



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



Revista informativa y material promocional para la Organización Esperanza de Vida

Autor: María Alejandra Salvatierra Yon
Carné: 200516664

Previo a optar el título de Licenciada en Diseño Gráfico con énfasis editorial
Guatemala, Noviembre de 2009



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



**Revista informativa y material promocional para
la Organización Esperanza de Vida**

Autora: María Alejandra Salvatierra Yon
Carné: 200516664
Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico con énfasis editorial
Guatemala, Noviembre de 2009





**Revista informativa y material promocional para
la Organización Esperanza de Vida**



Índice

Nómina de autoridades	5
Agradecimientos y dedicatoria	6
Presentación	7
CAPÍTULO 1	
1.1 Antecedentes	8
1.2 Problema	9
1.3 Justificación	9
1.3.1 Magnitud	9
1.3.2 Trascendencia	9
1.3.3 Vulnerabilidad	10
1.3.4 Factibilidad	10
1.4 Objetivos	11
1.4.1 Objetivo general	11
1.4.2 Objetivos específicos	11
CAPÍTULO 2	
2.1 Perfil del cliente y servicio que brinda	12
2.2 Grupo objetivo	13
CAPÍTULO 3	
3.1 Conceptos fundamentales	15
3.2 Concepto creativo	18
3.3 Proceso de bocetaje	20
3.3.1 Piezas preliminares para validación.....	28
CAPÍTULO 4	
4.1 Comprobación de eficacia	33
4.2 Propuesta gráfica final	47
4.3 Fundamentación de propuesta gráfica	73
Conclusiones	75
Recomendaciones	76
Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta	77
Bibliografía y fuentes consultadas	81
Glosario	82
Anexos	85



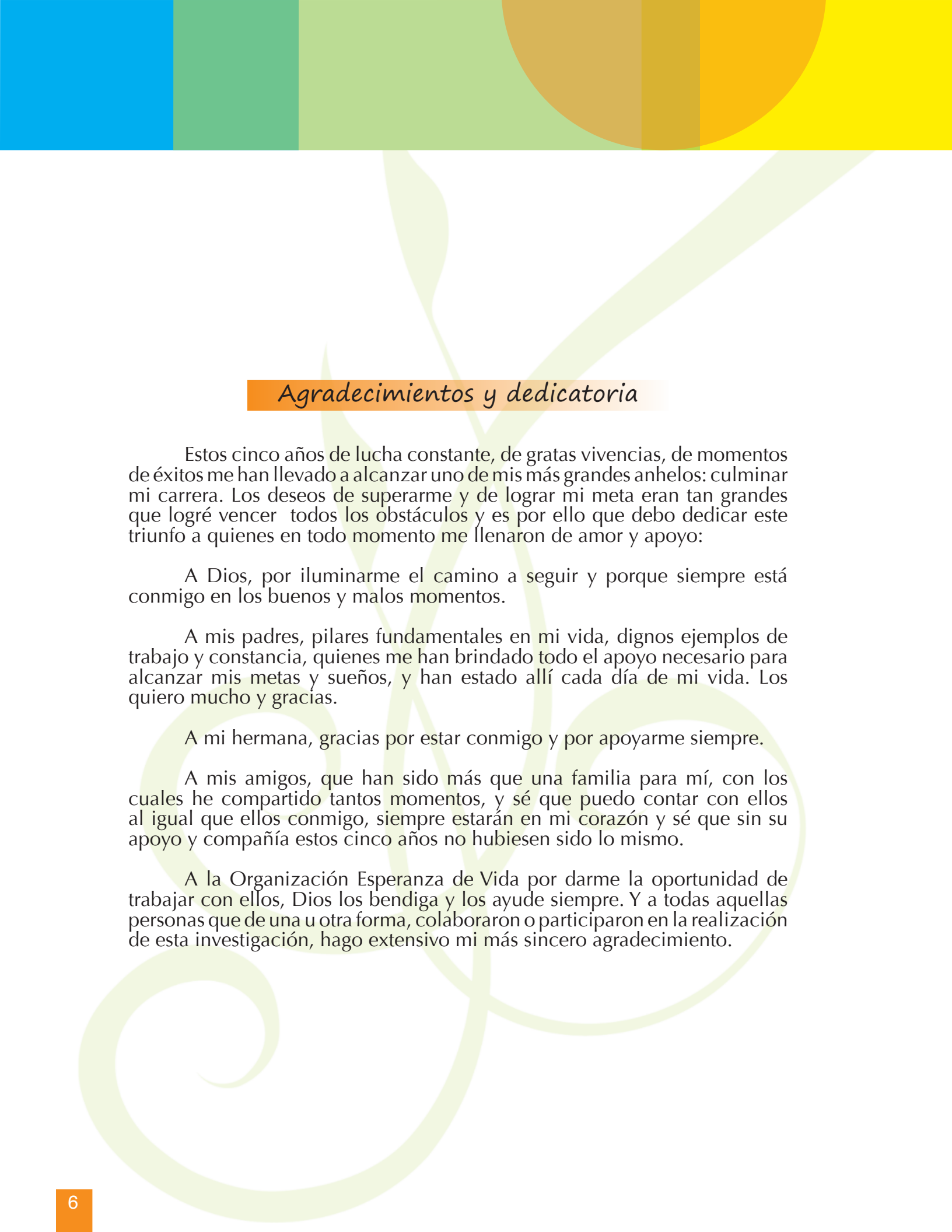
**JUNTA DIRECTIVA
FACULTAD DE ARQUITECTURA**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo	Decano
Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz	Vocal I
Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes	Vocal II
Arq. Carlos Enrique Martini Herrera	Vocal III
Br. Carlos Alberto Mancilla Estrada	Vocal IV
Secretaria Liliam Rosana Santizo Alva	Vocal V
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	Secretario

TRIBUNA EXAMINADORA

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Licda. Annabella Yaeggy
Licda. Ilma Prado
Licda. Isabel Meléndez





Agradecimientos y dedicatoria

Estos cinco años de lucha constante, de gratas vivencias, de momentos de éxitos me han llevado a alcanzar uno de mis más grandes anhelos: culminar mi carrera. Los deseos de superarme y de lograr mi meta eran tan grandes que logré vencer todos los obstáculos y es por ello que debo dedicar este triunfo a quienes en todo momento me llenaron de amor y apoyo:

A Dios, por iluminarme el camino a seguir y porque siempre está conmigo en los buenos y malos momentos.

A mis padres, pilares fundamentales en mi vida, dignos ejemplos de trabajo y constancia, quienes me han brindado todo el apoyo necesario para alcanzar mis metas y sueños, y han estado allí cada día de mi vida. Los quiero mucho y gracias.

A mi hermana, gracias por estar conmigo y por apoyarme siempre.

A mis amigos, que han sido más que una familia para mí, con los cuales he compartido tantos momentos, y sé que puedo contar con ellos al igual que ellos conmigo, siempre estarán en mi corazón y sé que sin su apoyo y compañía estos cinco años no hubiesen sido lo mismo.

A la Organización Esperanza de Vida por darme la oportunidad de trabajar con ellos, Dios los bendiga y los ayude siempre. Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.



Presentación

El presente proyecto contiene el desarrollo de la realización de la revista informativa y el material promocional para la Organización Esperanza de Vida, ubicada en la Aldea Llano Verde, Río Hondo, Zacapa. Ésta es una institución humanitaria que trabaja en beneficio de niños, ancianos y personas de escasos recursos, brinda esperanza a través de entes y programas de ayuda, para que su futuro sea diferente que su presente, gozando de estabilidad espiritual, social y económica y promover así el desarrollo para conseguir el sueño de un mejor país con más y mejores oportunidades. La investigación comprende los antecedentes, mismos que sirvieron para definir el problema, los objetivos, la población a la que está dirigida y el material gráfico.

Dicho material fue realizado para poder obtener apoyo de la población en general para contribuir con la obra humanitaria que realiza la Organización Esperanza de Vida, ya que a pesar de los años que lleva funcionando, es poco conocida por la población.

Proyectos como el presente son muy importantes para lograr comunicar los programas de ayuda, necesidades, logros y metas con que cuentan; y así poder llegar al corazón de las personas y que éstas contribuyan con la obra humanitaria que la organización realiza.

Capítulo 1

1.1 Antecedentes

La Organización Esperanza de Vida, está ubicada en Aldea Llano Verde, Río Hondo, Zacapa. Es una institución que ayuda a las personas de escasos recursos que no cuentan con los servicios básicos, como a los niños huérfanos con problemas de desnutrición y falta de educación, así mismo ayuda a las personas de la tercera edad que no tienen familiares que velen por su bienestar. Esta organización cuenta con muchas personas que trabajan en beneficio de las comunidades, anualmente más de 50 grupos de misioneros visitan el lugar y además realizan jornadas médicas totalmente gratuitas en comunidades donde la ayuda humanitaria es escasa.

El problema que se presenta es que las personas desconocen dicha organización y tienen poca información de los programas de ayuda que poseen, por lo que afecta directamente a la comunidad, debido a que

las personas no acuden a ella para hacer donaciones, a pedir información o ayuda. La organización necesita apoyo para el desarrollo de materiales gráficos que den a conocer dicha institución, sus principales objetivos y actividades, todo esto para que las personas conozcan sus diversos programas de ayuda y puedan ser beneficiados.

La Organización Esperanza de Vida además de medios de comunicación impresos, necesita también material digital para poder enviarlo de manera práctica a las personas interesadas en ayudar a la organización. La institución manifestó el interés por tener dicho material para que exista una mejor comunicación, así poder dar a conocer los objetivos y actividades principales de la organización y poder recaudar fondos para contribuir a seguir con dicha obra social.



1.2 Problema

La situación que presenta la niñez, adolescencia y personas de la tercera edad en el país, es penosa, ya que en su mayoría estas personas cuando son huérfanos o de avanzada edad, carecen de los servicios básicos como salud, educación y atención.

A pesar de los años que lleva funcionando, es poco conocida por la población por lo cual incide en el reconocimiento sobre el trabajo social que realiza. La institución carece de materiales gráficos que brinden información

a personas que necesiten sus servicios y personas o instituciones que deseen brindar su apoyo con donaciones.

El desarrollo de este proyecto de comunicación contribuirá a aumentar las donaciones para la Organización Esperanza de Vida, y que así ellos puedan continuar con la obra humanitaria, y se realizará durante los meses de febrero a octubre de 2009 en el municipio de Río Hondo, departamento de Zacapa.

1.3 Justificación

1.3.1 Magnitud

La población beneficiada está constituida por 15075 personas que conforman el municipio de Río Hondo, Zacapa; teniendo presente que en regiones del oriente se ubican 48 municipios con los mayores índices de miseria, de acuerdo con el "mapa" oficial de la pobreza. Según datos del Instituto Nacional de Estadística -INE- entre el 2000 y 2004 la pobreza extrema aumentó de 15.7% a un 21.5% respectivamente. En el área rural, más del 72% de las familias son pobres, y en el área urbana se considera que el 28% se encuentra en esa condición. Con igual importancia, la educación constituye un problema importante a tratar. En sólo tres departamentos se registra una tasa de escolaridad superior al 50%, Guatemala, Sololá y Totonicapán; el resto se encuentra en 40% o menos, mientras el 23% de los niños no desnutridos abandonan la escuela antes de terminar la primaria, esta cifra se eleva a un 63% en los niños que están desnutridos.

El desarrollo de este proyecto contribuirá con las personas de la tercera edad que constituyen gran parte de nuestra población. Según estudios en el año 2002 existían 713,780 adultos mayores significando el

6.3% de la población total, así como los niveles de desnutrición y de inseguridad alimentaria alcanzan niveles críticos en regiones del oriente, con el 61% de sus pobladores en problemas de desnutrición.

1.3.2 Trascendencia

Los altos índices de población que sufren de los efectos de las problemáticas sociales como la violencia, la desnutrición, el abandono de niños y la falta de educación atacan a nuestro país, no olvidando a las personas de la tercera edad que en ciertos casos ya no tienen quien vele por su bienestar. Los sistemas públicos son insuficientes ante la gran demanda de sus servicios, es por ello que la realización de este proyecto es importante para dar a conocer tanto el lugar como los objetivos de sus proyectos en cuanto al asilo, orfanato, colegio y centro nutricional.

Guatemala es un país de contrastes sociales y diversidad cultural, con una población que rebasa los 11.2 millones de habitantes. Más de la mitad de la población es menor de 18 años, esto se traduce en 5.6 millones de niños, niñas y adolescentes. De cada 100 guatemaltecos, 56 viven en pobreza. Los niños y niñas menores de 18 años en



el campo son más de la mitad de todos los niños y niñas del país (58.1%). La pobreza provoca exclusión incluso de los servicios básicos como la educación y la salud. La situación de pobreza en la ciudad capital y las áreas urbanas se transforma en un entorno de peligro hacia la niñez, muchas veces acompañada de violencia intrafamiliar, trabajos forzados o las peores formas de trabajo infantil, que en muchos casos los obligan a abandonar a la familia, a vivir en las calles, a buscar solidaridad en las pandillas y vivir en una niñez marginada y sin oportunidades donde la norma es la violencia. Para un alto porcentaje de la niñez guatemalteca, los primeros años son de vida o muerte porque deben hacer frente a la pobreza, las enfermedades, una nutrición deficiente, un medio ambiente deteriorado y a múltiples amenazas ambientales, sociales y económicas. Por ello, para un niño o niña guatemalteca, alcanzar los cinco años de edad es un gran logro y puede considerarse un verdadero sobreviviente.

La situación de vulnerabilidad y desprotección de la niñez y adolescencia tiene sus causas principales en la violencia del país, donde destaca una historia violenta y el conflicto armado; una cultura de la violencia; ausencia del Estado; violencia organizada; pobreza y desigualdad; migraciones y destrucción de las instituciones sociales. La situación es

penosa para la niñez y adolescencia, ya que estos no tienen acceso a servicios de salud, educación y atención. Es de suma importancia incentivar las donaciones y difundir información de la organización a través de medios impresos para que las personas se interesen en colaborar y la organización pueda continuar con la obra humanitaria que realiza.

1.3.3 Vulnerabilidad

El problema de la falta de información y comunicación de la Organización Esperanza de Vida puede ser solventado con el aporte del diseño gráfico a través de las piezas promocionales e informativas, ya que a través de ellas la gente podrá tener conocimiento de dicha información, así como de sus actividades principales y objetivos. De esta manera la población podrá ayudar con donaciones para que la organización pueda mantenerse prestando sus servicios a la comunidad.

1.3.4 Factibilidad

En el presupuesto de la Organización Esperanza de Vida está contemplado un rubro para proyectos de comunicación dentro del cual se le dará factibilidad a la puesta en práctica de este proyecto.

1.4 Objetivos de diseño

1.4.1 Objetivo general

Diseñar material gráfico para poder informar sobre los servicios que presta la Organización Esperanza de Vida y de esta manera obtener apoyo de la población en general para contribuir con la obra humanitaria de la organización.

1.4.2 Objetivos específicos

- 1) Realizar una revista informativa funcional y un afiche publicitario dirigidos a la población interesada en colaborar con la Organización Esperanza de Vida.
- 2) Diseñar material promocional: gorras, playeras y artículos representativos de la organización con el objetivo de recaudar fondos.
- 3) Elaborar un stand para colocar material promocional y así poder ser exhibido para su venta.
- 4) Crear una presentación digital y e-mailing para internet, con el objetivo de que las personas que están distantes puedan obtener información de la organización.



Capítulo 2

2.1 Perfil del cliente

La Organización Esperanza de Vida, ubicada en Aldea Llano Verde, Río Hondo, Zacapa, tiene como misión trabajar en beneficio de niños y ancianos y personas de escasos recursos con el fin de proclamar el evangelio de Jesucristo a través de la acción, contribuyendo con el desarrollo de nuestra gente y nuestro país con la ayuda de personas individuales o jurídicas, nacionales y extranjeras que quieran dar apoyo a la gente de nuestra Guatemala. Su visión es ser una institución que brinde esperanza a personas vulnerables, a través de entes y programas de ayuda; y que su futuro sea diferente que su presente, gozando de estabilidad espiritual, social y económica y promover así el desarrollo para conseguir



el sueño de un mejor país con más y mejores oportunidades. Es una organización que presta sus servicios a las familias más necesitadas del oriente del país. Cuentan con un centro nutricional, un orfanato que alberga a 75 niños, un asilo con 35 personas de edad avanzada y un colegio con 375 niños de los cuales 60 están becados. Entre sus principales objetivos están la obra humanitaria, niños huérfanos, ancianos desamparados, niños en desnutrición, educación, alimentación (proyectos y comedores infantiles) y proyectos de construcción como casas, iglesias y escuelas. Su ayuda a las comunidades es tan grande, que crearon un proyecto con ayuda de "Food for the poor" (alimento para el pobre), para la construcción de viviendas, llevan en la actualidad 1300 casas, cumpliendo así sueños de familias enteras que lo creían inalcanzable.

También se cuenta con un programa de alimentos, en el cual las familias reciben alimentos básicos como frijol, maíz, trigo, proteína, aceite, etc; ayudando así a tener alimento en sus mesas. La organización cuenta con muchas personas que trabajan por el bienestar de las comunidades, anualmente más de 50 grupos de misioneros visitan el lugar y además realizan jornadas médicas totalmente gratuitas en comunidades donde la ayuda humanitaria es escasa, apoyando económicamente para que los proyectos puedan ser una realidad. Uno de los problemas de comunicación visual más grande que tiene la organización es la falta de material informativo impreso, ya que carecen de todo tipo de este material para poder distribuir entre la población y así poder dar a conocer sus actividades y objetivos principales acerca de la obra humanitaria que realizan.

2.2 Grupo objetivo

2.2.1 Extranjeros

Perfil geográfico

Región:	Norteamérica
Población:	Aproximadamente 305,000,000 personas.
Urbana o rural:	Urbana.
Clima:	Cuenta con la mayoría de los climas del mundo.

Perfil demográfico

Ingresos:	Personas con recursos disponibles para poder colaborar con la organización.
Edad:	Existe un rango desde los 18 a 80 años.
Sexo:	Masculino y femenino.
Ciclo vital de la familia:	Solteros, casados, jóvenes casados con o sin hijos.
Clase social:	Media alta, media baja, baja alta.
Educación:	Primaria, secundaria, preparatoria y en algunos casos licenciatura.
Ocupaciones:	Profesionales, gerentes, oficinistas, estudiantes, amas de casa, entre otros.
Origen étnico:	Angloamericano.

Perfil psicográfico

Personalidad:	Sociables, amables, colaboradores, humanitarios, con deseos de superación y de ofrecer lo mejor de sus familias.
Estilo de vida:	Trabajadores, muchos asisten a clases los fines de semana, pasan la mayor parte del tiempo ocupados y el tiempo libre lo utilizan para recrearse o descansar.
Valores:	Respeto a sí mismo, sentido de logro, autorrealización, relaciones cálidas.

Perfil por comportamiento

Beneficios:	Sentimiento de satisfacción de ayudar a los más necesitados, agradecimientos por el mismo, proyectos de calidad y verdadera ayuda humanitaria.
Tasa de uso:	Usuarios esporádicos y habituales.



2.2.2 Nacionales

Perfil geográfico

Región:	Guatemala.
Población:	Aproximadamente 11.2 millones de habitantes dividido en 22 departamentos.
Urbana o rural:	Urbana y rural.
Clima:	Cálido y templado.

Perfil demográfico

Ingresos:	Promedio de Q2,000.00 a Q15,000.00.
Edad:	Aproximadamente de los 25 a los 60 años de edad.
Sexo:	Masculino y femenino.
Ciclo vital de la familia:	Solteros, casados, jóvenes casados con o sin hijos.
Clase social:	Media alta, media baja, baja alta.
Educación:	Primaria, secundaria, preparatoria y en algunos casos licenciatura.
Ocupaciones:	Profesionales, gerentes, oficinistas, estudiantes, amas de casa, entre otros.
Origen étnico:	Latinoamericano.

Perfil psicográfico

Personalidad:	Sociables, amables, colaboradores, humanitarios, con deseos de superación y de ofrecer lo mejor de sus familias.
Estilo de vida:	Trabajadores, muchos asisten a clases los fines de semana, pasan la mayor parte del tiempo ocupados y el tiempo libre lo utilizan para recrearse o descansar.
Valores:	Respeto a sí mismo, sentido de logro, autorrealización, relaciones cálidas.

Perfil por comportamiento

Beneficios:	Sentimiento de satisfacción de ayudar a los más necesitados, agradecimientos por el mismo, proyectos de calidad y verdadera ayuda humanitaria.
Tasa de uso:	Usuarios esporádicos y habituales.



Capítulo 3

3.1 Conceptos fundamentales

Guatemala es un país de contrastes sociales y diversidad cultural, con una población que rebasa los 11.2 millones de habitantes. La población guatemalteca sufre de la problemática social con los altos índices de violencia, desnutrición, abandono de niños y falta de educación que atacan nuestro país, no olvidando a las personas de la tercera edad que en ciertos casos ya no tienen quien vele por su bienestar.

Las empresas que trabajan a beneficio de estas personas tienen gran demanda de servicios. Pero para que estas organizaciones puedan funcionar necesitan del apoyo de aquellas personas quienes estén en la capacidad de hacer donaciones para que éstos puedan continuar realizando tan grande labor humanitaria.

A esto se debe la gran importancia de proyectos como el presente, en el que la organización se dará a conocer a la población por medio de materiales gráficos a realizarse. A través de la creación de estos materiales, se espera que las personas conozcan todas las labores que realizan en beneficio de todas aquellas personas de escasos recursos; para que esto los anime a colaborar con donaciones monetarias o materiales. Y para lograr todo esto es necesaria la intervención del diseño gráfico, ya que según Quentin Newark (2002:6) “El diseño gráfico es la más universal de todas las artes. Nos envuelve comunicando, decorando o identificando: aporta significados y transfondo a nuestro entorno vital.”

El diseño gráfico como tal pretende llegar a la mente de nuestro grupo objetivo, es por ello que debemos tomar en cuenta todos los aspectos, incluyendo sus valores y conducta

para saber cómo podemos hacerle llegar ese mensaje y obtener de ellos una respuesta. “El análisis es nuestro único camino para llegar a conocer el complejo de factores sobre el cual se elaboran nuestros juicios de diseño” (Scott, 1992:190).

Según Simon Jennings (1995:64) “Es obligatorio para los diseñadores tener la capacidad de ponerse ellos mismos en las condiciones mentales y físicas de las personas a quienes dirigen sus mensajes, con el fin de ver el mundo de la misma forma en que lo hace la audiencia”. Sólomente poniéndonos en sus zapatos y comprendiendo cada uno de sus hábitos en su mayor totalidad, lograremos saber qué es lo que realmente piensa nuestro grupo objetivo y esto nos ayudará al momento de crear el mensaje para ellos.

El presente material informativo pretende formar una conducta que se enfoque en crear una actitud de caridad, y así lograr obtener estímulos-respuesta para hacer donaciones a la organización, para que ésta pueda seguir realizando su labor con las personas necesitadas. Se debe crear conciencia en nuestro grupo objetivo, no solamente con palabras, sino mostrándoles con imágenes todas las necesidades que tienen estas personas con bajos recursos que no pueden llegar a satisfacer sus necesidades básicas, y de ahí deriva la desnutrición, la falta de educación y con ello todos los demás problemas adjuntos. Con este material no se pretende modificar la forma de pensar de nuestro grupo objetivo, sino más bien crear conciencia en ellos, para que colaboren con esta linda obra social que se realiza. “El ser humano, para comportarse como tal, ha de tender al bien que la razón le propone

como objetivo de su natural tendencia a la felicidad.” (www.ecojoven.com). El diseño a utilizar debe tener una diagramación ordenada y clara al mismo tiempo, para que pueda ser entendido por nuestro grupo objetivo y así el mensaje pueda llegar directamente. Debe tener una lectura visual entre el diseño, el texto y las imágenes; el material deberá poder ser visto en digital, ya que las personas interesadas en hacer donaciones para la organización son en su mayor parte de países extranjeros. Según Alan Swann (1990:11) “La base del diseño es la conjunción de diversos elementos en una misma área con objeto de lograr una interacción que transmitirá un mensaje dentro de un contexto determinado”.

Para la realización del presente proyecto se considera importante el diseño de una revista, ya que por medio de la publicación de ésta es posible dar a conocer bastante información sobre la organización, objetivos, logros obtenidos, metas por alcanzar, entre otros; es un medio que llega a ser más permanente en las manos del grupo objetivo, y pueden almacenarla y ser actualizada cada cierto tiempo para ser impresa. Así mismo el diseño de producto promocional es de gran importancia, ya que por medio de éstos es posible exponer y promocionar la organización con el objetivo no sólo de darla a conocer sino también de poder recaudar dinero para ayuda de las obras que se realizan; y para poder exhibir el producto promocional es necesario un stand presentable que muestre el material que está a la venta. Tomando en cuenta que el grupo objetivo también son personas extranjeras, deben crearse presentaciones digitales y boletines informativos que puedan ser enviados por internet y así poder tener informadas a éstas personas, ya que la mayoría de personas que colaboran con la organización son personas de otros países.

Los elementos estéticos deben estar unidos con todo para poder expresar con claridad el concepto de diseño, ya que a través de todos ellos se logrará la atención del grupo objetivo

para luego cumplir la función informativa de la campaña. Es necesario hacer con el diseño gráfico un lenguaje universal, que sea entendido por todas las personas y que logre resultados positivos, que exista un cambio de pensamiento en el grupo objetivo. Entre los elementos que juegan un papel importante en la estética de un diseño se pueden mencionar el color, tipografía, diagramación, imágenes y el contraste.

El color juega un papel muy importante en el diseño del material. Según Eulalio Ferrer (1999:342) “El color es el mensaje directo de la publicidad”. Hay que saber utilizar adecuadamente el color en cada una de las piezas a realizar, para que no dé pauta a interpretar o percibir mensajes erróneos, ya que éste puede llegar a proyectar un estado de ánimo o una sensación.

Por ello es necesario conocer la cultura de cada grupo, ya que lo que para unos puede significar alegría para otros puede significar tristeza. Hay que tener especial cuidado al momento de elegirlo, ya que será una influencia primordial en el modo de comunicar una idea y no todos los colores son apropiados para un diseño o proyecto. Amarrado del color viene el contraste, que es el efecto que nos permite resaltar uno o más elementos dentro de la composición, se debe crear contrastes significativos que logren llamar la atención de nuestro grupo objetivo. Tomando en cuenta que según Robert Scott (1992:23) “El valor de atención es algo más que eso: implica significado [...] También usamos la atracción como herramienta en la composición, pero no es ésta su finalidad primordial”.

Así como es importante el color, lo es también la tipografía a utilizar, ya que ayuda a connotar el significado que se desea transmitir al grupo objetivo, y la tipografía no es más que el conjunto de letras y fuentes que se van a utilizar en los diseños; pero de ella depende también la fuerza o debilidad con que se transmite el mensaje, tomando en cuenta que se debe elegir un color que

sea legible ya que algunos colores pueden resultar inapropiados para ello; así también hay que elegir una tipografía que no solamente exprese una esencia de lo que se está comunicando, sino también que transmita una sensación de ello. Para que un diseño sea efectivo también es necesario utilizar imágenes o ilustraciones, ya que como dice un dicho popular “una imagen vale más que mil palabras”, éstas son representaciones visuales de objetos o personas que ayudan a reforzar el mensaje.

En algunos casos es posible llegar a suplantar por completo el mensaje con una sola imagen, todo depende de que tan buena fotografía sea y que tan bien pueda transmitir el mensaje hacia nuestro grupo objetivo. Así también según Richard Hollis (2000:7) “Algunos de los ejemplos más sofisticados de



diseño gráfico se han apoyado en la precisión de las palabras para dar un significado exacto a una imagen ambigua”. La diagramación es uno de los puntos importantes a tomar en cuenta para todo diseño, es la forma de organizar un espacio, contenidos escritos y visuales en medios impresos o electrónicos; algunos de los elementos que se utilizan en la diagramación son textos, titulares, fotos, viñetas, encabezados y pie de página y espacios para publicidad; todo esto incluyendo la jerarquización de los artículos por orden de importancia. Así como afirma Miguel Prieto (2000:13) “Las columnas de texto no son simples galeradas cortadas a la medida, sino verdaderos soportes de diseño”. Todos éstos principios estudiados a conciencia, más el contexto que también define el sentido del diseño y cómo se lee éste, determinarán el éxito del diseño y después con todos los elementos listos debe empezar el proceso de bocetaje, que es el único modo práctico donde es posible descubrir todas las posibilidades que se tienen.

Todo esto con el objetivo de que los diseños permitan tener una comunicación con el grupo objetivo, que son los receptores y de quienes es necesario tener un basto conocimiento para poder formular un concepto que puedan entender y puedan descifrar fácilmente, siempre esperando de él óptimos resultados; en donde el emisor es nuestro cliente, o sea la organización; el receptor el grupo objetivo, el código nuestra capacidad de diseño, el canal sería por medio del cual se transmitirá dicho mensaje, el retorno o feedback es la respuesta que se recibirá. Wong (1995:41), al exponer las bases del diseño, afirma:

En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de “algo”, ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese “algo” sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional.

3.2 Concepto creativo



3.2.1 Fase conceptual

Las organizaciones que trabajan a beneficio de personas con escasos recursos o abandonadas también necesitan de material gráfico informativo para darse a conocer y así poder obtener donaciones de personas y empresas interesadas en colaborar con la obra humanitaria. Es por ello que el presente material brinda información clara y bien estructurada para la fácil comprensión de nuestro grupo objetivo, para que puedan conocer las divisiones de la organización, los objetivos para los cuales se trabaja y así poder captar su atención y con ello su posible ayuda hacia la organización.

3.2.2 Fase ética

El presente material pretende formar una conducta de solidaridad en nuestro grupo objetivo, para lograr con ello obtener estímulos-respuesta de ayuda con donaciones para la organización. No se pretende modificar un hábito o conducta

sino hacer conciencia en la población acerca de los graves problemas de desnutrición y pobreza que existen en Guatemala, para que las personas conozcan y confíen en apoyar a la organización para que ésta trabaje en beneficio de las personas necesitadas.

3.2.3 Fase estética

Para que el diseño sea agradable a nuestro grupo objetivo y logre captar su atención, se hará uso de colores vivos y alegres para hacer énfasis en el concepto, fotografías, formas básicas y tipografía que sean de fácil lectura. Con todos los elementos de diseño se debe crear un lenguaje que pueda ser entendido por todos, que logre llegar hasta la mente de nuestro grupo objetivo y obtener con ello resultados positivos para poder alcanzar nuestros objetivos.

3.2.4 Fase funcional

El diseño a utilizar tendrá una diagramación ordenada y dinámica al mismo tiempo, para

Capítulo 3

que las personas no se aburran con algo tan cuadrado. El formato tamaño carta lo hace fácil de manejar y es liviano. La revista tendrá un índice graficado con el que será fácil ubicar las páginas de interés para cada persona.

3.2.5 Desarrollo del concepto

A continuación se presenta una lluvia de ideas con palabras relacionadas con el proyecto, con las cuales se construirá el concepto, el cual intenta englobar todo el trabajo que se realiza en la organización, el cual irá plasmado en las piezas gráficas.

1. Información	18. Salud	35. Tolerancia
2. Pobreza	19. Alimento	36. Benevolencia
3. Niños	20. Amor	37. Caridad
4. Ancianos	21. Piezas gráficas	38. Bondad
5. Huérfanos	22. Divulgación	39. Indulgencia
6. Sonrisas	23. Desnutrición	40. Ideas
7. Vida	24. Sueños	41. Emprendedoras
8. Cambio	25. Realidades	42. Promesa
9. Ayuda	26. Contribución	43. Ilusión
10. Esperanza	27. Solidaridad	44. Logros
11. Futuro	28. Comprensión	45. Orar
12. Guatemala	29. Realidad	46. Optimismo
13. Tristeza	30. Esfuerzo	47. Unión
14. Lucha	31. Metas	48. Proyectos
15. Corazón	32. Educación	49. Aspiraciones
16. Personas	33. Imágenes	50. Anhelos
17. Donaciones	34. Interpretación	

3.2.6 Concepto

Con tu donación puedes ayudar a cambiar la tristeza por sonrisas de los niños y personas de escasos recursos que lo necesitan.

Slogan: "Ayúdanos a crear sonrisas"



3.3 Proceso de bocetaje

3.3.1 Prebocetaje

Revista y afiche

La etapa de prebocetaje fue desarrollada tomando en cuenta el concepto de diseño que es: **Con tu donación puedes ayudar a cambiar la tristeza por sonrisas de los niños y personas de escasos recursos que lo necesitan.** Y su slogan: **“Ayúdanos a crear sonrisas”**. Se usaron figuras simulando niños del orfanato y niños que viven en aldeas remotas del país donde existe pobreza extrema.



Portada y afiche



Portada y afiche



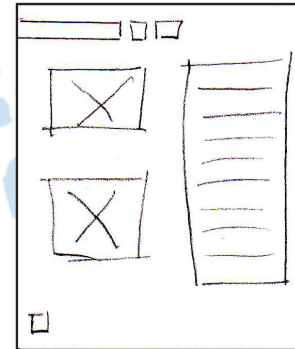
Portada y afiche



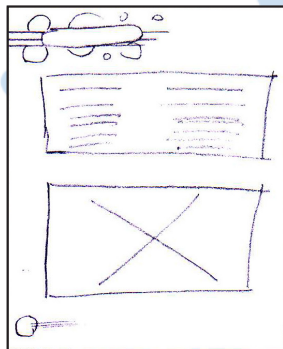
Portada y afiche



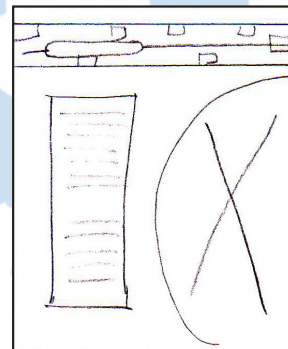
Portada y afiche



Diagramación interior



Diagramación interior



Diagramación interior

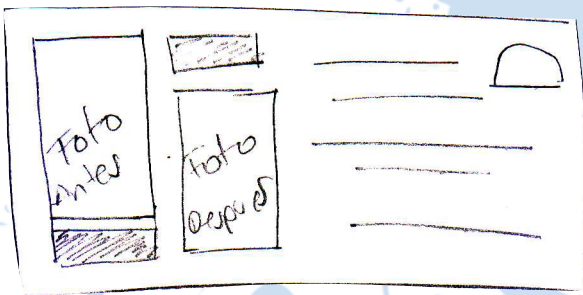
Capítulo 3

E-mailing

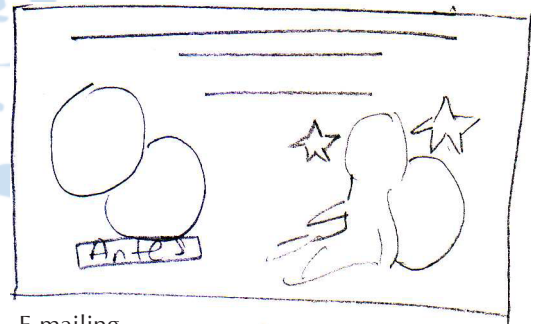
Con respecto al e-mailing se necesita mostrar una parte del trabajo que se realiza en la organización, por ello se utilizaron imágenes de un niño recuperado en el centro nutricional.

Unifoliar

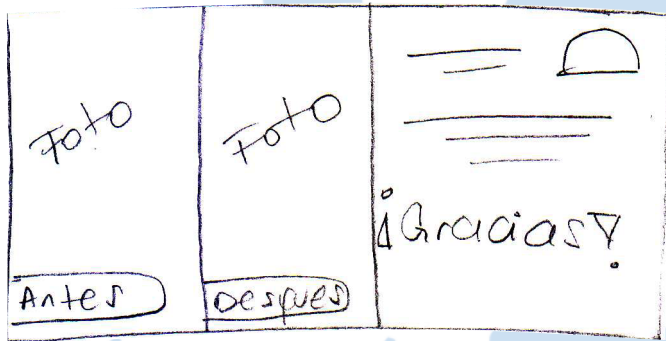
Se diseñó una pieza no tanto publicitaria, sino informativa, para que las personas que visiten la organización tengan toda la información de cómo mantenerse en contacto, entonces se creó una diagramación sin imágenes, siempre tomando en cuenta el logotipo de la organización. Con colores llamativos y con logotipos de los canales de comunicación para que fuera mejor entendido.



E-mailing



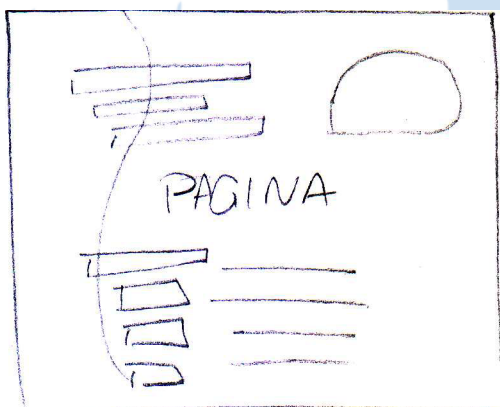
E-mailing



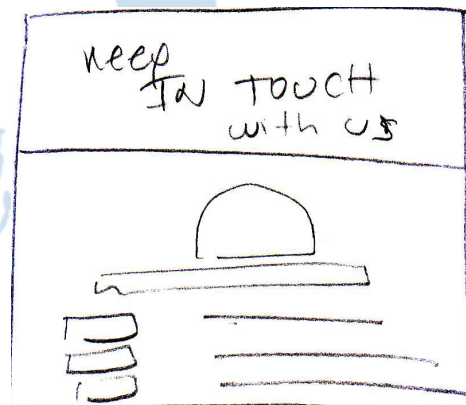
E-mailing



Unifoliar



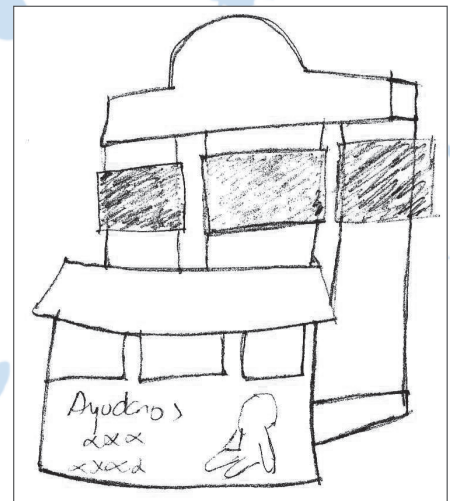
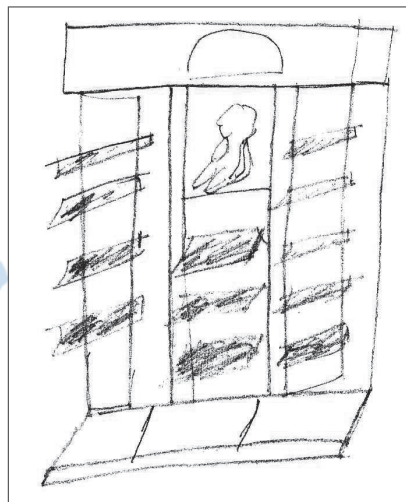
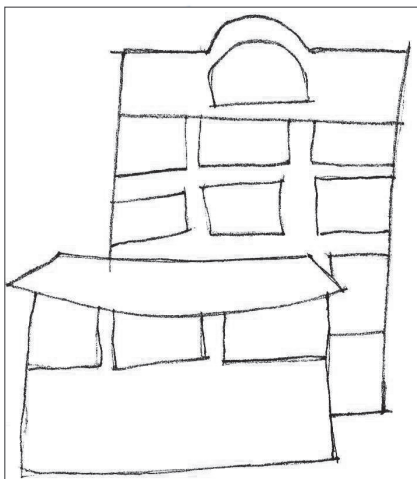
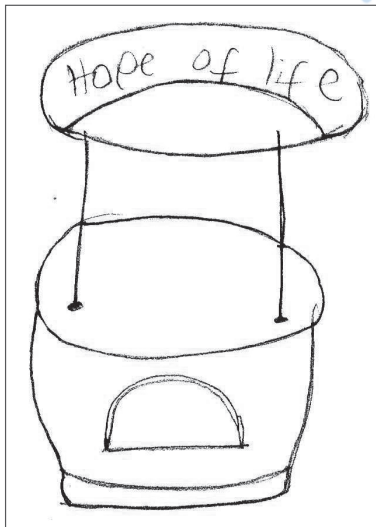
Unifoliar



Unifoliar

Stand

El stand es el espacio identificativo de una empresa, por ello debe ser llamativo y reflejar el concepto que se desea transmitir de la organización. Éste servirá para colocar los artículos promocionales que estarán a la venta, por lo tanto debe ser resistente y con espacio suficiente para colocarlos.



3.3.2 Bocetaje

Las ideas realizadas a mano en el nivel de bocetaje se han digitalizado dando los siguientes resultados:



Lápiz dibujando sonrisa en niña, por ello se ven las líneas en sus labios. Éste boceto fue descartado debido a que las líneas en los labios pueden llegar a crear confusión y así también se asocia mucho con el concepto “dibujar”.



Lápiz dibujando sonrisa sobre un papelito en la cara del niño. Boceto descartado debido a que el papel del dibujo quedaba sin un soporte siendo muy alejado de la realidad.



Persona colocándole un papelito con una sonrisa al niño. Boceto elegido, debido a que la imagen expresa con claridad el concepto "Ayúdanos a crear sonrisas", porque hay una persona colocándolo la sonrisa en la cara del niño triste.

Capítulo 3

Se inició el proceso de diagramación, definiendo así la retícula para el diseño de la revista, se presenta la línea de diseño que se propuso para ello, sin embargo el espacio en cuanto al texto y las imágenes podrá ir variando de acuerdo al artículo, esto para hacer más dinámico el diseño y no aburrir al lector.

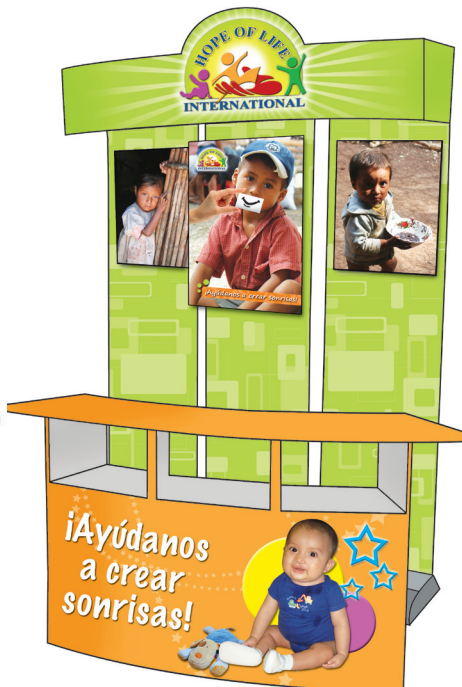
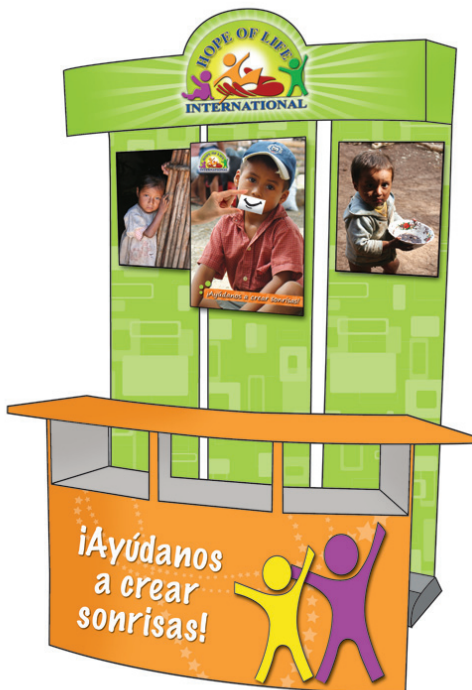


Capítulo 3

Así también se crearon algunos modelos de stand para utilizarlo con los artículos promocionales que estarán a la venta.



Bocetos descartados, debido a que no era un stand propiamente dicho, muy similar a una góndola, por lo tanto no cubría los requerimientos.



Tomando como base el boceto anterior, se creó un mueble donde los artículos promocionales pudieran ser mostrados y la parte del fondo sirviera para ayudar a transmitir la imagen que se desea hacer llegar, también reforzar el slogan con la imagen de un niño ya recuperado gracias a la ayuda de la organización. Y fue así como fue elegido el boceto.

3.3.1 Piezas preliminares para validación

Revista: Tamaño carta, será impresa en idioma español e inglés. También se creará la misma en forma digital para poder ser enviada vía internet. A continuación se presentan algunas páginas de la misma.

HOPE OF LIFE INTERNATIONAL
Esperanza de vida

Ayudando al prójimo
Salvando vidas
Comedores infantiles
Sueños y realidades

¡Ayúdanos a crear sonrisas!

Conociendo al fundador... Carlos Vargas

Conoceremos un poco acerca de la historia, de su vida y cómo en el transcurso del tiempo se ha concretado lo que es este gran Ministerio en Guatemala.

¿Cuéntenos ¿Dónde y cuándo nace usted?
En el año de 1952 en Zacapa, Guatemala, en la Aldea de Llano Verde.

¿Cuáles son los recuerdos más importantes que usted guarda de su niñez?
Nací en un lugar pobre, uno de los recuerdos más grandes que tengo son mis padres. Mi madre era como mi pastora y mi padre un hombre de negocios que me enseñó a negociar. Pero más importante que el negocio, tenía una madre que me enseñó el camino de Jesucristo y siempre me enseñó que era mejor dar que recibir. Me dijo nunca te olvides de los pobres aunque un día salgas de la pobreza. A la edad de 16 años cansado de la pobreza en Guatemala y sabía que el país que tanto amo no me ofrecía lo que yo quería, viajé a Estados Unidos en busca de un futuro mejor, lo encontré y a la vez encontré a Jesucristo en aquel lugar y ahí está hoy de regreso para trabajar con mi gente, trabajar con los pobres de Guatemala.

Don Carlos, ¿fue en Estados Unidos donde nació el proyecto de Esperanza de Vida, o fue acá en Guatemala?
No fue en Estados Unidos, allá nació un Carlos Vargas de negocio, empresario, que por 15 años se dedicó sólo a empresas propias, a trabajar por su familia, y llegó el día en que enfermó y regresó al país donde nació, aquí fue donde Dios me habló a través de un anciano, que llegó a pedir limosna, yo en un lecho, como quien dice: un ciego que llegó y un paralítico que escuchaba. Ahí fue donde empecé yo a pedirle a Dios que me levantara del lecho donde estaba, pues ya los médicos habían dicho que no iba a poder caminar otra vez, que tenía problemas serios en mi cuerpo y otros, a Dios decidí mi vida a los pobres si me levantaba de aquel lecho, y estoy más seguro que Dios me levantó.

Don Carlos, ¿cuántos años lleva el ministerio?
22 años.

...y en éstos 22 años ¿ha habido algún caso o algunos casos más impactantes que lo han conmovido?
Tendría que regresar 20 años, cuando encontré a José, mi llamado era trabajar con ancianos, y encontré un niño desnutrido, abandonado, su madre había matado a su hermano mayor, lo habían dejado solito en un ranchito, a este niño lo encontré de 2 años, a través de él me habló Dios para cuidar de niños también, hoy José es un profesional, no sólo se recibió en el Colegio Liberty, sino también ha grabado varios CDs, ese es un caso con un final feliz, José, hoy es mi hijo.

Finalmente concluimos esta entrevista, con un mensaje a todas las personas...
A la juventud quisiera decir que todos tienen metas y tienen sueños, si quieren alcanzarlas, hay una llave que les voy a dar, si quieren ser grandes aprendan a ser pequeños primero, sean gente positiva, gente que piensa en la gente, que seamos el hombre de la gente y no la gente del hombre. Así es como Dios quiere que seamos, el ejemplo lo dio Jesucristo, cuando se hizo la última cena, ahí habíam 12 apóstoles, y también estaba el Rey de Reyes, Jesucristo, era necesario lavarle los pies a los apóstoles, a la gente que había llegado a la fiesta, ninguno de los apóstoles se levantó porque parece que eran muy grandes, pero hubo un Jesucristo, el más grande de todos que se levantó, tomó la cubeta y la toalla y empezó a lavar los pies de los que asistieron, les digo que no sólo suelven sino conviertan sueños en realidad, pensemos en Guatemala que nos necesita, hay hambre, hay calamidad, nosotros podemos darle una sesión en su vida a los pobres si me levantaba de aquel lecho, y metas y tienen sueños, si quieren alcanzarlas, hay una llave que les voy a dar, si quieren ser grandes aprendan a ser pequeños primero, sean gente positiva, gente que piensa en la gente, que seamos el hombre de la gente y no la gente del hombre. Así es como Dios quiere que seamos, el ejemplo lo dio Jesucristo, cuando se hizo la última cena, ahí habíam 12 apóstoles, y también estaba el Rey de Reyes, Jesucristo, era necesario lavarle los pies a los apóstoles, a la gente que había llegado a la fiesta, ninguno de los apóstoles se levantó porque parece que eran muy grandes, pero hubo un Jesucristo, el más grande de todos que se levantó, tomó la cubeta y la toalla y empezó a lavar los pies de los que asistieron, les digo que no sólo suelven sino conviertan sueños en realidad, pensemos en Guatemala que nos necesita, hay hambre, hay calamidad, nosotros podemos darle una sesión en su vida a los pobres si me levantaba de aquel lecho, y

Contenido

Hno. Carlos Vargas	Organización Esperanza de Vida	Entrega de viveres	Entrega de zapatos
Salvando vidas	Salvando vidas	Comedores infantiles	Alilo de ancianos
Proyecto de viviendas	Voluntarios extranjeros	Testimonios	Construcción de iglesias
			¡Ayúdanos a AYUDAR!
Agua limpia	Liberty College - Liberty Kids	Reclectando viveres	www.esvida.org

Directora general: Lourdes Milán - Diseño y diagramación: Alejandra Salvaettera Yon
Fotografías: Archivos Organización Esperanza de Vida, Alejandra Salvaettera Yon, Laura Dieguez

Carta al lector

Queridos lectores,

Dios les bendiga, mi nombre es Carlos Vargas y he tenido el privilegio grande de ser instrumento de Dios y junto con él fundar a Esperanza de Vida. Quiero contarles que nací en este hermoso país llamado Guatemala, pero desde adolescente, decidí irme de mi país para encontrar un mejor futuro en los Estados Unidos, después de 20 años de trabajar fuertemente, sucedió un gran cambio en mi vida, tuve una grave enfermedad y perdí el movimiento en todo mi cuerpo, en mi interior sucedía algo peor, en mis pensamientos únicamente esperaba la muerte ya que me encontraba postrado, sin movimiento, y realmente me sentía un inútil, pero no me imaginaba que a través de esa enfermedad Dios podría salvar miles de vidas. Una tarde un anciano ciego y abandonado se acercó pidiendo ayuda, a un hombre paralítico y sin esperanza como yo, al verlo en mi interior sucedió algo: y en ese momento hice un pacto con Dios; y le dije que si él me sanaba yo daría mi vida en servicio de los pobres, hoy después de 22 años, continuo trabajando al lado de mi equipo, en servicio total de los pobres y hemos podido rescatar con la ayuda de Dios miles de niños y ancianos de la muerte, el hambre y la extrema pobreza.

En nuestra Guatemala cada día mueren cientos de niños por el terrible fenómeno llamado hambre, y desnutrición severa, y miles de ellos cada noche se van a dormir con sus estómagos vacíos. Es momento de decirle a Guatemala qué podemos hacer por ella, en la Biblia dice en Mateo 25: 31-46 que cuando nos presentemos delante de la presencia de Dios él nos juzgará y nos dirá: Porque tuve hambre y me diste de comer; tuve sed, y me diste de beber; fui forastero, y me recogiste; estuve desnudo, y me cubriste; enfermo, y me visitaste; en la cárcel, y viniste a mí; y los justos responderán, ¿cuándo?, y nuestro vecino el día de hoy no tiene nada para comer. Hay que empezar, y convertimos en buenos Samaritanos ya que a Jehová presta el que da al pobre. Encendamos hoy el amor y la misericordia que está en nuestro interior. Y unámonos a nosotros a brindar Esperanza de Vida a los necesitados. Jesús mismo dijo que es mejor dar que recibir.

Que Nuestro Señor Jesucristo los llene de bendiciones y amor abundante, su Amigo y Hermano.

Misionero *Carlos Vargas*

¿Quiénes somos?

Organización Esperanza de vida

Somos una institución humanitaria de servicio social que trabaja en beneficio de niños, ancianos y personas de escasos recursos con el fin de proclamar el evangelio de Jesucristo a través de la acción, contribuyendo con el desarrollo de nuestra gente y nuestro país con la ayuda de personas individuales o jurídicas nacionales y extranjeras que quieran dar apoyo a la gente de nuestra Guatemala.



3

Ayudando al prójimo

Entrega de víveres

Cada año Esperanza de Vida distribuye toneladas de comida a familias necesitadas, también en asociación con otras organizaciones. Actualmente ayudamos alrededor de 35 orfanatos, 10 asilos y un total de 1,200 aldeas y comunidades de familias necesitadas y desfavorecidas. Nuestro programa de alimentos también beneficia directamente a más de 26,000 familias que dependen de nuestra ayuda para poder subsistir.



4

Ayudando al prójimo

Entrega de zapatos

Así como ayudamos con alimentos, en algunas oportunidades lo hemos hecho entregando zapatos para niños y sus padres, por aquellos que no tienen la posibilidad de adquirirlos con sus propios ingresos.

En la Finca El Cedral, Río Hondo, se realizó el lavado de pies como lo hizo una vez Jesús con sus discípulos en símbolo de humildad, después se procedió a la entrega de zapatos.

"Porque ejemplo os he dado, para que como yo os he hecho, vosotros también hagáis" (San Juan 13:15)



5

Antes y después

Salvando VIDAS

Nuestro Centro Nutricional "Liberty" está conformado por personal profesional y voluntario y alberga a muchos niños quienes han sufrido de desnutrición y otras enfermedades. Algunos de ellos vienen al Centro Nutricional con la edad de 7 años y pesando únicamente 14 libras, donde se les provee alimentación balanceada y necesaria para que ellos puedan recuperarse. Es así como hemos logrado cambiar su tristeza por alegría y salvar la vida de muchos niños, quienes hoy tienen un futuro mejor.

Alicia y Leidy



Antes

Después

6

Capítulo 3

E-mailing



Unifoliars de contacto

Keep in touch with us

www.hopeoflifeministries.com

Visit our chanel

- www.youtube.com/user/adm...
- www.twitter.com/esvidaorg
- www.facebook.com

Providence, Rhode Island
Phone: (401) 4219078 Fax: (401) 7513469 edvhopec

Mantente en contacto con nosotros

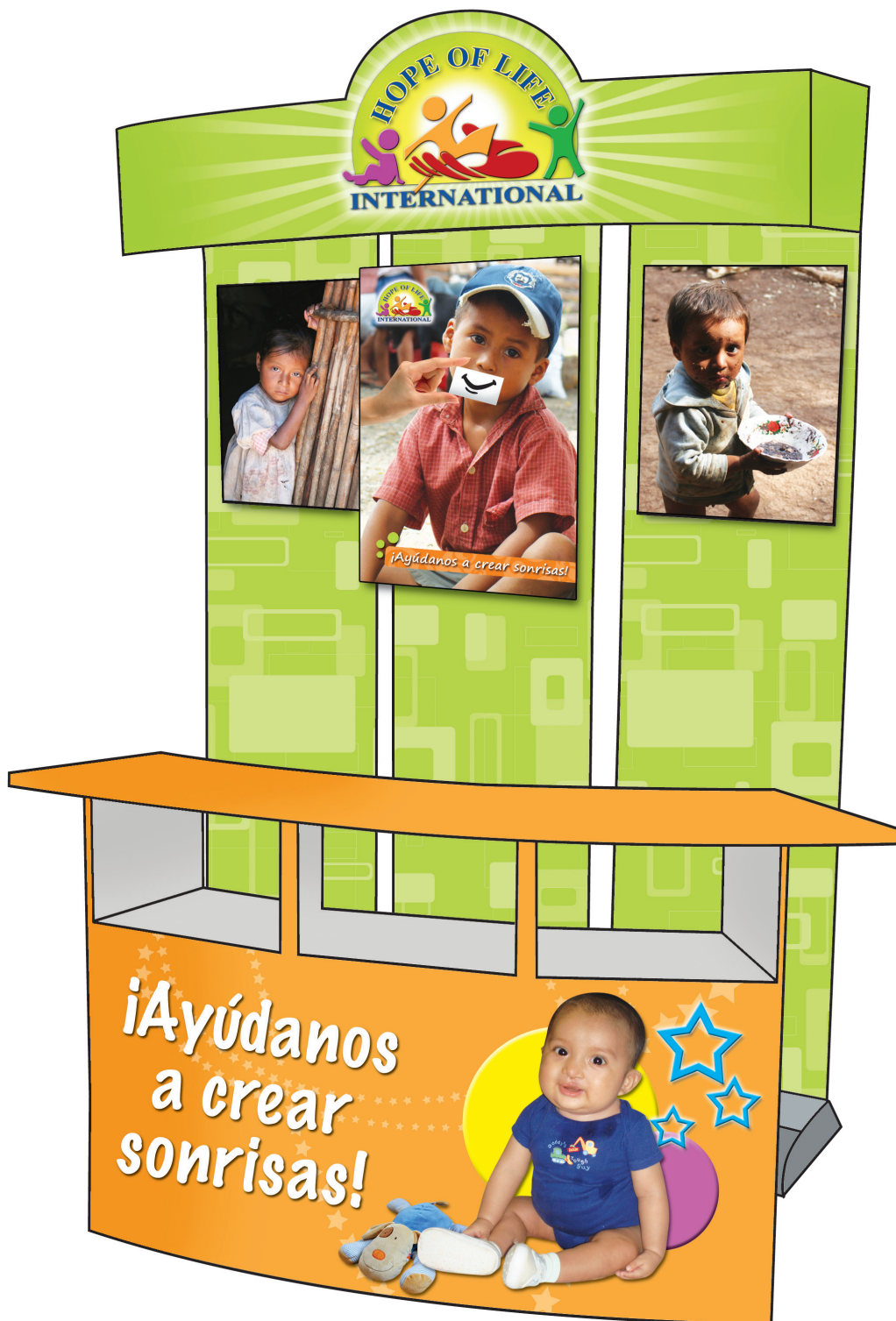
www.esvida.org

Visita nuestros canales

- www.youtube.com/user/adm...
- www.twitter.com/esvidaorg
- www.facebook.com

Km. 146.5 Aldea Llano Verde, Río Hondo, Zacapa
Teléfono: 7927-4904 Telefax: 7927-4907

Stand para artículos promocionales



Capítulo 3



Capítulo 4

4.1 Comprobación de eficacia

La importancia de la validación radica en verificar la eficacia de la propuesta gráfica que se desarrolló. La validación se dio con tres grupos distintos: el grupo objetivo, profesionales y diseñadores gráficos. Se utilizaron dos técnicas: encuesta y observación.

Para validar con el grupo objetivo, se reunió a un grupo de personas que cumplieran con las características citadas, se expuso la propuesta y se observaron las reacciones y comentarios del grupo para después concluir con una encuesta. Para el grupo de profesionales y diseñadores gráficos se utilizó la técnica de la encuesta.

La encuesta se define como un método de investigación de mercados con la cual se obtiene información específica; este método consiste en un conjunto de preguntas estandarizadas dirigidas a una muestra representativa de la población, con el fin de conocer opiniones ante hechos, objetos o imágenes específicas. Tiene como objetivo primordial recaudar datos estadísticos. La observación es detectar y asimilar la conducta de personas, objetos, sucesos o algún fenómeno de interés, en forma directa. La observación utilizada fue la no estructurada, ya que al observar se anotaron aspectos importantes en forma exploratoria.



4.2 Presentación de resultados

4.2.1 Grupo objetivo

Fueron entrevistadas 25 personas, de las cuales 20 eran guatemaltecas, y 5 eran personas del exterior, a quienes se les pasó la encuesta en el idioma inglés.

En la observación sobresalió la emoción con que veían la revista concluída, estuvieron entusiasmados y comentaban lo útil que llegará a ser dicho proyecto para ellos. Incluso proponían ideas, y se mostraban ansiosos de poder tener ya el material para poder distribuirlo. Antes de pasar la encuesta se mostró todo el material gráfico realizado: la revista, el afiche, la presentación

digital, los unifolios, e-mailing, artículos promocionales y stand. Las personas encuestadas tenían las siguientes edades y estaban distribuídos de la siguiente forma:

Edad

18-33: 20 personas
34-49: 3 personas
50-65: 2 personas
66-80: Ninguna

Sexo

Femenino: 15
Masculino: 10

Pregunta 1: ¿Considera que los colores utilizados en la revista para la Organización Esperanza de Vida son atractivos?

- Acuerdo 96%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%
- No contestó 4%

Análisis:

Los resultados muestran que los encuestados en su mayoría (96%) consideran que los colores son atractivos.



Pregunta 2: ¿Cree que el tamaño y tipo de letra utilizado en la revista es de fácil lectura?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Todas las personas encuestadas consideran que el tamaño y tipo de letra utilizado es legible.



Pregunta 3: ¿Le parece ordenado y agradable el diseño de la revista?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

El 100% de los encuestados considera que el diseño de la revista es ordenado y agradable.



Pregunta 4: ¿Las fotografías empleadas lograron captar su atención?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Los resultados muestran que las personas en su totalidad consideran que las fotografías logran captar la atención.



Pregunta 5: ¿El diseño de la portada es bastante atractivo?

- Acuerdo 96%
- Medianamente de acuerdo 4%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

El 96% de las personas considera que la portada es bastante atractiva, por el contrario el 4% está medianamente de acuerdo.



Pregunta 6: ¿Considera que era necesaria una revista para dar a conocer los programas de ayuda con los que cuenta la Organización Esperanza de Vida?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%



Análisis:

Todas las personas encuestadas consideran que era necesaria una revista para dar a conocer a la organización y sus programas de ayuda.

Pregunta 7: ¿Cree usted que la revista muestra claramente la ayuda que requiere la organización?

- Acuerdo 96%
- Medianamente de acuerdo 4%
- Desacuerdo 0%



Análisis:

El 96% de los encuestados considera que la revista muestra claramente la ayuda que se requiere, mientras que el 4% está medianamente de acuerdo.

Pregunta 8: ¿Cómo calificaría usted la imagen general del material?

- Excelente 92%
- Bueno 8%
- Regular 0%



Análisis:

Los resultados muestran que el 92% califica el material como Excelente, y el 8% lo califica como Bueno.

Capítulo 4

Pregunta 9: ¿La información que presenta la revista es clara?

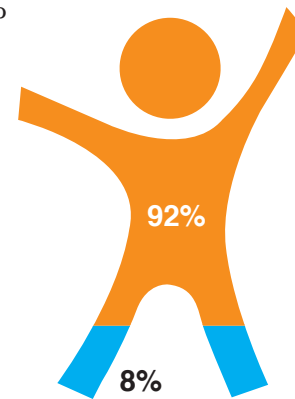
- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%



Análisis:
El 100% de los encuestados considera que la información que presenta la revista es clara.

Pregunta 10: Después de haber visto la revista, ¿siente deseos de colaborar con la Organización Esperanza de Vida?

- Acuerdo 92%
- Medianamente de acuerdo 8%
- Desacuerdo 0%



Análisis:
El 92% de las personas sintió deseos de colaborar con la organización, mientras que el 8% está medianamente de acuerdo.

Análisis:

De acuerdo a las personas encuestadas, los resultados obtenidos indican que las piezas son eficaces, fáciles de entender y tienen la información clara. El diseño les parece ordenado, agradable y consideran que el diseño de la revista era de vital importancia para dar a conocer los programas de ayuda con los que cuenta la organización.



4.2.2 Diseñadores Gráficos

Fueron entrevistados 15 diseñadores gráficos. Antes de pasar la encuesta se mostró todo el material gráfico realizado: la revista, el afiche, la presentación digital, los unifolios, e-mailing, artículos promocionales y stand.

Las personas encuestadas tenían las siguientes edades y estaban distribuidos de la siguiente forma:

Edad

18-33: 15 personas
34-49: Ninguna
50-65: Ninguna
66-80: Ninguna

Sexo

Femenino: 9
Masculino: 6



Pregunta 1: ¿La combinación de colores utilizados en la revista es apropiada para la Organización Esperanza de Vida?

- Acuerdo 96%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%
- No contestó 4%

Análisis:
Los resultados muestran que los encuestados en su mayoría (96%) consideran que los colores son atractivos.



Pregunta 2: ¿Le parece apropiada la tipografía utilizada en la revista?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%

Análisis:
Todas las personas encuestadas consideran que el tamaño y tipo de letra utilizado es legible.



Pregunta 3: ¿Cree usted que la diagramación de la revista es apropiada?

- Acuerdo 80%
- Medianamente de acuerdo 20%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Los resultados muestran que el 80% de las personas considera que la diagramación de la revista es apropiada, y el 20% está medianamente de acuerdo.



Pregunta 4: ¿Las fotografías empleadas lograron captar su atención visual?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

El 100% de las personas considera que las fotografías logran captar la atención visual.

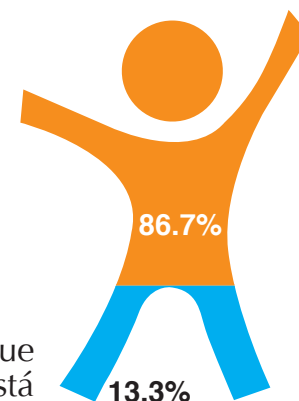


Pregunta 5: ¿La información que presenta la revista es clara?

- Acuerdo 86.7%
- Medianamente de acuerdo 13.3%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Los resultados indican que el 86.7% de las personas considera que la información de la revista es clara, mientras que el 13.3% está medianamente de acuerdo.



Pregunta 6: ¿Considera que era necesaria una revista para dar a conocer los programas de ayuda con los que cuenta la Organización Esperanza de Vida?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%

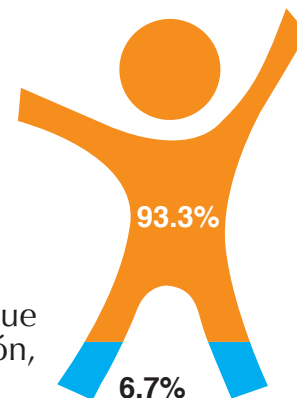


Análisis:

El 100% de los encuestados considera que era necesaria una revista para dar a conocer los programas de ayuda de la organización.

Pregunta 7: ¿Cree usted que la revista muestra claramente la ayuda que requiere la organización?

- Acuerdo 93.3%
- Medianamente de acuerdo 6.7%
- Desacuerdo 0%

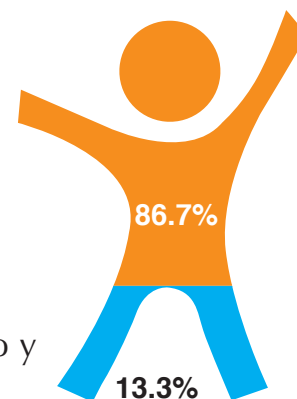


Análisis:

Los resultados muestran que el 93.3% de las personas considera que la revista muestra claramente la ayuda que requiere la organización, mientras que el 6.7% está medianamente de acuerdo.

Pregunta 8: ¿El diseño de la portada es bastante atractivo?

- Acuerdo 86.7%
- Medianamente de acuerdo 13.3%
- Desacuerdo 0%



Análisis:

El 86.7% considera que el diseño de la portada es bastante atractivo y el 13.3% está medianamente de acuerdo.

Pregunta 9: ¿Cómo calificaría usted el concepto y la imagen general del material?

- Excelente 80%
- Bueno 20%
- Regular 0%

Análisis:

Los resultados muestran que el 80% de las personas considera que el concepto e imagen general es excelente, y el 20% está medianamente de acuerdo.

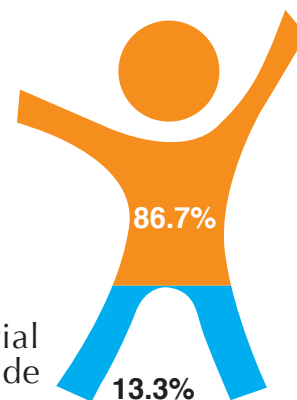


Pregunta 10: ¿El material cumple con el propósito de motivar a la población para apoyar a la Organización Esperanza de Vida?

- Acuerdo 86.7%
- Medianamente de acuerdo 13.3%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Los resultados muestran que el 86.7% considera que el material cumple con el propósito y el 13.3% estuvo medianamente de acuerdo.



Análisis:

De acuerdo a los diseñadores gráficos encuestados, los resultados obtenidos indican que las piezas son eficaces. Así también consideran que el diseño de la revista era de vital importancia para dar a conocer los programas de ayuda con los que cuenta la organización. Se tomarán en cuenta sugerencias obtenidas por ellos como crear uniformidad en esquinas de fotografías, ya que a veces se usan con esquinas redondeadas y otras cuadradas.

4.2.3 Profesionales

Fueron entrevistados 15 profesionales. Antes de pasar la encuesta se mostró todo el material gráfico realizado: la revista, el afiche, la presentación digital, los unifoliare, e-mailing, artículos promocionales y stand.

Las personas encuestadas tenían las siguientes edades y estaban distribuidos de la siguiente forma:

Edad

18-33: 11 personas

34-49: 4 personas
50-65: Ninguna
66-80: Ninguna

Sexo

Femenino: 8
Masculino: 7



Pregunta 1: ¿Considera que los colores utilizados en la revista para la Organización Esperanza de Vida son atractivos?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Todas las personas encuestadas consideran que los colores utilizados son atractivos.

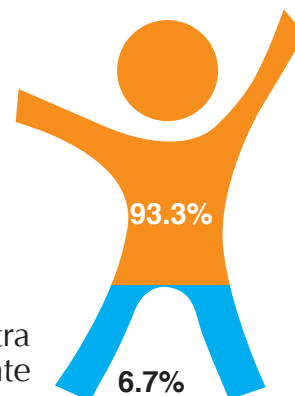


Pregunta 2: ¿Cree que el tamaño y tipo de letra utilizado en la revista es de fácil lectura?

- Acuerdo 93.3%
- Medianamente de acuerdo 6.7%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

El 93.3% de las personas encuestadas cree que el tamaño y tipo de letra utilizado es de fácil lectura, mientras que el 6.7% está medianamente de acuerdo.



Pregunta 3: ¿Le parece ordenado y agradable el diseño de la revista?

- Acuerdo 93.3%
- Medianamente de acuerdo 6.7%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Los resultados muestran que el 93.3% de las personas considera que el diseño de la revista es ordenado y agradable, y el 6.7% está medianamente de acuerdo.



Pregunta 4: ¿Las fotografías empleadas lograron captar su atención?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

El 100% de las personas considera que las fotografías logran captar la atención.



Pregunta 5: ¿El diseño de la portada es bastante atractivo?

- Acuerdo 93.3%
- Medianamente de acuerdo 6.7%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Los resultados indican que el 93.3% de las personas considera atractivo el diseño de la portada, mientras que el 6.7% está medianamente de acuerdo.



Pregunta 6: ¿Considera que era necesaria una revista para dar a conocer los programas de ayuda con los que cuenta la Organización Esperanza de Vida?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%



Análisis:

El 100% de los encuestados considera que era necesaria una revista para dar a conocer los programas de ayuda de la organización.

Pregunta 7: ¿Cree usted que la revista muestra claramente la ayuda que requiere la organización?

- Acuerdo 100%
- Medianamente de acuerdo 0%
- Desacuerdo 0%

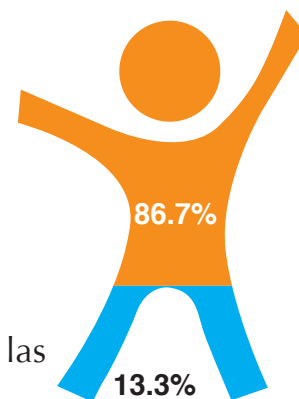


Análisis:

Los resultados muestran que el 100% de las personas considera que la revista muestra claramente la ayuda que requiere la organización.

Pregunta 8: ¿Cómo calificaría usted la imagen general del material?

- Excelente 86.7%
- Bueno 13.3%
- Regular 0%



Análisis:

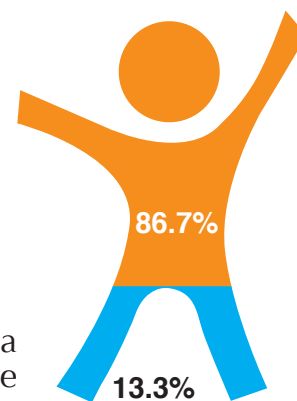
El 86.7% considera que el material es excelente y el 13.3% de las personas considera que es bueno.

Pregunta 9: ¿La información que presenta la revista es clara?

- Acuerdo 86.7%
- Medianamente de acuerdo 13.3%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Los resultados muestran que el 86.7% de las personas considera que la información es clara, y el 13.3% está medianamente de acuerdo.

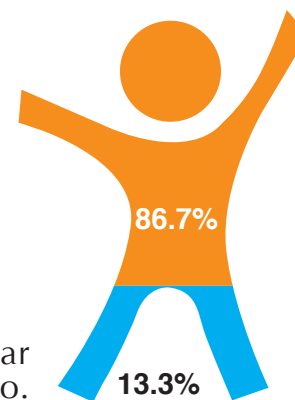


Pregunta 10: Después de haber visto la revista, ¿siente deseos de colaborar con la Organización Esperanza de Vida?

- Acuerdo 86.7%
- Medianamente de acuerdo 13.3%
- Desacuerdo 0%

Análisis:

Los resultados muestran que el 86.7% sintió deseos de colaborar con la organización y el 13.3% estuvo medianamente de acuerdo.



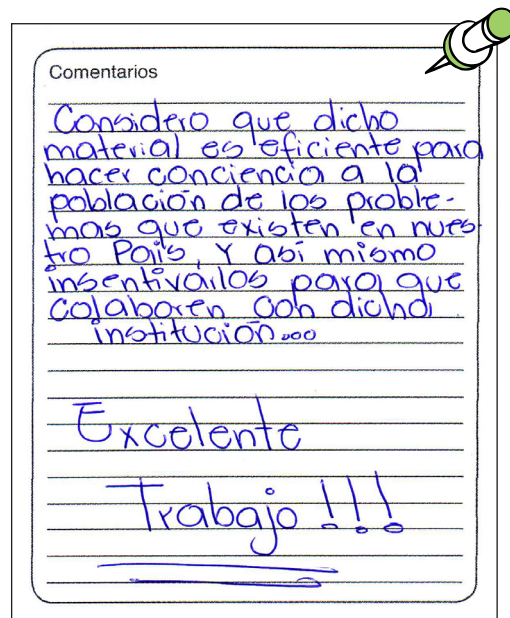
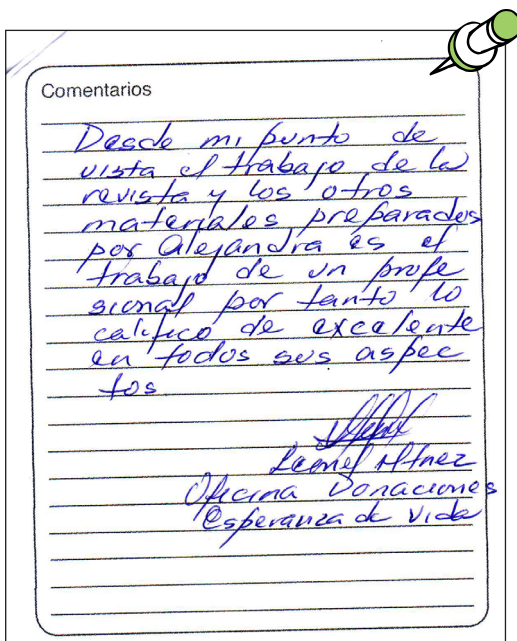
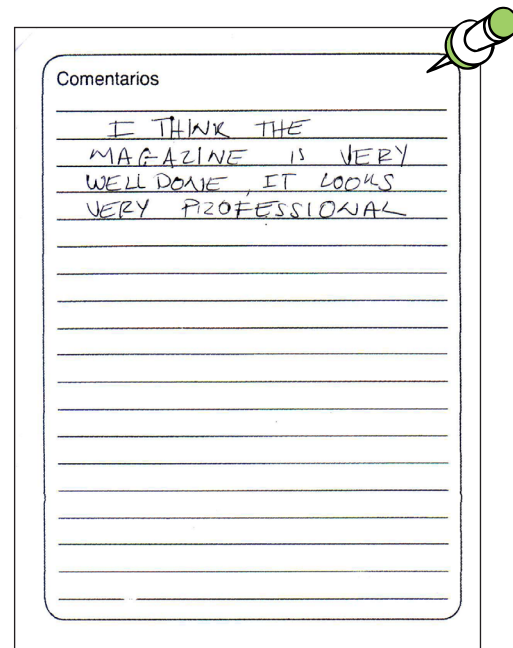
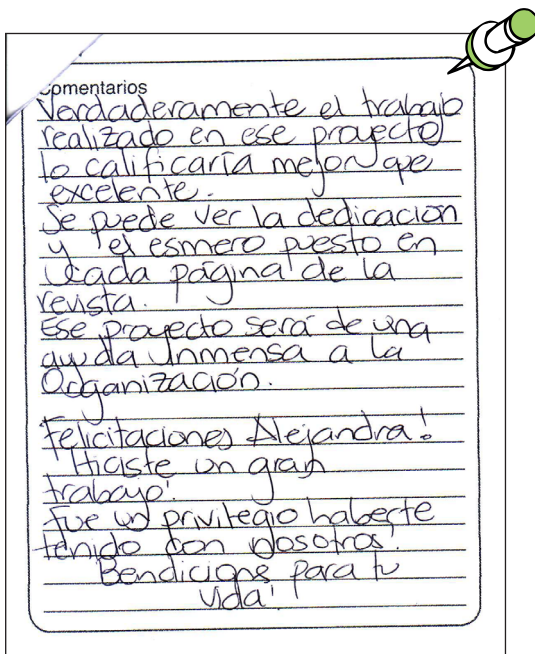
Análisis:

De acuerdo a los profesionales encuestados, los resultados obtenidos indican que las piezas son eficaces. Así también están de acuerdo en que el diseño de la revista era de vital importancia para dar a conocer los programas de ayuda con los que cuenta la organización. Las fotografías lograron captar su atención al 100% y consideran que la revista muestra claramente la ayuda que requiere la organización.

4.2.4 Comentarios de la validación

Al final de cada encuesta se presentaba la opción de escribir comentarios, opiniones o sugerencias, de las cuales se recabaron las siguientes:

- Un poco más de brillo en las fotos.
- Colocar página web en artículos promocionales.
- Colocar logotipo en e-mailing.
- Números de teléfono con mismo formato de escritura.
- Crear uniformidad en esquinas de fotografías, a veces se usan con esquinas redondeadas y otras cuadradas.



4.3 Propuesta gráfica final

Revista Tamaño 8.5 x 11 pulgadas (cerrada). Será impresa en español e inglés, siempre con la misma diagramación.

Presentación digital La presentación expone el mismo diseño de la revista. Con la única diferencia de que el formato es horizontal para que pueda ser mejor visto en una computadora y tiene botones para hacerla interactiva.



Conociendo al fundador... Carlos Vargas

Conoceremos un poco acerca de la historia, de su vida y cómo en el transcurso del tiempo se ha concretado lo que es éste gran Ministerio en Guatemala.

Cuéntenos ¿Dónde y cuándo nace usted?

En el año de 1952 en Zacapa, Guatemala, en la Aldea de Llano Verde.

Don Carlos, ¿fue en Estados Unidos donde nació el proyecto de Esperanza de Vida, o fue acá en Guatemala?

No fue en Estados Unidos, allá nació un Carlos Vargas de negocio,

empresario, que por 15 años se dedicó sólo a empresas propias, a trabajar por su familia, y llegó el día en que enfermé y regresé al país donde nací, aquí fue donde Dios me habló a través de un anciano, que llegó a pedir limosna, yo en un lecho, como quien dice... un ciego que llegó y un paralítico que escuchaba. Ahí fue donde empecé yo a pedirle a Dios que me levantara del lecho donde estaba, pues ya los médicos habían dicho que no iba a poder caminar otra vez, y le ofrecí a Dios dedicar mi vida a los pobres si me levantaba de aquel lecho, y estoy más seguro que Dios me levantó.

¿ha habido algún caso o algunos casos más impactantes que lo han conmovido?

Tendría que regresar 20 años, cuando encontré a José, mi llamado era trabajar con ancianos, y encontré un niño desnudo, abandonado, su madre había matado a su hermano mayor, lo habían dejado solito en un ranchito, a éste niño lo encontré de 2 años, a través de él me habló Dios para cuidar de niños también, hoy José es un profesional, no sólo se recibió en el Colegio Liberty, sino también ha grabado varios cds, ese es un caso con un final feliz, José, hoy es mi hijo.

Finalmente concluimos esta entrevista, con un mensaje a todas las personas...

A la juventud quisiera decirle que todos tienen metas y tienen sueños, si quieren alcanzarlas, hay una llave que les voy a dar, si quieren ser grandes aprendan a ser pequeños primero, sean gente positiva, gente que piensa en la gente, que seamos el hombre de la gente y no la gente del hombre. Así es como Dios quiere que seamos, el ejemplo lo dió Jesucristo, cuando se hizo la última cena, ahí habían 12 apóstoles, y también estaba el Rey de Reyes, Jesucristo, era necesario lavarle los pies a los apóstoles, a la gente que había llegado a la fiesta, ninguno de los apóstoles se levantó porque parece que eran muy grandes, pero hubo un Jesucristo, el más grande de todos que se levantó, tomó la cubeta y la toalla y empezó a lavar los pies de los que asistieron.

Les digo que no sólo sueñen sino conviertan sueños en realidad, pensemos en Guatemala que nos necesita, hay hambre, hay calamidad, nosotros podemos darle una solución a nuestro país.



Contenido



2

Carta al lector
Fundador
Hno. Carlos Vargas



3

¿Quiénes somos?
Organización Esperanza
de Vida



4

Ayudando al prójimo
Entrega de víveres



5

Ayudando al prójimo
Entrega de zapatos



6

Antes y después
Salvando vidas



7

Antes y después
Salvando vidas



8

Combatiendo el hambre
Comedores infantiles



9

La 3era. edad
Asilo de ancianos



10

Sueños y realidades
Proyecto de vivienda



11

Misioneros
Voluntarios extranjeros



12

Vivencias compartidas
Testimonios



13

Transmitiendo fé
Construcción de iglesias



14

Pozos
Agua limpia



15

Educación
Liberty College - Liberty Kids



16

Tendiendo la mano
Recolectando víveres



**¡Ayúdanos a
AYUDAR!**

www.esvida.org

Directora general: Lourdes Milian - Diseño y diagramación: Alejandra Salvatierra Yon
Fotografías: Archivos Organización Esperanza de Vida, Alejandra Salvatierra Yon, Laura Dieguez

Carta al lector

Queridos lectores,

Dios les bendiga, mi nombre es Carlos Vargas y he tenido el privilegio grande de ser instrumento de Dios y junto con él fundar a Esperanza de Vida. Quiero contarles que nací en este bellissimo país llamado Guatemala, pero desde adolescente, decidí irme de mi país para encontrar un mejor futuro en los Estados Unidos, después de 20 años de trabajar fuertemente, sucedió un gran cambio en mi vida, tuve una grave enfermedad y perdí el movimiento en todo mi cuerpo, en mi interior sucedía algo peor, en mis pensamientos únicamente esperaba la muerte ya que me encontraba postrado, sin movimiento, y realmente me sentía un inútil, pero no me imaginaba que a través de esa enfermedad Dios podría salvar miles de vidas. Una tarde un anciano ciego y abandonado se acercó pidiendo ayuda, a un hombre paralítico y sin esperanza como yo, al verlo en mi interior sucedió algo; y en ese momento hice un pacto con Dios; y le dije que si él me sanaba yo daría mi vida en servicio de los pobres, hoy después de 22 años, continúo trabajando al lado de mi equipo, en servicio total de los pobres y hemos podido rescatar con la ayuda de Dios miles de niños y ancianos de la muerte, el hambre y la extrema pobreza.

En nuestra Guatemala cada día mueren cientos de niños por el terrible fenómeno llamado hambre, y desnutrición severa, y miles de ellos cada noche se van a dormir con sus estómagos vacíos. Es momento de decirle a Guatemala qué podemos hacer por ella, en la Biblia dice en Mateo 25: 31-46 que cuando nos presentemos delante de la presencia de Dios él nos juzgará y nos dirá: Porque tuve hambre y me diste de comer; tuve sed, y me diste de beber; fui forastero, y me recogiste; estuve desnudo, y me cubriste; enfermo, y me visitaste; en la cárcel, y viniste a mí, y los justos responderán, ¿cuándo?, que no te vimos, y Jesús les dirá: De cierto os digo que en cuanto lo hiciste a uno de estos mis hermanos más pequeños a mí lo hiciste. Muchas veces nos preguntamos, que puedo hacer para ayudar, con un niño o un anciano a la vez se puede empezar o con una familia quizás, aportando lo que podamos, talvez nuestro vecino el día de hoy no tiene nada para comer. Hay que empezar, y convertirnos en buenos Samaritanos ya que a Jehová presta el que da al pobre. Encendamos hoy el amor y la misericordia que está en nuestro interior. Y únanse a nosotros a brindar Esperanza de Vida a los necesitados, Jesús mismo dijo que es mejor dar que recibir.

Que Nuestro Señor Jesucristo los llene de bendiciones y amor abundante, su Amigo y Hermano.

Misionero *Carlos Vargas*

¿Quiénes somos?

Organización Esperanza de vida

Somos una institución humanitaria de servicio social que trabaja en beneficio de niños, ancianos y personas de escasos recursos con el fin de proclamar el evangelio de Jesucristo a través de la acción, contribuyendo con el desarrollo de nuestra gente y nuestro país con la ayuda de personas individuales o jurídicas nacionales y extranjeras que quieran dar apoyo a la gente de nuestra Guatemala.



Ayudando al prójimo

Entrega de víveres

Cada año Esperanza de Vida distribuye toneladas de comida a familias necesitadas, también en asociación con otras organizaciones. Actualmente ayudamos alrededor de 35 orfanatos, 10 asilos y un total de 1,200 aldeas y comunidades de familias necesitadas y desfavorecidas. Nuestro programa de alimentos también beneficia directamente a más de 26,000 familias que dependen de nuestra ayuda para poder subsistir.



Ayudando al prójimo

Entrega de zapatos

Así como ayudamos con alimentos, en algunas oportunidades lo hemos hecho entregando zapatos para niños y sus padres, por aquellos que no tienen la posibilidad de adquirirlos con sus propios ingresos.

En la Finca El Cedral, Río Hondo, se realizó el lavado de pies como lo hizo una vez Jesús con sus discípulos en símbolo de humildad, después se procedió a la entrega de zapatos.

“Porque ejemplo os he dado, para que como yo os he hecho, vosotros también hagáis” (San Juan 13:15)

Antes y después

Salvando VIDAS

Nuestro Centro Nutricional "Liberty" está conformado por personal profesional y voluntario y alberga a muchos niños quienes han sufrido de desnutrición y otras enfermedades. Algunos de ellos vienen al Centro Nutricional con la edad de 7 años y pesando únicamente 14 libras, donde se les provee alimentación balanceada y necesaria para que ellos puedan recuperarse. Es así como hemos logrado cambiar su tristeza por alegría y salvar la vida de muchos niños, quienes hoy tienen un futuro mejor.

Alicia y Leidy



6

Antes y después

Antonia



Selina



Manola



Juan Ramón



José Guillermo



Comedores infantiles

Combatiendo el **hambre**

Preocupados por la extrema pobreza que vive Guatemala, en éstas épocas donde las sequías han causado la pérdida de los cultivos en las aldeas más pobres y por ésto miles de niños están al borde de la muerte debido a la malnutrición.

Atendiendo a ésta necesidad actualmente nuestro Ministerio atiende a más de una veintena de comedores infantiles, dando alimentación a miles de niños en áreas de pobreza y marginales como en el basurero de Teculután, Zacapa, donde se da almuerzo a más de 1,000 niños.



Asilo de Ancianos

Desde 1987 nuestro refugio de ancianos "Oasis del Edén" ha sido una parte esencial y fundamental de Esperanza de Vida. Nosotros refugiamos alrededor de 50 ancianos indefensos. Desde que abrimos nuestras puertas hace 22 años, cientos de ancianos han estado los últimos días de sus vidas en este hermoso jardín que es su hogar.

No es por el gris del cabello que se sabe la edad del corazón.

Edward George Bulwer Lytton



Sueños y realidades



Proyecto de Vivienda

Esperanza de Vida en asociación con nuestros patrocinadores, construimos alrededor de 1,200 nuevos hogares. Estas casas con 2 dormitorios fueron donadas a familias extremadamente pobres quienes han vivido en casas hechas de barro, palos, cartón, techos de plástico y cualquier cosa que ellos encontraran para tener un refugio.



Voluntarios Extranjeros

Misioneros

En Esperanza de Vida, hospedamos anualmente alrededor de 50 grupos misioneros. Nuestras instalaciones pueden alojar a 130 personas al mismo tiempo. Misioneros individuales y en grupo se quedan con nosotros y van a las comunidades locales a servir a los necesitados y brindarles la palabra de Dios.

Muchos de sus proyectos, incluyen visitar hospitales, construir y pintar hogares para el pobre, distribuirles comida, ropa y pasar tiempo con los huérfanos y ancianos.



Vivencias compartidas

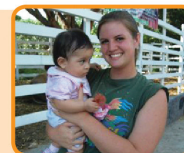
¿Cual fue tu experiencia en Esperanza de Vida?

Christian Tyler Samuels North Carolina, USA.



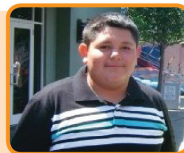
Esperanza de Vida, mientras estuve trabajando ahí me enseñó que hay una gran necesidad en el mundo. Me mostró como es la vida en otro país, siendo de América nunca había estado en un diferente país. Esperanza de Vida y Guatemala me enseñaron muchas cosas, y ha cambiado mi vida para siempre. Dios esta haciendo muchas cosas milagrosas en Guatemala porque Esperanza de Vida y mi vida han sido impactados y bendecidos a causa de su gran ministerio. Viendo a todos los niños siendo alimentados, y recibiendo agua limpia, mientras también siendo enseñados a cerca del amor de Cristo es algo que nunca olvidare. Este es un maravilloso ministerio de Dios. Dios te bendiga Esperanza de Vida.

Bethany Davis Virginia, USA.



Este verano pasado fui a Guatemala por primera vez. Fui como parte de un equipo misionero de estudiantes de Liberty University. Pasamos dos meses allí, trabajando junto con Esperanza de Vida. Mi experiencia fue única, y una de las mejores de mi vida. Vivimos en la casa misionera de Esperanza de Vida, y personalmente tuve la oportunidad de servir en Liberty College, y de liderar una escuela biblica para niños. Uno de los ministerios que más me gustó es el centro de nutrición, y también nos encantó al grupo entero ayudar a construir la iglesia en Los Limones. Espero poder regresar un día a Guatemala y volver a servir en Esperanza de Vida. Es impresionante la manera como se muestra el amor de Cristo en este ministerio.

José Carlos Paz Providence, Rhode Island



Yo pense que mi viaje a Guatemala sólo iba ser de visitar familia y disfrutar del ambiente, pero no fue así, durante el tiempo en que ayude al Ministerio Esperanza de Vida logré ver la realidad y necesidad en la cual se encuentran muchas comunidades y familias en todas las regiones de Guatemala, la desnutrición y falta de alimento son sólo unos de los problemas en cual se enfrenta Guatemala. Ver la labor que hace Esperanza de Vida da paz al corazón sabiendo que algunos si les importa ayudar a otras personas con necesidades, y pone a la mente que con más esfuerzo va a llegar un día en Guatemala cuando ninguno tendrá que sufrir de tantas necesidades.

Alejandra Salvatierra Yon Teculután, Zacapa



Lo que empezó como un proyecto de la universidad se convirtió en una de las mejores experiencias de mi vida. Realicé mi EPS en Organización Esperanza de Vida, la que merece todo mi respeto por tan gran labor humanitaria que realizan. Creo que todos conocemos de la extrema pobreza que existe en Guatemala, pero no es hasta estar en ese lugar cuando uno se da cuenta de la magnitud del problema. Doy gracias a Dios porque existen organizaciones como ésta, gracias a ella muchos niños hoy están vivos y tienen un futuro mejor, muchas familias que no tenían un techo para dormir hoy tienen un hogar, muchos niños que no tenían una familia hoy encontraron padres que los adoran; gracias Esperanza de vida por permitirme tener tan grata experiencia.

Bianca Ortiz Puerto Rico

Al llegar a Guatemala no me imaginaba que iba a vivir una experiencia inolvidable. Creí estar preparada para enfrentar los distintos lugares a donde nos llevarían. Estuve en la clínica donde se vieron muchos casos que impresionaban y muchas jóvenes embarazadas. Cuando nos llevaron a ver las facilidades de Esperanza de Vida me impresione por la labor excelente que hace don Carlos y todos los beneficios que les brindan a familias, niños y ancianos. Una de las cosas que me impacto fue una bebe de dos meses que acababa de llegar con nutrición

severa y tenía fiebre y diarrea, al verla me partió el alma. Luego fuimos a llevar comida al basurero y de verdad que nunca me había imaginado ver familias viviendo en esa situación. Muchos de ellos comen dos a tres veces en la semana. Le doy gracias a Dios por haberme permitido vivir esta experiencia y a las personas que me ayudaron para realizar el viaje. Les recomiendo que nos ayuden a seguir esta labor ya que es mucho trabajo y pocas las manos y estos niños y ancianos necesitan de nuestra ayuda.



Transmitiendo fé

Construcción de Iglesias

Con el fin de proclamar el evangelio de Jesucristo, Esperanza de Vida ha construido iglesias en áreas remotas de Guatemala, para que las personas no solamente puedan gozar de estabilidad social y económica sino también espiritual.



Pozos

Agua limpia

Esperanza de vida pensando en la salud de las personas, ha construido pozos en las aldeas olvidadas, donde no tienen la posibilidad de adquirir agua potable para beber. Contribuyendo así con el bienestar de los pobladores de la comunidad.



14

Educación

Liberty College Liberty Kids

Pasión por la vida... pasión por el saber



El proyecto educativo Liberty College está basado principalmente en seguir una línea de educación cristiana siguiendo los altos estándares de educación. En este sentido, deseamos ofrecer una formación de calidad, en la que se armonicen los valores humanos y el Evangelio, encaminada a lograr la plena maduración de la persona.

Son muchos los desafíos que nuestra sociedad presenta, y son esas deficiencias las que nuestro proyecto pretende cumplir no solo para formar profesionales si no Líderes, desde la niñez hasta la adolescencia y así podamos contribuir a la formación de un país diferente. Liberty Kids cuenta con los grados de Prekinder, Kinder, Preparatoria y la Primaria completa. Por su parte Liberty College cuenta con las carreras de secretariado bilingüe, secretariado comercial, perito contador, bachillerato en computación, bachillerato en dibujo técnico, bachillerato en diseño gráfico, bachillerato en mercadotecnia, bachillerato en ciencias y letras

con orientación en computación, bachillerato en ciencias y letras con orientación en electricidad, bachillerato en ciencias y letras con orientación en mecánica automotriz.



Tendiendo la mano

Recolectando Víveres

Esperanza de Vida realizó una campaña en el Parque Central del departamento de Chiquimula con el objetivo de recolectar alimentos para las personas más necesitadas que están siendo afectadas por la hambruna en el llamado “Corredor seco” de Guatemala, que lo integran los departamentos de Baja Verapaz, El Progreso, Zacapa, Jalapa, Chiquimula, Santa Rosa y Jutiapa.



16

¿Cómo puedes ayudarnos?

Agradecemos todas tus oraciones por el ministerio y por todas las personas involucradas en sus obras y proyectos. Existen varias maneras de ayudar al Ministerio Esperanza de Vida, ya que existen diferentes necesidades.

Puede ser prestando tu servicio, o ayudando con alimentos, medicina, pañales, mobiliario y equipo para las diferentes áreas, etc. Así también como donaciones monetarias. Puedes realizarlo por medio de un depósito bancario, al comunicarte con nosotros te proporcionaremos la información de como realizarlo.

**Teléfono: (502) 7927-4904 • Oficinas Centrales
(502) 7920- 2099 • Oficina de Donaciones
Fax: (502) 7927-4907
www.esvida.org**





Km. 146.5 Llano Verde, Río Hondo, Zacapa
Teléfono: (502) 7927-4904 • Fax: (502) 7927-4907
www.esvida.org

HOPE OF LIFE
Providence, Rhode Island
Phone: (401) 4219078 • Fax: (401) 7513469
www.hopeoflifeministries.org

Afiche Tamaño 11 x 17 pulgadas. Material: Texcote

¡Ayúdanos a
CREAR SONRISAS!

www.esvida.org

Km. 146.5 Aldea Llano Verde, Río Hondo, Zacapa
Teléfono: 7927-4904 Telefax: 7927-4907



E-mailing Tamaño: 873 x 480 pixeles. Resolución 72 dpi.



Seguimos cambiando sonrisas, con tu apoyo transformamos la vida de Juanito

¡GRACIAS!



Antes *Después*

Teléfono: (502) 7927-4904 Oficinas Centrales • (502) 7920- 2099 Oficina de Donaciones
Fax: (502) 7927-4907 www.esvida.org



We still changing smiles, with your help we transformed Juanito's life

¡Thank you!



Before *After*

Providence, Rhode Island, Phone: (401) 4219078 • Fax: (401) 7513469
www.hopeoflifeministries.org

Unifoliare Tamaño 4.25 x 5.5 pulgadas. Material: Lino.

Mantente
en contacto
con nosotros



www.esvida.org

Visita nuestros canales

 www.youtube.com/user/admivesvida

 www.twitter.com/esvidaorg

 www.facebook.com

Km. 146.5 Aldea Llano Verde, Río Hondo, Zacapa
Teléfono: 7927-4904 Telefax: 7927-4907

Keep in touch
with us



www.hopeoflifeministries.org

Visit our chanel

 www.youtube.com/user/admivesvida

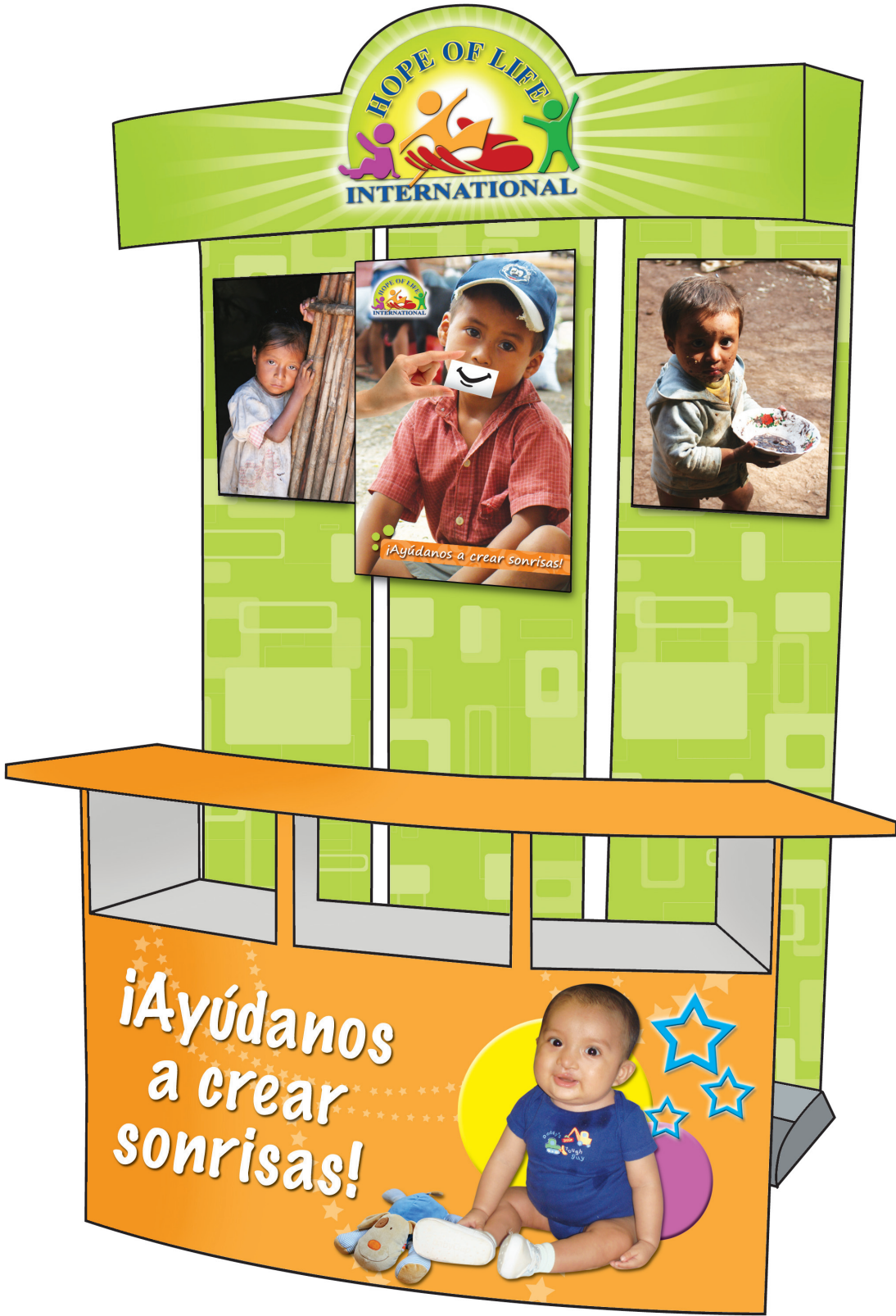
 www.twitter.com/esvidaorg

 www.facebook.com

Providence, Rhode Island
Phone: (401) 4219078 Fax: (401) 7513469 edvhope@aol.com

Capítulo 4

Stand Tamaño 1.80 x 1.20 mts.



Artículos promocionales



Capítulo 4



Adelante



Atrás

4.4 Fundamentación de propuesta gráfica

4.4.1 Fundamentación de los elementos cromáticos

Los colores son elementos importantes en una pieza, ya que denotan cierto significado que es muy importante tomar en cuenta. Los colores predominantes utilizados fueron verde, anaranjado, celeste y amarillo, ya que éstos denotan alegría, entusiasmo y esperanza, que son sentimientos que queremos transmitir a través de nuestras piezas gráficas para que las personas apoyen a la Organización Esperanza de Vida.

El **verde** (Pantone 375):

Es el color de la esperanza y vida. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad. El verde aporta a los diseños el sentimiento de esperanza que queremos transmitir, esperanza de un futuro mejor para las personas de escasos recursos.

El **anaranjado** (Pantone Orange 021):

Es un color vibrante y vital, que posee la

particularidad de atraer siempre la mirada. Simboliza entusiasmo, alegría y exaltación. Posee una fuerza activa, radiante y expresiva, de carácter estimulante y de cualidad dinámica positiva. Este color libera las emociones negativas, es por ello uno de los colores primordiales que se utilizaron en la piezas. Las palabras claves del color naranja son: energía, alegría, felicidad, atracción, creatividad.

El **celeste** (Pantone Process Cyan):

Es confianza y nobleza. Es el color de la generosidad, personas capaces de desinteresarse por sí mismos y buscar su felicidad en el bienestar de los demás.

El **amarillo** (Pantone Yellow):

Aporta a los diseños alegría y dinamismo. Es también un color que aporta la felicidad. Es el color de la diversión, la amabilidad y lo positivo.

4.4.2 Fundamentación de los elementos lingüísticos

Los elementos lingüísticos hacen que podamos llegar hasta nuestro grupo objetivo. Ya que a través de ellos también podemos transmitir emociones.

El slogan “¡Ayúdanos a crear sonrisas!” hace uso de la tipografía:

Segoe Print: Pertenece a la familia de los contemporáneos pero con pequeñas variaciones con curvaturas, no tiene serif. Es un tipo de letra con movimiento y bastante dinámico. Sin variaciones de grosor en sus astas, sino más bien tiene un grosor homogéneo a todo lo largo.

Mayúsculas: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Minúsculas: abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Números: 1234567890

Helvética: Pertenece a la familia Palo Seco, es utilizada en el diseño por sus rasgos básicos, buena legibilidad para los textos en los que se utiliza y también utilizada en los textos informativos y titulares, da fuerza al mensaje.

Mayúsculas: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Minúsculas: abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Números: 1234567890

4.4.3 Fundamentación de los elementos icónicos

Los elementos icónicos aportan componentes al diseño que nos ayudan a transmitir mejor el mensaje. El peso visual de los elementos como fotografías, texto, logotipo de la organización, están repartidos visualmente para dar equilibrio a los diseños. Algunas de las fotografías son archivos de la organización, debido a que ciertas actividades han sido en meses pasados.

Una imagen puede decir más que mil palabras, es capaz de comunicar muchas sensaciones, le permite al grupo objetivo identificarse con la situación presentada, en este caso es un niño con la mirada triste debido a la extrema pobreza por la que está pasando nuestro país, y sus familias no tienen cómo alimentarlos.

Se busca que las personas reflexionen y poder llegar al corazón de nuestro grupo objetivo. La imagen fue complementada con el slogan: ¡Ayúdanos a crear sonrisas!, apoyando la imagen en la que una persona está “colocándole” una sonrisa en el rostro a un niño triste. Haciendo énfasis en la ayuda que pueden brindar para colaborar con estas personas.

4.4.4 Fundamentación de los medios utilizados

Revista

Las revistas tienen mayor permanencia. Las personas las guardan para leerlas con detenimiento en su tiempo libre. Cuando se lee la revista durante el fin de semana, el

lector está más descansado, por tanto, más receptivo.

Artículos promocionales

La ventaja radica en el hecho de que el tiempo de exposición de la marca es mucho mayor que el de cualquier otro tipo de publicidad. Estos artículos serán vendidos en las oficinas centrales y el dinero recaudado servirá de fondo para seguir con la ayuda.

Por ejemplo si se venden tazas o lapiceros, la cantidad de veces que el cliente mira la taza o el lapicero es infinitamente superior a la cantidad de exposiciones que podríamos lograr con cualquier otro medio publicitario.

Stand

Que será utilizado para tener a la venta los artículos promocionales, para tener una forma atractiva de presentar los productos, y de esta forma llamar la atención de los posibles compradores.

Unifoliar

Estos unifolios son de “contacto”, para que las personas que lleguen a visitar la organización tengan todos los medios por donde pueden seguir en comunicación.

Presentación digital y e-mailing

Para poder ser enviado vía internet, una de las ventajas es su bajo costo. Los mensajes pueden actualizarse fácil y rápidamente.



Conclusiones

- Se diseñó material gráfico con el cual se da a conocer los servicios de la organización y se contribuyó con la obra humanitaria que realiza la misma en beneficio de las personas.
- Se realizó una revista informativa funcional y afiche publicitario los cuales fueron dirigidos a la población interesada en colaborar con la Organización Esperanza de Vida.
- Se diseñó el material promocional: gorras, playeras, así como artículos representativos de la organización y stand para exhibirlos para que puedan recaudar fondos por este medio.
- Se elaboró una presentación digital y e-mailing para ser enviados por internet, para que las personas que residen en el exterior puedan tener información sobre la organización.



Recomendaciones

- Guardar el material, que no se encuentre expuesto a la luz ni a la humedad, para mantener su calidad y extender su tiempo de vida.
- Reproducir la totalidad del material a utilizar, ya que esto nos ayuda a bajar los costos por millar.
- Colocar los afiches preferiblemente con engrapadora para alargar el tiempo de exposición, ya que la cinta adhesiva pierde su fuerza a pocos días de su uso, los afiches pueden llegar a caerse y el material se desperdiciará.
- Obsequiar las revistas a entidades y personas que realmente harán uso del material y que serán posibles donadores para la organización, con el fin de no desperdiciarlas.
- Se recomienda solicitar una prueba de impresión del material antes de imprimir todos los números, para comprobar que los colores y la calidad sean los deseados.

Lineamientos para la puesta en práctica

Plan estratégico de medios

Material impreso informativo

- Revista: La revista informativa será proporcionada en la Organización Esperanza de Vida a aquellas personas que se acerquen buscando información sobre la misma. Así como también será proporcionada en los kioskos que tienen ubicados en tiendas y supermercados donde se venden productos para recaudar fondos para la organización. Se recomienda que la revista sea actualizada aproximadamente cada 4 meses, para tener un total de 3 publicaciones al año.
- Unifolios: A proporcionarse en las oficinas para aquellas personas que visiten el lugar y quieran seguir en contacto con la organización.
- Afiches: Serán pegados en las universidades, ya que ellas promueven mucho las gestiones sociales, para que los alumnos tengan acceso a la información y puedan colaborar prestando sus servicios.
- Artículos promocionales: Serán vendidos en las oficinas centrales y en los kioskos que la organización tiene ubicados en tiendas específicas del oriente.

Material digital informativo

Así también se contará con material digital para aquellas personas que soliciten información de la organización pero no puedan presentarse a las oficinas centrales o a los kioskos, se les podrá enviar por correo electrónico una presentación con información de la organización. Tomando en cuenta que el material digital no trae costo de impresión, se recomienda actualizarlo aproximadamente cada 2 meses.

Material promocional

Las gorras, playeras, tazas, lapiceros y llaveros estarán de venta en las oficinas centrales de la organización, con el objetivo de recaudar dinero para la misma. Así también podrán surtirse los kioskos con algunas muestras para las personas que estén interesadas en comprar alguno de ellos.

Presupuesto

A continuación se presenta una descripción del presupuesto del proyecto completo, la revista y sus complementos como afiches, unifoliars y artículos promocionales:

Revistas, impresión litográfica, en couché 80, full color, 5 signaturas.

1,000 impresiones en inglés	Q 5,780.00
1,000 impresiones en español	Q 5,780.00

Bolígrafos con nombre de organización, no se imprime logotipo ya que sería poco legible.

150 bolígrafos (Q 5.15 c/u)	Q 772.50
-----------------------------------	----------

Playeras con logotipo de la organización y slogan

50 playeras (Q25.00 c/u)	Q 1,250.00
--------------------------------	------------

Tazas blancas de cerámica con logotipo

50 tazas (Q24.00 c/u)	Q 1,200.00
-----------------------------	------------

Gorra blanca con logotipo bordado al frente

50 Gorras (Q34.00 c/u)	Q 1,700.00
------------------------------	------------

500 llaveros (Q5.95 c/u)	Q 2,975.00
--------------------------------	------------

Stand	Q 3,900.00
-------------	------------

200 afiches.....	Q 2,000.00
------------------	------------

200 unifoliars en papel lino	Q 300.00
------------------------------------	----------

El total necesario para la impresión de las piezas es de **Q 25,657.50**

El diseño de las piezas son parte del Proyecto de Graduación de la Carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis editorial, por lo cual el diseño es donado a la Organización Esperanza de Vida, pero el costo estimado por la realización del diseño sería de **Q9,184.00** (precio ya incluye IVA). Las piezas fueron entregadas en un disco identificado, junto con las especificaciones para la impresión del material.

Tipos de reproducción

Revista:

El sistema recomendado para la impresión de estas piezas es litografía-offset, ya que nos ofrece bastantes ventajas a comparación de sus desventajas:

Ventajas:

- Una imagen de alta calidad consistente, más clara y definida que con otros sistemas de impresión.
- Se puede utilizar en una gran cantidad de superficies aparte de en papel liso (madera, ropa, metal, cuero, papel rugoso).
- Las láminas (plancha o matriz) son de rápida y fácil producción.
- La duración de las láminas es mayor que en imprentas de litografía directa, porque aquí no hay contacto directo entre la plantilla y la superficie de contacto.
- Mayor finura de detalle. Colores más brillantes y saturados.
- Procesos de preparación rápidos y sencillos, que sumado al bajo precio de la plancha, hacen que sea un sistema de impresión económico.
- Posibilidad de usar una gran variedad de papeles.

Desventajas:

- La producción litográfica requiere un mayor esfuerzo y es por consiguiente más cara debido a la prueba de prensa de los fotolitos y las correcciones revisadas de la curva de gradación en el sistema de entrada del proceso. Por ello es recomendado sólo cuando serán bastantes impresiones.
- Hay problemas en la realización de la plancha con la transferencia de un tamaño de mancha de 15 a 20 micras.

- El barniz puede traspasar el pliego de papel.
- Variación del color en la tirada debido al equilibrio de agua/tinta.
- La vida del producto, ya que si no se tiene el debido cuidado puede deteriorarse.

Afiches y unifoliales:

Para estas piezas se recomienda la impresión digital debido a que el número de material a imprimir es bajo y al ser un método directo de impresión se ahorra el coste, económico y temporal, de la fabricación de planchas. Por lo cual la impresión litográfica saldría muy costosa. Precisamente lo reducido de los costes permite que tiradas muy pequeñas, resulten rentables.

Artículos promocionales:

Playera: Se recomienda que la tela para las playeras sea 100% algodón, ya que este tipo de tela es bastante fresco para el clima con el que contamos en el oriente del país. Así mismo que esta sea impresa por medio de la serigrafía.

Taza: Se recomienda que sean de cerámica, ya que este material nos da una buena presentación para que estén a la venta, y que sobre ésta sea impreso el logotipo a través de la serigrafía.

Lapicero: Los lapiceros serán de plástico, ya que son fáciles de manejar, resistentes y el costo es bajo.

Llavero: Se recomienda que los llaveros sean de material acrílico, ya que este material tiene varias ventajas, puede pigmentarse, en colores sólidos o transparentes y tiene una dureza muy alta.

Gorra: Color de tela blanca para que el logotipo pueda sobresalir, se recomienda que éste sea bordado, ya que este tipo de impresión es más resistente, por lo tanto será de mejor calidad.

Frecuencia de la publicación

Material impreso informativo

Revista:

Se recomienda que la revista sea actualizada aproximadamente cada 4 meses, para tener un total de 3 publicaciones al año.

Afiche:

Distribuir 33 afiches cada 2 meses, para hacer un total de 200 afiches por año.

Unifolios:

Tener siempre en existencia, para cuando necesite repartirse a las personas, ya que aunque no es un volante publicitario, éste servirá para que las personas que nos visiten puedan permanecer en contacto.

Material digital informativo

Revista digital y e-mailing:

Tomando en cuenta que el material digital no trae costo de impresión, se recomienda actualizarlo aproximadamente cada 2 meses.

Material promocional

El número de los artículos promocionales puede ir dependiendo de la aceptación y demanda obtenida por el grupo objetivo.

Bibliografía

Arnheim, Rudolf. (1976). **El pensamiento visual**. (3era edición) Editorial Universitaria de Buenos Aires: Argentina

Ferrer, Eulario. (1999). **Los lenguajes del color**. (10ma. edición). Fondo de cultura económica: México

Hollis, Richard. (2000). **El diseño gráfico: una historia abreviada**. (1era. edición). Ediciones Destino: Barcelona

Jennings, Simon. (1995). **Guía del diseño gráfico para profesionales**. (1era. edición) Editorial Trillas: México

Martínez-Val, Juan. (2004). **Comunicación en el diseño gráfico : la lógica de los mensajes visuales en diseño, publicidad e internet**. (1era edición) Editorial Laberinto: Madrid

Newark, Quentin. (2002). **¿Qué es el diseño gráfico?**. (1era. edición). Plaza Edición: Barcelona.

Parramón, José. (1998). **Teoría y práctica del color**. (8ava. edición). Parramón Ediciones, S.A.:México

Scott, Robert Gillam. (1992). **Fundamentos del diseño**. (1era. edición). Grupo Noriega Editoriales: México.

Swann, Alan. (1990). **Bases del diseño gráfico**. (1era. edición). Editorial Gustavo Gili, S.A.: Barcelona

Wong, Wucius. (1995). **Fundamentos del diseño**. (1era. edición). Editorial Gustavo Gili, S.A.: Barcelona

www.eafit.edu.co. **[Glosario de artes gráficas]**. [En línea]. Disponible en: <http://www.eafit.edu.co/EafitCn/AdministrativaFinanciera/CentroPublicaciones/Glosario.htm> [Consultado el 19 de agosto de 2009]

www.ecojoven.com. **[Valores Humanos II]**. [En línea]. Disponible en: <http://www.ecojoven.com/uno/05/valores2.html> [Consultado el 19 de agosto de 2009]

www.wikipedia.com. **[Artes gráficas]**. [En línea]. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Artes_gráficas [Consultado el 19 de agosto de 2009]

Glosario



Analfabetismo:

El analfabetismo es la incapacidad de leer y escribir, que se debe generalmente a la falta de aprendizaje.

Asilo de ancianos:

Un asilo para ancianos y convalecientes es un lugar para personas que no necesitan permanecer en un hospital, pero que necesitan cuidados especiales; o personas quienes no tienen familiares quienes velen por ellos.

Campañas:

Existen diferentes tipos de campañas publicitarias, dependiendo de los objetivos inmediatos que persigan. Aunque aparentemente las metas que deseen alcanzar diferentes tipos de campañas de una misma empresa sean distintas, en el fondo se complementan y coordinan entre sí y todas van encaminadas a lograr el éxito, tanto a corto como a largo plazo del producto, y en definitiva, de la marca.

Color:

El color es la percepción visual generada por señales nerviosas que los fotorreceptores de la retina del ojo envían al cerebro con la captación de determinadas longitudes de onda del espectro electromagnético. La luz blanca puede ser descompuesta en todos los colores (espectro) por medio de un prisma. En la naturaleza esta descomposición da lugar al arco iris. El color desprende diferentes expresiones del ambiente, que pueden transmitirnos la sensación de calma, plenitud, alegría, violencia, maldad, etc.

Comunicación:

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

Desnutrición:

Significa que el cuerpo de una persona no está obteniendo los nutrientes suficientes. Esta condición puede resultar del consumo de una dieta insuficiente o mal balanceada, por trastornos digestivos, problemas de absorción u otras condiciones médicas. La desnutrición es la enfermedad provocada por el insuficiente aporte de combustibles y proteínas. Según la UNICEF, la desnutrición es la principal causa de muerte de lactantes y niños pequeños en países en desarrollo.

Diagramación:

La diagramación, también llamada maquetación, es un oficio del Diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas. Estrictamente, el acto de diagramar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el Diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post-prensa (acabados). Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y periodística se conoce por el término diagramación. En el

caso de un diario, la diagramación sigue los objetivos y líneas gráficas y editoriales de ese impreso. Las principales líneas editoriales para la diagramación de un diario incluyen la jerarquización de los artículos por orden de importancia. Las consideraciones gráficas incluyen legibilidad e incorporación balanceada y no-obstructiva de los anuncios publicitarios.

E-mailing:

Hacer uso y enviar correos electrónicos en campañas de marketing con fines comerciales.

Imagen:

Es una representación visual de un objeto mediante técnicas diferentes de diseño, pintura, fotografía, video, etc. Las imágenes pueden guardarse en distintos formatos gráficos, cada uno con distintas posibilidades y limitaciones. Entre los formatos más populares: BMP (gráfico/fotográfico sin compresión), GIF (gráfico/animaciones), JPG (fotográfico con compresión), etc.

Medios de comunicación:

Como medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de

contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media), sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

Orfanato:

Un orfanato, orfanatorio u orfelinato, es una institución encargada del cuidado de los menores de edad, huérfanos o abandonados, y de los niños o adolescentes a quienes las autoridades han separado de sus progenitores, retirándoles la patria potestad.

Organización:

Las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico. Aplicar la administración más adecuada a la realidad y a las necesidades específicas de cada organización es función básica de todo administrador.



Se presentan 3 criterios básicos:

- Actividad o giro. Industriales, comerciales, servicios.
- Origen del Capital. Públicas, privadas.
- Magnitud de la empresa. Grandes, medianas, micro o pequeñas empresas.

Organización no gubernamental:

Una organización no gubernamental (tanto en singular como en plural ONG) es una entidad de carácter privado, con fines y objetivos humanitarios y sociales 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, organización y cooperativa, entre otras formas. Cubren una gran variedad de temas y ámbitos que definen su trabajo y desarrollo. Dichos temas están relacionados con ayuda humanitaria, salud pública, investigación, desarrollo económico, desarrollo humano, cultura, derechos humanos, transferencia tecnológica, ecología, etc.

Tipografía:

Definimos la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas. La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más

activos de los cambios culturales del hombre. En los primeros signos de escritura, cada signo nos expresa una idea, un concepto o una cosa; estos signos se combinan entre sí para comunicar ideas más complejas. Estos sistemas de escritura son los pictogramáticos, jeroglíficos e ideogramáticos.

Serigrafía:

Procedimiento de arte gráfico basado en un método permeográfico de estampación. El artista interviene sobre una pantalla de seda, tejido sintético o malla metálica, obturando ciertas zonas de su trama. Dicha operación puede realizarse de forma manual aplicando un líquido de relleno o adhiriendo una película o plantilla recortada, pero también existen sistemas de obturación fotomecánicos previa sensibilización de la pantalla. Esta preparación de la matriz de impresión constituye la fase más delicada del trabajo del artista serígrafo y su resultado se traduce en la existencia de superficies tapadas correspondientes a los blancos de la estampa, junto con otras abiertas o zonas de imagen.

Stand:

El stand es un espacio identificativo de cada empresa en el que se acoge a los visitantes y se realizan negociaciones comerciales. El stand debe constituir el espacio en que la empresa se presenta ante sus clientes y ante su competencia por lo que debe reflejar fielmente su filosofía e imagen corporativa constituyendo a su vez un entorno ameno y atractivo.





COMPROBACIÓN DE LA EFICIENCIA DEL MATERIAL GRÁFICO PARA LA ORGANIZACIÓN ESPERANZA DE VIDA PARA GRUPO OBJETIVO

OBJETIVO: Conocer la eficacia de la transmisión de los mensajes del material.

INSTRUCCIONES: Después de haber observado el material, lea las preguntas que a continuación se le presentan y responda con una X en la respuesta que usted considere la correcta. Las respuestas estarán evaluadas bajo el siguiente rango: Acuerdo ó Excelente (100-80), Medianamente de acuerdo ó Buena (79-60), Desacuerdo ó Regular (59-0).

Edad: 18-33 34-49 50-65 66-80
Sexo: Femenino Masculino

1. ¿Considera que los colores utilizados en la revista para la Organización Esperanza de Vida son atractivos?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

2. ¿Cree que el tamaño y tipo de letra utilizado en la revista es de fácil lectura?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

3. ¿Le parece ordenada y agradable el diseño de la revista?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

4. ¿Las fotografías empleadas lograron captar su atención?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

5. ¿El diseño de la portada es bastante atractivo?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

6. ¿Considera que era necesaria una revista para dar a conocer los programas de ayuda con los que cuenta la Organización Esperanza de Vida?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

7. ¿Cree usted que la revista muestra claramente la ayuda que requiere la organización?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

8. ¿Cómo calificaría usted la imagen general del material?

Excelente Buena Regular

9. ¿La información que presenta la revista es clara?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

10. Después de haber visto la revista, ¿siente deseos de colaborar con la Organización Esperanza de Vida?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo



COMPROBACIÓN DE LA EFICIENCIA DEL MATERIAL GRÁFICO PARA LA ORGANIZACIÓN ESPERANZA DE VIDA PARA DISEÑADORES GRÁFICOS

OBJETIVO: Conocer la eficacia de la transmisión de los mensajes del material.

INSTRUCCIONES: Después de haber observado el material, lea las preguntas que a continuación se le presentan y responda con una X en la respuesta que usted considere la correcta. Las respuestas estarán evaluadas bajo el siguiente rango: Acuerdo ó Excelente (100-80), Medianamente de acuerdo ó Buena (79-60), Desacuerdo ó Regular (59-0).

Edad: 18-33 34-49 50-65 66-80
Sexo: Femenino Masculino

1. ¿La combinación de colores utilizados en la revista es apropiada para la Organización Esperanza de Vida?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

2. ¿Le parece apropiada la tipografía utilizada en la revista?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

3. ¿Cree usted que la diagramación de la revista es apropiada?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

4. ¿Las fotografías empleadas lograron captar su atención visual?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

5. ¿La información que presenta la revista es clara?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

6. ¿Considera que era necesaria una revista para dar a conocer los programas de ayuda con los que cuenta la Organización Esperanza de Vida?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

7. ¿Cree usted que la revista muestra claramente la ayuda que requiere la organización?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

8. ¿El diseño de la portada es bastante atractivo?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

9. ¿Cómo calificaría usted el concepto y la imagen general del material?

Excelente Buena Regular

10. ¿El material cumple con el propósito de motivar a la población para apoyara la Organización Esperanza de Vida?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo



COMPROBACIÓN DE LA EFICIENCIA DEL MATERIAL GRÁFICO PARA LA ORGANIZACIÓN ESPERANZA DE VIDA PARA PROFESIONALES

OBJETIVO: Conocer la eficacia de la transmisión de los mensajes del material.

INSTRUCCIONES: Después de haber observado el material, lea las preguntas que a continuación se le presentan y responda con una X en la respuesta que usted considere la correcta. Las respuestas estarán evaluadas bajo el siguiente rango: Acuerdo ó Excelente (100-80), Medianamente de acuerdo ó Buena (79-60), Desacuerdo ó Regular (59-0).

Edad: 18-33 34-49 50-65 66-80
Sexo: Femenino Masculino
Profesión: _____

1. ¿Considera que los colores utilizados en la revista para la Organización Esperanza de Vida son atractivos?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

2. ¿Cree que el tamaño y tipo de letra utilizado en la revista es de fácil lectura?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

3. ¿Le parece ordenada y agradable el diseño de la revista?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

4. ¿Las fotografías empleadas lograron captar su atención?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

5. ¿El diseño de la portada es bastante atractivo?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

6. ¿Considera que era necesaria una revista para dar a conocer los programas de ayuda con los que cuenta la Organización Esperanza de Vida?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

7. ¿Cree usted que la revista muestra claramente la ayuda que requiere la organización?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

8. ¿Cómo calificaría usted la imagen general del material?

Excelente Buena Regular

9. ¿La información que presenta la revista es clara?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo

10. Después de haber visto la revista, ¿siente deseos de colaborar con la Organización Esperanza de Vida?

Acuerdo Medianamente de acuerdo Desacuerdo



VERIFICATION OF THE EFFICIENCY OF ARTWORK FOR THE ORGANIZATION HOPE OF LIFE FOR TARGET GROUP

OBJECTIVE: To determine the efficiency of transmission of messages of the material.

INSTRUCTIONS: After saw the material, read the following questions and answer with an X on the answer you consider correct. The responses will be evaluated under the following range: Agree or Excellent (100-80), Somewhat agree or Good (79-60), Disagree or Sort of (59-0).

Age: 18-33 34-49 50-65 66-80
Sex: Female Male

1. Do you think that the colors used in the magazine for the organization Hope of life are attractive?

Agree Somewhat agree Disagree

2. Do you think that the size and font used in the magazine are easy to read?

Agree Somewhat agree Disagree

3. Does the design of the magazine seem orderly and pleasant?

Agree Somewhat agree Disagree

4. Do the photographs get your attention?

Agree Somewhat agree Disagree

5. Is the cover design attractive?

Agree Somewhat agree Disagree

6. Do you consider it necessary to publicize a magazine that offers various types of help as provided by the organization Hope of Life?

Agree Somewhat agree Disagree

7. Do you think the magazine clearly shows the support that the organization requires?

Agree Somewhat agree Disagree

8. How would you rate the overall image of the material?

Excellent Good Sort of

9. Is the information in this magazine presented clearly?

Agree Somewhat agree Disagree

10. After seeing the magazine, do you feel inspired to contribute and/or volunteer with the organization Hope of life?

Agree Somewhat agree Disagree



CRELISA, S.A.

49 calle 24-37 zona 12, Atanacio Tzul, Guatemala, C.A.

COTIZACIÓN No. Sept-09-158

FECHA: 23/9/09

SEÑORES: Alejandra Salvatierra

DIRECCIÓN:

TELÉFONO: 57846115

CIUDAD: GUATEMALA

FAX: alesalvatierra@gmail.com

FECHA DE APROBACION:

ATENCIÓN:

ENTREGA:

FORMA DE PAGO: 60% PARA AUTORIZAR
IMPRESIÓN Y 40% CONTRA ENTREGA
Por cheque rechazado se cobrarán Q100.00

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
- 1,000 revistas tamaño carta cerrada a full color tiro y retiro con barniz uv en la portada, en couche 80" con 20 páginas incluyendo portada (5 firmas) engrapada.	Q 5.78	Q 5,780.00

NOTA: TRABAJO IMPRESIÓN 5 DIAS HABLES DESPUES DE AUTORIZADO EL ARTE

OBSERVACIONES: El cliente deberá entregar el arte en CD, y en un programa de diseño grafico, si necesita algún cambio en el arte deberá solicitarlo por escrito,

Estos precios tienen validez de 5 días.

Atentamente,

José Villalta
(502) 40014421
Ventas.2@litocolorstudio.com

PBX: (502) 2414-8600 • FAX: (502) 2414-8605

Fecha: 22/09/09

Cliente: Maria Alejandra Salvatierra

	VALOR
<p>2,000 Revistas de 20pag. impresas a full color tiro tamaño carta cerrado sobre couché 80 con barniz UV en la portada.</p> <p>1,000 Español 1,000 Ingles</p> <p><i>Será un gusto poder servirle</i></p>	Q.20,750.00
TOTAL	Q. 20,750.00

Jorge Alvarez

Aceptado Cliente

Av. Reforma 8-33, Zona 10

☎ 2360 6178

☎ 2334 6084

✉ servicioalcliente@mrprint.com.gt

"Servicio hacia la Excelencia"



Logística · Promoción · Investigación · Mercadeo · Impresión Digital · Diseño Gráfico

14 av. 25-81 A, zona 11 Col. Mariscal
Tel. 2350-2556 - 40190279

Nit: 2982648-9

Guatemala 24 de Septiembre del 2009

No.
0064-09

Atención:
Nombre: MARIA ALEJANDRA SALVATIERRA
Dirección: Ciudad

Cantidad	Descripción	P. Unit.	Total
150	Boligrafos	Q5.15	Q772.50
50	Playeras blancas	Q25.00	Q1,250.00
50	Tazas	Q24.00	Q1,200.00
50	Gorras	Q34.00	Q1,700.00
500	Llaveros Acrilicos	Q8.65	Q4,325.00

TOTAL **Q9,247.50**

Buen día María Salvatierra, le comento con respecto a los productos solicitados

Playeras; mínimo de 200 unidades precio Q19.00 si fueran menos 100 unidades a Q25.00

Gorras; minimos 100 unidades con serigrafia Q.18.00 bordadas Q.25.50

Lapiceros, minimo 500 unidades (impresion 1 color) precio Q3.50 si fueran menos sube Q1.00 por cada 100 menos.

Tazas; minimo 100 unidades impresion a un color precio Q12.00

Llaveros. minimo 500 unidades precio Q5.95

Proveedores sugeridos para cotizar Llaveros taza lapicero. Superpromociones Con Vilma Salazar tel.2337-3665
Proveedor de taza Sra. Pili Tel.2437-2871

--

Att.
Lic. NELSON E. ARAGON G.
Advertising Marketing Aragón.
Fabrica: 2431-6930
Móvil: 5512-8443



Impresión Digital

Medidas	8.5 x 11 "	11 x 17 "	12 x 18 "	13 x 19 "
Bond 80	Q. 4.00 TIRO Q. 8.00 T/R	Q. 8.00 TIRO Q.16.00 T/R	Q.10.00 TIRO Q.20.00 T/R	Q.15.00 TIRO Q.30.00 T/R
Opalina Texcote 12 Huscky Cover Couche Lino	Q. 6.00 TIRO Q. 12.00 T/R	Q.10.00 TIRO Q.20.00 T/R	Q.12.00 TIRO Q.24.00 T/R	Q.18.00 TIRO Q.36.00 T/R
Adhesivo Blanco y Trasparente	Q. 8.00 TIRO	Q.12.00 TIRO	Q.14.00 TIRO	Q.20.00 TIRO
Papeles Especiales	Q. 10.00 TIRO Q. 20.00 T/R	Q.15.00 TIRO Q.30.00 T/R	Q.18.00 TIRO Q.36.00 T/R	Q.20.00 TIRO Q.40.00 T/R
Poliester 11 x 17"	Q.10.00 TIRO Q. 20.00 T/R	Q.20.00 TIRO Q. 40.00 T/R		
Nota: Tamaño 13 x 38" y 11.75 x 38"		Q.40.00 TIRO	Q.80.00 T/R	

Tel: 2381-6868 Ext. 3 Fax: 2381-6869 Dirección: 21 ave "B" 0-10 z. 15 Vista Hermosa II



Guatemala, 21 de Octubre del 2009

Señorita
 María Alejandra Salvatierra
Facultad de Arquitectura
USAC
 Presente.

Estimada Señorita Salvatierra:

En atención a su solicitud, nos es grato someter a su consideración la siguiente oferta.

DESCRIPCION

REGLON	MEDIDAS	CANTIDAD	VALOR TOTAL
STAND Incluye: 01 Back elaborado con estructura metálica, forro de MDF con impresión digital en adhesivo. 01 Cenefa de MDF con impresión digital en adhesivo. 01 Mesa curva con un top y 2 entrepaños. Sin puertas traseras. Impresión digital en adhesivo para el frente. 03 ventanitas de acrílico transparente. NO INCLUYE DISEÑO DE ARTE	1.20 x 1.80 mts 1.20 x 0.40 mts 1.20 x 0.90 x 0.40 mts	1.00 unidad	Q. 3,900.00

NOTAS

Estos precios **incluyen IVA**
 La validez de la cotización es de 20 días.

TIEMPO DE ENTREGA 05 días hábiles, después de entregado el anticipo y los artes finales.

FORMA DE PAGO 60% anticipo y 40% contra entrega

CHEQUE A NOMBRE DE Diseños y Espacios

Agradeciendo su amable interés y esperando que la presente sea de su agrado y aprobación.

Atentamente,

Arq. Astrid Samayoa de Rivera
 Celular 5318 8313



Multi-Impresos
Menjivar

Guatemala, 2 de Noviembre del 2,009

Señores:
Organización Esperanza de Vida
Río Hondo, Zacapa

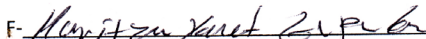
Por este medio me permito enviarles la siguiente cotización:

- | | | |
|-----|--|-----------|
| 100 | Afiches tamaño 11x17 impresos a full color en Material texcote..... | Q,1653.75 |
| 200 | Afiches tamaño 11x17 impresos a full color en Material texcote | Q,2310.00 |

Tiempo de Entrega: 20 días

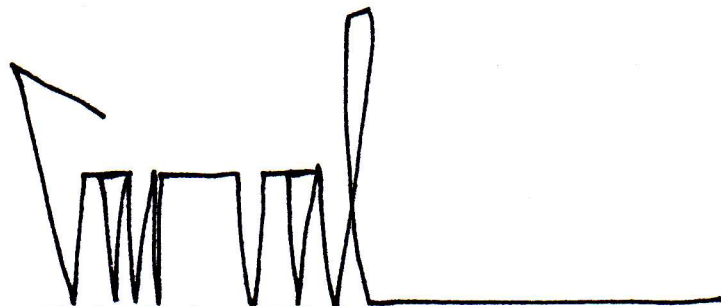
Forma de Pago: 50% al realizar la orden
50% al entregar el trabajo

En espera de poder servirles nos despedimos de ustedes, deseándoles éxitos en sus labores diarias.

F- 
Maritza Yaneth Zepeda

Sector 4, Lote 163 "A" Zona 12, Villa Nueva Guatemala, C. A.

IMPRÍMASE

A stylized, blocky handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes of varying heights and a horizontal line at the end.

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

A cursive handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yaeggy'.

Licda. Annabella Yaeggy
ASESOR PRINCIPAL

A cursive handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alejandra'.

María Alejandra Salvatierra Yon
SUSTENTANTE

