

# ÉNFASIS CREATIVO PUBLICITARIO

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico



Fundación Ecuménica  
Guatemalteca  
Esperanza y Fraternidad



Campaña  
de divulgación y apoyo  
para la recaudación de fondos  
de la Fundación Ecuménica Guatemalteca  
“Esperanza y Fraternidad”  
-ESFRA-

Proyecto de Graduación  
presentado por Flor de María Estrada Galicia  
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, marzo de 2013.



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



ESCUELA DE  
**DISEÑO GRÁFICO**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA



# NÓMINA DE AUTORIDADES

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
**Escuela de Diseño Gráfico**

## **Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo	Decano
Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea	Vocal I
Arq. Edgar Armando López Pazos	Vocal II
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras	Vocal III
Br. Jairon Daniel del Cid Rendón	Vocal IV
Br. Carlos Raúl Prado Vides	Vocal V
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	Secretario

## **Dirección de la Escuela de Diseño Gráfico**

Lic. Francisco Chang	Director
Lic. Ana María Saavedra	Coordinadora de Proyecto de Graduación
Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte	Coordinador EPS

## **Tribunal Examinador**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo	Decano
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	Secretario
Asesora Metodológica	Lic. María Emperatriz Pérez
Asesor Gráfico Creativo	Lic. Axel Barrios Lara
Asesora Especialista	Lic. Amparo Valdivieso Estrada

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
Licenciatura con énfasis Creativo-Publicitario

**Campaña de divulgación y apoyo para recaudación de fondos  
de la Fundación EcuMénica Guatemalteca “Esperanza y  
Fraternidad” -ESFRA-**

Proyecto de investigación y comunicación realizado en la  
ciudad de Guatemala


Guatemala, julio de 2012.





# ÍNDICE

Agradecimientos y dedicatoria.....	7
Presentación.....	8
Capítulo I .....	11
Introducción.....	12
Antecedentes.....	13
Problema.....	14
Justificación.....	15
Objetivos de Diseño.....	17
Capítulo II .....	19
Perfil de la Organización.....	20
Grupo Objetivo.....	25
Capítulo III .....	29
Conceptos Fundamentales.....	30
Conceptos de Diseño.....	36
Concepto Creativo.....	45
Proceso de Bocetaje.....	58
Capítulo IV .....	66
Validación.....	67
Propuesta Gráfica Final.....	74
Presupuesto y Lineamientos.....	77
Conclusiones .....	81
Recomendaciones .....	83
Bibliografía y Fuentes Consultadas.....	85
Glosario .....	88
Anexos .....	91



**“Lo que da gloria a Dios, más que la grandeza y hermosura del universo, es la sociedad humana basada sobre la justicia. Y por eso se alegra la creación entera cuando Dios establece su reino entre los hombres, mujeres, niños y niñas. Alegría del universo que hasta aquí fue echado a perder por la ambición desmedida del hombre.”**

**Salmo 96**

# DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a:

DIOS

Por haberme dado el milagro de la vida.

MIS PADRES

Por su amor, por haberme dado siempre el ejemplo de crecer profesionalmente; por sus palabras de aliento, su apoyo incondicional, su sabiduría, su consuelo y ejemplo de padres luchadores.

MI ABUELITA

Por sus enseñanzas, cuidados, consentimientos, consejos y amor.

MIS HERMANAS

Por sus enseñanzas, amistad y apoyo en todo momento.

MIS SOBRINOS

Porque son el orgullo de mi vida.

MI NOVIO

Por darme su apoyo, ayuda sin límites, amor verdadero y felicidad.

MIS AMIGOS

Pero en especial a Ana, Pancho, Joey, Bea, Josh y Jimmy, por ser cada uno tan único y formar parte de mi historia desde hace mucho tiempo.

LA FUNDACIÓN ESFRA

Por tenderme la mano para poder llevar a cabo este proyecto.

LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

Por abrirme las puertas a una vida como profesional.

# PRESENTACIÓN

La población mundial crece cada día a niveles inimaginables. En los estudios estadísticos, los índices negativos de las personas aumentan y los encaminan a la pobreza, marginación y las pocas oportunidades, sobre todo en países en vías de desarrollo.

Además, el 27% de la población tiene un ingreso de menos de 8 quetzales al día, lo que hace un total de casi 3 millones de personas sean extremadamente pobres en nuestro país.<sup>1</sup> En Guatemala las cifras hablan por sí solas: el 80% vive en la pobreza y más del 40% es analfabeto.<sup>2</sup>

Como se sabe, el combate contra la pobreza en Guatemala y el resto de América Latina no ha sido una tarea exclusiva del Estado, diversas organizaciones altruistas realizan labores de asistencia y beneficencia desde mucho antes del surgimiento de los sistemas de previsión y seguridad social. Estas organizaciones son llamadas ONG (Organizaciones No Gubernamentales) y son entidades privadas sin fines de lucro orientadas al bien público.


El objetivo de la mayoría de ONG es buscar la generación de autonomía en las personas y comunidades, siendo así sólo unas pocas ONG de carácter más asistencial, vinculadas a la Iglesia Católica. Tales entidades se orientan a satisfacer las necesidades básicas de los grupos con recursos más escasos de la población, preferentemente aquellos en pobreza extrema o indigencia, y por lo general tienen una oferta de programas flexible, que se adecúa a sus realidades inmediatas o demanda espontánea.

---

1. Fuente: <http://www.ine.gob.gt/np/encovi/documentos/Pobreza%20y%20Desarrollo%202011.pdf>

2. Fuente: <http://pobreguatemala.blogspot.com/>






La Fundación EcuMénica Guatemalteca “Esperanza y Fraternidad” -ESFRA- es una Organización No Gubernamental -ONG- que se dedica a gestionar planes sociales a personas, familias y comunidades en general, que viven en la pobreza del desarrollo integral, económico y social de Guatemala.

Gracias a esta fundación, las familias beneficiadas cuentan con estos planes de desarrollo constante en cuanto a educación familiar, social y cultural, y con ayuda para luchar diariamente por salir adelante, también les brindan oportunidades y aleja a sus beneficiarios de situaciones de riesgo.

En la actualidad, ESFRA afronta limitantes económicas que reducen la capacidad de realizar sus proyectos, pues la fundación no cuenta con recursos económicos necesarios para implementar los proyectos planificados.

En virtud de las limitantes económicas que afronta ESFRA, el presente proyecto de graduación contiene el proyecto de “Campaña de Divulgación y Apoyo para la Recaudación de Fondos de la Fundación EcuMénica Guatemalteca “Esperanza y Fraternidad” -ESFRA-”, el cual constituye un valioso instrumento que busca lograr la gestión de recursos para su funcionamiento y la permanencia de sus programas de apoyo a las familias necesitadas de las zonas marginadas de la capital.

Este proyecto propone un uso adecuado de distintos medios gráficos como herramienta para la comunicación visual, así como la aportación de ideas para dar a conocer sus proyectos y asesoría técnica para la realización de materiales gráficos, y con esto realizar una estrategia de



comunicación visual destinada a recaudar fondos provenientes del Grupo Objetivo, constituido por personas y empresas que tienen posibilidades económicas para gestionar recursos a la fundación, y lograr la realización de sus proyectos.



# **CAPÍTULO 1**

## **Introducción**

# INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo trata sobre la importancia de la Fundación ESFRA y su contribución para mejorar las condiciones de vida de los guatemaltecos en esta lucha continua que tienen por sacar adelante a sus familias. El proyecto refleja la importancia de la estrategia de comunicación visual, que permite implementar elementos necesarios a la imagen y la obtención de recursos, como elementos técnicos que se ponen a la disposición de éste y otros tipos de organizaciones. Herramientas como las presentes son destinadas a la gestión de recursos que les permitan cumplir con sus objetivos.

El estudio realizado establece que la Fundación ESFRA carece de material visual que le ayude a ser reconocida. Este material le ayudaría a captar la atención de las personas y a que sean reconocidas las labores realizadas por la fundación y su lucha en contra de los limitantes de cientos de familias que viven en pobreza extrema. Por esto, el presente proyecto consiste en realizar una estrategia de comunicación y gestión de fondos a beneficio de las familias, con la única finalidad de dar a conocer el trabajo que realiza la fundación ESFRA.


Esta campaña pretende llegar a personas con recursos económicos bien posicionados, de manera que visualicen el estilo de vida de muchas familias guatemaltecas sin la misma posición y valoren la gestión que ESFRA tiene a su cargo. También pretende concientizar a gran parte de la población guatemalteca que tiene las posibilidades para que estos proyectos se ejecuten.

## **Antecedentes**

ESFRA es una organización no gubernamental, cuyo objetivo es velar por el bien común de las personas y por los derechos individuales y colectivos de la comunidad en su conjunto. Por sus siglas en español, la organización es una Fundación Ecuménica Guatemalteca “Esperanza y Fraternidad”. Ecumenismo se refiere a toda iniciativa que apunte a una mayor unidad o cooperación religiosa. Esta institución ha trabajado en áreas precarias de la ciudad capital desde antes del terremoto del año 1976 y apoya el desarrollo de las áreas pobres de Guatemala por medio de proyectos de beneficio a la persona, familia y comunidad.

La Fundación ESFRA surge de un grupo ecuménico que ha trabajado en las áreas precarias de la zona 3 de la ciudad capital. Luego del terremoto del 1976, se consolida en su compromiso con la población de extrema pobreza en el área urbana y se constituye en la Fundación Ecuménica Guatemalteca “Esperanza y Fraternidad” -ESFRA-. Después de varios períodos, ESFRA tuvo la necesidad de cerrar la organización por falta de recursos económicos, esto se realizó en el año 2007. Sin embargo, a finales del 2008 comenzó nuevamente a llevar a cabo los proyectos que se habían dejado atrás. Desafortunadamente no cuenta con ningún patrocinador o empresa que ayude con algún donativo para sus actividades.

Por este motivo, ESFRA necesita ayuda económica para la realización de los proyectos planeados, los cuales podrán ejecutar con los recursos financieros obtenidos mediante la implementación de una estrategia de comunicación visual, además de iniciar nuevos proyectos y lograr continuar con los proyectos no terminados.



Este proyecto permite conocer a fondo todas las actividades de ESFRA y quiénes son los beneficiados, para que los futuros donadores estén informados del trabajo que realiza, y así llamar su atención para que brinden el apoyo que la fundación requiere.

## **Problema de comunicación visual**

La fundación ESFRA, pese a sus limitantes económicas, cuenta con una organización y sus autoridades ejecutan los proyectos a su cargo. Estos proyectos son dirigidos por un consejo administrativo que logra la máxima eficiencia en la administración de recursos para la gente a la que la Fundación brinda apoyo. Sin embargo, su deseo de aumentar los fondos económicos, tanto para desarrollar planes como para complementar sus labores, es cada vez más importante para ellos.

El principal problema de la fundación por lo tanto es la necesidad de crear una estrategia que ayude a aumentar estos fondos económicos, así como a obtener ayuda de personas para cubrir su presupuesto y cumplir con lo planificado.

Así también, se puede identificar un problema de comunicación visual que repercute en la escasez de patrocinio por parte de empresas y de personas para cubrir un presupuesto y cumplir sus objetivos.

Por esta razón se propone el diseño y/o la creación de una estrategia de comunicación para la gestión de proyectos de la fundación, la cual estará dirigida a todos los habitantes de la ciudad capital, pero principalmente a

empresas con la capacidad y los recursos para realizarla y beneficiar a la fundación.

La campaña comprende principalmente de piezas gráficas para la captación del grupo objetivo así como para la gestión de proyectos que se realizarán dentro de la fundación. Este proyecto será realizado en la ciudad de Guatemala, en un período aproximado de 7 u 8 meses, en el transcurso del año 2011.

## **Tema**

“Estrategia de comunicación visual para la obtención de recursos de la Fundación Ecuménica Guatemalteca “Esperanza y Fraternidad” -ESFRA-”.

## **Justificación**

### ***Magnitud***

La investigación que se ha realizado muestra los problemas que vive la mayoría de la población que la Fundación ESFRA atiende, quienes no cuentan con un trabajo digno, carecen de educación, sin una vivienda segura y en general no pueden cubrir sus necesidades básicas. Actualmente, ESFRA ayuda alrededor de 8550 personas, a las cuales les hace falta satisfacer las principales necesidades básicas para llevar una vida digna. En Guatemala, la magnitud de la pobreza es de más de 50% de la población total del país.

La Fundación ESFRA, con la colaboración de empresas y personas, pretende contribuir a mejorar el nivel de vida de al menos el 50% del total de la población humilde de la ciudad capital y si es posible también del interior del país.

### ***Trascendencia***

La importancia de este proyecto es lograr el desarrollo social y que las personas beneficiadas, que por diversas razones llevan una vida de pobreza y falta de valores en sus hogares, se constituyan en ciudadanos de beneficio socioeconómico. El objetivo de la Fundación ESFRA es mejorar las condiciones de vida de este estrato de la población y lograr que éstos se integren y contribuyan al país.

### ***Vulnerabilidad***

La realización de este proyecto es de suma importancia, ya que con ello se busca educar a gran parte de la población respecto a la importancia del desarrollo guatemalteco y lo necesario que es que toda la sociedad valore a cada integrante de la familia, así como de desarrollar sus capacidades de generar bienes para crecer económicamente, y con ello lograr una mejor calidad de vida en la población entera, y con ello reducir la pobreza hasta quizás erradicarla.

### ***Factibilidad***

Actualmente, ESFRA cuenta con un presupuesto que administra y obtiene desde años atrás, para tener cierto respaldo y así poder mantenerse.



Para la realización de proyectos cuenta con la ayuda de Oxfam Gran Bretaña. Oxfam (Oxford Committee for Famine Relief) es una organización internacional de promoción del desarrollo y lucha contra la hambruna, pero sólo dan aporte por cada proyecto que validen; esto hace que la fundación no desarrolle los demás proyectos que son parte de su programa general de trabajo y para los cuales también necesita de recursos financieros.

## **Objetivos**

### ***General***


Diseñar una estrategia de comunicación para la obtención de recursos y gestión de los mismos, para la Fundación ESFRA y llevar a cabo los distintos proyectos planteados en el desarrollo social de las comunidades y los habitantes a las cuales brinda ayuda.

### ***Específicos***

Rediseñar la imagen corporativa de la fundación, en donde se incluyen logotipo, carta membretada, sobre membretado, tarjetas de presentación, talonario de recibos y sello.

Diseñar material gráfico impreso que contenga información sobre la fundación y sus proyectos para que el grupo objetivo conozca más sobre la misma y esté enterado de la gestión que ésta realiza.

Diseñar material visual para implementar en interior y exterior para transmitir el concepto de la estrategia de comunicación, y datos de la fundación.



Diseñar material gráfico digital para informar sobre los proyectos realizados por la fundación gracias la gestión de recursos, entre otros temas de importancia sobre la fundación y las comunidades a las que ayuda.



# **CAPÍTULO 2**

## **Perfil de la Organización**

## Tipo de Organización

ESFRA es una Organización no gubernamental, no lucrativa, con la proyección de velar por el bien común de las personas y por los derechos individuales y colectivos de la comunidad en su conjunto.

Se encarga de llevar ayuda a distintas comunidades de la capital metropolitana, las cuales carecen de los servicios fundamentales para vivir dignamente. Con la ayuda de otras organizaciones mantiene un fondo para realizar planes específicos dirigidos a las personas que viven en estos lugares. Uno de los grandes problemas que atraviesa la fundación en estos momentos es la falta de apoyo de material visual para complementar la realización de proyectos, así como para dar a conocer el nombre de la fundación y los proyectos que esta misma realiza.

**Directora de la Organización:**

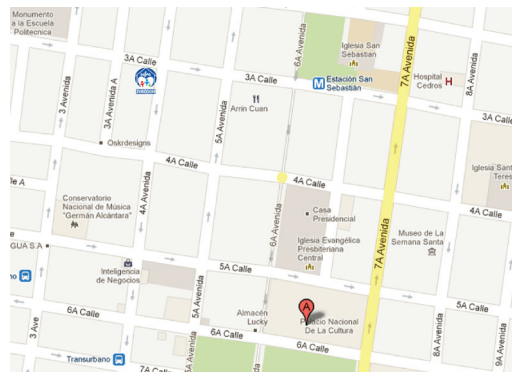
**Olga Cerritos de Hernández**

**Teléfono: (502) 22322537**

**Email: [fundacionesfra@gmail.com](mailto:fundacionesfra@gmail.com)**

**Dirección: 4ta avenida 3-14 zona 1, ciudad Guatemala**

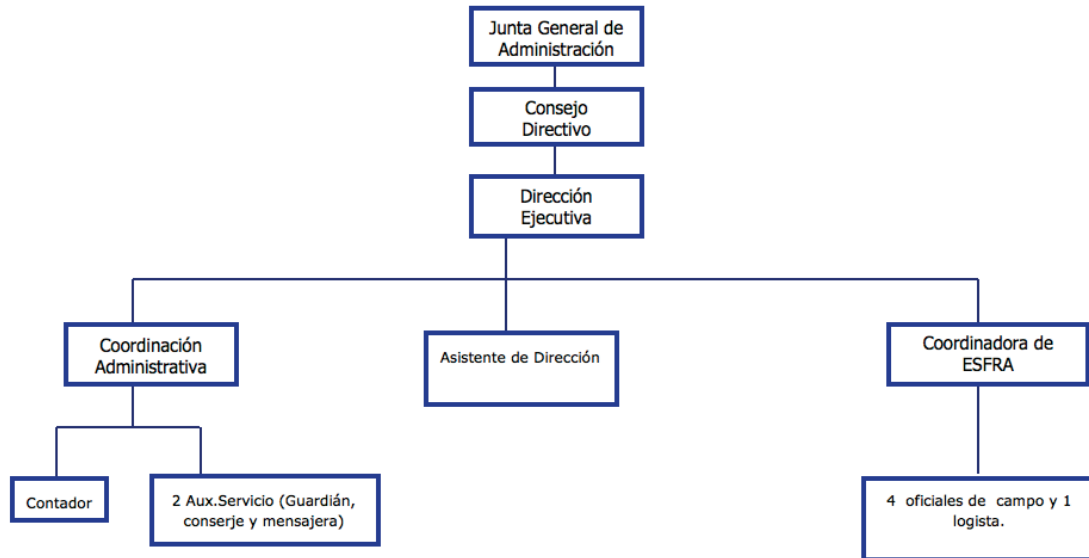
## Mapa de ubicación de ESFRA



## Presentación del FODA para establecer un diagnóstico en la Fundación ESFRA

<p>( amb. externo)</p>	<p><b>Fortalezas F</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recurso humano capacitado y responsable.</li> <li>- Infraestructura adecuada y propia.</li> <li>- Sistema contable bien estructurado y funcional.</li> <li>- Cumplimiento de obligaciones fiscales y laborales.</li> <li>- Valores éticos y cristianos.</li> <li>- Experiencia de trabajo en el campo de reducción de riesgo urbano.</li> </ul>	<p><b>Debilidades D</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No se cuenta con plan estratégico.</li> <li>- Falta de recursos humanos para la gestión de propuestas.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Temática de reducción de riesgos en agenda de cooperación, medios de comunicación y de gobierno.</li> <li>- Acceso a espacios de capacitación y coordinación.</li> </ul>	<p><b>Estrategias FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestionar propuestas para el área rural, sin abandonar el trabajo urbano.</li> <li>- Fortalecer la formación del recurso humano en la temática de Gestión de Riesgos.</li> </ul>	<p><b>Estrategias DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar recursos para actualizar plan estratégico.</li> <li>- Fortalecer el componente de G de R.</li> </ul>
<p><b>Amenazas A.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de la violencia e Inseguridad.</li> <li>- Poco interés de fuentes de financiamiento para el área urbana.</li> </ul>	<p><b>Estrategias FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incorporar recurso humano comunitario.</li> <li>- Participar en espacios que promuevan el tema urbano (Redes, Alianzas).</li> </ul>	<p><b>Estrategias DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar recurso humano para gestión de propuestas, con experiencia en enfoque integral de Gest. de R. y desarrollo seguro.</li> </ul>

**Organigrama de Fundación EcuMénica Guatemalteca  
Esperanza y Fraternidad -ESFRA-  
AÑO 2011**



## Misión

Fundación ESFRA facilita procesos participativos en el marco del desarrollo social a través de la organización y fortalecimiento de las capacidades de hombres, mujeres, jóvenes, niñas y niños, para mejorar su calidad de vida en un ambiente de respeto, solidaridad y esperanza.

## Visión

Ser una institución reconocida en el campo del desarrollo social y en la promoción y respeto de los derechos de los sectores marginados de Guatemala.

### ***Objetivos de la organización***


1. Impulsar en la población de comunidades urbano-precarias, el conocimiento de los derechos humanos, como el respaldo para acciones de incidencia en el manejo de su problemática.
2. Fomentar la participación política de hombres y mujeres para la gestión de la gobernabilidad y el desarrollo de sus comunidades.
3. Contribuir a mejorar la economía familiar de las mujeres, fortaleciendo sus capacidades productivas y administrativas.
4. Promover la participación de la niñez, adolescencia y juventud en el desarrollo comunitario.

### ***Proyecto en ejecución***

En el área de Gestión de Riesgo, se desarrolla el Proyecto “Fortaleciendo las capacidades de preparación para desastres en Asentamientos Urbanos en el Departamento de Guatemala, en asentamientos urbanos, Tierra Nueva II Chinautla, Arenera y Nuevo Amanecer zona 21, Verbena zona 7”.

Características de la población a la que atiende:

La clase baja es definida por un cierto nivel de pobreza y carencias. El término es muchas veces asimilado a proletariado (aquellos que sólo poseen el recurso de tener hijos y vender su fuerza de trabajo en el mercado



laboral) y clase obrera o clase trabajadora, aunque estos dos términos no se identifican plenamente con “clase baja”, ya que están definidos por el lugar que las personas ocupan en la producción y no solamente por su falta de recursos o sus ingresos reducidos.

### **Características del grupo objetivo**

Personas abiertas a experimentar nuevas formas para hacer las cosas, capaces de reconocer las oportunidades cuando las ven. Individuos altamente motivados con la habilidad de concretar lo que se proponen. Su frase favorita es “manos a la obra” y son capaces de lograr que los pensamientos se materialicen.

Son personas influyentes y con credibilidad; ejercen su atracción e influencia en los demás para lograr los fines comunes. Son muy perseverantes, reconocen los problemas para luego dar una posible solución.

Reconocen que la capacitación es una inversión y no un gasto; leen todo lo que pueden sobre negocios y sobre su industria en particular; asisten a la mayor cantidad posible de eventos relacionados a su trabajo diario o negocios y siempre están pensando cómo ser mejores.



## **Grupo Objetivo Primario**

### **Características**

#### ***Geográficas***

Personas con residencia en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala; en su mayoría en las zonas 1, 9, 10, 15, 16 y en Carretera a El Salvador.

#### ***Demográficas***

Edad: Adultos de 30 años en adelante.

Género: Masculino y femenino.

Nacionalidad: Guatemaltecos y extranjeros con residencia en Guatemala.

Educación: Nivel Diversificado, con estudios universitarios de preferencia.

Estado Civil: Solteros y/o casados.

Ocupación: Pastores y/o sacerdotes de iglesias grandes, empresarios y personas individuales con ingresos mayores a Q15,000 mensuales.

Religión: Laica.

Transporte: Uno o más vehículos propios.

Tipo de vivienda: Lujosa, modesta.

Idiomas: 1 o 2, dependiendo la nacionalidad.

#### ***Psicográficas***

Nivel socioeconómico: A y B.

Estilo de vida: Empresarios en su mayoría, dedicados a su trabajo la mayoría del tiempo. Padres de familia, gustan de compartir con la misma. Asisten a la iglesia no importando la religión. Educación tanto moral como espiritual.

Disfrutan de su tiempo libre con la familia y amigos, paseando y viajando.

### ***Personalidad:***

Emprendedores todo el tiempo. Les gusta llevar una alta calidad de vida. Se preocupan por sus empleados si los tienen, para tener su empresa siempre a un buen nivel, así mismo por los clientes.

### ***Intereses:***

El bienestar empresarial y familiar. La comunicación con otras empresas e intercambio de ideas y productos para el crecimiento mutuo. Ayuda a instituciones sin fines de lucro.

### ***Actividades***

Les gusta viajar a lugares dentro del país, van a Oakland Mall, les gusta ir al cine, teatro, conciertos de diferentes tipos. Practican deportes en los que se requiere invertir tanto dinero como tiempo o van al gimnasio.

## **Grupo Objetivo Secundario**

### **Características**

#### ***Geográficas***

Personas con residencia en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala; en las áreas marginales de las zonas 18, 7, 1 y 3.

#### ***Demográficas***

Edad: De 0 hasta ancianos.

Género: Masculino y femenino.

Nacionalidad: Guatemaltecos.

Educación: Nivel primario y algunos con estudios en diversificado.

Estado Civil: Solteros y/o casados.

Ocupación: La mayoría sin un trabajo formal, vendedores ruteros, trabajadoras de limpieza, albañiles.

Religión: Cristianos, católicos y evangélicos en su mayoría.

Transporte: Bus público, moto.

Tipo de vivienda: Humilde.

Idiomas: 1 o 2, español y algún idioma maya.

### ***Psicográficas***

Nivel socioeconómico: E.

Estilo de vida: Siempre emprendedores pues necesitan llevar el pan diario a sus hogares, ya sea saliendo a vender diferentes productos en las calles, transporte público o distintos lugares a los cuales pueden tener acceso. Padres de familia, gustan de compartir con la misma. Algunos asisten a la iglesia no importando la religión. Su educación es escasa, al mismo tiempo su escala de valores no es alta y tienden a tener problemas dentro del hogar, por ejemplo, alcoholismo, drogas, etc. Pueden llegar a robar por la misma desesperación causada por la falta de recursos para su diario vivir.

### ***Personalidad:***

Por su falta de recursos económicos, no tienen mucha educación, no tienen un hábito de estudio mucho menos de leer algún libro. Suelen ser tímidos, y si no lo son, tienden a expresarse con agresividad.



***Intereses:***

Siempre están preocupados por su economía, por las cosas que les hacen falta, por su salud, sin embargo no pueden salir de enfermedades o ir al doctor por la escasez de recursos. Siempre están esperanzados por los programas que algunas organizaciones tienen para ellos y que les ayudan a sacar adelante un poco el hogar y la familia.

***Actividades:***

No salen a muchos lados, lo más usual es estar en sus casas, salir cerca y platicar con los vecinos.



# CAPÍTULO 3

## Conceptos fundamentales

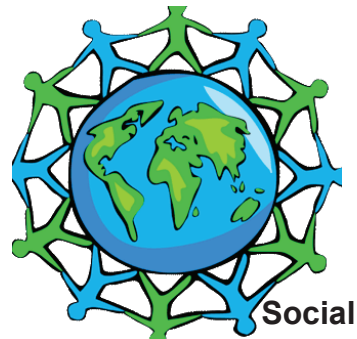
## Organización no gubernamental (ONG)

La fundación ESFRA se hace cargo de llevar ayuda a familias y comunidades en estado de vida precario. Es una importante labor de bienestar social. Según la Biblioteca digital Luis Ángel Arango en su *Guía temática de política ONG*, “Una organización no gubernamental (ONG), como su nombre lo indica, es una organización que es independiente de las decisiones o políticas implementadas por gobiernos. (...) Por lo general, estas organizaciones operan por medio de donaciones privadas y dependen del trabajo de voluntarios.”

## Desarrollo social

Según James Midgley (1995: 8), el desarrollo social es “un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico”. El desarrollo social es un proceso que, en el transcurso del tiempo, conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios, principalmente. Implica también la reducción de la pobreza y la desigualdad en el ingreso. En este proceso, es decisivo el papel del estado como promotor y coordinador del mismo, con la activa participación de actores sociales, públicos y privados.

Factores que ayudan al desarrollo social:



## Sociedad

Todos vivimos en una sociedad, la sociedad de Guatemala. Nuestro país cuenta con muchos recursos para poder crecer como personas individuales y como familias. Como Sociedad estamos obligados a ver el bien común con otras familias e individuos, los cuales no tienen los recursos necesarios, o poseen alguna discapacidad para poder obtenerlos.

Según el sitio web [www.sii.cl](http://www.sii.cl) en su *Diccionario Básico Tributario Contable*, una sociedad es una “Asociación de personas creada para desarrollar una actividad común, en busca de sus propios intereses o con el propósito de ayudar a la comunidad.”

## Pobreza

Necesidad, estrechez, carencia de lo necesario para el sustento de la vida. Escaso haber de la gente pobre. Según el diccionario Océano Uno Color (1996: 1279), existen diversas situaciones que llevan a la pobreza a la

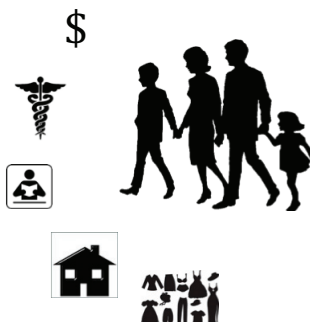
gente: El desempleo, los bajos salarios y las catástrofes naturales son algunas de las más frecuentes. Se suele considerar que una familia cae por debajo de la línea de pobreza cuando sus ingresos no le permiten alcanzar a la canasta básica de alimentos.

## Familia

Según el Diccionario de la Real Academia Española (2004: 2876), “La familia es el conjunto de personas que tienen alguna condición, opinión o tendencia común.”

La familia es el conjunto primario que conforma el gran conjunto de la sociedad. Sin familias, la sociedad no existiría. Por eso mismo es importante comprender la importancia de la diferencia entre una familia que cuenta con los recursos necesarios para sobrevivir y otra que carece de todos estos recursos.

Esta es la importancia de velar por las familias que viven en precariedad, pues solamente con ayuda ellos podrán sobresalir poco a poco hasta poder encontrar una equidad entre la sociedad y así mismo volverla mucho más productiva y mejor calidad de vida.





## **Calidad de vida**

Para poder llevar una buena calidad de vida, es necesario que cada individuo tenga la motivación necesaria y positiva en sus respuestas ante los distintos problemas que en su vida social existen. Para poder llegar a vivir en una sociedad plena y con gente activa en todos los aspectos, es necesario contribuir en el desarrollo de las personas que no tienen este tipo de motivación, educación y espiritualidad, ya sea en forma individual o como familia.

Según la profesora Alba Emilse Gaviria M. *El concepto de calidad de vida*, “Calidad de vida individual: se define en términos como el bienestar, felicidad y satisfacción de un individuo, que le otorga a éste cierta capacidad de actuación, funcionamiento o sensación positiva de su vida. Su realización es muy subjetiva, ya que se ve directamente influida por la personalidad y el entorno en el que vive y se desarrolla el individuo.”

## **Precariedad**

En Guatemala se pueden ver muchísimos casos de personas y familias que viven en un ambiente precario y que a duras penas sobreviven. Esto mismo es a causa de la falta de educación desde muy temprana edad, lo cual con el tiempo los hijos copian de sus padres y así sucesivamente. Por eso es importante mencionar la importancia que esto tiene en nuestra sociedad, pues con más personas sin educación, existirá más pobreza.

La página web de la Unión General de Trabajadores de España anota que la precariedad “Se trata del conjunto de condiciones que determinan una situación de desventaja o desigualdad.


Engloba, tanto la temporalidad como otros conceptos que terminan, en sus consecuencias, vinculados a la misma, entre ellos:

- Diferencia salarial.
- Dificultad o imposibilidad de ascenso o promoción profesional.
- Exceso de horas trabajadas.
- Dificultad o imposibilidad de acceso a la formación y/o cualificación.
- Riesgos para la seguridad y la salud laboral por:
  - o Falta de información sobre los riesgos del puesto.
  - o Falta de formación sobre la PRL del puesto o sector.
  - o Riesgos psicosociales.
- Renuncia al libre ejercicio de derechos laborales.
- Situación de inestabilidad e inseguridad tanto económica como del desarrollo profesional.
- Individualización de relaciones tanto laborales como personales, etc.”

## **Educación**

Según el blog de educación [discovereducation.org](http://discovereducation.org), La palabra educación viene de la palabra latina educere que significa guiar, conducir o de educare que significa formar o instruir, y puede definirse como: todos aquellos procesos que son bi-direccionales mediante los cuales se pueden transmitir conocimientos, costumbres, valores y formas de actuar.

La educación no se lleva a cabo solamente a través de la palabra sino está presente en todos nuestros sentimientos, actitudes y acciones. Es el proceso de concentración y vinculación cultural, moral y conductual.



De esta manera, gracias a la educación las nuevas generaciones pueden asimilar y aprender todos los conocimientos necesarios, las normas de conducta, los modos de ser y las formas como se ve el mundo de las generaciones anteriores a ellos, creando además nuevas visiones.

También se denomina educación al fin del proceso de socialización en los individuos de una sociedad, que se puede apreciar en la serie de habilidades, actitudes, conocimientos y valores adquiridos, produciendo cambios de orden intelectual, social, emocional, etc., en las personas.

## **Ecumenismo**

El ecumenismo es la unión que existe entre cristianos. Esta unión es la que ayuda a brindar apoyo a todas las familias de nuestra sociedad, las cuales están necesitadas del mismo.

El sitio web [rosario.org.mx](http://rosario.org.mx), en su artículo *Unión de los cristianos (ecumenismo)*, define que “Se entiende el movimiento surgido, por la gracia del Espíritu Santo, para restablecer la unidad de todos los cristianos. (...) El Movimiento Ecuménico comenzó oficialmente con el Congreso Misionero de Edimburgo (Escocia) en 1910. Surgió en un ambiente protestante y en un contexto misionero, por la necesidad de presentar un frente unido en vlos países paganos.”

## **Campaña Publicitaria**

Según Perseo Rosales Reyes en su artículo *El proceso creativo de una campaña publicitaria*, se define como “El conjunto de elementos y mensajes publicitarios que se realizan básicamente a través de los medios de comunicación”.

Una campaña no sólo es un conjunto de spots, carteles, materiales POP y demás instrumentos promocionales que diariamente se pueden ver por los distintos medios de comunicación. Detrás de cada anuncio hay un trabajo coordinado que permite convertir el pensamiento creativo en una estrategia de comunicación.

Todo comienza indudablemente por el anunciante, que es quien demanda el desarrollo de una campaña, para lanzar al mercado un nuevo producto, para reforzar la confianza de los consumidores en uno ya existente u otro objetivo. Es importante en el presente trabajo llevar a cabo una campaña publicitaria sobre la fundación, ya que es necesario que ésta se dé a conocer por distintos medios, y así mismo llegar al público determinado para cumplir el principal objetivo.

## **Campaña de bien social**

Según el Consejo Publicitario Argentino, en su apartado de preguntas frecuentes (FAQs), “La comunicación de Bien Público es definida como la Publicidad que se dedica al Bien Público. La mayoría de los avisos de bien público utilizan espacios cedidos gratuitamente por los medios. El objetivo de estos mensajes es generar conciencia sobre temas socialmente

importantes para cambiar actitudes y comportamientos de la gente y, así, lograr una sociedad mejor.”

Esto ayuda a definir la importancia que tiene este tipo de campaña en el ámbito social, para generar un mejor impacto sobre el tema que se está tratando y que el público objetivo sea atraído más fácilmente.

## **Estrategia de comunicación**

Según Francisco Barranco, “La estrategia de comunicación consiste en definir con claridad quiénes somos y qué ofrecemos.” (apuntesgestion.com, 2006: Qué es la estrategia de comunicación).

## **Medios de comunicación**

Como bien se sabe una campaña debe de ser anunciada por distintos medios, para poder llegar directo al grupo objetivo. Es por esto que para la buena utilización de la misma se deben resaltar todos los medios de comunicación que existen y para qué sirven.

Iván Thompson (Tipos de Medios de Comunicación) apunta: Cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos (según los tipos de medios de comunicación que engloban):

- Medios Masivos: Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios medidos.
- Medios Auxiliares o Complementarios: Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios no medidos.

- Medios Alternativos: Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras.


## **Material publicitario POP**

Según diccionario de marketing (POP), “Material en Punto de Venta, en inglés *Point of Purchase*: Es el material promocional colocado en las tiendas para captar la atención del consumidor e impulsarlo a comprar. Incluye los letreros que se colocan en los estantes, anuncios en las ventanas, módulos de demostración, etc.”

Este material será utilizado para la presente campaña en forma de *afiches* y *banners*, para implementarlos como apoyo para el stand que pondrá la fundación en distintos puntos y para la publicidad en las zonas específicas.

## **Folleto**

Según Wikipedia (Folleto), “Un folleto es un impreso de un número reducido de hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. En marketing, el folleto es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada: situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o buzoneo o incluyéndolo dentro de otra publicación de venta o entre otras cosas.”



Este es un medio valioso para la campaña, por medio de la utilización de volante y trifoliar, pues permitirá llegar a la cantidad total del grupo objetivo y el costo será bajo.

## **Color**

Según Architech's Site (Color), "Es la impresión producida al incidir en la retina los rayos luminosos difundidos o reflejados por los cuerpos. Algunos colores toman nombre de los objetos o sustancias que los representan naturalmente. Orientado al espectro solar o espectral puro, cada uno de los siete colores en que se descompone la luz blanca del sol: rojo, naranja, amarillo, verde, azul turquesa y violeta."

Decidir por el color adecuado a utilizar será algo muy importante en el presente trabajo, ya que de esto dependerá la línea de diseño y también lo que va a transmitir.

## **Tipografía**

La tipografía ayuda a darle carácter a la campaña, ya que complementa el diseño final que se presentará en una campaña publicitaria, y también dejará marca en el grupo objetivo.

Según fotonostora (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. (...) 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.”

## **Imagen**

Por medio de las imágenes se transmite un mensaje, por esto mismo se utilizarán distintas para mostrar lo que la campaña quiere dar a conocer.

Según [deconceptos.com](http://deconceptos.com), "Se denomina imagen a la representación figurativa de una cosa." Para nuestro proyecto se estarán utilizando distintas imágenes y a la vez se estará creando una imagen, la cuál será vista por las personas de Guatemala, a las que irá dirigida. Por medio de imágenes visuales estaremos llegando a la mente de nuestro grupo objetivo.

## **Diagramación**

Siempre es necesario tener una diagramación atractiva y adecuada en toda presentación. En esta se utilizará una ligada con el tema y de fácil lectura para los distintos lectores interesados en este tema.

Según [periodismoescolar.iespana.es](http://periodismoescolar.iespana.es) (Medios gráficos, diagramación y titulación), "Es la forma de distribuir sobre una página todo el material publicable del que dispone un periódico, revista, etc. Se incluyen las fotografías, texto y publicidad. La diagramación debe facilitar la lectura, para ello ha de presentar de forma equilibrada en la página los blancos, grises y negros.



Los blancos son los márgenes y las medianillas; los grises, los textos; y los negros, los titulares y las fotografías.”

Como un trabajo de investigación y un proyecto universitario, la diagramación es una parte muy importante. Es necesario recalcar que gracias a esta es posible la facilidad de entendimiento a la hora de leer dicho trabajo. Además que ayudará de una forma más limpia y ordenada a la presentación del mismo.

## **Fotografía**

Según definicion.de (definición de fotografía), La fotografía es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, imágenes por medio de una cámara fotográfica. Es importante tener en cuenta que, además de ser utilizada con fines científicos, la fotografía ha logrado constituirse como un arte”.

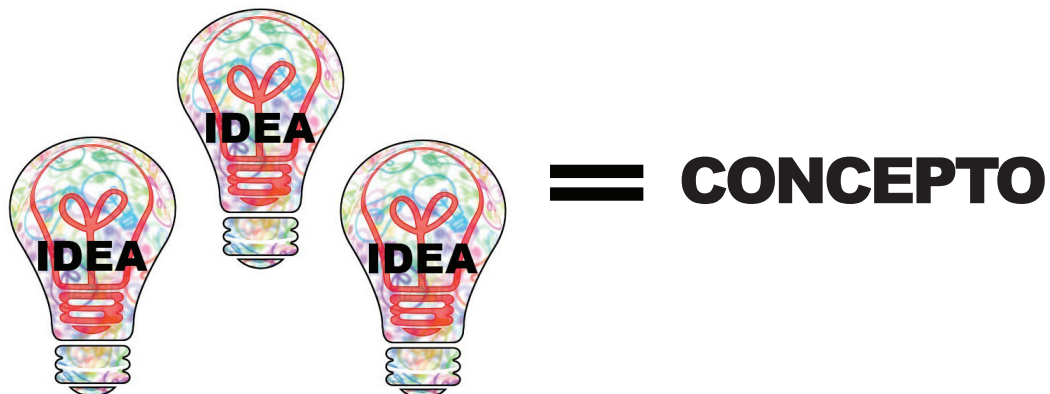
Por lo tanto, la fotografía es utilizada también como complemento en la creación de artes y piezas gráficas, dando así un toque especial según el trabajo que se esté realizando. Será necesario utilizarla en este trabajo, pues permitirá transmitir directamente lo que la fundación realiza con las personas a las cuales ayuda.

## Concepto

Según definición.de (Concepto), Del latín conceptus, el término concepto se refiere a la idea que forma el entendimiento. Se trata de un pensamiento que es expresado mediante palabras. Un concepto es, por lo tanto, una unidad cognitiva de significado. Nace como una idea abstracta (es una construcción mental) que permite comprender las experiencias surgidas a partir de la interacción con el entorno y que, finalmente, se verbaliza (se pone en palabras).

Es importante tener en cuenta que la noción de concepto siempre aparece vinculada al contexto. La conceptualización se desarrolla con la interacción entre los sentidos, el lenguaje y los factores culturales. Conocer algo mediante la experiencia y transformar ese conocimiento en un concepto es posible por las referencias que se realizan sobre una cosa o una situación que es única e irrepetible.

Lo individual, en cambio, se señala con un nombre propio, no con un concepto. El rock es un concepto (una idea que supone nociones de estilo, ritmo, lírica, etc.), en cambio The Beatles o The Rolling Stones son bandas de rock (que ayudaron a la construcción del concepto).

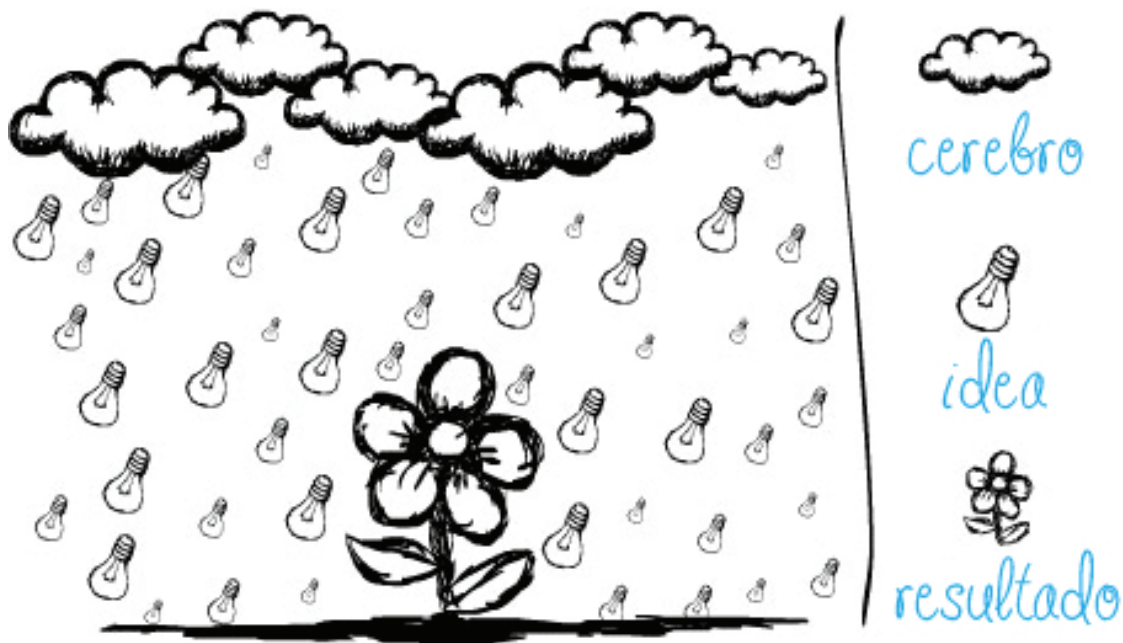


## **Método o pensamiento creativo**

Se puede definir de varias maneras. Halpern (1984) afirma que “se puede pensar de la creatividad como la habilidad de formar nuevas combinaciones de ideas para llenar una necesidad”. Incorporando las nociones de pensamiento crítico y de pensamiento dialéctico. Barron (1969) nota que “el proceso creativo incluye una dialéctica incesante entre integración y expansión, convergencia y divergencia, tesis y antítesis”.

Perkins (1984) destaca una característica importante del pensamiento creativo: El pensamiento creativo es pensamiento estructurado en una manera que tiende a llevar a resultados creativos. El criterio último de la creatividad es el resultado. Se llama creativa a una persona cuando consistentemente obtiene resultados creativos, significados, resultados originales y apropiados por el criterio del dominio en cuestión.

Perkins implica que para enseñar creatividad, el producto de los alumnos deber ser el criterio último. Sin embargo, sin importar lo divergente del pensamiento de diferentes alumnos, éste da pocos frutos si no se traduce en alguna forma de acción. La acción puede ser interna (tomar una decisión, llegar a una conclusión, formular una hipótesis) o externa (pintar un cuadro, hacer una adivinanza o una analogía, sugerir una manera nueva de conducir un experimento). Pero el pensamiento creativo debe tener un resultado.



## Mapa mental o conceptual

Desarrollados en la década de los 1960 por Joseph D. Novak, para la creación de una idea o concepto creativo, será necesario el uso del mapa mental o conceptual para generar y organizar distintas palabras clave acerca de la idea existente de la campaña. De estas palabras se obtendrán más ideas hasta llegar a la idea final para la creación de las piezas gráficas.

Según Estudio: guía y estrategias (Mapas mentales y conceptuales), “Los mapas mentales y conceptuales son utilizados para organizar un tema, ubicar nuevas ideas en una estructura o comunicar ideas complejas.

Todo esto con el fin de poder adentrar más en el tema que se está estudiando o lograr un aprendizaje más profundo acerca de lo que se está investigando.”

## **Concepto Creativo**

Se trata de un pensamiento o idea que es expresado mediante palabras. En este proyecto, la idea es que el grupo objetivo primario aporte un donativo y por medio de ESFRA hacerlo llegar a la población en extrema pobreza del país, y transmitir este mensaje que fomentará un valor de apoyo a la sociedad.

### **Desarrollo del Concepto**

Para llegar a realizar los objetivos principales del proyecto, se utilizó la siguiente técnica específica como apoyo.

#### **Técnica utilizada**

Se elabora un mapa mental (según Joseph D. Novak), el cual es la herramienta que sirve para organizar y representar el conocimiento. Su objetivo es representar relaciones entre conceptos en forma de proposiciones. Los conceptos están incluidos en cajas o círculos, mientras que las relaciones entre ellos se expresan mediante líneas que unen sus cajas respectivas. Las líneas, a su vez, tienen palabras asociadas que describen cuál es la naturaleza de la relación que liga los conceptos. Luego se hace una selección de palabras claves para crear los conceptos.

#### **Proceso de Mapa Mental**

Se elaboró un mapa mental con los distintos temas que abarca nuestra idea principal y sus componentes, el cual es más conocido y eficaz a corto plazo.



También se utilizó otra técnica para generar y ordenar una idea central, llamado torrente, torbellino o promoción de ideas, el cual es el método más conocido y eficaz a corto plazo.

*Dar / Aportar*

*Unión*

*Luchar*

*Futuro*

*Fuerza*

*Educación / Salud*

*Juntos*

## Idea Central

Integrar a la población de escasos recursos a la sociedad. ¿Cómo se integrarán? Con los aportes que se darán para llevar a cabo los proyectos de capacitación y otros, que ESFRA realiza con ellos. Para esto es necesario exhortar a la población guatemalteca a aportar por medio de una frase.

## Propuestas y selección de concepto final

*“¡Si damos más!” “Unidos por un cambio” “Dar para luchar”  
“Dar para cambiar” “Aportando al cambio” “Más por menos”  
“Aporta por aporte” “Dar es menos” “Vamos a Dar”*

## Eslogan

*“Dar es menos.” “¡DAR es más PARA TODOS!” “Dar aporte es menos pobreza.”*


## Integración de resultados

Para la creación del logotipo se decidió optar por la siguiente frase final o copy:

***“VAMOS A DAR”***

Esta frase guiará la elaboración de las piezas a utilizar. Sin embargo las siguientes frases complementarán el concepto que tendrán las piezas:

***“¡DAR es más PARA TODOS!”***



Seguidamente, las frases complementarias se complementarán con fotografías que den a conocer la realidad y la situación en la cual se encuentran estas comunidades y sus habitantes.

## **Estrategia**

Según el proceso de investigación, las piezas a diseñar serán las siguientes:  
Impresas: volantes, banners, trifoliales y afiches.

Digitales: correo directo.

## **Códigos de diseño**

### **Código lingüístico**

Con la utilización de la frase “¡VAMOS A DAR!” se está comunicando un mensaje directo al público objetivo para que aporte a esta causa. Con el eslogan principal “¡DAR es más PARA TODOS!” y los eslogans secundarios “¡DAR es más EDUCACIÓN!”, “¡DAR es más SALUD!”, “¡DAR es más VIVIENDA!”, se complementa la frase primordial, para sellar el mensaje que se quiere transmitir.



## Código Tipográfico

### Helvetica Neue Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### too MUCH PaPer

a B C D e f G H i J K L M n o P Q R S t U V W X y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### Psicología de letra y color

Entre las tipografías utilizadas tenemos la Helvetica Neue, esta tipografía fue escogida por transmitir seriedad. El tema de este proyecto es la pobreza y es un tema que es necesario tomar con madurez. Al mismo tiempo para evitar la repetición tipográfica en el logotipo e imprimirle dinamismo se utilizó también la tipografía Too much paper. Esta transmite un poco más de simpatía, es más llamativa por tener unas letras mayúsculas y otras minúsculas pero siempre con el mismo nivel.

Las dos tipografías en conjunto hacen que la frase final tenga un mayor impacto hacia las personas y con la misma frase.

## Código cromático

Los colores a utilizar son:

Azul C 100 M 98.04 Y 14.51 K 6.27



Por ser el color oficial del logotipo de la fundación ESFRA mantiene la uniformidad. El color azul fue escogido, ya que el logotipo de la fundación ESFRA es de éste mismo, y por consiguiente se refiere a ESFRA.

Azul C 83.53 M 51.37 Y 0 K 0



El color celeste fue utilizado para dar contraste y armonía al logotipo y por ser de la gama cromática del azul, transmitiendo así paz y serenidad como una forma de transmitir compasión y las ganas de brindar ayuda a nuestro prójimo.

### **Código Icónico**

Fueron utilizados dos íconos para la complementación del logotipo. Como principal ícono se creó un brazo alzado, el cual representa la participación de los ciudadanos que van a aportar para ayudar a las personas que viven en la pobreza.



Como segundo ícono se creó un cuadrado con esquinas redondeadas, este sirve de fondo en el logotipo.



## Rediseño del logotipo para la Fundación ESFRA Manual de Normas Gráficas

### Construcción del Logotipo

Área de autonomía



12x

3x

Corresponde a las proporciones de construcción de la marca.

Se sugiere que en toda aplicación de esta exista por lo menos una distancia de "3x" o en su defecto 10 mm. en relación a otros elementos.

Esta distancia será denominada como área de autonomía.

Esta asegurará que la imagen de marca se aprecie con claridad sin tener interferencia de otros elementos.

## Uso de color



**Fundación Ecuménica  
G u a t e m a l t e c a  
Esperanza y Fraternidad**

PANTONE	CMYK	RGB
 PANTONE 2728 C	C: 98 Y: 4 M: 76 K: 0	R: 2 G: 83 B: 161
 PANTONE 1795 C	C: 4 Y: 100 M: 98 K: 1	R: 228 G: 34 B: 18
 PANTONE 299 C	C: 76 Y: 0 M: 26 K: 0	R: 0 G: 252 B: 117
 PANTONE 361 C	C: 70 Y: 100 M: 6 K: 1	R: 85 G: 175 B: 49

Para el uso de color se sugiere siempre dar prioridad a las opciones de impresión arriba indicadas por los colores corporativos.

Para el caso de tener que realizar producciones en otros sustratos (superficies) que no sean tinta y papel se sugiere siempre tratar de buscar los colores normados o bien igualar los colores pantone que aquí se describen.

## Uso tipográfico



**Fundación Ecuménica  
G u a t e m a l t e c a  
Esperanza y Fraternidad**

### *Pacífico Regular*

1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

### Helvetica Neue

---

1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

La familia tipográfica corresponde a Helvetica Neue en versión Negrita. Se sugiere esta misma familia para ser utilizada en títulos o elementos que acompañan el logotipo, en altas o bajas.

# Aplicaciones

Hoja membretada  
8.5x11"



Fundación Económica  
Guatemalteca  
Esperanza y Fraternidad

4ta. calle 3-14 zona 1 | Teléfono: 2232 2537 Fax: 2230 1827 | Guatemala, Guatemala C.A.  
fundacion.esfra@gmail.com

# Aplicaciones

Sobre membretado  
8.5x11"



Fundación EcuMénica  
Guatemalteca  
Esperanza y Fraternidad

4ta. calle 3-14 zona 1 | Teléfono: 2232 2537 Fax: 2230 1827 | Guatemala, Guatemala C.A.  
fundacion.esfra@gmail.com



Fundación EcuMénica  
Guatemalteca  
Esperanza y Fraternidad

Mayte Zacarías  
Trabajadora Social



Teléfono: 5558809  
maytezacarias@hotmail.com



Fundación EcuMénica  
Guatemalteca  
Esperanza y Fraternidad

Sello

## Tarjetas de presentación

<p>No. <input type="text"/> Q. <input type="text"/></p> <p>Recibí de: <input type="text"/></p> <p>La cantidad de: <input type="text"/></p> <p>Por: <input type="text"/></p> <p>Lugar y Fecha: <input type="text"/></p> 	<p>No. <input type="text"/> Q. <input type="text"/></p> <p>Recibí de: <input type="text"/></p> <p>La cantidad de: <input type="text"/></p> <p>Por: <input type="text"/></p> <p>Lugar y Fecha: <input type="text"/></p> <p>Recibí: <input type="text"/></p> <p>Firma: <input type="text"/></p> 
--	---

## Recibos



## Tratamiento de Color



Fundación Ecuménica  
G u a t e m a l t e c a  
Esperanza y Fraternidad



Fundación Ecuménica  
G u a t e m a l t e c a  
Esperanza y Fraternidad



Fundación Ecuménica  
G u a t e m a l t e c a  
Esperanza y Fraternidad



Fundación Ecuménica  
G u a t e m a l t e c a  
Esperanza y Fraternidad



Fundación Ecuménica  
G u a t e m a l t e c a  
Esperanza y Fraternidad

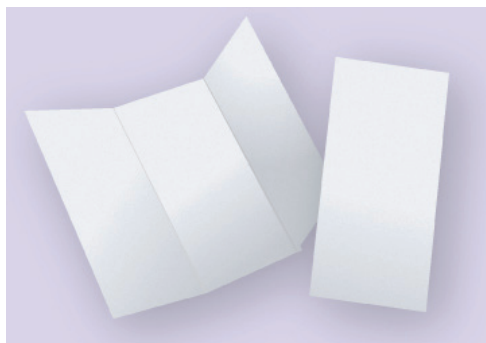


Fundación Ecuménica  
G u a t e m a l t e c a  
Esperanza y Fraternidad

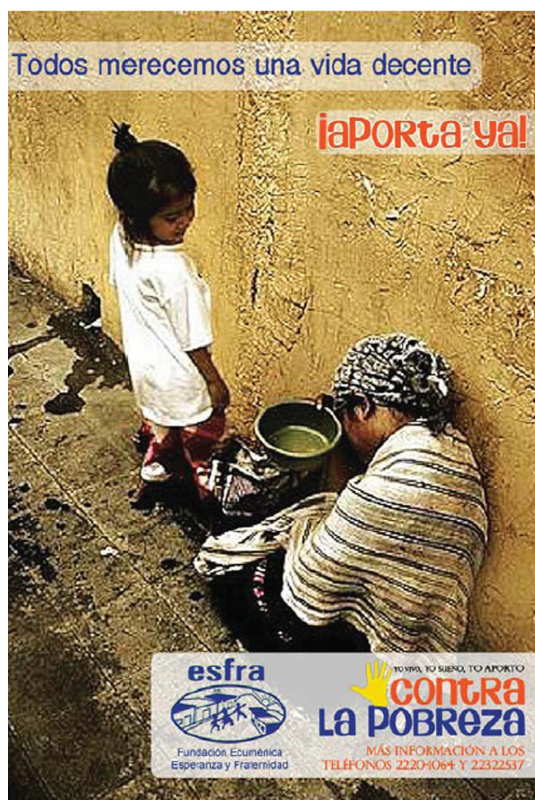
## Proceso de bocetaje

### Fase 1

Conforme a los resultados del concepto creativo se pasa a la primera fase de bocetaje, en la cual se empiezan a plasmar las ideas en papel para empezar a definir las piezas gráficas. Luego se inicia con el prebocetaje de piezas gráficas digitales.



Ya en el bocetaje digital se buscan fotografías acordes al tema, se emplea una diagramación conforme la posición de los logotipos, la posición del copy y el eslogan.



## Fase 2

Con la misma línea de diseño, surgen ideas relacionadas con lo creado anteriormente, se hacen cambios en el layout, color, copy, eslogan y fotografías.



**¡TODOS TENEMOS DERECHO A UNA VIVIENDA DIGNA!**

**esfra**  
Fundación Ecuaménica  
Guatemalteca  
Esperanza y Fraternidad

**¡APORTA YA!**  
TELÉFONO: 22201064  
TELÉFAX: 22322537  
fundacion.esfra@gmail.com

**YO APORTO CONTRA LA POBREZA**

**Banner**



**¡TODOS TENEMOS DERECHO A LA SALUD!**

**esfra**  
Fundación Ecuaménica  
Guatemalteca  
Esperanza y Fraternidad

**¡APORTA YA!**  
TELÉFONO: 22201064  
TELÉFAX: 22322537  
fundacion.esfra@gmail.com

**YO APORTO CONTRA LA POBREZA**

**Afiche**

**¡TODOS TENEMOS DERECHO A UNA EDUCACIÓN!**

**esfra**  
Fundación Ecuaménica  
Guatemalteca  
Esperanza y Fraternidad

**¡APORTA YA!**  
TELÉFONO: 22201064  
TELÉFAX: 22322537  
fundacion.esfra@gmail.com

**YO APORTO CONTRA LA POBREZA**

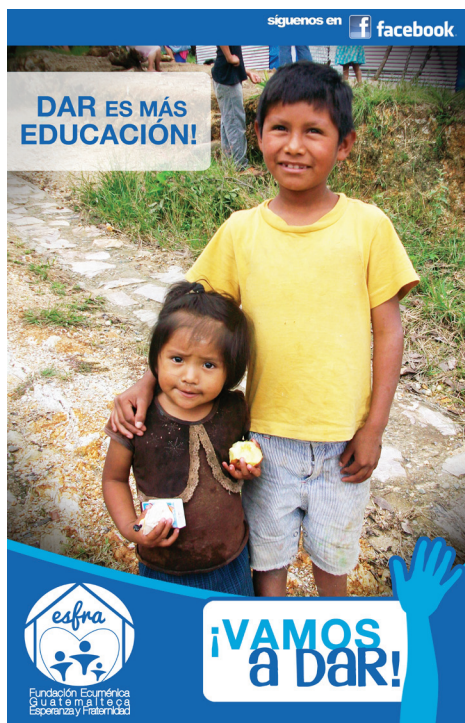
**Volante**

### Fase 3

#### Decisión de Diseño

La siguiente propuesta fue la más descartada en cuanto a Copy, eslogan e imágenes.

Según estudios realizados, llena más las expectativas de los objetivos que se quieren llegar a realizar en el proyecto.



Afiche 11 x 17”



Banner 2.5 x 1.0 m

Cada día miles de Guatemaltecos son afectados por distintas situaciones, tormentas, temblores, entre otro tipo de desastres naturales. Lamentablemente es muy poca la ayuda que le hacen llegar a la mayoría de estas comunidades. ESFRA se hace cargo de llevar la ayuda necesaria y capacitación para salir de emergencias como éstas. Sin embargo, la ayuda es muy poca, y las personas necesitan apoyo para poder salir adelante en la sociedad Guatemalteca.



**¡DAR ES MÁS PARA TODOS!**



Fundación EcuMénica  
de la Esperanza y Fraternidad  
4ta. calle 3-14 zona 1  
Teléfono: 22201084  
Teléfono: 22322537  
fundacion.esfra@gmail.com

**¡VAMOS a DAR!**

**entérate un poco SOBRE LA POBREZA en Guatemala**



**Trifoliar  
Tiro y retiro  
4.25 x 5.5"**

**un POCO SOBRE ESFRA**

**Esfra**  
Fundación EcuMénica Guatemalteca Esperanza y Fraternidad. Se encarga de llevar ayuda a distintas áreas del país, en dónde las condiciones de vida son precarias. Llevando consigo esperanza para tantas personas que hoy en día sufren de pobreza.

**Visión**  
Ser una institución reconocida en el campo del desarrollo social y en la promoción y respeto de los derechos de los sectores marginados de Guatemala.

**Misión**  
Facilitar procesos participativos en el marco del desarrollo social a través de la organización y fortalecimiento de las capacidades de hombres, mujeres, jóvenes, niñas y niños para mejorar su calidad de vida en un ambiente de respeto, solidaridad y esperanza.



**ÁREAS DE TRABAJO**

- Organización Comunitaria
- Gestión de Riesgo
- Capacitación a la mujer
- Niñez, adolescencia y juventud

**¡VAMOS a DAR!**

Es el nombre de la campaña de bien social avalada por la fundación ESFRA, la cual hace un llamado a todos los ciudadanos para que aporten con el fin de seguir realizando los distintos proyectos que la fundación tiene para contribuir con las comunidades las cuales no tienen la oportunidad de llevar una vida con todas las comodidades que otros afortunadamente si las tienen.



siguenos en facebook

**¡DAR ES MÁS VIVIENDA!**

**¡VAMOS a DAR!**

4ta. calle 3-14 zona 1  
Teléfono: 22201084  
Teléfono: 22322537  
fundacion.esfra@gmail.com

**Volante  
Tiro y retiro  
5.5 x 8.5"**



Cada día miles de Guatemaltecos son afectados por distintas situaciones, tormentas, temblores, entre otro tipo de desastres naturales. Lamentablemente es muy poca la ayuda que le hacen llegar a la mayoría de estas comunidades. ESFRA se hace cargo de llevar la ayuda necesaria y capacitación para salir de emergencias como éstas. Sin embargo, la ayuda es muy poca, y estas personas necesitan apoyo para poder salir adelante en la sociedad Guatemalteca.

**¡DAR ES MÁS PARA TODOS!**



**¡VAMOS a DAR!**

siguenos en facebook

**Esfra**  
Fundación EcuMénica Guatemalteca Esperanza y Fraternidad. Se encarga de llevar ayuda a distintas áreas del país, en dónde las condiciones de vida son precarias. Llevando consigo esperanza para tantas personas que hoy en día sufren de pobreza.

**Visión**  
Ser una institución reconocida en el campo del desarrollo social y en la promoción y respeto de los derechos de los sectores marginados de Guatemala.

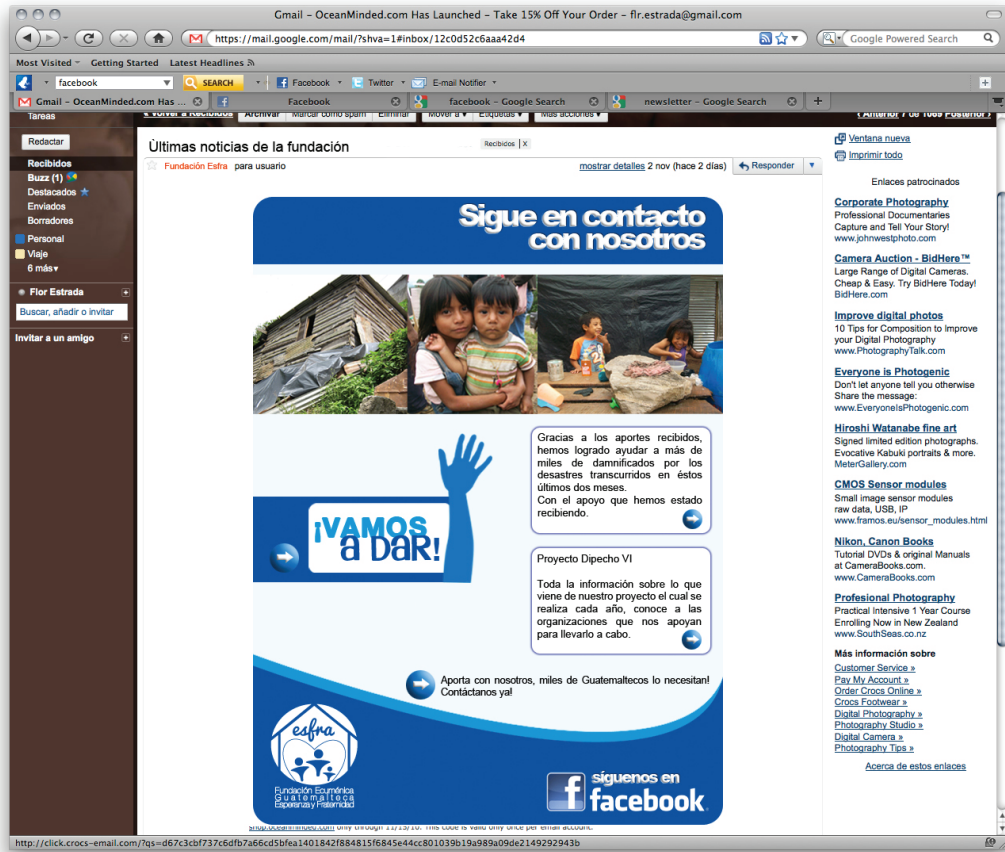
**Misión**  
Facilitar procesos participativos en el marco del desarrollo social a través de la organización y fortalecimiento de las capacidades de hombres, mujeres, jóvenes, niñas y niños para mejorar su calidad de vida en un ambiente de respeto, solidaridad y esperanza.



**¡VAMOS A DAR!**

Campaña de bien social avalada por la fundación ESFRA, la cual hace un llamado a todos los ciudadanos para que aporten con el fin de seguir realizando los distintos proyectos que la fundación tiene para contribuir con las comunidades las cuales no tienen la oportunidad de llevar una vida con todas las comodidades que otros afortunadamente si las tienen.





Correo Directo  
600 x 900 px

## Justificación de piezas

### Diagramación de piezas

Será más o menos la misma para todas, fondo azul y fotografía, logotipos en las partes inferiores en ambas esquinas. Texto informativo en medio de los dos logotipos. Eslogan en la parte superior del lado izquierdo.



### Código lingüístico

Se utiliza una frase de introducción para hacer conciencia de que los derechos humanos son para todos y también la frase “Yo apporto contra la pobreza”. De esta manera se comunica un mensaje directo al público objetivo para que aporten a esta causa.



## Código tipográfico

Se utiliza la tipografía Helvetica Neue que transmite seriedad en el tema que se está comunicando. También se utilizó la tipografía Too much paper, la cual imprime un poco más de simpatía, es más llamativa por tener unas letras mayúsculas y otras minúsculas pero siempre con el mismo nivel.

En cuanto al trifoliar, volante y correo directo, se estará utilizando también la tipografía Arial, para el texto donde irá la información necesaria de la fundación y campaña.

## Código cromático

Azul C 100 M 98.04 Y 14.51 K 6.27



Mantiene la uniformidad con todo a su alrededor. El color azul fue utilizado no solo porque es el color de ESFRA, sino también para transmitir seriedad en el diseño.

Azul C 83.53 M 51.37 Y 0 K 0



Por ser de la gama cromática del azul, fue utilizado para darle contraste y armonía a las piezas. Transmite paz, serenidad, compasión y las ganas de brindar ayuda al prójimo.



# **CAPÍTULO 4**

## **Comprobación de eficacia**

## **Técnica de recolección**

Para exponer los resultados obtenidos de la propuesta gráfica, se realizó una prueba piloto con una muestra del grupo objetivo, tomando como herramienta el método de grupo focal y apoyándose con el instrumento de la encuesta.

### **Grupo Focal**

Se utilizó el método de focus group, también conocido como “sesiones de grupo”. Es una de las distintas formas de estudios cualitativos en el que se reúne a un grupo de personas para indagar acerca de actitudes y reacciones frente a un producto, servicio, concepto, publicidad, idea o empaque.

Este fue realizado con una selección de 10 participantes que ayudaron dando sus opiniones respecto a las piezas gráficas, así como el impacto que les provocó observarlas y las reacciones frente a la campaña, al servicio y el concepto que la misma tiene. Tuvieron la oportunidad de expresarse libremente en sus comentarios.

### **Encuesta**

Se utilizó la encuesta como instrumento de apoyo para la realización de la validación. En la misma fueron realizadas 10 preguntas de 3 tipos, cerradas, abiertas y en abanico.

### **Cerradas**

Cuando el encuestado sólo tiene una alternativa de respuesta, por ejemplo Sí o No.

### **Abiertas**

El encuestado puede contestar en forma libre, para que su respuesta pueda ser expresada en la forma que él quiera.

### **Abanico**

Es cuando el encuestado tiene varias respuestas y puede escoger entre las mismas, una o más opciones. Si es necesario se le puede indicar que especifique la respuesta considerada como principal o que ordene por grado de importancia.

El resultado de las piezas gráficas ante los participantes fue bastante satisfactorio pues las piezas tuvieron buena aceptación.

Se recaudó toda la información necesaria para descubrir si las piezas son funcionales.

### **Perfil del Informante**

Sexo: Masculino y Femenino

Edad: 25 años en adelante

Ingresos: Q7,000 en adelante

Estudios: Universitarios, Maestrías

Raza: No tiene relevancia

Nacionalidad: Guatemalteca

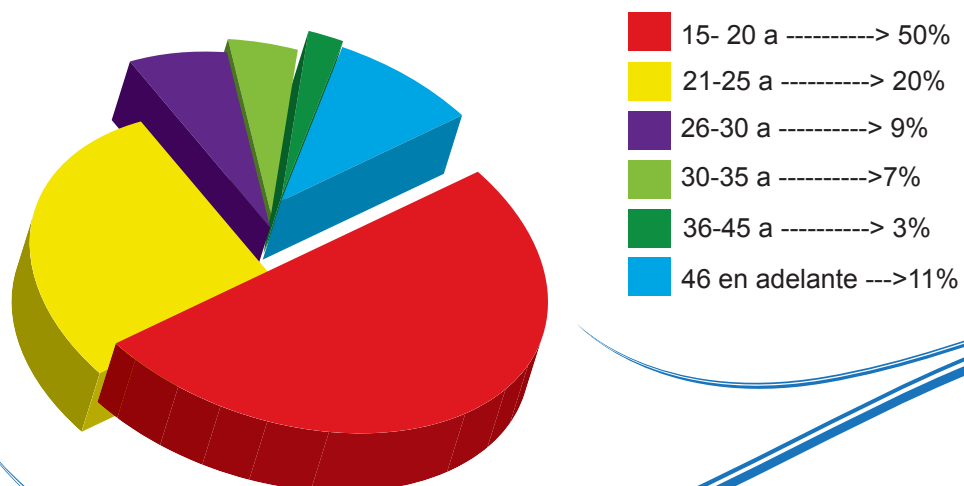
Transporte: Carro propio

## Clasificación y ordenamiento de información

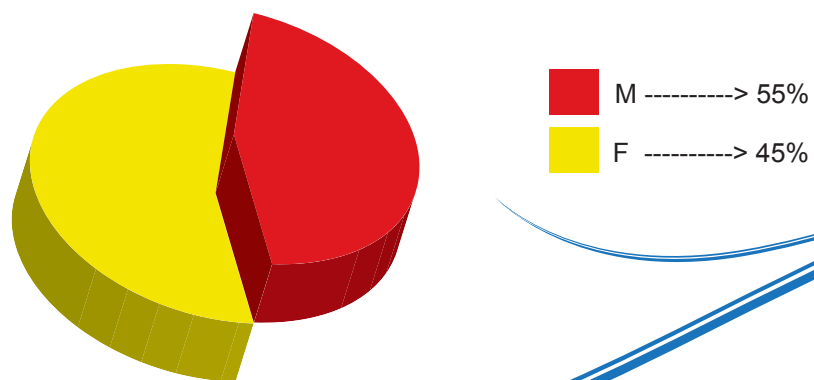
La información obtenida de los grupos focales fue apuntada en papel y luego se hizo un breve resumen de los resultados obtenidos.

### Resultado de encuesta en porcentajes

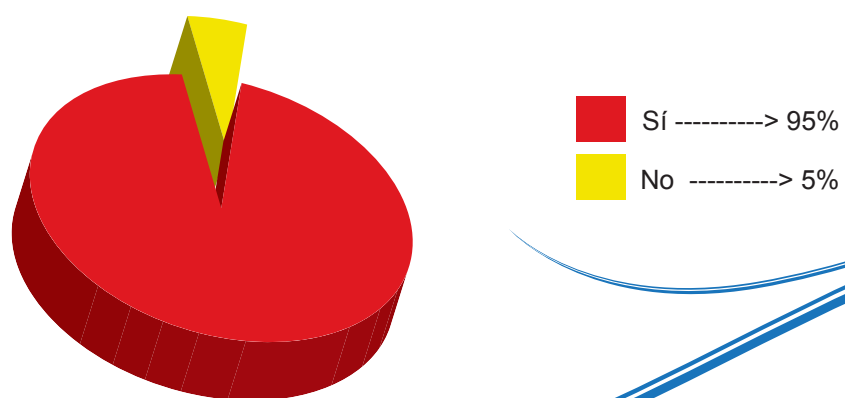
#### 1. ¿Cuál es su rango de edad?



## 2. Género



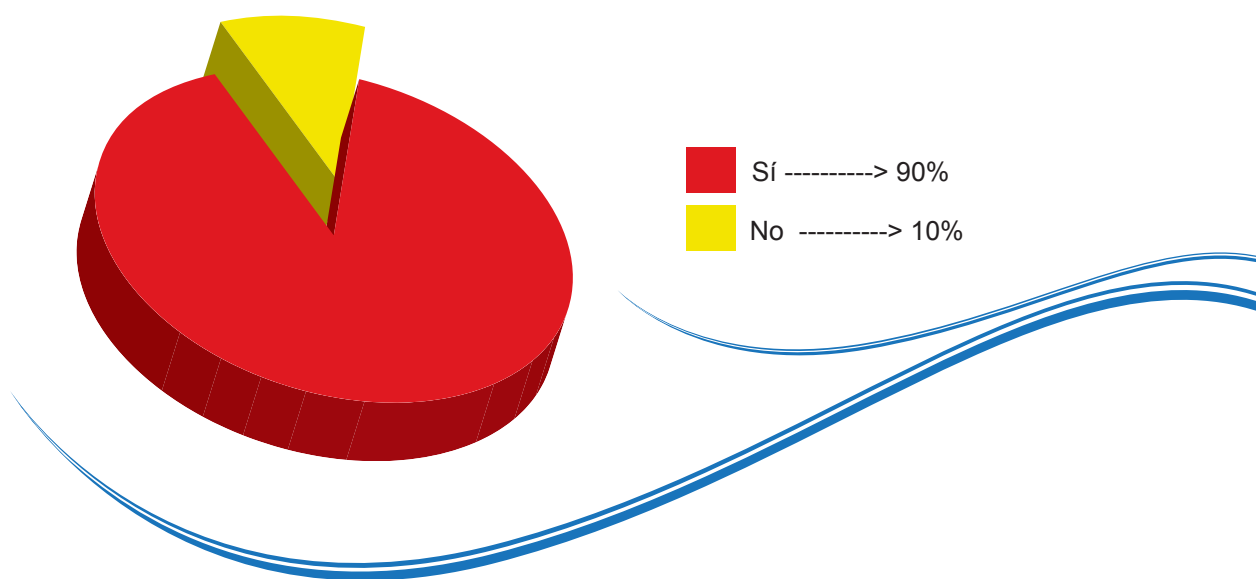
## 3. ¿Logra comprender el mensaje con facilidad?



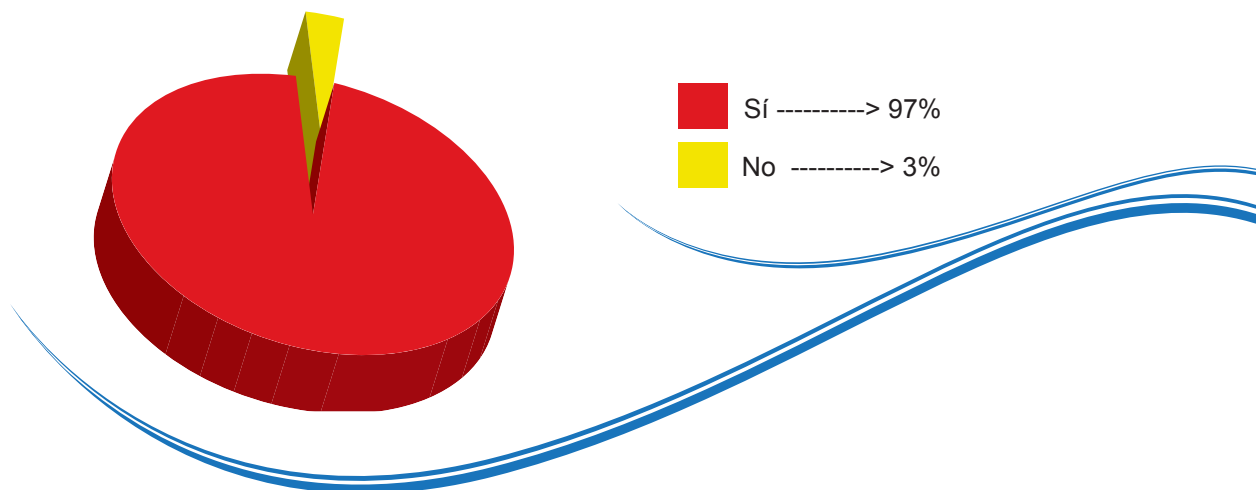
#### **4. Para usted, ¿cuál es el mensaje?**

La mayoría de personas respondió que el mensaje era exhortar a las personas a aportar para erradicar la pobreza en Guatemala.

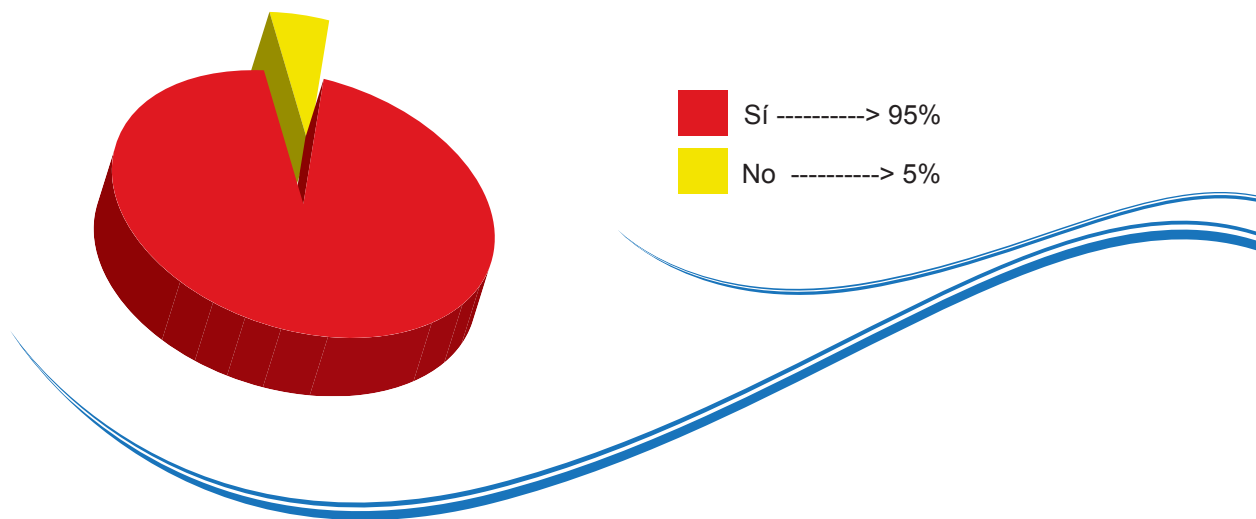
#### **5. ¿Le parece que los afiches tienen los colores adecuados?**



**6. ¿Considera atractivas las piezas gráficas?**

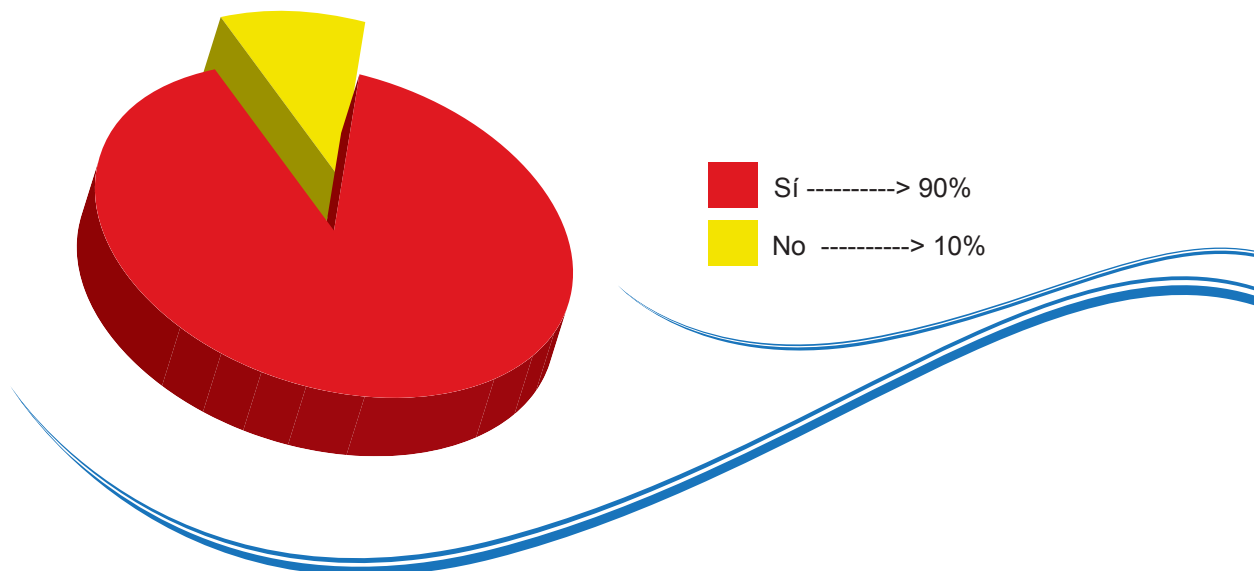


**7. ¿Le parece que las imágenes tienen relación con el texto?**





**8. ¿Consideraría aportar ayuda para esta fundación?**



**9. Comentarios o cambios que usted le haría a los materiales**

La mayoría de las personas no tuvo comentarios en cambios para las piezas, al contrario fueron muy positivos en los mismos.

## **Resultados**


### **Síntesis**

A través del resultado de los grupos focales y de la encuesta se califica como positiva la eficacia de las piezas gráficas: banner, afiche, trifoliar, volante y correo directo. Gracias a esta medición se ha comprobado que las piezas diseñadas cumplen el fin determinado para la principal problemática de la fundación y para la campaña.

### **Propuesta gráfica final**

Cada una de las piezas gráficas tiene una función importante dentro de la campaña de divulgación a desarrollarse. Por ello se ha planteado la idea de utilizarlas en las presentaciones de la fundación en distintos eventos que se realizan en hoteles o salones, además de realizar visitas a lugares de alta afluencia del grupo objetivo, en este caso serán tomados en cuenta los centros comerciales de clase alta, iglesias de renombre, entre otras instituciones. En todos los casos se solicitará un permiso especial para poder optar por una estadía temporal en dichos establecimientos.

La campaña de divulgación se entiende como un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo, en este caso, ESFRA pretende llegar al mayor número posible de personas que tengan el acceso o el presupuesto para poder aportar, tanto económicamente como con bienes



materiales o servicios profesionales. Esta es una campaña catalogada de “bien social” y no tiene fines de lucro. Su único fin es llevar apoyo a las personas que viven en precariedad, haciendo conciencia de sus carecimientos y la necesidad que tienen para salir adelante en la sociedad.

Esta campaña constará con una serie de piezas como la principal parte de la estrategia para poder llegar al objetivo, pues por medio de las mismas se logrará conseguir que el grupo objetivo “Aporte contra la pobreza”.

### **Afiche**


La función del afiche será dar a conocer a ESFRA como fundación, dar a conocer la necesidad que tienen las personas a las cuales les brinda apoyo y concientizar al grupo objetivo para que aporten.

### **Banner**

Al igual que el afiche será utilizado para dar a conocer a la fundación por medio del logotipo, dar a conocer la necesidad que existe en las comunidades en las cuales ellos trabajan y concientizar a las personas para que aporten a esta causa social.

### **Trifoliar**

El fin específico de esta pieza será detallar qué es ESFRA, a qué se dedica, cuáles son sus proyectos, en dónde trabajan y para qué. Además de describir la campaña y las necesidades que la fundación requiere para poder seguir



con los proyectos que dan esperanza a muchos guatemaltecos que viven en la pobreza, también hará concientizar al grupo objetivo por medio de las imágenes, lo cual conllevará a que los mismos contribuyan.

### **Volante**

Esta pieza será tendrá como función, al igual que el trifoliar, llevar la información sobre lo que es ESFRA y la campaña a realizarse. Esto despertará la inquietud del grupo objetivo para aportar contra la pobreza.

### **Correo directo**

A todas la personas que empiecen a aportar con ESFRA se les pedirá su correo electrónico, el cual será guardado en la base de datos de la fundación, y por medio de este se les enviará un correo directo, cada semana o dos semanas, dependiendo de los proyectos realizados por la fundación. Este correo tendrá información sobre los proyectos de ESFRA y mantendrá informado al grupo objetivo acerca de cómo son utilizados todos los aportes. Se podrán conectar por medio de enlaces, a páginas en donde podrán seguir a ESFRA y visualizar las imágenes de las distintas visitas a las comunidades. Habrá una persona de la fundación encargada de mandarlos cada cierto tiempo. El diseño estará ya elaborado con los enlaces en Dreamweaver, solamente será de cambiar el texto y las fotografías.

## Presupuesto y lineamientos

### Presupuesto

Pieza: Banner

Material: Vinil

Tamaño: 2.5 x 1 m

Color: Full color

Sistema de reproducción: Litografía

Costo Unitario: Q 100.00

Total: Q 600.00

Pieza: Afiche

Material: Texcote

Tamaño: 11 x 17"

Color: Full color

Sistema de reproducción: Litografía

Costo Unitario: Q 3.20

Total: Q 1,600.00

Pieza: Trifoliar

Material: Papel couche 80

Tamaño: 4.25 x 11"

Color: Full color Tiro y retiro

Sistema de reproducción: Litografía

Costo Unitario: Q 0.60

Total: Q 3,000.00

Pieza: Volante  
Material: Papel couche 80  
Tamaño: 5.5 x 8.5”  
Color: Full color Tiro y retiro  
Sistema de reproducción: Litografía  
Costo Unitario: Q 0.80  
Total: Q 4,000.00

Pieza: Correo Directo  
Material: Digital  
Tamaño: 600 x 900 px  
Color: Full color  
Sistema de reproducción: Digital

### **Lineamientos**

Pieza: Banner  
Ubicación estratégica: Hoteles, salones de reuniones, Centros comerciales, Iglesias.  
Distribución: Personal de ESFRA.  
Mantenimiento: 2 veces por semana durante 3 meses.

Pieza: Afiche  
Ubicación estratégica: Centros Comerciales, Iglesias, Universidades, Carteleras de Centros de Convenciones, Teatros.  
Distribución: Personal de ESFRA.  
Mantenimiento: Durante 3 meses.

Pieza: Trifoliar y Volante

Ubicación estratégica: Centros Comerciales, Iglesias, Universidades

Distribución: Personal de ESFRA.

Mantenimiento: 2 veces por semana durante 3 meses.

Pieza: Correo directo

Ubicación estratégica: Correos electrónicos de grupo objetivo.

Distribución: Personal de ESFRA.

Mantenimiento: 1 vez cada 2 semanas mientras el informante esté en la base de datos de por vida, durante 1 año o mientras se siga pagando el dominio.

## Tabla de lineamientos para la puesta en práctica


Pieza de diseño	Medio de publicación	Frecuencia	Precio	Lineamientos
<b>Banner</b>	Medio impreso (litografía)	2 veces por semana de 3 a 6 meses.	Costo unitario: Q100 6 unidades: Q600	Ubicación estratégica: Hoteles, Salones de reuniones, Centros comerciales e Iglesias. Distribución: Personal de ESFRA.
<b>Afiche</b>	Medio impreso (litografía)	De 3 a 6 meses.	Costo unitario: Q3.20 500 unidades: Q1,600	Ubicación estratégica: Centros Comerciales, Iglesias, Universidades, Cartelera de Centros de Convenciones y Teatros. Distribución: Personal de ESFRA.
<b>Trifoliar</b>	Medio impreso (litografía)	2 veces por semana durante 3 meses	Costo unitario: Q0.60 5000 unidades: Q3,000	Ubicación estratégica: Centros comerciales, Iglesias, Universidades. Distribución: Personal de ESFRA.
<b>Volante</b>	Medio impreso (litografía)	2 veces por semana durante 3 meses	Costo unitario: Q0.80 5000 unidades: Q4,000	Ubicación estratégica: Centros comerciales, Iglesias, Universidades. Distribución: Personal de ESFRA.
<b>Correo directo</b>	Internet (digital)	Se difundirá cada 2 semanas vía correo electrónico durante 1 año.	Precio por diseño: Q150 Envío: Q500	Ubicación estratégica: correos electrónicos del grupo objetivo. Distribución: Personal de ESFRA.
<b>Material promocional</b>	Medio impreso (serigrafía)	Se propone tener permanente-mente: Chalecos para los trabajadores de ESFRA.	Precio unitario Q45 20 unidades Q900	Utilizados únicamente por el personal de ESFRA, para ser reconocidos por el grupo objetivo.
<b>Total</b>			Q10,750.00	Se propone adquirir este presupuesto del único patrocinador de la fundación: OXFAM.

Tabla 4.1





# Conclusiones



Las piezas de diseño incluidas en el presente proyecto son eficaces, debido a que logran informar al grupo objetivo sobre la importancia que tiene la Fundación Ecuménica Guatemalteca Esperanza y Fraternidad -ESFRA-, para realizar distintos proyectos de desarrollo social en comunidades así como brindar ayuda y capacitación a los habitantes de las mismas.


Las piezas informan con claridad que existe dicha Fundación de desarrollo social y la gestión que ésta misma realiza.

La distribución de las piezas propuestas en este proyecto contribuye a que las personas que desconocen la situación en que se encuentran estas comunidades conozcan y aporten para que la fundación pueda seguir realizando los proyectos planteados que les brindan a las personas en situaciones precarias.

El rediseño e implementación de la imagen corporativa para la fundación contribuye con la misma para ser identificada tanto por el grupo objetivo como por la sociedad en general.



# Recomendaciones



Seguir la aplicación de cada pieza, con los lineamientos requeridos para el resultado óptimo de la misma.

Si la campaña logra ser efectiva en cuanto al objetivo primordial, analizar las posibilidades de seguir efectuándola cada cierto tiempo, por ejemplo, anual. Promover la realización de la campaña en conjunto con las futuras empresas que aporten a la fundación.

Mantener al tanto a todos los guatemaltecos que apoyen el proyecto, mandándoles siempre información sobre los actuales planes que la fundación lleve a cabo y seguir invitándolos a aportar en los mismos y a seguir siendo parte de este crecimiento.

Realizar una interpretación de los resultados de esta campaña para empezar a llevar un récord, y así determinar la continuidad y eficacia de la misma.

Sentirse orgullosos por los logros que poco a poco se estarán realizando y animar a las personas que viven en extrema pobreza a sentirse parte de la sociedad e incentivarlos a crecer interna y profesionalmente.



# Bibliografía

lablaa.org [Organización no gubernamental]

[en línea] Disponible en: <http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/poli/poli66.htm>

[Consultado el 4 de mayo de 2010]

sii.cl [Sociedad] [en línea] Disponible en: [http://www.sii.cl/diccionario\\_tributario/dicc\\_s.htm](http://www.sii.cl/diccionario_tributario/dicc_s.htm) [Consultado el 4 de mayo de 2010]

comunidadecana.iespana.es [Familia] [en línea] Disponible en: <http://comunidadecana.iespana.es/en%20familia.htm> [Consultado el 4 de mayo de 2010]

udea.edu.co [Calidad de vida] [en línea] Disponible en: <http://webcache.googleusercontent.com/>

[Consultado el 4 de mayo de 2010]

ugt.es [Precariedad] [en línea] Disponible en: <http://www.ugt.es/juventud/observatorioempleo/definicion20de%20precariedad.htm> [Consultado el 8 de mayo de 2010]

rosario.org [Ecumenismo] [en línea] Disponible en: <http://www.rosario.org.mx/biblioteca/ecumen.htm> [Consultado el 8 de mayo de 2010]

mailxmail.com [Campaña Publicitaria] [en línea] Disponible en: <http://www.mailxmail.com/curso-proceso-creativo-campana-publicitaria/que-es-campana-publicitaria> [Consultado el 8 de mayo de 2010]

consejopublicitario.org [Campaña de bien social] [en línea] Disponible en: <http://www.consejopublicitario.org/Section.aspx?Id=4290> [Consultado el 8 de mayo de 2010]

promonegocios.net [Medios de comunicación] [en línea] Disponible en: <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html> [Consultado el 8 de mayo de 2010]

arqhys.com [El Color] [en línea] Disponible en: <http://www.arqhys.com/psicologia-color.html> [Consultado el 17 de mayo de 2010]

fotonostra.com [La Tipografía] [en línea] Disponible en: <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm> [Consultado el 17 de mayo de 2010]

deconceptos.com [Concepto de imagen] [en línea] Disponible en: <http://deconceptos.com/general/imagen> [Consultado el 20 de mayo de 2010]

periodismoescolar.iespana.es [Medios gráficos, diagramación y titulado] [en línea] Disponible en: <http://periodismoescolar.iespana.es/4a.htm> [Consultado el 20 de mayo de 2010]

www.studygs.net [Mapas mentales y conceptuales] [en línea] Disponible en: <http://www.studygs.net/espanol/mapping.htm> [Consultado el 21 de mayo de 2010]



# Glosario



**Precariedad:**

La condición de lo precario, de poca estabilidad o duración, puede referirse a:

- Precariedad laboral o trabajo en precario. -Equilibrio precario o inestabilidad.
- Salud precaria o tendencia a la enfermedad.

**Ecuménica:**

- Que se extiende a todo el orbe.
- Se aplica al concilio en el que están presentes todos los obispos del mundo.

**Boceto:**

También llamado esbozo o borrador, es un dibujo realizado de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objetos. Puede ser un primer apunte del objeto ideado que aún no está totalmente definido.

**Banner:**

MATERIAL POP (POINT-OF-PURCHASE)

Es el material promocional colocado en las tiendas para captar la atención del consumidor e impulsarlo a comprar. Incluye los letreros que se colocan en los estantes, anuncios en las ventanas, módulos de demostración, etc.

**Afiche:**

Cartel o aviso expuesto al público, realizado con alguna intención artística, mediante el que se anuncia un evento futuro.



**Correo directo:**

Material de propaganda enviado por un publicista directamente a individuos que son blanco dentro de una población, a menudo mediante el uso de listas de correo alquiladas.

**Piezas gráficas:**

Una pieza gráfica se refiere a una composición visual en diseño, la cual puede variar en soporte y formato según las necesidades.



# Anexos

## Hoja de encuesta para Validación

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Proyecto de Graduación 2011  
Validación material gráfico impreso

Facultad de Arquitectura  
Licenciatura en Diseño Gráfico  
Guatemala, 2011

La Fundación ESFRA, la cual brinda ayuda a comunidades en situación precaria, planea hacer una campaña para la recaudación de fondos para sus proyectos. Por lo que está realizando una encuesta, y así saber si las piezas que utilizará son adecuadas y cumplen con su objetivo.

1. ¿Cuál es su rango de edad?

15-20 \_\_\_

21-25 \_\_\_

26-30 \_\_\_

30-35 \_\_\_

36-45 \_\_\_

46 en adelante \_\_\_

2. Género

Masculino \_\_\_

Femenino \_\_\_

3. ¿Logra comprender el mensaje con facilidad?

Si \_\_\_

No \_\_\_

4. Para usted, ¿cuál es el mensaje?

\_\_\_\_\_

5. ¿Le parece que los afiches tienen los colores adecuados?

Si \_\_\_

No \_\_\_

6. ¿Considera atractivas las piezas gráficas?

Si \_\_\_

No \_\_\_

7. ¿Le parece que las imágenes tienen relación con el texto?

Si \_\_\_

No \_\_\_

8. ¿Consideraría aportar ayuda para esta fundación?

Si \_\_\_

No \_\_\_

9. Mencione algún comentario o cambios que usted haría a los materiales

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



# Centro Americano

Órgano oficial de la República de Guatemala

Decano de la Prensa Centroamericana

IV ■ Guatemala, jueves 4 de julio de 1996

Director: Héctor Cifuentes Aguirre

Administradora: Alma Lilliana García

## SUMARIO

### ORGANISMO EJECUTIVO MINISTERIO DE GOBERNACION

Apruébase la modificación total de los estatutos de la Fundación Ecuménica Guatemalteca Esperanza y Fraternidad (Fundación ESFRA).

Apruébase la modificación total de los estatutos de la Asociación de Campesinos del Nuevo Porvenir Número Uno (1) (ACNP) reconociéndose su personalidad jurídica.

### Comunicaciones, Transporte y Obras Públicas

Apruébase el Contrato número cien guión noventa y cinco (100-95) de la empresa DHL de Guatemala, S. de RL, Anónima, para la prestación de un servicio de transporte aéreo internacional regular de bienes y correo de peso y dimensiones reducidas en general.

### ANUNCIOS VARIOS

Comunicaciones.—Líneas de transporte.—Solicitud de nacimiento.—Constituciones de sociedad.—Disolución de sociedad.—Patentes de invención.—Registro de títulos supletorios.—Edictos.—Remates.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 31 de diciembre de 1994.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 31 de diciembre de 1995.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 31 de diciembre de 1993.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 31 de diciembre de 1994.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 31 de diciembre de 1994.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 31 de diciembre de 1995.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 31 de diciembre de 1994.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 31 de diciembre de 1995.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 30 de junio de 1993.

Comunicaciones.—Sociedad Anónima. — Balance General al 30 de junio de 1994.

**ATENCIÓN ANUNCIANTES  
PRESION SE HACE CONFORME  
ORIGINAL**

Impresión en la parte legal del Diario de Centro América, se hace respetando el original. En caso contrario, esta Administración ruega al

### ORGANISMO EJECUTIVO MINISTERIO DE GOBERNACION

Apruébase la modificación total de los estatutos de la Fundación Ecuménica Guatemalteca Esperanza y Fraternidad (Fundación ESFRA).

ACUERDO MINISTERIAL NUMERO 202-96

Palacio Nacional: Guatemala, 11 de junio de 1996.

El Ministro de Gobernación,

CONSIDERANDO:

Que mediante Acuerdo Gubernativo de fecha 12 de junio de 1978 se reconoció la personalidad jurídica y se autorizó el funcionamiento de la Fundación Ecuménica Guatemalteca Esperanza y Fraternidad (Fundación ESFRA), habiéndose aprobado modificaciones introducidas a sus estatutos por Acuerdo Gubernativo número 852-85 de fecha 19 de septiembre de 1985, y que esta entidad por medio del Presbítero Adrián Bastián van Osta, se presentó al Ministerio de Gobernación solicitando la aprobación de la modificación total de los estatutos de la referida entidad:

CONSIDERANDO:

Que el Asesor Jurídico de este Ministerio manifestó que la modificación no es contraria a la ley ni al orden público y que se han cumplido todos los requisitos que señala la ley, por lo que es procedente acceder a la solicitud emitiendo la correspondiente disposición legal,

POR TANTO,

En ejercicio de las funciones que le confieren los Artículos 194 incisos a) y f) de la Constitución Política de la República de Guatemala; 15 inciso 2o., 20 y 31 del Código Civil; 1 inciso 10, 1 "A" incisos a) y b), y 19 inciso 10 de la Ley del Organismo Ejecutivo, Decreto número 93 del Congreso de la República, modificado por Decreto-Ley número 25-86 del Jefe de Estado y con base en lo preceptuado por el Acuerdo Gubernativo número 515-93 de fecha 6 de octubre de 1993,

ACUERDA:

Artículo 1o.—Aprobar la modificación total de los estatutos de la Fundación Ecuménica Guatemalteca Esperanza y Fraternidad (Fundación ESFRA), mismos que están contenidos en escrituras públicas números 271 y 285 de fechas 10 y 17 de agosto de 1995, autorizadas en esta ciudad por el Notario Leonel Alonso Smith González, respectivamente.

Artículo 2o.—La modificación total de mérito deberá anotarse en el Registro Civil correspondiente, de conformidad con lo dispuesto en los Artículos 370 y 438 del Código Civil.

Artículo 3o.—El presente Acuerdo empezará a regir a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial.

Comuníquese.

RODOLFO A. MENDOZA ROSALES.

Lic. CESAR AMILCAR PANTALEON HEREDIA,  
Viceministro de Gobernación.

Apruébanse los estatutos de los campesinos para el Nuevo Porvenir (ACNP # 1); y reconócese su personalidad jurídica.

ACUERDO MINISTERIAL

Palacio Nacional: Guatemala

El Ministro de Gobernación,  
En Función,

CONSIDERA

Que el señor Baltazar Ramírez, del Ministerio de Gobernación solicitó los estatutos y reconocimiento de personalidad jurídica de la Asociación de Campesinos del Nuevo Porvenir Número Uno (1) (ACNP # 1).

CONSIDERA

Que la legislación guatemalteca reconoce a las personas jurídicas, como personas jurídicas sin fines lucrativos que se proporen los intereses comunes de sus miembros, y que sus estatutos fueren aprobados por la autoridad respectiva y que han cumplido los requisitos que establece la ley, es procedente emitir la respectiva disposición legal.

POR TANTO

En ejercicio de las funciones que le confieren los Artículos 194 incisos a) y f) de la Constitución Política de la República de Guatemala; 15 inciso 2o., 20 y 31 del Código Civil; 1 inciso 10, 1 "A" incisos a) y b), y 19 inciso 10 de la Ley del Organismo Ejecutivo, Decreto número 93 del Congreso de la República, modificado por Decreto-Ley número 25-86 del Jefe de Estado y con base en lo preceptuado por el Acuerdo Gubernativo número 515-93 de fecha 6 de octubre de 1993,

ACUERDA:

Artículo 1o.—Reconocer la personalidad jurídica de los campesinos para el Nuevo Porvenir Número Uno (1) (ACNP # 1), cuyos estatutos están contenidos en acta número 10 de fecha 10 de junio de 1995 autorizada en el Libro del municipio de Frontera Comisaria, Chiapas de los Estados Unidos Mexicanos, por el Sr. Juan Orlando García Rivera, a dicho Notario según acta de fecha 14 de junio de 1995.

Artículo 2o.—Conforme en los estatutos de la referida Asociación, la representación ejercerá el Presidente de la Junta Directiva.

Artículo 3o.—La Asociación deberá inscribirse en el Registro Civil correspondiente, de conformidad con lo dispuesto en el Código Civil, antes de iniciar sus actividades.

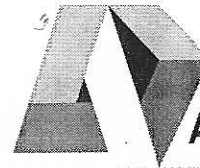
Artículo 4o.—La aludida Asociación estará sujeta a la vigilancia y supervisión del Estado.

Artículo 5o.—El presente Acuerdo empezará a regir a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial.

Comuníquese.

Lic. ROLANDO RENO,  
Viceministro de Gobernación,  
Encargado.

HUGO LEONEL RAMOS VALENZUELA,  
Oficial Mayor,  
Ministerio de Gobernación.



*“Campana de divulgacion y apoyo para la recaudación de fondos de la Fundación Ecuménica  
Guatemalteca Esperanza y Fraternidad -ESFRA-“*

## **IMPRÍMASE**

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

*Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo*

**DECANO**

*Licda. Emperatriz Pérez*

**ASESOR**

*Flor de María Estrada Galicia*

**SUSTENTANTE**



ESCUELA DE  
**DISEÑO GRAFICO**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA

