

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

Material audiovisual de apoyo para recaudación de fondos locales para la ONG Good Neighbors Guatemala -GNG-

Proyecto de graduación presentado por
Ana Lucía Cabrera Pocasangre para optar al título de
Licenciada en Diseño Gráfico con énfasis Multimedia



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

Material audiovisual de apoyo para recaudación de fondos locales para la ONG Good Neighbors Guatemala -GNG- Guatemala, Guatemala

Proyecto de graduación presentado por **Ana Lucía Cabrera Pocasangre**
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico con énfasis en
Multimedia

Guatemala, Octubre, 2016.

“El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad
y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier
responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de
San Carlos”

Junta Directiva

Autoridades

Msc. Byron Alfredo Rabé Rendón, Decano

Arqta. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea, Vocal 1

Arqto. Sergio Francisco Castillo Bonini ,Vocal 2

Arqto. Marco Vinicio Barrios Contreras, Vocal 3

Br. Glaadys Jeaharie Chacón García, Vocal 4

Br. Carlos Rubén Subuyuj Gómez ,Vocal 5

Msc. Publio Rodríguez Lobos, Secretario Académico

Tribunal Examinador:

Msc. Byron Alfredo Rabé Rendón ,Decano

Msc. Publio Rodríguez Lobos, Secretario Académico

Licda Marysol Dávila

Lic Fernando Fuentes

Lic. Erick Galindo

Índice

CAPÍTULO 1	11
1.1 Introducción	13
1.2 Antecedentes	14
1.3 Definición del problema	15
1.4 Justificación	16
1.4.1 Magnitud	16
1.4.2 Factibilidad	16
1.4.3 Trascendencia	16
1.4.4 Vulnerabilidad	16
1.5 Objetivos	17
1.5.1 General	17
1.5.2 Específico de comunicación	17
1.5.3 Específicos DG	17
CAPÍTULO 2	19
2.1 Perfil de la Organización	21
2.1.1 Quiénes son	21
2.1.2 Su trabajo	21
2.1.3 Identidad	21
2.1.4 Misión	22
2.1.5 Visión	22
2.1.6 Historia	23
2.1.7 Área de cobertura	23
2.1.8 Servicios	23
2.1.9 Programas	24
2.1.9.1 Salud	24
2.1.9.2 Educación	24
2.1.9.3 Socorro en Caso de Emergencias GNG	24
2.1.9.4 Generación de Ingresos	24
2.1.9.5 Empresas Sociales	25
2.1.9.6 Promoción y Defensa	25
2.2 Grupo Objetivo	26
CAPÍTULO 3	29
3.1 Marco teórico	31
3.1.1 Desarrollo Humano	31

3.1.2 Organizaciones no-gubernamentales	31
3.1.3 Good Neighbors Guatemala	32
3.1.4 Diseño gráfico	32
3.1.5 Diseño gráfico Multimedia	32
3.1.6 Motión Gráphics	33
3.2 Conceptualización	35
3.2.1 Concepto creativo	35
3.2.2 Brainstorming	35
3.2.3 Link de frases	35
3.2.4 Peloteo Grupal	36
3.3 Concepto Creativo	37
3.4 Previsualización	38
3.4.1 Planteamiento de proyecto	38
3.4.2 Proceso de bocetaje #1	38
3.4.2.1 Storyline	38
3.4.2.2 Guion	39
3.4.3 Proceso de bocetaje #2	41
3.4.3.1 Story Board	41
3.4.3.2 Propuesta Visual	42
3.4.3.2.1 Propuesta visual #1	42
3.4.3.2.2 Propuesta visual #2	42
3.4.4 Proceso de Bocetaje #3	43
3.4.4.1 Video	43
CAPÍTULO 4	45
4.1 Validación	47
4.1.1 Fase de validación #1	47
4.1.1.1 Muestra	47
4.1.1.2 Metodología	47
4.1.1.3 Material a Validar	47
4.1.1.4 Resultados y análisis	48
4.1.1.5 Resultados	48
4.1.2 Fase de validación #2	49
4.1.2.1 Muestra	49
4.1.2.2 Metodología	49

4.1.2.3 Material a revisar	49
4.1.2.4 Resultados y análisis	49
4.1.2.5 Resultados	50
4.1.3 Fase de validación #3	51
4.1.3.1 Muestra	51
4.1.3.2 Metodología	51
4.1.3.3 Material a validar	51
4.1.3.4 Resultados y análisis	51
4.1.3.5 Resultados	51
4.1.4 Fase de validación #4	56
4.1.4.1 Muestra	56
4.1.1.2 Metodología	57
4.1.1.3 Resultados y análisis	57
4.1.1.3.1 Fase 1	57
4.1.1.3.2 Fase 2	57
4.2 Propuesta final	64
4.2.1 Video informativo	64
4.2.2 Trifoliar de apadrinamientos	68
4.2.3 Material promocional	70
4.3 Justificación	72
4.3.1 Color	72
4.3.2 Grafismos	73
4.3.3 Audios	73
4.3.4 Tipografía	74
4.3.5 Animaciones	75
CAPÍTULO 5	77
5.1 Lineamientos para la puesta en práctica	79
5.2 Cronograma del proceso	80
5.3 Presupuesto	83
Conclusiones	85
Lecciones Aprendidas	87
Bibliografía	89

CAPÍTULO 1

1.1 Introducción

Guatemala es un país de extraordinaria riqueza cultural y natural y con una ubicación geográfica privilegiada. Pero es un país predominantemente pobre que tiene problemas en las áreas de salud, desnutrición, educación, alfabetización, desarrollo urbano, político y económico. Un 40% de la población es indígena y según el Informe de las Naciones Unidas en el 2008 el 73% de la población indígena son pobres y un 8% sufren de pobreza extrema. Luego de una guerra civil de 36 años, Guatemala ha conseguido avances en estabilidad social y macroeconómica. A partir de la Firma de los Acuerdos de Paz en 1996, se fortalece la relación con mercados extranjeros que permiten acuerdos comerciales. Esto abre paso a la inversión externa en el país y el ingreso de muchos proyectos de apoyo para el desarrollo comunitario. De esta manera ,Good Neighbours se fija en Guatemala y lo vuelve un país ejecutor, es decir, un país que recibe apoyo del extranjero y realiza proyectos que benefician a las comunidades más afectadas y menos desarrolladas. Este año -2015- Good Neighbours Guatemala tiene como objetivo obtener los fondos localmente, es decir, buscar el apoyo de empresas situadas en Guatemala y de los ciudadanos guatemaltecos para realizar los proyectos que benefician a las comunidades en desarrollo. Y es aquí donde el proyecto que se propone toma forma y se desarrollará.

Para que este proceso se dé exitosamente, es necesario generar canales y mensajes de comunicación efectivos para sensibilizar e informar a los guatemaltecos, tanto a empresas como a individuos, de los programas que Good Neighbours Guatemala desarrolla con la comunidad, en búsqueda del desarrollo integral del interior del país.



1.2 Problema

Good Neighbours es una organización que se dedica a realizar proyectos con comunidades de escasos recursos a través de apadrinamientos y donativos de países desarrollados como Japón, Estados Unidos y Corea del Sur. Trabaja en proyectos de salud, alimentación, educación y desarrollo integral de las comunidades.

Recientemente, Good Neighbours Guatemala inició una etapa de cambio y pasó de ser un país netamente ejecutor, que recibe fondos del exterior y ejecuta proyectos específicos, a ser un país que empieza a buscar apoyo local y así promover la auto sostenibilidad de las comunidades. Actualmente, está en búsqueda de empresas locales grandes que puedan brindar el apoyo necesario para las comunidades en desarrollo en algunos sectores del interior de Guatemala. Busca fomentar el apadrinamiento de los ciudadanos guatemaltecos, así como el voluntariado para apoyo en la ejecución de proyectos y recaudación de fondos para proyectos específicos.

El programa de captación de fondos local por ser nuevo para la ONG, su componente de comunicación no contempla aún un sistema de captación de fondos provenientes de donantes tipo empresarial, ni la ampliación de donantes o padrinos individuales de este país. ¿De qué manera el aporte de diseño puede contribuir con el componente de comunicación de Good Neighbours Guatemala, y así conseguir la difusión del trabajo que realizan en las comunidades y las formas en como individuos pueden aportar y apoyar a la organización?

1.3 Justificación

Good el proyecto propuesto servirá para recaudar fondos que apoyan la realización de proyectos que fomenten el desarrollo integral de las comunidades de Patzicia y Chimaltenango a través de la divulgación de las necesidades, los proyectos y el trabajo que Good Neighbours Guatemala realiza con grandes empresas locales y con ciudadanos guatemaltecos. De este modo, estará ayudando de manera inmediata a más de 7,500 personas que forman parte de las comunidades que Good Neighbours Guatemala -GNG- apoya. De este mismo modo, se podrá facilitar información a más gente, sobre el apadrinamiento de los más de 4,000 niños que forman

parte de los proyectos, y brindará la oportunidad a personas que estén interesadas en aportar su tiempo como voluntarios para que se informen de qué manera pueden unirse y ayudar. Good Neighbours Guatemala es una organización que está consciente de la necesidad de comunicación que tiene y está anuente de los costos (tiempo y monetarios) que el material podría tener y están dispuesto a cubrirlo. Además, cuentan con el tiempo, la disposición, el equipo, el contacto con la comunidad, la facilidad de transporte, la información necesaria para la realización del proyecto. Cuenta también con el personal adecuado para la correcta divulgación del material que se va a realizar.

1.3.1 MAGNITUD

El proyecto pretende apoyar a Good Neighbors Guatemala con la labor que está actualmente trabajando para recaudar fondos localmente. Se pretende brindar material que sirva para ilustrar a la gente la labor real y concreta que se está realizando en algunas comunidades pobres del interior del país

1.3.2 FACTIBILIDAD

Se cuenta con programas y proyectos que buscan erradicación de la pobreza en Guatemala, mejorar la situación de las familias más afectadas por el olvido del resto de la población y la situación económica y política del país. Se cuenta, además, con recursos para poner en marcha la difusión del proyecto. Y puede agregarse que Good Neighbors Guatemala cuenta con proyectos de empresas que buscan el desarrollo integral de las comunidades, sumado a los proyectos de salud y educación que son los más sobresalientes.

1.3.3 TRASCENDENCIA

Guatemala tiene una población empática de gran corazón, que apoya a las personas que se encuentran en situaciones complicadas por falta de atención y de recursos. Pero para que todo esto se dé, deben estar enterados de la situación que esta gente está pasando. De modo que exponer visualmente el problema a más gente asegurará más apoyo a 7,500 personas que ya forman parte de las comunidades de GNG; a más de 80 mil personas en jornadas médicas y se podrá asegurar el apoyo para 14 mil niños que son parte del programa de apadrinamiento.

1.3.4 VULNERABILIDAD

El papel que el diseño juega es el ilustrar el mensaje y la labor que Good Neighbors Guatemala realiza para apoyar a esas comunidades. Los riesgos de no comunicar los proyectos que se realizan actualmente, únicamente deja la situación de la organización en la misma en la que ha estado hasta ahora, por falta de sus programa eficaz de comunicación.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Reforzar el componente de comunicación de Good Neighbours Guatemala que le permita captar más fondos para lograr la sostenibilidad de los proyectos que realiza en las comunidades de su zona de acción en el país.

1.4.2 Específico de comunicación

Fortalecer el programa de comunicación y visibilidad de Good Neighbours Guatemala para dar a conocer la labor que realiza, tanto entre sus colaboradores actuales, como entre sus potenciales donantes.

1.4.3 Específicos Diseño Gráfico

Desarrollar material audiovisual que permita a Good Neighbours Guatemala divulgar el trabajo que realiza en las comunidades.

Diseñar material impreso para la difusión del Programa de Apadrinamiento Local de Niños y del “Good Store” de la organización.

CAPÍTULO 2

2.1 Perfil de la Organización

2.1.1 Quiénes son

Good Neighbors Internacional (GNI) es una organización no-gubernamental internacional de ayuda humanitaria y desarrollo fundada en 1991 en Corea del Sur, con presencia en 34 países de campo alrededor del mundo. GNI recibió un Estatus Consultivo General con el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas.

2.1.2 Su trabajo

Es una organización internacional de ayuda humanitaria que promueve el desarrollo sostenible de las comunidades, a través de Proyectos de Desarrollo Comunitario (CDP). El CDP se basa en un sistema de apadrinamiento, programas de empoderamiento, capacitación a los padres de familia y comunidades; así como asesoría y apoyo en proyectos de generación de ingresos

2.1.3 Identidad

Trabajan en los lugares más necesitados, sin importar raza, religión, ideología, más allá de las limitaciones geográficas. Buscan atender las comunidades que por diversas razones son las más mar-

ginadas. Promueven la autosuficiencia y el desarrollo sostenible de cada familia para mejorar su calidad de vida y la de sus comunidades. Dan mayor prioridad a los derechos de los niños, consideran que la niñez es el sector más vulnerable de la población. Promueven la ciudadanía global para que las personas se respeten unas a otras y vivan juntos en armonía, a través de la sensibilización, intercambio cultural y la trascendencia de fronteras. Convocan y organizan voluntarios para que participen en el desarrollo de sus comunidades, aportando conocimiento y deseo de ayudar al prójimo, mientras obtienen experiencia de valor humanitario y profesional. Trabajan en cooperación con nuestros socios locales quienes comparten en sus comunidades los objetivos de desarrollo. Mantienen una transparencia profesional para reportar el estatus de cada uno de nuestros proyectos y finanzas. Promueven a las personas para que junto con Good Neighbors sean miembros del programa de apadrinamiento para que participen en nuestro trabajo.



2.1.4 Misión

Good Neighbors impulsa y fomenta el desarrollo sostenible en las distintas comunidades urbanas y rurales del país afectadas por la pobreza, proveyendo ayuda a todo tipo de personas sin importar raza, nacionalidad, religión o ideología, trabajando con un enfoque para el desarrollo integral de la niñez.

2.1.5 Visión

Good Neighbors trabaja para transformar el mundo en un lugar pacífico y seguro, donde nadie sufra de hambre, donde nadie sea víctima de enfermedades, donde todas las personas sean confortadas y respetadas sin discriminación alguna.

2.1.6 Historia

Good Neighbors Guatemala, luego de detectar que Guatemala es uno de los países más pobres de América Central con más del 67 % de la población sufren de pobreza, según las Naciones Unidas, establece una oficina de campo en mayo de 2008. Esta se centra en la mejora de los derechos de los niños y la comunidad, de la salud y el saneamiento.

En octubre de 2008, Good Neighbours abre un albergue para 100 niños entre las edades de 3-6 de la zona de Loma Blanca, Guatemala. En 2009, se construyeron dos escuelas primarias y se brindó útiles escolares para los niños; también establece una clínica de salud que trabaja en estrecha colaboración con una clínica de salud afiliada al gobierno, para resolver los problemas de salud y saneamiento para miembros de

la comunidad. Con el tiempo, este tipo de proyectos se replica en 7 comunidades más alrededor de país y busca poder apoyar a más comunidades.

2.1.7 Área de cobertura

Guatemala, Loma blanca; Chimaltenango, Patzicía; Zacapa, La Fragua; Sololá, Santa María; Chimaltenango, Acatenango; San Marcos, San Antonio; Escuintla San Vicente de Pacaya.

2.1.8 Servicios

Convocamos y organizamos voluntarios para que participen en el desarrollo de sus comunidades; Trabajamos en cooperación con nuestros socios locales quienes comparten en sus comunidades los objetivos de desarrollo.



2.1.9 Programas

2.1.9.1 Salud

Provee apoyo médico a niños amenazados por enfermedades, epidemias e incluso pandemias debido a la falta de educación preventiva o suministros médicos. Good Neighbors Guatemala impulsa programas de nutrición y lleva a cabo jornadas médicas con la colaboración del staff médico profesional que labora en las clínicas sociales especializadas. Así mismo Good Neighbors ha facilitado el acceso de agua potable a familias que carecen de dicho servicio; esto con el propósito de mejorar la salud y evitar enfermedades. En cuanto a saneamiento se construyen eco letrinas para mejorar la calidad y desarrollo de vida de las familias.

2.1.9.2 Educación

Contribuye a mejorar la educación en Guatemala con apoyo para el sostenimiento de establecimientos educativos de las áreas rurales, ejecutando programas y proyectos que benefician a los niños y sus familias. Colabora con Centros Educativos propios y escuelas públicas ubicadas en los Proyectos de Desarrollo Comunitario. Así mismo, se brinda apoyo en la remodelación de aulas, se realizan donaciones de equipo tecnológico, donaciones de útiles escolares y uniformes, con el objetivo de que cada estudiante pueda desarrollarse en un mejor entorno educativo de forma motivada y a la vez utilice las herramientas necesarias de aprendizaje.

2.1.9.3 Socorro

En caso de emergencia, GNG moviliza rápidamente los recursos humanos y materiales necesarios para responder a las necesidades vitales ante los desastres naturales. La ayuda que se provee durante el socorro es: alimento y nutrición con productos de primera necesidad. Atención médica a través de los proyectos de salud que ofrecen chequeos médicos, y medicina inmediata en el lugar de los hechos. Refugio gracias a la donación de láminas de metal. Agua y saneamiento, con el apoyo de donaciones, que se recolectan en los proyectos.

2.1.9.4 Generación de ingresos

El programa de Generación de Ingresos es reciente en Good Neighbors Guatemala, creado con el propósito de ayudar a mejorar las economías familiares y promover el emprendimiento empresarial para los padres de familia. Este se ejecuta con el propósito de crear inversiones revolventes. También se busca establecer Proyectos de Desarrollo Comunitario que sean auto-sostenibles para emprender y capacitar a través de grupos que, a largo plazo, se convertirán en Cooperativas y Empresas Sociales. Las áreas en las que se trabaja son: agricultura (macro túneles para siembra de hortaliza) pecuario (crianza de aves, porcino y bovino), esto se realiza a través de micro finanzas y pequeñas y medianas empresas.





2.1.9.5 Empresas sociales

El programa de Empresas Sociales tiene como objetivo el establecimiento de negocios con enfoque social, a través de la venta de productos de uso diario que tengan un impacto positivo en la vida de los beneficiarios y clientes. Los principales productos son los siguientes: PURIFICADORA “AGUA VIVA” Se implementaron dos purificadoras de agua llamadas “Agua Viva”, las cuales abastecen a las comunidades beneficiadas del CDP de Santa María Visitación, Sololá y La Fragua, Zacapa. La venta del agua purificada es a precios accesibles, además, al consumirla se evitan enfermedades que afectan a los niños y sus familias. Estufas Mejoradas GNG elaboró un diseño de estufa mejorada, fabricada de blocks y ladrillos, buscando mejorar la salud, reducir el daño al medio ambiente y los accidentes, ayudar a las familias a ahorrar, reducir drásticamente las emisiones tóxicas de humo, mejorar la eficiencia del combustible y el uso

de energía, entre otros proyectos.

2.1.9.6 Promoción y defensa

Como parte de nuestra misión, Good Neighbors Guatemala hace particular énfasis en sus esfuerzos por divulgar y defender los derechos de los niños y niñas de las distintas comunidades. Es por ello que en los establecimientos educativos ubicados en los Proyectos de Desarrollo Comunitario se imparte charlas y talleres a los estudiantes acerca de los Derechos del Niño. Así mismo, se promueve la ciudadanía global por medio de campañas de concientización como la campaña y concurso “Hope Letter”; esta es una campaña global donde participan los padres de familia y sus hijos. Estas actividades son llevadas a cabo con regularidad para recalcar la importancia de los Derechos de la Niñez; creemos que esta constancia genera un cambio verdadero en la percepción de cada adulto y de cada niño.

GEOGRÁFICO		Residentes en la República de Guatemala, prioritariamente en la ciudad capitalina.
DEMOGRÁFICO	Edad	25- 50 Años
	Sexo	Femenino y Masculino
	Ocupación	Trabajadores de empresas locales grandes. en especial cargos medios.
	Ingresos	De Q3,000.00 a Q22,000.00
	Educación	Estudiantes y egresados de la Universidad, algunos con Maestrías.
	Clase Social	C+ en su mayoría
PSICOGRÁFICO	Personalidad	Altamente sociales, amables, cuidadosos y empáticos. Por lo general son líderes natos, con mucha presencia y de mucha influencia. Son personas de confianza dentro y fuera de lo laboral.
	Hábitos de consumo	Por lo general son miembros de familias de 3 a 5 integrantes. Con auto propio. Por lo que comprar en supermercados grandes, o al por mayor, asisten a centros comerciales y algunos mercados locales.

2.2 Perfil del Grupo Objetivo

PSICOGRÁFICO

Entretenimiento	Altamente sociales que salen a comer o beber con amigos y compañeros de la empresa. Salen a comer con la familia y cada vez que tienen vacaciones las aprovechan para hacer viajes familiares al interior.
Cultura Visual	<p>¿Qué le rodea visualmente?</p> <ul style="list-style-type: none">▫ Supermercados, Tiendas▫ Vallas publicitarias▫ Tránsito diario <p>Red de influencias</p> <ul style="list-style-type: none">▫ Medios de comunicación como periódicos, revistas, Internet, Televisión y radio.▫ Publicidad pegada en tiendas, en pasarelas, en buses.▫ Grupo social al que pertenecen.▫ Religión <p>Actividades Diarias</p> <ul style="list-style-type: none">▫ Asisten al trabajo.▫ Tiempo que pasan con la familia.▫ Tiempo que pasan con los amigos, por lo general fines de semana.

Michael Page. 2012. Recursos Humanos. Recuperado de http://www.michaelpage.es/products-App_es/comunicacion/estudios/estudioremuneracionrrhh.pdf - Area de Recursos Humanos. 2007. El perfil actual del personal requerido para RRHH. Recuperado de <http://www.arearh.com/empleo/perfil-actual.html> - D. Lürssen. Entrevista personal. 2015. Agosto 13.

CAPÍTULO 3

3.1 Marco Teórico

3.1.1 Desarrollo Humano

El desarrollo humano es la expansión de las libertades de las personas para llevar una vida prolongada, saludable y creativa; conseguir las metas que consideran valiosas; y participar activamente en darle forma al desarrollo de manera equitativa y sostenible en un planeta compartido. Las personas son, a la vez, beneficiarias y agentes motivadores del desarrollo humano, como individuos y colectivamente. Según este planteamiento, el desarrollo humano contempla bienestar: ampliar las libertades reales de las personas, para que puedan prosperar; empoderamiento y agencia: permitir la acción de las personas y grupos para llegar a resultados valorables; justicia: ampliar la equidad, preservar los resultados en el tiempo y respetar los derechos humanos y otros objetivos planteados por la sociedad.

(PNUD, 2011/2012)

Hablar de desarrollo humano es hablar de la sociedad, las familias y cada individuo que reside en este país que está en constante evolución y esfuerzo por la mejora. La clave para el desarrollo humano se rige por la salud del individuo, su educación y su oportunidad laboral para poder tener espacio para vivir y los medios para sostener una familia. En Guatemala, a pesar de tener una extraordinaria riqueza cultural, natural y una excelente ubicación geográfica, predomina la desnutrición, el analfabetismo y el mal manejo de los recursos naturales y el manejo de estos es controlado por unos pocos que cuentan con comodidades y oportunidades. Según la ENCOVI 2011, La pobreza extrema a nivel nacional afecta al 13.33% de la población (1,951,724 personas), y

la pobreza no extrema a un 40.38% (5,909,904 personas), es decir que la mitad de la población se ve afectada por la pobreza. Según el Informe Nacional del Desarrollo Humano del 2011/2012, el gobierno además de prestar lo básico, alimentación, salud, seguridad, educación y hogar, debe poder prestar 4 oportunidades a la población para su desarrollo integral.

A) Oportunidad de vivir: implica gozar del derecho a la salud, iniciar la vida sexual de forma saludable y responsable, tener derecho a la libre definición de una identidad, gozar del derecho a la seguridad.

B) Oportunidad de aprender y conocer: involucra gozar del derecho a la educación, lograr destrezas para el trabajo, alcanzar conocimientos y habilidades para la realización personal y la participación en la vida de la comunidad, tener acceso a bienes culturales y simbólicos.

C) Oportunidad de participar: progresivamente en la vida social, en los ámbitos político, económico, social y cultural.

D) Oportunidad de disfrutar del tiempo libre: cuya especificidad constituye una de las características de la moratoria social que define a la juventud. Se pasa de experiencias y actividades lúdicas, en la niñez, a un disfrute de nuevas experiencias y actividades con más matices de lirismo en la juventud.

3.1.2 Organizaciones no gubernamentales

La denominación de Organizaciones No Gubernamentales, ya sea en singular o plural ONG, aparece por primera vez en 1945, al aprobarse la Carta Fundacional de la Organización de las Naciones Unidas. En Guatemala esta denomina-

ción aparece en el ordenamiento jurídico hasta 2003, con la aprobación de la Ley de las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo (ONG), Decreto número 2-2003 del Congreso de la República. (MINFIN, 2011) Aunque se encuentran registros desde 1950 de Organizaciones amparadas bajo la figura jurídica de asociaciones civiles sin fines lucrativos y vinculadas a tareas religiosas como de asistencia en materia de infraestructura, tecnología agrícola, alfabetización y educación popular. Luego del terremoto de 1976 tiene un gran auge y ayudan con labores de reconstrucción, pero con la agudización del conflicto armado interno, la labor de las ONG disminuye. Es hasta la firma de la paz el 24 de diciembre de 1996, que se restituye y aumenta el apoyo de las ONG. Y aunque no se sabe con exactitud, para el año 2003, el Directorio de Asindes muestra 515 entidades no gubernamentales y asociaciones locales.

3.1.3 Good Neighbors Guatemala

Good Neighbors Internacional (GNI) es una organización no-gubernamental internacional de ayuda humanitaria y desarrollo fundada en 1,991 en Corea del Sur, con presencia en 34 países de campo alrededor del mundo. GNI recibió un Estatus Consultivo General con el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. Es una organización internacional de ayuda humanitaria que promueve el desarrollo sostenible de las comunidades, a través de Proyectos de Desarrollo Comunitario (CDP). El CDP se basa en un sistema de apadrinamiento, programas de empoderamiento, capacitación a los padres de familia y comunidades; así como asesoría y apoyo en proyectos de generación de ingresos. Actualmente es una ONG que para funcionar en Guatemala, obtiene fondos de países como Corea del Sur, Japón o Estados Unidos, pero busca hacer el cam-

bio de un país únicamente ejecutor a un país que genera sus propios fondos para funcionar. Good Neighbors Guatemala tiene como principales difusores a sus propios miembros, aliados y a los nuevos padrinos locales. Como objetivo principal tienen una amplia difusión local para reconocimiento y expansión de labores. (Good Neighbors Guatemala, 2015)

3.1.4 Diseño gráfico

Se puede definir el diseño gráfico como una actividad que da respuestas de comunicación visual mediante la planificación y estructuración de elementos creativos. (Frascara, 2010) El diseño gráfico es una actividad muy versátil que responde a las necesidades de comunicación de forma visual, que no solamente incluye la producción de imágenes, sino un proceso preliminar investigativo y una planificación y estructuración de procesos y estrategias para alcanzar los objetivos de comunicación. Cuando se refiere al diseño gráfico, no se puede hablar de un solo elemento a realizar, se habla de piezas gráficas que complementan un todo. Es además la base para muchas otras ramas que complementan la difusión de una idea.

3.1.5 Diseño gráfico Multimedia

“Multimedia aparece en el imaginario colectivo asociado a la computadora personal: un tipo de producto hecho con la computadora, para ser usado en una computadora y que tiene como principal característica el hecho de combinar simultáneamente imagen, sonido y texto. Se populariza hacia mediados de la década de los '90 cuando la industria informática invade el mercado con máquinas capaces de soportar software (principalmente recreativo) en el que la imagen fija o en movimiento, el sonido y el texto se integran de modo

tal que el usuario puede interactuar con el producto eligiendo recorridos de lectura posibles entre una gama de opciones predeterminadas por el programa. “ (UNAP, 2010)

La universidad de Mursia hace la separación de multimedia, múltiples medios, multimedia digital como la integración de textos, imágenes, sonidos, videos, animaciones en un sistema informático; Multimedia interactivo, que permite al usuario tomar decisiones sobre la velocidad, secuencia o cualquier otro

elemento de su desarrollo e hipermedia como la combinación de hipertexto y la multimedia. (Universidad de Murcia, 2004/2005)

Dada la realidad de la población Guatemalteca, en la que nos vemos expuestos a redes sociales que nos muestran gran cantidad de videos y fotografías, la mejor forma de contacto con la población guatemalteca es a través de medio audiovisuales, que conectan de forma directa los mensajes que uno desea transmitir.

Definición de multimedia y sus derivados

MULTIMEDIA = Múltiples Medios.
MULTIMEDIA DIGITAL = Integración en un sistema informático de texto, gráficos, imágenes, video, animaciones, sonido y cualquier otro medio que pueda ser tratado digitalmente.
MULTIMEDIA INTERACTIVA = Presentación multimedia que permite al usuario actuar sobre la secuencia, velocidad o cualquier otro elemento de su desarrollo, o bien plantea preguntas, pruebas o alternativas que modifican su transcurso.
HIPERMEDIA = Combinación del hipertexto y la multimedia.

Figura X. Presentación de las diferentes derivaciones del campo multimedia de acuerdo a sus características. Adaptado de "Introducción a la Multimedia y Conceptos Básicos" Universidad de Murcia, 2004, Tecnologías para los Sistemas Multimedia, p.5. Copyright.

3.1.6 Motion Graphics

Entendemos Motion Graphics como la animación gráfica digital, es decir, gráficos (figuras, iconos, grafismos, textos o fotografías) combinados de manera digital, modificando en un espacio y tiempo, su dimensión, color y forma, creando la ilusión de movimiento, en un formato que se acople a diversos medios.

3.1.6.1 Cinética:

La cinética es el movimiento, dinamismo o vida que un objeto puede tener o que aparenta tener. En la animación digital la cinética es un recurso muy utilizado, este es el que nos permite dar la impresión mediante efectos digita-

les dar la impresión de movimiento en objetos bidimensionales o incluso tridimensionales.

Inicialmente fue utilizado en el arte para dar impresiones de movimiento, la animación vino a aportar nuevos recursos para dar más efectos, que refuerzan el mensaje y la impresión que este genera. Este ahora invade los medios digitales a través del *motion graphics*, brindando así más realismo.

3.1.6.2 Semántica:

La semántica se refiere al significado, sentido o interpretación de signos lingüísticos como símbolos, palabras, expresiones o representaciones formales.

Aplicado al diseño gráfico nos referimos a las diversas interpretaciones que se le pueden dar a un símbolo, gráfico o ícono o viceversa, las diversas formas de representar una misma, palabra, forma o expresión. De modo que los medio audiovisuales se ven plagados de diferentes formas de interpretación, o de diversas formas de interpretar una sola cosa.

Una animación se ve afectadas por diferentes vías de comunicación, así como la visual, la auditiva o la verbal, se debe cuidar que todas estas coincidan para presentar un mensaje coherente, directo y sencillo. Tomando en cuenta esto, las ilustraciones que se utilizan deben ser acompañas de gestos que refleje los mismo, audios que acompañen el mensaje, narraciones y animaciones que den a entender y complementen un solo mensaje.

3.1.6.3 Estética:

Rafael Ràfols y Antoni Colomer lo definen como “uno de los fenómenos de la comunicación más complejos” ya que se presta mucho a la subjetividad de quien lo percibe, se ve directamente ligado a las emociones y el entorno.

Esta desde el inicio del arte y el diseño ha ido cambiando a través del tiempo, entorno y sucesos que rodean a las personas, por lo que hoy, aquí nos parece estético más adelante puede que no lo sea.

3.2 Conceptualización

3.2.1 Concepto Creativo

Concepto: La esencia de la marca, lo que se quiere mostrar al público; atrae e influye de algún modo en el G.O.

Concepto creativo: Es la representación del concepto, resultado de la inspiración del creativo, que pasa por un proceso por el cual el resultado final es llegar a los consumidores captando su atención y hacerlos sentir una emoción.

A continuación se presentan los tres métodos para generar posibilidades y generar el concepto a seguir en el proyecto.

3.2.2 BRAINSTORMING

Proceso para recolectar palabras que puedan servir como base para la creación de un concepto creativo.

Ayuda a visualizar cosas que describen el proyecto o la idea

Amigos	Salud	Ayuda	Good
Niños	Felicidad	Apoyo	Hope
Familia	Amistad	Solidaridad	Buenos
Vecinos	Educación	Bondad	Mejores
Trabajadores	Cariño	Beneficiencia	Excelencia
Comunidad	Escuelas	Aprecio	
Padrinos		Compartir	
Colonia		Gusto	
Socios			

3.2.3 LINKING FRASES

Proceso que ayuda a generar frases que describan la idea, proyecto u organización. Vincula el Brain Storming con el concepto final porque permite usar esas palabras para hacer frases y trabajandola lleva a un concepto creativo.

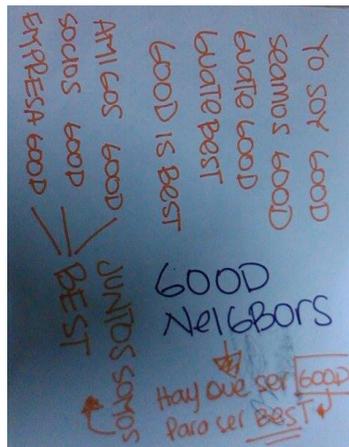
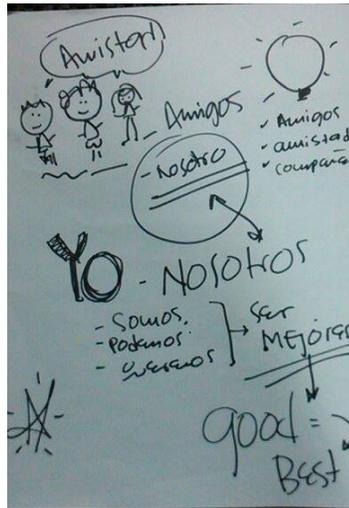
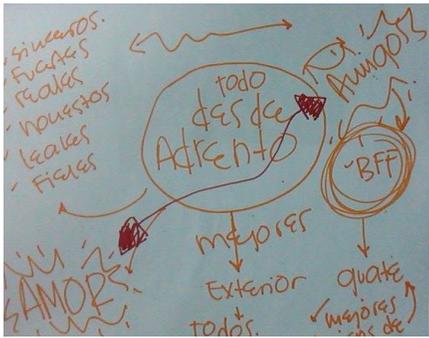
- Buen vecino
- Niños vecino
- Good people
- Good amigos
- A la par
- Yo comparto
- Somos good
- Good Friends / best Friends
- #YoSoyGood
- Good friend/good neighbor
- GoodPadrinos

3.2.4 LLUVIA DE IDEAS GRUPAL

Técnica en la que se reúne a un grupo de personas que tiene conocimiento sobre el proyecto y gente que podría ser posible target.

En este caso, se reunió a un grupo de miembros de la GNG con jóvenes y adultos que trabajan en Recursos Humanos.

Se les dió una breve explicación sobre lo que iban a trabajar, lo que se buscaba y se les dió papel y marcadores para escribir sus ideas.



3.3 Concepto Creativo

Como móvil inicial se sabe que todos somos buenos en algo; buenos guatemaltecos, buenos amigos, buenas personas, pero todos queremos ser mejores; mejores amigos, mejores guatemaltecos, mejores trabajadores, mejores personas. El deseo de avanzar y mejorar es algo que nos une a todos como seres humanos. Sabiendo esto, se llega a:

“Para ser mejores, tenemos primero que ser buenos”

La Organización con la que se está trabajando se llama “Good Neighbors”, en español, “Buenos Vecinos”, y así de sencillo se encuentra una conexión con la premisa.

Bueno = Good

Entonces mi concepto creativo es:

“Ser Good para ser mejor”

A partir de esto se pueden extraer varios *insights* que van a ayudar en los diferentes materiales que se van a realizar.

Soy GOOD porque...

Somos GOOD para...

Todos somos Good

GOOD is BEST

**SOY GOOD
PARA QUE MI PAÍS SEA MEJOR.**

3.4 Previsualización

3.4.1 Planteamiento de proyecto

Basado en la necesidad de la Organización de comunicar a un público más amplio la labor que ellos realizan. Se propone como solución una animación ilustrada –Motion Graphics- que cuente una breve historia del trabajo que Good Neighbors Guatemala realiza con niños, familias y comunidades en el interior del país que se encuentran en pobreza o pobreza extrema.

3.4.2 Proceso de bocetaje #1: Preproducción

3.4.2.1 Storyline

La historia de Juan, cuenta la historia de muchos niños en el interior del país. Niño de familia numerosa, que subsisten con cantidades mínimas de dinero al día y que no reciben apoyo del gobierno, como debería ser. Good Neighbors Guatemala interviene apoyando en la educación y salud de estos niños, para luego ayudar a las familias y brindarles las herramientas y conocimientos para generar ingresos propios que luego se trabajaran en comunidad para propiciar el desarrollo comunitario.

3.4.2.2 Guion

VOZ EN OFF	ANIMACIÓN
Este es Juan, vive en una comunidad muy pobre en Guatemala.	Foto de un niño que se vuelve ilustración
Su familia vive con Q30 al día, en una situación de mucha pobreza y nadie los está apoyando.	El niño se mueve a un lado y salen los datos
Good Neighbors Guatemala brinda ayuda a niños y familias como la de Juan.	Aparece un representante de GNG
Primero, lo ayuda con zapatos, uniforme, útiles escolares y mejorando su escuela.	Juan está en el centro y van apareciendo zapatos, uniforme y una mochila y cuadernos
Así mismo, Good Neighbors Guatemala apoya también a más niños de la comunidad de Juan.	Más niños con mochila y uniforme.
Mes a mes, Juan y sus amigos reciben chequeos médicos y una bolsa nutricional.	Un calendario con el "15" marcado y aparecen íconos que representen los chequeos médicos y la bolsa nutricional.
Good Neighbors Guatemala además de apoyarlos con educación y salud, también les enseña sobre sus derechos.	Un grupo de niños y una nota a un lado que enumere algunos de sus derechos.
Además de ayudar a Juan, Good Neighbors Guatemala también ayuda a su mamá con talleres y charlas.	Aparece Juan con su mamá.
Ella, entonces, trabaja con proyectos de generación de ingresos, donde se le enseña a trabajar con gallinas ponedoras, cría de cerdos y ganado, agricultura o piscicultura, dependiendo de la región.	Mamá está con animalitos y plantas.

Todo esto con la finalidad de mejorar familias y crear cooperativas para lograr el desarrollo comunitario.	Se llena el fondo con una mejor casa, animalitos, papá y Juan.
Good Neighbors Guatemala desde 2008 promueve el desarrollo sostenible de las comunidades sin fines de lucro, buscando lo mejor para los niños y sus familias. Hasta ahora se trabaja con 7 comunidades dentro de Guatemala.	Aparecen más familias
<ul style="list-style-type: none"> • Loma Blanca, Zona 21 • Patzicía, Chimaltenango, • La Fragua, Zacapa • Santa María Visitación, Sololá • Acatenango, Chimaltenango • San Antonio Sacatepequez, San Marcos, • Y San Vicente de Pacaya, Escuintla 	Mapa de Guatemala y se van marcando los lugares y salen los datos.
Good Neighbors es una organización no-gubernamental con Estatus Consultativo General con el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. Se fundó en 1991 en Seúl, Corea del Sur, para apoyar comunidades en conflicto, víctimas de desastres o de escasos recursos y sigue haciéndolo alrededor del mundo. Hasta ahora cuenta con 34 países de campo, 2 oficinas de cooperación internacional y 3 países de apoyo.	Mundo girando y marcando los lugares donde GN trabaja.
Hace un mundo donde los niños son más felices.	Animación de la frase.
	Logo de GNG

3.4.3.2 Propuesta Visual

Se realizaron dos propuestas de imagen.

3.4.3.2.1 Propuesta visual #1

Estilo más abstracto que hace referencia a cualquier grupo de gente que permitiría utilizar las animaciones en cualquier situación parecida



3.4.3.2.2 Propuesta visual #2

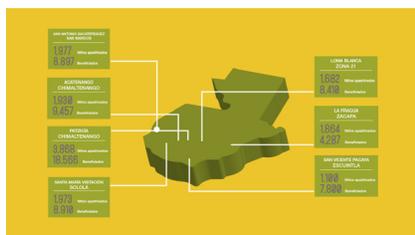
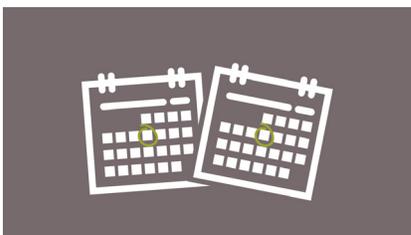
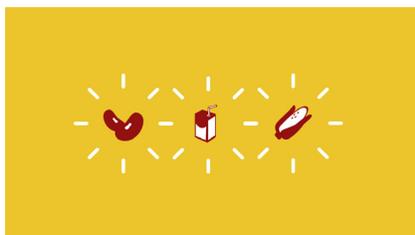
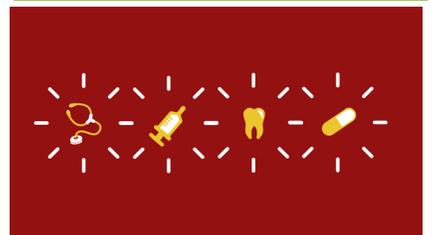
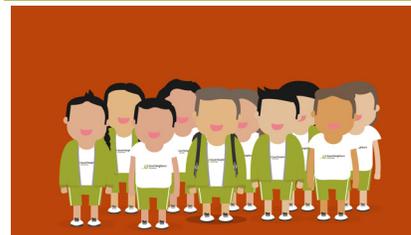
Estilo más figurativa que hace referencia directa a la población guatemalteca.



3.4.4 Proceso de Bocetaje #3: Ilustración y animación

3.4.4.1 Video

Una vez ilustrado en su totalidad, se da inicio a la animación paso por paso utilizando como guía el *story board* que se realizó previamente.



CAPÍTULO 4

4.1 Validación

Para la correcta realización de un proyecto que tiene un objetivo específico como comunicar e informar a un grupo seleccionado, se debe evaluar fase por fase su realización y así dar fundamento a todo lo que se va haciendo.

4.1.1 Fase de validación #1

4.1.1.1 Muestra

La primera fase se da a nivel personal, con base en la investigación del grupo objetivo y la información que la organización desea transmitir.

4.1.1.2 Metodología

Se utilizaron una serie de preguntas cómo: “¿da suficiente información al usuario?”, “¿ahora sé qué es lo que GNG hace?”, “¿englobo correctamente la labor que GNG realiza?”

4.1.1.3 Material a Validar

Se trabajaron varias propuestas como solución visual para los problemas de la falta de comunicación con los usuarios. Inicialmente, se propuso, un video donde se podía mostrar como es la realidad de las comunidades en las que trabajan. Fue considerado el tiempo para trabajar el proyecto, los costos y la disposición de la ONG.

4.1.1.4 Resultados y análisis

Se contaba con toda la información e indicaba todo lo que la organización realiza a grandes rasgos, aunque carecía de un toque personal y datos que la organización consideraba relevantes para incluir en el material.

4.1.1.5 Resultados

Se podría mejorar la locución, agregar algunas fotografías que muestren a los voluntarios y trabajadores de la organización y agregar más familias para dar más énfasis a que es una comunidad con la que se trabaja.

→ Este es Juan Valle en Guatemala como comunidad pobre y su familia vive con DIT al día

→ ~~aparecerse~~ ~~en~~ ~~el~~ ~~2016~~
ENB Guatemala buscó apoyo después de conocer su situación, de no tiene ayuda y su ingresos.

→ ENB lo ayuda primero con zapatos, uniforme y útiles.

→ ENB ayuda a otros de la comunidad

→ Una vez al mes los visita un médico y se les da su bolsa mensual

→ Permiso de los niños.

→ Después de asegurarnos que ellos están bien, ayudan a las mamá. (Joa un mamá) con talleres y cosas.

①
②
③

→ Cuando mamá ya sabe que hacer ~~trabaja~~ proyectos / gestiones en proyectos de generación de ingresos

- gallinas ponedoras o crasa de carne / queso
- piscicultura • agricultura.

con la finalidad de crear cooperativas de fomento al desarrollo comunitario (generar producto propio e interno)

→ ENB trabaja así con 7 comunidades,

- Sin menos desde apoyo a ... mamá
-
-
-
-

EN apoyo a ~~24~~ familias del trabajo del mismo modo.

4.1.2 Fase de validación #2

En la segunda fase se define el tipo de ilustración que se va a utilizar, la voz de locución que es más apta y que el contenido a mostrarse esté completo.

4.1.2.1 Muestra

Se realizó con 4 miembros de la organización que conocen a profundidad la temática y conocen al grupo objetivo.

4.1.2.2 Metodología

Se evaluó con preguntas concretas “¿Son las ilustraciones amigables con el grupo objetivo?”, “¿Reflejan al grupo objetivo la labor de la organización?” “¿Es la voz amigable y apta para lo que se quiere transmitir?”

4.1.2.3 Material a revisar



Se trabajaron dos propuestas de ilustración para representar a las comunidades con las que GNG trabaja. Una como abstracción, con colores tierra para mantenerlos ligado al concepto y otra, más realista, para no alejarnos de la realidad visual.

4.1.2.4 Resultados y análisis

Se seleccionó la ilustración más realista para reflejar de modo más obvio y directo el mensaje, se seleccionaron colores tierra por ser los más cercanos a los utilizados por la organización y una voz muy animada y amigable de hombre para que narre la historia de la animación.

4.1.2.5 Resultados

Limpiar detalles de animación, nuevas técnicas para realizar algunas animaciones y agregar animaciones que den más movimiento al video.



4.1.3 Fase de validación #3

En esta fase se evaluó un primer video para corroborar la narración, los tiempos y las fotografías para utilizar.

4.1.3.1 Muestra

Se realizó con miembros de la organización y la supervisora de comunicación y difusión de la ONG.

4.1.3.2 Metodología

Fue mediante una visita a la organización y entrevista con los cuatro miembros de la organización, se les mostró el video y se pausaba con toma tras toma para evaluar cada sección.

4.1.3.3 Material a revisar

Tomando como base la animación que se realizó, se corroboraron tiempos, animaciones y narración. La idea era confirmar que todo estuviera a tiempo.

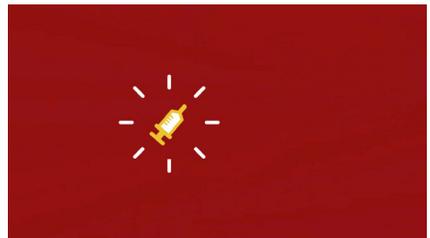
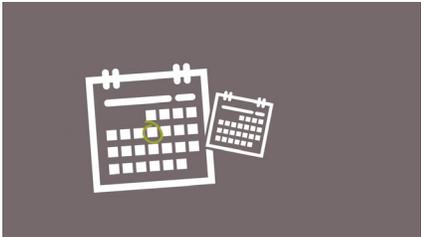
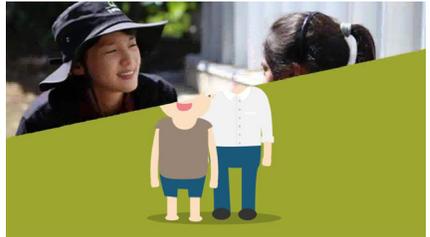
*Referencias visual en la siguiente página.

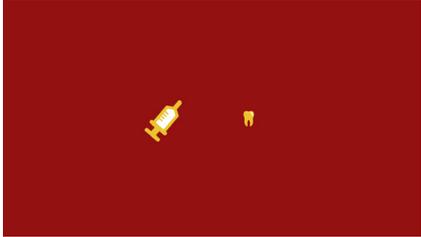
4.1.3.4 Resultados y análisis

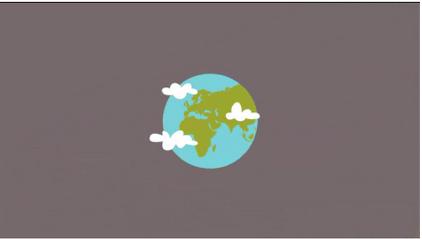
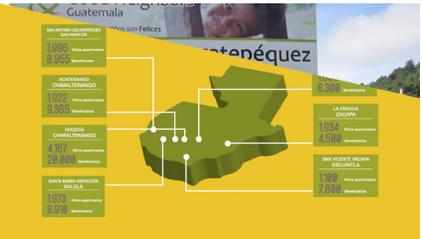
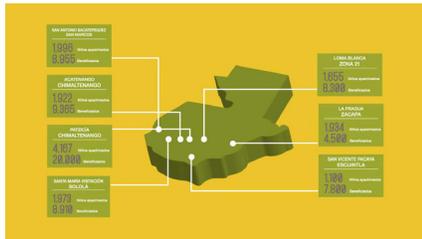
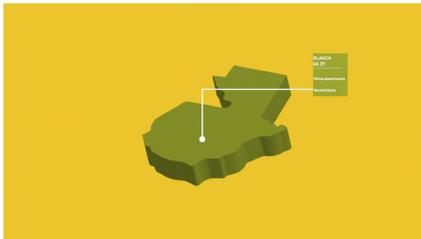
Se realizaron varios cambios en las animaciones, las ilustraciones y se cambiaron todas las fotografías por unas de mejor calidad. Además se agregó información para complementar el mensaje.

4.1.3.5 Resultados

Limpiar detalles de animación, nuevas técnicas para realizar algunas animaciones y agregar animaciones que den más movimiento al video.





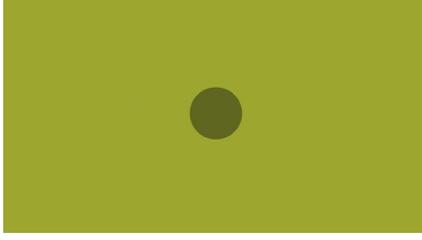


HACE UN MUNDO

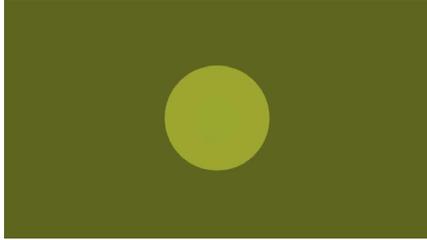
HACE UN MUNDO DONDE LOS NIÑOS SON

HACE UN MUNDO DONDE LOS NIÑOS SON más felices

HACE UN MUNDO DONDE LOS NIÑOS SON • más felices •



HACE UN MUNDO DONDE LOS NIÑOS SON • más felices •



—

—&

—&S

—&d Neighbors

—& Good Neighbors
nala

—& Good Neighbors
Guatemala

4.1.4 Fase de validación #4

Validación del video final con el grupo objetivo y docentes.

4.1.4.1 Muestra

En la primera fase se contó con cinco personas, dos miembros de la organización y tres personas del grupo objetivo. En la segunda fase, se evaluó con docentes para especificar detalles más técnicos del video.



4.1.4.2 Metodología

La primera fase se realizó en una puesta en común, se presentó el video al grupo y se escucharon los comentarios que cada persona realizaba sobre el material.

La segunda fase fue mediante entrevista, se presentó el material y se escucharon las sugerencias realizadas.

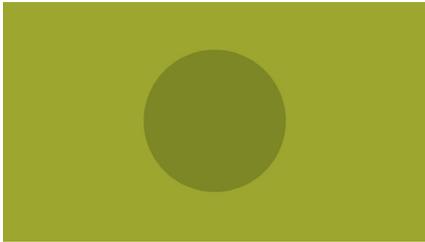
4.1.4.3 Resultados y análisis

4.1.4.3.1 Fase 1

Se podría mejorar la locución, agregar algunas fotografías que muestren a los voluntarios y trabajadores de la organización y agregar más familias para dar más énfasis a que es una comunidad con la que se trabaja.

4.1.4.3.2 Fase 2

Limpiar detalles de animación, nuevas técnicas para realizar algunas animaciones y agregar animaciones que den más movimiento al video.



• Q30.00 al día



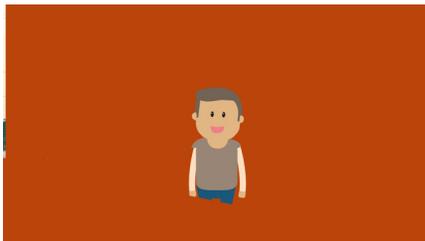
• Q30.00 al día

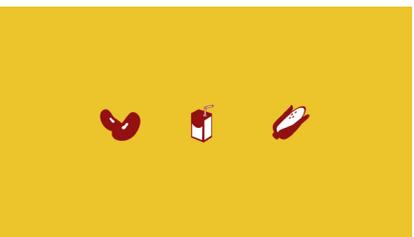
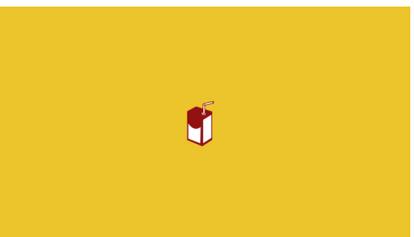
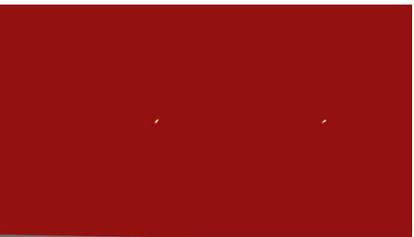
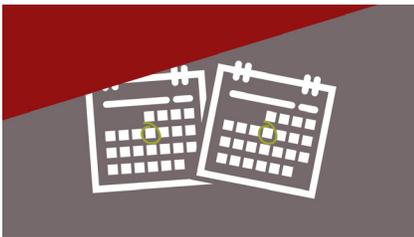
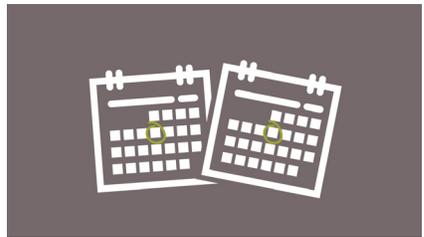
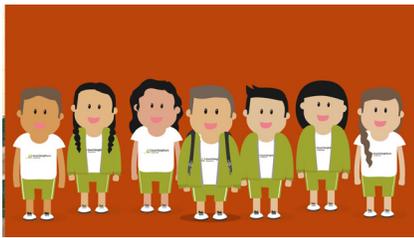
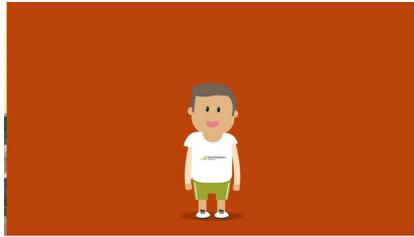
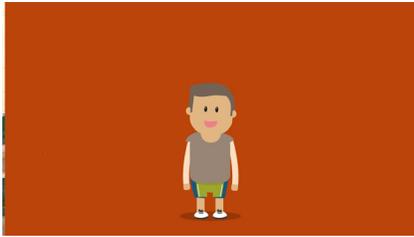


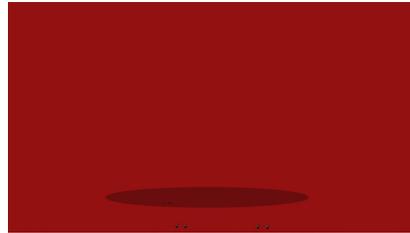
• Q30.00 al día
• Extrema pobreza

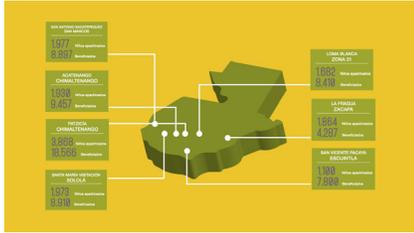
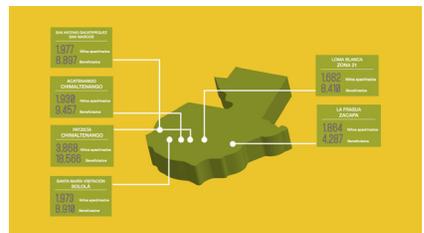
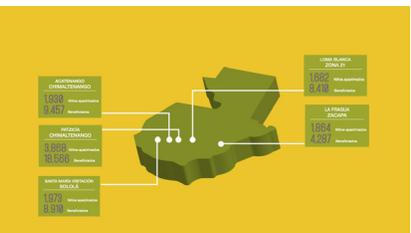
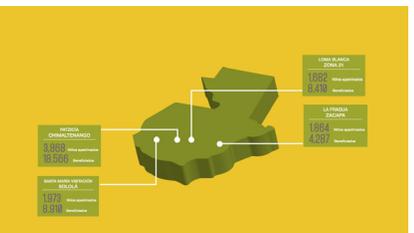
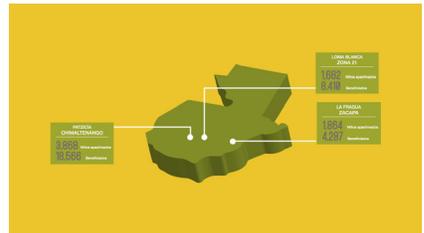
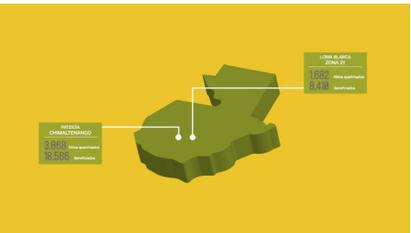
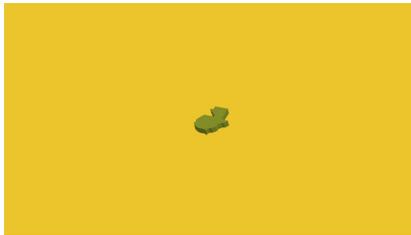


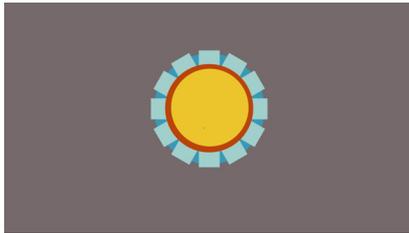
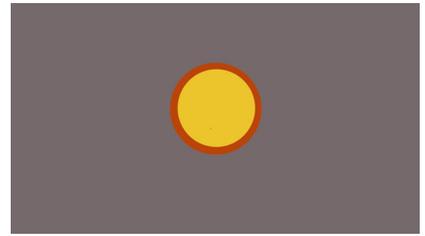
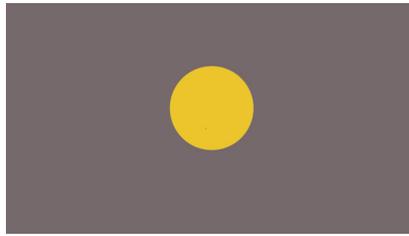
• Q30.00 al día
• Extrema pobreza
• Nadie los ayuda











 Good Neighbors

 Good Neighbors
emalia

 Good Neighbors
Guatemala

4.2 Propuesta final

Al iniciar este proyecto, junto con los miembros de Good Neighbors Guatemala, se plateó una propuesta que diera una solución integral a varias necesidades.

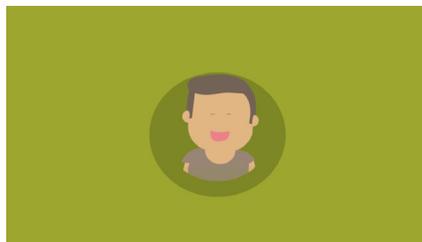
Se trabajó una solución a cada necesidad sectorizada. Una propuesta visual/animada para los benefactores que necesitan conocer qué es GNG y su labor; una solución gráfica/informática para el que necesita información concreta para realizar un aporte a la ONG; y una solución física para aquellos embajadores voluntarios de la marca.

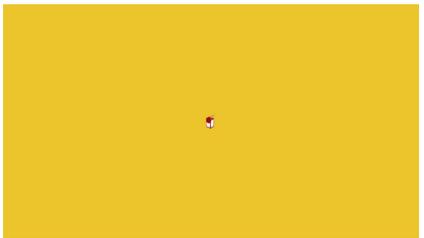
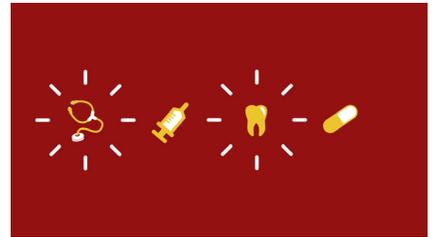
Todas estas forman parte de una campaña de divulgación, un video que informa a los usuarios sobre la ONG y su labor, un tríptico con la información concreta para realizar donativos y material promocional para los que buscan aportar y representar de algún modo a la organización, estos forman parte del "Good Store" que es una tienda de souvenirs que ayuda a recolectar fondos para proyectos con las comunidades, además de ayudar con la divulgación a través de los colaboradores.

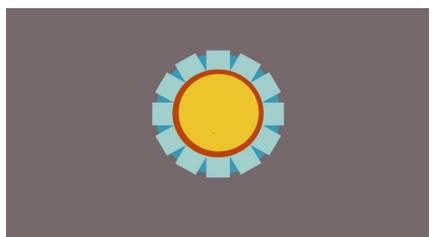
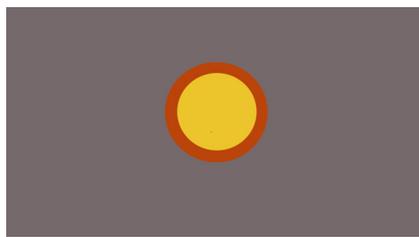
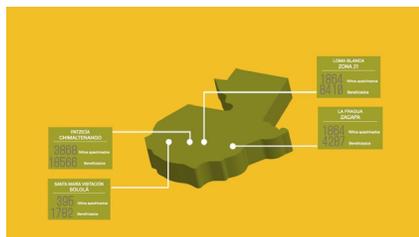
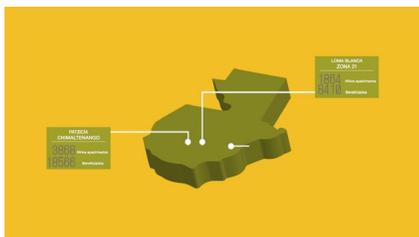
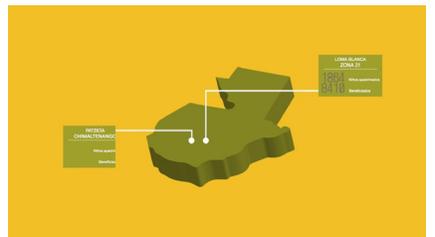
4.2.1 Video informativo

Video animado que muestra la labor de Good Neighbors Guatemala a través de la historia de un niño de una región pobre de Guatemala.

Inicia con la historia de "Juan" un niño que podría ser cualquier niño de alguna comunidad quien vive en extrema pobreza en el interior de Guatemala, se cuenta como la organización invierte tiempo y esfuerzos en su educación y salud junto a otro grupo de niños de su misma comunidad. Sigue con la historia de cómo Juan es solo el lazo de unión entre la organización y su familia, que también recibe apoyo de parte de la organización y se les enseña nuevas labores para generar ingresos y luego se les ayuda a trabajar como comunidad en estas labores en conjunto para el desarrollo comunitario. El video finaliza con información relevante de la organización en Guatemala y de esta alrededor del mundo. Y el cierre es la frase que están utilizando en las campañas "hace un mundo donde los niños son más felices" y el logo de la organización.









4.2.2 Trifoliar de apadrinamientos

Trifoliar que contiene toda la información necesaria para apadrinar a un grupo de niños o hacer un donativo para algún proyecto que la organización esté realizando.

Portada con una foto de niños que son apoyados por la organización, logos y titular. Interior con la información de la labor que realizan con los niños, el compromiso que se adquiere al adoptar a un grupo de niños, para que se utilizan los fondos que se recaudan y los pasos a seguir para brindar el apoyo. Cuenta con el formulario que se debe escanear o fotografiar y enviar en un correo a la organización, para dar seguimiento con el proceso. Y una contra portada con la debida información de la organización.

Para garantizar la pertenencia de todos los niños sugerimos que el padrino se comprometa con el programa por un período no menor a 6 meses; Si un padrino no puede seguir realizando el aporte después de ese tiempo, entonces podremos contar con otra persona en la base de datos para añadirlo al grupo.

SE UN BUEN VECINO

- 1) LLENA LA PLANTILLA DE INSCRIPCIÓN
- 2) TÓMALE UNA FOTOGRAFÍA Y ENVÍANOS LA IMAGEN A NUESTRO CORREO ELECTRÓNICO
- 3) HAZ TU APOORTE A NUESTRA CUENTA DE BANRURAL; GOOD NEIGHBORS GUATEMALA, ONG 3586022115
- 4) HAZ UN MUNDO DONDE LOS NIÑOS SON MÁS FELICES.



8va. Calle, 0-22 Zona 9 Interior 1A
Ciudad de Guatemala, CA.
info@goodneighbors.org.gt
Tels: 2361-3193 | 2360-3026
facebook.com/gnguate
@GoodNeighborsGT
www.goodneighbors.org.gt

PLANTILLA DE INSCRIPCIÓN

DATOS BÁSICOS

CLASIFICACIÓN

- Personal
- Empresarial
- Grupal

RECIBO DE DONACIÓN SI NO

NOMBRE COMPLETO

FECHA DE NACIMIENTO / /

SEXO Masculino Femenino

TELÉFONO/CELULAR

CORREO ELECTRÓNICO

DIRECCIÓN

FORMA PARA HACER EL DONATIVO

Débito automático (BANRURAL) Ingreso Bancario

Q125 Q250 Q375

¡Tu aporte hace la diferencia!

* Toda información personal será protegida.



Good Neighbors
Guatemala

PROGRAMA DE APADRINAMIENTO LOCAL

Good Neighbors Guatemala (GNG) tiene como prioridad brindar a los niños apadrinados herramientas para que tengan un desarrollo integral. Con las contribuciones mensuales los donantes se garantizan que los niños apadrinados recibirán ayudas directas en diferentes programas asegurándoles así un mejor futuro.



Educación de calidad

Los niños pertenecientes al programa recibirán útiles escolares, calzado, uniformes y reforzamiento escolar.



Salud

GNG cuenta con Clínicas Sociales y/o Enfermerías Ambulantes, los niños apadrinados tendrán acceso a atención médica de calidad, farmacia social, bolsas Nutritivas y jornadas médicas.



Generación de Ingresos

Posteriormente se abrirán oportunidades para los padres y madres de familia para que accedan a diferentes programas de generación de ingresos, empoderamiento, talleres y charlas educativas.

¿QUÉ CONTACTO TENGO CON LOS NIÑOS?

Todos los Padrinos recibirán información del grupo de Niños Apadrinados a través de documentos como:

APR (Anual progress Report)

Éste es un reporte anual que contiene avances y estadísticas del desarrollo de los niños apadrinados.

ACL (Anual Child Letter)

Los niños redactan una carta agradeciendo a los padrinos por la ayuda que reciben.

RS (Reporte Semestral)

En este reporte se notifica cada seis meses a los padrinos sobre todas las ayudas directas que han recibido los niños apadrinados.

ST (Sponsor Tour)

Anualmente se realizará una visita con un costo adicional para que los padrinos puedan conocer a los niños y la comunidad en la que viven.

¿CÓMO REALIZO MI APOORTE?

Usted puede garantizar el desarrollo integral de un niño con solo Q125.00 al mes, en GNG tratamos de hacer su aporte cómodo y seguro, ofrecemos diferentes formas de realizarlo:



Aporte Mensual

: La organización trabaja con el apoyo de Banrural. El padrino puede brindar un número de cuenta propio o abrir una cuenta si desea, esto facilita la realización de sus aportes. El padrino puede autorizar la realización de un débito mensual por la cantidad de niños que el desee apadrinar (de Q125.00, Q25000, Q375.00 etc.).

Aporte Anual o Semestral

El Padrino puede realizar el aporte que corresponda al apadrinamiento de uno o más niños en su totalidad (ejemplo: Q125.00 x 12 meses).

Good Neighbors Guatemala extiende recibos de donación válidos para exención de IVA.

4.2.3 Material promocional

Algunos productos promocionales para el "Good Store" que están a la venta para la difusión personal y para recaudar fondos extras para la realización de algunos proyectos que la organización coordina.





4.3 Justificación

Realizar un proyecto valioso y sustentado requiere de un porqué en todo lo que se realiza, por tanto, se presentan los elementos que lo engloban.

4.3.1 Color

Se utilizaron los colores institucionales como guía principal.



Verde GN C42 M10 Y100 K17
R137 G161 B48



Café GN C0 M15 Y17 K72
R105 G91 B85



Beige GN C12 M18 Y49 K3
R217 G194 B140

Como secundarios los colores utilizados para la campaña de apadrinamiento que difunde GNG.



Azul C73 M22 Y22 K3
R61 G153 B178



Celeste C42 M4 Y23 K0
R147 G203 B199



Amarillo C9 M21 Y88 K1
R231 G192 B61



Naranja C19 M81 Y100 K10
R186 G78 B88



Rosado C0 M60 Y7 K0
R243 G134 B171



Gris C49 M48 Y41 K29
R109 G100 B105

Seguido de colores para los tonos de piel en un rango de café.

4.3.2 Grafismos

Definimos como grafismo la disposición estética de las imágenes y letras que componen un diseño.

Se utilizaron iconos sencillos para hacer referencia a los aportes de la organización, ilustraciones 2D que sean fáciles para la gente relacionar con la gente de la que estamos hablando. Se utilizaron figuras básicas para las transiciones por su sencillez.



4.3.3 Audios

Tomando en cuenta los escasos recursos y fondos destinados para este video, se recurrió a la librería gratuita de YouTube. Se trabajó con un audio de derechos libres, titulada “Jack in the box” de Silent partner. El guión se trabajó en conjunto con miembros de GNG y la locución se trabajó con Gustavo García Solares.

4.3.4 Tipografía

Se define como la forma o estilo de un texto.

Las fuentes tipográficas utilizadas son de la familia palo seco para complementar la línea gráfica simple que se lleva con las ilustraciones.

Para los número se utiliza Mohave, es una fuente abierta palo seco, bold con mucho peso para enfatizar los datos numéricos que nos interesa que resalten por su significado en el contenido.

Para el texto, ya que es poco y se utilizó Helvética regular, de la familia palo seco que no quita la atención de las animaciones pero complementa la información necesaria.

Para el cierre se utiliza Twenty Century Medium Condensed y una script que son parte de una imagen institucional que fue editada específicamente para la campaña.

Helvetica LT std

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 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

MOHAVE

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Twenty Century Medium Condensed

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 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

4.3.5 Animaciones

Se cuenta con muchas apariciones de abajo hacia arriba para reflejar crecimiento y mejora. Caídas de cuadros completos para dar a entender el cambios y el avance, transiciones siempre con fotografías para mostrar de modo paralelo la realidad con la animación. De modo que las fotografías del trabajo realizado en Guatemala dan sustento a toda la animación y la narración.



CAPÍTULO 5

5.1 Lineamientos para la puesta en práctica

Lugar:

Guatemala, área metropolitana.

Descripción del producto:

Material audiovisual para la difusión de la labor de Good Neighbors Guatemala.

Objetivos:

Recaudar fondos locales para continuar la labor realizada por Good Neighbors Guatemala en el interior del país con comunidades que viven en extrema pobreza.

Objetivos específicos:

Difundir la labor realizada por Good Neighbors Guatemala en el área metropolitana del país.

Aumentar el número de padrinos en el país que apoyen la labor que hace Good Neighbors Guatemala a través del apoyo directo a un grupo de niños miembros de los proyectos de la ONG.

Público Objetivo:

Hombres y Mujeres de clase media, de 25 a 45 años.

Mensajes Clave:

Ser Good para ser mejor.

Ser un padrino Good.

Padrinos Good.

Good Store.

Materiales:

Video animado de 2 minutos

Estrategias de distribución:

Conexión directa: a través de la presentación de los miembros de la organización con empresas grandes con empleados que puedan interesarse en apoyar la labor.

Redes sociales:

Difusión a través de medios como YouTube, Facebook y Vimeo



Agosto

Septiembre



Perfil del grupo objetivo

2do. nivel de bocetaje

Perfil del grupo objetivo

Diseño Digital

Conceptualización

Diseño Digital

Conceptualización
1er. nivel de bocetaje

Diseño Digital



5.2 Cronograma del Proceso





5.3 Presupuesto

Proceso creativo y conceptualización				
SALARIOS OPERATIVOS	UNI	COSTO UNI.	DÍAS	TOTAL
Diseñador gráfico	1	350.00	15	5,250.00
Investigador	1	350.00	15	5,250.00
Publicista	1	350.00	7	2,450.00
TOTAL de Conceptualización				12,950.00

Preproducción				
SALARIOS OPERATIVOS	UNI	COSTO UNI.	DÍAS	TOTAL
Diseñador gráfico	1	350.00	15	5,250.00
Creativo	1	400.00	15	6,000.00
TOTAL de Preproducción				11,250.00

Producción				
SALARIOS OPERATIVOS	UNI	COSTO UNI.	DÍAS	TOTAL
Diseñador gráfico	1	350.00	30	10,500.00
ilustrador	1	400.00	30	12,000.00
Animador	1	750.00	30	22,500.00
TOTAL de Producción				45,000.00

Utilería				
Computadora para ilustración y animación	1	350.00	30	10,500.00
Canción de Stock	1	275.00		275.00
TOTAL de Utilería				10,775.00

Subtotal de Material de comunicación	79,975.00
Impuestos (12%)	9,597.00
TOTAL PRODUCCIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIÓN	89,572.00

Presupuesto generado el 3 de Septiembre de 2015

Conclusiones

En general, la visión facilita el aprendizaje y la comprensión muchísimo, hace que la empatía salga a relucir y recuerda y hace valorar la situación privilegiada en la que se está. Para llevar un mensaje con más exactitud y mayor alcance, por lo cual se debe recurrir a las herramientas visuales son a lo que se debe recurrir. Generar material audiovisual, animado, concreto, dinámico y entretenido que además envíe un mensaje que apela a la empatía era imprescindible para Good Neighbors Guatemala en su cometido de conseguir más fondos locales.

Tener un material audiovisual que sirva de apoyo para las visitas, reuniones y presentaciones que los representantes de la organización realizan, es de gran ayuda para concretar más apoyo con posibles financistas, aumentar el número de padrinos e incluso el aumento de gente que por decisión propia difundan el mensaje.

Contar con material que capte la atención de los posibles financistas, o posibles padrinos es esencial, del mismo modo que es necesario tener material que contenga información precisa sobre la forma en que pueden aportar. Del mismo modo, contar con material promocional que no solo genere ingresos a la organización, sino además ayude a la difusión del mensaje a través de las personas puede ser llamado uno de los más altos logros de comunicación y difusión.

Lecciones aprendidas

Emprender un proyecto es siempre una aventura y un reto; un proyecto de tal importancia no hace referencias únicamente al reto de concluir un proyecto, trae consigo la conclusión de una etapa en la vida de cualquier estudiante. Concluir un proyecto de graduación y en tan corto plazo lo hace parecer un reto impuesto por los mismos Dioses.

A través del proceso uno va aprendiendo y tomando decisiones que afectarán más adelante. En mi caso personal, creí tener todo bien planeado, planteado y entendido. Al pasar las semanas, me di cuenta que la comunicación tiende a ser más compleja de lo que uno recuerda y que los acuerdos no siempre se comprenden del mismo modo si no se llegan a concretar de modo escrito.

Esta es mi lista de recomendaciones a cualquiera que inicie un proyecto.

- No subestimes el tiempo con el que cuentas. Siempre es más corto del que se cree.
- La información que va a funcionar como base del proyecto debe ser obtenida, revisada y entendida antes de seguir con cualquier otra etapa.
- Nunca subestimes el valor de la preproducción de cualquier material. La planeación, e investigación son la matriz del proyecto.
- Todo acuerdo realizado debe quedar por escrito y firmado por todas las partes para estar claros que todos saben a qué se comprometen.
- Antes de comprometerte a realizar algo, revisa el tiempo, costo y esfuerzo que se necesita para realizarlo.
- Por último, sugiero ver todos los proyectos como algo que debes mostrarle al mundo y si quieres que la crítica sea buena, esfuérzate porque así lo sea desde el inicio.

Bibliografía

- Artedimico. (15 de Marzo de 2005). Artedimico, naturalmente creativos. Obtenido de Artículo, Historial del Diseño gráfico: http://www.artedimico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=701
- Concha. (13 de Enero de 2014). Planet Motion Graphics. Obtenido de Planet Motion Graphics: <http://www.planetmotiongraphics.com/que-es-un-motion-graphics/>
- Good Neighbors Guatemala. (2015). Acerca de nosotros: Good Neighbors Guatemala. Obtenido de Good Neighbors Guatemala: <http://www.goodneighbors.org.gt/>
- Índice Nacional del Desarrollo Humano -INDH-. (2014). Sinopsis del Desarrollo Humano en Guatemala. En INDH, Sinopsis del Desarrollo Humano en Guatemala (pág. 16). Guatemala: INDH.
- Instituto Nacional de Encuestas, INE. (2012). Caracterización Republica de Guatemala. Guatemala: Instituto Nacional de Encuestas, INE.
- LogoPlanet. (17 de Marzo de 2014). Tendencias del diseño para el 2014. Obtenido de LogoPlanet, Diseño web: <http://logoplanet.es/tendencias-del-diseño-web-en-2014/>
- Lürssen, D. (13 de Agosto de 2015). Entrevista de Recursos Humanos. (A. L. Cabrera, Entrevistador)
- Michael Page. (2015). Estudio de Remuneración 2015, RRHH. Madrid: Page Group.
- MINFIN, M. d. (2011). Reseña Historica de las ONG. GUATEMALA: MINFIN.
- Oliveras, E. (2010). Arte cinético y neocinematismo. En E. Oliveras, Arte cinético y neocinematismo (pág. 320). Buenos Aires: Planeta.
- PNUD, P. d. (2011/2012). Informe Nacional de Desarrollo Humano, INDH. Guatemala.
- Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas -VNU-. (2011). Resumen “La verdadera riqueza de una nación está en su gente”. En P. d. -VNU-, Informe sobre el estado del voluntariado en el mundo (pág. 135). Reino Unido: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD-.
- Ràfols, R., & Antoni Colomer. (2016). El diseño audiovisual. En R. Ràfols, & A. Colomer, El diseño audiovisual (pág. 126). Barcelona: Gustavo Gili, SL.
- Sonrisas, F. d. ((s.f.)). Quiénes somos?: Fábrica de Sonrisas. Obtenido de Fábrica de Sonrisas: <http://www.desonrisas.org/quienes-somos>
- Soto, R. (13 de Enero de 2015). El perfil actual del personal requerido para RRHH. Obtenido de Área RH: <http://www.areasrh.com/empleo/perfil-actual.html>
- Suárez, G. (28 de Enero de 2009). Qué son los Motion Graphics. Obtenido de Código Visual: <https://codigovisual.wordpress.com/2009/01/28/motion-graphics/>
- Trezza, K. (19 de Abril de 2013). Elementos básicos del diseño. Obtenido de Apuntes Multimedia, design and code: <http://apuntesmultimedia.wordpress.com/2013/04/19/elementos-basicos-del-diseno/>
- UNAP, U. N. (2010). Departamento de Multimedia. Obtenido de Multimedia: http://multimedia.fba.unlp.edu.ar/?page_id=2

Licenciada en Letras y Doctora en Educación, con especialidad en mediación pedagógica
40 calle "B" 5-11, zona 8, Guatemala, Guatemala, C.A.
Cel. 50051959 y 59300210

Guatemala, 24 de oct. de 2016

Arquitecto
Byron Alfredo Rabé Rendón
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

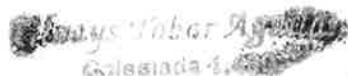
Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación "**Material gráfico de apoyo para recaudación de fondos locales para la ONG Good Neighbors Guatemala -GNG-**", de la estudiante **Ana Lucía Cabrera Pocasangre** de la Facultad de Arquitectura, carne universitario **200810756**, previamente a conferírsele el título de Diseñadora Gráfica, en el grado académico de Licenciada.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación, que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,


Dra. Gladys Tobar
Colegiada No. 1450
Colegio de Humanidades


Dra. Gladys Tobar
Colegiada No. 1450

Material audiovisual de apoyo para recaudación de fondos locales para la
ONG Good Neighbors Guatemala –GNG–
Proyecto de Graduación desarrollado por:



Ana Lucía Cabrera Pocasangre

Asesorado por:



Lic. Fernando Fuentes



Licda. Marysol Dávila



Lic. Erick Galindo

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano



Good Neighbors Guatemala

