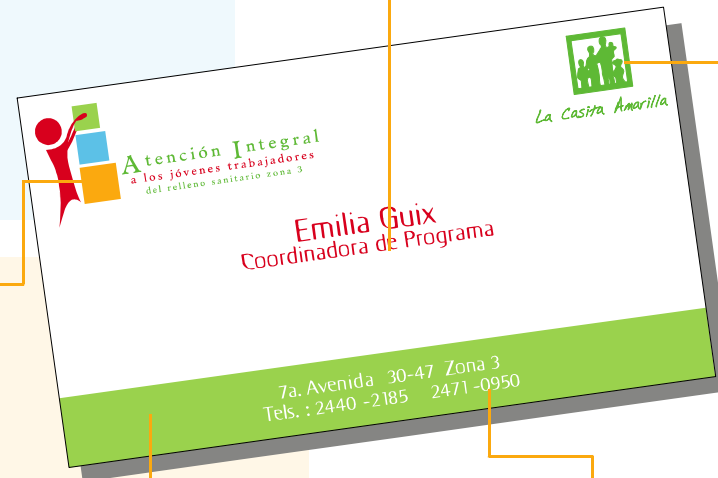
Información de las personas que laboran en el proyecto y el cargo que desempeña.

Logo de la institución que ejecuta el proyecto.

Identidad del proyecto para jóvenes

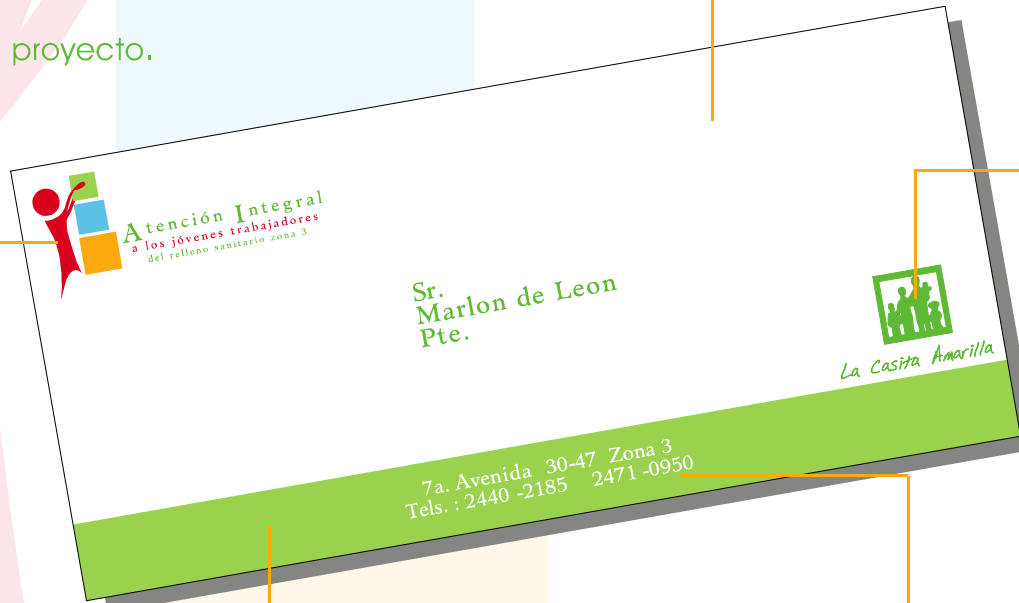
Franja de color verde para atraer la vista hacia la información.

Información de la ubicación y teléfonos de la institución.



## Capítulo V

Logo del proyecto.



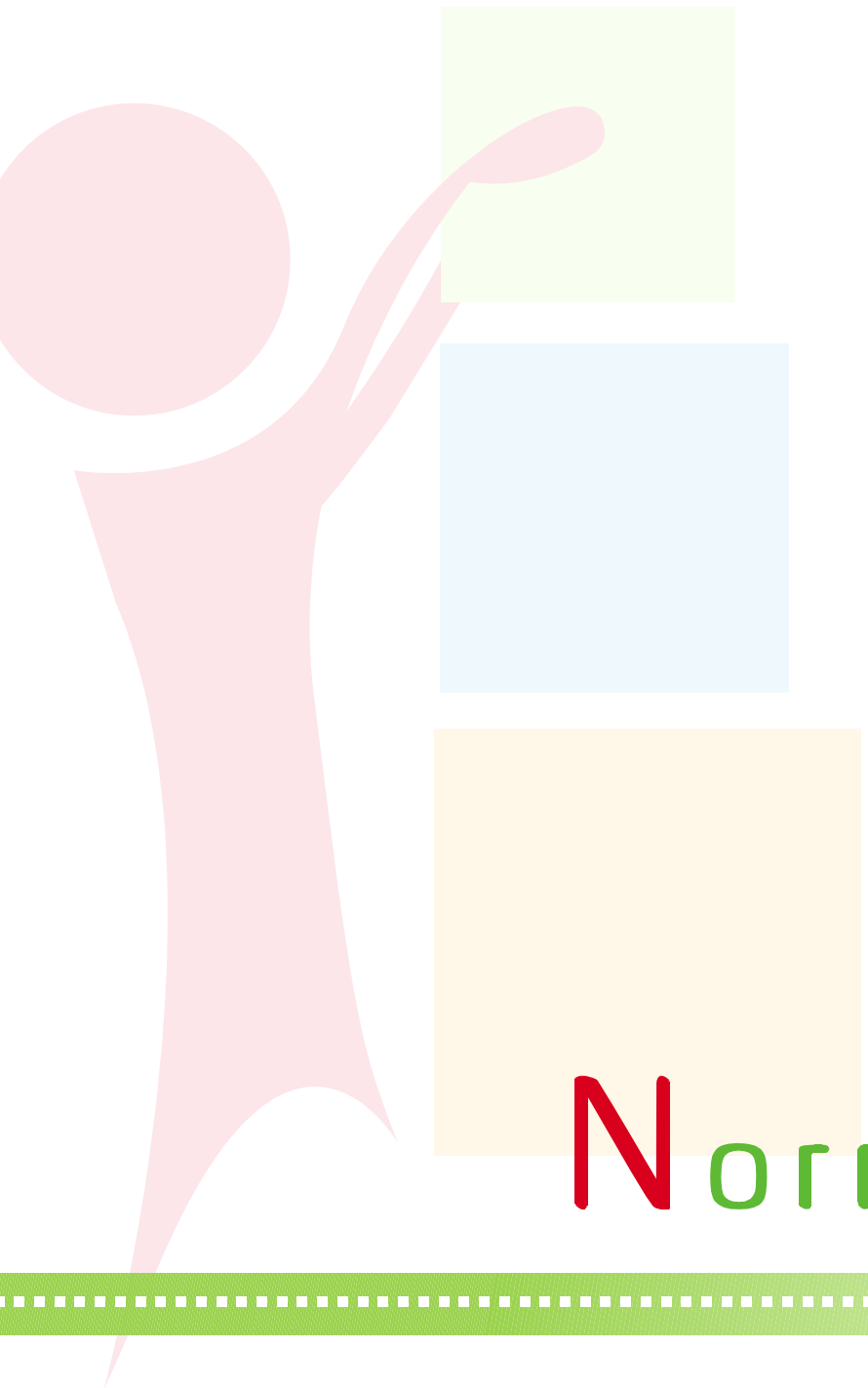
Fondo blanco para dejar libre la información a quien esta dirigida.

Logo de la institución que ejecuta el proyecto para que no sea desligado de el.

Dirección y números telefónicos de la institución.

Franja de 1 pulgada de ancho y 8.5 plg. largo color verde para atraer la vista hacia la información

# Manual de Normas Graficas





## Introducción

Este Manual de normas graficas de la identidad del proyecto "Atención integral a los jóvenes trabajadores del relleno sanitario zona 3" es una referencia para el mejor uso y la fácil aplicación del mismo. Es una guía para utilizar de forma correcta la identidad del proyecto que sirve para que quienes manipulen la identidad hagan uso correcto de ella para evitar errores de visibilidad, tamaño y color entre otros.

No se puede manipular la identidad del proyecto, únicamente debe ser utilizado como se especifica en el manual de normas graficas.

## Capítulo V

Elemento gráfico

Tipografía



# Atención Integral

a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3

Tipografía:	Pilgrim
Iniciales A e I :	18 pts
Primera línea menos iniciales:	11 pts.
Segunda línea:	7.5 pts.
Tercera línea:	6.5 pts.

El elemento gráfico siempre debe ir acompañado de la tipografía a excepción de algunas ocasiones que el manual especifique para utilizarlo por separado.



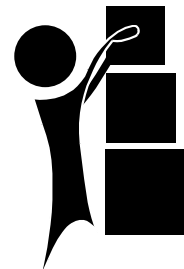
Colores corporativos

Blanco y negro

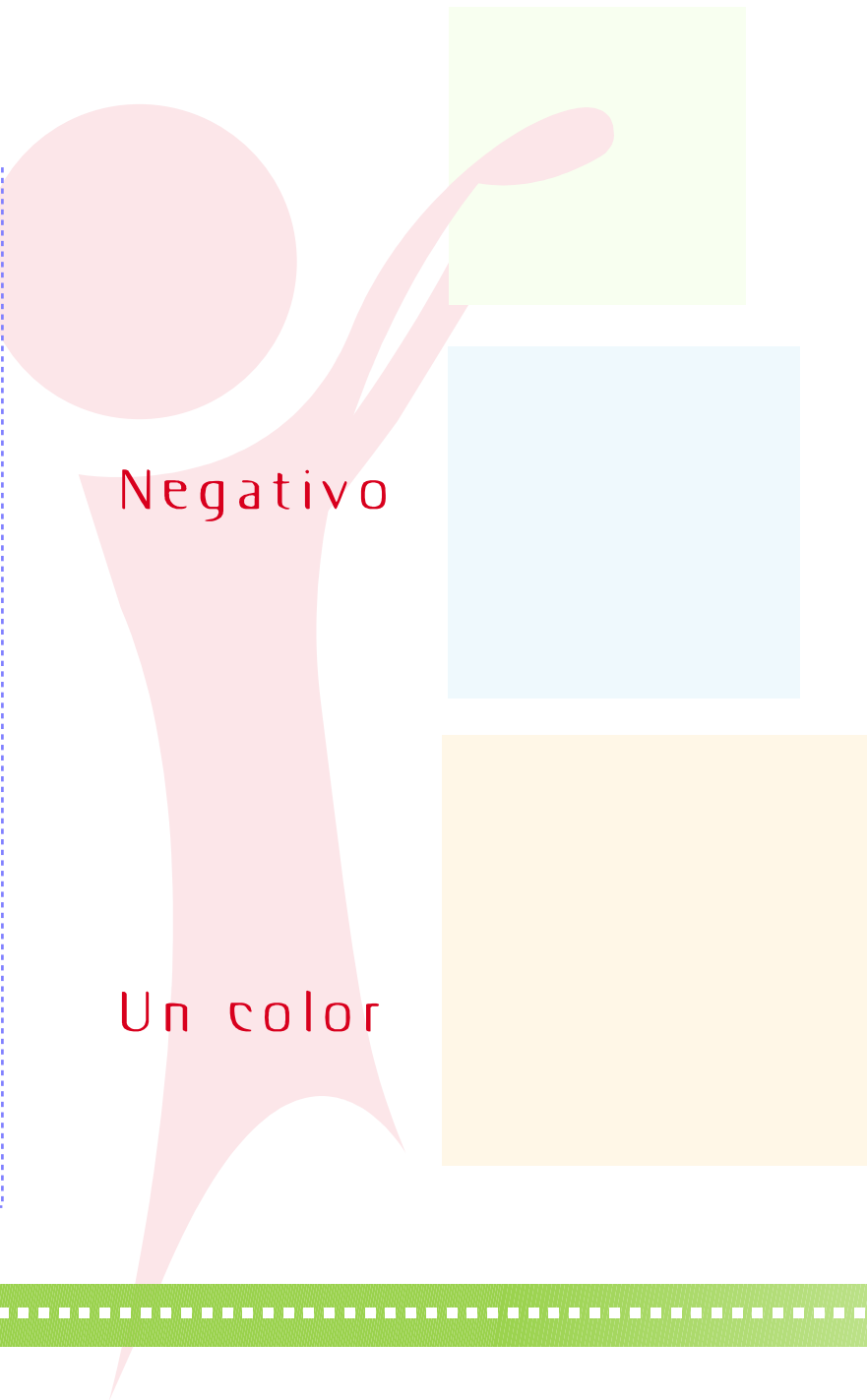
## Capítulo V



**Atención Integral**  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3



**Atención Integral**  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3



## Capítulo V



Únicamente utilizará una línea negra en la mano ubicada sobre el cubo cuando sea utilizado en versión a un color.



Pantone 360 CVC

# Capítulo V

Versión a color

Verde  
Pantone 367 CVC

Cyan  
Pantone 305 CVC

Naranja  
Pantone 136 CVC

Rojo  
Pantone Red 032 CVC

Rojo Pantone Red 032 CVC

## Atención Integral a los jóvenes trabajadores del relleno sanitario zona 3

Verde Pantone 360 CVC

# Capítulo V

## Tipografía Titular

Tipografía básica Pilgrim utilizada en papelería e identidad del proyecto.

A B C D E F G H I J K L  
M N Ñ O P Q R S T U V  
W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o  
p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## Color

Pantone 367 CVC



Pantone 305 CVC



Pantone 136 CVC



Pantone Red 032 CVC



Pantone 360 CVC



## Tipografía Complementaria

Tipografía Arial que puede ser utilizada en papelería e identidad del proyecto si no se tuviese el tipo de letra original.

A B C D E F G H I J K L M  
N Ñ O P Q R S T U V W X  
Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o  
p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## Capítulo V

### Identidad con tipografía arial



Atención Integral  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3

Tipografía:	Arial
Iniciales A e I :	18 pts.
Primera línea menos iniciales:	11 pts.
Segunda línea:	7.5 pts.
Tercera línea:	6.5 pts.

Proporción de identidad

Atención Integral  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3



## Alineación de identidad

Alineación del texto hacia abajo



Alineación del texto a la derecha



No alinear texto hacia arriba



No alinear texto hacia izquierda



## Capítulo V

Uso incorrecto de identidad 



## Capítulo V



Opción de color en identidad

**Atención Integral**  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3

**Atención Integral**  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3

## Capítulo V

Puede ser utilizado a un color pantone 305 CVC , 360 CVC o negro

Puede ser utilizado a dos colores  
pantone verde 360 CVC  
rojo pantone red 032 CVC

## Capítulo V

Utilización de identidad por separado

Puede utilizarse la imagen de la identidad únicamente cuando sea trabajado en suveniers como playeras, lapiceros, etc. pudiendo utilizarlo a un color o dos colores

El texto puede ser omitido si se considera que puede perderse dependiendo del proceso con el que será trabajado (grabado o suveniers)

**Atención Integral**  
a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3

## Capítulo V

### Reducción de logotipo

La reducción de la identidad del proyecto permitirá ser leído con facilidad tanto reducido como ampliado.

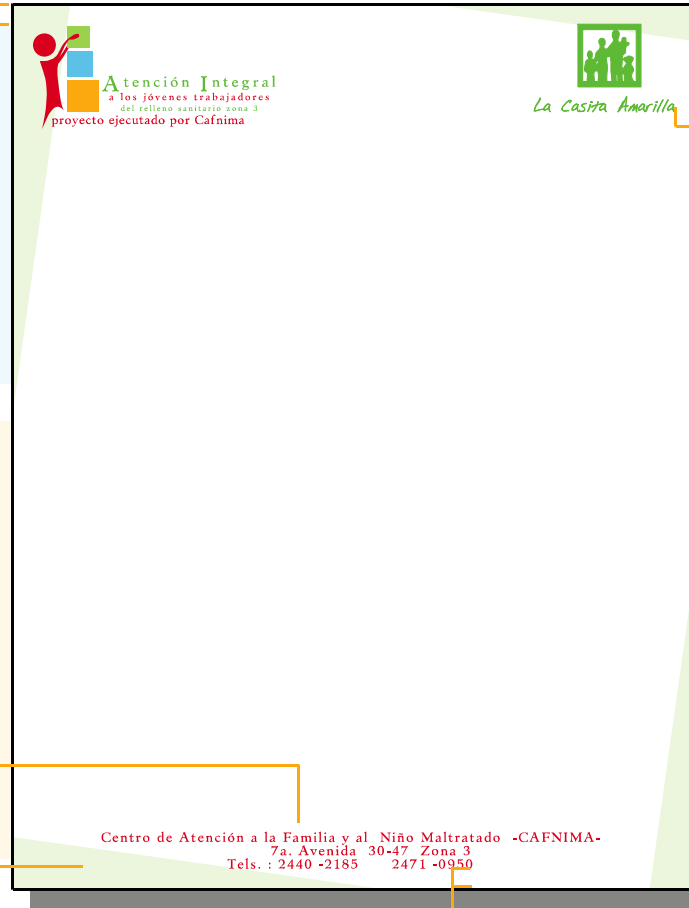
Debe ser ampliado o reducido proporcionalmente para evitar que sea distorsionado.



# Capítulo V

## Aplicación en hoja membretada

0.25 plg. del borde superior hacia abajo para la ubicación logo de institución e identidad del proyecto



0.25 plg. del borde hacia los lados izquierdo y derecho.

100% pantone red 032 CVC

20 % matiz verde pantone 367 CVC

0.25 plg. del borde inferior hacia arriba para ubicar datos de la institución.

## Aplicación en tarjeta de presentación

0,10 plg. del borde superior hacia abajo para colocar la identidad del proyecto.

0,10 plg. del borde superior hacia abajo para colocar la identidad del proyecto.

0,10 plg. de ambos lados para colocar logotipo

0,10 plg. de ambos lados para colocar logotipo



Tipografía Pilgrim  
Nombre 12 pts.  
Cargo 8 pts.  
Información 7 pts.  
Ambos en pantone 360 CVC

100 % pantone 367 CVC

## Capítulo V

### Aplicación en sobre

1.60 plg. de borde superior hacia abajo para del borde inferior hacia arriba para ubicar datos de la persona a quien es enviada la carta.

0.10 plg. hacia abajo del borde superior para ubicar identidad

3.35 plg. del borde izquierdo para ubicar datos alineados.



Sr.  
Marlon de Leon  
Pte.



7a. Avenida 30-47 Zona 3  
Tels. : 2440 -2185 2471 -0950

Tipografía Pilgrim  
datos persona  
15 pts.  
datos de  
institución 12 pts.  
pantone  
306 CVC  
blanco

0.70 plg. franja  
pantone  
367 CVC

0.10 plg. hacia abajo  
de los lados



## Capítulo V

### Aplicación en hoja membretada un color

Puede utilizarse la hoja membretada a un color.

0.25 plg. del borde superior hacia abajo ubicación para logo de institución e identidad del proyecto



pantone 360 CVC

20 % matiz  
verde pantone 360 CVC

# Capítulo V

## Aplicación en recibo de caja

Puede utilizarse a un color porque no es necesario invertir mucho y es un documento que no lo amerita

Especificación de que es recibo de caja con su numeración respectiva.

0,25 plg. del borde superior hacia abajo ubicación para logo de institución e identidad del proyecto

Texto Basque Thin

Información que contiene un recibo de caja.

RECIBO DE CAJA  
No. 000125

Guatemala, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2007

Recibi de: \_\_\_\_\_

La cantidad de: \_\_\_\_\_

Por pago de: \_\_\_\_\_

efectivo  cheque  banco \_\_\_\_\_

Monto: \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

0,25 plg. del borde hacia los lados izquierdo y derecho.

0,25 plg. del borde hacia los lados izquierdo y derecho.

# Capítulo V

Propuesta de material gráfico impreso

## Folleto informativo del proyecto

Tamaño: 3x13 plgs.  
 Papel: Couche 80 grms.  
 Color: Full color (placas)  
 Exceso: 0.125 plgs  
 Impreso: Tiro y retiro

Se sugiere imprimir en imprenta o litografía puede ser a un color.

**Jóvenes hacia adelante**

**CURSOS QUE SE IMPARTEN**

- Cursos técnicos actuales para jóvenes
- Computación
- Cocina y Repostería
- Belleza
- Corte y Confección

**Atención Integral**  
 a los jóvenes trabajadores del relleno sanitario zona 3

**Jóvenes hacia adelante**

**CAFNIMA** facilita y capacita a los y las jóvenes en talleres técnicos.

Facilita contactos de instituciones y empresas interesadas en apoyar a los y las jóvenes en colocación de empleo.

**La Casita Amarilla**  
 Proyecto ejecutado por CAFNIMA  
 7a. Avenida 30-47 Zona 3  
 Tels. : 2440 -2185 2471 -0950

**OBJETIVOS DE "ATENCIÓN INTEGRAL A LOS JÓVENES TRABAJADORES DEL RELLENO SANITARIO ZONA 3" :**

Brindar oportunidades de empleo y autoempleo a jóvenes trabajadores del Relleno Sanitario por medio del desarrollo de programas y actividades académicas (educación formal) y técnico formativas (educación extraescolar).

**Familias enteras luchan diariamente en el basurero por encontrar los medios para sobrevivir, esta realidad deja al descubierto los altos índices de pobreza.**

**Nuestros Programas:**

- Educación Extraescolar
- Educación secundaria
- Promoción de la mujer IGER
- Nutrición
- Desarrollo Comunitario

En **CAFNIMA**, hemos trabajado con niños y jóvenes, proporcionándoles educación y alimentación. Además trabajamos con sus familias y con las personas que viven alrededor del relleno sanitario.

## Capítulo V

### Unifoliar para el proyecto

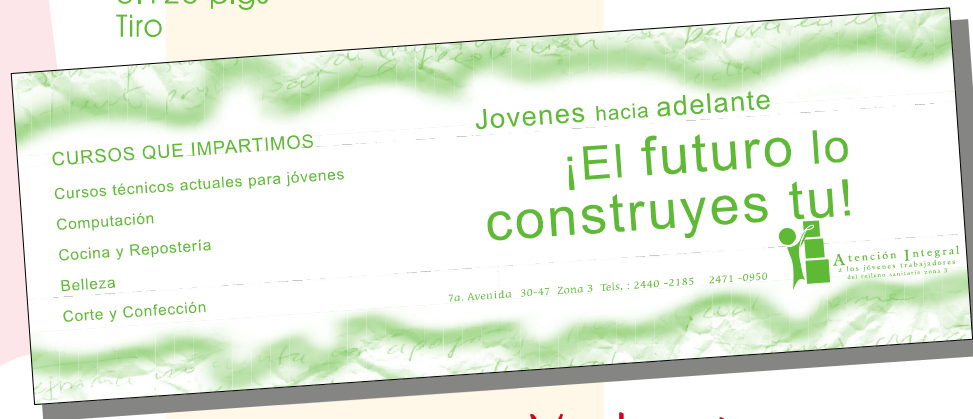
Tamaño: 3.60 x 8.50 plgs.  
Papel: Texcote calibre 12  
Color: Full color (placas)  
Exceso: 0.125 plgs  
Impreso: Tiro

Se sugiere imprimir en imprenta o litografía.

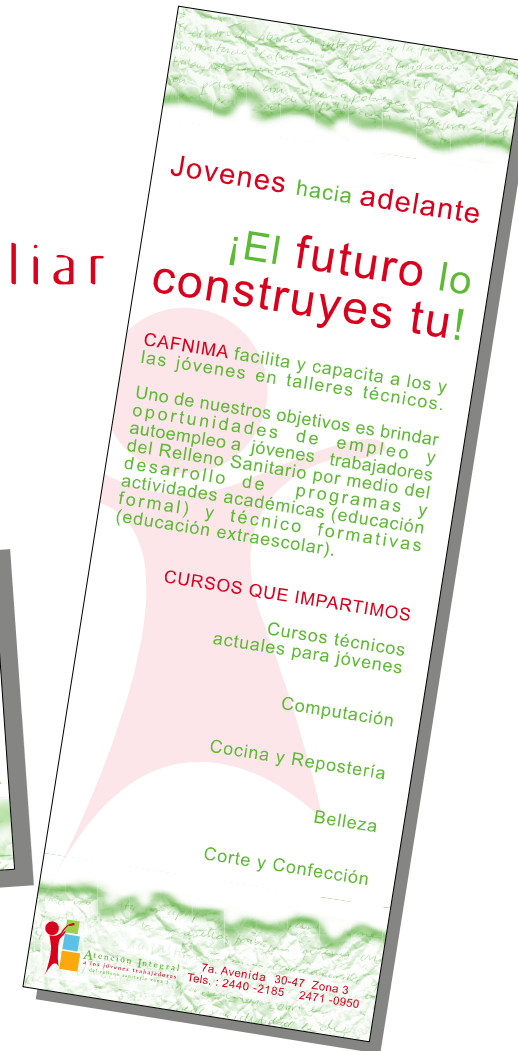
### Volante informativo

Tamaño: 3.50 x 8.50 plgs.  
Papel: Bond 80 gramo  
Color: Un color  
Exceso: 0.125 plgs  
Impreso: Tiro

### Unifoliar



### Volante



## Afiche informativo

Tamaño: 10 x 18 plgs.  
Papel: Texcote calibre 12  
Color: Full color (placas)  
Exceso: 0,125 plgs  
Impreso: Tiro

Se sugiere imprimir en imprenta o litografía.

## Capítulo V

**Jovenes hacia adelante**

**¡El futuro lo construyes tu!**

**CURSOS QUE IMPARTIMOS**

Cursos técnicos actuales para jóvenes

- Computación
- Cocina y Repostería
- Belleza
- Corte y Confección

Atención Integral a los Jóvenes Trabajadores  
7a. Avenida 30-47 Zona 3 Tels. 2440-2185 2471-0950

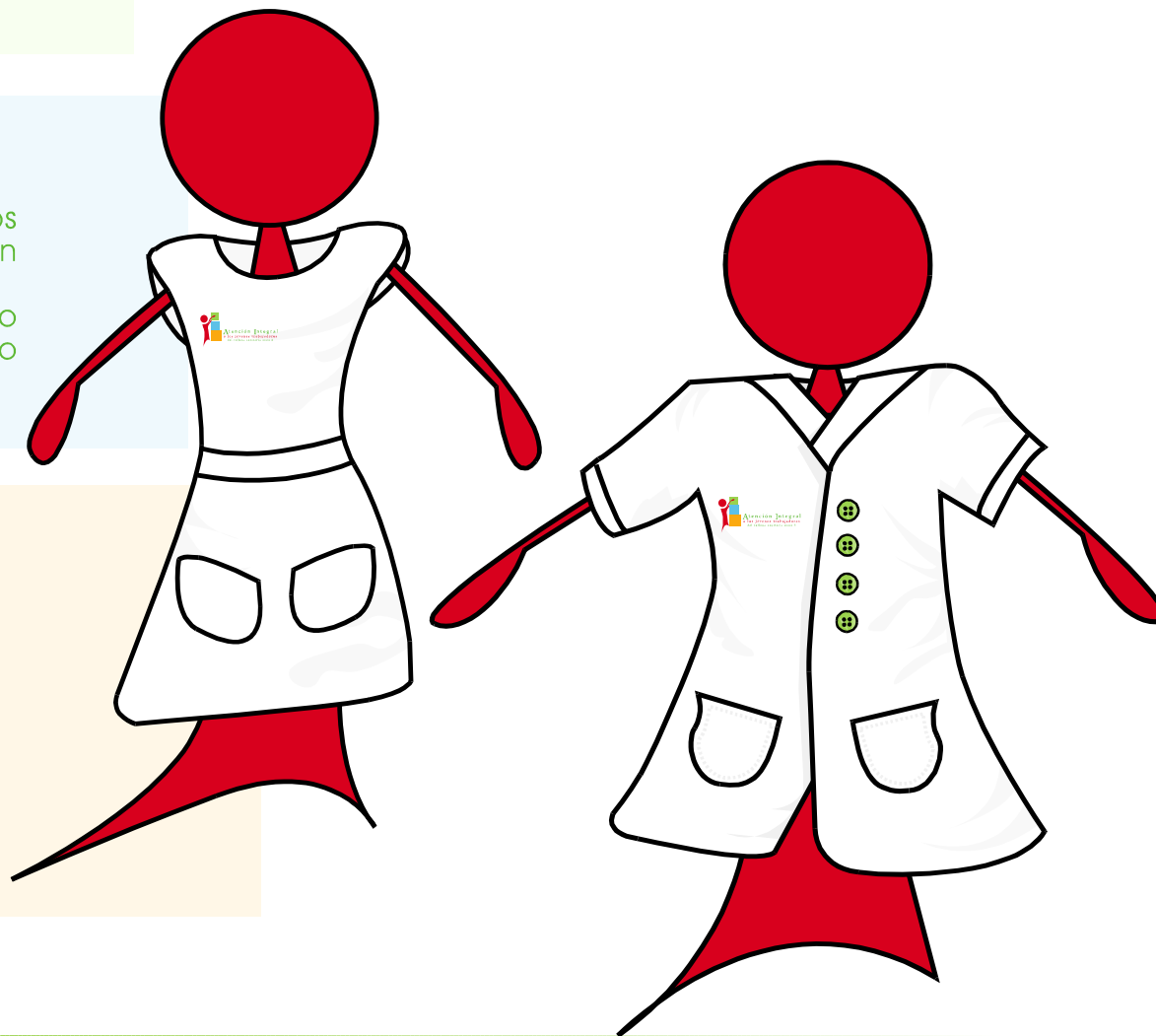
## Capítulo V

### Batas y gabachas

Material: Tela blanca  
Color identidad: Full color  
Impresión: Bordado

Bata será utilizada para los cursos de belleza, corte y confección

Gabacha será utilizado para el curso de cocina, los demás cursos no utilizaran bata o gabacha



# Mural



Antes



Despues

# Capítulo V

# Cartelera



Antes



Despues

## Conclusiones

Debido a la necesidad que mostraba el proyecto de no tener una identidad que pudiese ser identificada surge la creación de la identidad del proyecto "Atención integral a jóvenes trabajadores del relleno sanitario zona 3" el cual fuese un apoyo y ayuda para ser identificado y reconocido .

A partir de la necesidad planteada por nuestro cliente se inicia el proceso de conceptualización, el cual se enfocó a los jóvenes, a la labor que como jóvenes realizan y a las enseñanzas que brinda el proyecto. El concepto creativo fue creandose por medio de frases, palabras y conceptos que representarán a los jóvenes logrando llegar a la idea principal, partiendo de nuestra idea central el proceso de bocetaje inicia con propuestas gráficas llegando a brindar y proporcionar al cliente muestras prácticamente propuestas finales de las cuales únicamente una fue aprobada.

De aquí partimos para trabajar con la propuesta final, después de correcciones y mejoras de la identidad final fue puesta a prueba o validada por nuestro grupo objetivo el cual brindó su aprobación y aceptación total, logrando verificar que nuestro concepto, idea e imagen logró llegar a nuestro grupo meta, quienes serán los que tengan contacto diario con nuestra identidad.

La validación de nuestra identidad fue un proceso de encuestas por medio de focus group para asegurarnos y darle una aprobación final a la identidad gráfica del proyecto , por ello llegamos a la conclusión de que logramos llegar al grupo objetivo, se logró cumplir con los objetivos y por medio de la identidad se dio a conocer su labor, logrando que pueda ser identificando y proporcionar a la población joven más información sobre el proyecto.



## Recomendaciones

1. Utilizar el manual de normas gráficas para no cometer errores y no correr riesgos de que la identidad no se vea se pierda, así las personas identifiquen la idea original.
2. Imprimir la papelería en imprenta con las indicaciones del manual.
3. Se puede en caso de bajo presupuesto utilizar e imprimir el material gráfico a un color el cual sea los que sugiere el manual.
4. Utilizar la identidad completa no separarla a menos que exista una excepción en el manual.
5. Si se desea agragar algo a la identidad como texto o slogan para el proyecto es recomendable que se realice en el programa el que fue trabajado que es Freehand y no cambiar la tipografía, se puede utilizar otro tipo de letra solo en lo que se agregará.
6. Si se necesita imprimir deberá ser desde el programa Freehand versión 10.

## Lineamientos para la puesta práctica

1. Imprimir la papelería en imprenta con las indicaciones del manual.
2. Si se necesita imprimir deberá ser desde el programa Freehand.
3. Imprimir con excesos
4. Hoja membretada se sugiere imprimir en bond 80 gramos. a un color o full color
5. Tarjetas de presentación en papel opalina 120 gramos o texcote 12 a full color
6. Sobres deben ser del tamaño exacto al arte final a full color no contiene excesos



Tamaño: 8.50" x 11"

Exceso: 0.125 plg.

Papel : Bond 80 gramos



tamaño: 3.50" x 2"

Exceso: 0.125 plg.

Papel : Opalina 80 grms  
o texcote 12


## Lineamientos para la puesta práctica



Tamaño: 8,50" x 3,91"  
sin pestañas

Exceso: 0.125 plg.

Papel : Bond 80 gramos blanco

	<b>RECIBO DE CAJA</b> No. 000125
Guatemala, ___ de _____ del 2007	
Recibi de: _____	
La cantidad de: _____	
Por pago de: _____	
efectivo <input type="checkbox"/> cheque <input type="checkbox"/> banco _____	
Monto: _____	
Firma _____	

Tamaño: 5.50" x 4.25"

Papel : Bond 80 gramos

Color : Un color

HOJA MEMBRETADA  
Papel bond 80 gramos tamaño carta, impresión full color.  
Tiraje de 1,000 unidades Q.1,500.00

SOBRE OFICIO  
Papel bond 90 gramos impresión full color  
Tiraje de 1,000 unidades Q. 1,700.00

TARJETAS DE PRESENTACIÓN  
Papel opalina 120 gramos impresión full color, tamaño 2x3.5 pulgadas.  
Tiraje 500 unidades Q. 425.00

UNIFOLIAR  
Papel couche mate de 100 gramos, impresión un color, tiro, tamaño 3.5x8.5 pulgadas  
Tiraje de 2,000 unidades Q. 1,200.00

AFICHE  
Cartulina texcote calibre 18 impresión full color, tamaño 10x18 pulgadas  
Tiraje de 500 unidades Q. 2,500.00

## Presupuesto

FOLLETO  
Papel couche 80 gramos impresión full color, tamaño 3x13 pulgadas, tiro y retiro.  
Tiraje de 500 unidades Q. 1,737.50

CARTELERA  
Material vinilico 3x1 metros impresión full color  
unidad Q. 150.00

MURAL  
Pintura de aceite, pintado de forma manual tamaño de 5x2 metros.  
unidad Q. 300.00

BATA  
Color de tela blanca identidad bordade tamaño mediana.  
50 unidades Q. 1,500.00

GABACHA  
Color blanco identidad bordada borde de encaje tamaño standar  
50 unidades Q. 1,400.00

# Bibliografía

## Fuentes consultadas:(Libros y diccionario)

- Anónimo, 1994  
Biblioteca del diseño gráfico, México  
Editorial Navales Internacional
- CEAC, 1994  
La letra. Barcelona, España  
Grupo editorial CEAC  
Tercera edición
- Chapero G.,Vicente, 1998  
Metodología de la investigación Técnicas de estudio.Guatemala  
Delta Ediciones  
Segunda Edición
- Cifuentes, Mónica, 1999  
Diseño de un folleto y diapositivas como material didáctico para la enseñanza de la imagen corporativa Proyecto de graduación.Guatemala  
Universidad de San Carlos de Guatemala
- Fernández, Luis, 1995  
Manual práctico legal para pequeño y mediano empresario  
Segunda edición
- García Pelayo y Gross, Ramón, 1972  
Diccionario Pequeño Larousse. Barcelona  
Ediciones Larousse  
Editorial Noguer  
Primera Edición

- Gutiérrez y Pellecer, Wendy y Andrea, 1999
- Herrera, Wendy, 1999
- Molina Lanuza, Carmen Julieta, 2004
- Muller-Brockmann, Josef, 1982
- Murphy Rowe, John y Michael, 1991

## Bibliografía

Propuesta gráfica de la imagen corporativa de la organización no gubernamental ARCAS Asociación Rescate y Concervación de la Vida Silvestre. Guatemala  
Proyecto de graduación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Identidad corporativa del grupo artesanal madera decorativa ciudad vieja. Guatemala  
Proyecto de graduación

Diseño de logotipos eficaces (Guía didáctica). Guatemala  
Universidad del Istmo Facultad de Arquitectura y Diseño

Sistemas de retículas un manual para diseñadores gráficos. Barcelona  
Editorial Gustavo Gili, S.A.

Como diseñar marcas y logotipos  
Ediciones Gili, S.A. de C.V.  
Segunda edición (Versión al Castellano)

- Rusell, J. Thomas, Lane, W. Ronald, 1994
- Tórtola Navarro, Julio Roberto, 2000
- Turnbull, Arthur, 1997
- Tyler, 1983

## Bibliografía

Otto Kleppner Publicidad. México  
Prentice Hall

Métodos del diseño para diseñadores  
gráficos. Guatemala Universidad de San Carlos de  
Guatemala Facultad de Arquitectura Programa de  
Diseño Gráfico,  
BJ Impresos  
Segunda Edición

Comunicación gráfica  
Editorial Trillas, C.A. de C.V.  
Tercera edición

Arquitectura del anuncio, Barcelona, España  
Las ediciones del arte L.E.D.A  
Sexta edición

# Bibliografía

## Sitios web consultados:

- [www.monografias.com/trabajos16/diccionario-comunicacion/diccionario-comunicacion.shtm](http://www.monografias.com/trabajos16/diccionario-comunicacion/diccionario-comunicacion.shtm)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Marca>
- <http://www.udea.edu.co/manual/m-colorcorp.htm>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Educación>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/imgcorp.htm>
- <http://rrppnet.com.ar/imagencorporativa2.htm>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/ONG>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Relleno\\_sanitario](http://es.wikipedia.org/wiki/Relleno_sanitario)



## Glosario

**Afiche,**  
Medio impreso para anunciar información visible a muchas personas.

**Boceto,**  
bosquejo realizado a mano o a computadora para mostrar una idea gráfica.

**Calíbre,**  
dimensión con la que se especifica el grueso del papel o cartón.

**Connotación,**  
enfaticar o darle más importancia a algo.

**Folleto,**  
Un pequeño libro el cual describe e informa una institución o producto.

**Full color,**  
es el modo de definir una impresión a todo color, ya sea que contiene más de 4 colores.

**Grupo objetivo,**  
parte de una audiencia que por sus características socio demográficas, es seleccionada como objetivo de una campaña.

**Identidad gráfica,**  
algún símbolo que identifica o representa de forma gráfica a una institución.

## Glosario

**Impresión,**  
acción de imprimir en cualquier material.

**Manual de normas gráficas,**  
elemento fundamental de toda identidad, el cual consiste en evitar alteraciones en el material que identifica a la empresa, este detalla todas las normas de aplicación.

**Marca,**  
código publicitario que identifica a un producto o institución.

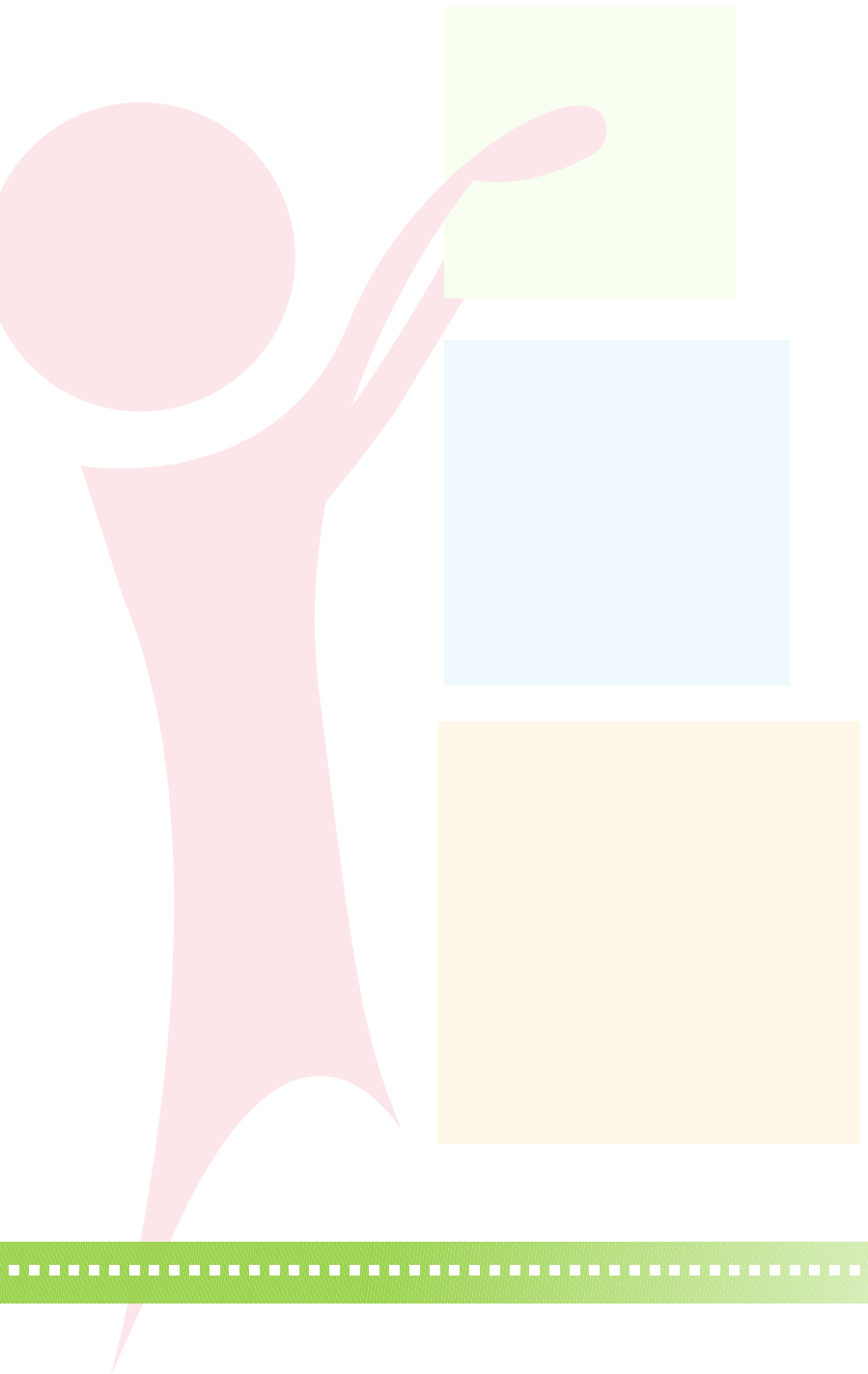
**Material impreso,**  
ayuda a conservar la imagen de una empresa y ayuda a su promoción, desarrollo y crecimiento. Lleva una línea de diseño.

**Posicionamiento,**  
consiste en concentrarse en una idea, o una palabra, que defina a la institución en la mente del consumidor.

**Relleno sanitario,**  
más conocido como basurero el cual es el depósito de basura de toda la ciudad.

**Tipografía,**  
caracteres gráficos llamados tipo o sea letras.

# A nexos





Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis Publicitario  
Creación de Identidad y material gráfico impreso del proyecto  
"Atención Integral a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3"  
Proyecto de investigación comunicación, realizado en la  
Ciudad de Guatemala, en el período de junio a noviembre 2006.

### Encuesta de validación Diseñadores Gráfico

Instrucciones: Conteste cada pregunta colocando una X sobre su respuesta.

1. ¿Se identifica el concepto creativo?  
Sí  No
2. ¿Las imágenes reflejan el concepto creativo?  
Sí  No
3. ¿Cree que las imágenes son abstractas?  
Sí  No
4. ¿Se identifica que la imagen está construyendo algo con los cubos  
Sí  No
5. ¿Los colores son adecuados para jóvenes?  
Sí  No
6. ¿Están bien utilizados los colores de la identidad?  
Sí  No
7. ¿La tipografía es adecuada?  
Sí  No
8. ¿Es agradable la proporción de la tipografía?  
Sí  No
9. ¿Los colores de la tipografía atraen visualmente?  
Sí  No
10. ¿Es agradable la utilización de dos colores en la tipografía?  
Sí  No

## Anexo 1



Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis Publicitario  
Creación de Identidad y material gráfico impreso del proyecto  
"Atención Integral a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3"  
Proyecto de investigación comunicación, realizado en la  
Ciudad de Guatemala, en el período de junio a noviembre 2006.

### Encuesta de validación Diseñadores Gráfico

11. ¿La utilización de diferentes tamaños de tipografía es agradable?  
Sí  No
12. ¿Considera que la imagen y la tipografía están bien distribuidas?  
Sí  No
13. ¿Visualmente es atractiva la identidad del proyecto?  
Sí  No
14. ¿Cree que la identidad esta dirigida a jóvenes?  
Sí  No
15. ¿Considera que los jóvenes entenderán el concepto o idea de la identidad?  
Sí  No
16. ¿Cree que es de utilidad la papelería del proyecto?  
Sí  No
17. ¿Es necesaria la creación del manual de normas graficas?  
Sí  No
18. ¿Cree que ayudara el manual de normas graficas para la mejor utilización de la identidad del proyecto?  
Sí  No
19. ¿Considera que la identidad necesita material grafico impreso de apoyo para conocer mas sobre la labor del proyecto?  
Sí  No
20. ¿Se describe de forma visual el trabajo o labor del proyecto?  
Sí  No



Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis Publicitario  
Creación de Identidad y material gráfico impreso del proyecto  
"Atención integral a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3"  
Proyecto de investigación comunicación, realizado en la  
Ciudad de Guatemala, en el período de junio a noviembre 2006.

### Encuesta de validación Grupo Objetivo

Instrucciones: Conteste cada pregunta colocando una X sobre su respuesta.

1. Le gusta el tipo de letra?  
Sí  No
2. Le agrada que tenga letras grandes y pequeñas en el nombre del proyecto?  
Sí  No
3. Es agradable que la letra tenga dos colores?  
Sí  No
4. Es agradable para su vista que la letra este centrada?  
Sí  No
5. Le atrae el color verde y rojo de la letra?  
Sí  No
6. El color de las imágenes son agradables?  
Sí  No
7. En conjunto están bien utilizados los colores?  
Sí  No
8. Los colores que se utilizan en la identidad son colores que expresan juventud?  
Sí  No
9. Le llama la atención los colores de la identidad?  
Sí  No
10. Cree que los colores que se utilizan en la identidad son para jóvenes?  
Sí  No



Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis Publicitario  
Creación de Identidad y material gráfico impreso del proyecto  
"Atención integral a los jóvenes trabajadores  
del relleno sanitario zona 3"  
Proyecto de investigación comunicación, realizado en la  
Ciudad de Guatemala, en el período de junio a noviembre 2006.

### Encuesta de validación Grupo Objetivo

11. Los cubos forman algo?  
Sí  No
12. Visualmente se ve que es una persona el muñeco de la identidad?  
Sí  No
13. En conjunto el muñeco esta construyendo algo con los cubos?  
Sí  No
14. Le agrada como se ven las imágenes?  
Sí  No
15. Las imágenes son simples y agradables?  
Sí  No
16. Le agrada como esta formada la identidad (imagen y letra)?  
Sí  No
17. Se entiende que el proyecto trabaja con jóvenes?  
Sí  No
18. Cree que los jóvenes son el futuro de Guatemala?  
Sí  No
19. Es importante que se conozca la labor del proyecto?  
Sí  No
20. Cree que se necesita información sobre el proyecto para conocerlo más?  
Sí  No

## Anexo 1

# Anexo 1



**Adultos**  
(Basurero Zona 3)



**Niños Guajeros**  
Basurero Zona 3



**Microcreditos**  
Cáñima



**Asentamiento**  
Zona 3



**Relleno Sanitario**  
(Basurero Zona 3)



**Niños Etapa 1**  
Cáñima

# Anexo 1

